

Mientras mercan

Pelean con los carros, hablan de yerbas y le dan TE-TE al niño



Texto: Margaritales Restrepo Santa María Fotografías: Gloria Elena Moasvalve De El Colombiano

“**¿Pasa, doña Julia, qué quiere?”** “Dime 2 kilos de maíz, media cajetilla de cigarrillos, un kilo de papas. Y tome, le pago los \$350 que me prestó esta semana”.

Pacho despectivo a doña Julia, en una tienda de barrio. Y a doña Julia le siguen otros clientes del vecindario.

Pasan... La anciana que va por un huevo... “Se lo envuelvo, doña Lucia?”... La niña del frente que viene por un kilo de papas... “Son choco, chiquito... Tome 75 y le quedo biendito 5, don Francisco”... Pasan... más allá en otra tienda, es don Ramón el que atiende a su gente...

“Moncho, que si le hace el favor de fiarle una libra de salchichas y cuatro huevos a mi mamá...” “Deme una pastilla de chocolate... Véndame una zanahoria de \$10 y un verde...” Que si le apunta a doña María 4 bocadillos y 3 paquetes de chitos... Don Ramón “¿qué hay de más?”

En tiendas de barrios de Medellín. Atienden don Francisco y Ramón y Giovanni... Pasan... Piden chocolate menudado, a \$15 la pasta. Y menudado se venden la salchicha, el salchichón, los caidos, el pan tajado. Los que pasan compran el ajuste, dirán unos. Otros dicen que hacen el “mercado”.

Ese huevo, ese fiado de salchichas, ese kilo de papas, son quizá, la única opción de llenar el estómago, con poco, aunque sea con harina, y no con aire. Pasan... Y también nosotros pasamos de ronda por cooperativas, plazas, tiendas, supermercados. Conversamos con su gente. Y con los clientes de los países. Y observamos.

“¿Cómo es que la gente merca? Gustos. Disustos. Hábitos. Y nuestra ronda parte de la base de que puedan mercar...” ¡Claro!

PAPEL, RUBIA Y GUANTES
“¿Que cómo mercan? Venga de ronda, con nosotros. Ahí van. Y abra los ojos.
Atiendan... La monita que volteo velo mientras advierte a una tímida novicia en asuntos de

paneta y papa. El señor que hace trizas una bombilla, con 3 kilos de maiz que le descarga encima. La escrupulosa dama de guantes de cabrellita y queso en mano. La glotonas que, con disimulo, pica en la sección de frutas. La familia que discute sobre la elección del papel higiénico, en forma acalorada. ¿blanco o rosado?... Y el sardino que para a escoger dos plátanos estripa otros 20 que encuentra de paso.

¡Miréelos! Son los que mercan... El matrimonio joven que le da tele y paillitos de sal a su angellito, que ya ha empezado a hacer escandalito, al lado de los productos congelados. La pareja que define compra de víveres y menú hogareño al mismo tiempo: “Hacemos la molida y dejamos el sancocho pa' el sábado”. Y el niño que, a fuerza de morder empaques de aluminio, acaba con sus dientes.

Mercando... El recién bautizado amo de casa, encartado con lista, sin saber qué llevar y con la mirada fija en el infinito espacio. Ese pelo que sostiene los artículos con la mano y, en una llave “oreja-hombro”... un aparatito de radio. Y el señor que patea la canastilla para no cargarla.

Mercando... Esa rubia despanpanante, de cabello con raíces negras, con todo el menúvillaje que les cabe en su rostro, vestida de rosado lola, montada en tacones de 10 centímetros, a punto de escintificar a Lady Chaterly y peleando con la carne. Y una barra de muchachos que conversan sobre yerbas para el corazón. Que la buena es el apio, que el toronjil, que la manzanilla, que el cidrón. ¿Y, entonces, en cuál yerba quedamos?

¿TENES LA DEL POLLO?
Hijo y madre. Abuela y nieto. Marido y mujer. Hermanos. Amigas. Y... Los tiempos cambian. Encontramos hombres de todas las edades, desde el sardino chévere hasta el jubulado, dedicados a una actividad llamada de “muy femenina”, antes.

