



FOTO: CORBIS

Sin líderes charros

No dan cuotas a ningún líder, pagan impuestos. Cumplen con estrictos requisitos de higiene, demuestran la procedencia lícita de sus productos, no dejan sucias las calles. Los mexicanos que son vendedores ambulantes en Nueva York cumplen las reglas y les va muy bien. **Día Siete** recorrió los tianguis que se instalan legalmente entre los rascacielos de la Gran Manaña. El contraste con nuestros mercados resulta evidente. **TEXTO Y FOTO: PABLO ALATRISTE GALVÁN**

El éxito del "sueño americano" se basa en hacer bien las cosas. Ésa es la fórmula que aprendió bien Cupertino Farcier, quien tiene tres puestos de tacos desde hace cuatro años dentro de los tianguis itinerantes que cubren Nueva York con los que da sustento a nueve familias de mexicanos. Este poblano supo que con puntualidad y disciplina en el trabajo dentro de un mercado sobre ruedas conseguiría lo necesario para mejorar su calidad de vida.

Así, un día de trabajo para él puede ser un domingo en la Sexta Avenida, en el corazón de Manhattan, entre edificios corporativos como la sede de la CBS o del Bank of America, a unas cuadras del Central Park, donde ofrece comida típica mexicana a ciudadanos y turistas.

Pero los logros que obtuvo no llegaron fácilmente. Debió cumplir con normas estrictas que le piden las empresas organizadoras de las llamadas "street fairs" o ferias callejeras, que a su vez son supervisadas por las autoridades de la ciudad y del estado. Y con eso hasta detalles como el racismo pasaron a segundo plano:

"Les daban preferencia a otros comerciantes. A los italianos y a los griegos no los mueven de lugar. Te das cuenta, pero con el tiempo, cuando ven que no fallas con los organizadores, te empiezan a reconocer. Me preguntaba por qué a mí no me daban buenos lugares, pero con el tiempo, si eres perseverante, todo se soluciona", dice Cupertino sobre su experiencia como vendedor ambulante.

Los tianguis de Nueva York nada tienen que ver con grupos de comerciantes cuyos líderes están afiliados a algún partido político, que entregan cuotas de poder a sus cabecillas y que exigen tarifas monetarias incuantificables que se estiman en millones de pesos y que nadie sabe a dónde van a parar, tal y como sucede en México.

No, en aquella ciudad los tianguis son operados por empresas legalmente constituidas que exigen a los puesteros que trabajen con apego a las normas en cuanto a los permisos para comercializar productos y al pago de impuestos.

"Acá hay que sacar permiso de la ciudad y el permiso de salubridad. Los impuestos son difíciles de calcular pues depende de la venta. También hay que pagar el derecho del puesto y que todo

“Hay una compañía que revisa el lugar, que no dejemos siquiera papeles ni cartones, porque nos multa con 200 dólares”

esté en orden”, comenta Cupertino, quien años atrás era empleado de un negocio similar al que ahora le da de comer.

Las dos compañías que tienen el mayor número de comerciantes y de eventos se llaman Mardi Grass Productions, que administra 87 eventos al año; y Clerview Festival Productions, con un número superior de actividades. De hecho, hay ocasiones en las que se empalman eventos el mismo día aunque en diferentes puntos de la ciudad, por lo que los comerciantes despliegan sus puestos en diferentes localidades.

Entre las dos empresas manejan más de 200 eventos en la ciudad durante el lapso que va de

de 30 días y se expide sólo para las ferias que cuenten con permiso. Además, se entrega solamente para una clase de giro, es decir, un vendedor de lentes no puede ofertar playeras, mucho menos comida con la misma autorización.

Este consentimiento cuesta 10 dólares por cada mes y los requisitos que piden son: llenar el formato, presentar una identificación oficial, dos fotografías, además de mostrar la tarjeta que avala la acreditación ante la autoridad de Impuestos y Finanzas, que no tiene un costo, pero que sí es indispensable.

En el caso de los puestos de comida se requiere además del aval de operación que puede costar desde 75 hasta 175 dólares, y este es otorgado por el Departamento de Salud del estado de Nueva York.

