

EL NEGOCIO DEL TURRÓN EN LA LOCALIDAD PACENSE DE CASTUERA. UNA REVISIÓN HISTÓRICA

THE NOUGAT BUSINESS IN THE TOWN
OF CASTUERA. A HISTORICAL REVIEW

MARÍA INMACULADA FERNÁNDEZ MARTÍN
Universidad de Extremadura

INDICE: RESUMEN–SUMMARY.- 1. INTRODUCCIÓN.- 2. LOS INICIOS DEL TURRÓN EN LA LOCALIDAD DE CASTUERA.- 3. EL TURRÓN EN LA LOCALIDAD DE CASTUERA A MEDIADOS DEL SIGLO XIX. UNA VISIÓN COMPARADA CON LA INDUSTRIA TURRONERA A NIVEL NACIONAL.- 4. SIN EVIDENCIAS DEL TURRÓN DE CASTUERA A PRINCIPIOS DE SIGLO XX EN FUENTES EMPRESARIALES HISTÓRICAS.- 5. LA SITUACIÓN DEL NEGOCIO TURRONERO EN LA ACTUALIDAD.- 6. CONCLUSIONES.- 7. BIBLIOGRAFÍA.

RESUMEN:

El negocio de turrón ha tenido una especial vinculación con la localidad extremeña de Castuera, asociándose el producto y el territorio de tal forma que es reconocida la actividad en la localidad y esto favorece la imagen de marca de las empresas allí localizadas.

En este trabajo el objetivo que se persigue es realizar una primera aproximación a la historia del negocio del turrón en la localidad de Castuera, intentando realizar una comparativa a nivel nacional. Para cumplir con este objetivo nos hemos servido de una revisión histórica a través de fuentes secundarias, la información aparecida en los periódicos y los catálogos comerciales.

La conclusión principal a la que llegamos es que el negocio del turrón ha sido una de las especializaciones productivas y motor económico de la localidad.

Palabras clave: Turrón, Castuera, Empresas, Empresarios, Historia de la empresa.

ABSTRACT:

The nougat business has had a special link with the Extremaduran town of Castuera, associating the product and the territory in such a way that the activity in the town is recognized and this favours the brand image of the companies located there.

In this work the objective pursued is to make a first approach to the history of the nougat business in the town of Castuera, trying to make a comparison at the national level. To meet this objective, we have made use of a historical review through secondary sources, the information appearing in newspapers and commercial catalogues.

The main conclusion we reach is that the nougat business has been one of the productive specializations and economic engine of the town.

Keywords: Nougat, Castuera, Companies, Entrepreneurs, Company history

1. INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia de la localidad extremeña de Castuera siempre se ha apreciado una especial vinculación con el negocio del turrón, no solo con su fabricación sino también con la venta en la mayoría de las localidades y pueblos de la región, estando presente en sus ferias y celebraciones. Tal es la vinculación existente entre producto y territorio que con solo pasearse por las calles de la

localidad se puede apreciar que unas de las pocas estatuas conmemorativas de las que dispone Castuera está basada en la figura del turroneiro, hecho que ya nos demuestra el aprecio de la gente de la localidad con este producto, pero también nos encontramos que el museo de la localidad presenta como temática principal el proceso de elaboración de este noble producto, tal es su impacto que podemos mencionar que es normal encontrarnos en la bibliografía existente claras referencias a este museo (Delgado, 2006, 2008 y 2012; Valadés, 2015; González, 2017; Rebollo, 2019).

Pero este negocio no ha sido solo una tradición para la localidad de Castuera, a día de hoy sigue siendo uno de las fuentes de generación de empleos y rentas para el municipio, tanto que podemos comprobar en estudios que analizan la situación actual de la empresa extremeña que mencionan este producto, claro ejemplo de ello es el análisis realizado por Rangel (2018a), donde analizado las concentraciones empresariales de empresas dedicadas a un mismo sector, hace referencia dentro de la especialización agroalimentaria en la localidad de Castuera a las empresas turroneiras.

Es por ello, que el objetivo principal que marcado a la hora de realizar esta investigación es la de analizar desde una perspectiva histórica el devenir del negocio turroneiro en la localidad de Castuera, realizando un análisis comparativo con otros puntos productores de este mismo producto¹.

Para cumplir con el objetivo que nos hemos marcado nos vamos a servir de un análisis cualitativo, y en la medida de lo posible se presentarán indicadores cuantitativos sobre el negocio, a través de diversas fuentes. Las principales fuentes de las que nos vamos a servir son: 1. Análisis bibliográfico, estudios existentes sobre el negocio del turón que nos muestren comparativamente la situación de Castuera con otros enclaves turroneiros; 2. El Diccionario Geográfico-Estadístico-Histórico de España y sus posesiones de ultramar de Pascual Madoz realizado en (1850) que nos permite hacernos una visión general de un negocio concreto a través de su consulta como pone de manifiesto el análisis realizado por Rangel (2018b) y Rangel y Cruz (2019) aplicados ambos a la economía extremeña; 3. La prensa histórica que puede ser consultada a través de la Biblioteca Virtual de Prensa Histórica del Ministerio de Cultura y Deporte del Gobierno de España² o la Hemeroteca Digital de la Biblioteca Nacional de España³ en estas colecciones

¹ Este trabajo parte de la investigación realizada para la obtención del Grado en Administración y Dirección de Empresa titulado “Desarrollo y evolución de la industria turroneira en la localidad de Castuera. Un análisis histórico y comparado” bajo la dirección Vanesa Abarca Abarca, a quién agradezco los comentarios y las correcciones que me han ayudado a mejorar esta investigación. Fernández (2019).

² Disponible en el siguiente enlace web: <https://prensahistorica.mcu.es/es/inicio/inicio.do>

³ Disponible en el siguiente enlace web: <http://hemerotecadigital.bne.es/index.vm>

no solo nos vamos a encontrar periódicos sino también nos encontramos una fuente de excelente valor como el *Anuario-almanaque del comercio, de la industria, de la magistratura y de la administración*, que en sus diferentes versiones presenta una colección entre 1879 y 1911 con información de todas las localidades que nos permiten comprobar las empresas anunciantes para cada tipo de producto⁴; 4. La Biblioteca Pública Municipal “Francisco Valdés”, donde hemos podido comprobar el *Anuario Industrial, Mercantil y Guía gráfica de la Provincia de Badajoz* publicado por el Financiero en el año 1926 que muestra una descripción de todas las localidades de la Badajoz con información sobre empresas y especialización productiva.

