

LA COMERCIALIZACIÓ DE TEIXITS DE LLANA CATALANS. INFORMES DE LA «UNIÓN LANERA ESPAÑOLA», 1881-1924¹

ESTEVE DEU I BAIGUAL

INTRODUCCIÓ

Aquest text pretén ser una nova i modesta aportació a l'estudi del funcionament del mercat interior espanyol, en l'apartat referit a la comercialització de teixits de llana elaborats a Catalunya, la regió que va aconseguir un predomini hegemònic en aquest mercat a final del segle XIX, en la mesura que anava concentrant la major part de l'aparell productiu del sector i aconseguia uns nivells de competitivitat superiors als d'altres centres productors peninsulars.

La indústria tèxtil catalana, com ja és ben conegut, es concentrava fonamentalment en el districte industrial format per les localitats de Sabadell i de Terrassa, tot formant un nombrós conglomerat de petites i mitjanes empreses dedicades a una o dues fases del procés productiu, que disposaven de poc capital, i un petit nombre d'empreses més grans, de cicle integral o especialitzades principalment en la filatura d'estam.

En la majoria d'empreses amb secció de tissatge o dedicades exclusivament a aquesta fase del

procés productiu s'elaborava una gamma molt variada de productes a petita escala i, molt sovint, en funció de comandes prèviament concertades. Cal assenyalar, a més a més, que l'elaboració de les peces de tela estava molt desigualment repartida al llarg de l'any, amb producció de teixits diferents per a les temporades d'hivern i d'estiu, molt concentrades en un trimestre cadascuna. Com a conseqüència d'això, hi havia dos períodes intermedis de producció escassa, en els quals la major o menor activitat depenia de si es podia allargar la temporada forta o no, en funció de les comandes i les perspectives del mercat, i era l'elaboració de banderes per a la temporada següent quasi l'única manera de mantenir alguns telers en marxa si la temporada de màxima producció havia tingut pobres perspectives.

Aquestes comandes provinents del conjunt del mercat espanyol —les exportacions representaven un percentatge molt petit de les vendes, tret d'algunes conjuntures excepcionals—, arribaven a les empreses per diferents vies: efectuades directament per alguns clients importants fixos; a través d'a-

¹ Aquest treball ha tingut l'ajut del projecte de recerca DGICYT PB93-0913 «Progreso técnico, productividad y

empleo en la España mediterránea durante el período contemporáneo. Un análisis comparativo».

gents comercials o comissionistes repartits per diferents ciutats; o per mitjà de viatjants de comerç que cada temporada recorrien diferents regions del país exhibint voluminosos mostraris de teles a clients habituals o potencialment nous. Aquests catàlegs de productes eren també a l'abast dels principals agents de províncies o també els podien consultar els clients importants que es desplaçaven en ocasions als despatxos de peces de les empreses dels centres de producció.

Els viatjants, peces fonamentals de l'engranatge comercial de la indústria tèxtil llanera, només formaven part de la plantilla laboral en algunes de les empreses més importants; la majoria eren professionals independents que rebien un percentatge de les vendes efectuades per a una o més empreses. Es donava el cas molt freqüent que en petites empreses aquesta funció era exercida pel mateix empresari o per un d'ells si es tractava d'una empresa amb diferents socis.

Aquesta atomització empresarial, aquesta producció a petita escala i per a temporada i l'escàs capital disponible, conduïa moltes empreses a la necessitat de realitzar una part significativa de les vendes al comptat, oferint descomptes importants en contrapartida, mentre que les vendes a crèdit no permetien pagaments ajornats més enllà dels noranta dies, com a pràctica més habitual, i només fins a cent vuitanta dies en casos molt excepcionals. Era pràctica poc freqüent recórrer a la petició de crèdits a curt termini o al descompte de lletres, ja que aquest fet hauria reduït considerablement uns marges de guanys ja bastant minsos.

Això significava, però, que quasi totes les empreses havien de mantenir una part molt important del seu escàs capital immobilitzat per poder sostenir les vendes a crèdit. En totes elles el capítol més important dels seus balanços era el corresponent a deutors per compte corrent. No és gens estrany suposar que, per a moltes petites empreses, l'inici de la temporada depenia de la regularitat del cobrament de les vendes efectuades en l'etapa anterior.

Però cal anar més enllà en aquesta exposició introductòria. El funcionament de tot el sistema

productiu integrat en aquest nombrós teixit d'empreses, que es complementaven les unes a les altres, depenia, en última instància, del resultat de les vendes del producte final. Els fabricants de teixits també compraven a crèdit la major part de les primeres matèries que necessitaven i pagaven a terminis les operacions complementàries per acabar les peces.

Era vital, doncs, per a la supervivència de les empreses en particular i del conjunt del districte industrial en general, disposar del màxim de garanties per assegurar la recuperació dels crèdits en els terminis previstos i evitar de totes totes el retard en els pagaments i, sobretot, la fallida econòmica dels d'algun del seus clients.

Per ajudar a assolir aquest objectiu, l'any 1881, enmig d'una etapa en la qual començava a consolidar-se el districte de Sabadell-Terrassa al capdavant de la producció tèxtil llanera espanyola, es va constituir la «Unión Lanera Española», associació integrada per un nombre important d'empreses sabadellenques, pertanyents al Gremi de Fabricants, juntament amb un grupet d'empreses d'altres localitats catalanes amb important presència d'aquest sector productiu.

