

¿EL COMERCIO, UNA SOLUCION?



MANUEL GARCÍA MURILLO

Socio Fundador y Expresidente de la Asociación de Comerciantes

Abril de 1.939. Tras casi tres años de horrores, la negra noche de la Guerra Civil Española se cierra con la victoria del bando sublevado. España y por ende Villafranca, quedan devastadas. Medio pueblo reprimiendo en silencio su dolor solamente subrayado por los negros ropajes de los lutos por las personas perdidas en los frentes, en las paredes de los cementerios o en una cuneta. Otra mitad del pueblo en el polo opuesto; los más recalcitrantes abusando del poder de los vencedores sobre los vencidos.

En este caldo de cultivo no tardan en aparecer todo tipo de desgracias. Nacen las cartillas de racionamiento y surge el "factor" pan. El elemento más humilde de la cadena alimentaria se convierte en un elemento discordante –otro más- para la ciudadanía: guerra de precios, de peso, de calidades... Comienza un periodo conocido como "los años del hambre", en los que la mortandad se dispara de forma alarmante debido a la ingestión de alimentos insalubres recogidos en las riberas de arroyos infectados o en las cunetas de los caminos (los cardos, por ejemplo); gatos y liebres escuálidos, mondas de patatas y naranjas... Todo ello además estaba aderezado con una total falta de higiene. Es la situación perfecta para que afloren todo tipo de enfermedades, pudiendo ser causa de muerte tanto una vulgar colitis como una endiablada tuberculosis.

Ante este precario panorama, las mujeres -tenían que ser ellas- no tardan en reaccionar y se aventuran a montar pequeños negocios familiares en *la sala* o el

comedor de sus viviendas. Obviamente el negocio consiste en la venta a granel de artículos de primera necesidad como legumbres, azúcar o harina. Los utensilios necesarios para el desarrollo de la actividad eran muy elementales: una humilde balanza con dos raídos platillos, un juego de pesas, una mesa alargada, un viejo aparador atiborrado de cajas de cartón donde se depositaban los diferentes tipos de alimentos y un peculiar cacito alargado en forma de herradura que servía para administrarlos sobre un papel de estraza colocado en uno de los platos de la raída balanza. Estos pequeños negocios proliferaron como setas. Rara era la calle que no contaba con uno o dos comercios de este tipo. Nombrarlos a todos sería una tarea imposible, pero a modo de ejemplo podemos citar a *La Tosa*, *Los Chicos* o *El Manco*. También aparecieron comercios de ultramarinos y coloniales de más fuste, con mejores instalaciones y más surtidos. Pronto se empezaron a ver las primeras balanzas sin pesas (que por cierto no eran muy del agrado de la clientela) y también unos curiosos expendedores de aceite que hacían las delicias de los más jóvenes. De entre estos comercios más organizados podemos destacar *Casa Cañón*, *Pepe Flores* y *Félix Mimbrero*. *El Blanco* y *Negro* merece una mención aparte, pues a lo original de su fachada alicatada exclusivamente con azulejos blancos y negros se unía su interior, un autentico zoco donde podías encontrar de todo, desde arroz, azúcar o lentejas, a coladores, embudos, loza y cristal pasando por figuritas del Belén, juguetes y un mar de artículos inimaginables.



Las calles y plazas de Villafranca eran un hervidero de mujeres dedicadas a toda clase de actividades, desde un particular ejército de aguadoras que transportaban agua en unos elementales carritos de cuatro cántaros, a modistas que se desplazaban a domicilios particulares para confeccionar los pocos trajes, vestidos y ropa de cocina o de campo que se estrenaban en la época. Otras mujeres acudían a los talleres de bordados de *Julianita*, *Juana Pardo*, *Las Cotufas* y otros muchos al frente de las maestras bordadoras. Las sastrerías de *Verjano* -más tradicional- y de *Bernardo* -de formas más avanzadas y modernas- también daban gran cantidad de trabajo al sector femenino de la ciudad. Las cosas, aunque