Como nota metodológica en este análisis nos vamos a servir del enfoque que se propone por los historiadores de la empresa a través del ciclo de vida de las aglomeraciones empresariales, como nos indica Branco y Lopes (2018) indicadores tales como el número de empresas o número de empleados podemos analizar la evolución del ciclo de vida de un negocio en un territorio en el que la teoría económica nos ha informado de la existencia de cuatro etapas diferenciadas: nacimiento, crecimiento, madurez y declive, en el que estos indicadores empiezan a presentar tendencias muy diferenciadas para cada uno de ellos. A parte claro está de la necesidad de realizar un análisis cualitativo de estos tipos de aglomeraciones como se muestra en el estudio de Rangel, Parejo y Cruz (2019).

Para realizar este artículo se presenta una estructura en siete apartados. El primer punto es la introducción donde se presentan los objetivos y la temática del estudio, que no es otro que la industria del turrón de Castuera en el contexto histórico de la industria a nivel extremeño y nacional. En el segundo punto se analiza la historia de la localidad de Castuera en búsqueda de los inicios del negocio del turrón a través de la bibliografía existente. En el tercer punto nos centramos en la foto fija del año 1850 para comprobar la situación del negocio del turrón en el contexto nacional durante este periodo. En el cuarto punto se comprueba la situación del negocio del turrón en la localidad de Castuera desde finales del siglo XIX hasta el primer cuarto del siglo XX. En el quinto punto se muestra la situación del turrón de Castuera a finales del siglo XX a través de la bibliografía existente. Y por último se presenta la situación actual del negocio del turrón a través de un análisis de la base empresarial SABI. Con esta estructura se pretende obtener una visión completa del negocio desde sus inicios hasta la actualidad.

⁴ Como bien afirma Carretero (2014) la prensa histórica es una excelente fuente para el análisis a nivel local.

2. LOS INICIOS DEL TURRÓN EN LA LOCALIDAD DE CASTUERA

Antes de comenzar con este análisis debemos señalar que la historia de la empresa en Extremadura, y como consecuencia también en la localidad de Castuera, viene marcada por una incapacidad histórica de la región de crear un tejido industrial potente como bien señala el excelente manual dirigido por Santiago Zapata (1996a), el trabajo de Llopis y Zapata (2001) o Parejo y Rangel (2014). En este sentido debemos advertir que la tónica general demostrada por la histórica económica es la especialización agraria sin industria durante todo el siglo XIX y XX (Zapata, 1996b), aunque si podemos comprobar algunas empresas existentes con un cierto dinamismo en los estudios de Pedraja (1996 y 2006) que califica en tejido industrial extremeño a principios del siglo XX como raquíto y estudios centrados en un periodo histórico más reciente, como es el caso de Linares (2017) nos indican una fase de crecimiento de la economía y la empresa extremeña aunque no lo suficiente para lograr una convergencia total con el resto de España, por lo que no se ha podido salvar aun la brecha histórica existente. Encontrándonos una situación actual en el que domina la pequeña y microempresa en el tejido productivo extremeño (De la Calle, 2015 y Rangel, 2018a), con una gran presencia de la industria agroalimentaria (Cortés, 2015). Por lo que durante todo el artículo debemos tener en cuenta el marco económico e histórico en el que se encuentra la empresa turrонера de Castuera.

Centrando ya la atención en conocer los inicios del turrón en España, y más concretamente en Extremadura, se debe mención que este hecho no es fácilmente localizable debido a la presencia de este dulce en nuestra dieta tiene un largo recorrido histórico. Pero si tenemos que marcar un punto de partida nos tenemos que remontar a la Edad Media, donde este dulce tan característico de la navidad, podemos entender que se empieza a elaborar en el territorio español, aunque los investigadores que han centrado su atención en este producto no se ponen de acuerdo si fecharlo en el siglo XIV o XV, como pone de manifiesto el trabajo realizado por Galiana (1986). Dos estudios más recientes Cadiñanos (2017) y López (2016) que analizan en el negocio de turrón señalan que el comienzo de la elaboración de este producto se realizase en España por primera vez desde la zona de Alicante, y presumiblemente fuese en el municipio de Jijona, de ahí que se derive su gran tradición en este producto.

Centrando la atención en buscar los inicios de la elaboración de este dulce en tierras extremeñas no encontramos evidencia de la existencia de la elaboración del turrón en la localidad de Castuera hasta el año 1791 donde a través del viaje por los pueblos de la comarca de la Serena del Magistrado Cúbeles los

investigadores Agúndez (1955) y Retamal (2012) nos muestra que en esa fecha ya se producía en abundancia el turrón en la localidad de Castuera. Aunque si fijamos nuestra atención en el año 1750 la localidad de Castuera ya presenta una gran especialización en la renta generada por los confiteros con respecto al resto de las tierras extremeñas (Fernández, Rangel, Parejo y Cruz, 2020), hecho que contrasta también con las rentas generadas a nivel regional donde no destaca este grupo de actividad (Melón, 1996). Es más si nos centramos en el caso concreto de la comarca de la Serena podemos apreciar que solamente existen dos localidades en las que se declaran rentas por parte de los confiteros (Cabeza del Buey y Castuera), por lo que podemos hacer referencia a que no era una profesión tan extendida en la época, y por tanto, podemos estar contemplando la existencia de la fabricación de turrón en la localidad, aunque todavía a efectos prácticos no se tenía en cuenta el oficio de turronero como una categoría propia, sino dentro de una denominación más genérica como es la de confitero. Concretamente para la localidad de Castuera estamos haciendo referencia a la declaración de 990 vellones sobre un total de 563.546 en la localidad, lo que supone un 2% de las rentas generadas en la localidad. Y que el total de las rentas generadas por los confiteros en la provincia de Extremadura en esta época asciende a 119.070 por lo que estamos haciendo referencia a aproximada un 1% del total estando presente estas rentas únicamente en las localidades de Acerbo, Alberca, Alburquerque, Alcántara, Badajoz, Barcarrota, Bienvenida, Brozas, Cabeza del Buey, Cáceres, Casar de Palomero, Casatejada, Castuera, Ceclavín, Cilleros, Coria, Fuente del Maestre, Garrovillas, Herrera del Duque, Hinojosa del Duque, Jarandilla, Puerto de Santa Cruz, Los Santos, Llerena, Malpartida, Mérida, Mirabel, Plasencia, Pozuelo, Serradilla, Serrejón, Torrejoncillo, Torremocha, Trujillo, Valverde, Villafranca y Zafra (INE, 2000).