ORÍGENS I COMPOSICIÓ

La «Unión Lanera Española» es va constituir oficialment a final de desembre de 1880 i va començar a desenvolupar les seves activitats el dia 1 de gener de l'any següent. En el primer reglament de l'esmentada entitat, aprovat pel Govern Civil de la província de Barcelona el dia 11 de març de 1881, hi trobem la relació de les empreses constituents de l'associació, un total de 67, de les quals 59 eren de Sabadell i les 8 restants tenien el seu domicili social en altres tres localitats catalanes: Terrassa, Olesa de Montserrat i Barcelona. A començament de l'any 1882 s'hi va incorporar el Banc de Sabadell, poc temps després de la seva fundació.

En funció de la seva especialització productiva, les 59 empreses sabadellenques, el gruix de l'associació, es distribuïen de la manera següent:

TAULA 1. *Classificació de les empreses sabadellenques constituents segons les fases del procés de producció de què disposaven.*²

Tipus d'empresa	Nombre
De filats, teixits i acabats	9
De filats i teixits	7
De teixits i acabats	1
De filats	5
De teixits	37

En aquestes dades podem observar el clar predomini d'empreses dedicades exclusivament a la fase del tissatge i hem de destacar també la presència, encara que minoritària, d'empreses que no disposaven d'aquesta secció, un fet, però, que posa de manifest els interessos globals del conjunt del teixit industrial, tal com hem assenyalat anteriorment.

Aquest conjunt d'empreses disposava de 27.554 fusos de filar, de 345 telers manuals, de 272 telers mecànics, de 78 màquines per a aprestos i acabats i de 3 establiments de tints, xifres que, globalment, representaven el 45 per cent de l'aparell productiu global de la indústria tèxtil llanera de la localitat.³

Al llarg de la seva existència, fins l'any 1924, aquesta entitat va aconseguir mantenir un nombre d'associats semblant al dels orígens, encara que amb una lleugera tendència a la baixa tal com es pot apreciar a la taula 2.

TAULA 2. *Evolució de la mitjana anual del nombre d'associats.*⁴

Anys	De Sabadell	D'altres localitats	Total
1881-1889	54,7	7,3	62,0
1890-1899	53,8	5,6	59,4
1900-1909	52,8	3,1	55,9
1910-1919	50,1	2,4	52,5
1920-1924	51,0	1,6	52,6

² (1883) *Reglamento de la Unión Lanera Española establecida en el Gremio de Fabricantes de Sabadell*, Sabadell, Establecimiento tipográfico de la Vda. de Aparicio, pp. 18-19.

³ Per a l'elaboració d'aquesta taula s'ha combinat la llista de socis constituents que consta en el reglament abans esmentat amb les dades de la Matricula Industrial de Sabadell corresponent a l'any 1881. Arxiu Històric de Sabadell,

Veiem, doncs, que hi hagué un petit i progressiu descens del nombre total d'associats al llarg dels quaranta-cinc anys d'existència de l'associació, molt més accentuat en les empreses foranes, fet que va acabar convertint l'entitat en representativa d'empreses sabadellenques quasi de manera exclusiva.

Entre 1881 i 1924, malgrat aquest petit descens del nombre d'empreses pertanyents a l'associació, el seu aparell productiu global es va mantenir en uns percentatges que oscil·laven entre el 45 i el 50 per cent del total de maquinària del sector llaner instal·lada a Sabadell. En aquest període, tant les empreses de la ULE, domiciliades a Sabadell, com el conjunt d'empreses de la localitat, van doblar el seu aparell productiu, en un procés que va comportar a més a més una concentració d'aquest en un nombre menor d'empreses.⁵

OBJECTIUS

La «Unión Lanera Española» es va constituir de manera formal com una extensió de la «Sección de Informes y Contra-quebras» del Gremi de Fabricants de Sabadell.

La seva missió consistia a elaborar informes sobre la solvència econòmica dels clients de les seves empreses associades —tasca a la qual col·laboraven de manera decisiva els viatjants, els agents comercials i els comissionistes, els conxeadors més directes de la clientela—, a gestionar els cobraments pendents i a actuar de manera solidària en el cas de fallida d'algun dels seus clients.

Al preàmbul del reglament de l'entitat els seus promotors s'expressaven en aquests termes:

«Los que suscriben, que se asociaron con el propósito de adquirir una colección de datos estadísticos bastantes a garantizar, en cuanto fuera dable, sus relaciones mercantiles y defenderse en casos de quie-

Matricula per a la Contribució Industrial i de Comerç, 1881.

⁴ ARXIU DEL GREMI DE FABRICANTS DE SABADELL, *Registro de asociados de la Unión Lanera Española y del Gremio de Fabricantes*, 1881-1924.

