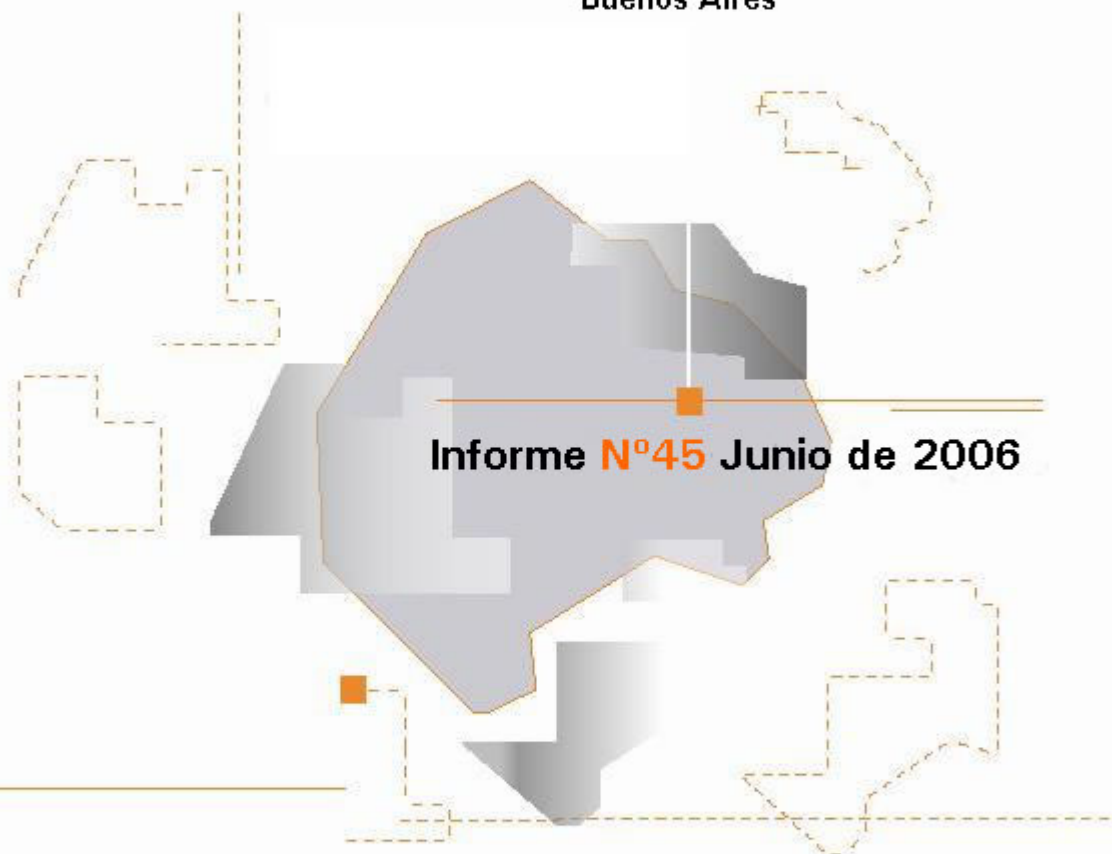


Informe Trimestral sobre la actividad comercial en la Ciudad de Buenos Aires



■ Tasa de Ocupación de Locales Comerciales en los
Principales Ejes comerciales





GOBIERNO DE LA CIUDAD
AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES

Jefe de Gobierno

Jorge Telerman

Ministro de Producción

Enrique Rodríguez

Director del CEDEM

Pablo Perelman

El presente informe ha sido elaborado por el CEDEM, Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano del Ministerio de Producción del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.

Las distintas ediciones de este informe se encuentran disponibles en Internet: www.cedem.org.ar y www.buenosaires.gov.ar/cedem

Dirección: Pablo Perelman

Consultores: Sergio Braticevic, Federico Jelinski, Mariela Molina, María José Pérez de Arrilucea, Paulina Seivach, Patricia Ventrisci y Cecilia Vitto.

ASISTENTES: Anahi Costaguta y Soledad Rodríguez

RELEVADORES: Tomás Barbadori y Enrique Pacheco



1- RESUMEN EJECUTIVO	1
2. OCUPACIÓN DE LOCALES COMERCIALES EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES	3
2.1. Evolución de la tasa de ocupación general. Mes de junio	3
2.2. Tasas de ocupación según zonas geográficas. análisis trimestral	4
2.2.1. Tasas de ocupación en la zona norte	5
2.2.2. Tasas de ocupación comercial en la zona centro	7
2.2.3. Tasas de ocupación comercial en la zona sur	10
2.2.4. Tasas de ocupación comercial en la zona oeste	12
3. TASAS DE OCUPACIÓN EN LAS AREAS COMERCIALES TEMÁTICAS	17
4. NUEVOS EJES RELEVADOS. JULIO DE 2006	20
5. ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD DE LOS LOCALES COMERCIALES	25
5.1. Impacto de las actividades relacionadas con las telecomunicaciones e internet	27
6. ANEXO METODOLÓGICO	28

1- RESUMEN EJECUTIVO

El presente informe contiene los resultados del relevamiento realizado en 34 ejes comerciales de la Ciudad durante el mes de junio, pero a diferencia de los anteriores informes, el análisis es realizado por segunda vez en forma trimestral.

Durante el pasado mes de julio se realizó un relevamiento en tres diferentes áreas comerciales de la Ciudad con el propósito de tener una visión integral de la actividad comercial, agregando a algunos barrios, como Boedo, Monte Castro y Colegiales, que debido a su densidad de locales y centralidad registran suma importancia a la hora de analizar la actividad comercial.

El estudio de esta muestra -que corresponde a las áreas comerciales más importantes de la Ciudad- permite obtener una serie de indicadores sobre el desarrollo de la actividad comercial de la Ciudad y comparar su evolución en las distintas zonas de la misma.

En el mes de junio se relevaron en 31 ejes comerciales 6279 locales de los cuales 377 se encontraban vacíos¹, lo que implicó una tasa de ocupación de 94%². En el relevamiento del mes de junio, la tasa de ocupación comercial general se incrementó 0,1 puntos porcentuales respecto al mes anterior. A diferencia de lo ocurrido en los años precedentes, en este primer semestre del año la tasa se mantiene estacionada alrededor del 94% (+/- 2pp.). Esto se debería principalmente a la no renovación de los contratos de alquiler por el elevado nivel de precios.

Observando las distintas zonas de la Ciudad de Buenos Aires, se puede constatar que en el segundo trimestre del año, la única zona que mostró crecimiento interanual fue la zona Centro (1,1%). Vale destacar que estas comparaciones se realizan contra tasas cada vez mas elevadas.

La zona Oeste, por su parte, exhibe una tasa de ocupación comercial de 94,1%, mostrando un descenso de apenas 0,2% con respecto al mismo trimestre del año anterior. Mientras tanto, la zona Sur registró un nivel de ocupación de 92,4%, con un descenso interanual de 0,4%.

Por último, la zona Norte descendió el nivel de ocupación comercial en el segundo trimestre de 2006, alcanzando una tasa de 94,8%, lo que implicó una variación interanual negativa (-2%).

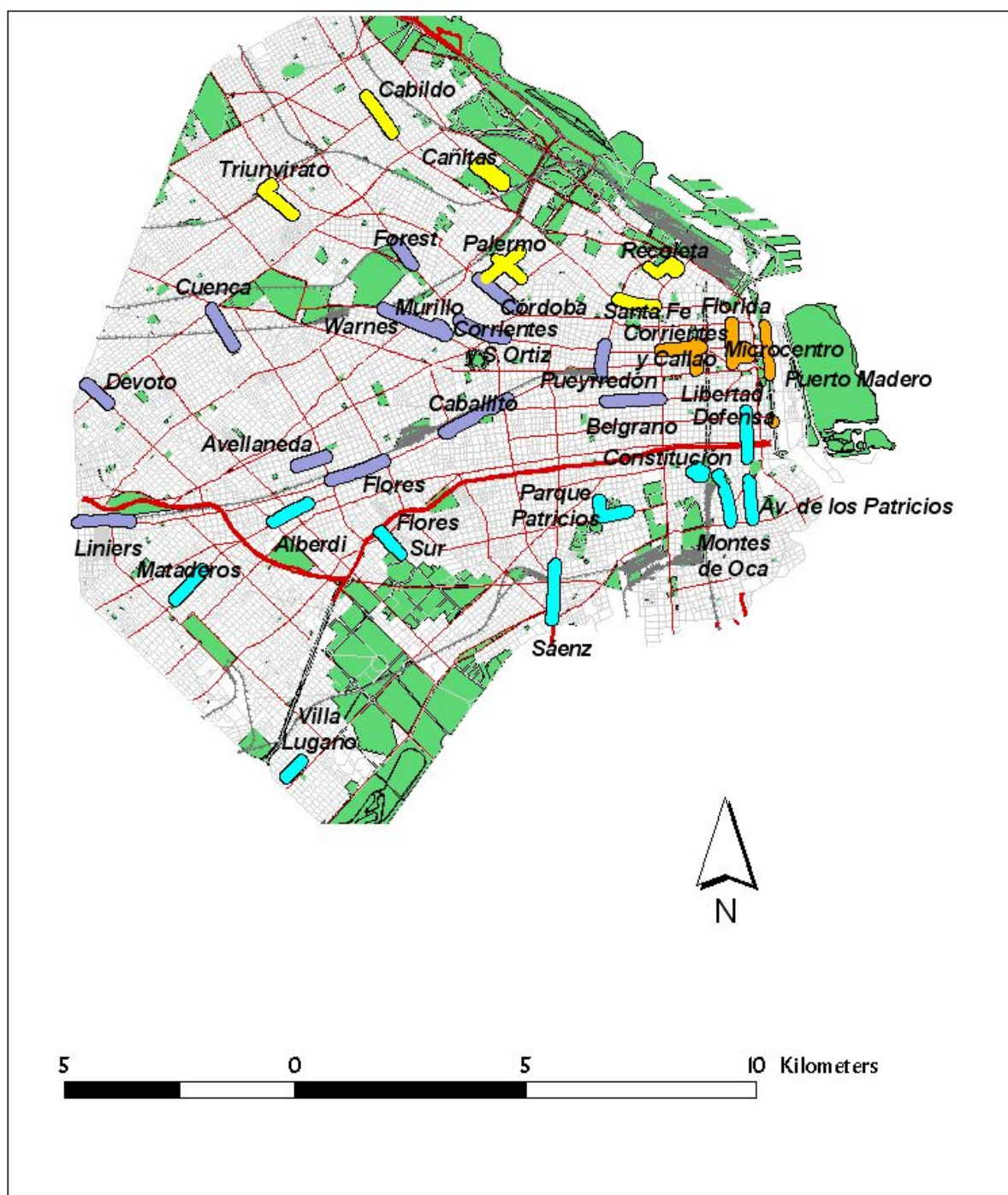
Al analizar la composición según actividad en los 31 ejes comerciales, se observa que el 26,1% corresponde a “Prendas de vestir y textiles para el hogar”, el segundo rubro en importancia es “Ventas de muebles y artículos para el hogar y la oficina” con el 8,1%, seguido por “Venta de calzado, cuero, marroquinería, paraguas y afines” con el 7,4%, mientras que “Restaurantes, bares, cafés y casas de comida” participa con el 6,5%.