Cupertino Farcier dice que además en la operación diaria se deben cubrir varios aspectos para estar en regla. De esos, el de la limpieza es el más estricto y no se debe dejar basura, mucho menos charcos de agua con grasa y jabón, resultado de limpiar las parrillas en la calle.

“Hay una compañía que revisa el lugar que utilizamos, que no dejemos siquiera papeles ni cartones, porque nos multa con 200 dólares y existe la posibilidad de que no nos vendan espacio para la próxima fecha”, comenta el vendedor mexicano sobre la labor de una empresa que se dedica todo el día, con una cuadrilla de empleados, a recoger también toda la basura que generen los visitantes y acumularla en las esquinas de donde será recogida.

El empresario mexicano cubre 160 eventos al año con los tres puestos que tiene, cada uno de los cuales requiere de tres a cuatro empleados para en total sumar nueve en la plantilla laboral, y cada unidad paga 300 dólares al mes en impuestos por lo que vende.

la primavera al otoño, y cesan a mediados de noviembre cuando el frío arrastrado por los vientos del norte cala e incomoda tanto a los comerciantes como a los clientes.

Pagar impuestos

Para colocar un puesto no basta con dar la cuota al líder del tanguis. Allí se pide un permiso del gobierno de la ciudad que otorga el Departamento de Asuntos del Consumidor. Éste tiene una vigencia

Para calcular la contribución que hace a la hacienda local es por medio de un prorrateo de acuerdo a las ventas registradas, además de que algunos productos pueden estar exentos de impuestos.

De hecho, cuando se trata de puestos que ofrecen mercancías como cinturones o calcetines, puede que sean sometidos a operativos sorpresa en los que les exigen facturas de los productos para demostrar una procedencia legal, de lo contrario son multados y los bienes son confiscados.

Además de los trámites legales hay que ponerse a mano con los organizadores. Por ejemplo, Clerview Festival Productions pide pagar 45 dólares por una membresía. Y para participar en cada feria se requiere costear el derecho de piso. Las tarifas varían pero el promedio es de 135 dólares por fecha si se venden artesanías o manualidades, 350 dólares para comida y 135 para mercancía en general.

Este tabulador varía de acuerdo a si es sábado o domingo y a la zona. El área de Manhattan, que es más turística, tiene un costo más elevado respecto a Brooklyn o Queens, que tienen un perfil más residencial en cuanto a los clientes. Además si se paga con anticipación, los locatarios pueden obtener un descuento.

Los clientes

Los compradores son de lo más variado. Uno puede identificar a los neoyorquinos porque son los que llevan a sus perros, son los que saludan a sus marchantes y se desvuelven con más familiaridad como si se tratase de un paseo dominical.

En un día entre semana en la Sexta Avenida que es donde conocimos a Cupertino Farcier, habría personas vestidas de traje, apuradas, cruzando la calle entre camiones de pasajeros y un mar de taxis amarillos. En esta ocasión, en este domingo de media-



dos de año, los únicos que llevan etiqueta son algunos despistados que asisten a la gala de los premios Tony en el Radio Music City Hall, que entrega la industria teatral de Broadway.

Dependiendo del área, como en Manhattan, predominan los turistas, que pueden ser de diferentes partes del mundo. Y eso trae consigo problemas de comunicación. Una escena que puede verse en algunos puestos se parece a esta:

Un comprador alemán extasiado por la mercancía que ofrecen unos indios, con productos manufacturados en China y Taiwán,

Los puestos semifijos de comida son evidencia de la diversidad cultural que se vive en Nueva York. Guisos con cerdo, arroz y plátano, compiten con los tacos y hot dogs. En otros, pueden escogerse calcetines de entre el montón, una moda en la Gran Manzana.



Para el antojo, unos elotes asados aderezados con limón y chile piquín son una opción. El éxito es tal que los propietarios disponen más de un puesto en diversos puntos. Todo es limpiado.

como navajas multiusos, acuerda con su marchante, luego de varios intercambios de palabras y señas, algunas cercanas al enojo por la falta de entendimiento pues cada uno habla con su acento inglés, que una lámpara cuesta 12 dólares y se cierra el trato.