⁵ ARXIU HISTÒRIC DE SABADELL, *Matricula per a la Contribució Industrial i de Comerç*, 1881-1924. Vegeu també la nota número 4.

bras y suspensiones de pagos, contribuyendo cada uno a prorata del valor de sus respectivos créditos a cuantos gastos pudieran ocurrir, en los diversos siniestros en que se viesen comprometidos, aleccionados por dos años de práctica en este sistema y por lo acontecido a los demás que lo han seguido, han creído llegado el caso de hacer común la defensa de sus intereses, estrechando y fortificando los lazos de amistad y compañerismo entre los ya asociados y los que en adelante se les unan, para llevar a cabo un pensamiento de indudable utilidad para la industria; y que, de extenderse a los demás centros laneros de la nación, produciría inmensas ventajas moral y materialmente a cuantos se ocupan en el comercio de artículos de lana».⁶

Així doncs, els seus objectius tenien una doble direcció: en sentit preventiu i en sentit resolutiu. D'una banda, es recollia la informació necessària per a establir els nivells de solvència dels clients amb els quals es mantenien o s'havien mantingut relacions comercials, de manera acumulativa. Amb aquelles dades es donava una puntuació a cada client, que permetia classificar-los en sis nivells; l'entitat aconsellava que no s'atorgués crèdit als clients amb puntuacions més baixes.

D'una altra, es realitzaven les gestions necessàries i més convenients per a aconseguir recuperar els crèdits pendents de cobrament i tramitar les reclamacions corresponents en els casos de fallida d'algun client.

Per fer front a les despeses que comportaven totes aquestes gestions, els associats pagaven una quota anual proporcional a les vendes a crèdit que realitzaven, amb una revisió anual d'aquestes en funció de la declaració del volum de vendes que havien de presentar els associats al final de cada exercici tot actualitzant les dades de l'anterior. Val a dir que aquestes declaracions no corresponien amb exactitud a la realitat, si bé es mantenia una

certa proporcionalitat al potencial relatiu de les empreses dels diferents associats.⁷

Al llarg dels anys d'existència de l'entitat, el nombre de clients registrats amb els corresponents informes anuals va augmentar extraordinàriament; concretament, entre 1882 i 1918 es va passar de 3.195 fitxes a 22.757.⁸

Dels resums dels informes comercials que es publicaven en aquestes memòries es pot deduir que es perseguien uns nivells de cobertura davant dels riscos extremament rigorosos. A títol d'exemple, hem d'assenyalar que, de mitjana anual de tot el període, només un 3 per cent dels clients mereixien el qualificatiu de màxima solvència econòmica, mentre que un 50 per cent era puntuat amb la qualificació mínima, és a dir, que es recomanava no vendre a crèdit a la meitat del cens dels clients registrats.

L'entitat, amb seu als locals del Gremi de Fabricants, disposava del fitxer d'informes dels diferents clients, al qual tenien accés tots els associats mitjançant una petició per escrit, i, a la vegada, enviava periòdicament circulars als mateixos associats en les quals es donava notícia de fallides previsibles o de suspensions de pagaments ja presentades, de cara a poder iniciar tan ràpid com fos possible els tràmits per al cobrament de crèdits pendents per part del empresaris directament afectats.

Efectivament, el volum d'informació disponible i la rapidesa en la seva difusió eren instruments essencials per contribuir a evitar el màxim de pèrdues possible. I en això l'associació s'hi jugava el seu prestigi.

A més a més d'aquesta informació privada i reservada per als seus associats, l'entitat publicava una memòria anual amb els resultats agregats de cada exercici, en la qual constava una important informació estadística, agrupada per regions o per

⁶ Vegeu la nota número 2, p. 3.

⁷ Entre 1888 i 1924 el total de vendes a crèdit declarat pel conjunt d'empreses sabadellenques va passar de 18,2 a 32,7 milions de pessetes, un increment que no s'ajusta ni a l'augment de l'aparell productiu, ni a l'augment del preu dels articles, ni al mateix augment de les vendes a crèdit que hi hagué al llarg d'aquests anys. Vegeu la nota número 3.

L'estudi de la comptabilitat particular (Majors i Llibres

de vendes) d'algunes empreses associades, com per exemple (Llonch, Corominas, Garriga i Sallarès Deu), la documentació de les quals he consultat a l'Arxiu Històric de Sabadell, evidencia aquestes desviacions entre les declaracions i la realitat.

⁸ UNIÓN LANERA ESPAÑOLA, *Memorias*, 1888-1918, Sabadell, Imprenta, Litografía y Encuadernación de Juan Comas.

àrees geogràfiques més extenses, relativa al nombre de clients i les seves puntuacions, pèrdues econòmiques, volum de crèdits recuperats, notícies de suspensions de pagaments importants, a més dels estats de comptes de la mateixa entitat, unes dades que ens permeten, actualment, no solament analitzar el grau d'eficàcia aconseguit per l'entitat, sinó també disposar d'una valuosa informació per a l'estudi dels mercats de la indústria tèxtil llanera.

RESULTATS

Com ja hem assenyalat, les memòries de l'entitat ens proporcionen una àmplia i precisa informació estadística, a més a més de comentaris sobre la situació econòmica general de cada exercici anual. A partir d'aquestes dades i d'altres provinents de diferents fonts documentals, hem anat fent una anàlisi del nivell d'eficàcia de les tasques endegades per l'entitat per assolir els objectius que s'havia fixat.