¹ Ver Anexo metodológico.

² Los indicadores que se mencionan en el presente informe se elaboran sobre la base de los 31 ejes de la serie histórica (Enero-Febrero de 2003).

Ejes Comerciales Trimestre II 2006

Mapa 1



FUENTE: CEDEM, MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

2. OCUPACIÓN DE LOCALES COMERCIALES EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

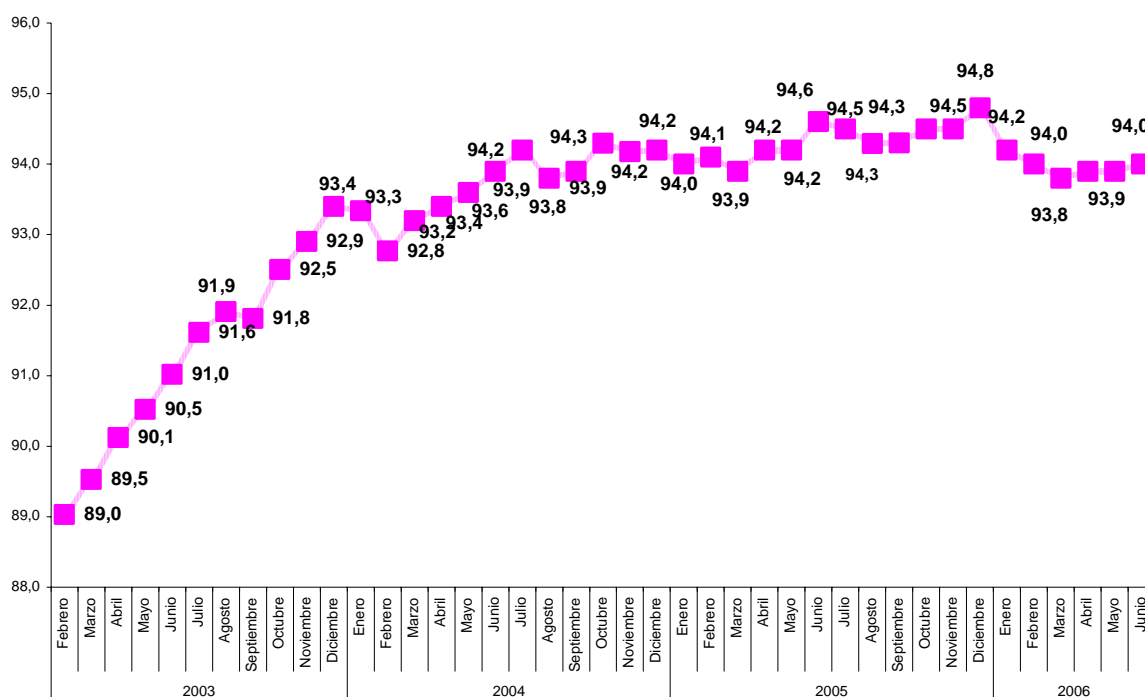
2.1. EVOLUCIÓN DE LA TASA DE OCUPACIÓN GENERAL. MES DE JUNIO

La tasa de ocupación comercial en el mes de junio de 2006 fue de 94%. De esta manera recupera el nivel que había alcanzado en febrero de este año, aunque no consigue acercarse al nivel récord de diciembre de 2005 (94,8%). Respecto con el mes de junio del año anterior, la variación interanual fue de -0,6%.

puntos porcentuales (ver gráfico N° 1). A partir de aquel momento, se comenzaron a observar pequeñas variaciones, en las cuales la tasa de ocupación comercial oscila entre 93,8% y 94,8%.

Desde el inicio del relevamiento –febrero de 2003- hasta julio de 2004 la tasa de ocupación comercial experimentó un incremento de 5,2

Gráfico 1: Evolución De La Tasa De Ocupación Comercial General. Febrero 2003-Junio 2006



FUENTE: CEDEM, MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

2.2. TASAS DE OCUPACIÓN SEGÚN ZONAS GEOGRÁFICAS. ANÁLISIS TRIMESTRAL

El gráfico N° 2 muestra la evolución de las tasas de ocupación según zonas desde febrero de 2003.

La zona Centro obtuvo durante el segundo trimestre del año una tasa de ocupación comercial de 96,1%, siendo ésta la más elevada desde el comienzo de la serie. El crecimiento interanual con respecto al segundo trimestre de 2005 fue de 1,1%, mientras que con relación al inicio del relevamiento (segundo trimestre de 2003) el aumento fue de 3,8%.

Por su parte, la zona Sur alcanzó en el segundo trimestre del año un nivel de ocupación de 92,4%, lo que implicó un descenso interanual de 0,4%. Asimismo, teniendo como referencia el primer trimestre del relevamiento el incremento fue de 4,8%, siendo de esta forma la zona

comercial con mayor crecimiento desde el segundo trimestre de 2003.

En tanto, la zona Oeste exhibe durante el segundo trimestre de 2006 una tasa de 94,1%, comportando un descenso en el nivel de ocupación con respecto al segundo trimestre del año pasado (-0,2%). Sin embargo, con relación al primer trimestre relevado, la variación fue positiva en un 4,1%.

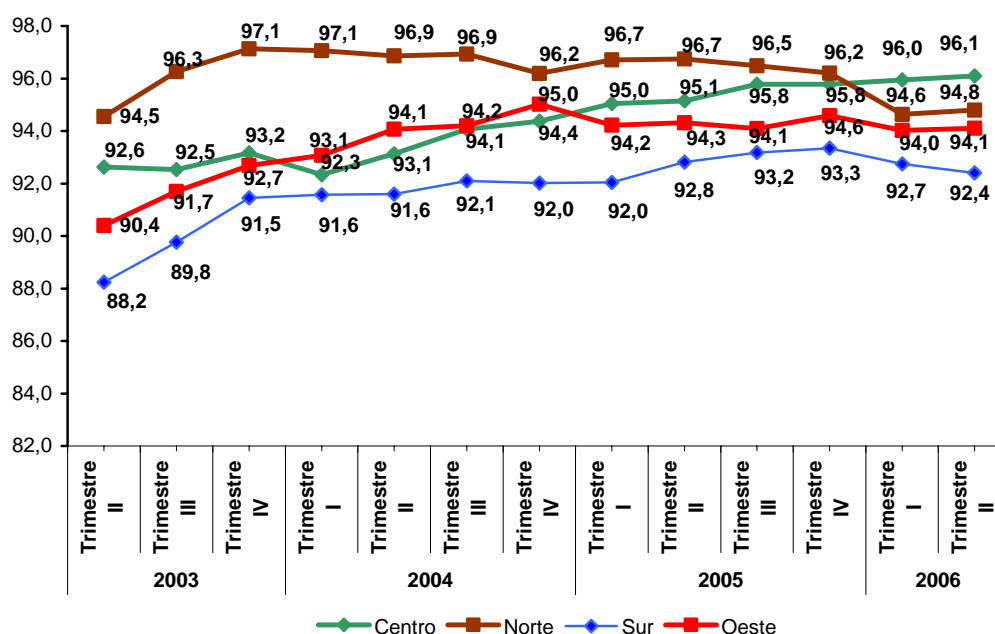
Finalmente, la zona Norte sufrió en el período analizado un fuerte descenso en la tasa de ocupación comercial, llegando en el último trimestre a 94,8%, lo que implicó una variación interanual negativa (-2%). Por su parte, con respecto al segundo trimestre de 2003, esta zona obtuvo un leve crecimiento (0,3%).

Cuadro N°1: Tasas De Ocupación Según Zona Geográfica. Trimestre II de 2006 y comparación Trimestre II de 2005 y Trimestre II de 2003

Zonas	Trimestre II-05	Trimestre II-06	Diferencia interanual (puntos porcentuales)	Variación (%)	Trimestre II-03	Trimestre II-06	Diferencia interanual (puntos porcentuales)	Variación (%)
Centro	95,1	96,1	1,0	1,1	92,6	96,1	3,5	3,8
Norte	97,6	94,8	-2,8	-2,0	94,5	94,8	0,3	0,3
Sur	92,8	92,4	-0,4	-0,4	88,2	92,4	4,2	4,8
Oeste	94,3	94,1	-0,2	-0,2	90,4	94,1	3,7	4,1

FUENTE: CEDEM, MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

Gráfico Nº 2: Tasa De Ocupación Comercial según Zona Geográfica Trimestre II 2003-Trimestre II 2006



FUENTE: CEDEM, MINISTRO DE PRODUCCIÓN, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

2.2.1. TASAS DE OCUPACIÓN EN LA ZONA NORTE

La zona Norte obtuvo durante el segundo trimestre de 2006 una tasa de ocupación comercial de 94,8%.

El eje Triunvirato alcanzó en el trimestre una tasa de ocupación promedio de 93,2%, lo cual implicó un descenso interanual con respecto al segundo trimestre de 2005 de 2,6%, al tiempo que con respecto al segundo trimestre de 2003 el descenso fue de 1,9%.

Por su parte, Recoleta cuyo nivel de ocupación promedio fue en el segundo trimestre de 2006 de 87,8%, experimentó un fuerte descenso desde el inicio del relevamiento. La tasa de ocupación comercial promedio cayó respecto con segundo

trimestre de 2003, 6,3% y respecto con el segundo trimestre de 2005 7,2%.

Estos dos ejes se ubicaron en los niveles más bajos desde el comienzo de la medición en el segundo trimestre de 2003.

