

COMERCIO DE TEJIDOS AL POR MENOR EN LA
VALENCIA DEL SIGLO XVIII. LOS SUMBIELA
Y LOS SOLERNOU. DOS LINAJES
DE BOTIGUEROS DE ROPAS¹

Daniel Muñoz Navarro

Universitat de València

LA realización de una investigación encaminada al estudio del comercio de tejidos al por menor en la Valencia del XVIII, responde a varios factores. En primer lugar, pretende cubrir un vacío en la historiografía valenciana, ya que el análisis de la actividad comercial al por menor no había sido tratado hasta el momento como objeto central de una investigación. En él, pretendemos resaltar la importancia de la pequeña burguesía comercial que, actuando de manera complementaria a los comerciantes al por mayor, a través de la venta directa y redistribución de los tejidos importados, participó, de una manera activa, en el crecimiento económico y comercial de la Valencia del XVIII, situando nuestra explicación en consonancia con el papel otorgado por Pierre Vilar a los *botiguers de teles* catalanes en el *redreç* catalán de finales del siglo XVII.²

La constante renovación de la historia social y económica plantea nuevas metodologías y perspectivas de análisis de fuentes documentales ya trabajadas anteriormente, como, por ejemplo, los protocolos notariales. El giro metodológico que plantea la historia del consumo revaloriza este tipo de investigaciones, centradas en la venta de tejidos al por menor. Para ello, tendremos en cuenta la demanda y las transformaciones en las pautas de consumo de la sociedad valenciana dieciochesca, como la otra cara de los procesos de transformación de la oferta, y no como una consecuencia de

¹ Este artículo es una síntesis del trabajo de investigación homónimo, dirigido por el Dr. D. Ricardo Franch Benavent y presentado en el Departamento de Historia Moderna de la Universitat de València en julio de 2007, ante un tribunal compuesto por los doctores José Miguel Palop Ramos, Emilia Salvador Esteban y Ricardo Franch Benavent. La investigación se realizó al amparo de una beca predoctoral del Programa Nacional de Formación de Profesorado (FPU), concedida por el Ministerio de Educación y Ciencia en el año 2006.

² P. Vilar, *Catalunya dins l'Espanya Moderna*, vol. IV, Barcelona, Crítica, 1986.

éste. La importancia de esta actividad comercial deriva de su vinculación directa con la sociedad valenciana, y del hecho que las variaciones en la demanda de bienes de consumo duraderos o semiduraderos, el acceso a éstos y las alteraciones en las pautas de consumo reflejan indirectamente las transformaciones socioeconómicas de la Valencia dieciochesca.

El trabajo está compuesto, básicamente, de dos partes. La primera de ellas se centra en la contextualización de la cuestión, analizando el crecimiento comercial que se produjo en Valencia, una vez finalizada la Guerra de Sucesión. En primer lugar, analizaremos la situación comercial de Valencia a finales del siglo XVII y principios del siglo XVIII. Resaltando cómo el surgimiento de tímidas medidas de orientación mercantilista y la fuerte oposición, de toda la sociedad valenciana, al impuesto que gravaba el consumo de tejidos, el *General del Tall*, fueron el punto de partida del posterior crecimiento económico y comercial de Valencia en el siglo XVIII. La nueva coyuntura política tras la Guerra de Sucesión y la aplicación del marco legislativo, jurídico y fiscal castellano en el Reino de Valencia, coincidió con un desarrollo socioeconómico paralelo, marcado por un fuerte auge de la manufactura sedera valenciana, transformaciones en la estructura agraria y un crecimiento comercial, que afectó a todos los sectores sociales del Reino de Valencia.

Este estudio pretende analizar el papel jugado por la pequeña burguesía comercial, vinculada con la venta de tejidos al por menor, complementando, dentro de las limitaciones de este trabajo, el exhaustivo análisis, realizado por R. Franch, sobre la burguesía mercantil y el capital comercial valenciano en el siglo XVIII.³ A través de la información derivada de fuentes fiscales, como el reparto del equivalente, complementado con otro tipo de documentación (judicial, notarial...), acotaremos el grupo social dedicado al comercio activo de tejidos, a través de botiga, en la Valencia dieciochesca, identificando a sus miembros, calibrando su composición y prestando atención al origen geográfico de éstos.

La presencia de agentes extranjeros es un punto clave de nuestra investigación. El análisis de la composición social de este grupo, evidencia la presencia de diferentes diásporas comerciales de origen foráneo que controlaron, en gran medida, esta actividad durante toda la centuria.

Tras esta primera parte del trabajo, de contextualización de la actividad comercial y análisis de la composición social de la pequeña burguesía mercantil, como la denominaba P. Molas, pasamos a la segunda parte de nuestra investigación. En ella, realizaremos un análisis pormenorizado y un estudio comparativo de dos linajes de botigueros de ropas, asentados en Va-

³ R. Franch, *Crecimiento comercial y enriquecimiento burgués en la Valencia del siglo XVIII*, Institut Alfons el Magnànim, Valencia, 1986. —, *El capital comercial valenciano en el siglo XVIII*, Valencia, Departamento de Historia Moderna, Universitat de València, 1989.

lencia, y que desarrollaron a lo largo de varias décadas una actividad de venta activa de tejidos a través de una botiga de ropas, los Sumbiela y los Solernou.

La elección de estas dos dinastías comerciales, nos permitirá identificar las similitudes y especialmente, las fuertes divergencias entre ambas, evidenciando la heterogeneidad de la pequeña burguesía valenciana. A partir del diferente origen geográfico de los miembros de estos dos linajes foráneos –uno francés y otro catalán– realizaremos un repaso de las trayectorias comerciales y de las principales características de estos linajes, a través del seguimiento de su actividad en las fuentes notariales.

En conclusión, esta investigación pretende resaltar el papel que esta pequeña burguesía tuvo en el crecimiento económico de la Valencia del XVIII, y, al mismo tiempo, acercarnos a las transformaciones sociales que se produjeron en la Valencia dieciochesca, a través de las variaciones en las pautas de consumo de géneros textiles.

