

# De vendedores ambulantes y viajantes de comercio

## Aproximación al comercio no fijo en los años del hambre

El pequeño comercio ha sido un sector que ha posibilitado a la vez una actividad económica y una función social muy cotidiana, próxima y básica la del suministro y abastecimiento a la población de productos de primera necesidad, lo que ha generado unas relaciones sociales muy particulares durante siglos, tanto dentro como fuera del propio comercio.

**E**l comercio detallista de pequeñas dimensiones se vio afectado durante la posguerra directamente por la política económica autárquica, en general, y las circunstancias derivadas de la misma, en particular, lo que llevó al pequeño comercio a desarrollar unas estrategias de supervivencia que en algunos casos fueron genuinas del periodo de posguerra y en otros una adaptación e incluso potenciación de prácticas comerciales ancestrales. Este comercio fue instrumentalizado por el nuevo régimen político para llevar a cabo el racionamiento durante el periodo de escasez. Los controles, la normativa y la creación ex profeso de organismos para tratar de controlar y distribuir la escasa oferta, como la Comisaría General de Abastecimientos y Transportes, la Fiscalía de Tasas, etc., son otros tantos elementos que los gobiernos de turno establecieron para implicar y controlar al pequeño comercio en la tarea del reparto de los bienes de consumo de primera necesidad.

JOSÉ M.<sup>a</sup>  
GAGO  
GONZÁLEZ

DOCTOR  
EN FILOSOFÍA  
Y LETRAS, POR  
LA UAM.  
CATEDRÁTICO  
DE ENSEÑANZA  
SECUNDARIA

La comprensión del funcionamiento del pequeño comercio en los años cuarenta y cincuenta nos puede mostrar cómo vivían y trabajaban los comerciantes, que reunían en sí mismos una triple condición: propietarios, trabajadores y patronos, tanto en su vertiente de vendedores fijos como ambulantes. Los familiares aportaban fuerza de trabajo y capital humano sin retribución salarial, destacando el trabajo de las mujeres en los espacios públicos y privados. Además, llevaban acabo las estrategias familiares en esas unidades de distribución y trabajo que eran los pequeños comercios. Las relaciones sociales entre los comerciantes y los dependientes de comercio, que superan la mera relación laboral para instalarse, en los años de la autarquía, en unas relaciones paternalistas y cuasi gremiales.

Aquí únicamente me centraré en dos figuras comerciales: el viajante de comercio y el vendedor ambulante, con toda la carga épica que tenía a mediados del siglo XX su trabajo. Cómo se veían ellos y cómo les veían los demás, de ma-

## distancia

Colaboraciones

nera particular en unos años duros de la dictadura franquista, en todos los sentidos y para casi todo el mundo, en primer lugar en el asunto básico del abastecimiento cotidiano.

Dos grupos comerciales indisolublemente unidos al comercio minorista y en particular al pequeño comercio, que tuvo entre sus elementos característicos y personajes emblemáticos a esos dos arquetipos comerciales que hoy en día o han desaparecido o se han modificado de tal manera que son irreconocibles, en relación a su situación y funciones de hace medio siglo.

El interés que despiertan estos dos conjuntos comerciales radicaría por un lado en el carácter itinerante de la actividad comercial que practicaban ambos, unos por cuenta propia (ambulantes) en la mayoría de los casos y otros por cuenta ajena (viajantes) en casi su totalidad. Pues en ambos casos contrasta notablemente con el comercio estable.

Asimismo, las condiciones de vida derivadas de su actividad laboral son no sólo peculiares, sino también paradigmáticas del comercio autárquico (el viaje/trayecto): los medios de locomoción, las estancias (en posadas, pensiones, ventas y establecimientos similares), el trato humano con los compradores, consumidores y comerciantes, las propias características humanas y personales de estos vendedores (soltería, don de gentes, espíritu emprendedor, etc.).

Estos colectivos no constituyeron la base numérica mayor del pequeño comercio, pero han sido extraordinariamente conocidos y han difundido parte de la esencia del comercio tras la Guerra Civil en España.

Una narración, en definitiva, que recoge trayectorias paralelas y coincidentes de viajantes y ambulantes, reforzadas

*Homenaje-  
recibimiento  
en Eibar  
a los viajantes  
de comercio,  
años 20.*



por el ímpetu del testimonio y la sugencia de la imagen.

El viajante ha sido un dependiente singular en el comercio; bajo esa denominación se han englobado diferentes tipos de trabajadores, que recibirán, a lo largo del tiempo, diferentes denominaciones, unas populares y otras oficiales, atendiendo también a su misión o compromiso con las personas o empresas a quienes representaban.

Podían darse, asimismo, dos modalidades diferentes: el viajante profesional, de actividad exclusiva, y el dependiente que compatibiliza su actividad de venta con la representación comercial:

## distancia

*De vendedores ambulantes y viajantes de comercio*



«Eran dependientes que pasaban a viajantes en el momento que hacía falta...»<sup>1</sup>.