Santa Fe, también sufrió la caída de su tasa en relación a los segundos trimestres de 2003 y 2005 (-0,4% y -0,8% respectivamente), alcanzando en el segundo trimestre de 2006 una tasa de ocupación comercial promedio de 97,2%

Por último, Cabildo fue el eje que manifestó mayor crecimiento con respecto al segundo trimestre de 2003 (4,6%). Sin embargo, la

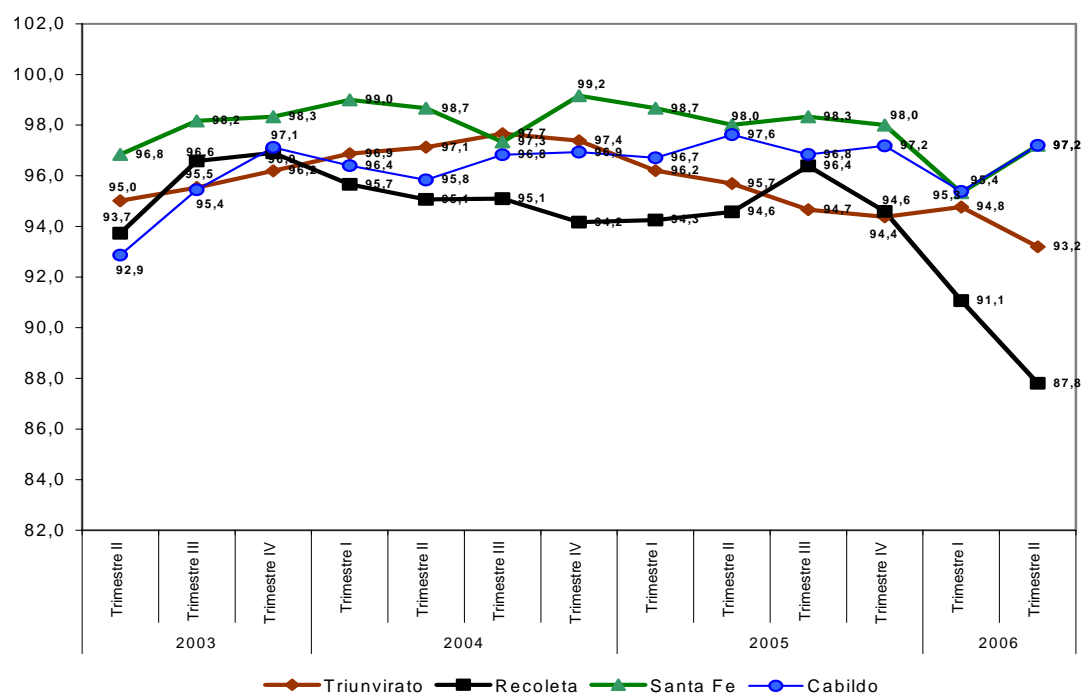
variación interanual trimestral fue negativa (-0,4%).

Cuadro Nº2: Tasa de ocupación, variación trimestral y densidad comercial en la Zona Norte. Trimestre II de 2006, comparación con Trimestre II de 2005 y Trimestre II de 2003

Ejes	Densidad comercial	Trimestre II-05 (%)	Trimestre II-06 (%)	Variación Trim.II-05/ Trim.II-06 (%)	Trimestre II-03 (%)	Trimestre II-06 (%)	Variación Trim.II-03/ Trim.II-06 (%)
Triunvirato	16,0	95,7	93,2	-2,6	95,0	93,2	-1,9
Recoleta	8,0	94,6	87,8	-7,2	93,7	87,8	-6,3
Santa Fe	14,4	98,0	97,2	-0,8	96,8	97,2	0,4
Cabildo	16,5	97,6	97,2	-0,4	92,9	97,2	4,6
Total	14,0	96,7	94,8	-2,0	94,5	94,8	0,3

FUENTE: CEDEM MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

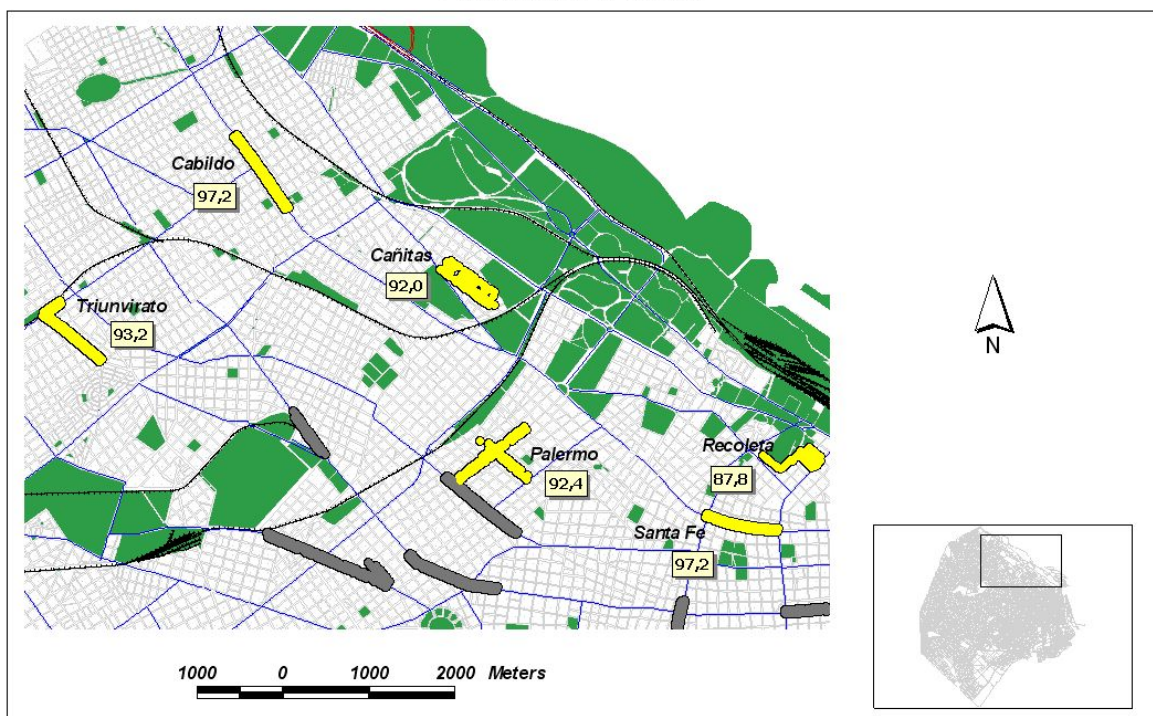
Gráfico Nº3: Evolución De La Tasa De Ocupación comercial En La Zona Norte. Trimestre II de 2003-Trimestre II de 2006



FUENTE: CEDEM, MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

Tasas de Ocupación Comercial-Zona Norte Trimestre II 2006

Mapa 2



FUENTE: CEDEM, MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

2.2.2. TASAS DE OCUPACIÓN COMERCIAL EN LA ZONA CENTRO

La tasa de ocupación comercial de la Zona Centro, durante el segundo trimestre de 2006, alcanzó un 96,1%. De esta manera, se observan un nivel record en la ocupación comercial desde el comienzo del relevamiento, cuando la tasa comercial en el segundo trimestre de 2003 había sido de 92,6%.

El eje Florida se observó cerca del nivel récord de ocupación en el segundo trimestre de este año, ya que el 97,1% de los locales relevados se encontraron ocupados. Asimismo, con respecto al segundo trimestre de 2005 el crecimiento fue positivo: 2,1%.

A su vez, el eje Microcentro, también alcanzó durante el segundo trimestre del año, el máximo nivel de ocupación histórico: 94,3%.

Cabe destacar que Microcentro es el eje que más ha crecido desde el inicio del relevamiento en la zona Centro 7,9%.

Por su parte, el eje Libertad obtuvo en el segundo trimestre del año un nivel ocupacional de 97,7%, alcanzando una variación positiva con respecto al primer trimestre relevado de 3,3% y convirtiéndose en el más elevado de la serie.

Finalmente, el eje Corrientes y Callao alcanzó durante el segundo trimestre una tasa de 93,7% y un incremento positivo con relación al primer trimestre relevado de 4,7%. Este eje es parte del proyecto de renovación urbana del Gobierno de la Ciudad sobre la avenida Corrientes³.

³ Para mayor información léase "Transformaciones socio-culturales recientes en el espacio de la Calle Corrientes" por Sergio Braticevic y María José Pérez de Arrilucea en Informe Cuatrimestral N°15 de Coyuntura Económica, CEDEM, GCBA.

Cuadro N°3: Evolución De La Tasa De Ocupación comercial En La Zona Centro. Trimestre II de 2003-Trimestre II de 2006

Eje	Densidad comercial	Trimestre II-05 (%)	Trimestre II-06 (%)	Variación Trim.II-05/ Trim.II-06 (%)	Trimestre II-03 (%)	Trimestre II-06 (%)	Variación Trim.II-03/ Trim.II-06 (%)
Microcentro	6,2	89,9	94,3	4,3	87,4	94,3	7,9
Libertad	22,8	97,1	97,7	0,6	94,6	97,7	3,3
Corrientes y Callao	12,9	96,2	93,7	-2,6	89,5	93,7	4,7
Florida	17,3	95,1	97,1	2,1	95,8	97,1	1,4
TOTAL	13,6	95,1	96,0	0,9	92,6	96,0	3,7

FUENTE: CEDEM, MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO.

El gráfico N° 4 muestra que, desde el comienzo de la serie, Microcentro ha sido el eje de mayor crecimiento de la zona, aumentando 6,9 puntos porcentuales entre puntas.

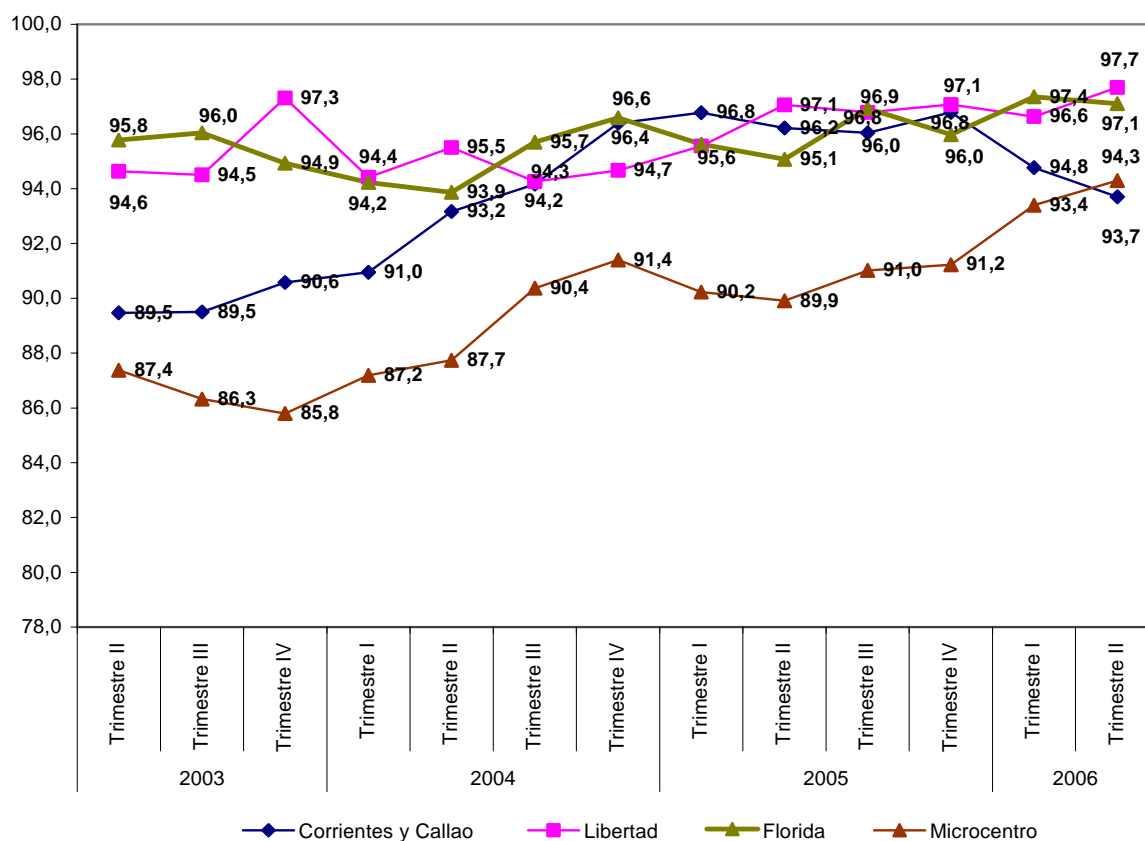
En tanto, el eje Libertad ha tenido una evolución más atenuada, con un crecimiento entre puntas de 3,1 pp..