Hijo y madre y... Pero, en especial, mujeres. Y eso de los topodoperos tubos o rolos en la cabeza, queda casi estirpado de esta práctica. La pinia ya cuenta en el programa de merca que, a ratos, se convierte en excusa para un encuentro, un café, un intercambio de recetas de cocina. “¿Tienes la del pollo en caldo?”

Mercando. Se mezclan chichas de sudadera y señoras vestidas de ropel que confunden la acción



de mercar con un coctel en la punta de la torre Eiffel. Y puede que la informalidad le quite el miraje a un dedo... Se me perdió lo de la torta... “¡Ojalá!”

“¿Quiero juice, quiero juice...! Esto no puede ser garbanzo. Si es para regalar, mejor levé la pefeño... Un momento que ustedes son llenando y llenando, y qué... Tengo que llevar esos empanaditas, pa' mostrarlas, porque ella no hace si no burlarde de las morritas de las que yo hago... ¿No habrá papitas?... A mi me las balan frescas de Santa Elena... Si, mi vida, papá ya va a recoger los tomates.”

Son ellos... Mercado y bla, bla, biando...

“Excéntes... Por 40 pesos menos, no me voy a llevar la salita maluca... Esas pastas me salieron la última vez con porjio... Ve, un cuartico de chocolate, es nuevo, pa' cuando no tenga plata... Ni que fuera bobo, en la casa me consigo por \$500 las dos libras de hojaldra.”

Mercando. ¡Escuchélos... “Oiga señorita, ¿esto sí le mirará así?... ¡Qué, pero!”

Bla, bla, biando, mientras mercan...
“¿Que eso es lechuga? Lo que está es buena para hacer un arreglo... Es que merca antes del almuerzo es lo peor, porque uno compra más con hambre... Usted sí está muy pesada (al aducir)... ¡Eh!, esos queeros sí están caros... ¡Fíjate que no fatte ningún huevo en la caja... ¿Cómo olera de rico!... Ah, ya me aburrí de estar aquí... ¿Qué me falta?”

Son los que mercan. Solos o acompañados. Ellos y ellos. Con una susceptibilidad propia del más nervioso pasajero de avión, ante una mala cara o una respuesta íntima. Conversan. Como si buscaran cómplices de decisión. Preguntan. Contestan. De precios, usos y ubicación de productos. De carestía. Se felicitan. Se levantan. Se dan pésames. Hablan con el vendedor, el comprador y hasta producto que se les atraviesa.

CUAL SU BERNARDO
¿Que cómo mercan los países? Los observamos. Y los vivos repetir, una y otra vez... “La peleá con los carritos... que se tuercio, que no anda, que está pesado, que es la patadura...” Y el seguimiento de una ruta memorizada, en la que a horas desde 20 minutos hasta 3 horas y media, se ojalá empezando por legumbres y carnes.

Repetir... El empleo de pequeñas calculadoras. Y el apoyo en listas -desde la elegante de computadora, hasta la improvisada de servilleta; con o sin precios apuntados al frente, y hasta con un subrayado rojo si encuentran cambio en los precios... listas que, con frecuencia, apilaban en la boca, como si se tratara de encomiendas de un perro San Bernardo.

Los vivos, en forma repetida mirando a los productos. Y rescatarlos del fondo de las profundidades de góndolas y neveras. Mirar. Tocar. Oler. Cogor. Devolver. Cambiar. Contar.

Mirar, en especial precios. Tocar, en especial frutas, legumbres, panes. Oler, en especial especias, lácteos, huevos, carnes y artículos para el aseo. Contar. ¿Ve, esa bolsita, cuántos pañeuyucas trae?”

Los vivos pagar mercados de sudados y recontados 2.500 pesos; hasta de 196 mil, pagados en efectivo, con billetes recién hechos.

