



Un informe de la Cámara Argentina de Comercio revela que en la ciudad de Buenos Aires esta modalidad creció un 21,4% en el tercer trimestre del año respecto a 2014. La avenida Avellaneda al 2900 lidera el ranking de las cuadras más afectadas y el rubro con más presencia es la indumentaria y calzado.

La venta ilegal callejera sigue siendo un problema en alza en la Ciudad. La situación no sólo se manifiesta en las dificultades para caminar en la vía pública, sino que los números ligados a este tema cada vez son más sorprendentes. En el tercer trimestre del año aumentó 21,4 por ciento con respecto al mismo período de 2014, según un informe de la Cámara Argentina de Comercio (CAC), reflejado en los 2.937 puestos detectados -en promedio- en las avenidas, calles y peatonales relevadas.

Fuentes del gobierno porteño argumentaron no poder desbaratar algunos centros de venta ilegal al aire libre porque "con los efectivos de la Metropolitana no alcanza, los vendedores son muchos". Se espera que a partir del próximo año se motorice el traspaso de la Policía Federal a la Ciudad. Ese fue el compromiso de los tres principales candidatos presidenciales.

Los barrios más afectados son Flores, Once, Balvanera y Caballito. La avenida Avellaneda al 2900, en el cruce con Nazca, lidera el ranking de las cuadras donde más abunda el comercio ilícito, con un promedio de 238 tiendas ubicadas sobre las veredas. Incluso los días Sábados, cuando algunos comercios no abren sus puertas, el número se incrementa.

La avenida Pueyrredón al 200 y al 300, entre las calles Juan Domingo Perón y Valentín Gómez, también es otro gran foco de ventas de los denominados manteros, con una media de 118 y 91 puestos ilegales, respectivamente. La avenida Rivadavia al 5000, en la esquina de Acoyte, pleno barrio de Caballito, se ubica apenas unos escalones más abajo en el listado, promediando 85 locales irregulares.

El rubro con más presencia en las calles es el de indumentaria y calzado, que evidencia casi la mitad de los observados en el trabajo de campo (48,5%). Lejos, con una abultada diferencia, lo sigue el de óptica, fotografía, relojería y joyería (11,9%), mientras que el podio lo completan los alimentos y bebidas (8,7%).