



MERCADOS DEL MUNDO

Mercado Modelo, la huerta de Uruguay

JOSÉ LUIS MURCIA

Desde las tres de la madrugada el bullicio es total en los alrededores del Mercado Modelo de Montevideo, un lugar donde convergen la mayor parte de las frutas y hortalizas del país desde 1937 sin descanso ni interrupción durante los siete días de la semana. Más de 60.000 camiones pasan anualmente por las puertas de la calle Cádiz y se desvuelven en las siete hectáreas de terreno que ocupan sus instalaciones, que no dejaron de funcionar ni cuando un incendio se llevó en 1995 el 90% de la nave central. Rápidamente, los almacenistas improvisaron unas nuevas naves en los laterales que se han sumado al resto y operan todos los días. Es la historia de un mercado que

toca a su fin, ya que un proyecto conjunto con Mercasa prevé la apertura de unas nuevas instalaciones sobre una superficie de 96 hectáreas a unos 15 kilómetros del centro de la ciudad.

El momento de apogeo del mercado es entre las cuatro y media y las seis de la mañana. Es cuando se dan cita la mayor parte de las 5.000 personas que todos los días pululan por las instalaciones del Mercado Modelo, uno de los centros más queridos por los montevideanos, en particular, y los uruguayos, en general. Todos ellos, de una u otra forma, responden a la llamada de los 600 operadores que acaparan las más de 700 empresas que se ubican en el recinto. Entre todos mueven anualmente más de 300.000 toneladas

de frutas y hortalizas, cuyo valor supera los 250 millones de dólares (más de 192 millones de euros).

Marcelo Amado, secretario general del Mercado Modelo e ingeniero agrónomo de profesión, se muestra muy satisfecho con el papel que cumplen unas instalaciones que ven pasar inexorablemente el paso del tiempo, pues no en vano encierran ya 73 años de historia, un tiempo en el que han abastecido de productos perecederos a varias generaciones de uruguayos, un tiempo en el que han podido observar cambios de tendencia en una alimentación que, pese a todo, conserva la pasión por el producto fresco.

El mercado consta de una enorme nave central donde pululan los camiones, las



Marcelo Amado, secretario general del Mercado.

carretilas, los torillos, y la gente descarga, habla, grita y, sobre todo, trabaja de una manera tan ordenada como frenética para hacer realidad cada día el acceso de los uruguayos a productos frescos provenientes no sólo de todos y cada uno de los departamentos que componen el país, sino de cada rincón del mundo. Gente con sacos a la espalda, palés que van de un lado a otro de una forma rápida y alocada, gente que sube y baja a los camiones como si de un taburete se tratara, barrenderos que escoba en ristre intentan cada mañana que apenas queden rastros de las frutas y verduras que han terminado cayendo por los suelos... son estampas diarias de un quehacer rutinario que día tras día se mantiene inalterable desde hace muchos años.

Además de las naves central y laterales, el Mercado Modelo posee un amplio depósito en una planta semisótano que

funciona como cámara de maduración y en la que, entre otras cosas, reposan las 50.000 toneladas de banana que cada año consumen los uruguayos, el 70% de las cuales proviene de Brasil. El resto se lo reparten entre Ecuador y México, entre otros proveedores.

LA MITAD DEL MERCADO, EN FRESCO

El Mercado Modelo maneja el 50% del consumo en fresco de las frutas y hortalizas del país y controla el 85% del reparto de las mercancías desde un punto de vista logístico, ya que muchos grandes proveedores y supermercados dependen indirectamente de proveedores que cuentan aquí con sus naves.

El mercado es, además, proveedor de muchos de los cruceros que realizan rutas por América Latina y que paran a car-

gar en el puerto de Montevideo, algo que hacen también los buques de pesca de diversos países que componen la flota atlántica y que realizan salidas que, en algunas ocasiones, llegan hasta los nueve meses fuera de casa.

Amado es consciente de que la vida moderna lleva a una disminución del consumo en fresco por el aumento de familias monoparentales y por la paulatina incorporación de la mujer al trabajo fuera del hogar. Esta tendencia ha hecho que cambien también los hábitos de consumo en fresco y aumenten sus ventas algunas variedades como los morrones (pimientos) o las cebollas. El mercado de los morrones es también muy concentrado y especializado en los departamentos norteros de Salto y Artigas, donde se cultivan bajo plástico y donde sus precios, en función de la variable oferta/demanda, pueden oscilar entre los 5 dólares (3,85 euros) la caja de un kilo y los 40 dólares (30,75 euros) la caja de 11 kilos.

Señala que esta diversificación alcanza también a variedades de manzana, ya que los consumidores se inclinan ahora por la royal gala, la fuji, la red delicious, la granny Smith o la pink lady (conocida como crispín) frente a las de antaño. Pero aquí Uruguay, igual que ocurre con cítricos



como la mandarina o la naranja, es neto exportador, mientras importa pomelos de Israel y melón y frutas tropicales de Brasil, con excepción del kiwi que, salvo una pequeña producción del país, es importado de Chile.

Una de las frutas que ha sufrido el estancamiento y que tiende a la especialización en diversas variedades es la uva de mesa, que cuenta con la moscatel como la reina, pero también con la alfonso lava lle, pero las importaciones procedentes de Brasil e Italia se suceden, lo mismo que ocurre con los ajos de China, más baratos que los españoles de los que Uruguay se abastecía hasta hace bien poco.

LA IMPORTANCIA DE LA PAPA

Pero el mercado más importante en frutas y hortalizas es el de las patatas, o papas como las llaman en buena parte de América Latina, que alcanzan las 100.000 toneladas. Las papas están en manos de un pequeño grupo de productores uruguayos que han conseguido especializarse y realizar una concentración de empresas que permite su cultivo en las áreas cercanas a la costa del país, especialmente en los departamentos de San José, Rocha y Tacuarembó, con la variedad de origen canadiense chieftain, una papa de piel rosada y pulpa blanca muy

apreciada en el país, aunque de momento han de importar sus semillas. Y decimos de momento porque Amado asegura que la investigación agronómica uruguaya está muy avanzada y existe un proyecto, del que participa el Mercado Modelo, que permitirá producir semillas propias más pronto que tarde.

UN PROYECTO DE FUTURO

El futuro Mercado Modelo parte de un pre-proyecto realizado por la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) con una estructura de 96 hectáreas en la zona denominada La Tablada, a 15 kilómetros del centro de Montevideo, con una unidad alimentaria de comercialización que tendría unas 20 hectáreas, además de un área dedicada a la cuarta y quinta gama, a bares y res-

taurantes, a envasados de carne y a una zona fiscal de aduana para agilizar los trámites de importación y exportación sobre el propio mercado.

El nuevo mercado, que prevé estar listo antes de 2015, está siendo diseñado con una consultoría del Ayuntamiento de Barcelona, a través de Mercabarna y Mercasa, para atender las sugerencias que puedan hacerse sobre la puesta en marcha de una unidad alimentaria, una obra que en su conjunto cuenta con un presupuesto de 70 millones de dólares (54 millones de euros).

Tanto Amado como el ingeniero agrónomo Alfredo Pérez, que trabaja junto a él en el mercado, están seguros del profundo cambio que espera en los próximos años a la ciudad de Montevideo, que espera contar con unas instalaciones a imagen y semejanza de las que tan bien están funcionando en España. ■