

La manera de hacer bien las visitas, fórmulas empresariales para la venta de productos de corcho. El caso de la empresa Esteva de Palafrugell¹

The way to make well visits, entrepreneurial forms for the sale of cork products. The case of Esteva Company of Palafrugell

ARMANDO QUINTAS

(CIDEHUS – Universidad. de Évora, CECHAP, Património Industrial no Sul de Portugal)

armando.quintas@hotmail.com

JORDI TURRÓ

(Centre de Documentació Ramir Medir - Museu del Suro de Palafrugell)

centrededocumentacio@museudelsuro.cat

– RESUMEN:

Entre la diversa documentación incorporada en el Centro de Documentación Ramir Medir Museu del Suro de Palafrugell, adquiere un especial interés para el conocimiento de la historia de la industria del corcho en Catalunya, los archivos de empresas de compra, procesamiento y de producción de maquinaria.

De los diversos fondos y colecciones, se encuentra el fondo Joaquim Esteva S.A., de la empresa familiar Esteva, fundada en 1836 por Miquel Esteva Martinell, que tuvo su taller dedicado a la producción de tapones de corcho en la localidad de Palafrugell, comarca del Baix Empordà (Girona, España).

¹ La clasificación e inventario del fondo Joaquim Esteva S.A. ha resultado del proyecto Leonardo Da Vinci a través del convenio entre el Museu del Suro e Euronatura, siendo ejecutado por Armando Quintas entre Octubre e Diciembre de 2014, siguiendo la normativa catalana de descripción archivística (NODAC).

Esta empresa expandió su negocio entrando en los importantes mercados de Alemania, Francia, Suiza, etc., manteniendo relaciones comerciales con importantes compañías y estableciendo representantes en las principales ciudades de España y el resto de Europa.

Dentro de sus archivos, destaca el documento intitulado “La manera de fer bé les visites”, escrito en los inicios del siglo XX, cuya función era el de preparar a los comerciantes de tapones que vendían directamente a los consumidores o detallistas. El texto recoge las principales cualidades para formar a un buen comerciante y las fórmulas para saber vender sus productos a través de un diálogo entre un comerciante de tapones y un posible cliente.

- **PALABRAS CLAVE:** Catalunya; Industria Corchera; Museo del Suro; Joaquim Esteva S.A.
- **ABSTRACT:** Among the different incorporated documents in the Museu del Suro de Palafrugell (Palafrugell Cork Museum), in their Documentation Center Ramir Medir, acquires a special significance for the history of the cork industry in Catalonia the files of the purchasing, processing and machinery production companies.

On the various documents, we find the Joaquim Esteva S.A. fund, a enterprise archive of the Esteva family business, founded in 1836 by Miquel Martinell, who had his workshop dedicated to the production of cork stoppers in the town of Palafrugell, region of Gerona, Spain

This enterprise expanded their business entering in the important markets of Germany, France, Switzerland, maintaining commercial relations with major companies and establishing representatives in the main cities of Spain and Europe.

Within its archives, the document entitled “La manera de fer bé les visites” stands written in the early twentieth century, whose function would be to prepare caps traders who sold directly to consumers or retailers. Picking the main qualities of a good trader and formulas to know how to sell their products through dialogues between a trader and a hypothetical customer.

- **KEYWORDS:** Catalonia; Cork Industry; Museo del Suro; Joaquim Esteva S.A.

1.- El fondo Joaquim Esteva del Museu del Suro

El *Museu del Suro de Palafrugell*², es una institución cultural fundada en 1972 con la misión de adquirir, conservar, interpretar y valorizar el patrimonio en torno del corcho de Catalunya, como elemento de paisaje, industria e identidad colectiva. En 2012, tras varios años en las instalaciones de la calle Tarongeta, se cambia al antiguo complejo industrial de Can Mario, donde a partir de 1900 se instaló la empresa Miquel, Vincke & Meyer (Manufacturas del Corcho S.A, des de 1916). En 1930 fue comprada por la empresa americana Armstrong Corck Co., pasándose a denominar Manufacturas del Corcho Armstrong S.A. y allí funcionaria hasta la década de los ochenta del siglo pasado. En sus momentos áureos había empleado más de un millar de obreros, siendo la fábrica más importante de la localidad.³

FIGURA 1.- **Museu del Suro de Palafrugell**



² <http://www.museudelsuro.cat/>

³ Sala (2003) y Fernàndez (1995).

El museo gestiona varios espacios culturales, desde el complejo rehabilitado y musealizado de la antigua fábrica de Manufacturas del Corcho S.A, donde posee la exposición del antiguo circuito productivo, con máquinas y recursos didácticos, servicios educativos y un auditorio. También gestiona un centro interpretativo del antiguo depósito de agua de Can Mario, que suministraba agua a la antigua fábrica, el Conjunto Monumental de Sant Sebastià de la Guarda y el Centro de Documentación Ramir Medir.

Este Centro de Documentación incorpora documentos y archivos de empresas de corcho y entidades de regulación, compra, procesamiento y de producción de maquinaria. Dentro de la política de preservación del museo, adquiere un especial interés por el aporte científico al conocimiento de esta industria en Catalunya, constituyéndose como un centro especializado en la historia corchera.

Entre los principales fondos documentales se incluyen fondos comerciales y de empresa, y fondos de instituciones corcheras. Como fondos comerciales y de empresa, destacamos los fondos *Manufacturas del Corcho S.A, Genís y Cia, Industria Corchera Bertrán, Joaquim Esteva S.A. y Eduardo Bruguera*. Todos estos fondos corresponden a antiguas fábricas de transformación. También se conservan fondos de empresas de producción de maquinaria (*fondos Talleres Gallart y Tallers Trill*) y los fondos de las entidades reguladoras de esta industria, como el fondo de la *Delegación Nordeste del Sindicato Nacional de Madera y Corcho, el Grupo Provincial de la Madera y el Corcho y Aecork* además de entidades mutuales como el fondo de la Mutual Corchera.

