

ROSA M.ª JORDA BORRELL

LA INDUSTRIA DEL TURRON EN JIJONA

El origen de la industria del turrón de Jijona no puede estudiarse al margen de la propia configuración geográfica de su territorio, situado en una zona subárida donde, en seco, uno de los pocos cultivos rentables actualmente es el del almendro.

Unas condiciones poco favorables para el desarrollo de la población densa permitieron el ejercicio de dos actividades: la elaboración de turrón y la del helado, combinándose con la venta ambulante de estos dos productos, cuya característica común es la estacionalidad del consumo.

Durante el invierno se dedicaban a las labores propias de la agricultura, pero la principal fuente de ingresos era la elaboración de turrón y la venta en los meses próximos a la Navidad¹. Terminada la campaña en la Península, emigraban a Hispanoamérica para iniciar allí una nueva etapa de producción y expansión del producto².

Llegado el verano, se ocupaban en la fabricación del helado, cuyas materias primas eran la almendra, la miel, los huevos y la nieve acumulada en la Carrasqueta y otras sierras próximas mediante la construcción de pozos artificiales, llamados «caves».

La capitalización del comercio ultramarino, junto con la difusión de ambos productos en el mercado español, constituyen la base de la actual industria de Jijona. Hoy entre las zonas españolas más importantes de fabricación de turrón destaca en primer lugar la provincia de Alicante, con el área de Jijona, y después las de Barcelona, Lérida, Zaragoza, Bilbao, Toledo y Cádiz³, con un

¹ CAVANILLES, A., *Observaciones sobre la Historia Natural, Geografía, Agricultura, Población y Frutos del Reyno de Valencia*, 2 vols., Madrid, 1795-1797; reimpresión en facsímil, Soler, Valencia, 1972. Cf. t. II, p. 242.

² FIGUERAS PACHECO, F., «Provincia de Alicante», ap. CARRERAS CANDI, F., *Geografía General del Reino de Valencia*, Barcelona (s. a.), 1.210 pp. Cf. p. 950.

³ SERVICIO SINDICAL DE ESTADÍSTICA, *Catálogo de empresas y productos industriales. Industria de Alimentación*, Madrid, 1966. Cf. p. 83.

total en 1970 de 381 empresas⁴, aunque 81 de ellas se incluyen dentro del grupo de fabricantes de mazapanes, que en los meses de octubre, noviembre y diciembre se dedican a la elaboración de turrón, junto con la peculiar de mazapanes.

El área de Jijona, con 34 empresas⁵, representa el 11'3 % del total nacional de establecimientos, mientras que, si tenemos en cuenta la mano de obra y el volumen de producción, alcanzan el 39'9 % y el 83'7 % del total nacional, respectivamente.

TAMAÑO DE EMPRESAS Y NÚMERO DE OBREROS

CUADRO I

Evolución del tamaño medio de las empresas entre 1966 y 1970

Años	España			Jijona		
	Empresas	Obreros	Media obreros/empresa	Empresas	Obreros	Media obreros/empresa
1966	378	5.282	13'9	29	1.565	53'9
1970	381	5.691	14'9	34	2.274	66'6

Fuente: Para España, Servicio Sindical de Estadística, *Estadística de producción industrial, 1966 y 1970*, Madrid; cf. pp. 59 y 61, respectivamente. Para Jijona en 1966, ibidem, *Catálogo de empresas y productos industriales. Industria de Alimentación*, Madrid, 1966, cf. p. 83; en 1970, Sindicato Provincial de Alicante.

Según el cuadro I, tomando como base 100 la dimensión de la empresa media nacional, a la de Jijona correspondía en 1966 el 387'7 % de la de España, y en 1970 el 446'9 %. En consecuencia, el proceso de concentración de las empresas de Jijona ha sido algo más rápido que en las nacionales, ya que durante este período de tiempo el tamaño de la empresa media de Jijona ha crecido en un 23'6 %, contra un 7'1 % en la nacional. Este crecimiento en la empresa media de Jijona se explica porque en 1966 el 58'6 % de los establecimientos industriales tenían menos de 25 obreros y ocupaban el 9'8 % de la mano de obra; sin embargo, en 1970 este mismo grupo de empresas sólo representaba el 47'1 % de las empresas y agrupaba al 6 % de la mano de obra (véase cuadro IV). Por otra parte, tenemos que en 1966 los efectivos de la mano de obra de Jijona eran el 29'5 % del total nacional, en tanto que en 1970 representaban el 40 %.

Al analizar de nuevo la distribución de las empresas, según el número de obreros, de Jijona y el resto del territorio nacional en 1970, vemos que el 47'1 % de los establecimientos de Jijona tienen menos de 25 obreros y agrupan sólo al 6 % de la mano de obra, mientras que en el resto de España este grupo

⁴ SERVICIO SINDICAL DE ESTADÍSTICA, *Estadística de producción industrial, 1970*, Madrid, 1971, 770 pp. Cf. p. 61.