TAULA 3. *Distribució regional dels clients registrats. En percentatges.⁹*

	1895	1905	1915
Catalunya	32,9	31,7	27,8
País Valencià i Múrcia	11,7	12,7	14,2
Aragó, País Basc i Navarra	10,0	9,6	9,9
Galícia i Astúries	7,1	7,5	6,4
Castella la Vella i Lleó	7,2	7,4	6,1
Castella la Nova i Extremadura	13,1	13,5	18,2
Andalusia	17,0	16,3	15,7
Balears	1,0	1,3	1,7
Total Espanya	100,0	100,0	100,0

Aquestes dades ens permeten comprovar la distribució del total de clients de les empreses associades a la ULE, amb les mateixes agrupacions regionals que l'entitat presenta en elaborar les seves estadístiques.

Segons aquestes dades, observem l'important pes que tenien els clients de Catalunya, encara que

amb una lleugera disminució en el seu pes relatiu al llarg d'aquest període; continuen en importància els mercats d'Andalusia, Castella la Nova-Extremadura, evidentment per la importància de la plaça de Madrid; en tercer lloc, trobem la zona de Llevant; i, finalment, se situen la resta de regions, de les quals Balears ocupa el darrer lloc.

Aquestes xifres són força semblants a les que hem pogut obtenir dels arxius particulars d'algunes empreses tèxtils llaneres sabadellenques, referides al valor i la distribució de teixits de llana per diferents regions espanyoles. Concretament, de les empreses Corominas, Salas i cia., Llonch germans, Garriga germans i Sallarès Deu, amb les quals hem confeccionat la taula 4.

TAULA 4. *Distribució regional del valor de les vendes de teixits de llana de quatre empreses sabadellenques. En percentatges.¹⁰*

	1895	1905	1915
Catalunya	34,79	33,86	32,58
País Valencià i Múrcia	6,74	5,10	2,73
Aragó, País Basc i Navarra	8,72	10,74	14,69
Galícia i Astúries	5,26	5,65	8,71
Castella la Vella i Lleó	9,42	8,57	8,64
Castella la Nova i Extremadura	18,47	22,49	22,81
Andalusia	15,71	12,15	8,69
Balears	0,89	1,44	1,09
Canàries	0,00	0,00	0,00
Marroc espanyol	0,00	0,01	0,07
Total Espanya	100,00	100,00	100,00

Si comparem les dues taules, podem observar algunes diferències, que, en bona mesura, s'han d'atribuir al fet que corresponen a dades no comparables. En algunes regions el nombre de clients pot ser important, però, en funció de les dimensions dels seus establiments, el volum de compres pot ser menor. Aquest és el cas del País Valencià, amb molts clients petits —sense oblidar la considerable disminució de les vendes en aquesta regió

⁹ Vegeu la nota número 8.

¹⁰ Per a l'elaboració d'aquesta taula s'han emprat dades provinents de les següents fonts: AHS, *Arxiu Garriga*, Llibres de factures de vendes 1895-1915; AHS, *Arxiu Llonch*, Lli-

bres de vendes, 1895-1915; AHS, *Arxiu Corominas*, Major, 1895-1915; AHS, *Arxiu Sallarès Deu*, Major, 1900-1915. En les dades globals corresponents a l'any 1895, s'han utilitzat les de 1900 en el cas de l'empresa Sallarès Deu.

durant la Primera Guerra Mundial, com es pot observar a la taula número 4 per a l'any 1915-, i, en menys grau, d'Andalusia, amb molts petits clients, repartits especialment per diversos municipis no capitals de província o de població relativament menor; aquesta regió era la que tenia una major dispersió de localitats en relació al total de clients, la majoria de poca importància. En la situació oposada hi ha el País Basc, Navarra i Aragó, amb unes vendes molt concentrades en uns quants clients de les capitals de província, que realitzaven importants comandes de teixits. Tret d'aquests casos, el nivell de concordança entre les dades de les dues taules és força alt.

Quant a la solvència dels clients vinculats als membres pertanyents a la «Unión Lanera Española», ja hem assenyalat que es classificaven en diferents nivells. Fent una interpretació de les puntuacions atorgades a tots els clients, hem elaborat la taula número 5, en la qual s'indica la confiança que mereixien, des del punt de vista de la seva situació econòmica, i el pes relatiu dels diferents grups.

TAULA 5. *Classificació dels clients segons nivells de solvència econòmica i la seva distribució. En percentatge.*¹¹

	Excel·lent	Bo	Regular	Dolent
1895	6,81	16,73	31,73	44,73
1900	5,46	14,74	32,84	46,96
1905	3,85	11,47	34,88	49,80
1910	3,31	9,79	36,10	50,80
1915	2,69	7,89	45,83	53,59

D'aquestes dades, en podem deduir que el percentatge de clients considerats molt solvents era relativament petit en relació al nombre dels qualificats com a molt poc fiables a l'hora de concedir-los crèdit; unes distàncies que es van anar incrementant al llarg d'aquests anys, un fet que pot explicar, entre altres factors, el perquè els fabricants van tendir cada vegada més a concentrar la major part de

les seves vendes en un nombre de clients més reduït, però de tota confiança. L'augment del nombre de clients en termes absoluts podia significar una ampliació espacial del mercat potencial, però no pressuposava una major atomització de les vendes.