Respecto al fondo Joaquim Esteva, su documentación fue cedida al Museu en el verano de 2014 por la misma familia, que, desde 1836, ha regentado la fábrica de corcho situada en el centro de Palafrugell. Actualmente el fondo tiene un volumen considerable de 146 cajas y 5 libros de gran formato, ocupando 15 metros lineares en el archivo. Su contenido es muy diverso: libros de contabilidad, correspondencia, documentos sobre proveedores de corcho, producción, salarios, entre otros.⁴

⁴ Para una descripción pormenorizada del fondo, consultar su inventario disponible en: www.museudelsuro.cat

2 .- La empresa Esteva. Una introducción

La empresa Esteva es fundada en 1836 por Miquel Esteva Martine-ll, que construye su primer taller de producción de tapones de corcho en Palafrugell, calle Serra i Avellí, donde todavía se encuentra la empresa. Le sucede su hijo, Joaquim Esteva de Mata, que en 1885 va a expandir el negocio familiar, entrando en los mercados europeos, sobretodo Inglaterra, Francia y Suiza, y manteniendo relaciones comerciales con importantes compañías que adquirirían tapones catalanes, como William Rankin & Sons de Glasgow, entre otras. En su política comercial, establecerá representantes en las principales ciudades de España y de Europa (Barcelona, Madrid, Londres, París, etc.)

**FIGURA 2.- Miquel Esteva Martinell, finales del siglo XIX
(Centre de Documentació Ramir Medir - Museu del Suro,
Fondo Joaquim Esteva S.A.)**



De Joaquim Esteva de Mata, la empresa pasa en 1942 a Miguel Esteva Girbauque va orientar la producción para los mercados de Estados Unidos y América Latina, debido al decrecimiento de la procura europea motivada por la Segunda Guerra Mundial. En 1960, Joaquim Esteva Genís asume la gestión, renovando los sistemas de producción de la fábrica.

Por último, en el año de 1984 la empresa adopta una nueva denominación, Joaquim Esteva S.A. y la sucesión pasa a Enric Frigola Esteva, dejando de seguir la línea familiar directa de padre a hijo. Des de entonces, se especializa la producción para las bodegas de champán del sur de Francia, un mercado de gran valor económico que consigue absorber una producción personalizada.

El fondo de esta empresa, todavía por explorar, ofrece múltiples posibilidades para la investigación histórica. Evidentemente, posibilita presentar un estudio de caso, un análisis de empresa de dimensiones básicamente micro-económicas, pero también puede aportar elementos innovadores en la contextualización económica del sector en las tres etapas que Santiago Zapata dividió la evolución histórica del corcho en España (Zapata, 1996).

En la primera, desde los orígenes hasta finales del siglo XIX, la empresa era una más del distrito corchero catalán, básicamente ampurdanés, que producía exclusivamente tapones para el mercado exterior. La empresa mantuvo el tapón como producto exclusivo en la primera mitad del siglo XX caracterizada por la introducción de nuevos productos, como el aglomerado, y la aparición de las grandes empresas. La empresa inició su mecanización y sin olvidar el mercado exterior, extendió sus representaciones en las principales ciudades españolas. Este mercado interior se consolidó en la tercera etapa, iniciada en 1950.

La abundante documentación conservada en el Centro de Documentación del Museo, permite estudiar los proveedores de materia prima de la empresa principalmente de la España sur y sur-oeste- y las relaciones establecidas, no siempre cordiales, con los propietarios productores. También posibilita analizar las relaciones con empresas extranjeras subministradoras de materias químicas y auxiliares (ácido oxálico, caseína, etc.) La documentación permite reseguir otros aspectos, como las relaciones de trabajo entre los fabricantes y los obreros y los salarios de la clase trabajadora.

Sin embargo, la documentación conservada más abundante trata sobre los clientes y la comercialización de los tapones. En este sentido, el fondo permite profundizar sobre los tres modelos de comercialización adoptados por la empresa (Roger, 1911):

- a) La venta directa a los clientes. Este modelo, adoptado por los comerciantes de tapones desde el siglo XIX, se caracterizaba por el trato directo con el consumidor. Para alcanzar el éxito, eran fundamentales las visitas, realizadas por el patrono o el comerciante de la empresa, que permitían conocer personalmente al cliente y sus necesidades.
- b) La formalización de pactos con mayoristas importadores extranjeros. Se trataba de compañías ubicadas en el país de destino de las mercaderías que se encargaban de la distribución de los tapones a los clientes. Normalmente, eran almacenistas o detallistas que servían a bodegas, tabernas o farmacias, entre otros.
- c) El establecimiento de relaciones contractuales con agentes y representantes. Desde finales del siglo XIX, la empresa desarrolló una red de representaciones tanto en el extranjero como en el interior de España.

La presente comunicación pretende, además de dar a conocer este importante fondo documental, analizar una de estas técnicas de comercialización. El modelo de venta directa a través de las visitas a los clientes, lo vamos a analizar con más profundidad en el siguiente apartado, a través de un documento singular conservado en el fondo de la empresa y titulado *“La manera de hacer bien las visitas”*.

3.- La manera de hacer bien las visitas

Entre la diversa documentación existente en el fondo, destacamos el documento titulado *“La manera de fer bé les visites”*, una libreta cuyo texto se atribuye a Miguel Esteva Girbau, nieto del fundador y escrito alrededor de 1915. Este documento está relacionado con la venta de tapones a principios del siglo XX en el transcurso de las visitas que se hacían a los clientes.