«Eran representantes de una casa productora o de un almacén de gran categoría»<sup>2</sup>.

En ambos casos los comercios o fábricas solían ser de cierta entidad, pero a veces se correspondía con la pequeña tienda que suministraba a otros establecimientos y, de manera particular, a otros comercios de diferentes localidades; en primer lugar pueblos y zonas se-

<sup>1</sup> Comerciante-propietario de una mercería-paquetería, al detall y al mayor, en Palencia.

<sup>2</sup> Comerciante-propietario de una tienda de telas y paños, en Ávila.

miurbanas: «Los viajantes iban mucho en aquel entonces a Mansilla. Había viajantes que se tiraban tres y cuatro días, viajantes que eran, sobre todo, de los almacenes fuertes, almacenes de gran envergadura. Había un tal Cuadrado, de Pamplona, que llevaba por aquel entonces treinta y tantas cubetas... Entonces, había viajantes, la mayoría, de almacén...»<sup>3</sup>.

En el primer caso, el representante viajaba por cuenta de la empresa y dependía de ella, aunque su estatuto podía ser muy variable<sup>4</sup>. Podían trabajar para un solo empleador o para varios; en cualquier caso, son empleados de actividad exterior, es decir, fuera del local del establecimiento que los emplea: «Su mayor aspiración como dependientes tenía que ser pasar de dependiente a viajante, que eso era ya una mayor categoría»<sup>5</sup>.

Si se trata de un dependiente que hace tareas de viajante, lo hace por un periodo determinado, pero su categoría sigue siendo la de dependiente y su retribución es idéntica: «En ese sitio me hicieron dependiente mayor y ya ganaba igual que un Viajante, y no salía, me lo propusieron [ser viajante], pero no quise»<sup>6</sup>.

El representante comercial no necesita en la mayor parte de los casos una

<sup>3</sup> Comerciante-propietario de una tienda de tejidos en Mansilla de las Mulas, León.

<sup>4</sup> La Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones (CIUO) señala: «Trata de conseguir pedidos y vende mercaderías a los minoristas, a los industriales, a instituciones y a firmas profesionales o establecimientos de comercio al por mayor, visitando personalmente a los clientes y viajando por la zona geográfica que se le asigna». En *El Vendedor Viajero*, de Michael Bell. Ginebra: OIT, 1980.

<sup>5</sup> Comerciante-propietario de unos almacenes de telas, de venta al mayor y al detall, en Ciudad Real.

<sup>6</sup> Dependiente en unos almacenes de tejidos y varios, de venta al mayor y al detall, en Palencia.



## distancia

### Colaboraciones

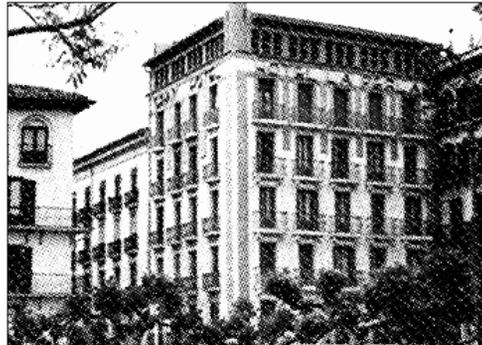
publicidad previa o paralela que facilite su venta la publicidad es el propio trabajo: «No, publicidad ninguna, la publicidad que hacía yo era el viaje, que era la mejor publicidad. Y servir bien a la gente; ésa era la mejor publicidad que había»<sup>7</sup>.

Era éste un trabajo masculinizado dentro de la actividad comercial donde los haya; era un «territorio» cerrado de los varones, por sus características y por el contexto, en donde se desarrolla su actividad laboral. El ambiente social y político de la época contribuyen sobremanera a consolidar este reducto masculinizado del comercio que, eso sí, abarca todos los gremios.

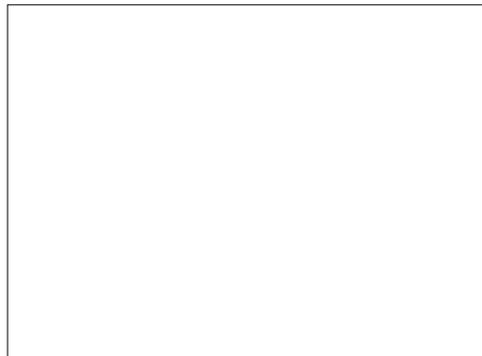
Muy frecuentemente solteros, cuando se casan les cuesta salir más de viaje y dejan el paso a los más jóvenes o sin compromisos familiares: «Todo el mundo servía, lo que pasaba es que si ganaban un poco más de dinero pues a alguno le interesaba. Habitualmente, si estaban casados, ya les gustaba menos. Los solteros se apretaban más»<sup>8</sup>.