⁵ Sindicato Provincial de Alicante.

CUADRO II

Distribución de la mano de obra según la dimensión de las empresas en 1970

A) Territorio nacional (sin Jijona)

	Hasta 5 obreros	6-10	11-25	26-50	51-100	101-250	> 250	Total
Número de empresas .	163	104	60	10	7	3	—	347
Total obreros . . .	399	808	1.066	311	425	408	—	3.417

Fuente: Servicio Sindical de Estadística, *Estadística de producción industrial, 1970*, Madrid, 1971, 770 pp. Cf. p. 61.

B) Jijona

	Hasta 5 obreros	6-10	11-25	26-50	51-100	101-250	> 250	Total
Número de empresas .	9	1	6	5	6	5	2	34
Total obreros . . .	27	6	104	194	454	800	689	2.274

Fuente: Sindicato Provincial de Alicante.

representaba el 94'3 % de los establecimientos y el 66'6 % de los obreros. De aquí se desprende la polarización que existe en Jijona en cuanto al tamaño de empresas, entre las pequeñas y las mayores de 100 obreros.

El 20'6 % de las empresas de Jijona quedan comprendidas entre 101 y más de 250 obreros y ocupan al 65'5 % de la mano de obra; por contra, en el resto de España este mismo grupo representa el 2'8 % de los establecimientos y el 24'3 % de los efectivos de la mano de obra (véase cuadro IV). Según el índice de Gini, la afirmación anterior queda confirmada, puesto que para Jijona da un índice igual a 0'481 y para el resto de España el 0'256.

MANO DE OBRA

La campaña de fabricación del turrón comprende tres meses: del 15 de septiembre al 15 de diciembre. Este carácter estacional de la industria y el hecho de que el volumen de producción esté condicionado en gran parte por la cotización de la almendra hacen que sea muy difícil precisar con exactitud el número de obreros que absorbe la industria durante la campaña y en los meses próximos a ella. Por esta razón se ha creído conveniente utilizar como fuente el censo de población de 1970, aunque en el apartado de tamaño de las empresas se haya utilizado los datos del Sindicato Provincial de Alicante.

Durante la campaña de 1970 trabajaron 3.500 obreros⁶, cifra que supone el 61'5 % del total nacional en el ramo. De ellos, 2.700 viven en el municipio y aproximadamente 800 proceden de los pueblos cercanos, de Murcia, la Man-

⁶ Según encuesta personal realizada en 1970 a los principales empresarios de Jijona.

CUADRO III

Distribución de las empresas de Jijona según el número de obreros (1966 y 1970)

Años	Hasta 5 obreros		6-10		11-25		26-50		51-100		101-250		> 250		Total	
	Empresas	Obreros	Empresas	Obreros	Empresas	Obreros	Empresas	Obreros	Empresas	Obreros	Empresas	Obreros	Empresas	Obreros	Empresas	Obreros
1966	8	25	1	7	8	125	4	163	4	299	3	516	1	429	29	1.564
1970	9	27	1	6	6	104	5	194	6	454	5	800	2	689	34	2.274

Fuente: Para 1966, Servicio Sindical de Estadística, *Catálogo de empresas y productos industriales. Industria de Alimentación*, Madrid, 1966; cf. p. 83. Para 1970, Sindicato Provincial de Alicante.

CUADRO IV
Porcentajes de empresas y obreros (1966 y 1970)

Años	Jijona, 1966		Jijona, 1970		España, 1970	
	Empresas	Obreros	Empresas	Obreros	Empresas	Obreros
Hasta 5	27'6	1'5	26'5	1'2	47'0	11'7
6- 10	3'4	0'4	3'0	0'2	30'0	23'7
11- 25	27'6	7'9	17'6	4'6	17'3	31'2
26- 50	13'8	10'5	14'7	8'5	2'9	9'1
51-100	13'8	19'2	17'6	20'0	2'0	12'4
101-250	10'4	33'0	14'7	35'2	0'8	11'9
> 250	3'4	27'5	5'9	30'3	—	—
<i>Total</i>	100'0	100'0	100'0	100'0	100'0	100'0

Datos elaborados a partir de los cuadros II y III.

cha y Andalucía, donde los contratan directamente agentes de las empresas. Su participación en la industria no plantea ningún problema de adaptación, debido a que el proceso de industrialización, salvo contadas fases especializadas, no exige gran pericia ni aprendizaje.

Los obreros procedentes de los pueblos cercanos diariamente se desplazan de sus lugares de procedencia mediante el transporte propio de las empresas. El resto de los obreros de origen más lejano se alojan en los mismos establecimientos fabriles.

CUADRO V

Análisis de la composición de la mano de obra según el sexo y la edad

Por falta de datos no se ha podido estudiar la totalidad de la mano de obra; solamente aquella que radica en el municipio.