El texto recoge el prototipo característico de los comerciantes de tapones establecidos en Catalunya, que vendían directamente a los consumidores o detallistas, con los cuales trataban a través de la correspondencia o bien con las visitas de los viajantes. Estos viajes tenían el objetivo de ampliar demandas y conseguir nuevos clientes. Constituían la mejor manera de estudiar las empresas que compraban tapones (bodegas, fábricas de cervezas, perfumerías y de refrescos carbónicos, etc.) Adaptán-

dose a sus necesidades y sus gustos, haciendo publicidad de sus tapones y productos e intentando hacer entender al cliente que con el producto que le ofrecían, podría satisfacer sus objetivos. Por este motivo, el texto recoge dos de las principales cualidades que, a principios del siglo XX, debía poseer un buen comerciante para alcanzar su éxito: saber comprar la materia primera y realizar bien las trías o selección. Está dividido en cinco grandes puntos y abarca desde las fórmulas para saber introducirse, la presentación del escaparate hasta fijar los precios y las condiciones de venta para las demandas.

En el primero punto, podremos observar el detalle de la información sobre los productos presentados, cuando se hace referencia a la disponibilidad de diferentes clases de tapones:

“1er Punt – Sapiguer introduir-se

V– Bon dia tingui! Dispensi la molèstia !

C– No hi ha de què! Què se l’hi ofereix?

V– Vinc a oferirli els productes de la **casa Joaquim Esteva de Palafrugell (P[rovin]cia de Girona) la qual fabrica tota classe de taps de suru, de totes les classes i dimensions, de les millors procedències i a preus reduïts. [..]**”

En el segundo punto, se hace referencia al origen y calidad de la materia primera bien como se pone en relieve el tipo de tapón ideal para la explosión de la apertura de la botella de champán de forma a satisfacer una necesidad específica del cliente.

“2n Punt – Sapiguer fer la presentació del mostruari

Mostres de 24” x 11/12 per sidra

V– Aquestos són els taps per a sidra que puc oferirli.

La clase de suru és bona i garantida, perquè prové de propietats de suru que tenen fama per la seva bona producció i de tota confiança (montanya del Montseny). [..]

Observarà vostè també que aquestos taps són molt pastosos, que és lo que crec volen vostès, perquè al destaparse facin explosió com el champagne. [..]”

En definitiva, el documento, escrito en forma de diálogo entre un comerciante de tapones y un hipotético cliente, recoge tanto las aptitudes que debe tener un buen comerciantes de tapones como las condiciones necesarias que debe tener en cuenta para la venta de sus artículos.

Nota sobre la edición del manuscrito

Para elaborar la presente edición, hemos hecho una transcripción íntegra del manuscrito, conservado en el Centre de Documentació Ramir Medir del Museu del Suro. Hemos normalizado la acentuación e insertado signos de puntuación indispensables para la correcta inteligibilidad del texto. Se han desarrollado también las abreviaturas, con la parte suprimida en cursiva. En ningún caso, hemos realizado otras normalizaciones de tipo ortográfico o lingüístico.

Apéndice

MANERA DE FER BÉ LES VISITES⁵

1er Punt- Sapiguer introduirse

2n Punt- Sapiguer fer la presentació del mostruari

3r Punt- Sapiguer fer l'article

4t Punt- Sapiguer obtenir ordres y fixar bé les condicions

5 Punt- Sapiguer despedirse

⁵ Transcripción realizada por Jordi Turró. Documento original en : Centre de Documentació Ramir Medir – Museu del Suro, fondo Joaquim Esteva S.A. Apunts i notes, Caja 111.

VISITA DE PRESENTACIÓ E INTRODUCCIÓ

1er Punt – Sapiguer introduirse

V– Ab permís ? Es pot entrar ?

C– Qui demana?

V– Un viatjant de comerç que desitja oferir-ls'hi els seus serveis.

C– Endavant! Què se li ofereix?

V– Desitjaria parlar quatre paraules ab el duenyo o l'encarregat de la casa.

C– En aquest moment li és impossible rebre'l. Està molt ocupat! Què voldria ?

V– Tinc el gust de oferir-me a vostè com a fabricant de taps de suru i, haventme sigut recomanada aquesta casa, prenc la llibertat de venir a oferir-ls'hi els meus serveis per qualsevol classe de taps que necessitin en tots calibres i dimensions.

C– El Sr. Romate diu que, com ja existències sobrades, no vol pas veurer res.

V– Li digui de part meva que, encare que no mes fos per saludarlo i coneixe'l particularment desitjaria parlar-hi, doncs seria una verdadera llàstima d'entornarmen sense poguer-lo conèixer.

C– Vol fer el favor d'entrar al despatx?

V– Bon dia tingui! Dispensi la molèstia!

C– No hi ha de què! Què se l'hi ofereix?

V– Vinc a oferirli els productes de la casa Joaquim Esteva de Palafrugell (P[rovin]cia de Girona) la qual fabrica tota classe de taps de suru, de totes les classes i dimensions, de les millors procedències i a preus reduïts.

C– Sento molt que en aquestos moments estic completament assortit, si vol donarme la seva direcció, quand se presenti l'ocasió ja li escriuria.

V– Perdoni la meva impertinència, però si pogués concedirme una audiència de 10 minuts no més per ensenyarli quatre mostres, li agrahiria molt i molt, i como diu l'adagi, que per mostra basta un botó, ab elles podria vostè jutjar si a l'ocasió podrian serli o no útils els meus serveis.