Podem indicar, a més a més, que el nivell de solvència per regions variava considerablement de les unes a les altres. Com a indicador d'aquestes divergències regionals hem agafat el nombre de suspensions de pagaments per cada 1.000 empreses registrades i el volum de pèrdues per client, amb els quals hem elaborat uns coeficients de solvència, de menor a major, per al període comprès entre 1896 i 1918, que mostrem a la taula número 6.

TAULA 6. *Coefficients de solvència per regions. De menor a major.*¹²

	Nombre de suspensions	Volum de pèrdues	Global
Castella la Nova i Extremadura	4,7	5,0	5,0
P. València i Múrcia	5,0	3,7	3,9
Castella la Vella i Lleó	4,6	3,2	3,1
Andalusia	4,9	2,8	2,9
Gàlícia i Astúries	3,6	1,8	1,4
Aragó, P. Basc i Navarra	2,7	1,0	0,7
Balears	2,1	0,6	0,3

Es pot comprovar, doncs, que les regions més solvents eren Balears, amb el menor nombre de suspensions de pagaments i de pèrdues econòmiques, i les d'una franja territorial que comprenia el conjunt de regions septentrionals espanyoles des de Gàlícia a Catalunya. Les menys solvents eren les regions del centre, de l'àrea llewantina i d'Andalusia. Efectivament, aquestes regions van perdre pes relatiu en el conjunt del mercat espanyol, si exceptuem la plaça de Madrid, en benefici de les regions del nord, com es desprèn de l'evolució de les vendes de les quatre empreses sabadellenques citades

¹¹ Vegeu la nota número 8.

¹² Vegeu la nota número 8. La primera columna correspon al nombre de suspensions de pagaments per cada 1.000 clients, atorgant un coeficient 5 a la regió amb un nombre superior i un coeficient proporcional a les altres regions. El

mateix s'ha fet per a la segona columna amb el volum de pèrdues per client. La tercera columna correspon al producte de les dues anteriors tot ajustant els resultats a un coeficient proporcional a 5, la regió de menor solvència.

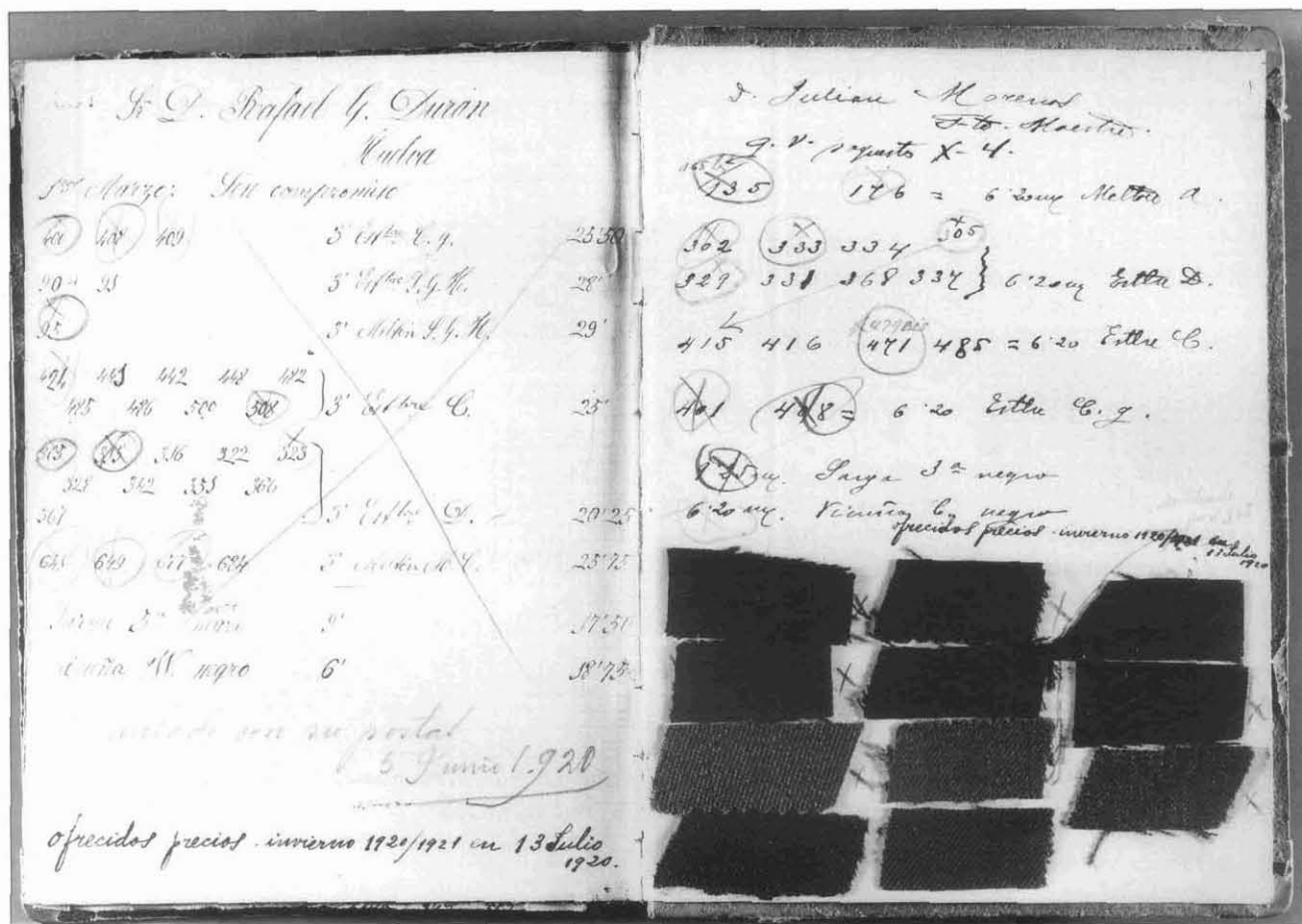


FIGURA 1. Llibreta del viatjant de la Casa Garriga Germans. Temporada estiu 1920. (Arxiu Garriga Germans. AHS).