Años	Población de hecho de Jijona	Número de obreros que trabajan en la industria del turrón
1969	7.658	2.278
1970	8.113	2.700

Fuente: Para 1969, Universidad de Valencia, Escuela de Investigación Operativa, *Modelo de Desarrollo de la Región Valenciana*, Valencia, Caja de Ahorros y Monte de Piedad, 1971, 18 vols., ciclostilados; cf. vol. V, Para 1970, *Censo de población, 1970*. (Despojo original.)

Si comparamos la población y los efectivos de la mano de obra de la industria del turrón de 1969 y 1970, vemos que estos últimos se incrementaron más rápidamente, debido principalmente a que la producción de turrón de 1969 había experimentado un descenso de un 21'5 % respecto al año precedente. Del total de obreros que viven en el municipio, es decir, 2.700, el 56'8 % está representado por la mano de obra masculina y el 43'2 % por la femenina.

Ahora bien, el carácter estacional de la industria nos lleva a analizar, al

CUADRO VI

Distribución por edad y sexo de la mano de obra de Jijona, 1970

Edad	Mujeres			Varones		
	Eventuales	Fijos	Total	Eventuales	Fijos	Total
14-18	166 (19'8) *	51 (17'7)	217 (19'3)	133 (12'0)	31 (6'6)	164 (10'4)
19-23	166 (19'8)	74 (25'7)	240 (21'3)	121 (10'9)	48 (10'3)	169 (10'7)
24-28	70 (8'4)	24 (8'3)	94 (8'4)	126 (11'4)	59 (12'6)	185 (11'8)
29-33	43 (5'1)	15 (5'2)	58 (5'2)	109 (9'9)	47 (10'1)	156 (9'9)
34-38	65 (7'8)	20 (6'9)	85 (7'5)	128 (11'6)	58 (12'4)	186 (11'8)
39-43	74 (8'8)	18 (6'3)	92 (8'2)	138 (12'5)	54 (11'5)	192 (12'2)
44-48	68 (8'1)	21 (7'3)	89 (7'9)	116 (10'5)	54 (11'5)	170 (10'8)
49-53	68 (8'1)	17 (5'9)	85 (7'5)	101 (9'1)	51 (10'9)	152 (9'7)
54-58	40 (4'8)	15 (5'2)	55 (4'9)	69 (6'2)	36 (7'7)	105 (6'7)
59-63	62 (7'4)	25 (8'7)	87 (7'7)	50 (4'5)	21 (4'5)	71 (4'5)
64-65	16 (1'9)	8 (2'8)	24 (2'1)	15 (1'4)	9 (1'9)	24 (1'5)
<i>Total</i>	838 (100'0)	288 (100'0)	1.126 (100'0)	1.106 (100'0)	468 (100'0)	1.574 (100'0)

* Porcentajes sobre el total de cada uno de los grupos.

mismo tiempo que la composición de la mano de obra por edad y sexo, la distribución de los obreros según sean eventuales o fijos.

	Hombres		Mujeres	
	Total	%	Total	%
Fijos	468	29'7	288	25'6
Eventuales	1.106	70'3	838	74'4
	1.574	100'0	1.126	100'0

De este modo, teniendo en cuenta la distribución típica de las mujeres según sean fijas o eventuales, se observa en los grupos extremos, excepto en el de 14-18 años, un mayor predominio de fijas que de eventuales respecto a

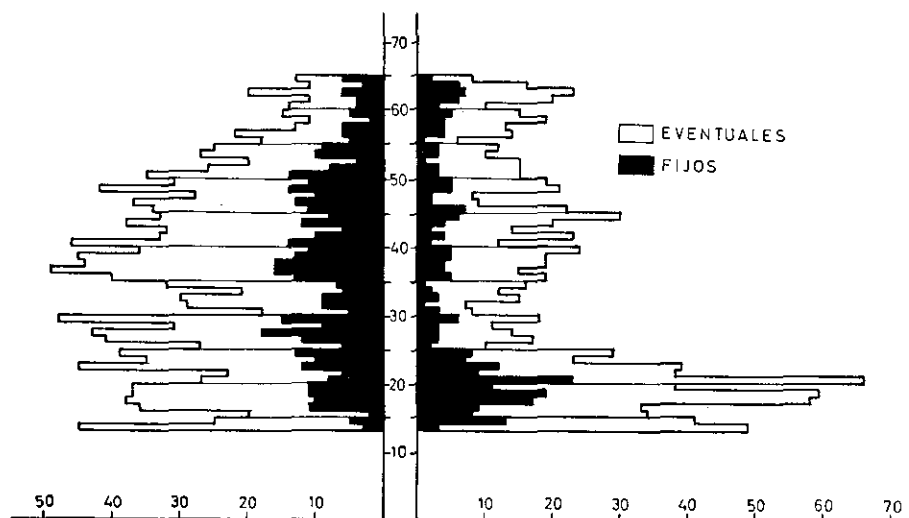


Fig. 1.—Jijona. Distribución por edad y sexo de la población activa del turrón en 1970

la distribución normal, mientras que en los grupos intermedios ocurre a la inversa.