3. EL TURRÓN EN LA LOCALIDAD DE CASTUERA A MEDIADOS DEL SIGLO XIX. UNA VISIÓN COMPARADA CON LA INDUSTRIA TURRONERA A NIVEL NACIONAL

El *diccionario geográfico-estadístico-histórico de España y sus posesiones de ultramar* publicado por Pascual Madoz en 1850 se encuentra disponible para su consulta a través de la Biblioteca Virtual de Andalucía⁵, antes de comenzar con su análisis debemos mencionar que, aunque nos presenta una panorámica de todas las localidades españolas también presenta ciertas limitaciones, e incluso podemos hacer referencia a omisiones, debido que se trata de una descripción cualitativa

⁵ Disponible en el siguiente enlace web: <http://www.bibliotecavirtualdeandalucia.es/catalogo/es/consulta/registro.cmd?id=6353>

de los municipios, y, por tanto, se puede llegar a ponderar en unas localidades más que en otras una actividad concentra. Aun así, a nivel local esta fuente nos permite comprobar aspectos cualitativos asociados a un municipio como pueden ser las fuentes económicas, los negocios existentes, la comercialización que se produce de un determinado producto o los servicios de los que se dispone. El potencial que tiene esta fuente se puede comprobar en el estudio de Zarandíeta y Calero (1983) que realizaron una panorámica de la situación que atraviesa el sector vitivinícola a través de esta fuente.

En este caso la metodología de estudio que se ha seguido es la misma que se utiliza en trabajo de Rangel (2018b), es decir, se presenta una búsqueda manual de los dieciséis tomos en los que se compone el diccionario de Pascual Madoz. En la ejecución de esta búsqueda se debe resaltar en primer lugar que se han localizado muy pocas referencias al turrón, pero las referencias existentes nos permiten realizar una imagen fiel de donde se elaboraba este preciado dulce navideño, como se trata de un descripción cualitativa la que se encuentra contenida en esta obra además se puede conocer donde se consumía el turrón, pero también permite saber cuáles eran los turrones que disponían de una mayor fama en el territorio español durante esta época.

Los resultados obtenidos de este análisis desde el lado de la oferta nos permiten realizar una visión a nivel regional, en este sentido nos encontramos que la provincia de Cádiz era uno de los principales fabricantes de turrón es la etapa analizada, también se señala como uno de los principales turrones afamados son los realizados en la provincia de Zaragoza, además esta fuente nos indica que la provincia es era de las principales exportadoras de turrón, aunque debemos mencionar que en análisis de la descripción cualitativa y cuantitativa de los resultados mostrados por la fuente no encontramos que se haga referencia a la producción, sino que solo habla de exportación de este producto. Aunque debemos mencionar que entre todas las provincias destaca la provincia de Alicante, concretamente nos encontramos reflejado en la fuente que se habla de un turrón de almendra de la provincia, en el que se resaltan las cualidades de este, entre ellas, el sabor. Ya a mediados del siglo XIX se destaca la fama del turrón de Alicante por todo el territorio español, haciendo una especial mención al conocido con el nombre de la localidad de Jijona.

Si bajamos de un nivel geográfico provincial al nivel local, la fuente hace referencia a la presencia de la venta de este en la localidad turolense de Alcañiz, la localidad oscense de Formigales y la localidad alicantina de Villajoyosa. Pero entre todas estas localidades destaca la descripción que se realiza para el caso de localidad de Jijona, donde la fuente nos indica como en el caso de la provincia

donde nos encontramos que en la localidad se fabrica turrón, y con una especialidad que lleva el nombre de la propia localidad, con un sabor que es muy apreciado, y podemos intuir por los comentarios del autor que su marca ya es un intangible para el turrón que se fabrica en la localidad.

Para acabar este análisis nos vamos a centrar en cómo se encuentra el comercio de este producto a través de un análisis de la demanda, para este análisis debemos advertir que nos resulta muy interesante las compras que han sido realizadas desde la villa de Madrid, en este sentido la fuente nos indica que se compran cinco marcas de turrónes por importancia de la compra, estos son:

- El turrón de Alicante, que como hemos podido comprobar en la fuente la imagen de marca de la provincia es muy valorada en la descripción realizada.
- El turrón de Teruel, hecho que tampoco nos impresiona puesto que la fuente ya hace referencia a su producción y venta.
- El turrón de Jijona, es el único que partiendo de una localidad es capaz de competir con datos a nivel regional por lo que nos demuestra la fortaleza de la imagen de marca de la que ya disponía el turrón de Jijona.
- El turrón de Aragón, región que también aparece representada en nuestra búsqueda.
- El turrón de Valencia, lo que nos resulta muy llamativo debido a que no hemos encontrado ninguna referencia en el análisis realizado, aunque las compras de este son las más escasas de todos los puntos de producción.

Por tanto, la fama del turrón se circunscribe únicamente a dos regiones, lo que nos lleva a concluir que en 1850 el turrón de Jijona ya presentaba una fama a nivel nacional que le hacía más competitivo y respetado que los demás. Estamos haciendo referencia a lo que en geografía económica se denomina anclaje territorial de una actividad productiva, además si seguimos nos remitimos a las productoras de turrón en la actualidad, y más concretamente al último análisis de producción del que disponemos en la literatura, el estudio de Jordá (1973).

En definitiva, no encontramos referencia de este producto en la provincia de Badajoz ni tampoco en la localidad de Castuera, por lo que el condicionante histórico de la fabricación y la imagen de marca que se crea en este sentido debe ser un intangible

4. SIN EVIDENCIAS DEL TURRÓN DE CASTUERA A PRINCIPIOS DE SIGLO XX EN FUENTES EMPRESARIALES HISTÓRICAS

Por tanto, como hemos podido comprobar, aunque en la bibliografía existente ya se habla de la labor de los turroneiros en la localidad de Castuera, y que en 1750 en el Catastro de Ensenada también se vislumbra declaraciones de renta en el gremio que aglutina a los turroneiros, no encontramos estas referencias en el *diccionario geográfico-estadístico-histórico de España y sus posesiones de ultramar* de Pascual Madoz en 1850. Este mismo hecho también lo encontramos reflejados en los Catálogos Comerciales que se publicaban anualmente bajo la denominación de *Anuario-almanaque del comercio, de la industria, de la magistratura y de la administración* de (1879 a 1880) y *Anuario del comercio, de la industria, de la magistratura y de la administración* (1881-1911) donde podemos observar que no aparecen anunciados turroneiros en la localidad de Castuera, aunque si aparecen nombres de familias que posteriormente son reconocidos por la elaboración de turrón, pero prefieren denominarse a efectos de anunciantes como comerciales capitalistas, por lo que nos encontramos ante una ausencia de estrategia de posicionamiento en el mercado que podemos comprobar que ocurre el caso contrario con los turroneiros de la localidad de Jijona.