Varios aspectos podemos destacar del viajante que le definían como dependiente mercantil a la vez que como individuo: lo itinerante de su trabajo, que llevaba aparejado ciertos hospedajes, rutas y medios de transporte; el trato con los clientes, que implicaba un carácter decidido y ambicioso de este personaje. A este respecto ya Balzac escribía acerca de los viajeros definiéndolos como «tipos simpáticos, frescos y chistosos»<sup>9</sup>; un conocimiento acertado de la mercancía que se ofrece, un trato

*Hotel «La Perla»  
de Pamplona,  
parada habitual  
de los viajeros  
de comercio  
en la primera mitad  
del siglo XX.*



*Factura  
Hotel «La Perla»  
años 20*



de confianza con el comprador que había que acrecentar de manera constante, además de estar siempre a la última. No se podían menguar las ventas ya conseguidas, la preparación de la venta y la venta misma. Aquí destacaban los muestrarios, la capacidad de persuasión, no exenta de ciertas artimañas y la dura competencia.

«Vendedor viajero» es una expresión feliz de M. Bell, que define perfectamente al viajante de comercio. Ese trabajador que viaja de manera regular lo hace con conocimiento de causa y nunca a la aventura, por eso repite machaconamente sus visitas comerciales. En esa faceta juegan gran importancia las diferentes rutas.

Las rutas se repartían entre los diferentes viajeros de un mismo establecimiento o empresa, que se turnaban en

<sup>7</sup> Dependiente y viajante de una sastrería en Ciudad Real.

<sup>8</sup> Comerciante-propietario de una mercería-paquetería, al detall y al mayor, en Palencia.

<sup>9</sup> *El Ilustre Gaudissar*. Se publicó por primera vez, en 1833, en el tomo II de las Escenas de la vida en provincias y en 1843 pasó a formar parte del tomo VI de la Comedia Humana.

## distancia

*De vendedores ambulantes y viajantes de comercio*



*Establecimiento comercial de tejidos, en Ciudad Real, abierto en los años 20.*



*Pastelería-repostería de León, casa fundada a principios del siglo XX.*

los recorridos comerciales, aunque mantenían la misma política y los mismos planteamientos entre sí. El nexa era el listín de clientes que todos ellos llevaban y que se pasaban unos a otros en cada salida que realizaban.

«Si tenían que salir de viaje se les decía:

—Mira, tú vas a hacer la ruta de Guardo

Y estaban 15 días en la ruta de Guardo. O les decían:

—Tú vas a hacer la ruta de tal, y estaban 15 días.

Bueno, nosotros sólo teníamos dos de los que salían. Iban alternándose las rutas.

—Hace mucho que no se va a la ruta de Baltanás, o a la de Cerrato.

—Oye, que hace mucho que no pasamos a Asturias.

En la zona que era minera se vendían mucho las camisetas...

—¿Quién se quiere ir mañana a Asturias?

Y se estaba allí una semana.

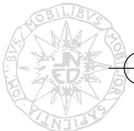
—¡Mira, viene fulano!, pues vete tú para allá»<sup>10</sup>.

La ruta la visitaban los viajantes de paños y productos textiles cada temporada, dos veces al año, y algún representante del almacén o tienda suministradora de mercancías para abastecer a los comerciantes de las novedades de primavera-verano o de otoño-invierno. En esas visitas rutinarias se podían hacer nuevos clientes, pero lo más habitual era reeditar la visita al cliente fijo y aprovechar para llevar algunos productos que el cliente había solicitado con anterioridad o que habían quedado pendientes en la visita anterior.

Papel importante en la ruta lo desempeñaba el hospedaje. Una vez que llegaban a su destino, en cada escala, se alojaban en fondas, pensiones, hostales y hoteles; la mayoría conocidas por la reiteración de la visita y apreciadas por el trato que en estos lugares recibían. Podían permanecer varios días en el mismo lugar y en el mismo hospedaje hasta completar la visita a todos los clientes y posibles compradores: «Venían aquí [Ávila] y traían eso. Paraban en el hotel Jardín, un hotel que hay ahí. Siempre tenían ese hotel para eso. Traían en una especie de carro, de esos de caballos, con las cajas. Las ponían todas en fila y ocupaban casi todo el mostrador. Allí empezábamos a trabajar y, hasta que terminábamos, tomaban nota y se acabó. Luego se llevaban las cajas, y a otro pueblo o a otra población»<sup>11</sup>.

<sup>10</sup> Comerciante-propietario de una mercería-paquetaría, de venta al detall y al mayor, en Palencia.

<sup>11</sup> Comerciante-propietario de una tienda de telas y paños en Ávila.



## distancia

### Colaboraciones

Se creaba así una familiaridad y confianza entre los miembros de la hospedería y el viajante que se acrecentaba con el paso de los años. Allí podían conseguir que les lavaran y plancharan su ropa para tener buena presencia ante el cliente. Podían comer y, mientras, hablar con sus colegas, pero sobre todo podían reponerse del duro trabajo y largos viajes, casi como si estuvieran en sus casas: «Bueno, en todas las rutas había sitios para alojarse, en pensiones o casas que ellos ya conocían, donde se juntaban. Normalmente iban viajeros de todas las provincias y de otros gremios, de otros comercios, de comestibles, de..., y se conocían, porque estaban siempre en la misma ruta»<sup>12</sup>.