METODOLOGÍA Y FUENTES DE ESTUDIO

El estudio de la burguesía comercial en el Antiguo Régimen ha sido un tema abarcado por múltiples autores a lo largo de las últimas décadas, desde los estudios clásicos de P. Molas o P. Vilar, hasta los más recientes estudios sobre grupos de comerciantes, centrados en las principales ciudades comerciales de la Península.⁴ No obstante, éste no es un tema agotado, sino todo lo contrario. La renovación constante de la historia, en este caso de la historia social y económica, permite el planteamiento de nuevas perspectivas de investigación y de análisis de las tradicionales fuentes documentales desde otras vertientes y con otra metodología de investigación. En esta línea se encamina la historia del consumo, desarrollada desde la historiografía inglesa (Roy Porter o John Brewer) y francesa (Daniel Roche). Pese a que la historiografía española no ha alcanzado el nivel de éstas, en los últimos años han comenzado a desarrollarse investigaciones en este sentido que han dado como fruto sugerentes estudios sobre el consumo y los niveles de vida en la España preindustrial, centrados principalmente en las regiones de Castilla y Cataluña.⁵

El cambio metodológico que supone la historia del consumo se centra

⁴ P. Molas, *Comerç i estructura social a Catalunya i València als segles XVII i XVIII*, Curial, Barcelona, 1977; –, *La burguesía mercantil en la España de Antiguo Régimen*, Cátedra, Salamanca, 1985; L. M. Enciso (dir.), *La burguesía española en la Edad Moderna*, Congreso Internacional sobre la Burguesía Española en la Edad Moderna (1991. Madrid-Soria), Valladolid, Universidad de Valladolid, 1996 (3 vols.).

⁵ J. Torras y B. Yun, *Consumo, niveles de vida y comercialización. Cataluña y Castilla. Siglos XVII-XIX*, Junta de Castilla y León, Ávila, 1999. *Revista de Historia Económica*, XXI, 2003 (número extraordinario: *El consumo en la España pre-industrial*).

en valorar la demanda (o el consumo de bienes duraderos) como factor clave en las transformaciones sociales, económicas e incluso culturales que se produjeron en el tránsito entre los siglos xvii-xviii y que se prolongaría hasta el xix. Este proceso ha sido calificado como “consumer revolution” por Neil McKendrick o como “industrious revolution” por Jan de Vries;⁶ y ambos autores lo sitúan en la base de la Revolución Industrial, tradicionalmente explicada en relación a la oferta, sin tener en cuenta la demanda.

Este trabajo de investigación se encamina en esta línea metodológica, inexplorada todavía para la zona de Valencia, centrándonos en el estudio del consumo y comercialización de tejidos en la ciudad de Valencia para el siglo xviii. El estudio del consumo de tejidos será utilizado como indicador del crecimiento económico y las transformaciones sociales, apuntadas ya por R. Franch para la economía valenciana del xviii.⁷ El carácter elástico de la demanda de este tipo de bienes, a diferencia de otro tipo de consumos (como el de productos básicos), nos permitirá comprobar si los procesos apuntados para otras regiones peninsulares pueden aplicarse también a la sociedad valenciana dieciochesca, ya que las transformaciones sociales, económicas o fiscales se verán reflejadas en las pautas de consumo textil. No obstante, las hipótesis extraídas en esta investigación estarán a expensas de un estudio más amplio y de mayor calado, que amplíe la muestra social y geográfica.⁸

La base documental para la historia del consumo y los estudios sobre pautas de consumo, redes de comercialización y niveles de vida es la documentación notarial. No obstante, esta fuente presenta importantes problemas, tanto heurísticos como metodológicos, como ha señalado B. Yun.⁹ Pese a todo, la crítica de la documentación notarial y el cruce de información derivada de otro tipo de fuentes permitirá realizar un estudio del consumo y redes de comercialización de tejidos en la Valencia del xviii.

Para esta investigación hemos consultado algunos de los principales archivos de la ciudad de Valencia que conservan fondos para el siglo xviii, especialmente el Archivo de Protocolos del Real Colegio Seminario del Corpus Christi de Valencia (ACCChV), el Archivo del Reino de Valencia

⁶ McKendrick, Brewer y Plumb, *The birth of a consumer society. The Commercialization of Eighteenth-Century England*, Londres, Routledge, 1982; J. De Vries, “Between purchasing power and the world of goods: understanding the household economy in early modern Europe”, J. Brewer y R. Porter (ed.), *Consumption and the world of goods*, Londres, Routledge, 1993.

⁷ R. Franch, *Crecimiento comercial y enriquecimiento burgués...*, op. cit.

⁸ Una primera aproximación al análisis del consumo de tejidos en zonas rurales en D. Muñoz Navarro, “Comercio textil en la Ribera del Júcar (S. xviii). El interior de una tienda de tejidos”, *XII Assemblea d’Història Comarcal de la Ribera*, Corbera, 2008, pp. 255-268.

⁹ B. Yun, “Inventarios post mortem, consumo y niveles de vida”, en J. Torras y B. Yun, *Consumo, condiciones de vida y comercialización. Cataluña y Castilla. Siglos xvii-xix*, Ávila, Junta de Castilla y León, 1999.

(ARV) y el Archivo Municipal de Valencia (AMV). Estos tres archivos formarán la base documental de nuestra investigación.

Junto a los fondos notariales consultados, repartidos entre el ACCChV y el ARV, el otro pilar básico de la documentación lo forman las series derivadas del restablecimiento de los Cuerpos de Comercio de Valencia en 1763, conservadas en el AMV, como son la de Tribunal de Comercio y la de Documentación Lonja, y que nos ofrecen una información muy interesante sobre la evolución comercial de Valencia en la segunda mitad del XVIII.

Otro tipo de fuentes utilizadas son las fuentes de carácter fiscal, tales como la serie del *General del Tall*, conservadas en el ARV y los listados del Equivalente conservados en el AMV, entre 1719 y 1728.