Florida, por su parte, experimentó una leve alza entre puntas 1,3 pp (su tasa comienza con

95,8% y cierra el período con 97,1%). Esto se vincula con el alto nivel de ocupación comercial que ha manifestado este eje desde el inicio de la serie, ya que se trata de un eje que cuenta con una creciente demanda de consumidores, especialmente turistas.

Finalmente, durante todo el período analizado, la tasa de Corrientes y Callao aumentó 4,2 puntos porcentuales.

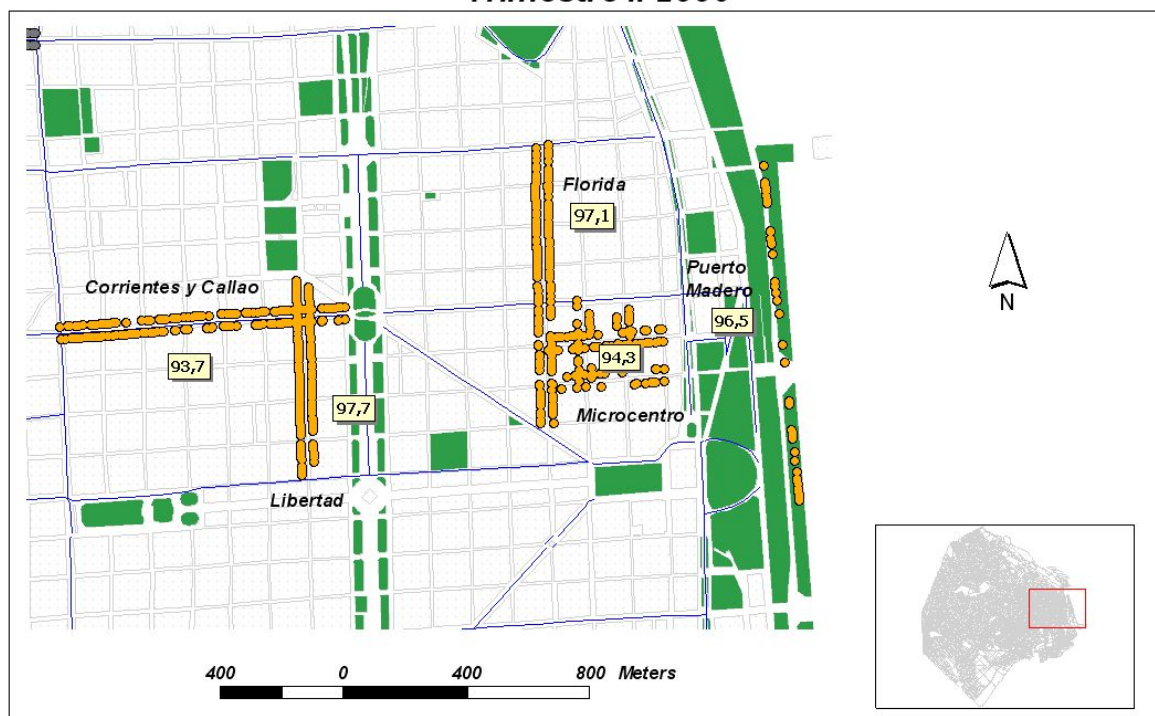
**Gráfico Nº 4: Evolución De La Tasa De Ocupación comercial
En La Zona Centro. Trimestre II de 2003-Trimestre II de
2006**



FUENTE: CEDEM MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

Tasas de Ocupación Comercial-Zona Centro Trimestre II 2006

Mipa 3



FUENTE: CEDEM, MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

2.2.3. TASAS DE OCUPACIÓN COMERCIAL EN LA ZONA SUR

La tasa de ocupación comercial de la zona Sur durante el segundo trimestre del año fue de 92,4% lo que se traduce en una variación con respecto al mismo trimestre de 2005 de -1,5% al tiempo que con respecto al primer trimestre relevado por el CEDEM esta zona creció 1,7%.

En el último trimestre se observan 7 ejes que han disminuido sus tasas respecto al segundo trimestre del año anterior y 3 que han ascendido.

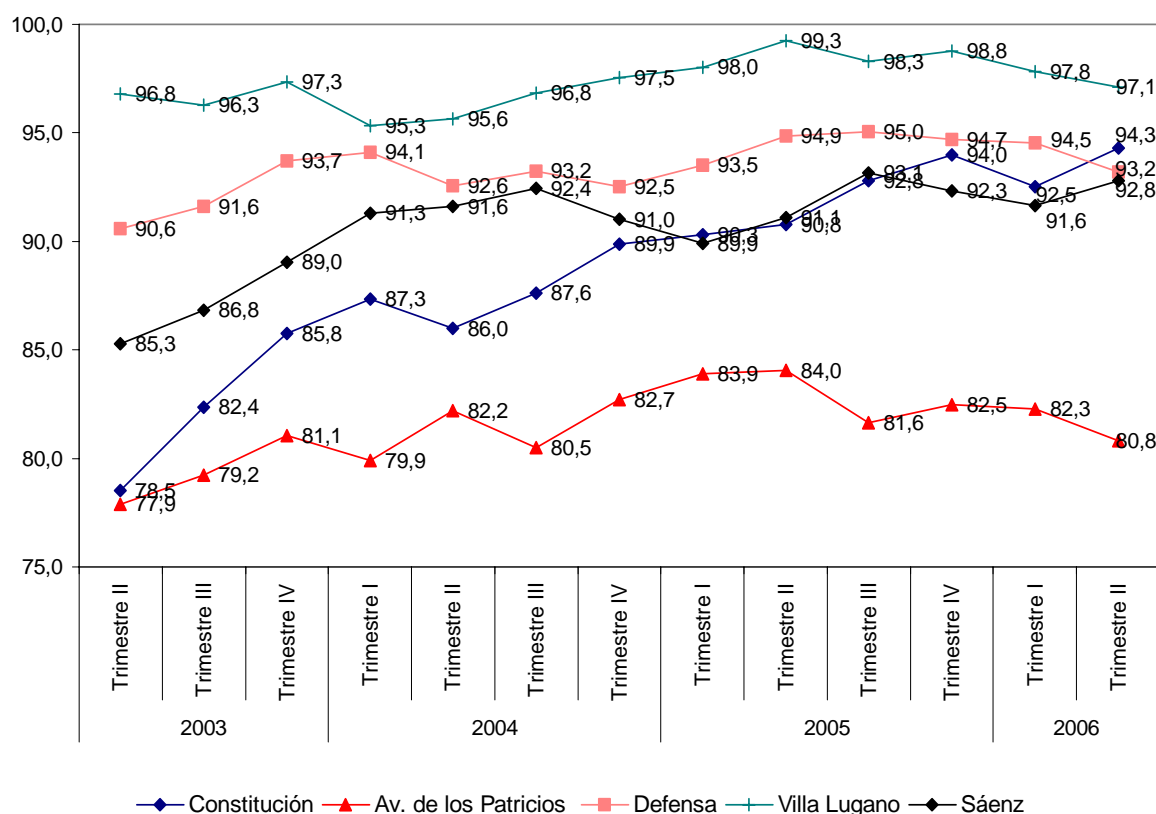
Cuadro N°4: Evolución De La Tasa De Ocupación comercial En La Zona Sur. Trimestre II de 2003-Trimestre II de 2006

Eje	Densidad comercial	Trimestre II-05 (%)	Trimestre II-06 (%)	Variación Trim.II-05/ Trim.II-06 (%)	Trimestre II-03 (%)	Trimestre II-06 (%)	Variación Trim.II-03/ Trim.II-06 (%)
Parque Patricios	14,9	94,9	92,9	-2,1%	92,2	92,9	0,8%
Defensa	12,3	94,9	93,2	-1,8%	90,6	93,2	2,9%
Constitución	14,6	90,8	94,3	3,9%	78,5	94,3	20,1%
Montes de Oca	6,8	96	92,2	-4,0%	95,1	92,2	-3,0%
Flores sur	15,1	93,8	93,1	-0,7%	92,3	93,1	0,9%
Mataderos	14,5	92,1	93,4	1,4%	88,4	93,4	5,7%

Villa Lugano	13,7	99,3	97,1	-2,2%	96,8	97,1	0,3%
Av. Patricios	9,9	84	80,8	-3,8%	77,9	80,8	3,7%
Sáenz	17,2	91,1	92,8	1,9%	85,3	92,8	8,8%
Alberdi	8,5	93,8	93,7	-0,1%	90,9	93,7	3,1%
Total	12,4	93,8	92,4	-1,5%	90,9	92,4	1,7%

FUENTE: CEDEM, MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO.

Gráfico N° 5: Evolución De La Tasa De Ocupación comercial En La Zona Sur. Trimestre II de 2003-Trimestre II de 2006



FUENTE: CEDEM, MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

El gráfico N° 5 nos permite obtener una visión global de la evolución de la tasa de ocupación en algunos de los ejes de la zona Sur. Se observa que la brecha existente entre las tasas de ocupación de los ejes Constitución y Avenida de Los Patricios desde el inicio del relevamiento (segundo trimestre de 2003) hasta la actualidad se ha profundizado debido al enorme crecimiento del primero que ha crecido desde el primer trimestre relevado 15,8 pp.

