

AGENCIA HIPICA “LA SALADA”

En las ferias de “La Salada” hay un modus operandi generalizado. Se “roba” una marca, se copia el diseño, se desarrolla una prenda eludiendo la legislación y el pago de impuestos, y se las vende cara a cara contra efectivo rabioso.

En las Agencias Hípicas “La Salada” (entiéndase por esto a cualquier Jockey Club provincial o “cueva”) se “roba” la señal, se desarrolla un salón para transmitirla y un sistema de computación para emitir boletos eludiendo la legislación y el pago de impuestos, y se vende un ticket cara a cara contra efectivo rabioso.

Ambos “clientes” ejecutan un acto de fe

Los que adquieren indumentaria en “La Salada” se sienten satisfechos –según reza el saber popular– porque pagan \$ 500 pesos lo que en los shoppings vale \$ 2000, pero ruegan que luego de la primera lavada esa chomba XXL color salmón de la marca del lagarto no se convierta en una rosa pálido super Small con un renacuajo moribundo.

Los que reciben tickets de las Agencias Hípicas “La Salada” se sienten satisfechos porque pueden hacer su apuesta sin ser esquilados con el impuesto del 10%, confían en que su posterior sport (en caso de acierto) no esté por encima del tope fijado para no sentir una frustración, y además esperan canjearlos sin riesgos por el efectivo correspondiente.

Ambos “emprendimientos”, de evidentes rasgos irregulares, hicieron pie en los grises de la legislación vigente,

de manera que el poder político, judicial y policial, que les sirven de paraguas tuviese una coartada.

Ambos “emprendimientos” también son la válvula de escape de cualquier núcleo social que busca subsistir cuando el Estado ahoga con impuestos y regulaciones.

Amén de los delitos aberrantes que se denuncian como trabajo esclavo, de menores, y otros –que obviamente se repudian y nada tienen que ver con el espíritu de lo que estamos planteando– en “La Salada” el valor de 500 pesos se logra eludiendo impuestos y costos improductivos en toda la cadena de comercialización.

En las Agencias Hípicas “La Salada” crece un sistema cuasi oficial que nace como respuesta a los enormes costos que insume una actividad en plena formalidad y que además castiga al cliente con el ya inaudito pago del impuesto del 10%, ecuación que lo expulsa sí o sí.

Después de muchos años de hacer la vista gorda, la semana pasada el Estado asumió su rol y fue a la feria de Lomas de Zamora para ponerle un freno a la ilegalidad preservando los derechos de quienes trabajan en regla.

Sobre la actividad hípica, nos viene a la cabeza las palabras del presidente del Jockey Club en la noche de la entrega de los Premio Carlos Pellegrini: “No seamos cobardes”.

DEL EDITOR