C– Porto pressa i no puc entretenir-me.

V– Ni una paraules més. Li suplico perdoni el meu atreviment, i aquí té la meva direcció ab nota de preus per si alguna vegada desitja probar els meus articles que poso a la seva entera disposició.

Com a punt final, si volgués insinuar-me les classes de taps que en la seva fàbrica consumen principalment en prendria nota, a fi de poguerli fer ofertes de quand en quand si vostè no tingué inconvenient.

Suposo que essent vostè un fabricant de vi necessitarà principalment el taps de 20 de llarg per 10/11 de diàmetre, o sigui, 44 m/m de llarg o 25 m/m de diàmetre. La classe del suru, suposo [que] voldrà ferm (criat) tractantse de vi, i les classes de 25 a 30 pts per els vins fins i de 15 a 20 per a els corrents.

D'aquí 4 a 5 mesos, que probablement ja haurà agotat les seves reserves de taps, li enviaré mostres i celebraria arrivessin a entrar en relacions comercials.

C– Vostè dissimuli, però com que me surteixo desde fa molt temps ab un amic meu i estic satisfet dels seus envíos, me sembla seria temps perdut tota vegada que no seria pertinent un cambi sense motius justificats.

V– A igualtat de condicions és molt natural i lògic que vostè procuri no canviar de comprador. Emperò precisament perquè estic convençut de què puc oferir-li millors ventatges que qualsevol altra, li prego me permeti, si no ha de serli molt molest ensenyar-li les mostres.

C– És vritat! Però com qu'els taps és un article tant secundari per a nosaltres, a lo millor un encarrega les comandes per amistat.

V– Dispensi que li digui qu'és una costum molt perillosa i tot fabricant de vins o licors que senti una mica de zel per les seves marques i tingui aquesta costum, no's pot arribar a pensar el perjudici que ocasiona a la seva butxaca i les greus conseqüències a què s'exposa.

Tots els líquits que s'embotellen en bon estat, i en les degudes condicions i es malmeten dins la botella, en tots els casos, per lo menos de 100 als 90, s'ha d'atribuir la causa a la mala procedència del suru del tap. I essent aixís, que la relació entre el preu del líquit i el del tap (per bo qu'aquest sigui) és de una differència tant grand, és una cosa que no's comprèn que hi hagi algú que no volgui donar la importància qu'es mereix a la compra dels taps quand les conseqüències sont tan fatals i abdós valors tant desproporcionats.

C– Sí, però no hi ha manera de saber exactament quins són els taps bons i els dolents!

V– Ab això té molta raó i comprenc l'indecisió dels consumidors. Per a els que no han tingut ocasió d'intervenir en la fabricació del suru, és molt difícil de saber distingir el suru bo del flac, perquè això és el resultat d'un cúmul de condicions i qualitats que s'han de saber observar i que únicament la pràctica ensenya del tot.

Es pot sentir com a principi que el suru de la província de Girona és el que mereix més confiança, encare que també hi han localitats que donen suro podrit i que deixa molt que desitjar.

S'ha de comprar, doncs, en les localitats i a productors que tinguin bona cullita i aquestos són molt difícils de tractar, perquè exigeixen condicions exageradament ventajoses per a ells, pago al comptat sense descompte, franc de ports, preus més elevats, etc.

A casa tractem ab 2 propietaris de suru que ens reserven el suru de cada cullita ja fa més de 15 anys. Però com qu'és una mercaderia de tota confiança, prefereixo pagar una mica més i guanyar menos, però possehir una clientela sòlida que tingui complerta confiança en els nostres taps.

Me permet que li ensenyi les mostres?

C– Veyam, ensenyi les mostres, encare que hi tinc molt poca confiança, perquè les que s'ensenyen totes són bones, però a lo millor un fa una nota i allà són les dificultats. En molts casos, he tingut de lamentar reclamacions per resultar la partida més flaca que la mostra.

V– Sento verdaderament que tingui aquesta prevenció tant justificada per altra part per l'informalitat de la majoria dels viatjants, llàstima només que en això com ab tot tingui que pagar el just pel pecador.

Per altra part, no puc arribar a entendre el perquè d'aquesta tàctica ab un article de tant poc valor com són els taps de suru, perquè si no's pot pas lograr la repetició continua de les ordres, la ganancia se redueix a 0.

Se comprèn això ab la venta d'articles de grand preu com les joyes, sedes, etc. qu' ofereixen un marge de benefici molt crescut, però ab els taps lo que s'aprecia i té estima és la clientela numerosa, sòlida i durable.

De totes maneres, això no'm preocupa ni poc ni molt, perquè estic segur de que si arriuem a entendrens, no hauran mai de tirarme en cara una informalitat semblant. Ab 10 anys qu'estic dintre del negoci, no he tingut que contestar més que 4 o 5 reclamacions d'aquesta mena, que foren ate-

ses degudament, i que no és extrany en un període tan llarc, perquè no hi ha modo d'evitar un descuit en rectificar degudament el treball dels obrers.

Considero que té aquesta condició una importància tant capital, i l'observo ab tanta escrupol, que la faig resaltar a tot arreu a ahont me presento, com un reclam, i solzament desitjo que ab el temps li pugui demostrar pràcticament la vritat de les meves paraules.

2n Punt – Sapiguer fer la presentació del mostruari

— *Mostres de 24 x 11/12 per sidra*

V- Aquestos són els taps per a sidra que puc oferirli.

La clase de suru és bona i garantida, perquè prové de propietats de suru que tenen fama per la seva bona producció i de tota confiança (montanya del Montseny). El suru dóna per blanc, qu'en diem nosaltres, no és podrit i aixís és que no hi ha por de que donguin mal gust al líquit.