anteriorment. Com a exemples més significatius podem assenyalar els casos extrems del País Basc i d'Astúries, per un costat, que van passar globalment, entre 1895 i 1920, d'absorbir un 6,22 per cent a un 15,59 per cent de les vendes d'aquelles quatre empreses, i d'Andalusia, del País Valencià i de Múrcia, per l'altre, que, en conjunt, van veure reduir la seva quota de mercat d'un 24,20 per cent a un 12,50 per cent entre les mateixes dates.¹³ Si bé aquest fenomen pot estar directament associat al fet que, al llarg d'aquest període, les regions més industrialitzades del nord van tenir un creixement econòmic superior que les regions més agràries del centre, del sud i de llevant, que podia afectar direc-

tament la capacitat adquisitiva d'aquests diferents mercats, coincideix plenament amb el guany de posició de les regions amb clients més solvents i la pèrdua de pes relatiu de les que tenen uns clients de coeficient de confiança menor. De tota manera, el volum de pèrdues per regions, com veurem més endavant, també està molt lligat a la importància dels clients de cadascuna; en aquelles regions en les quals hi ha places importants i clients que concentren un percentatge de compres alt, una fallida d'alguns d'aquests clients pot tenir repercussions més greus que en aquelles en les quals les vendes queden més repartides entre moltes localitats i molts clients.

¹³ Dades extretes de: AHS, Arxiu Corominas, Major, 1895 i 1920; AHS, Arxiu Llonch, Llibres de vendes, 1895 i

1920; AHS, Arxiu Garriga, Llibres de factures de vendes, 1895 i 1920; AHS, Arxiu Sallarès Deu, Major, 1900 i 1920.



FOTOGRAFIA 1. *Despatx tèxtil no identificat.* (Fotografia de F. Casañas, AHS).

Evidentment, l'evolució de les pèrdues econòmiques que van patir les empreses associades ha de ser l'indicador fonamental per poder avaluar l'eficàcia de l'actuació de l'entitat que estem analitzant i el compliment dels objectius marcats des de l'inici, sense deixar de tenir en compte els factors conjunturals que exerceixen una influència directa en l'evolució dels mercats de la indústria tèxtil lla-nera.

Per analitzar aquests resultats, podem oferir una taula que reflecteix tant l'evolució del nombre de fallides de clients com el volum de pèrdues totals per al període comprès entre 1888 i 1918, del qual podem disposar d'una sèrie de dades completa.

TAULA 7. *Mitjana anual de fallides de clients i d'impagats.*¹⁴

Període	Nombre de fallides	Pèrdua en pessetes
1888-1894	77,0	229.268
1895-1899	60,6	162.967
1900-1904	62,0	205.039
1905-1909	60,2	226.636
1909-1914	20,2	121.166
1915-1918	12,8	68.570

Efectivament, aquestes dades ens permeten afirmar que tant les fallides de clients com el volum de pèrdues econòmiques derivades d'aquestes i de crèdits no recuperats per suspensions de pagaments van anar disminuint en termes absoluts

¹⁴ Vegeu la nota número 8.