Si centramos nuestra atención en la prensa histórica anterior a 1900 observamos que ocurre exactamente lo mismo que lo comentado anteriormente, no hay una estrategia de anuncios para la venta de turrón de Castuera, por lo que nos encontramos que utilizan otras vías de venta como son la presencia en las ferias locales, mientras que en el caso de Jijona en un primer momento podemos comprobar como realizan una estrategia de posicionamiento a través de los anuncios sobre sus productos de calidad den la época navideña, como queda reflejado en el Cuadro 1.

Al igual ocurre con los anuncios sobre la venta de estos productos que nos encontramos que no aparece reflejado la venta de estos productos desde la localidad de Castuera, sin embargo, observamos que Jijona tiene una estrategia de posicionamiento muy fuerte en el mercado a través de anuncios publicitarios sobre las ventas de sus turroneiros en todo el territorio nacional, incluso en aquellas zonas en las ya existía la producción de turrón como es el caso de la provincia de Badajoz.

En el anuario de 1926 sobre la provincia de Badajoz que publica el financiero bajo el título *Anuario Industrial-mercantil y Guía Gráfica de la provincia de Badajoz* (1926) se observa la misma tendencia a no realizar anuncios sobre el turrón en la localidad de Castuera.

Cuadro 1. Evidencias históricas de las estrategias comerciales del turrón en las épocas navideñas

- Diario de Comercio, Industria, Administración, Noticias y Avisos: Año XIX. Número 5511- 1868 diciembre 19, que anuncia de forma literal *“Acaba de llegar a esta capital el valenciano Antonio Sirvent con el surtido de todos los años, y lo pone en conocimiento de los consumidores. Turrón de Jijona de primera y segunda, duro de Alicante, yema y nieve, peladillas y anises a precios sumamente equitativos. Su despacho en el mismo cuarto de los años anteriores”*.
 - La correspondencia de España: Diario Universal de Noticias: Año XXXIII. Número 9003- 1882 noviembre 15, que anuncia de forma literal que *“Acaba de llegar a esta corte José Garrigós (hijo mayor) de Jijona, con un gran surtido de turrones y peladillas de todas las clases, que ofrecen a sus numerosos parroquianos, en la calle Alcalá número 22”*.
 - La correspondencia de España: Diario Universal de Noticias: Año XXXIII. Número 9035- 1882 diciembre 17, que anuncia de forma literal *“Legítimos de Jijona y peladillas de Alcoy del acreditado José Arqués. Se expende: Concepción Gerónimo número 7 sucursal Alcalá, 18 y 20, y Sevilla, 2 entrando por Alcalá”*.
-

Fuente: Elaboración propia en consulta realizada en el Biblioteca de Prensa Histórica.

Cuadro 2. Evidencias históricas en la prensa de la estrategia de comunicación de las empresas turroneiras de Jijona

En la provincia de Badajoz:

- La región extremeña: Diario Republicano: Año XXXII. Número 3123-1895 diciembre 14.
- La región extremeña: Diario Republicano: Año XXXII Número 3129-1895 diciembre 21.
- La región extremeña: Diario Republicano: Año XXXIII Número 3141-1896 enero 4.
- La región extremeña: Diario Republicano: Año XXXIII Número 3142-1896 enero 5.
- La región extremeña: Diario Republicano: Año XXXIII Número 3147 - 1896 enero 11.
- Correo de la mañana: Año I Número 287 - 1914 diciembre 10.
- Correo de la mañana: Año I Número 288 - 1914 diciembre 11.
- Correo de la mañana: Año I Número 294 - 1914 diciembre 17.
- Correo de la mañana: Año I Número 295 - 1914 diciembre 18.
- Correo de la mañana: Año II Número 308 - 1915 enero 1.
- Correo de la mañana: Año II Número 316 - 1915 enero 9.

En la provincia de Burgos:

- Diario de Burgos: de avisos y noticias: Año XXVII Número 8120 - 1917 noviembre 23.

En la provincia de Palencia:

- El Diario Palentino: defensor de los intereses de la capital y la provincia. El más antiguo y de mayor circulación: Año XXXV Número 10394 - 1917 diciembre 19.

En la provincia de Córdoba:

- Diario de Córdoba de Comercio, Industria, Administración, Noticias y Avisos. Año LXXVII. Número 27224 - 1926 diciembre 22.
-

Fuente: Elaboración propia en consulta realizada en el Biblioteca de Prensa Histórica.

5. LA SITUACIÓN DEL NEGOCIO TURRONERO EN LAS ÚLTIMAS DÉCADAS

El negocio del turrón en la actualidad esta muy vinculado a la localidad de Jijona, sin embargo, podemos comprobar que Castuera sigue teniendo una especial vinculación con este negocio, siendo la tercera localidad española con mayor número de estos establecimientos, como podemos comprobar en el Cuadro 3.