Sin embargo, en los hombres el comportamiento de los grupos es distinto. Una vez cumplido el servicio militar, tiende a haber una mayor concentración de fijos que de eventuales en relación a la distribución global.

Los grupos de edad comprendidos entre 14 y 23 años absorben al 43 % de los efectivos de la mano de obra femenina, pero ello obedece al gran porcentaje de mujeres que se casan y abandonan el trabajo a partir de esta edad, en tanto que en los hombres sólo representa un 20 %.

LAS MATERIAS PRIMAS

La industria del turrón se encuentra estrechamente vinculada al desarrollo de la agricultura. Por ello hemos de hacer constar las peculiares circunstancias en que se halla dicha industria a la hora de abastecerse de materias primas, pues el turrón es un producto elaborado a base de almendra, azúcar y miel, principalmente.

La almendra

Constituye la partida más importante en la formación del precio de venta del turrón y en cuanto a inversión de capital para la adquisición de materias primas. Esto queda confirmado ante la cifra de producción destinada al mercado interior, ya que en su mayor parte es absorbida por la industria del turrón.

La industria de Jijona consume alrededor de 7.000 toneladas métricas anuales de almendra en grano. No obstante, este consumo puede variar por dos motivos: porque la producción de almendra registra fuertes oscilaciones, a causa de las circunstancias climáticas y particularmente por las heladas tardías, y, en segundo lugar, porque el precio de la almendra en el árbol está sujeto a las vicisitudes de la cotización que fije el mercado, modificado en más o en menos según el rendimiento en grano que se obtenga en 100 kilogramos de almendra cáscara.

Entre las distintas variedades de almendra que intervienen en el proceso de fabricación del turrón, destacan por su mayor consumo la Comuna y la Marcona. Los mercados proveedores preferentes son íntegramente levantinos:

- La Comuna de la provincia de Alicante, principalmente la llamada *del terreno*.
- La Comuna de Murcia, Granada y Mallorca.
- La Marcona de Castellón, Cartagena y Alicante.

El azúcar

Por lo que se refiere al azúcar, la fabricación del turrón absorbe un 57 % de azúcar nacional y un 43 % de azúcar cubano importado, lo cual en conjunto viene a ser un total consumido de 6.000 toneladas métricas.

La producción de azúcar española hasta 1970 resultaba deficitaria para abastecer a todo el mercado nacional; en consecuencia, en 1965 se firmó un convenio con Cuba por el cual España se comprometía a comprar azúcar cubano a cambio de exportar a esta nación productos transformados a partir del azúcar. Aunque el precio del azúcar cubano importado (0'0671 dólares por libra FOB, equivalentes en 1965 a 8.875 pesetas por tonelada) es bastante

más elevado que el del mercado internacional, lo cierto es que aun así resulta más barato que el español y de mejor calidad.

La miel

De la total producción melífera de España, Jijona absorbe alrededor de 6.000 ó 7.000 toneladas métricas, preferentemente de Valencia, Cuenca y Alicante.

PRODUCCIÓN

Las características alimenticias del turrón y su demanda, principalmente limitada a una época del año, hacen que la producción se ajuste a las necesidades de consumo, tanto interior como exterior.

Comparando las empresas de Jijona y las de toda el área nacional, se observa de nuevo el predominio de Jijona dentro del sector, ya que el crecimiento de la producción de turrón durante este período de tiempo ha sido de un 23 %, mientras que la nacional disminuyó en un 30 %. De este modo, la producción de Jijona en 1967 representaba el 56'4 % de la nacional, en tanto que en 1970 fue del 83'7 %.

CUADRO VII
Producción de turrón

Años	España		Jijona	
	Toneladas	% de aumento sobre 1967	Toneladas	% de aumento sobre 1967
1967	13.653	—	6.500	—
1968	13.811	+1'1	7.000	+7'6
1969	6.878	—50'7	5.500	—15'4
1970	9.550	—30'1	8.000	+23'0
1971	—	—	8.000	+23'0
1972	—	—	8.500	+30'7

Fuente: Para España, Servicio Sindical de Estadística, *Estadística de producción industrial*, 1967 a 1970. Para Jijona, Sindicato Provincial de Valencia.

Resulta interesante comentar la campaña de 1968-69, porque revela la influencia que ejerce la cotización de la almendra en la producción de turrón.

El aumento de precio de la almendra a partir de la Navidad de 1968, con una elevación media de unas 10 pesetas por kilogramo, confirmado en el gran aumento autorizado de septiembre de 1969 (de 35 a 40 pesetas por kilogramo), trajo consigo la reducción de la producción nacional a la mitad respecto de 1967, consecuencia de una menor demanda, y, por tanto, el incremento del precio del turrón, que obedeció, de una parte, a la baja producción de almendra registrada en la campaña 1967-68 (36.800 toneladas métricas en grano, contra

22.770 en la campaña 1968-69) y, de otra parte, a la necesidad de adaptar los precios a las exigencias de los industriales por el aumento de los impuestos y del coste de la mano de obra.