Y era frecuente ver... El morrito de por sí las moscas me alcanza, en las cajas de pago, con artículos a la espera de un carrito extra, al fin de los productos básicos. Morrito nutrido de salsas, mecatos y enlatados; básicos en los que se peña una y otra vez el grano. Los niños o hijilluneros. Y sus “¡quiero este, y este, y de este, y de ese...” Cargando las carteras de sus madres y llevando trapaporados de estandarte. Chupando chocolate amargo. Perdidos entre frijoles, yogures, labonés, café, aceites y papas. Ganándose un “esperate, mi amor” a un “no te traje para que le burlas a mi mamá”. Y produciendo con un “pipi”, una cara de “por qué así así”, en sus padres.

DE REGRESO A LA TIENDA
¿Que cómo mercan los países?... “A ver, doña Julia...” Y, de ropando, volvimos a la tienda de barrio. A ese punto de referencia en el vecindario.

Volvimos a la tienda de barrio. Y por allí pasan amos de casa, cada semana: niños que, con la compra de una botella de chicle, van por el ajuste, a diario.

Pasan países para quienes el mal genio del tendero o 4 pesos de más en un kilo de maíz pueden convertirse en drama. A quienes negarles un crédito, para su mercado, les suena a “puñalada”. Para quienes una “matrimonito”, acompañada de cigarrillo o cerveza, una pregunta sobre la mamá enferma o un comentario sobre un inquilino de esos que camuflado mercados de barrio en barrio.

Volvimos a la tienda de barrio. Don Francisco, Ramón y Giovanni, además de vender víveres, vuelven a la tienda de barrio que presterle plata a un cliente, para que lleve a su señora a la clínica. Y quizá tengan que recomendarle a otro famoso “matrimonito”. Atac más. Ambracimonia, para combatir una gripa

¿Qué es lo que tanto miran?

es toca. No les toca. Y no mercan a la loca. Pero, al escoger los productos, ¿qué es lo que ama y “amos” de casa tanto miran, tanto buscan, tanto toca?

Huelen, voltean, destapan, estringen, chuzan... Que el grano no está quebrado, que la carne no huelo maluco, que la fecha de vencimiento en lácteos, carnes y enlatados no esté pasada, que la bolsa no esté rota.

Miran. Huelen. Tocan. Plátano: no delgado ni apacharrado en la punta. Empaques de yogur y salchichas: no inflados. Crema de leche en frascos: que “corra fácil”. Jabón: duro. Enlatados: que les suene el agua. Envase de leche: que se vea asiente, al voltearlo. Los toca merca. Y sólo de los enlatados son abiertos enemigos de hacerlo. Y un buen porcentaje de ellos nota: Tendencia a la venta de alimentos semi-preparado, a “lo rápido”, a lo “plástico y desechable”: exageración y desorientación en cuanto a artículos para el aseo personal y, en especial, de casa: extractos: por la cantidad de “chucherías para niños”; y dificultad de acceso, por precio, a carnes, lácteos y enlatados.

Los toca. No les toca. Y no mercan a la loca. Pero, al escoger los productos, ¿qué es lo que tanto miran, lo que tanto buscan, lo que tanto tocan?

Con las respuestas de nuestros entrevistados armamos una lista de “sablurria popular” que, verdad o no, define o conviene, funciona porque funciona en el momento de merca. Pánga cuidado. Y ya verá.

ELLOS LO RECOMIENDAN
-Puye la legumbre, y si les sale agua, esbáñen frescas.
-Si la zanahoria tiene arribas una roca, vuelva a comprarla.
-Si los productos lácteos goatean, están vitados.

-Si al estripar la mazorca, no le sale leche es porque no se tierna.
-Al coco que no le suene el agua, no lo recomiendo.
-El repollo debe estar duro y no tener un crespito caféado donde termina la hoja.

-Cojo el pescado de filete largo, nunca el que está quebrado o partido.
-Llevo el mualo de pollo gredencido y gorrallo, porque me rinde más.
-Me fijo que la carne no tenga un color verde o morado.

-En la parva, me fijo que no esté húmeda ni tenga lama o colchitos verdes y que el pan esté blandito.
-Y bueno... Los toca. No les toca. Y, a excepción de los que a ratos “hacen cara de saber mucho y poco saben”, queda claro que los países no mercan a la loca.