Del mismo modo, se han realizado algunas catas en archivos estatales, que deberán ser ampliadas en vista a la ulterior profundización de esta investigación, como el Archivo Histórico Nacional (AHN) y el Archivo General de Simancas (AGS), así como el archivo de la Real Sociedad Económica de Amigos del País de Valencia (ARSEAPV).

COMERCIO DE TEJIDOS EN LA VALENCIA MODERNA. INERCIAS Y RUPTURAS

Para analizar el comercio textil al por menor en la Valencia dieciochesca es necesario, en primer lugar, tener una visión de conjunto de la evolución de este tráfico mercantil a lo largo de la edad moderna. No obstante, las carencias historiográficas limitan esta contextualización al siglo XVII. A través de la bibliografía y de la documentación observamos una fuerte diversidad en el crecimiento económico regional, que nos permite comprobar la existencia de situaciones diversas en el conjunto de la monarquía hispánica.

El área mediterránea, tras unos periodos de intensa crisis, entre finales del XVI y mediados del XVII, comenzó a desarrollar un discreto crecimiento económico y comercial, que coincidió *grosso modo* con el reinado de Carlos II.¹⁰ Este proceso, interrumpido por la Guerra de Sucesión, se retomó de manera muy intensa tras el conflicto sucesorio, iniciándose en Valencia un periodo de crecimiento comercial y enriquecimiento burgués, que afectó tanto al comercio mayorista como al minorista. No obstante, el crecimiento de este último sector fue menor, ya que mientras la burguesía mercantil multiplicó aproximadamente por cinco sus efectivos, los botigueros de ropas duplicaron su número. Sin embargo, debemos tener en cuenta que algu-

¹⁰ R. Franch, "Dimensiones económicas del setecientos español: los distintos modelos de crecimiento" (en prensa); agradecemos al profesor R. Franch que nos facilitara el texto que no ha sido publicado todavía. J. Casey, *El Regne de València al segle XVII*, Valencia, Afers, 2006 (1ª edición española, 1981).

nos de estos comerciantes minoristas pasaron a desarrollar actividades comerciales al por mayor, especialmente entre la burguesía comercial de origen extranjero.

La implantación de la Nueva Planta y la reforma fiscal que conllevó supuso la supresión definitiva del *General del Tall* en 1718. Este impuesto, que gravaba directamente la venta al por menor de tejidos, había generado una fuerte oposición por parte de los botigueros y su supresión supuso un alivio para este sector comercial.

Partiendo de la constatación del crecimiento comercial de la actividad de venta de tejidos al por menor, vinculada al impulso del comercio al por mayor y del crecimiento económico generalizado del siglo XVIII valenciano, hemos realizado un análisis de la evolución del número de botigas en Valencia y de la composición social de este grupo, a pesar de la ausencia de una institución o gremio que agrupase a los mercaderes al por menor de tejidos en la Valencia moderna.¹¹

Este sector jugó un papel importante en la recuperación de la economía valenciana del siglo XVIII. En nuestra opinión, más que un grupo secundario, los mercaderes al por menor desarrollaron una actividad complementaria a la de los grandes comerciantes, dentro de la coyuntura secular de crecimiento. Detrás de esta dinámica de crecimiento y del incremento del número de botigas en el XVIII, este sector estuvo vinculado a las transformaciones en la demanda de géneros textiles y los cambios en las pautas de consumo de la sociedad valenciana dieciochesca, que vincularía, cada vez de manera más intensa, a la economía familiar con las relaciones monetarias y la adquisición de bienes de consumo duraderos y semiduraderos en los mercados.

Para analizar estas transformaciones, estudiaremos la composición y la procedencia de los botigueros de telas valencianos, a partir de algunos listados como el de 1709, vinculado con una contribución fiscal cargada a los mercaderes de puerta abierta, la de 1764, donde figuraban los miembros del recientemente creado gremio de mercaderes de vara, otra contribución militar de 1795 o el listado para el reparto del subsidio de 1805. El análisis de la composición de estos listados nos permite observar la preponderancia de agentes comerciales extranjeros en el control de esta actividad. No obstante, a lo largo del siglo XVIII la composición de la pequeña burguesía valenciana fue variando.

Podemos establecer, claramente, dos etapas. La primera mitad de la centuria estuvo dominada de manera hegemónica por botigueros de origen francés, mientras que en la segunda mitad, destaca la presencia cada

¹¹ En Valencia, el surgimiento de un gremio de mercaderes de tejidos al por menor se retrasó hasta el año 1764, cuando se aprobaron las ordenanzas del Gremio de Mercaderes de Vara.

vez mayor de comerciantes de origen maltés, tradicionalmente vinculados a actividades de venta ambulante, y que comenzaron a integrarse en el gremio de mercaderes de vara y a desarrollar su comercio en botigas estables.

Estas dos diásporas comerciales –la francesa y la maltesa– fueron las que controlaron la actividad de venta al por menor de géneros textiles a lo largo del siglo XVIII, a pesar de que podemos encontrar mercaderes de otras procedencias con una presencia significativa. Junto a un sector de botigueros de origen valenciano, que se situaba en torno al 30% del total, podemos encontrar botigueros de origen catalán o genovés.¹²

A lo largo del siglo XVIII, la composición de este grupo social varió, el tradicional control francés se vio debilitado por el fuerte impulso de la colonia maltesa, que a principios del XIX ya representaba más del 40% del total de botigueros de la ciudad de Valencia. La hegemonía francesa al frente de esta actividad comercial, que se remontaba, al menos, hasta el siglo XVII es interrumpida, por la confluencia de diversos factores. La coyuntura política de finales del XVIII, marcada por la explosión de la Revolución Francesa, la crisis de la sedería valenciana, la orden de extrañamiento de franceses de 1793 y la existencia de un sentimiento antifrancés entre la sociedad valenciana y el asentamiento de los agentes comerciales de origen maltés, fueron los factores claves para la pérdida de la hegemonía francesa. No obstante, este hecho no supuso una sustitución total, ya que a la altura de 1805, los franceses siguen manteniendo un porcentaje destacable en cuanto al número de mercaderes de vara que desarrollaban su actividad en la ciudad de Valencia.