EL CRECIMIENTO INDUSTRIAL DEDUCIDO DE LA INVERSIÓN

Se puede afirmar que el crecimiento industrial de Jijona durante los años 1967-71 se ha basado en la ampliación de las empresas existentes, dando lugar a la creación de 293 puestos de trabajo; sin embargo, existe una pequeña diferencia entre las empresas censadas en Sindicatos entre 1966-70 y los datos de inversiones del Ministerio de Industria destinados a la creación de nuevas empresas durante el mismo período⁷. Hecha esta salvedad, el análisis del proceso de inversión industrial recalca la anterior afirmación: del total de las inversiones, 22.874 miles de pesetas, llevadas a cabo entre 1967-71, el 95'4 % ha estado destinado a la ampliación de industrias que ya existían en 1967, y el 4'6 %, a la inversión en maquinaria de una empresa de nueva creación⁸.

CUADRO VIII

Inversiones de la industria del turrón de Jijona y de la industria alimenticia provincial (en miles de pesetas)

Años	Jijona	% sobre el total de la industria alimenticia	Industria alimenticia provincial
1967	5.939	5'7	104.166
1968	8.880	4'9	182.211
1969	1.333	1'5	86.254
1970	6.720	5'3	127.542
1971 *	—	—	—

* En 1971 no hubo ninguna inversión.

Fuente: Ministerio de Industria, revista *Economía Industrial*, Madrid.

El año de máxima inversión fue el de 1968, con un crecimiento respecto al año precedente de un 49'5 %, mientras que la producción sólo se incrementó en un 7'6 %. No obstante, estas inversiones nunca pudieron aparecer reflejadas en su totalidad en el mismo año, sino en el siguiente; pero, como se ha explicado anteriormente, 1969 fue un año de crisis para el sector y para la industria alimenticia en general; por lo tanto, es en 1970 cuando la producción aumentó en un 23 %.

A partir de 1970 parece que el crecimiento industrial de Jijona se haya

⁷ Ver apartado «Evolución del tamaño de las empresas».

⁸ A partir de febrero de 1969, las relaciones de industrias registradas en la revista *Economía Industrial*, del Ministerio de Industria, sólo incluyen aquellas industrias que tienen una inversión en maquinaria igual o superior a un millón de pesetas.

estancado. Las inversiones realizadas en ese año se debían de haber traducido en un aumento de producción en 1971, y no sólo no fue así, sino que no hubo ninguna inversión y la producción de 1972 solamente creció en un 6'2 % respecto a 1971.

Las causas de este estancamiento se deben al problema de mercado exterior que tiene planteado la industria, ya que la exportación entre 1967-72 se ha reducido a la mitad, y aproximadamente el 90 % de la producción tiene que dedicarla al mercado nacional⁹.

LA EXPORTACIÓN

La exportación del turrón representa en valor el 0'003 % del comercio exterior de España, con una aportación a la balanza de pagos de cinco millones de dólares. Esta cifra representa la media a través de 1967-72, dado que el elemento indicador de expansión en el comercio exterior del turrón radica en el mercado cubano.

Normas para la exportación

Las exportaciones llevadas a cabo desde el período de la postguerra hasta 1961 apenas habían sufrido regulación alguna. A partir de esta fecha se dispuso una serie de normas generales con el fin de ordenar las exportaciones del sector.

En 1965 se hizo evidente que para acrecentar la exportación del turrón con vistas al futuro convenía modificar la reglamentación de acuerdo con las normas vigentes en el mercado internacional. Según esas normas, sólo se permitiría exportar las categorías comerciales «Suprema» o «Extra» y «Primera», con objeto de facilitar los análisis efectuados por el SOIVRE.

Régimen administrativo de las exportaciones

El turrón, podemos decir en general, es un producto que precisa unos requisitos determinados para su exportación, o a veces está contingentado por el país importador. A tal efecto, las exportaciones se llevan a cabo por el sistema de licencia por operación o por la de régimen de reposición de mercancías con franquicia arancelaria. Esta última se autoriza a todas aquellas personas o entidades que, exportando productos transformados, soliciten la importación con franquicia de materias primas o semielaboradas necesarias para reponer las utilizadas en las mercancías exportadas. Tal es el caso del mercado cubano.

⁹ Ver apartado «Análisis del mercado exterior».