Importa el precio

El ama de casa, solita, sigue siendo la que, en general, se encarga de mercar en los hogares colombianos (habemos de alimentos, artículos de supermercado).

Merca el ama de casa sola: en Cartagena (81%), Bucaramanga (62.8%), Montería (61.9%), Bogotá (53.7%), Medellín (48.2%), Cali (44.7%). En Armenia el porcentaje de ama de casa más acompañante es mayor (48.6%); y en Cali la cifra es muy similar (el 41.1%). Hace 5 años, alrededor del 70% de los que mercaban eran amas de casa y un 30% empleados. Hoy, 60% y 40% respectivamente.

¿Tantos, hoy, días de los estudios y la experiencia de Cadencal, en varias ciudades colombianas.
PILAS CON LOS NIÑOS
En los últimos 10 años, por el incremento de hogares monocomponentes (viudos, separados, estudiantes), profesionales que viven solos) ya se ven más hombres dedicados a la faena del mercado. Este incremento, sumado a la realidad de hogares menos numerosos, ha planteado nuevas exigencias al mundo de los supermercados: tamaños menores en los productos (medias libras, cuartos de libra), porciones (por ejemplo de frutas), alimentos preparados o semi-preparados (como es el caso



de las barras de ensaladas). Y ojo. Los niños-capaces de secar una papaya, y sin recordamientos: han entrado a ser “verdaderos” socios de decisión, en las compras que hacen sus padres.

¿CADA CUANTO MERCA?
Bueno. Ellos, ellos mercan. Pueden gastarse entre una hora y hora y media haciéndolo. Prefieren merca de jueves a domingo, entre 9 y media de la mañana y 12 del día, y de 5 a 8 de la noche. Y el día de menor congestión es el miércoles. ¿Cada cuánto mercan? Gana en frecuencia el mercado semana, en Armenia (60.3%), Medellín (el 50%), Cali (38.7%) y

Bucaramanga (39.1%), y el quincenal en Bogotá (44.1%) y Montería (34.5%).

Merca cada semana lo hacen en Bogotá, el 13.1% y en Montería el 27.2%. Y cada quince días tiene también buena acogida en Cali (29.5%), Bucaramanga (28.9%), Medellín (28.4%) y Armenia (26.3%).

El mercado mensual tiene más fuerza en Bogotá (38.2%) y Cali (24.1%), y en la decisión de compra, aquí o allá, lo más importante sigue siendo el precio. Cuentan mucho la atención y la cercanía. Y en los productos perecederos es de importancia, pero no por encima del factor dinero, la calidad.

Eso de ir diariamente a merca es algo de porcentajes altos en Bogotá (17.3%) y Bucaramanga (14.1%), y de

índices menores en Cali (7.5%), Medellín (5.3%), Armenia (4.8%) y Bogotá (4.5%).

Pero ya se ve el aumento de los mercados de ajuste, en especial en el obrero y el empleado típico. “De paso para la oficina, me travesé café que se acabó, algo para la lonchera, las galletitas que no hay...”

En promedio... Los bogotanos mercan un día 19.3 días; los caleños cada 14.5; en Montería cada 13.5; en Medellín, cada 12.7; en Bucaramanga cada 12.6; y cada 10.8 días, en Armenia.

LA PLÁTICA
Mercando... innovadores: los barranquilleros. Exigentes, en productos, los bogotanos. En atención, bastante, bastante exigentes, los países. Dinámico el sector de productos de aseo.

Artículos “duros”, para acercarse al nivel de ingresos de los colombianos, el licor fino, el rancho. Sin hablar de los pequeños “ajustes” se hacen, en general, mercados que van de 15 a 50 mil pesos. Un 80% alimentos; un 20%, artículos para el aseo.

El consumidor es, cada día, más exigente. No perdona las filas ni las demoras en los puestos de pago. Y, en la decisión de compra, aquí o allá, lo más importante sigue siendo el precio. Cuentan mucho la atención y la cercanía. Y en los productos perecederos es de importancia, pero no por encima del factor dinero, la calidad.