
CRÓNICAS DE CALLE: ¿Para qué usted quiere siete cajas de pollo?

26/04/2016



En la puerta de una de las tiendas de la Villa Panamericana, una señora le dice a todo el que quiera escuchar:

«Estaba ayer en el mercado grande que está en Miramar y salió un tipo con siete cajas de pollo. ¡Siete, que las conté! No me pude contener: ¿para qué usted quiere siete cajas de pollo? El hombre no me quiso responder. Seguro que tiene un paladar, o está acaparando para vender después, cuando se acabe. Yo le digo que este es el cuento de la serpiente que se muerde la cola. Ahorita se acaba el pollo en todos lados y ya verás a la gente comprándolo en el mercado negro».

Esto comentó bajito la vendedora cuando escuchó a la señora que se quejaba (parece que no quería que la escuchara):

«Eso no va a pasar. A lo mejor se pierde el picadillo o el aceite, pero pollo siempre va a haber. Un amigo de mi marido es comercial en una firma y dice que hay pollo por cantidades en los almacenes. Precisamente por eso bajaron el precio».

En el mercado Caracol, ahí mismo en la Villa Panamericana, el sábado había un anaquel lleno de pomos de

aceite. El domingo no quedaba uno. «La gente se los ha llevado como pan caliente. Pero no hay que temer, nos aseguraron que el lunes estaremos de nuevo abastecidos».

Una señora la miraba escéptica:

«Eso mismo dijeron una vez de las colchas de trapear y estuvimos cuatro meses limpiando con pulóveres viejos».

—Ya que rebajaron el pollo y el picadillo, ¿por qué no bajaron también el café? —le preguntó un cliente a la cobradora de la caja.

—La rebaja es para los productos básicos, indispensables.

—¿¡Y el café no es indispensable!?

—Se puede vivir sin café.

—Esa será usted; si yo no me tomo una tacita de café por las mañanas, no vivo.

—¡Siga comprando el de chícharo! —terció una señora que iba detrás en la cola, molesta por la demora.

La pregunta del millón la hizo una compradora en el mercado de Ultra:

«¿Por qué el pollo es más básico que la leche?»

Alguna gente no leyó el periódico, ni escuchó la radio, ni vio el noticiero, y ni siquiera estaba al tanto del rumor popular. Así que unos cuantos llegaron a la tienda y se asombraron por la rebaja (hay tan pocas rebajas en Cuba, que siempre causan conmoción).

—¿Cuándo se vence este aceite, que le bajaron el precio? —preguntó uno de los despistados.

Y ahora que lo pienso, me pregunto: ¿cuál es la fecha de caducidad del aceite?

—No entiendo el entusiasmo de la gente —dice una de mis vecinas—, yo saltaré de alegría cuando el pomo de aceite

cueste cuarenta quilos.

Un señor muy docto ofrecía una conferencia sobre la política de precios en el portal de otra tienda (había cola fuera, era domingo por la mañana):

«El problema de la política de precios en Cuba es que no está definida una política de precios. Las rebajas no responden a estrategias diseñadas en función de las demandas, obedecen a decisiones en instancias macroeconómicas. Está claro que hace falta ya un mercado mayorista para los negocios privados. Está claro que hay que promover el producto local con mejores precios. Por supuesto que hay que implementar los mecanismos de la garantía comercial. Si no se hace eso, toda rebaja será artificial y algo caprichosa, aunque puntualmente beneficie a determinados sectores. Por supuesto, para eso hay que comenzar a producir. Y para producir hacen falta incentivos que sin producir no pueden concretarse... En definitiva, es un asunto complejo...»

Tan complejo, que la gente asentía sin entender la mitad de lo que decía.