Cuadro 3. Estructura del negocio del turrón a nivel local. Ranking de las localidades por número de establecimientos

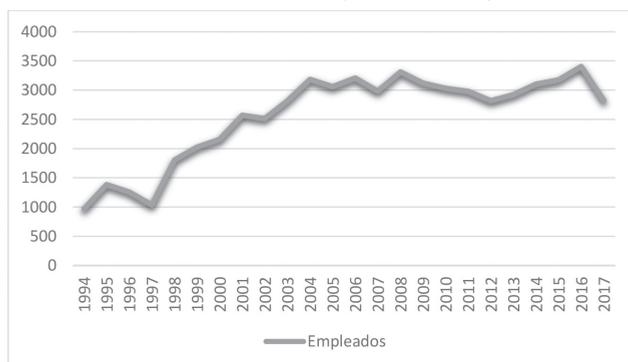
Ranking	Localidad	Provincia	Número de empresas	Participación sobre el total
1	Jijona	Alicante	18	15,1
2	Barcelona	Barcelona	9	7,6
3	Castuera	Badajoz	5	4,2
4	Estepa	Sevilla	4	3,4
=	Utebo	Zaragoza	4	3,4
6	Lucena	Córdoba	3	2,5
=	Valencia	Valencia	3	2,5
8	Ademuz	Valencia	2	1,7
=	Agramunt	Lleida	2	1,7
=	Alicante	Alicante	2	1,7
=	Castellón de la Plana	Castellón	2	1,7
=	Córdoba	Córdoba	2	1,7
=	Espulgues de Llobregat	Barcelona	2	1,7
=	Huecas	Huesca	2	1,7
=	Palma de Mallorca	Baleares	2	1,7
=	Sevilla	Sevilla	2	1,7
=	Vilanova de la Geltru	Barcelona	2	1,7
=	Vitoria	Álava	2	1,7
=	Zaragoza	Zaragoza	2	1,7
20	Alcañiz	Teruel	1	0,8

Fuente: Buscador de empresas empresite <https://empresite.economista.es/> (consulta realizada el 17 de agosto de 2019).

Una vez que conocemos una primera visión de localización de las empresas, estimamos que es necesario realizar un análisis más detallado de la evolución de este negocio, para ello como en todos los apartados anteriores hemos tenido que realizar la búsqueda por la actividad de las empresas con los ítems de turrón y turroneas. En dicho análisis vamos centrar nuestra atención en cinco puntos: (1) la evolución reciente del número de empresas que se encuentran actuando en el mercado; (2) la evolución reciente del volumen de empleo que generan las empresas dedicadas a este negocio; (3) la distribución territorial de los empleos que generados; (4) la evolución reciente de la facturación de las empresas, concretamente, de los ingresos de explotación que presentan dichas empresas, y (5) la localización territorial de la facturación de las empresas del negocio que nos encontramos analizando.

En primer lugar, como ya hemos podido comprobar anteriormente la distribución territorial de las empresas tiene un claro sesgo hacia la localidad de Jijona, la provincia de Alicante, y, por consiguiente, la Comunidad Autónoma de Valenciana. En cuanto al número de empresas haciendo un análisis de la evolución entre los años 1994 y 2017 que representamos en el Gráfico 1, nos encontramos que esta muestra una tendencia creciente y que no apreciamos un efecto negativo en los años en los que la economía española ha atravesado por una etapa de complicaciones económicas derivada de la crisis económica internacional, lo que sí se ha producido es una estabilización del número de empresas en torno a las 250. Este hecho nos marca que la fuente con la que hemos realizado la Figura 1 representa aproximadamente el 50 por 100 de las empresas que contiene esta nueva base de datos.

Gráfico 1. Evolución del número de empresas españolas en el negocio del turrón (1994-2017)



Nota: Se considera empresa activa aquella que se encuentra abierta y que ha presentado datos de facturación para así solo tener en cuenta las empresas que tienen actividad real.

Fuente: Base de datos SABI (Consulta realizada el 17 de julio de 2019).

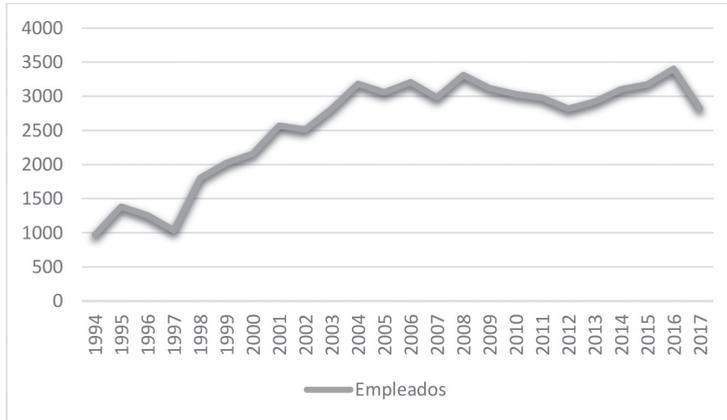
En segundo lugar, en la evolución del número de empleados entre los años 1994 y 2017 representados en el Gráfico 2 que se presenta a continuación podemos apreciar que las tendencias que sigue el número de empresas y el número de empleados son muy similares, solo apreciamos que en este caso sí notamos los efectos de la crisis económica que han hecho que en los años centrales de la misma la variable empleo sí se haya visto afectada. Para comprobar mejor este aspecto se ha optado por crear el Gráfico 3, donde se presentan los datos obtenidos de combinar la información de los dos gráficos anteriores, es decir, la aplicación de la ratio empleados/empresas. Las principales conclusiones que podemos extraer de este análisis son las siguientes:

- Las empresas dedicadas a esta actividad tienen una plantilla que tiene a 15 empleados por término medio, lo que puede estar derivado de que estas empresas presentan picos de producción. Nos encontramos que una parte del año presentan una gran necesidad de mano de obra (justo en los meses antes de la navidad), y cuando acaba la temporada las necesidades de mano de obra se centran en las labores de distribución, logística y administración, hecho que hace que las plantillas no sean estables todo el año, y puede que estos datos se encuentren sesgados al alza o a la baja dependiendo del mes del año en el que se realice el conteo de trabajadores.
- Desde 1994 hasta el año 2004 nos encontramos un período de crecimiento constante ya sea de mano de obra o de número de empresas, con un número medio de trabajadores por empresa superior a 15.
- Desde el año 2004 hasta el año 2008 se produce un estancamiento, es decir, los indicadores no suben ni bajan de manera brusca, pero sí nos encontramos que el número de trabajadores por empresa comienza el descenso.
- Desde el 2008 hasta la actualidad nos encontramos que el número de empresas se mantiene estable pero el número de empleados sí sufre los efectos de la crisis económica internacional, es decir, el descenso del número de empleados que ha sido generalizado en la economía española, hecho que se pone de manifiesto en la ratio de empleados en términos medios por empresa.