despacio y con no pocas dificultades, iban enderezándose hasta llegar a la década de los 50, cuando comienza un pequeño resurgir económico y las destartaladas habitaciones que ocupaban precarios negocios comienzan a reconvertirse en tiendas de tejidos, lanas, mercerías, calzados, etc. De entre los calzados podríamos destacar *Calzados La Aurora*, *Saturnino* y *La Cacereña*. Entre las mercerías merecen mención *Cadaval*, *Báez* y *Custodio*, pero sin duda "el rey de las lanas" era *Manuel Pertegal* con la marca señera *Lanas Torremeder*. En la tienda de Manuel Pertegal se podía encontrar desde el más sencillo botón de nácar para camisas al botón de fantasía más sofisticado. Sin embargo, el verdadero boom lo supusieron las instalaciones de comercios de tejidos: *José María Pinilla*, *Tejidos González*, *José María Díaz* y *Almacenes Palmacio López*. Este último rompió los moldes del comercio detallista, dedicándose al comercio total. En esta tienda, con un gran despliegue de dependientes y montadores, se podía encontrar toda clase de tejidos, mercería, perfumería, muebles, lámparas y un largo etcétera. *José María Pinilla* era el gran especialista en pañería para trajes de caballero y uno de los primeros en apostar por la confección masculina. *José María Díaz* amplió sus instalaciones y buceó en el mundo del mueble, la confección y la iluminación.



Podríamos decir sin temor a equivocarnos que gracias a la iniciativa privada comenzó el resurgir económico de Villafranca. El consumo fue, sin duda, el motor de impulso para la proliferación de otras actividades que fueron creando un nuevo tejido social con unos niveles de vida de calidad más que aceptable. Después vendrían otras crisis que dieron al traste con esta primavera: la terrible época de las emigraciones masivas a Francia, Alemania y Suiza supuso despoblación y atraso industrial para regiones como la extremeña.

Ahora estamos inmersos en otra gran encrucijada cíclica debido a la que quizás sea la crisis económica más dura y larga que recordamos haber padecido. La ansiada actividad industrial, por unas posturas antagónicas, no acaba de cuajar en nuestra zona, pero desde luego nada es comparable a la situación que nuestro país y nuestro pueblo sufrió en aquellos durísimos años de la posguerra. Apenas sin medios y solo con la imaginación, la valentía y el arrojo de las mujeres y hombres de aquel tiempo, se logró salir adelante y dejar atrás una de las peores páginas de

nuestra historia reciente. ¿Fue el Comercio esencial para esta recuperación? Creo que tuvo mucho que ver.

Hoy cuando paseas por Villafranca y cada dos pasos encuentras locales cerrados con letreros de *Se Alquila* o *Se Vende*, a muchos se nos cae el alma al suelo y piensas: ¿dónde están los jóvenes emprendedores? ¿Es que nuestros jóvenes solo aspiran al funcionariado, a la subvención, al empleo precario? Efectivamente no existen ayudas dada la actual situación financiera y la disposición de nuestros gobernantes, pero, ¿qué ayudas había en los años de la posguerra? Lo necesario en estos momentos es poner a trabajar la imaginación, buscar incansablemente qué artículos, qué formas, qué necesidades demanda la sociedad actual, y después abordar los riesgos que se nos exija, buscar otras formas de organización empresarial que puedan ayudarnos a echar a andar (cooperativas, sociedades laborales, etc.). No vale la idea de que si una tienda de telefonía va bien, veinte tiendas de lo mismo también van a funcionar. No se trata de saturar el mercado en pocos sectores: burbujas no, gracias. Se trata de buscar la especialización y la singularidad en cada una de las iniciativas que queramos desarrollar. Es posible que una primera idea no tenga el éxito esperado, pero todo es cuestión de insistir, de aprender a corregir errores y sobre todo de no caer en el desánimo. Existe mucho campo; a modo de ejemplo, no tenemos en Villafranca tiendas de tejidos, bricolaje, vinatería, gourmet, herbolario y un largo etcétera. Es sólo cuestión de observar qué sector es deficitario y que pueda tener una demanda que nos permita vivir de nuestro propio esfuerzo.

Para concluir, me gustaría aclarar que el comercio no es la panacea que nos va a dar las soluciones a la actual situación, pero si en unos tiempos tan terribles como la posguerra el comercio fue un motor de cierto desarrollo –no sólo económico–, en los tiempos actuales también puede jugar un papel de relativa importancia. La reactivación del consumo es sin duda esencial para la recuperación económica. La ley de la oferta y la demanda funciona siempre, observemos qué demanda la población, démosle satisfacción, miremos al futuro con osadía y no con pesimismo. Tarde o temprano y de una u otra manera la actual situación ha de cambiar y debemos estar preparados y dispuestas para actuar con decisión y valentía ante los nuevos retos y cambios que se nos avecinan.

El comercio, como el cine, es un arma cargada de ilusión y de futuro.