Aquesta és una condició que no la trovarà pas ab tots els fabricants taps, i que a pesar de tot, té una importància capital, perquè una sidra embotellada ab un tap de suru podrit, està molt exposada que tingui mal gust, sobretot si ha de quedar molt de temps embotellada.

Observarà vostè també que aquestos taps són molt pastosos, que és lo que crec volen vostès, perquè al destaparse facin explosió com el champagne.

En el cas de que considerés aquestos taps massa flonjos, porto una altra mostra de suru més ferm, però de la mateixa classe i de iguals bones condicions.

— *Mostres de 20 per a vins*

Aquestes són les classes de taps per a vins que fabrica la nostra casa.

Classe 2^a i 3^a.- Aquestes són les més barates per a vins usuals, de consum diari. La procedència del suru és la mateixa per la classe superior, únicament que és la part no tan bona del trio. Passa ab elles lo mateix que ab les taronges i altres fruites que encare que tinguin el mateix origen i siguin fruits del mateix arbre s'els classifica en moltes classes segons la seva finor. Dat cas de que hagin de menester aquestes classes barates, li puc assegurar qu'en quedaria molt satisfet.

A continuació, tinc aquestes dugues classes per a vins més escullits que requereixen una presentació més acurada. El gra, com pot veurer, és petit i fort, que no deixa escapar serrí de suro, que fa tant mal efecte quand se tira el vi a la copa.

Per a les seves classes de vi extra, puc oferir-li aquestos taps que no tenen rival, tant per la seva finor com per la procedència immillorable del suru.

Han sigut triats i escullits, de manera que no hi hagi cap tap que no's pugui garantir.

La procedència del suru és tant bona que no hi ha el més petit temor per més anys qu'el vi tingués de quedar embotellat, qu'en sofrís lo més mínim.

Per lo demás, pot estar ben convençut de que aquestos taps no han de dar el més petit gust extrany al líquid, ni cambiar el seu bouquet ni molt menos comunicar-li mal olor.

Encare hi ha més, ab l'intenció d'evitar tota possibilitat de que caigui la més petita volva de serrí, que fora molt possible, donada la pressió que sofreix el tap dins la botella, se'ls hi ha fet un cap net, ab lo que es guanya, a més de no deixar escapar ni una partícula de serrí, qu'el cap sigui impermeable.

Per a les mitjes botelles, porto aquestes altres mostres, que corresponen en quant a classe a l'altra mida, i per lo que fa referència al calibre, pot ferse de la manera i tant exacte com vostè vulgui.

— *Mostres de 17 per a cerveses, gaseoses i aigües minerals*

V- Li demano faci el favor d'examinar aquestes mostres per a cerveses que tinc la convicció, que li han d'agradar.

El suru és de la millor procedència i de propietats de suru que els experiments i la gran pràctica han consagrat com essent de lo millor aixís és que, sense el més petit escrúpol, pot aplicar aquestes classes per a els usos de més compromís i més delicats.

Al mateix temps, puc garantirli, tap per tap, que ni un sol d'ells donarà mal gust a la seva cerverza, aixís com tampoc deixen mal olor, condicions que s'han de tenir molt en compte.

Además, la sustància del suru és gomosa, això és, s'emmotlla perfectament a la forma de la botella, i se reinfla al ésser dintre el coll, no deixant penetrar ni una molècula d'aire, ni deixa escapar la més petita cosa de gas de la cerverza.

Les classes sont també molt fines proporcionalment als seus preus.

La classe superior particularment és admirable, tenint la ventatja de que té un cap net a fi de que no deixi escapar en el líquid ni una volva de serrí, i que al tirar la cervesa dins la copa surti immaculada i transparent com el cristall.

3r Punt- Sapiguer fer l'article

C- Quines qualitats ha de reunir el tap de suro i quins defectes no ha de tenir?

V- El tap de suro, lo mateix que totes les coses de la terra, té una missió a complir, i aquesta no és altra que tapar bé les botelles, perquè el líquid no vessi, però hi ha qu'afegir...sense perjudici car les seves qualitats, això és sense canviar el color, ni treure l'aroma donant mal olor.

El que un tap sigui més o menys fi, i tingui més o menys gra no és lo principal, perquè pot molt bé donarse el cas de que un tap sigui molt fi i, en canvi, que no serveixi per tapar per ser de mala procedència i donar mal olor.

Un exemple viu el tenim amb el suru africà, el de Tarifa i el de Huelva, que tot i essent molt fins, per rahó de la naturalesa del subsòl ahont creixen, fan mal olor, i encare que no en tanta escala existeixen també propietats a Extremadura, Portugal, Andalucía... y hasta en alguns punts de Catalunya que donen suru pudent.

Però el cas més declarat és el del suru africà, y a pesar d'això, degut a n'els preus ventatjosos a qu'es venen aquests surus en els magatzems, hi ha molts fabricants despreocupats que serveixen avui dia a n'els seus clients no més que taps d'aquesta classe.

Jo, personalment, he pogut comprobar com alguns fabricants de vins i principalment de cerveses, no volen donar la més petita importància a la compra dels taps i, ab tal qu'els hi ofereixin 1 o 2 pts al mil més barato, refusen lo bo i admeten lo que a cap preu deurien comprar, sense calcular que una economia tant petita i insignificant, pot tirar a perdre la reputació més sòlida, adquirida a costa de tants sacrificis, i de costosos gastos d'anunci i propaganda.

C- En que's distingeixen els taps podrits dels bons?