Los diferentes y casi siempre modestos hospedajes indicaban por un lado la movilidad de su trabajo, por otro lo ajustado de su economía: «[La categoría] era la de viajante, pero tenían algo más de la comisión de ventas. Un sueldo fijo más una comisión por ventas, que era un estímulo»<sup>13</sup>; aunque siempre había las excepciones en lo que se refiere al poder adquisitivo y prestancia de estos personajes: «El viajante de comercio, por lo regular, te hablo de los años de Mansilla, en los años cuarenta y cincuenta, era un señor muy etiquetado; iba en coche y con chófer. Luego, cuando me fui a Zaragoza, allí los viajeros eran también grandes señores y éstos solían ir en coche, o más bien en tren. Entonces, llegaban a Zaragoza y tenían una fábrica, porque Zaragoza era un... Bueno, los viajeros eran muy señores, muy etiquetados. Había muchos que viaja-

*Vendedora callejera con su puesto de churros, en Madrid, en los años 40.*



ban hasta con la señora, ganaban dinero, porque los viajeros de fábrica ganaban dinero ¡eh!»<sup>14</sup>.

Cuando se desplazaban para la venta podían utilizar diversos medios de transporte. En algunas ocasiones lo hacían en transporte público, en autobús o en ferrocarril, lo que obligaba al viajante a depender de terceros y a guardar puntualidad en los desplazamientos. Cuando el viaje se realizaba en los coches de línea, la familiaridad con los conductores era grande y podía pedirles ciertos favores que facilitaban el trabajo del viajante. Esto raramente ocurría en los viajes en ferrocarril, donde el anonimato era mayor y las posibilidades de acuerdo mínimas: «Eran unas maletas que tenían que llevar en los coches de línea, de pueblo en pueblo»<sup>15</sup>.

<sup>12</sup> Comerciante-propietario de una mercería-paquetería, de venta al detall y al mayor, en Palencia.

<sup>13</sup> Comerciante-propietario de una mercería-paquetería, de venta al detall y al mayor, en Palencia.

<sup>14</sup> Comerciante-propietario de una tienda de tejidos en Mansilla de las Mulas, León.

<sup>15</sup> Comerciante-propietario de una mercería-paquetería, de venta al detall y al mayor, en Palencia.

## distancia

*De vendedores ambulantes y viajeros de comercio*



*Establecimiento de perfumería en Logroño, abierto en los 40.*

Si por el contrario el viajante se desplazaba en un vehículo de la empresa, la mecánica del trabajo cambiaba radicalmente, ya que era el propio representante el que con un cierto margen establecía los tiempos de las visitas a los clientes y los itinerarios alternativos para las ventas. Era indicador de un cierto prestigio comercial el desplazarse en vehículo privado, pero también dependía del tipo de representación que desempeñara el viajante, pues algunos productos no podían transportarse en los coches de la empresa.

Para ganarse a los clientes tenía que desplegar todas sus artes y conocimientos. Muchas de estas artes y conocimientos se aprendían con la experiencia y con cierta psicología comercial. Por ejemplo, perder un poco en ciertas concesiones a cambio de ganar un mucho en el monto total de la venta.

En esa profesión inveterada en la que el oficio de viajante se remontaba a más de un siglo atrás, el viajante, mante-

niendo la tradición vigente desde el principio, debía adornarse con el atributo de la palabra fluida<sup>16</sup>, del poder de seducción personal y profesional, y aprovechar al máximo las necesidades del comerciante para intentar venderle lo que necesitaba y lo que podía necesitar.

Muchos de estos viajeros debían recorrer enormes distancias con medios precarios la mayoría de las veces; eso suponía, en primer lugar, una gran voluntad y tesón, ya que implicaba largas ausencias del domicilio familiar y del entorno personal, a la vez que riesgos físicos derivados de los constantes viajes: «Normalmente una semana. Había algunos viajes, por ejemplo, cuando iban a Extremadura, donde hacían muchísimos desplazamientos, pues que, a lo mejor, estaba doce o trece días. Pero, normalmente, una semana. El sábado, a casa»<sup>17</sup>.

El transporte, muy variado, será señal de identidad tanto dentro como fuera del mundo comercial el consumidor lo identifica y el comerciante lo reconoce al llegar en coche o tren a cada localidad. Seguirá con resignada regularidad las rutas asignadas por su casa comercial: «La mayoría iba en coche con chófer, excepto los de almacén, que éstos ya conducían; eran viajeros de coche. Pero, en principio, era así: no utilizaban coche»<sup>18</sup>.