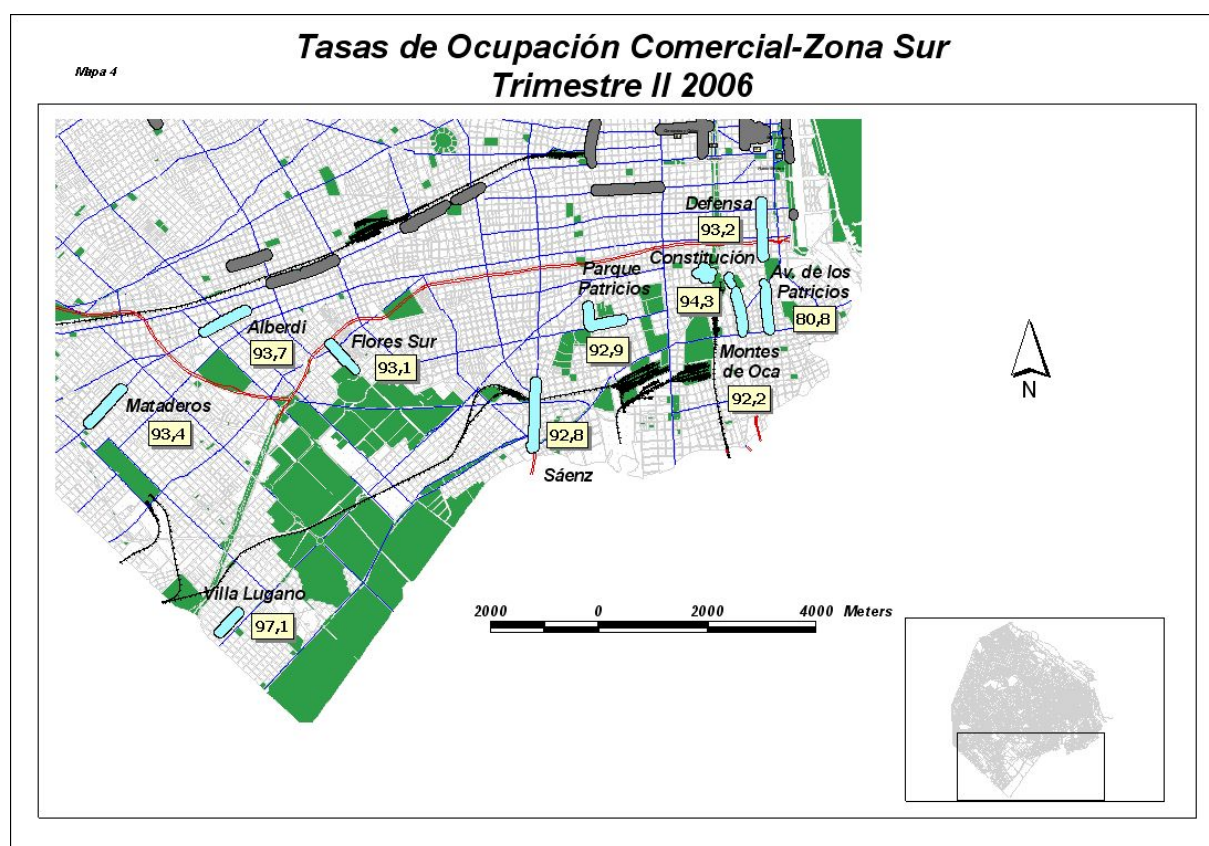
Por su parte, el eje Villa Lugano registró un ascenso entre puntas de 0,3 puntos porcentuales, ya que desde el primer relevamiento su nivel de ocupación se encontraba elevado.

En cuanto al eje Defensa, es interesante destacar que está ubicado en una zona beneficiada por el aumento del turismo que se vivió durante el período. En este sentido, experimentó un marcado crecimiento de su tasa de ocupación durante el año 2003,

fenómeno que se revirtió parcialmente durante el 2004 y que nuevamente cambió de tendencia a partir del primer trimestre de 2005. El incremento entre puntas es de 2,6 puntos porcentuales.

En tanto, el eje de la Av. Sáenz experimentó durante 2003 un crecimiento (3,7 puntos porcentuales) que se desaceleró al año

siguiente (cuando decreció 0,3 puntos porcentuales). Este eje muestra durante 2005 un incremento en la tasa de ocupación de 3,4 pp.. para ubicarse en el último trimestre de 2005 en 92,3%. En el segundo trimestre de este año la tasa de ocupación se ubicó en 92,8%. El crecimiento entre puntas del período es de 7,5 puntos porcentuales.



FUENTE: CEDEM, MINISTERIO DE PRODUCCIÓN GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

2.2.4. TASAS DE OCUPACIÓN COMERCIAL EN LA ZONA OESTE

La zona Oeste presenta una gran cantidad de ejes (13) con una importante dispersión territorial y diversidad en los perfiles socioeconómicos a los que apuntan.

Durante el segundo trimestre de 2006 la tasa de ocupación comercial fue de 94,1%,

descendiendo 0,2% con respecto al mismo trimestre del año anterior.

Los cambios positivos respecto al año anterior en el primer trimestre (ver cuadro N° 9) se produjeron en los ejes: Belgrano, Flores, Avellaneda, Warnes y Liniers.

En cambio, los ejes que experimentaron descensos interanuales fueron: Caballito, Córdoba, Pueyrredón, Forest, Cuenca, Devoto, Corrientes y Scalabrini Ortiz y Murillo.

de 2003 se desprende que los mayores crecimientos se han producido en los ejes Forest y Liniers (17,1% y 10,9% respectivamente).

Asimismo, de la comparación del segundo trimestre de 2006 contra el segundo trimestre

Cuadro N°5: Evolución De La Tasa De Ocupación comercial En La Zona Oeste. Trimestre II de 2003-Trimestre II de 2006

Ejes	Densidad comercial	Trimestre II-05 (%)	Trimestre II-06 (%)	Variación Trim.II-05/Trim.II-06 (%)	Trimestre II-03 (%)	Trimestre II-06 (%)	Variación Trim.II-03/Trim.II-06 (%)
Belgrano	10,5	97,3	97,4	0,1	92	97,4	5,9%
Caballito	12,2	97,6	96,2	-1,4	94,2	96,2	2,1%
Córdoba	13,1	95,8	93,2	-2,7	90,7	93,2	2,8%
Flores	15,4	94,5	95	0,5	93,9	95	1,2%
Pueyrredón	18,7	96,8	95,7	-1,1	95,4	95,7	0,3%
Forest	13,3	80,6	80,2	-0,5	68,5	80,2	17,1%
Avellaneda	25,3	96,5	97,1	0,6	95,8	97,1	1,4%
Warnes	11,4	87,3	88,9	1,8	84,1	88,9	5,7%
Cuenca	16,5	97,5	97,3	-0,2	94	97,3	3,5%
Devoto	16,4	95,8	95,1	-0,7	87	95,1	9,3%
Liniers	16,0	88,9	91,2	2,6	82,2	91,2	10,9%
Corrientes y Scalabrini Ortiz	13,9	94,4	93,1	-1,4	90,7	93,1	2,6%
Murillo	6,3	97,8	95,6	-2,2	92,8	95,6	3,0%
TOTAL	14,4	94,3	94,1	-0,2%	90,5	94,1	4,0%

FUENTE: CEDEM, MINISTERIO DE PRODUCCIÓN GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

El gráfico N° 6 permite observar la evolución del indicador en algunos de los ejes de la zona Oeste. El eje Devoto obtuvo en el segundo trimestre de 2006 una tasa de ocupación de 95,1%.

En tanto, el eje Avellaneda tuvo un crecimiento entre puntas de 1,3 pp. tras alcanzar en el segundo trimestre de 2006 un nivel de ocupación de 97,1%.

Por su parte, el eje de Corrientes y Scalabrini Ortiz creció desde la realización del relevamiento

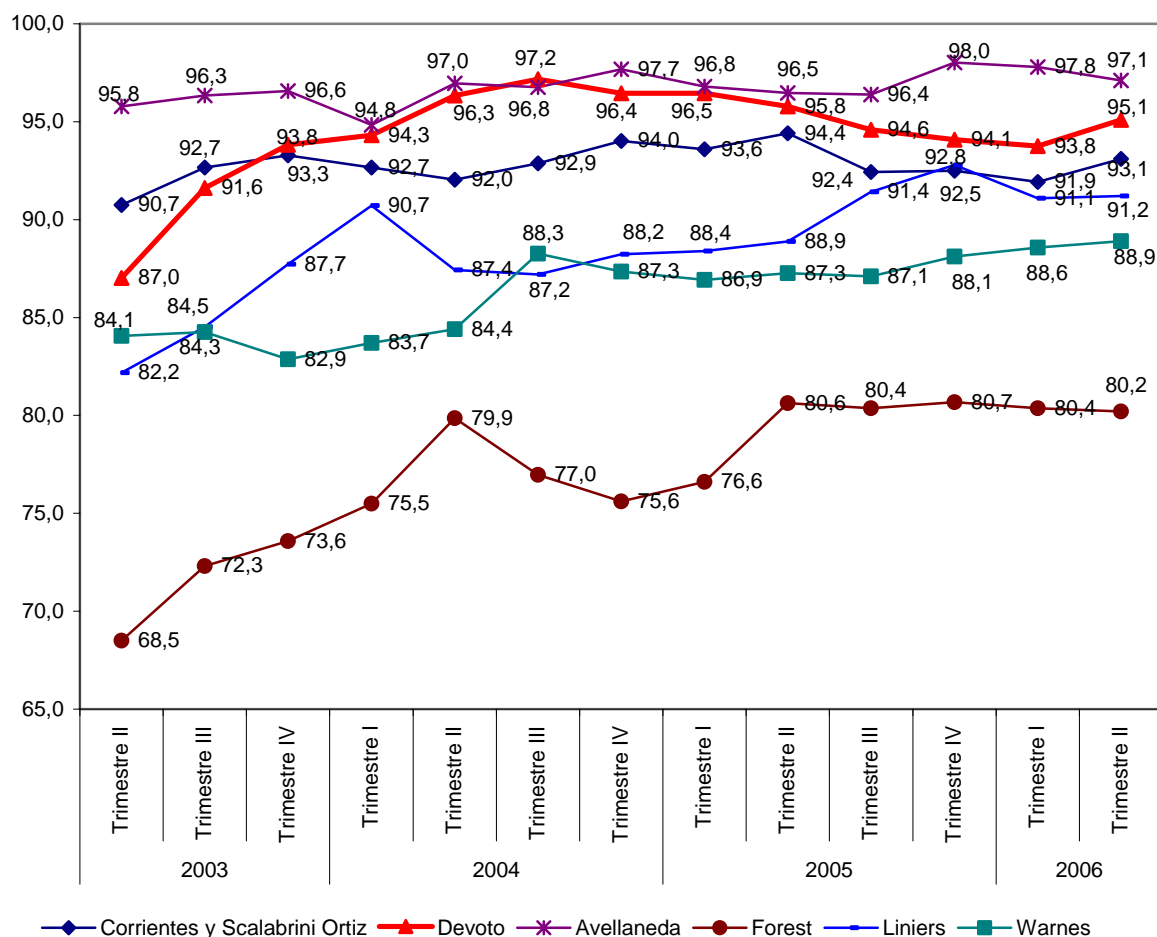
2,4 pp., alcanzando en el último trimestre una ocupación de 93,1%.

Asimismo, el eje Warnes obtuvo en el período analizado un incremento de 4,8 pp. en la tasa de ocupación comercial.

El eje Liniers tuvo en el último relevamiento una tasa de ocupación de 91,2% lo que se traduce en un importante crecimiento entre puntas de 9 pp..