V- Personalment, pot adivinar-ho, si veu que li ofereixen taps a preus massa ventatjosos. Ovservant sobre el tap és molt difícil... casi impossible

de comprobar-ho, perquè la mala procedència no es manifesta en cap signe exterior. De vegades, quan un tap és exageradament podrit, ja se sent pudir abans d'ésser dins la botella, però per regla general, aquesta mala condició se'ls hi desenvolupa al estar en contacte amb la constant humitat del líquid.

Emperò, nosaltres, els fabricants de taps coneixem perfectament si els nostres taps són bons o dolents, perquè ens sabem de memòria els països, comarques, boscos i hasta propietats que donen el suro bo o dolent, amb les qualitats i defectes de cada hu d'ells.

Exemple i gràcia: nosaltres sabem que tal o qual magatzemista de suru, vend suro africà, per ésser representant d'una firma argelina... ja no se n'ha de parlar més, el fabricant que compra d'aquell suru per a la fabricació de taps és un desaprensiu al qui poc l'importa els interessos dels seus clients que, tard o d'hora, se'n ressentiran.

Aqueixos fulanos s'estimen més anar d'aquí i d'allà enganyant innocents, que no pas fer-se una clientela a dieta i constant, i s'ha de convenir, qu'es una manera de fer negoci molt còmoda i agradable, perquè els consumidors accepten amb facilitat les seves mercaderies per ésser el suru africà fi y... barato. Ab tot i això, no deixa de ser un engany manifest, perquè els hi consta que aquests taps els poden perjudicar en gran manera.

C- Y els seus taps, com són?

V- Desde qu'he estic ficat dintre la fabricació del suru, he procurat sempre tant com he pogut, que'ls meus taps reuneixin totes les condicions qu'es poden desitjar, bona hechura, exactitut de dimensions, però, per sobre de tot, he posat un cuidado especial en fabricar els meus taps de suro procedent de propietats nombrades per la seva bona producció i d'una confiança a tota prova.

Aixís i tot, tinc ordres donades a n'els operaris triadors, que quand trobin un tap dubtós, el separin, i els hi dong un ral de gratificació per cada tap podent que troben. Però pasa tant poques vegades qu'es un cas extraordinari.

C- A qui s'han de comprar, doncs, els taps?

V- Jo li recomano ab tot desinterès, si vol estalviar-se sorpreses desagradables, d'escullir un fabricant de taps que li mereixi tota la confiança, i quines mercaderies posades a observació durant algun temps, no li hagin ocasionat queixes dels seus consumidors, dihent que de quand en quand senten en les seves botelles una pudó estranya i repugnant.

Una vegada hagi conseguit això, jo li asseguro que haurà donat un grand pas per a consolidar la fama dels seus productes.

Un exemple viu el té vostè en les fàbriques de Champagne (França) a les que tant els hi interessa que les seves marques siguin ben consolidades, i no corrin el perill de ser desbancades del mercat.

Posen un cuidado portentós ab escollir el seu fornidor de taps, però una vegada han comprovat que és una persona íntegra, i li han posat la seva confiança, allavors només se troven segurs ab els taps del seu fornidor.

4t Punt- Sapiguer obtenir ordres i ficar bé les condicions

C- A quins preus, té els seus taps?

V- Preus mòdics, com veurà:

Pts: 12,50 % per la 3^a classe, 17 en 2^a, Pts: 20 per la c/, 24 per la 1^a i pts 30 per la classe extra. Aquestos preus són calculats nets per mi, això és, corren pel seu compte els gastos de transport, acarreos, etc...

C- No vull gastos suplementaris, me dongui el preus nets aquí.

V- Ab aquestes condicions resulten els mateixos preus, més l'1% de recàrrec.

C- Permetim que li digui qu'els seus preus sont molt exagerats i compro ab més ventatje a n'el meu fornidor.

D- Ab això dels preus me permetrà li fassi una petita observació, que explicat és la clau per arribar moltes vegades ab un accord.

El preu de una classe de taps depend del trio més o menos depurat, influint aquesta causa en més o menos escala en la cotisació dels preus.

D'aquí en resulta qu'al començament sigui una mica difícil arribar a adivinar els gust del consumidors de taps, perquè antes de conèixer la classe més ventajosa per a ells, sont necessaris una sèrie de tanteigs que, moltes vegades, per una mala intel·ligència fan fracassar l'èxit de l'operació.

Una sola cosa puc assegurarli, i és que jo que fa 10 anys que estic en contacte i al corrent de tots els cambis oscil·lacions d'aquest negoci, li dic ab tota convicció i sinceritat que li ofereixo taps de tota confiança en bones condicions.

C– Això a mi ni m'importa, ni poc ni molt, el cas és de que jo puc comprar taps més fins a preus més ventafosos i, si no ho vol creurer, li podria ensenyar la factura perquè s'en convencés.

V– De cap manera, tinc la pretensió de negar-ho, però és la meva convicció que tota vegada que el seu fornidor li fa condicions tant ventafoses, d'una manera o altra, s'ha de rescabalar, perquè del contrari voldria dir que perd diners ab la venta, cosa que no's pot admetre de cap manera. En aquest cas, de segur qu'el suru, no és de bona procedència i d'ésser així seria lo pitjor que li podria arribar.

Respecte als taps, li aconsello vagi ab cuidado ab això de les economies, que moltes vegades, resultan molt cares, perquè desenganyar-se, un líquit embotellat ab un tap de suru de males condicions és impossible qu'es conservi bé. Al meu entendre, seria més prudent fer economies ab etiquetas, lacres, alambres, botelles que no pas ab els taps, perquè aquells fan un servei accidental, mentres que dels taps en depèn la millor conservació del líquit.