<sup>16</sup> Balzac. H. *El Ilustre Gaudissart*. En la obra de Balzac el personaje de Gaudissart encarna a un viajante de comercio con sus atributos propios, como la elocuencia y el dominio de la situación o la actividad. El propio Balzac se refiere al viajante como un personaje desconocido en la antigüedad, pero que encarnaba los nuevos tiempos (1830 en Francia), en donde el triunfo de la burguesía sería una realidad. El viajante de Balzac era un hombre contradictorio pero audaz y exitoso, que aprovecha los nuevos tiempos para hacer mayor fortuna gracias a sus dotes de oratoria. Barcelona: Editorial Lorenzana, 1964. Pág. 12.

<sup>17</sup> Dependiente y viajante de comercio, en representación de una sastrería, en Ciudad Real.

<sup>18</sup> Comerciante-propietario de una tienda de tejidos en Mansilla de las Mulas, León.



## distancia

### Colaboraciones

El representante intenta interesar al comprador a través de muestrarios y catálogos, pero, además, indica precios y condiciones de venta y entrega, en su caso promueve rebajas e informa sobre la posible evolución de los precios al comprador. En cuanto a su empleador, transmite las órdenes de compra y todo lo relativo a las transacciones comerciales. Debe conocer al tipo de cliente que vende y actuar en consecuencia, siempre con la prudencia y cortesía como «divisas», sin perder por ello la simpatía, el desparpajo y la inventiva.

La venta ambulante es una antigua actividad comercial que pervive con cierta importancia durante los años de la posguerra; hunde sus raíces en los buhoneros medievales y se va adaptando, lentamente, a los cambios comerciales que se producen en Europa a lo largo del siglo xx.

La encontramos, en el periodo autárquico, como el mejor medio de abastecimiento para aquellas localidades en las que el pequeño número de habitantes no permite rentabilizar el comercio fijo. Se localizó, también, en las zonas en las que la dificultad del traslado de los lugareños a centros de mayor importancia, bien por las propias tareas de la población campesina o por la simple dificultad de los transportes y vías de comunicación, representa una oportunidad para la ambulancia: «Después, en el cincuenta, cincuenta y tantos, se empezó también a la ambulancia. Entonces, con un carro y un caballo se salía por aquellos pueblos, por todo aquello de Villómar, la Aldea, Villaquiz. En fin, se salía a vender por los pueblos»<sup>19</sup>.

Los recorridos eran variados y res-

<sup>19</sup> Comerciante-propietario de un establecimiento fijo de tejidos y miembro de una familia de vendedores ambulantes en Mansilla de las Mulas, León.

*Establecimiento comercial muy popular en Palencia: Mercería Bustillo, años 30.*



pondían al tipo de mecánica de la venta que cada comerciante tenía: diaria, semanal o quincenal.

Podemos distinguir varios tipos de venta ambulante: la que se desarrolla puerta a puerta, con periodicidad variable y de carácter individual, y la que se asienta en mercados itinerantes, también de regularidad diversa, pero localizada y organizada por las autoridades municipales; y también aquella que implica el desplazamiento del cliente al lugar en que se vende la mercancía pero que se lleva a cabo por un vendedor individual y aislado: «Eso era prácticamente cada semana. O dos semanas, depende de los

## distancia

*De vendedores ambulantes y viajantes de comercio*



*Viajante junto a los propietarios de la alpargatería-zapatería «López» en León, años 30.*

pueblos, claro. Siendo el pueblo grande, se iba a lo mejor cada semana. Que el pueblo era más pequeño, a lo mejor cada quince días. Así se funcionaba»<sup>20</sup>.

Peculiar, sin duda, fue, como variante dentro de la venta ambulante, el sistema de puerta a puerta: «Antes, lo que había aquí mucho [en Valladolid], cuando yo estaba establecido [1940], eran vendedores por pisos, que subían a los pisos y les daban diez pesetas, o diez duros, o mil pesetas, y todas las semanas les daban a ellos un duro, dos duros, de esa gente que no podía... Había mucho de esto, mu-

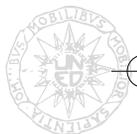
cho ambulante y, sobre todo, vendedores en pisos. Debían de tener alguna patente de venta ambulante, pero debían de pagar, no sé, una perra gorda»<sup>21</sup>.

La actividad como tal llevaba aparejada una serie de características propias que a su vez la diferencian de la venta sedentaria. Para ilustrarlas nos fijaremos en un tipo de venta ambulante, el de puerta a puerta, con carro, que consideramos prototípica de este tipo de venta.

El instrumento clave para el transporte de mercancías en dicha venta en la posguerra española fue el carro valenciano (Xátiva), que los ambulantes situaban, con proverbial regularidad, o bien en plazas y lugares públicos, siempre muy conocidos por los vecinos de las diferentes localidades que aquéllos visitaban y hacia los que acudían indefectiblemente las vecinas de la localidad para abastecerse, con frecuencia precedida de la publicidad a través del pregón; o bien, con mayor frecuencia, desplazaban el carro hasta la puerta de los clientes para venderles a éstos en su propio domicilio. Se trataba, de manera habitual y recurrente, de un vehículo de dos grandes ruedas de madera y ejes de hierro, varas para posibilitar el enganche de uno o varios animales de tiro y coronado por un toldo o lona con visera como elemento de protección frente a las inclemencias meteorológicas. En la mayoría de las ocasiones iba rotulado con el nombre del vendedor o algún otro nombre que identificaba a modo de cartel anunciador al ambulante. Sin embargo, en otras ocasiones, y dado que era suficientemente conocido, no necesitaba de tal anuncio. El carro, además, disponía de una serie de accesorios que permitían bien au-

<sup>20</sup> Ídem.