Finalmente, el eje comercial Forest aumentó porcentuales.
desde el comienzo del relevamiento 11,7 puntos

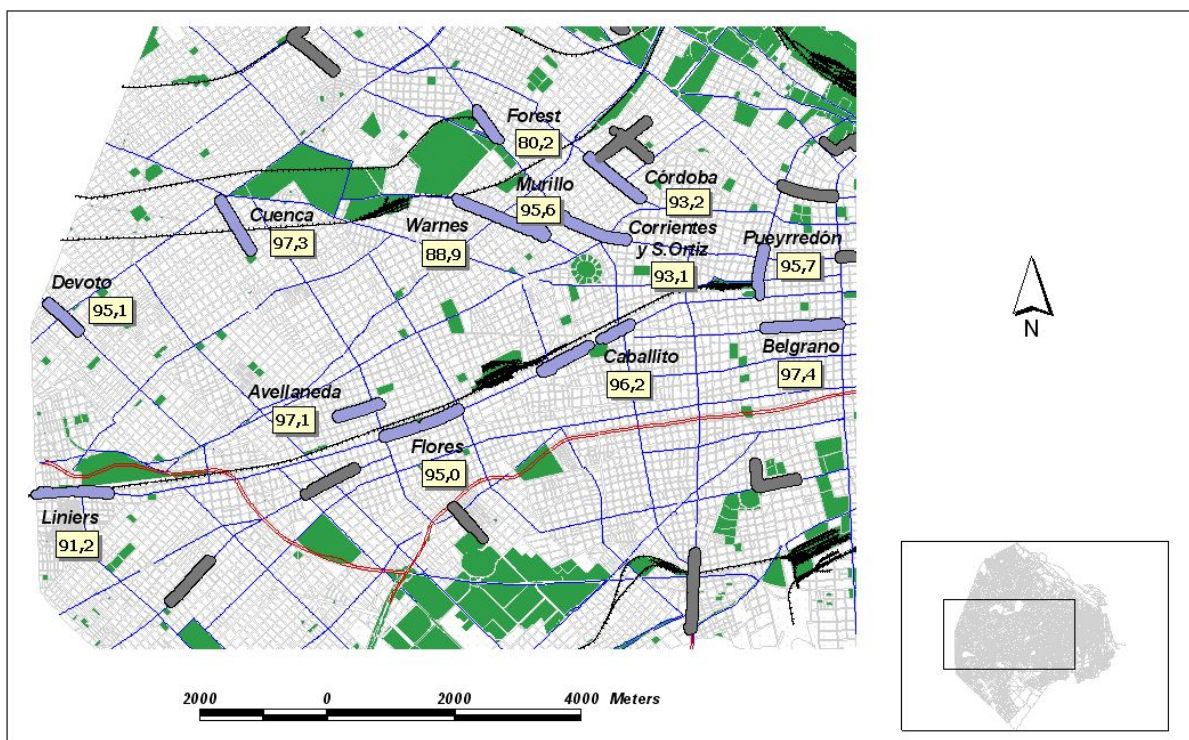
**Gráfico Nº 6: Evolución De La Tasa De Ocupación comercial
En La Zona Oeste. Trimestre II de 2003-Trimestre II de 2006**



FUENTE: CEDEM, MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

Tasas de Ocupación Comercial-Zona Oeste Trimestre II 2006

Mapa 5



FUENTE: CEDEM, MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

2.2.2.1. EJES COMERCIALES RELEVADOS DESDE MARZO DE 2005

Desde marzo del año pasado, el CEDEM comenzó un relevamiento en tres ejes comerciales representativos de la zonas Palermo, Puerto Madero y Cañitas.

La zona de Puerto Madero –delimitada por las calles Eduardo Madero, Ingeniero Huergo, R. De Dellepiane y Giralt y G. Gierson- fue declarada en 1996 como el barrio porteño número 47. Durante la década pasada este sector de la Ciudad experimentó un intenso proceso de valorización inmobiliaria, acompañado por la construcción de hoteles, oficinas, edificios y torres de departamentos para sectores de altos ingresos y el florecimiento de locales de servicios (principalmente bares y restaurantes). Un relevamiento realizado por el CEDEM durante el año 2004 relevó 107 locales a la calle, de los cuales 79 (78,2%) pertenecían al sector

servicios, y dentro de ese subtotal, 56 eran locales gastronómicos.

Para el seguimiento mensual de la tasa de ocupación comercial de esta zona se han seleccionado los locales ubicados sobre la Av. Alicia M. De Justo entre Grierson y Elvira R. De Dellepiane.

El relevamiento realizado durante el segundo trimestre de 2006 detectó una tasa de ocupación de 96,5%. Este eje ha crecido con respecto al segundo trimestre de 2005 2,8 puntos porcentuales.

Por su parte, Las Cañitas -zona comprendida entre la Av. Dorrego, la Av. del Libertador, J. Newbery y la Av. Luis María Campos- experimentó entre los años 1994 y 2004 un

importantísimo aumento de los locales de servicios: su número pasó de 112 a 248 en esos diez años. La mayor parte de este incremento se explica por el desempeño de los locales gastronómicos, que durante el mismo período crecieron un 381% (pasando de 21 a 101). Dentro de este rubro, los restaurantes experimentaron un crecimiento de 529% (pasaron de 7 a 44) mientras que las pizzerías lo hicieron en un 528% (de 2 a 14). Estas cifras sirven para graficar los cambios que transformaron a la zona en uno de los principales centros gastronómicos de la Ciudad.

Para el análisis de la evolución mensual de la ocupación comercial que se presenta en los informes, se seleccionaron dos calles: Báez y Arce (entre Arguibel hasta J. Newbery).

A través de los relevamientos realizados en el segundo trimestre de 2006 se comprueba que la tasa de ocupación comercial fue de 92% y que descendió con respecto al segundo trimestre de 2005 2,1 pp. Vale destacar que alrededor del 40% de los locales relevados pertenecen al rubro gastronómico.

En tanto, se denomina Palermo Viejo a la zona comprendida entre la calle Paraguay y las avenidas Scalabrini Ortiz, Córdoba y Juan B. Justo. Al igual que Las Cañitas, Palermo Viejo

experimentó un proceso de desarrollo durante la década pasada, que implicó un incremento de 64% del número de locales a la calle entre 1994 y 2002: pasaron de 758 a 1243. Al igual que el anterior segmento analizado, el sector de mayor crecimiento en Palermo fue el de Servicios, que creció un 99% (pasando de 262 locales en 1994 a 522 en 2002), con una importante incidencia de los locales gastronómicos (pasaron de 58 a 190). El sector comercial también tuvo un muy importante crecimiento, que implicó un aumento del 55% en la cantidad de locales (pasaron de 329 a 509). En esta rama, los negocios de venta de prendas y accesorios de vestir más que cuadruplicaron su cantidad, pasando de 20 a 84.

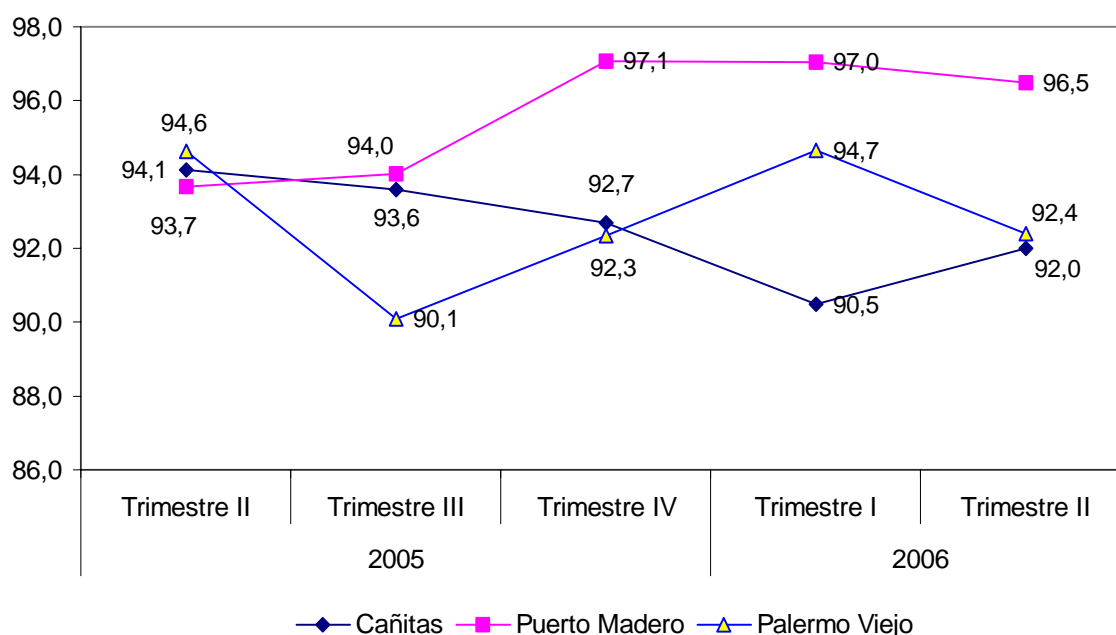
Para el relevamiento mensual se eligieron las calles Serrano-Borges (entre Paraguay y Córdoba) y El Salvador (entre Godoy Cruz y Scalabrini Ortiz). Durante el segundo trimestre del corriente año la tasa de ocupación fue de 92,4%, lo que implica una caída en relación a I trimestre anterior de 2,2 pp.

**Cuadro Nº6: Tasa de ocupación de Puerto Madero.
Trimestre II 2006 y Trimestre II 2005**

Eje	Tasa de ocupación Trimestre II/05 (%)	Tasa de ocupación Trimestre II/06 (%)	Diferencia intertrimestral en puntos porcentuales
Palermo	94,6	92,4	-2,2
Las Cañitas	94,1	92,0	-2,1
Puerto Madero	93,7	96,5	2,8

FUENTE: CEDEM, MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

Gráfico N°7: Evolución De La Tasa De Ocupación comercial de los nuevos ejes comerciales relevados. Trimestre II de 2005-Trimestre II de 2006



FUENTE: CEDEM, MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

3. TASAS DE OCUPACIÓN EN LAS AREAS COMERCIALES TEMÁTICAS

Los ejes temáticos de la Ciudad de Buenos Aires conforman un subgrupo dentro de la muestra relevada para este estudio. Se los denomina temáticos porque en los mismos, predomina un determinado rubro comercial.

Durante el segundo trimestre de 2006 la tasa de ocupación comercial general de los ejes temáticos fue de 93,7%, ubicándose 0,2 pp. por encima de la tasa registrada en el segundo trimestre del año anterior y 5 pp. por encima del primer trimestre relevado en el año 2003.

La tasa de ocupación de 8 de los 10 ejes temáticos relevados supera el 90%. El eje que mayor tasa de ocupación posee es Libertad que registra el 97,7% de los locales ocupados. Este eje posee un alto porcentaje de locales dedicados a la venta joyas, audio y relojes (88,2%).

Detrás del mencionado nodo, se ubican los ejes Belgrano y Avellaneda con un nivel de ocupación de 97,1%. Avellaneda, cuyo rubro principal es la venta de indumentaria, se destaca por ser el de mayor aglomeración de locales pertenecientes al rubro principal: 92,1%

Asimismo, la Avenida Córdoba registró una ocupación de 93,2% y una aglomeración de locales temáticos dedicados a la venta de indumentaria de 65,8%.