En tercer lugar, si centramos nuestra atención en la distribución del número de empleados a nivel regional podemos comprobar que esta variable se concentra en Aragón, Cataluña, Comunidad Valenciana y Andalucía, lo que nos lleva a afirmar que, aunque ha pasado casi medio siglo entre los datos presentado por Jordá (1973) y este estudio, 2019. El patrón de comportamiento de este negocio es similar en cuanto a las proporciones y distribución regional, también hemos encontrado que se encuentra estable a nivel local. Por lo que nos encontramos

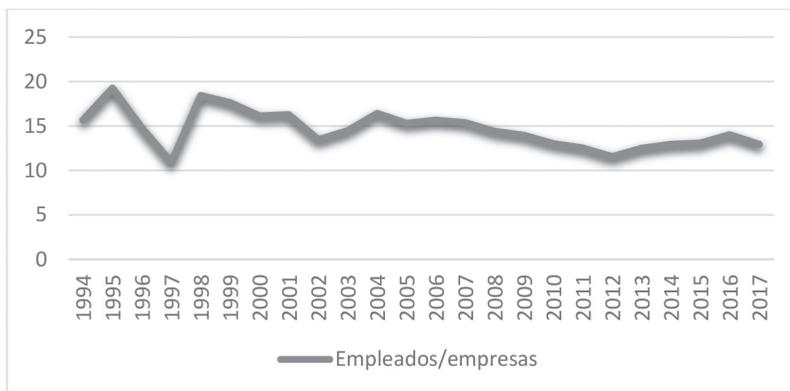
ante un negocio que tiene en principio una demanda estable y fiel en la temporada navideña.

Gráfico 2. Evolución del número de empleados españoles en el negocio del turrón (1994-2017)



Fuente: Base de datos SABI (Consulta realizada el 17 de julio de 2019)

Gráfico 3. Evolución de la ratio empleados/empresa en el negocio del turrón en España (1994-2017)



Fuente: Base de datos SABI (Consulta realizada el 17 de julio de 2019)

En cuarto lugar, en términos de facturación se va a presentar la evolución de tres datos diferentes, que pasamos a comentar:

(1) La evolución de la facturación por empresa representada en el Gráfico 4, concretamente el indicador que se analiza son los ingresos de explotación, como

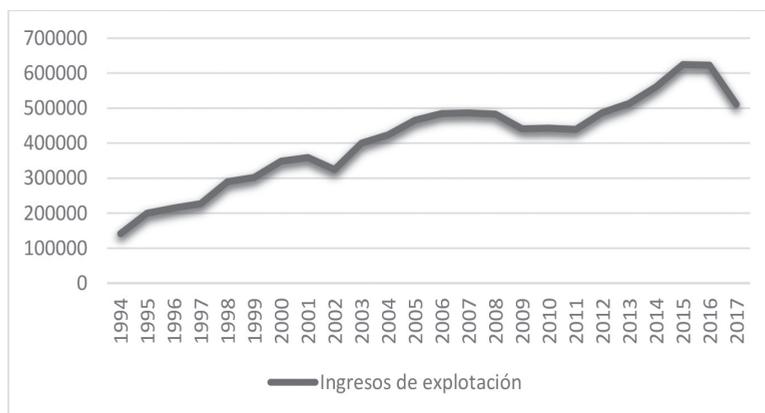
podemos observar la tendencia de la facturación del negocio, salvo excepciones, muestra una línea de crecimiento. Estas excepciones se presentan principalmente entre los años 2008 y 2010, lo que puede catalogarse como una influencia del ciclo económico que atravesaba la economía española. En todos los indicadores que hemos analizado hasta el momento apreciamos una bajada en el año 2017, lo que es síntoma de que habría que seguir el análisis en años siguientes pues nos puede estar avisando de un cambio de tendencia, pero esta no podrá confirmarse hasta que se tengan datos de por lo menos dos o tres años más.

Figura 1. Distribución regional del empleo generado en el negocio del turrón. Año 2017



Fuente: Base de datos SABI (Consulta realizada el 17 de julio de 2019).

Gráfico 4. Evolución del de la facturación de las empresas españolas en el negocio del turrón (1994-2017). En miles de euros



Fuente: Base de datos SABI (Consulta realizada el 17 de julio de 2019)

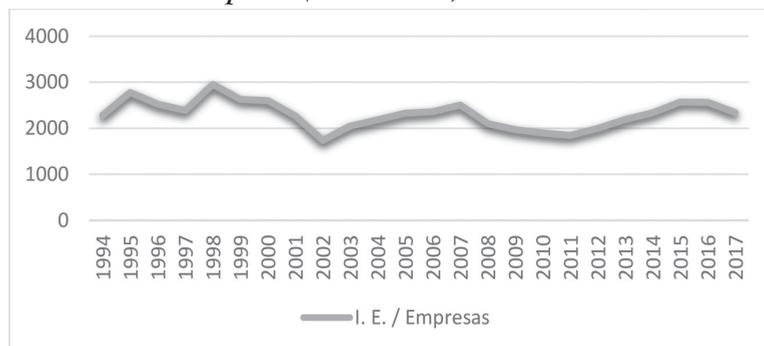
(2) La evolución que ha seguido desde el año 1994 hasta el año 2017 la ratio de facturación por empresa que representamos en el Gráfico 5, podemos observar que este indicador presenta una línea de fluctuación continua, es decir, tiene una tendencia bastante más errática que los indicadores anteriores, pudiéndose dividir su comportamiento hasta en 5 tramos diferentes:

- Años 1994-1998: las empresas por término medio experimentan un crecimiento en su volumen de facturación, localizándose el pico más elevado de toda la serie en el año 1998.
- Años 1999-2002: se produce el descenso más brusco de toda la serie. Esto se produce porque el crecimiento del número de empresas es bastante superior al incremento de los ingresos de explotación del negocio, y es síntoma de que están entrando en el mercado empresas nuevas que tienen un menor volumen de facturación por encontrarse en etapas iniciales.
- Años 2003-2007: se produce un crecimiento bastante moderado de la ratio de facturación por empresa, esto puede ser debido a dos factores, se estabiliza el número de empresas que entran en el mercado y las empresas que habían comenzado en etapas anteriores empiezan a consolidar su clientela, y, por consiguiente, su facturación.
- Años 2007-2011: en pleno período de crisis y recesión de la economía española ya habíamos comentado que a nivel de empresas no había afectado, pero a nivel de ingresos de explotación sí, lo que deja como consecuencia que las empresas por término medio ganan menos durante este período, pero el impacto en el negocio no es tan fuerte como para destruir empresas.
- Años 2011 en adelante: comienza el período de recuperación de la facturación alcanzando en el año 2015 cifras similares al período anterior a la crisis para este indicador.