<sup>21</sup> Comerciante-propietario de unos almacenes de tejidos de venta al mayor y al detall, en Valladolid.



## distancia

### Colaboraciones

mentar la capacidad de carga, que podía llegar en ocasiones a superar los 400 kilos, o bien ubicar efectos personales del vendedor, sobre todo si su trayecto se prolonga por semanas o meses: «Sí, en lo que concierne al comercio ambulante, lo clásico de allí era a base de carro, un carro y una caballería. Era un carro preparado con estanterías. Allí se llevaba la mercancía por todos esos pueblos, por la ribera del Esla...»<sup>22</sup>.

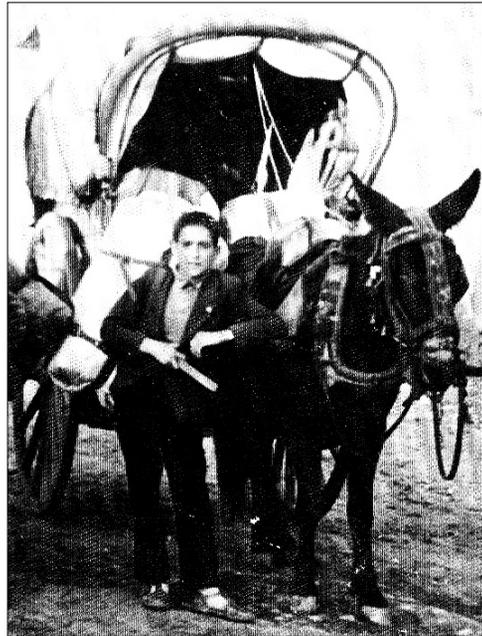
En la ambulancia, el sistema de venta puerta a puerta comenzaba con la preparación del viaje y la carga de la mercancía, se planificaba, de manera especial en los largos viajes, no sólo el trayecto a seguir y los clientes y zonas a visitar, sino también los géneros a transportar, los alojamientos en los que pernoctar y los lugares en los que abastecerse o recibir mercancía adicional.

Dentro del sistema de puerta a puerta había varias modalidades, como bien se explica en el libro *Los Pañeros de Berrocal*: la venta a tabla, con funda y con paquete. Respecto a la primera, dado que ha sido un sistema que se ha utilizado exclusivamente antes de la guerra, no nos detendremos en su explicación. La venta con funda servía exclusivamente para «ir a una casa concreta» y transportar sobre el hombro un número reducido de prendas surtidas de todo cuanto se llevaba, envueltas en la tela o retal denominada funda. El paquete, utilizado para dar la «vuelta» en la venta puerta a puerta, suponía cargar con 30 ó 40 kilos, y una mayor variedad y cantidad de géneros<sup>23</sup>.

<sup>22</sup> Comerciante-propietario de un establecimiento fijo de tejidos y miembro de una familia de vendedores ambulantes en Mansilla de las Mulas, León.

<sup>23</sup> Martín Cuesta, Miguel Ángel. *Los Pañeros de Berrocal. Tradición y modernidad*. Autoedición, Madrid 1998. Págs. 98-99.

*Un joven vendedor ambulante de telas, con su carro valenciano y su mula, años 50.*



La mecánica de la venta variaba según el subsector comercial, el modelo temporal de venta (diaria, mensual...), la clientela destinataria de la misma y por supuesto el comerciante en cuestión que la llevaba a cabo. Aún así podemos reconstruir, con bastante fidelidad prácticas comerciales de venta ambulante. Recurriremos, una vez más, a los pañeros ambulantes para ilustrar nuestro relato:

«En el pueblo era puerta por puerta con el mismo carro.

—¡Hombre, tal!

Después de un tiempo llamaban a las casas:

—Oye, mira, que tenemos telas, esto y lo otro..., sábanas.

Porque la base era de tejidos. Del mismo carro se sacaba una plataforma en la parte de atrás y allí se extendía la pieza:

—¿Qué queréis?, ¿un metro, dos metros...? Pues, hala.

## distanacia

*De vendedores ambulantes y viajantes de comercio*



*Dependiente-Viajante en la motocicleta de trabajo, para escasos volúmenes y cortos trayectos en Ciudad Real, años 60.*

Se medía allí mismo, se cortaba y eso era de puerta en puerta»<sup>24</sup>.