En esta primera parte de la investigación pretendemos sentar las bases, e indicar algunos de estos procesos de transformación socioeconómica, que deberán ser refrendados con un análisis más intensivo de los actores sociales que formaban parte de esta pequeña burguesía comercial, a través de un estudio profundo de la trayectoria familiar de dos linajes de botigueros de ropas, los Sumbiela y los Solernou.

¹² Especialmente interesante es la presencia de comerciantes de origen catalán, que no podemos definir como extranjeros, pero que actuaban de manera similar a otras diásporas comerciales, manteniendo vínculos comerciales y redes sociales de apoyo mutuo, como veremos al analizar el linaje Solernou. Sobre esta cuestión, J. Torras, “Redes de comercialización y auge textil en la España del siglo XVIII”, M. Berg, *Mercados y manufacturas en Europa*, Barcelona, Crítica, 1995.

DOS LINAJES DE BOTIGUEROS DE ROPAS: LOS SUMBIELA Y LOS SOLERNOU

El análisis y comparación de dos linajes de comerciantes al por menor en Valencia tiene especial relevancia para el conocimiento de esta actividad comercial, más modesta cuantitativamente, pero muy sugerente en relación al concepto de “consumer revolution”, acuñado por McKendrick.¹³

En esta investigación estudiaremos a Bernardo Sumbiela y Juan Solernou, dos mercaderes al por menor de tejidos, los cuales desarrollaron actividades comerciales de venta directa de géneros textiles, a través de una botiga de ropas. Las similitudes y divergencias entre ambos linajes en las actividades comerciales que desarrollan, en la formación de redes sociales o en la gestión de la botiga nos permiten realizar un estudio comparativo, partiendo de la diferente procedencia de ambos, ya que Sumbiela es de origen francés mientras que Solernou es catalán.

Esta investigación y el estudio comparativo de ambos linajes son posibles gracias a la riqueza de las fuentes documentales en las que se sustenta, ya que ambas compañías registraron sus actividades en un mismo notario, cuyos protocolos se conservan en el Archivo del Colegio de Corpus Christi de Valencia, a lo largo de más de treinta años, desde mediados del año 1729 hasta 1765.¹⁴ La continuidad documental nos permite reconstruir la actividad comercial de estas compañías durante varias décadas (creación de compañías, realización de testamentos, inventarios post mortem, formalización de ventas...).

Especialmente reveladores para nuestra investigación son los inventarios post mortem de estos dos mercaderes. Esta circunstancia es poco habitual entre los mercaderes al por menor de Valencia, y responde al hecho de que ambos dispusieron en sus testamentos la formación de un inventario extrajudicial de sus bienes.

Las disposiciones testamentarias de ambos hacían especial hincapié en evitar fraudes, ocultaciones, disputas o pleitos judiciales, lo cual suponía elevados costes y la paralización de la actividad comercial. Estas cautelas fueron especialmente útiles en la división de las herencias de Bernardo Sumbiela y de Juan Solernou, ya que sus bienes estaban formados, en su totalidad, por la participación en una compañía de comercio, vinculados a otros socios.

Este tipo de documentación nos permite conocer la situación de una sociedad comercial en un momento determinado (géneros existentes en las

¹³ En torno a esta cuestión, remitimos al capítulo sobre metodología donde se hace una referencia más detallada sobre la historia del consumo.

¹⁴ ACCChV, notario D. Luis Oriol, con baldufari (1729-1765), sign. 27914, y los protocolos de esos años, sign. 3443-3457.

tiendas, valoración de los mismos, deudas por recobrar, clientela...) y, a pesar de que presenta importantes problemas metodológicos, es la fuente de estudio básica para el análisis de compañías de comercio, linajes y grupos sociales y para estudios sobre las pautas de consumo de bienes duraderos o semiduraderos, en este caso el consumo de tejidos.¹⁵

La información proporcionada en estos registros notariales, combinada con otras fuentes archivísticas en las cuales hemos rastreado la actividad de estas compañías, nos permite trazar una panorámica bastante completa de la evolución de dos importantes botigas de ropas y de dos de los principales linajes de botigueros de Valencia durante el siglo XVIII. Sus similitudes, y especialmente, sus diferencias nos servirán de ejemplo de la venta de tejidos al por menor en este periodo, de la gestión de la tienda de tejidos a través de compañías de comercio, la disolución de las mismas y las estrategias de reproducción de los grupos sociales o linajes de comerciantes al por menor.

Las actitudes y comportamientos del grupo de mercaderes al por menor siguieron, en muchos aspectos, a los de las grandes compañías de comercio al por mayor, con las cuales también mantuvieron relaciones comerciales y sociales, aunque jerarquizadas, debido al menor prestigio social de los mercaderes de puerta abierta. La formación de lazos de parentesco y las estrategias matrimoniales fueron los instrumentos básicos para la consolidación de vínculos de todo tipo (sociales, económicos, etc.) y también para el ascenso o consolidación social de los comerciantes al por mayor, distanciándose de grupos sociales "inferiores" como los comerciantes al por menor, dentro de la dinámica de imitación social de la nobleza.¹⁶ Del mismo modo, estos mercaderes al por menor reprodujeron estas actitudes, dentro de un proceso, definido por P. Molas como "cascada del desprecio", buscando la aproximación social a grupos de mayor prestigio social, y al mismo tiempo, diferenciándose, socialmente, de otros grupos sociales, tales como oficios artesanales o manufactureros, debido a la concepción denigrante del trabajo manual, característico de la sociedad de Antiguo Régimen.¹⁷

En cuanto a la formación de redes clientelares en torno a la botiga de ropas y la gestión de la misma, puede señalarse una actitud común de desarrollo de un grupo social en ambos casos, pero marcada por una diferencia básica. Los vínculos que unen a los miembros de ambos linajes son distintos. Mientras en el linaje de Bernardo Sumbiela se trata de lazos de

¹⁵ J. Torras y B. Yun, *Consumo, condiciones de vida y comercialización. Cataluña y Castilla. Siglos XVII-XIX*, Junta de Castilla y León, Ávila, 1999. *Revista de Historia Económica*, XXI, 2003 (número extraordinario: *El consumo en la España pre-industrial*).