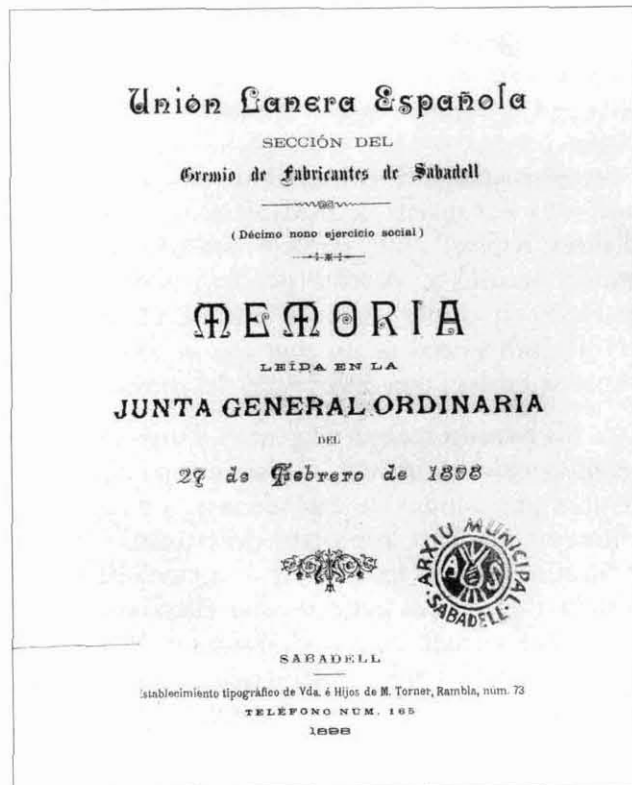
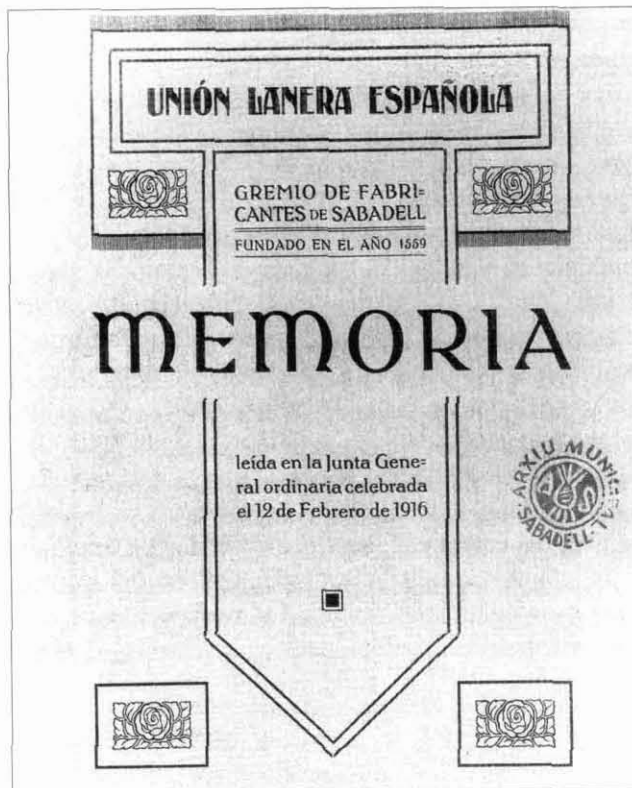


FIGURA 2. Memòries de la Unión Lanera Española, dels anys 1897 i 1915.

al llarg d'aquests anys. El primer canvi de tendència important s'observa a partir de l'any 1910, quan es va encetar una etapa de recuperació econòmica, després d'un llarg període d'estancament que havia començat entre el final del segle XIX i l'inici del XX. Aquesta disminució de les pèrdues es va consolidar durant els anys de la Primera Guerra Mundial, que queda dins del període 1915-1918, el de pèrdues menors; no hem d'oblidar que durant aquests anys van augmentar espectacularment les exportacions, en bona part en perjudici de les vendes en el mercat interior dins del qual, en la majoria dels casos, molt possiblement, es van servir només les comandes fetes pels clients de més tradició, els més importants i, de ben segur, els més solvents, cosa que reduïa lògicament el risc de pèrdues, en una conjuntura econòmica, a més a més, molt favorable en general.

Aquesta disminució de les pèrdues fou encara més important si tenim en compte que el nombre de clients totals registrats per l'entitat va augmentar de la mateixa manera que ho va fer també el volum de vendes a crèdit. Així doncs, si relacionem aquestes dades amb els altres dos indicadors que acabem d'esmentar, podrem assenyalar de manera més precisa quins van ser els resultats reals de la tasca duta a terme per l'entitat, tal com reflecteix la taula número 8.

TAULA 8. Evolució de les pèrdues econòmiques en relació al nombre de clients i al volum de vendes a crèdit.¹⁵

Anys	Mitjana anual de pèrdues en pessetes per cada 1.000 clients	Percentatge de pèrdues en relació al volum de vendes a crèdit
1888-1894	28.176	1,97
1895-1899	19.139	1,33
1900-1904	18.116	1,67
1905-1909	14.670	1,95
1909-1914	6.382	0,82
1915-1918	3.117	0,39

¹⁵ Vegeu la nota número 14 i ARXIU DEL GREMI DE FABRICANTS DE SABADELL, *Registro de asociados de la Unión Lanera Española y del Gremio de Fabricantes, 1881-1924*. En aquest registre hi consta també la quota de cada associat i el volum de vendes anuals declarat.

Així doncs, entre 1888-1894 i 1915-1918, les pèrdues econòmiques van disminuir en nou vegades, en relació al nombre de clients registrats, i en cinc, en relació al volum de vendes a crèdit; és a dir, que, malgrat l'extensió del mercat i l'increment del volum de vendes, els associats de la «Unión Lanera Española» van tenir una disminució progressiva de pèrdues econòmiques, no solament en termes relatius, sinó també en termes absoluts. El percentatge de pèrdues sobre el volum total de facturació és realment molt petit i més encara si tenim en compte, com ja hem dit, que les xifres declarades pels empresaris eren inferiors a les reals.

Per acabar aquesta anàlisi de resultats, els oferim desglossats per regions, sobre la base d'un dels indicadors assenyalats anteriorment, per poder establir, d'aquesta manera, algunes diferències en el comportament dels diversos mercats regionals en aquesta faceta. Per a aquest objectiu hem confeccionat una taula amb la distribució territorial del volum mitjà de pèrdues anuals per cada 1.000 clients al llarg del període 1888-1918.