En otras ocasiones, el pañero llamaba a la puerta de los clientes y pedía que se le franqueara la entrada para poder desplegar sus artes y artimañas de venta en el propio domicilio del comprador:

«Entonces era ir de puerta en puerta. Llamabas a la puerta de una señora. salía ésta. Le dabas esto o lo otro, o que te lo encargaba si no lo llevabas encima.

—Pues me traes para la semana que viene tal cosa.

Yo iba todas las semanas.

—Me traes...

En fin, lo que fuera. Todo a base de encargos, a base de ir puerta por puerta»<sup>25</sup>.

<sup>24</sup> Comerciante-propietario de un establecimiento fijo de tejidos y miembro de una familia de ambulantes en Mansilla de las Mulas, León.

<sup>25</sup> Comerciante-propietario y vendedor ambulante en la zona de Toro, Zamora.

En el resultado de la venta era fundamental el «oficio» del vendedor, su capacidad de persuasión y su experiencia, pero también la disponibilidad económica y monetaria de la clientela; muchas ventas se malograban por no ser la temporada oportuna para la transacción debido a las dificultades temporales o estructurales de la economía familiar de los clientes. En este planteamiento, el sistema de fiado cobraba una gran importancia, ya que el vendedor habitualmente aplazaba el cobro de la mercancía que podía hacer efectivo en un nuevo viaje, máxime cuando se trataba de clientes de toda la vida y de gran fidelidad y confianza. Indudablemente eso sólo se podía hacer si se tenía la «parroquia» consolidada:

«En la ambulancia sí se fiaba. A los que eran, por ejemplo, ya gente de confianza, naturalmente. En esta zona, que era un poco de gente obrera, pues dabas hasta dos o tres meses, hasta septiembre, que se cobraba la soldada, pues también había que dar.

»La gente obrera, el labrador flojo, cuando venía el trigo es cuando tenía el dinero. En septiembre. Y lo mismo cuando llegaba mayo no tenía ni un duro. El obrero del campo, el bracerero, el jornalero... Aquí, en esta zona, había obreros de año que se llamaba, que estaban todo el año trabajando en una casa, y obreros por temporadas, los que estaban en la temporada de verano, por ejemplo. Aquí se cogían obreros que empezaban en junio hasta el día de San Mateo, el 20 de septiembre. No sé si era San Antón..., o una cosa así. Entonces se ganaba cuarenta y tantas. Esos obreros cobraban cuando terminaba. Si estaban ajustados en cinco mil a lo que fuera..., porque entonces se ajustaba a muchos



## distancia

### Colaboraciones

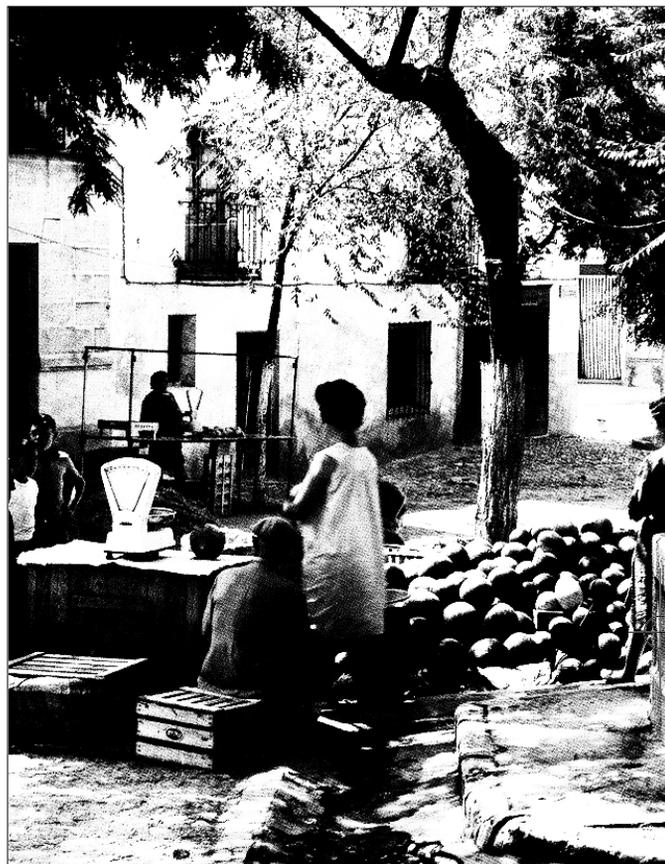
precios. Cuando cobraban es cuando pagaban»<sup>26</sup>.