(3) La evolución de la facturación respecto al número de empleados de las empresas, representado en el Gráfico 6, muestra un comportamiento más estable que los demás, y una tendencia creciente, concretamente las cifras son mejores en el final del período que en el inicio, aunque las fluctuaciones son constantes y el pico en el que mayor rentabilidad tenían los empleados para la empresa atendiendo únicamente a este indicador es en el año 1997.

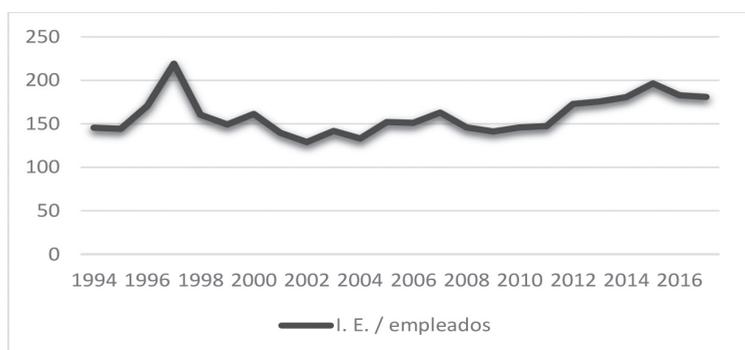
En quinto lugar, se presentan los ingresos de explotación (la facturación) a nivel regional en la Figura 2. Llegados a este punto ya pocos comentarios sobre la evolución y situación del sector analizado nos quedan por hacer, únicamente que la concentración de las empresas, empleados y facturación es similar, salvo el caso de Castilla-La Mancha donde nos encontramos que las empresas, aunque son menos que en otras zonas tienen una elevada facturación.

Gráfico 5. Evolución de la ratio facturación por empresa en el negocio del turrón en España (1994-2017). En miles de euros



Fuente: Base de datos SABI (Consulta realizada el 17 de julio de 2019)

Gráfico 6. Evolución del ratio facturación por empleado en el negocio del turrón en España (1994-2017). En miles de euros.



Fuente: Base de datos SABI (Consulta realizada el 17 de julio de 2019)

Figura 2. Distribución regional de la facturación generada en el negocio del turrón. Año 2017. En miles de euros



Fuente: Base de datos SABI (Consulta realizada el 17 de julio de 2019).

6. CONCLUSIONES

En este artículo se trataba de mostrar al lector una síntesis de la historia del negocio del turrón en España, en el que prestásemos una especial atención a la situación tan característica que se produce en la localidad de Castuera, donde nos encontramos que existe una tradición y saber hacer de este negocio en la localidad, que ha llegado desde hace mucho tiempo atrás hasta nuestros días.

En este sentido, a través de la bibliografía existente hemos comprobado que la elaboración de este producto data de la Edad Media y que comienza su elaboración en la zona de Alicante, lo que dota de una especial capacidad a la hora de competir en los mercados a esta región. Mientras que en el caso concreto de la localidad de Castuera no hemos sido capaz de localizarlo hasta 1791 donde a través del viaje por los pueblos de la comarca de la Serena del Magistrado Cúbeles.

Por lo que podemos afirmar que la localidad de Castuera tiene una especial vinculación con el turrón por lo menos desde 1791 hasta la actualidad, aunque también debemos mencionar que nos encontramos ante la situación que cuando se realizan catálogos comerciales o descripciones de la localidad no se han tenido en cuenta históricamente este producto, lo que puede ser debido al modo de venta que se ha seguido desde la localidad, que no es otro que la venta directa a través de los turroneiros desplazados hacia las ferias de las localidades, forma de venta que ha llegado hasta nuestros días, este hecho marca que cuando se van a anunciar los comerciantes de turrón no lo hagan como turroneiros sino como comerciantes, debido a que en estos desplazamientos también incluían otros tipos de productos para completar la oferta de puesto.

Por último, si nos venimos a fechas actuales podemos comprobar que Jijona es la localidad con mayor volumen de negocios, pero Castuera continúa siendo uno de los puntales de este negocio en España, siendo la tercera localidad española en establecimientos dedicados a la elaboración de este producto.

7. BIBLIOGRAFÍA

ANÓNIMO (1926). *Anuario industrial-mercantil y guía gráfica de la provincia de Badajoz. Año 1926*. Madrid: El Financiero.

AGÜNDEZ FERNÁNDEZ, A. (2011). *Viaje a la Serena en 1791. Historia de una comarca extremeña escrita tras los pasos del magistrado Cúbeles*. Villanueva de la Serena: Asociación Cultural Torres y Tapia.

BRANCO, A., y LOPES, J. C. (2018). Cluster and business performance: Historical evidence from the Portuguese cork industry. *Investigaciones de Historia Económica - Economic History Research*, 14 (1), págs. 43-53. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.ihe.2016.05.002>

CADIÑANOS BARDECI, I. (2017). Los turroneiros de Murcia y sus ordenanzas. *MVRGETANA*, 136(LXVIII), págs. 115-127.

CARRETERO MELO, A. (2014). La prensa escrita, fuente para el estudio de la historia de Extremadura, Tierra de Barros, Almendralejo. En *Actas de las VI Jornadas de Historia de Almendralejo y Tierra de Barros* (págs. 65-90). Almendralejo: Asociación Histórica de Almendralejo.

CORTÉS SIERRA, M. G. A. (2015). *Análisis económico de la localización industrial agroalimentaria extremeña. Una perspectiva comparada*. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos.

DE LA CALLE VAQUERO, A. (2015). Situación del tejido empresarial de Extremadura. *Revista de Estudios Económicos y Empresariales*, 27, págs. 43-68.

DELGADO MÉNDEZ, A. (2006). La difusión del patrimonio etnológico extremeño a través de sus museos. *Cuadernos de los Amigos de los Museos de Osuna*, 8, págs. 69-72.

DELGADO MÉNDEZ, A. (2008). Los museos etnológicos en Extremadura. En X. Roigé, E. Fernández y I. Arrieta (Coords.) *El futuro de los museos etnológicos: consideraciones introductorias para un debate* (págs. 87-98). Ankulegi.

DELGADO MÉNDEZ, A. (2012). *Antropología, territorio y Patrimonio: los museos etnográficos en Extremadura*. Mérida: Gobierno de Extremadura, Consejería de Educación y Cultura.

FERNÁNDEZ MARTÍN, M. I. (2019). *Desarrollo y evolución de la industria turroneira en la localidad de Castuera. Un análisis histórico y comparado*. Burgos: Universidad Isabel I de Castilla.