CUADRO IX
Exportación mensual de turrón en España, 1967-1972
 (En kilogramos)

Años	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total anual
1967 . . .	—	—	—	815	230	545	2.849	70.073	137.241	1.869.001	25.842	19.131	2.125.727
1968 . . .	270	2.040	136	305	2.692	603	1.818	123.049	126.886	1.271.311	140.751	73.943	1.743.804
1969 . . .	300	1.470	583	2.167	2.086	329	19.695	133.903	178.802	415.648	77.384	20.085	852.452
1970 . . .	1.153	1.743	276	147	301	906.711	9.820	91.906	184.660	99.891	347.795	207.954	1.852.357
1971 . . .	—	367	1.084	150	4.741	4.417	17.191	332.406	401.006	113.621	92.340	20.380	987.703
1972 . . .	1.237	312	6.247	2.242	4.836	6.493	6.912	3.214	128.221	307.738	457.492	134.022	1.058.966
Total . . .	2.960	5.932	8.326	5.826	14.886	919.098	58.285	754.551	1.156.816	4.077.210	1.141.604	475.515	8.621.009
Media . .	493'3	989	1.387'6	971	2.481	153.183	9.714	125.758'5	192.802'6	679.535	190.267'3	79.252'5	

Fuente: SOIVRE.

Exportación mensual de turrón en Jijona, 1967-1972
 (En kilogramos)

Años	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total anual
1967 . . .	—	—	—	815	230	545	2.849	67.233	137.211	1.868.849	24.813	15.092	2.118.637
1968 . . .	252	2.003	136	305	2.692	573	1.818	117.584	97.121	1.238.331	133.189	32.445	1.627.349
1969 . . .	300	1.434	583	2.167	2.043	39	19.584	84.935	174.096	411.193	68.366	9.092	773.832
1970 . . .	1.084	1.743	276	147	301	906.711	9.820	91.906	181.033	32.857	330.349	4.365	1.560.592
1971 . . .	—	367	1.062	144	4.741	4.417	17.097	331.584	396.024	112.681	91.383	20.377	979.877
1972 . . .	1.237	312	6.247	2.242	4.836	6.493	6.912	3.214	128.221	307.738	457.492	134.022	1.058.966
Total . . .	2.873	5.859	8.304	5.820	14.843	918.778	58.080	696.456	1.113.706	3.971.649	1.105.592	215.393	8.119.253
Media . .	478'8	976'5	1.384	970	2.473'8	153.129'6	9.680	116.076	185.617'6	661.941'5	184.265'3	35.898'8	

Fuente: SOIVRE.

Características de la exportación del turrón

El comercio exterior del turrón se caracteriza por una fuerte estacionalidad. La campaña abarca aproximadamente unos seis meses, dando comienzo en julio para alcanzar la máxima exportación en octubre, y termina en diciembre.

Según el cuadro IX, la media mensual del mes de octubre representa el 47'3 % del total de los envíos efectuados entre 1967-1972 y es mil trescientas ochenta veces superior a la media de exportación de enero. Sin embargo, parece que la estacionalidad muestre tendencia a decrecer, ya que la exportación de

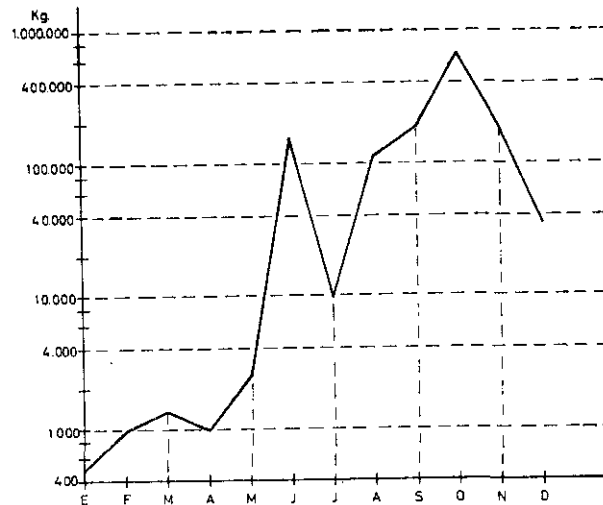


Fig. 2.—Exportación media mensual del turrón en España (1967-72)

octubre de 1967 llegó a ser el 88 % del total de las ventas al exterior registradas ese año, mientras que el mes de máxima exportación de 1972 representó el 43 %.

El incremento del mes de junio que se observa en el gráfico se debe a una irregularidad en el ciclo anual de la exportación, ya que en 1970 los envíos a Estados Unidos se adelantaron a causa de la huelga portuaria que tendría lugar unos meses después.

Por otra parte, conviene poner de relieve la coincidencia casi absoluta entre las medias mensuales de Jijona y las del conjunto nacional; solamente se observa una ligera diferencia en los totales anuales, según que las ventas de Jijona al exterior hayan oscilado entre el 84 y el 100 % del total de cada campaña.

Análisis del mercado exterior a través de las campañas 1967-72

Cuba fue el primer país cliente, con un aumento de consumo en la campaña de 1967 del 1'6 % sobre las cifras de la campaña anterior (1.436 toneladas

CUADRO X
Exportaciones de turrón a los principales países, 1967-1971
 (En kilogramos)

Años	Cuba	USA	Andorra	República Dominicana	Argentina	República Federal Alemana	Bélgica	Francia
1967	1.458.400	542.545	28.076	8.521	16.049	8.582	10.955	2.615
1968	990.206	594.087	34.688	7.760	20.987	3.982	9.280	6.526
1969	1.000	687.000	35.000	9.000	17.000	13.000	6.000	5.000
1970	4.000	899.000	37.000	12.000	32.000	6.000	12.000	38.000
1971	713	713.000	49.309	15.000	2.000	27.000	16.000	45.000

Fuente: Ministerio de Comercio, *Estadística de comercio exterior de España*.

métricas). Su importación, juntamente con la de USA (que aumentó en 1967 un 11'2 %), fueron las de mayor interés. La exportación a los dos países representó el 94'1 % sobre el total de los envíos efectuados por España en 1967.