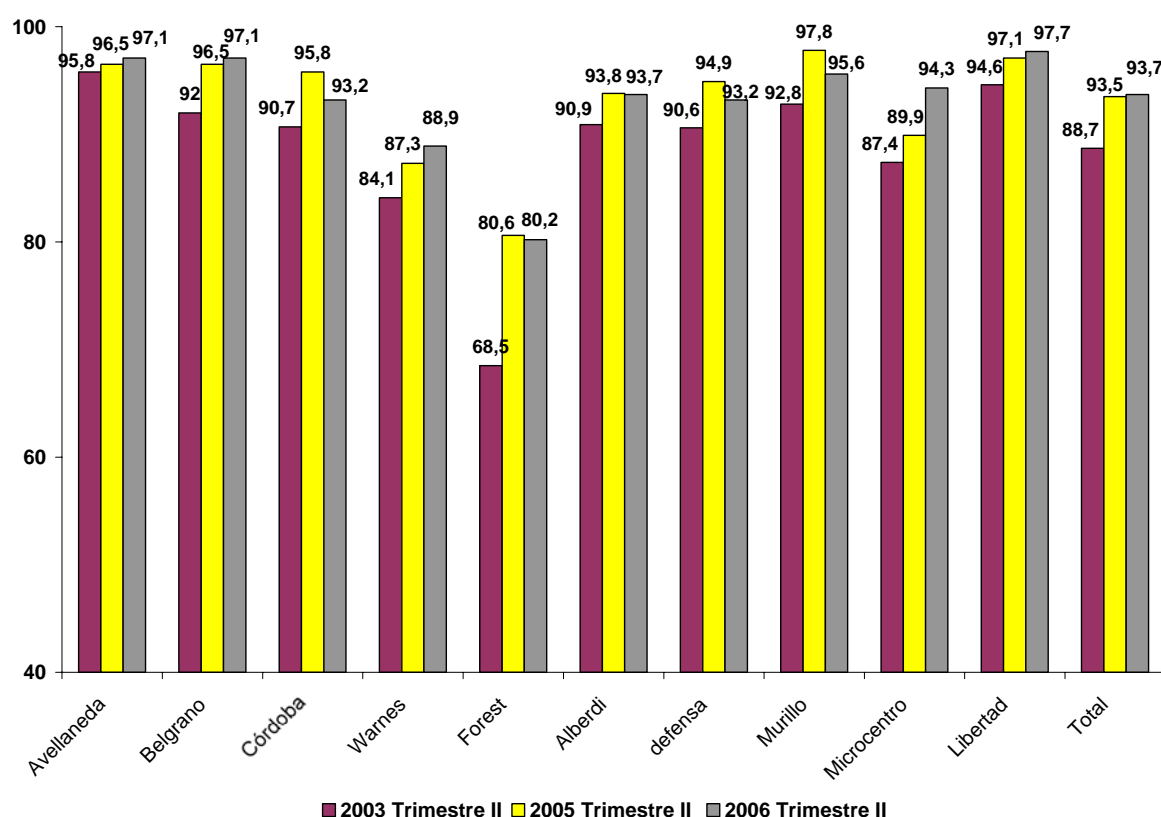
En tanto, el eje Defensa, especializado en antigüedades, alcanzó también una tasa de ocupación de 93,2%.

Murillo que tiene 32 locales, se dedica principalmente a la venta de indumentaria de cuero. En el segundo trimestre la tasa de ocupación comercial obtenida fue de 95,6%.

Las tasas de ocupación inferiores al 90% corresponden a los ejes Warnes (88,9%) y Forest (80,2%). El eje Warnes registra un 71,2% de comercios dedicados a ofrecer diferentes tipos de servicios relacionados con los automóviles. Forest, volvió a mostrar durante

este trimestre la tasa de ocupación mas baja de los 10 ejes temáticos, como así también el porcentaje mas bajo de aglomeración de locales del mismo rubro (28,9%).

Cuadro Nº7: Tasa De Ocupación en los Ejes Temáticos- Trimestre II 2003/05/06



FUENTE: CEDEM, MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

El cuadro Nº8 muestra la variación interanual de la cantidad de locales temáticos analizados. Se observa que la cantidad de locales temáticos total de los 10 ejes analizados tuvo un incremento de 0,9%. Los ejes en donde se incrementó el número de locales relacionados con la temática del nodo al que pertenecen son:

Córdoba, Murillo, Defensa, Alberdi, y Warnes. Por su parte, con respecto a junio de 2005, Avellaneda y Microcentro han sufrido el cierre de locales temáticos al tiempo que Forest, Libertad y Belgrano se han mantenido sin cambios.

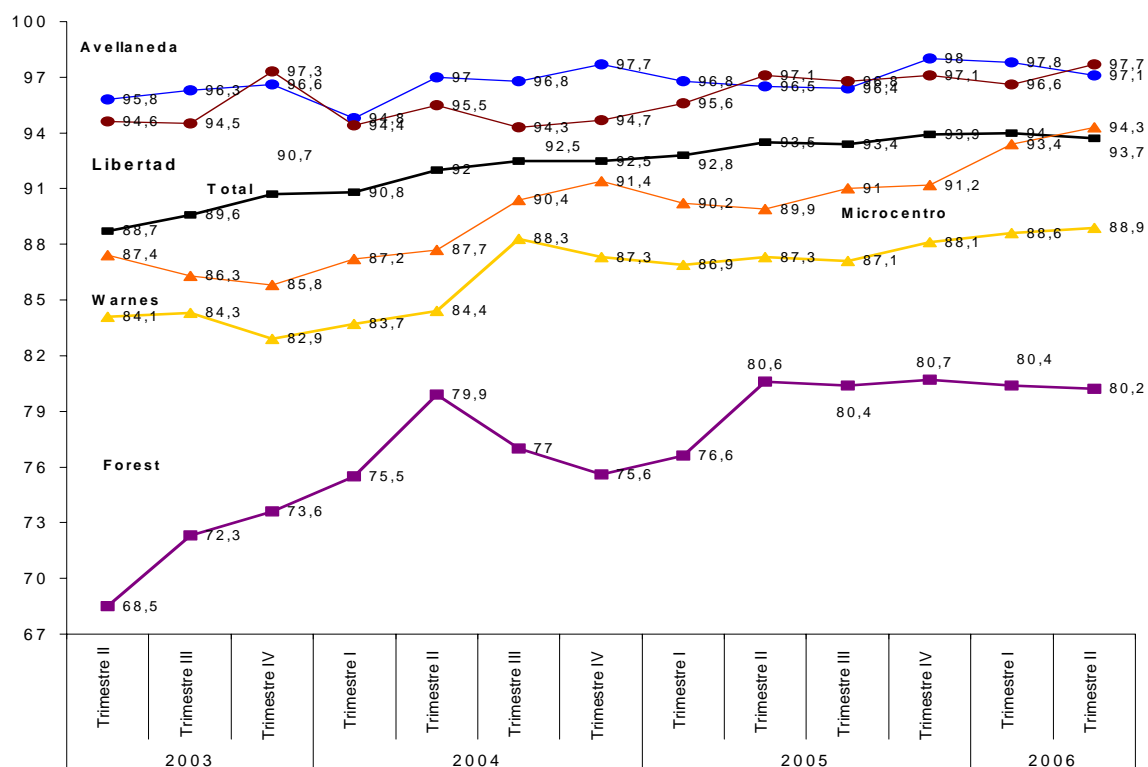
**Cuadro Nº8: Locales temáticos por eje. Junio2005/06.
variación interanual**

Ejes	Locales junio 05	Locales junio 06	Variación interanual
Córdoba (Indumentaria)	229	236	3,1%
Murillo Indumentaria/cuero	33	43	30,3%
Avellaneda (Indumentaria)	306	305	-0,3%
Belgrano (Muebles)	209	209	0,0%
Libertad (Joyería, audio y relojería)	228	228	0,0%
Alberdi (Materiales para la construcción)	151	152	0,7%
Defensa (antigüedades)	195	197	1,0%
Microcentro (Actividad bancaria)	115	111	-3,5%
Warnes (Servicios para el automóvil)	272	274	0,7%
Forest (Camperas)	106	106	0,0%
TOTAL	1844	1861	0,9%

F

UENTE: CEDEM, MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

Gráfico Nº 8: Tasa De Ocupación En Los Ejes Temáticos De La Ciudad De Buenos Aires, Trimestre II 2003-Trimestre II 2006



FUENTE: CEDEM, MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

4. NUEVOS EJES RELEVADOS. JULIO DE 2006

Durante el pasado mes de julio se realizó un relevamiento en tres diferentes áreas comerciales de la Ciudad con el propósito de tener una visión aún más completa de la actividad comercial, agregando a algunos barrios, como Boedo, Monte Castro y Colegiales.

En Boedo se relevaron un total 35 frentes en las calles México, Estados Unidos, Carlos Calvo, Avenida Independencia (todas estas entre 3500-3700), Humberto 1º (3400-3600), Av. San Juan (3400-3700) y Av. Boedo (600-1100), en los que se observaron un total de 368 locales, de los cuales 333 se encontraban ocupados, redundando en una tasa de ocupación comercial de 90,5% (Mapa 6). La densidad comercial resultó ser de 10,5 locales por frente, un tanto por debajo del promedio general de los 31 ejes comerciales que se relevan desde 2003 (13,6 locales por frente en el segundo trimestre de 2006).

En cuanto a los rubros comerciales, se detectaron un total de 27 con una gran dispersión, ya que ninguno obtiene más del 15%. De manera muy probable, la gran cantidad de locales y el hecho de pertenecer a una zona de comercio barrial hacen posible esta dispersión. En este sentido, los servicios comunitarios, sociales, personales, culturales y de salud ocupan el cuarto lugar con 23 locales

(6,9%) e incluyen casas de juegos de azar, reparación de electrodomésticos, veterinarias, modistas, etc. Esto da una pauta de que la centralidad formada en este eje derramó en pequeños comercios de barrio con diferentes usos, típica estructura de los barrios del sur de la Ciudad. A su vez, la zona se encuentra atravesada por diferentes líneas de colectivos y la línea E de subte (estación que lleva el mismo nombre del barrio), lo que lo convierte en un lugar también de paso para consumidores que no pertenecen exclusivamente al lugar.