Ahí los visitantes toman fotos, para algunos no es común ver esas ferias callejeras, que se caracterizan porque en las esquinas hay puestos de comida y detrás, en las banquetas se va acumulando la basura y que en la mercancía puede haber productos que son toda una ganga.

Es una imagen que se repite a lo largo de 14 cuadras, donde los puestos se colocan sobre el asfalto al pie de ambas banquetas, lo que deja un pasillo central amplio en el que caben muy bien los visitantes sin aglomeraciones, donde, además, los paseantes se dan el lujo de desafiar el semáforo en las calles donde los vehículos tienen el paso.

El éxito

La empresa de Cupertino Farciro no tiene nombre. Los clientes los identifican por la lona del puesto que dice "Auténtica comida mexicana". Y aunque este comerciante poblano asegura que otros puesteros le han copiado el diseño de su anuncio, para su clientela neoyorquina el sazón de su comida ya los distingue de los demás.

Sobre su negocio dice que sólo vive de las ferias, no tiene locales, y que no se lanza a todas las fechas porque puede que la ubicación sea nueva y no siempre tienen las mismas ventas. De hecho, puede que sólo manden un puesto o definitivamente no le entren.

De sus inicios gastronómicos platica que comenzó trabajando para alguien hace cinco años. Al año puso su negocio, un año después instaló otro. Ahora tiene tres y tiene planes de crecer con más.

Como empleador dice que los requisitos que pide es que sean responsables y cumplidores, sobre todo que lleguen a tiempo a la hora de entrada y se esperen hasta la salida. A las 7:30 de la mañana los cita aunque no hay horario de salida, pero no pasa de las 7:30 de la tarde.

También comenta que lleva 15 años viviendo en Nueva York este originario de Tecomatlán, de la zona conocida como la Mixteca Poblana, donde se dedicaba al campo. Además, cuenta que no pierde el anhelo de regresar al país y generar un negocio: "Allá también se puede, pero hay que echarle ganas", es por eso que regresa cada

Las playeras de equipos de futbol se prefieren por encima de los jerseys de basquet o de beisbol...



año, sobre todo cuando es invierno y no trabaja en los puestos, cuando se toma sus vacaciones.

Mientras tanto no se queja. De ganancia recibe, ya libres de impuestos, entre 3 mil y 4 mil dólares por semana, aunque reconoce que esta cifra puede tener sus altas y sus bajas:

"Sí sale, en la calle a veces es difícil porque dependemos mucho del clima, si llueve o hace viento y eso influye. También el calor hace que la gente se quede en casa o hace que no consuman algo caliente, se van por los raspados y las limonadas".

"El éxito es perseverancia, al principio no ganaba nada, todo se iba en cubrir los gastos, pero no hay que darse por vencido", dice Cupertino. Luego cuenta que lo de los tacos lo aprendió solo, que todo es cuestión de agarrarle la onda.

"Cuando haces las cosas con ganas y esmero nada es difícil. Cuando quieres superarte y salir adelante no es difícil", reflexiona mientras sus empleados recogen el puesto semifijo, cuya estructura no tiene nada de diferente a los tubos metálicos que se usan en los mercados mexicanos.

¿Calvicie?



Centro especializado en:

Microtrasplante de cabello

En INJERPEL conjugamos ciencia, arte y experiencia al realizar nuestra técnica para el microtrasplante de cabello, el cual se obtiene de la parte posterior de su cabeza sin afectarla y sin dejar cicatrices. Una vez trasplantado no requiere de cuidados especiales ya que es su propio cabello, el cual seguirá creciendo desde la raíz con apariencia natural, la mayoría de los hombres son candidatos al microtrasplante de cabello sin importar su edad.



Centro integral de cirugía plástica.

01(33) 3123-0963

sin costo: 01-800 849-1448

Solicite sin costo

nuestro video informativo.

E-mail: injerpel@megared.net.mx

www.injerpel.com.mx

Av. Lázaro Cárdenas 3664, Jardines de San Ignacio, Guadalajara, Jal. Méx.

Dr. Victor E. Vallejo Meza U.N.A.M. Ced. Prof. 1672735

Autorización Secretaría de Salud: WCO 02 LTI