FERNÁNDEZ MARTÍN, M. I., RANGEL PRECIADO, J. F., PAREJO MORUNO, F. M., y CRUZ HIDALGO, E. (2020). Especialización y actividad en las comarcas extremeñas de la Serena y Segas Altas. Un análisis local a través del Catastro de Ensenada. *Revista de Historia de las Vegas Altas*. 14, págs. 103-124.

GALIANA CARBONELL, F. (1986). *Anales y documentos históricos sobre el turrón de Jijona*. Alcoy.

GONZÁLEZ GARCÍA, S. (2017). La ‘liberación’ del Campo de Concentración de Castuera: rebelarse a través del espacio. *Páginas*, 21, págs. 11-33.

INE (2000). *Servicios profesionales y rentas de trabajo en los pueblos de la Corona de Castilla a mediados del siglo XVIII*. Madrid: INE, (compuesto por dos volúmenes).

JORDÁ BORREL, R. M. (1973). La industria del turrón en Jijona. *Cuaderno de Geografía*, 13, 57-74. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2296151>

LINARES LUJÁN, A. M. (2017). Extremadura en democracia (1975-2017): luz y contraluz de una historia económica regional. *Revista de Estudios Extremeños*, 73(2), págs. 955-996.

LLOPIS ANGELÁN, E., y ZAPATA BLANCO, S. (2001). El “Sur del Sur”. Extremadura en la era de la industrialización. En L. G. Germán, E. Llopis, J. Manluquer y S. Zapata (Eds.) *Historia económica regional de España. Siglos XIX y XX* (págs. 271-298). Barcelona: Crítica.

LÓPEZ, M. P. (2016). *Gestión y planificación de costes en el sector del turrón*. Alicante: Universidad de Alicante.

MADOZ IBÁÑEZ, P. (1850). *Diccionario geográfico-estadístico-histórico de España y sus posesiones de ultramar (1846-1850)*. Madrid (16 tomos).

MELÓN JIMÉNEZ, M. A. (1994). La industria en Extremadura a mediados del siglo XVIII: una aproximación a su estructura a través de los Estados Generales del Catastro de Ensenada. En S. Zapata (eds.). *La industria de una región no industrializada: Extremadura 1750-1950* (pp. 69-104). Cáceres: Universidad de Extremadura – Servicio de Publicaciones.

PAREJO MORUNO, F. M., y RANGEL PRECIADO, J. F. (2014). La economía extremeña en perspectiva histórica: crecimiento, convergencia y cambio estructural. En L. F. de la Macorra (Coord.). *Treinta años de economía y sociedad extremeña, 1983-2013* (págs. 13-30). Badajoz: Diputación de Badajoz.

PEDRAJA CHAPARRO, A. (1996). Un sector raquíutico: la industria extremeña desde mediados del siglo XIX a 1930. En S. Zapata (Cords.) *Industria de una región no industrializada: Extremadura, 1750-1900* (págs. 115-162). Cáceres: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Extremadura.

PREDRAJA CHAPARRO, A. (2006). Las “mayores” empresas industriales extremeñas (1886-1930). En J. L. García y C. Manera (Coord.) *Historia empresarial de España: un enfoque regional en profundidad* (págs. 449-481). Madrid: LID Editorial Empresarial.

RANGEL PRECIADO, J. F. (2018a). *Los Sistemas Productivos Locales en Extremadura. Aportaciones a la Política de Desarrollo Industrial y Rural*. Badajoz: Universidad de Extremadura.

RANGEL PRECIADO, J. F. (2018b). El ciclo de vida del distrito industrial de San Vicente de Alcántara (Badajoz). El negocio del corcho. *Revista de Estudios Económicos y Empresariales*, 30, págs. 37-72.

RANGEL PRECIADO, J. F., y CRUZ HIDALGO, E. (2019). El ciclo de vida de la industria corchera extremeña en el contexto nacional: Una visión de largo plazo (1838-2019). *História e Economia: Revista interdisciplinar*, 23(2), págs. 117-140.

RANGEL PRECIADO, J. F., PAREJO MORUNO, F. M., y CRUZ HIDALGO, E. (2019). Distrito rural y ciclo de vida. El caso de la comarca de Vegas Altas del Guadiana, Extremadura, España. *Espacios*, 40(40), pág. 13.

REBOLLO GÓMEZ, V. M. (2019). La “fábrica de la cultura”. Análisis comparativo de la antigua fábrica de harinas y su conversión en casa de la cultura. *El Hinojal. Revista de Estudios del MUVI*, 13, págs. 86-99.

RETAMAL OJEDA, A. (2012). Aproximación a las condiciones de vida y el hábitat de Castuera, Cabeza del Buey y Campanario en 1812. En J. J. Perea, C. Rojas, D. Murillo, A. B. Pérez, M. C. Rodríguez, M. Soto, D. A. Martín y B. Díaz (Coord.) *V Encuentros de Estudios Comarcales Vegas Altas, La Serena y La Siberia: dedicados a los extremeños en las Cortes de Cádiz* (pp. 423-452). Badajoz: Federación de Asociaciones Culturales de La Siberia, La Serena y las Vegas Altas (SISEVA) y Diputación de Badajoz.

VALADÉS SIERA, J. M. (2015). Patrimonio e identidad. Representaciones de la cultura regional en los museos etnográficos de Extremadura. *Revista Andaluza de Antropología*, 9, págs. 158-186.

ZAPATA BLANCO, S. (1996a). *Industria de una región no industrializada: Extremadura, 1750-1900*. Cáceres: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Extremadura.

ZAPATA BLANCO, S. (1996a). Especialización agraria sin industria: éxito y fracaso de la economía extremeña en los siglos XIX y XX. En S. Zapata (Cords.) *Industria de una región no industrializada: Extremadura, 1750-1900* (págs. 653-694). Cáceres: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Extremadura.

ZARANDIETA ARENAS, F., y CALERO CARRETERO, J.A. (1988). La situación del viñedo en Extremadura según el diccionario de Pascual Madoz (1845). En *X jornadas de viticultura y enología de Tierra de Barros: Almendralejo, 9-13 de mayo de 1988*, (p.122). Junta de Extremadura. Dirección General de Comercio e Industrias Agrarias.

La *Revista de Estudios Económicos y Empresariales* recibió este artículo el 30 de julio de 2021 y fue aceptado para su publicación el 17 de septiembre de 2021.