C– Tot això està molt bé, però la qüestió és que els taps que compro són més fins i baratos qu'els seus, de consegüent seria un grand contrasentit que deixés lo bo i barato per comprar lo car i dolent.

V– Tingui per molt segur que no sempre els taps d'aspecte més agradable són els millors. Si vostè veyés els tríos del taps de Champagne se'n convenceria desseguida, i allà veuria taps molt fins que van a la classe flaca, i taps molt picats qu'es tiren ab la classe superior, perquè tant o més que a la finor, lo qu'es mira és la raça i la procedència del suru que, al cap i a la fi, és lo esencial.

Perquè això de la finor (ja no és cap secret per a ningú) que las més de les vegades s'obté a copia de rentatges ab sustàncies químiques que, encare que no siguin cap veneno, mai donen res de bo al líquit. Y això és lo que fan tots, absolutament tots, els que pretenen vendre bo i molt barato, perquè no tenen altra remei que justificar els seus preus que amagar els defectes de les seves mercaderies ab procediments viturables,⁶ rentatges forts de cloro, ensofrarlos... i mil porqueries més que tenen el mateix objectiu qu'els cosmètics i pomades ab les cares de les senyores, esto es, cubrir ab l'apariència la realitat.

Però el cas més curiós i extravegant és el d'aquells altres fabricants que per donar a n'els seus taps un aspecte fi i agradable els he fabriquen ab

⁶ Actitud blasmable.

màquines al esmeril o paper de vidre, ab lo que logren fer els seus taps molt exactes, molt emmotllats i d'un aspecte molt fi, precisament perquè el serrí que desprèn el papel de vidre al rosegat el suro per ferlo rodó, tapa els poros (forats) del tap, i tot ell es troba cobert d'una pols finíssima, casi imperceptible, que té la virtut i la gràcia de tornar els taps flacs en bons. Els consumidors que tapan ab aquestos taps es creuen tapan ab un bon tap de suru, i en realitat tapen ab un dipòsit de serrí, succehint que al anar a destapar l'ampolla un se troba ab un pòsit que no és més que pasta de serrí, i qu'el consumidor atribueix a no ser el líquit prou clarificat.

La meva norma de conducta en la fabricació consisteix: 1r. En que les primeres matèries siguin lo millor possible (això és lo essencial). 2n Fabricar els taps per procediments (antic si vostè vol) emperò inofensius (màquines de gabinet) i 3r. Oferir els taps tal com són, sense empastifarlos.

Ab això resulta que a mi me costa una mica més de feina el viajar els meus articles, però en cambi, tinc la seguretat que una vegada he posseït un nou client, l'he conservat per sempre.

Y no's cregui que jo sigui un rutinari ab els procediments de fabricar, lo que hi ha és que jo crec que s'ha de distingir entre procediments nous, que representen una ventatja positiva, els procediments que s'inventen ab la santa intenció de mistificar els gèneros, dels procediments que serveixen per a substituir l'article bo, sencer, per el dolent estimulats per l'aliciet perniciós de un preu més baix, que no compensa ni de molt els perills a que un s'exposa en fi dels procediments que serveixen per vendre a 1 pta. més barato, però 2 pts. més dolent.

C- De totes maneres, els seus preus sont molt cars.

V- Me cregui que ab els preus que li dong, s'aprofita de les millors ventatges ab un cost mínim.

C- Si me fes un 5% de rebaix tal vegada, ens arribaríem a entendre.

V- Per probarli els bons desitjos que tinc i a modo d'introducció, li cotejaré els preus que li he donat ab un 2% de rebaix, sobre el total de la factura.

C- Al 5% me té per parroquià!

V- Ab tota franquesa, i sentintho molt, no me és possible arribar-hi. Ja donada la competència d'avui en aquest negoci, i a fi de logar algun client aquí Espanya, per la paralizació dels negocis a l'estranger, habia confeccionat la meva llista de preus reduhida a lo més mínim, i que tenia molta confiança de que seria ben acullida.

Ja rebaixant-li un 2 %, me excedeixo en les meves facultats, però tota altra rebaixa seria ruïnós per a mi.

Tingui la complerta seguretat que en els preus que li donc s'aprofita de totes les ventatjes que li és possible lograr, tota vegada que compra taps molt bons i de tota confiança a preus ben mòdics.

C- Lo dit, dit!

V- Per favor, no sigui tan intransigent i no em posi ab l'alternativa de volguer i no poder, moderi les seves pretensions, i jo fent lo impossible, m'ajupiré a fer-li el 3%.

C- O el 5 % o res!

V- Essent així, no'm queda altra remei que esperar un altra dia, prefereixo privar-me del gust (que seria molt grand per mi) de començar negocis ab vostè que no perdre diners, perquè un es pot conformar ab no guanyar res, però perdre és una temeritat quand no una tonteria...

Vaja home, sigui una mica complacent, perquè ja veu que faig tot lo que puc, i estigui segur, de que no s'arrepentirà mai d'haver entrat amb relacions comercial ab mi, antes al contrari puc assegurar-li s'alegrarà més d'una vegada d'haver probat els meus articles, i m'afavorirà ab una amistat constant i durable.

C- De vostè depend, me concedeixi el 5% o no'm parlem més!

V- Caray! Ja veig qu'és irreductible...! Doncs bé! Com que no puc resistir la temptació de començar a tractar ab vostè i encare que m'escou molt aquest sacrifici, i com a reclam, me conformo en fer-li un 5% de rebaix, però tingui present que vaig contra els meus interessos per complaurer-lo, i espero que en justa compensació se recordarà de mi per les altres classes, donantme, (si els meus taps li agraden) el monopoli de les seves compres, perquè és molt just que qui rossega els ossos, mengi una mica de polpa també. Per quand necessita vostè aquestos taps i quina quantitat apuntaré?