¹⁶ R. Franch, "Mentalidad y estrategias sociales de la elite comercial valenciana dieciochesca", J. M. Aranda Pérez, *Burgueses o ciudadanos en la España Moderna*, Cuenca, 2003.

¹⁷ P. Molas, "El comerç de teixits en la societat estamental", *Estudios Históricos de los Archivos de Protocolos*, vol. V, 1977.

paisanaje, ya que todos los miembros tienen un origen común, provenientes de la región del Bearne, en el caso de Juan Solernou, por encima de estas solidaridades de paisanaje, se desarrollaron vínculos de parentesco que fortalecen las relaciones económicas.

Este complejo juego de redes de relación pone de relieve las diferentes estrategias que permitían la continuidad de los linajes de botigueros. Unas redes marcadas, principalmente, por lazos de parentesco y de paisanaje, reforzados, en algunas ocasiones, a través de vínculos matrimoniales. La formación de una red social de apoyo mutuo permitió la promoción social de factores y socios sin capital, dentro del grupo de mercaderes al por menor, que, en muchas ocasiones, continuaron las actividades comerciales de los socios capitalistas, tras la muerte de éstos.

Las diferencias entre los dos linajes que nos ocupan en esta investigación se hacen extensibles también a los comportamientos ante la muerte de sus socios principales. Ante la proximidad de este momento crucial, tanto Bernardo Sumbiela como Juan Solernou registraron, ante el notario Luis Oriol, sus testamentos. La redacción de las disposiciones testamentarias era un hecho con diferentes vertientes. Por un lado, se trataba de un acto religioso, que debía servir para garantizar la salvación eterna al difunto. Al mismo tiempo, tenía una vertiente social, que ponía de manifiesto el nivel socioeconómico del testador y, por último, tenía una dimensión económica muy relevante, ya que debía garantizar la división de los bienes y la transmisión patrimonial entre los herederos, intentando evitar contenciosos o disputas jurídicas entre los sucesores.

El hecho de que se trate de mercaderes al por menor influyó en la redacción de los testamentos. Mientras que las cláusulas relacionadas con la religiosidad son fórmulas estereotipadas, y que se repiten en la mayoría de testamentos, la mayor parte de las disposiciones tienen una función económica, que pone de manifiesto que la preocupación principal de los testadores era la de proteger sus bienes, evitar los fraudes u ocultaciones y garantizar la continuidad de la actividad comercial que mantenían estas sociedades. En la redacción del testamento, como ha señalado M. García, se entremezclan las cuestiones sobrenaturales y las terrenales, “*debía existir un equilibrio, una conciliación, entre lo temporal y lo eterno. Lo bueno y deseable era emplear ‘lo que pudiere caber’ cumpliendo con las obligaciones, pero mirando el caudal para no dejar empobrecida a la familia sobreviviente*”.¹⁸

El elemento clave para garantizar esta continuidad era el testamento, a través del cual los socios principales se encargaban de controlar la liquidación de la sociedad y disponer la formación de un inventario, intentando

¹⁸ M. García Fernández, *Los castellanos y la muerte. Religiosidad y comportamientos colectivos en el Antiguo Régimen*, Valladolid, Junta de Castilla y León, 1996, p. 99.

evitar los autos judiciales, que suponían una interrupción en la actividad comercial y el desembolso de grandes cantidades de dinero.

También en la redacción de las últimas voluntades encontramos fuertes diferencias entre Bernardo Sumbiela y Juan Solernou, partiendo de la situación personal de ambos. Bernardo Sumbiela se mantuvo soltero hasta su muerte y sus familiares residían en la provincia de Bearne (Francia), por lo que sus socios estaban ligados a él por vínculos de paisanaje pero no de parentesco. Este hecho y la ausencia de continuadores de la actividad comercial determinó que Bernardo Sumbiela registrase cuatro testamentos en ocho años (desde 1736 hasta 1742), ante las variaciones que se produjeron en los miembros de su compañía comercial, los cuales eran los encargados de continuar la actividad de comercio, administrando los bienes pertenecientes a Bernardo Sumbiela, para poder hacer efectivas sus disposiciones testamentarias sin liquidar la sociedad y la botiga que mantenían a través de ella. Por su parte, la situación de Juan Solernou, casado con Francisca Busquet y con tres hijos menores de edad, fue muy diferente. La existencia de una red de parentesco muy estrecha, como ya hemos comentado, y los vínculos familiares que unían a los socios de la compañía, facilitaron la realización del inventario, rescisión de la sociedad y creación de una nueva, donde la viuda de Juan Solernou ocupó el lugar de éste.

El análisis de las disposiciones testamentarias de Bernardo Sumbiela y Juan Solernou, y su comparación con los estudios sobre los comerciantes al por mayor, para el mismo periodo, nos ofrece una visión muy similar en cuanto al comportamiento de ambos grupos ante la muerte, tanto en las actitudes religiosas y coste de la muerte, como en las disposiciones económicas que permitían mantener un equilibrio entre la salvación del alma del difunto y la transmisión patrimonial a los herederos.¹⁹

En cuanto a las disposiciones religiosas existe una similitud, tanto en las cantidades legadas para la salvación del alma como en la celebración de misas en parroquias y conventos y en la donación de limosnas a las principales obras pías. Todas estas actitudes religiosas se combinaban con la ostentación pública del status socioeconómico del testador, que variaba en función de la riqueza de éste. Bernardo Sumbiela tenía un nivel social elevado, superior al de muchos comerciantes al por mayor, mientras que Juan Solernou se situaba en un escalón más modesto, pero aun así acorde a su posición social como mercader.

Observamos también una actitud similar en las disposiciones económicas, marcadas por la preocupación por la transmisión patrimonial a sus herederos y la existencia de una red de confianza, encargada de cumplir las disposiciones testamentarias del difunto.

¹⁹ R. Franch, "Muerte y religiosidad en la burguesía comercial valenciana del siglo XVIII", *Estudis*, 23, Valencia, 1997. —, "El coste de la muerte entre los comerciantes valencianos del siglo XVIII", *Estudis*, 24, Valencia, 1998.