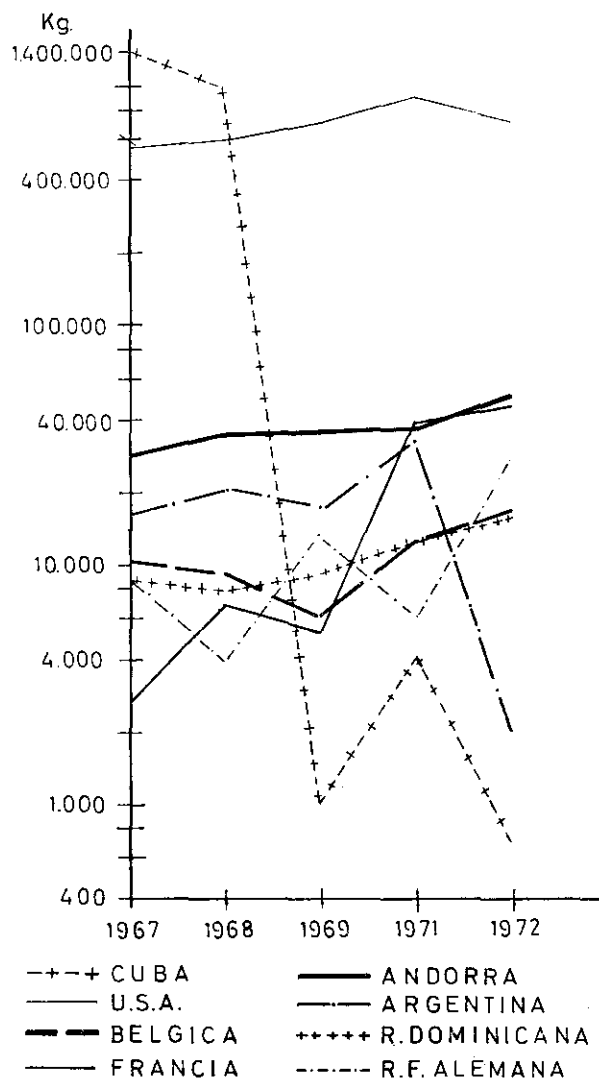


Fig. 3.—Exportación nacional de turrón a los principales países (1967-71)

Aparte de estos dos países cabe destacar, si bien a mucha distancia, las exportaciones dirigidas a Andorra —que posiblemente sea un centro de redistribución—, a Argentina y Bélgica, que experimentaron aumentos respec-

tivos del 22'9, 16'4 y 17'9 % respecto al año anterior, y la reducción del porcentaje de compra de la República Federal Alemana en un 31'8 %.

En la campaña de 1968 se registró una disminución relativa del 18 % en las exportaciones, consecuencia del aumento de precio del producto.

Cuba siguió ocupando el primer puesto, si bien, paralela a la reducción general en envíos de este año, también hubo una disminución de la exportación a dicho país del orden de un tercio. No obstante, su importación representó un 54'3 % respecto a la cifra total, porcentaje que continúa siendo elevado, pero fue menor a los de 1966 y 1967.

Estados Unidos incrementó sus compras en un 9'5 % en relación a la campaña anterior, mientras Argentina y Andorra lo hicieron en un 30'7 y en 23'5 %, respectivamente (siempre referido a pesos y no valores).

La campaña de 1969 fue la más significativa dentro de la evolución general del sector. Por una parte, se redujeron las exportaciones en un 60 % respecto a 1967 por el aumento de precio de la almendra y por la práctica desaparición de los envíos a Cuba, que si en 1967-68 había sido el primer cliente de España en el sector, en cambio este año sólo importó una tonelada. En consecuencia, Estados Unidos, con un incremento semejante al de las campañas anteriores, pasó a ocupar el primer lugar entre los países compradores y su importación representó el 80 % en relación a la exportación total de este año.

Las importaciones de Argentina y República Federal Alemana apenas ofrecen importancia si las consideramos en cifras absolutas; no obstante, las exportaciones hacia estos países crecieron en un 60 y en un 225 %, respectivamente.

La baja producción de almendra en 1968-69 repercutió en la campaña de 1970 en la disminución de la demanda (—12'9 %) respecto a 1967.