TAULA 9. *Volum de pèrdues acumulades en pessetes per cada 1.000 clients durant el període 1888-1918.*¹⁶

Catalunya	408.503
Castella la Vella i Lleó	397.818
Castella la Nova i Extremadura	390.589
Andalusia	346.192
País Valencià i Múrcia	341.771
Galícia i Astúries	180.122
Aragó, País Basc i Navarra	139.085
Balears	126.288

Podem comprovar, doncs, com era previsible, que les majors pèrdues es van produir en el mercat català, en el de les regions centrals i en el de les regions del sud i de llevant. En l'altre costat oposat, els mercats més solvents eren els de Balears i els de les regions del nord.

De tota manera, hem de relativitzar aquestes dades si tenim en compte quins eren els centres comercials més importants, amb clients que realitzaven uns volums de compres superiors, i on eren

situats. Eren les places en les quals el risc de pèrdues podia ser més gran en el cas de fallida imprevista d'algun client dels que disposaven de línies de crèdit elevades en funció d'un major nivell de compres. A títol d'exemple, hem d'assenyalar que només a Barcelona i a Madrid hi va haver fallides que representessin pèrdues superiors a les 100.000 pessetes en un sol client; i en el període comprès entre 1900 i 1913, dels vint clients que van fer suspensions de pagaments amb pèrdues per damunt de les 20.000 pessetes, setze es concentraven en quatre ciutats, les dues esmentades anteriorment a més de Sevilla i de València. Eren totes ciutats situades entre les regions menys solvents. No apareixen en canvi fallides significatives en altres places de categoria important com, Bilbao, Sant Sebastià, Oviedo o Vigo, situades en les regions que mostraven uns nivells de confiança superiors per als empresaris associats a la «Unión Lanera Española».

CONCLUSIONS

La «Unión Lanera Española» va començar a desenvolupar les seves activitats a començament dels anys vuitanta del segle XIX i, amb més intensitat, en la segona meitat d'aquesta dècada, una etapa, aquesta última, en la qual, si bé es consolidava el predomini del nucli tèxtil llaner català, amb uns alts nivells de mecanització en relació al d'altres regions amb tradició manufacturera en aquest sector, es passava per uns moments de recessió, en combinar-se de manera negativa per als fabricants catalans un augment de les importacions de teixits i una disminució del consum.

Els escassos marges de guanys d'unes empreses tèxtils, majoritàriament mitjanes i petites, amb poques possibilitats de capitalització i obligades a mantenir una part important del seu actiu immobilitzat, va obligar-les a cercar tota mena de mecanismes i estratègies per assegurar el cobrament de les vendes a crèdit cada vegada amb un pes relatiu superior en el conjunt de vendes. És en aquest context que l'entitat començà a prendre volada.

¹⁶ Vegeu la nota número 8.

Era formada de manera predominant per empresaris sabadellencs i va consolidar la seva existència, durant més de quaranta anys (1881-1924), amb un nombre d'associats força estable i representatiu, si tenim en compte que, en conjunt, els empresaris sabadellencs vinculats a l'entitat disposaven del 50 per cent de l'aparell productiu del sector llaner de la localitat. Aquesta llarga existència va superar la d'altres entitats nascudes a final del segle XIX amb objectius diversos per iniciativa del Gremi de Fabricants, moltes amb posterioritat a la data de creació de l'entitat que estudiem. El seu final, però, va coincidir en el temps amb una crisi general de les entitats patronals sabadellenques, plena de conflictes interns, a mitjan anys vint d'aquest segle. Fou, no obstant això, una de les darreres a ser dissolta en aquesta etapa conflictiva, prova evident de la seva eficàcia i consegüent necessitat.

Efectivament, els objectius perseguits des de bon començament, prevenir els seus associats dels perills de pèrdues econòmiques en les seves vendes a crèdit i gestionar la recuperació total o parcial d'aquelles quan s'havien produït de manera inevitable, es van assolir de manera força satisfactòria. Hem pogut demostrar a les pàgines precedents com, al llarg d'aquests anys, tot i l'augment del volum de vendes i del nombre de clients, va dismi-

nuir el total de pèrdues econòmiques, no solament en termes relatius, sinó també en termes absoluts.

La influència de l'entitat es va deixar sentir en el conjunt de la indústria llanera catalana, si tenim en compte que, malgrat que només podien beneficiar-se de la gestió solidària del cobrament dels deutes pendents i tenir accés als informes comercials els membres associats, les notícies referides a possibles fallides de clients importants i els informes sobre conjuntura i perspectives de mercat, eren conegudes per la resta de fabricants sabadellencs i pels d'altres localitats llaneres catalanes amb els quals mantenien relacions estretes. L'edifici del Gremi de Fabricants, on l'entitat tenia la seva seu social, era el punt de trobada de les diferents entitats i seccions patronals locals, i la institució gremial era el punt de referència de la gran majoria dels fabricants de Sabadell de cara a l'exterior, tant pel que fa a l'emissió com a la recepció de tota mena d'informació que tingués relació amb la indústria dominant de la localitat, la tèxtil llanera.

Finalment, hem de destacar el valor de la informació subministrada per aquesta entitat, per mitjà de les seves memòries anuals i dels seus llibres de registre, per poder avançar una mica més en el coneixement del funcionament del mercat interior espanyol, en l'apartat corresponent a la comercialització de teixits.