El elemento de unión entre ambos linajes es la venta de tejidos al por menor, a través de una botiga de ropas. Generalmente, esta actividad de comercialización de tejidos se organizaba por medio de la creación de sociedades de comercio, formadas por varios socios, vinculados a partir de los capítulos, que regulaban el funcionamiento de la compañía.²⁰ El estudio de compañías de comercio al por menor, dedicadas a la venta de tejidos, no es novedoso, podemos hacer referencia a los estudios clásicos de P. Molas, y, especialmente, a los de P. Vilar,²¹ quien destacó el importante papel desarrollado por las “botigues de teles” catalanas en las transformaciones sociales y económicas de Cataluña en el siglo XVIII.²² Sin embargo, los escasos estudios monográficos, centrados en algunas compañías que gestionaban botigas de tejidos, son los de Molas, los cuales nos sirven de modelo para esta investigación.²³

En Valencia, fue muy común la formación de sociedades de comercio para las actividades comerciales, tanto al por mayor como al por menor. No obstante, la costumbre de formar estas sociedades “por papel privado” o “a estilo de buen comercio” dificulta el rastreo de las actividades comerciales de las mismas. Son escasas las veces que estas compañías se registran ante notario, y la falta de archivos privados nos obliga a realizar un rastreo documental intenso para acumular un número representativo de este tipo de documentos para la Valencia del XVIII. Este hecho nos permite analizar la creación de una red social en torno a la botiga y analizar la evolución de estos linajes.

El análisis de la evolución de estos dos linajes de mercaderes al por menor de tejidos nos muestra, claramente, fuertes diferencias en las trayectorias comerciales de ambos, tanto en la procedencia, como en la formación de compañías de comercio y de una red clientelar en torno a la botiga.

No obstante, pese a las divergencias, las estrategias de promoción social y las redes sociales (de parentesco y paisanaje) permiten la continuidad de ambos linajes comerciales durante décadas, y especialmente la consolidación de linajes y redes sociales dentro de la ciudad de Valencia, desarrollando una actividad comercial con un elevado grado de enriquecimiento.

Estas estrategias son comparables a las de los comerciantes al por mayor, estudiados por R. Franch para la ciudad de Valencia en el mismo periodo, y también similares a las actitudes de grupos de comerciantes, analizados para otras regiones.²⁴ Los linajes se reforzaban, por lo general, a

²⁰ Sobre el tema de las compañías comerciales, véase I. Lobato, *Compañías y negocios en la Cataluña preindustrial (Barcelona 1650-1720)*, Sevilla, Universidad de Sevilla, 1995.

²¹ P. Molas, “La companyia Feu-Feliu de la Penya (1676-1708). Comerç de teixits i estructura social vers 1700”, *Cuadernos de Historia Económica de Cataluña*, XII, 1974.

²² P. Vilar, *Catalunya dins l'Espanya Moderna...*, op. cit., pp. 165-217.

²³ P. Molas, “La companyia Feu-Feliu...”, op. cit.; –, “El comerç de teixits...”, op. cit.

²⁴ J. Cruz, *Los notables de Madrid: las bases sociales de la revolución liberal española*, Madrid, Alianza Editorial, 2000.

través de estrategias matrimoniales, que se solían vincular a miembros del mismo grupo social.²⁵ Este espejismo de inmovilidad social puede desmentirse en parte comparando los listados de mercaderes de puerta abierta de principios de siglo y las posteriores matrículas de comerciantes al por mayor de la segunda mitad de siglo, nos referimos a comerciantes como Pedro Layús, Pedro Verges o Bernardo Donzelot, todos ellos fueron mercaderes de puerta abierta, que acabaron formando importantes casas comerciales al por mayor en la Valencia del siglo XVIII.

Estas divergencias que hemos observado en la formación de los linajes y el desarrollo de actividades comerciales, se hacen extensibles también al momento de la muerte de estos socios principales, como nos muestra la liquidación de las compañías de comercio y la confección de inventarios.

Tanto Bernardo Sumbiela como Juan Solernou dispusieron que, tras su muerte, fuese realizado un inventario de las sociedades de comercio, ya que la totalidad de sus bienes eran la parte que le correspondía a cada uno del fondo y beneficios de las compañías. Para ello, encargaron la confección de este inventario, una disposición testamentaria que fue llevada a cabo por los albaceas, nombrados para tal efecto. El registro, ante notario, de estos detalladísimos inventarios nos ofrece una información valiosísima sobre la composición interna de cada una de las sociedades, de las botigas, de la venta de tejidos y su clientela, ofreciéndonos referencias importantes para el estudio de las pautas de consumo y la demanda de tejidos, en la sociedad valenciana de mediados del XVIII.

Hemos localizado los inventarios post mortem, registrados tras la muerte de los dos principales mercaderes que nos atañen. El primero se corresponde con la sociedad de comercio de Bernardo Sumbiela, el cual murió en 1744 y cuyo inventario se registró en 1745; y del mismo modo tras la muerte de Juan Solernou (1761), se realizó inventario de sus bienes y los de su sociedad, ambos registrados ante Luis Oriol.²⁶

Sin entrar en la confección formal de estos inventarios, analizada de manera pormenorizada en el trabajo, podemos resaltar que la muerte del socio principal de la sociedad, por lo general, no suponía el punto y final de las actividades comerciales de la misma. La formación de inventario marcaba el inicio de una nueva sociedad comercial, en la cual pasan a formar parte los herederos del difunto, como en el caso de los Solernou, cuya viuda continuará el comercio activo de la botiga con los otros dos socios, Joseph y Simón Vaquer. En cambio, en el caso de Bernardo Sumbiela, la ausencia de

²⁵ R. Franch, "Las relaciones matrimoniales de la burguesía mercantil valenciana dieciochesca", L. M. Enciso (coord.), *La burguesía española en la Edad Moderna*. Actas del Congreso Internacional celebrado en Madrid y Soria los días 16 a 18 de diciembre de 1991.