El «arte» de la venta había que aprenderlo desde joven saliendo como criado de algún vendedor experimentado, o como acompañante de un familiar. El primer viaje se trataba en casi todos los casos de un «rito» iniciático hacia la madurez y la integración en la comunidad; en él se adquiría todo lo necesario para poder independizarse en un futuro, desde los trayectos y rutas hasta la maestría de la venta y el trato con la clientela; en definitiva formarse laboral y personalmente:

«Yo ya empezaba a hacer novillos en el colegio, porque me gustaba más la profesión de mis padres, o sea que gustaba más el comercio que el colegio. Y empecé a hacer mis pinitos ahí. Nosotros somos una familia de seis hermanos. Unos quisieron estudiar, pero yo no quise; a mí me gustaba el comercio. Entonces, en Baltanás hicimos la ambulancia. Teníamos un comercio en Baltanás, pero también hicimos la ambulancia, que es ir a vender por los pueblos. Fueron unos años para mí muy bonitos, aunque fueron también muy duros, porque pasábamos nuestras calamidades. En invierno había que madrugar. Hasta que me fui a la mili, en que compramos un local aquí, en Palencia»<sup>27</sup>.

La venta ambulante tenía sus propios ritmos, que variaban según el sistema que se empleara o la tradición que hubiera al respecto. Así, podíamos tener al vendedor ambulante individual, que se desplazaba diariamente desde su residencia hasta los lugares de venta, no

*Puesto ambulante de melones, junto a la fuente gótica de Arganda del Rey, años 60.*



muy distantes de aquella. Hay que tener en cuenta que los traslados en aquellos años se realizaban básicamente en carro y por caminos poco acondicionados, por lo que el ritmo de desplazamiento era bajo y la distancia recorrida corta: «Una hora, depende; una hora u hora y pico. Si había un pueblo más lejos se podía tardar hora y media o dos horas. Lo normal eran cinco kilómetros en una hora»<sup>28</sup>.

Una vez realizada la venta regresaban a sus casas y repetían la salida al día siguiente, si el tiempo lo permitía,

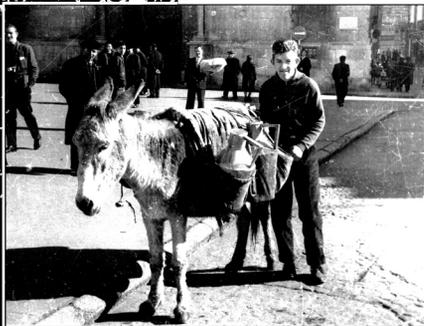
<sup>26</sup> Comerciante-propietario y vendedor ambulante en la zona de Toro, Zamora.

<sup>27</sup> Hijo de un comerciante-propietario de un comercio mixto, y ambulante él mismo en la zona de Baltanás, Palencia.

<sup>28</sup> Comerciante-propietario y vendedor ambulante en la zona de Toro, Zamora.

## distancia

*De vendedores ambulantes y viajantes de comercio*



*Vendedor de leche  
con su borrico,  
en las calles de León,  
años 60.*

pero a otra localidad diferente, aunque igualmente próxima. La frecuencia de venta en una localidad dependía en gran parte del número de localidades que formaban parte del itinerario del vendedor: «Sí, en el día, a excepción de cuando, por ejemplo, te pillaba en Quintana de Rueda. Entre Quintana de Rueda y Mansilla habrá 6 ó 7 kilómetros, y con la caballería pues... Entonces pernoctaban allí, en Quintana»<sup>29</sup>.

<sup>29</sup> Comerciante-propietario de un establecimiento fijo de tejidos y miembro de una familia de vendedores ambulantes en Mansilla de las Mulas, León.

Diferente era el caso de aquel otro vendedor que pasaba largas temporadas fuera de su casa y que podía llegar incluso a permanecer más de seis meses fuera de la misma. En esos casos el abastecimiento para la venta se realizaba en el mismo trayecto y no era necesario que el ambulante regresara para hacer acopio de mercancías: «Era venta ambulante; dejaban los bocoyes de las aceitunas, que, claro, no iban a venir desde Sevilla andando. Los tenían en lo que se llama el Mesón del Ángel, que todavía existe, y desde allí salía mi padre hacía Astorga y La Bañeza. Eso también lo llevaban en el tren, pero tenía una caballería, o dos y...»<sup>30</sup>.

Esta fórmula implicaba, consecuentemente, una peculiar manera de vender, de relacionarse con los compradores y de vivir las largas ausencias del domicilio personal. Había que vivir en posadas y ventas, calcular los trayectos para llegar a los puntos de abastecimiento a tiempo y enfrentarse a los múltiples problemas o contratiempos que se iban presentando a lo largo del viaje.

«Yo tenía una ruta por la provincia, por los pueblos limítrofes a Baltanás: Antigüedad, Cevico Navero, Villacónancio, Castrillo de Onielo... Esa era una ruta cercana, y veníamos a dormir todos los días a casa. Después hicimos otra ruta, que era Espinosa de Cerrato, por la parte de Burgos»<sup>31</sup>.

Viajantes y ambulantes desarrollaron vidas paralelas en el comercio de antaño.

<sup>30</sup> Hija de vendedor de frutos secos y variantes, ambulante y fijo, procedente de Serranillos, Ávila.

<sup>31</sup> Hijo de un comerciante-propietario de un comercio mixto, y vendedor ambulante él mismo en la zona de Baltanás, Palencia.