Estados Unidos seguía ocupando el primer lugar, con un aumento respecto al año anterior del 30'8 %, y la participación en la exportación total fue de un 48'5 %. Cuba multiplicó su importación por cuatro respecto a la campaña anterior; sin embargo, su representación en la exportación total es mínima (0'2 %). Entre los restantes países cabe destacar la importación de Francia, con 38 toneladas en 1970 por sólo 5 en el año precedente.

Por último, las campañas de 1971 y 1972 se caracterizaron por la reducción de las exportaciones, aproximadamente en la mitad, y por la participación de Jijona en la campaña de 1971 en un 99'2 % y en 1972 en el 100 % sobre el total de las exportaciones de cada uno de los años.

Problemática de la exportación turroneira

Un aspecto básico de la problemática del sector reside en la exportación. Durante el período 1967-72 las ventas realizadas en el exterior quedaron reducidas a la mitad. Ello obedece, por una parte, a que la oferta de las empresas exportadoras aparece con frecuencia excesivamente fraccionada y dispersa, lo que repercute a la hora de querer incrementar sus ventas o penetrar en nuevos mercados exteriores. No obstante, se está llevando a cabo la ordenación co-

mercial exterior con el fin de solucionar el problema. Tal ordenación consiste en la formación de un grupo o varios de empresas exportadoras del producto que se sometan voluntariamente a una regulación unitaria por conveniencias de su comercialización. Para su constitución es preciso que las empresas agrupadas representen al menos el 80 % del valor total de las exportaciones por campaña o alcancen la cifra mínima de 100 millones de pesetas al año. A cambio, las sociedades creadas por los exportadores podrán acogerse a una serie de beneficios de carácter fiscal y crediticio.

Hasta ahora sólo doce de las empresas de Jijona han querido paliar sus problemas de comercialización en el exterior mediante la creación de Export-Turrón, S. A. Esta asociación se creó en 1969, y sus ventas representan el 80 % del total del futuro sector.

Los objetivos principales de esta agrupación están cifrados en:

- La total adhesión de los fabricantes de Jijona.
- La programación de la marca «Spania», a fin de lanzar una sola marca al mercado con el apoyo de todas las empresas de la nación.

Pero la sociedad no llega a su máximo desarrollo por las dificultades internas y porque parte de las empresas no integradas en ella han obtenido las mismas ventajas sin haber formado sociedad alguna.

Por otra parte, tenemos el problema de mercado exterior que tiene planteado el sector, pero concretamente Jijona, ya que la exportación total de España entre 1967-72 ha disminuido en un 50 %; pero si nos fijamos en los totales anuales, las ventas de la ciudad en el exterior han oscilado entre el 84 y el 100 % del total de cada campaña.

Jijona se encuentra condicionada a los clientes tradicionales, mercados inseguros por la reestructuración de sus economías, y, por lo tanto, no puede aumentar su capacidad de consumo en el exterior si no abre nuevos mercados.

Como hemos visto en el apartado de análisis de mercados, Cuba fue el primer país comprador hasta 1969, representando su exportación el 68'6 y 54'3 % en 1967 y 1968, respectivamente, en relación al total anual. Pero por razones económicas dejó de importar el producto y ha supuesto la práctica desaparición de las exportaciones a este país.

Estados Unidos es, sin duda, un mercado potencial importante. El porcentaje de turrón que hoy se consume en dicho país, comparado con su poder adquisitivo, resulta insignificante, debido a que se ignora el producto y el volumen de exportación es casi exclusivo para el consumo de hispanoamericanos y algo de los italianos residentes en el mismo.

El mercado tradicional latinoamericano disminuye su consumo a causa de la situación de las economías de estos países y porque, teniendo en cuenta las características del producto, es habitual la aplicación de fuertes aranceles. Por ejemplo, Puerto Rico le aplica un 14 % sobre su valor; Argentina, un 32 %, etcétera, y en algunos países, tales como Méjico, Venezuela, Uruguay, Chile y Colombia, la exportación es nula por la protección de los respectivos gobier-

nos a sus industrias. Únicamente la exportación de turrón a Puerto Rico ofrece posibilidades de comercialización, y es considerado como el tercer país comprador.

Las perspectivas de mercado en la Comunidad Económica Europea son difíciles, frente al consumidor, porque el turrón continúa sin percibir ventajas arancelarias y sigue figurando en la lista de artículos sujetos a reglamentación específica. Además, frente a los industriales, para que la exportación sea rentable es preciso exportar en masa, y para ello es necesario lanzar grandes campañas publicitarias, pues no hay que olvidar la competencia que ofrecen los turrónes fabricados en Italia (Cremona, Milán y Perugina), de gran fama en los mercados europeos, y los de Francia y Turquía, aunque de menor importancia.

En resumen, hasta ahora los mercados exteriores más importantes del turrón han sido países subdesarrollados, en que el consumo de este producto es herencia de la colonización española, y que en la actualidad, por razones económicas, reducen las importaciones. En consecuencia, Jijona tiende a intensificar sus ventas en países desarrollados, pero necesita hacer grandes inversiones, entre otras, en publicidad financiadas por la misma industria y por el Estado.