²⁶ ACCChV, Luis Oriol, inventario post mortem de Bernardo Sumbiela, 1745, sign, 3451; inventario post mortem de Juan Solernou, 1761, sign. 3456.

descendencia tampoco supuso un problema para la continuidad de las actividades comerciales, ya que fueron sus socios, unidos con el primero por lazos de paisanaje, los que fueron nombrados administradores de su herencia y los que continuaron la venta de tejidos en la botiga de la sociedad.

De ahí la importancia de la formación de inventarios, ya que supone el punto y seguido de la actividad, pero en ningún momento la interrupción del comercio, por lo que nos proporciona información sobre las actividades comerciales desarrolladas hasta ese momento por la compañía (tejidos que comercializa, clientela, beneficios de la compañía...), y al mismo tiempo, de la continuación de dicha sociedad.

Para esta investigación las partes que nos proporcionan una mayor información son las correspondientes a la descripción de las ropas y mercaderías de la botiga en el momento de formación del inventario, ya que aunque no es un indicador directo de la venta de tejidos que se desarrollaba en esa *botiga* y a pesar de la puntualidad de la información que proporciona, nos permite analizar *grosso modo* el tipo de tejidos que comercializaba, su procedencia o las diferentes calidades de los tejidos, además de indicarnos algunas de las pautas de consumo de la sociedad valenciana dieciochesca. Del mismo modo, los derechos de recobro pertenecientes a la sociedad, que igualmente pese a su carácter puntual, nos muestra un registro de la clientela de la botiga.

La confección de estos inventarios suponía la realización de un listado específico de los géneros que se encontraban en stock en ambas botigas, justo en el momento de la muerte de sus socios principales. Como hemos apuntado anteriormente, ante la falta de los registros privados de estas sociedades o de cualquier otro tipo de fuente que nos ofrezca información, de primera mano, en relación al consumo textil en la Valencia del XVIII, estos inventarios se convierten en la mejor fuente, si no la única, que nos ofrece una visión general, tanto del tipo de tejidos que se consumían como de quien los consumía (a través de los listados de deudores).²⁷

El análisis pormenorizado de los géneros textiles de la botiga de Bernardo Sumbiela pone de manifiesto las principales características de la actividad comercial de esta botiga. En primer lugar, destaca que los géneros en stock están compuestos por tejidos de lana, lino y seda, en un porcentaje considerable de cada uno de ellos. Al tratarse de tejidos de calidades muy diversas y de precios también diversos, ejemplifica una clientela de amplio espectro social. No obstante, teniendo en cuenta el valor de los tejidos y la comercialización de los mismos, básicamente priman los tejidos de lana y seda, dirigidos al consumo de clases medias y altas. Cabe destacar la escasa

²⁷ Del mismo modo, tenemos referencias de diversos inventarios de otros botigueros de ropas (Pedro Lafargue, Juan Chaubet, Juan Bautista Riutort...), lo que permitirá corroborar la validez de las hipótesis planteadas en este estudio en trabajos futuros.

presencia de géneros de mercería, sólo unas porciones de galones, ya que es una botiga de ropas muy especializada, orientada fundamentalmente a la venta de tejidos, y no de otros géneros textiles menores.

En cuanto a la procedencia de los tejidos, se observa una fuerte presencia de géneros de importación, generalmente franceses. Al hecho de que la sociedad de comercio estuviese formada por franceses, se le unía la cuestión de la demanda de este tipo de tejidos y el predominio de la moda francesa.

El análisis de los tejidos muestra una clientela marcada por una amplia base social de personas de extracción socioeconómica baja. Pero, al mismo tiempo, dentro de la misma encontramos personas de mayor prestigio social, incluso de la nobleza valenciana, de ahí la variedad de tejidos y calidad de la botiga.

El análisis de los tejidos, mercaderías y encajes de la botiga de Solernou nos permite sacar algunas conclusiones y ver, claramente, las diferencias entre una y otra botiga. Observamos la doble vertiente comercial de la botiga de Solernou, dividida entre géneros textiles propios de una tienda de ropas y toda una serie de encajes y puntillas, típicas de una mercería, manteniendo esta concepción más “tradicional” del tráfico comercial. En cuanto a la tipología de géneros textiles, destaca el predominio en cuanto a número de varas de los géneros de lino y los encajes ordinarios, con precio asequible, que permitiría el acceso al consumo textil a buena parte de la sociedad valenciana del XVIII. En relación con el punto anterior, la actividad más “modesta” de esta botiga influiría en la composición de su clientela, con un nivel socioeconómico bajo, y que consumiría fundamentalmente tejidos de lino. Del mismo modo, un sector formado por personas vinculadas a oficios textiles y manufactureros, que tomarían de esta botiga la materia prima para sus manufacturas (encajes, puntillas o mazos de hilo), especialmente, sastres, terciopeleros o randeras. Destacan la presencia de manufacturas de lana catalanas (estameñas), que a través de las redes de comercialización establecidas entre el Principado y Valencia, se comercializaban en esta ciudad, apoyándose en la existencia de una diáspora comercial de catalanes, asentados en Valencia, como es el caso del linaje de los Solernou. Por último, debemos resaltar la presencia de tejidos de algodón, a la altura de 1761, evidenciando el incremento del consumo de este tipo de tejidos, que se generalizan a lo largo de este siglo.

Después de analizar los stocks de ambas botigas, podemos observar las fuertes diferencias entre la botiga de Bernardo Sumbiela, una botiga de ropas vinculada con la redistribución de géneros textiles hacia el interior peninsular, y la de Juan Solernou, que desarrollaba una doble actividad como botiga de ropas y mercería. Estas diferencias se hacen extensivas a la clientela y al nivel de comercialización de ambas, que en el caso de la botiga de Sumbiela abarcaba a todos los niveles sociales, mientras que en el caso

de Solernou se reducía a personas de nivel socioeconómico humilde o vinculadas a oficios textiles.