C- D'aquestos taps en consumo uns 50 mil al any, però avant de passarli nota, necessito rebre una mostra per comprar.

V- No hi tinc el més petit inconvenient, encare que pot tenir la seguretat més absoluta de que no hi ha cap necessitat; encare més li diré, tots els meus clients quand necessiten una classe nova, me donen l'ordre sense partida de proba tant sols. Y la rahó és molt clara. Un verdader fabricant ha de tenir com a base del seu negoci, la continuïtat de les ordres, i seria innocent i tonto sacrificar el porvenir qu'és molt llarc a n'el present, que no més dura un instant.

Perquè exemple i gràcia, suposant que vostè me fes el pedido complet de moment, que és lo que hi guanyaria ab donarli una decepció? El no pogué tornar més a n' aquesta casa.

I ab un negoci com aquest que la principal base del benefici és el giro de grands cantitats a l'any no de 200 ni de 500 mil sinó de 40 o 50 millions, serien ganes de perdre miserablement el temps, si'm dediqués a enganyar d'aquí i d'allà per treurer total un benefici ridícul d'unes quantes centes pessetes.

Ja li dic, lo essencial d'aquest negoci i lo únic positiu és el aconseguir una clientela sòlida i durable, aixís és que hasta per egoisme estic interessat de qu'els envios siguin a la seva entera satisfacció. De més a més, com que espero que la seva intenció no és demanar-me això sols, estigui segur de rebre un género més bo, encare en tant que posible que la mostra.

C- Tot lo que vostè vulgui, no vull pas exposarme ab un chasco, m'envii mostres.

V- No es vagi a creurer que m'hi oposi, però sol arriar que com que l'èxit d'una mostra sempre és problemàtic, a la fàbrica devegades no donen a l'envio d'una mostra el cuidado i l'importància que es mereix. Per això és que sempre procuro qu'em passin una nota de proba, perquè estic segur que lograntho, ja he conquistat un nou client.

Per lo demés ab una mostra d'una dotzena de taps tampoc el consumidor es pot fer càrrec del conjunt, per lo que li demano me permeti enviarli una bala com a mostra major.

C- No puc complaure'l. Envii la mostra i veurem.

V- És una verdader llàstima! Perquè estic convençut de que, si volgués ferme l'honor de fer una prova ab els meu taps, en quedaria tant satisfet, que podria contarme per sempre en el número dels seus furnidors i amistats.

Sense volgué rebaixar en res les qualitats dels meus competidors, puc afirmar, sense pecar de vanitós i fanfarró, de que en 2 punts estic molt per sobre d'ells:

- 1^a) Escrupolositat en no enviar mai sino taps procedents del suru de tota confiança, que puguin donar un resultat contraprudhent.
- 2^a) Seguretat absoluta d'enviar sempre les mateixes classes tractades.

Si alguna vegada tingués ocasió de preguntar sobra la meva casa, veuria la coincidència de lo que li dic ab els informes que li darian.

Només puc dirli, sinó que quand jo vaig entrar en el negoci, i avants de viajar per l'estranger, fèiem el nostre negoci ab una dotzena de clients a lo més, coneguts ja de temps del meu avi, i ab els quals no ens havíem vist mai, i que ab 30 anys qu'el meu pare regeix la fàbrica no n'hem perdut ni un sol, no sabent lo que són reclamacions, retorns ab tot i haber atravesat les circumstàncies més crítiques, i dins de la competència desenfrenada en qu'es desenrotlla aquest negoci.

Això sol és més que suficient per avalar l'honradesa comercial d'una firma i constitueix l'alabanza més estupenda que pugui donarse a ningú.

Aquesta és la causa de la meva porfia en aconseguir a tota costa una ordre com a proba, perquè'm consta que és la vàlvula per a entrar en bona i durable intelligència.

5è Punt – Sapiguer despedir-se

V– Com li van els negocis? Sembla que tenen bastant animació en aquesta comarca!

C– No ho cregui pas, fa la mar de temps que el negoci està completament parat.

V– Malo...!

Si no fos importunar-lo massa, li demanaria un favor!

C– Estic a la seva disposició. Mani i disposi.

V– Com que desconec aquest mercat per ser la primera vegada que'l tracto, porto una llista molt nombrosa de fabricants i comerciants, que m'ha semblat podien haver de menester els meus serveis, i desitjaria hi dongués un cop d'ull, indicantme les cases que a n'el seu entendre, puguessin comprarme taps.

C– Ab molt de gust... Este...ese...aquel.

V– Moltes gràcies. Com que no vull molestarlo més, ab el seu permís me despediré. He tingut molt de gust en coneixe'l, i encare que pel moment no hagi estat possible fer molts negocis, espero tenir més sort un altra dia.

De tots modos, estic sempre a les seves ordres, i mani i disposi en tot lo que vulgui que farà els meus possibles per complaurel.

Estigui bo! Passi-ho bé!

Bibliografía

- FERNÁNDEZ, M. (coord.) (1995): *El Museu del Suro de Palafrugell*, Quaderns de didáctica i difusió, núm. 7
- ROGER, M. (1911): *Els tipus socials de la producció suro-tapera*, Barcelona, Tip. L'Avenç. 213-280.
- SALA, P. (2003): *Manufacturas del corcho S.A (antiga Miquel & Vincke). Líder de l'exportació industrial espanyola (1900-1930)*, Palafrugell, Museu del Suro.
- ZAPATA, S. (1996): "Corcho extremeño y andaluz, tapones gerundenses", *Revista de Historia Industrial*, núm 10, 44-45.