Otra de las principales diferencias entre estos dos linajes de comerciantes viene determinada por el ámbito comercial. La venta al fiado fue el mecanismo básico para que amplias capas sociales accediesen al consumo de tejidos, dentro de la corriente de incremento de la demanda, fijada en el tránsito del siglo XVII al XVIII. Lidia Torra ha señalado, en relación a la venta al fiado, “*que la función crediticia del ‘botiguer de teles’ contribuyó a impulsar esta demanda... El crédito era indispensable para vender*”.²⁸

Como podemos ver, las clientelas de una y otra tienda son básicamente diferentes, pese a que ambas sociedades mantenían una botiga de ropas. Ambas botigas tienen una amplia clientela formada por personas de las clases bajas de Valencia o su entorno, pero si analizamos las deudas de mayor cuantía observamos las diferencias básicas entre una y otra compañía. La botiga que dependía de Bernardo Sumbiela centraba sus actividades comerciales en la redistribución de tejidos tanto en el Reino de Valencia como en el Reino de Castilla, mientras que la de Juan Solernou desarrolla un comercio complementario entre botiga de ropas y una mercería, contando entre sus clientes con un importante sector de personas dedicadas a oficios textiles.

De igual manera, el abastecimiento de los géneros para estas botigas, por parte de comerciantes o compañías de comercio al por mayor, también se realizaba a través de la venta a crédito. El análisis de los acreedores de la compañía de Bernardo Sumbiela muestra la estrecha relación con la importación de tejidos franceses a la ciudad de Valencia, y, al mismo tiempo, vinculado con las grandes redes de comercialización internacional. Esta sociedad, pese a mantener una botiga de ropas abierta, complementó esta actividad de venta de tejidos en el área de Valencia con la redistribución de tejidos hacia el interior de la Península, ya que esta región formaba parte del área de influencia económica de Valencia, con una clara actividad de redistribución de géneros textiles importados. Por su parte, Juan Solernou mantuvo una relación constante con el Principado de Cataluña debido a la existencia de una especie de “diáspora comercial” catalana en la ciudad de Valencia y la comercialización de manufacturas de esta región junto a otros tejidos de importación generalmente del Norte de Francia, como podemos ver en el inventario de los géneros existentes en la botiga, tras la muerte de Juan Solernou.

Aunque la muestra de compañías comerciales e inventarios trabajados para la realización de este trabajo es insuficiente para establecer claramente las directrices del consumo de tejidos y su comercialización para el Reino

²⁸ L. Torra, “Comercio, difusión y consumo de tejidos de importación en Cataluña durante el S. XVIII”, *Pedralbes*, 18-I, 1998, p. 189.

de Valencia en el XVIII, nos permiten observar similitudes con los procesos descritos por Lidia Torra para Cataluña, al igual que sucede en otras áreas de Europa, en relación con el concepto de “consumer revolution”.²⁹

Del mismo modo, tanto en la ciudad de Valencia como principal centro urbano, como en zonas rurales del Reino de Valencia, como La Ribera o La Costera, se observa un fuerte impulso de la demanda de tejidos, la proliferación de compañías de comercio y el recurso a la venta al fiado, como elemento básico en la consolidación del consumo de tejidos entre amplias capas de la sociedad, expandiendo un consumo que en siglos anteriores era privativo de los grupos sociales privilegiados.³⁰

CONCLUSIÓN

En esta investigación hemos pretendido resaltar el papel económico desarrollado por los botigueros de ropas dentro de esta coyuntura económica de crecimiento comercial en Valencia, evidenciada en el surgimiento de una burguesía mercantil enriquecida. La historiografía valenciana ha centrado sus investigaciones en la burguesía comercial mayorista. Sin embargo, no podemos pasar por alto el papel complementario que jugaban estos mercaderes al por menor de tejidos en el proceso de redistribución de los géneros textiles importados a través del Grao de Valencia.

El estudio microhistórico de dos linajes de botigueros nos permite comprobar la complejidad de las redes de relación que éstos mantuvieron y la heterogeneidad dentro de esta “pequeña burguesía comercial”. La diversidad de actividades económicas desarrolladas por éstos y los vínculos mantenidos con los comerciantes al por mayor valencianos e incluso con las redes comerciales de importación de géneros textiles europeos evidencian un papel activo de este grupo social en el proceso de crecimiento de la economía valenciana del XVIII.

Este estudio nos permite realizar un estudio aproximativo sobre las pautas de consumo y las condiciones de vida de la sociedad valenciana del siglo XVIII. Las transformaciones en la demanda de géneros textiles que se produjeron en la ciudad de Valencia durante esta centuria, se insertan en un proceso más amplio, definido como “revolución del consumo”, y que conllevaría un proceso secular de transformaciones políticas, económicas (tanto en la sociedad urbana como en la sociedad rural), sociales e incluso culturales.

No obstante, este trabajo de investigación pretende sentar las bases para una investigación de mayor calado, relacionada con el análisis de las trans-

²⁹ L. Torra, “Comercio, difusión y consumo de tejidos...”, op. cit.

³⁰ D. Muñoz Navarro, “Comercio textil en la Ribera del Júcar...”, op. cit.

formaciones en las pautas de consumo de la sociedad valenciana, a través de la demanda de géneros textiles, lo cual requerirá la confección y estudio de una muestra representativa de inventarios post mortem en todos los niveles de la sociedad valenciana. Para ello, intentaremos ampliar el marco cronológico hacia la segunda mitad del siglo XVII, para corroborar la existencia de “revolución del consumo” en el tránsito al XVIII, y la especificidad de este proceso en el Reino de Valencia, partiendo de la metodología aplicada en otras regiones españolas.³¹

³¹ B. Moreno Claverías, *Pautas de consumo y diferenciación social en la Cataluña Preindustrial. Una sociedad en transformación a partir de los inventarios post-mortem*. Tesis doctoral inédita, dirigida por Laurence Fontaine y Jaume Torras, octubre 2002. F. C. Ramos Palencia, *Pautas de consumo familiar y mercado en la Castilla preindustrial. El consumo de bienes duraderos y semiduraderos en Palencia, 1750-1850*, Tesis doctoral, dirigida por Bartolomé Yun Casalilla, Valladolid, Universidad de Valladolid, 2001.