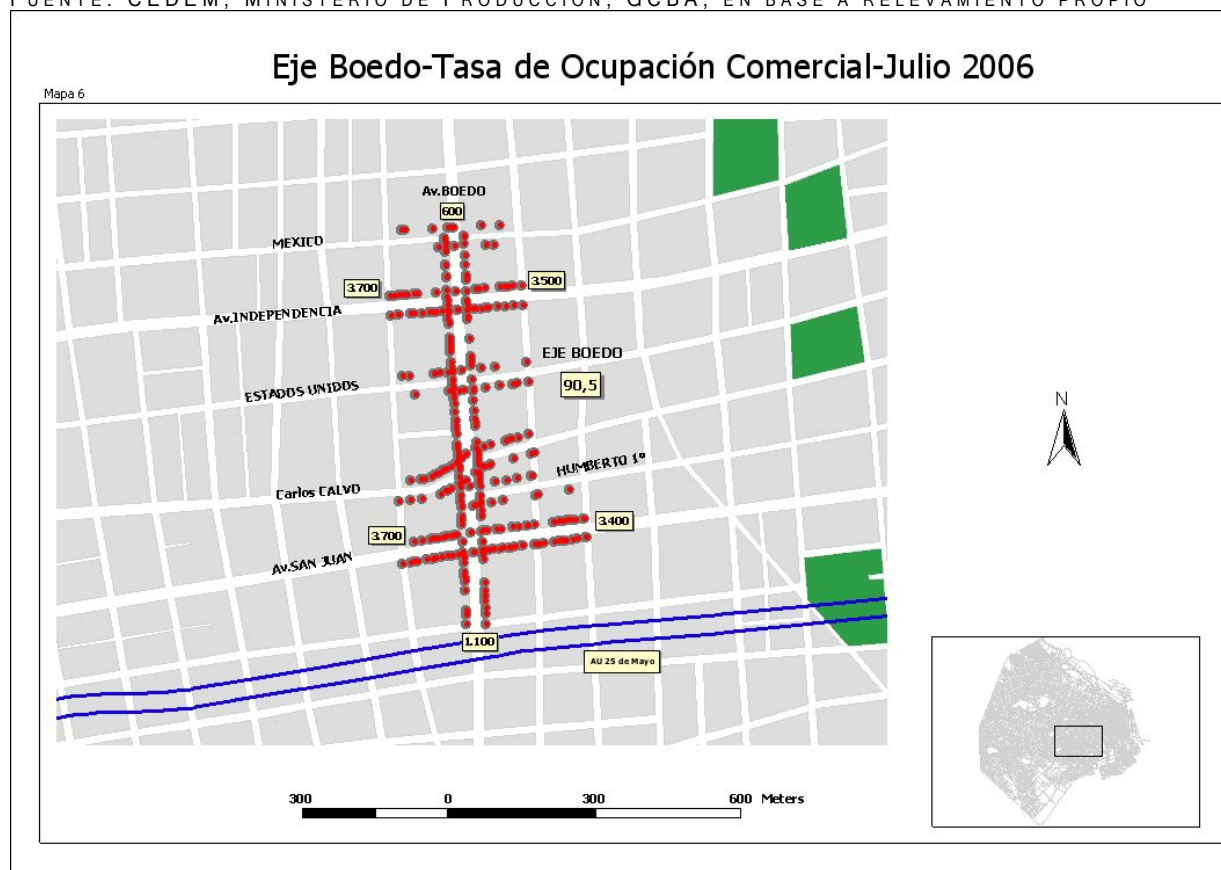
Los rubros más destacados fueron “prendas de vestir y artículos textiles para el hogar” con 12,3% del total de los locales, en segundo lugar se ubicó “venta de alimentos y bebidas” con 10,8%, y en tercer lugar, se colocó “venta de muebles y artículos para el hogar y la oficina” con 9,6%.

LOCALES SEGÚN RUBRO COMERCIAL JULIO DE 2006

PRENDAS DE VESTIR Y ARTÍCULOS TEXTILES PARA EL HOGAR	41	12,3 %
VENTA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	36	10,8 %
VENTA DE MUEBLES Y ARTÍCULOS PARA EL HOGAR Y LA OFICINA	32	9,6 %
SERVICIOS COMUNITARIOS, SOCIALES, PERSONALES, CULTURALES Y SALUD	23	6,9 %
SERVICIOS EMPRESARIALES E INMOBILIARIOS Y DE ALQUILER	22	6,6 %
RESTAURANTES, BARES, CAFÉS Y CASAS DE COMIDA	22	6,6 %
VENTA DE GOLOSINAS, CIGARRILLOS Y TABACO	18	5,4 %
SERVICIOS DE PELUQUERÍA Y TRATAMIENTO DE BELLEZA	16	4,8 %
ACTIVIDAD FINANCIERA	12	3,6 %
OTRAS VENTA AL POR MENOR EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS	11	3,3 %
VENTA DE CALZADO, CUERO Y MARROQUINERÍA	11	3,3 %

VENTA POR MENOR DE FERRETERÍA, PINTURAS, CRISTALES Y ESPEJOS, MATERIALES PARA LA CONSTRUCCIÓN Y DECORACIÓN	11	3,3 %
LOCUTORIO, SERVICIO DE INTERNET, CORREO	9	2,7 %
BAZAR, TODO POR \$2, ACCESORIOS, ETC	9	2,7 %
FARMACIAS, MEDICINAS, COSMÉTICOS, ARTÍCULOS DE TOCADOR Y PELUQUERÍA	8	2,4 %
GARAGES	7	2,1 %
LAVADO Y LIMPIEZA DE PRENDAS DE TELA Y CUERO	7	2,1 %
OTROS	6	1,8 %
LIBROS, REVISTAS, ARTS DE LIBRERÍA PAPEL Y CARTÓN	6	1,8 %
FOTOGRAFÍA Y ÓPTICA	5	1,5 %
VENTA, MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS; VENTA AL POR MENOR DE COMBUSTIBLES PARA VEHÍCULOS AUTOMOTORES	5	1,5 %
INSTITUTOS DE INGLÉS, COMPUTACIÓN, ETC.	5	1,5 %
RELOJERÍA, JOYERÍA Y FANTASÍA	3	0,9 %
SERVICIOS DE SALUD	3	0,9 %
VENTA DE ARTÍCULOS USADOS Y ANTIGÜEDADES	2	0,6 %
VENTA AL POR MENOR DE INSTRUMENTOS MUSICALES, CASSETES, DISCOS Y CD DE AUDIO Y VIDEO	2	0,6 %
SERVICIOS PARA EL MANTENIMIENTO FISICO-CORPORAL	1	0,3 %
TOTAL	333	100,0 %

FUENTE: CEDEM, MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO



FUENTE: CEDEM, MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

En Monte Castro se relevaron en julio de este año un total de 285 locales en 16 frentes (Avenida Álvarez Jonte entre 4500-5300), lo que brinda como resultado una densidad comercial

de 17,8 locales por frente, colocándose por encima del promedio general de 13,6 locales. En este sentido, el nuevo eje comercial se ubica en cuarto lugar en cuanto a la densidad comercial

teniendo en cuenta los 37 sectores comerciales (sumando a los 31 ejes habituales los 6 más recientes), detrás de Avellaneda, Libertad y Pueyrredón, dato que lo muestra en sintonía con las áreas de mayor concentración territorial de comercios.

A su vez, se encontraron 277 locales ocupados, lo que se tradujo en un elevado nivel de ocupación (97,2%), porcentaje que lo ubicó entre los ejes comerciales con tasas más elevadas si se realiza una comparación con el mes de junio y con el segundo trimestre de 2006 (Mapa 7).

Al interior del eje se encontraron 24 rubros, ocupando el primer lugar “prendas de vestir y artículos textiles para el hogar” con 23,8% del total de los locales, en segundo lugar se ubicó “venta de alimentos y bebidas” con 12,6%, y en tercer lugar, se colocó “venta de calzado, cuero y marroquinería” con 6,9%. De esta manera, no se registró una dispersión tan grande como en el

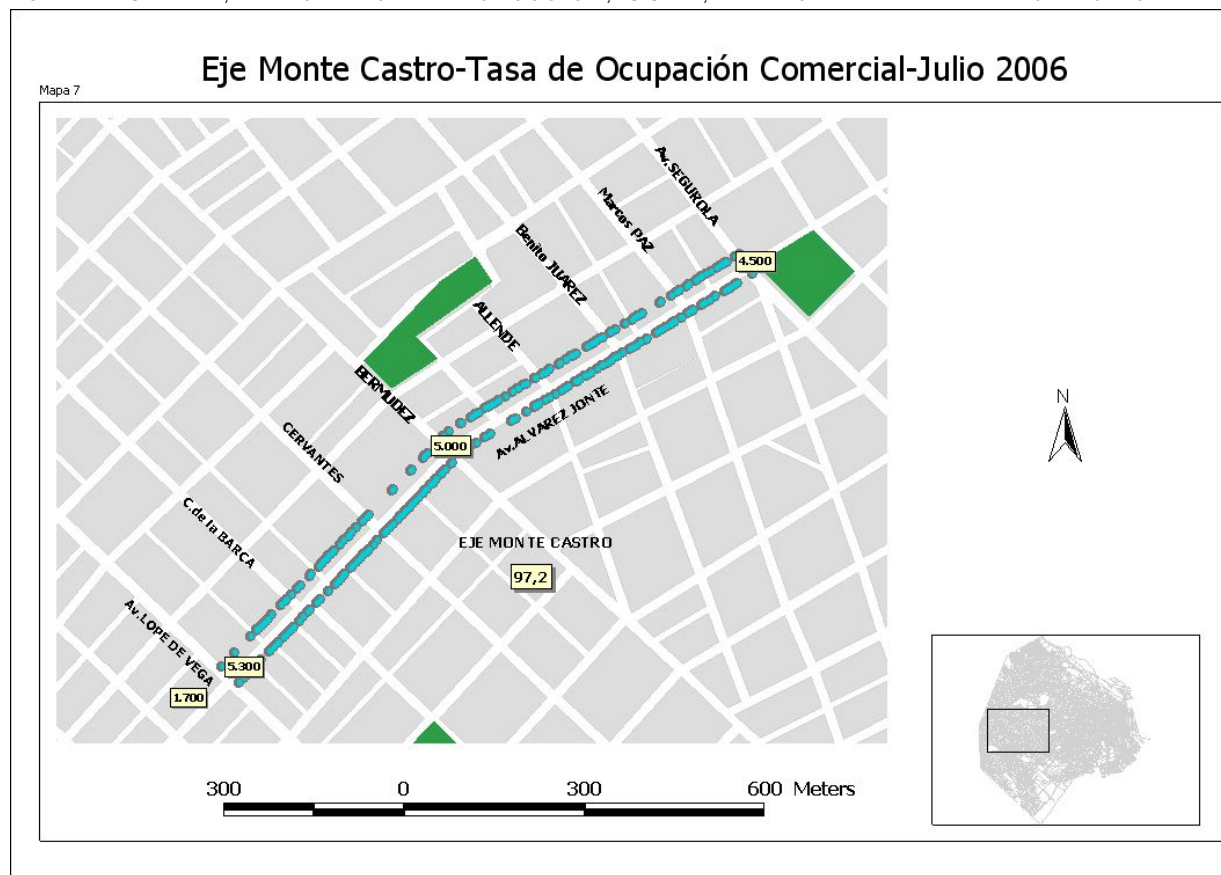
eje Boedo, asimilándose más los rasgos comerciales al cuadro general de locales según rubro (ver Cuadro 9).

A diferencia del nodo comercial Boedo, Monte Castro se ubica en un área de la Ciudad de menor concentración de edificios y mayor cantidad viviendas bajas, lo que también lo hace más accesible para el transporte por automóvil privado. A su vez, esta zona es un área de paso a través de la Avenida General Paz hacia la provincia de Buenos Aires por intermedio de las Avenidas Álvarez Jonte, Lope de Vega y Beiró, en el sector noroeste de la Ciudad, por lo que el transporte de colectivos también ostenta suma importancia. De esta manera, el nodo comercial Monte Castro se convirtió en un eje que se compone por comercios de barrios para los consumidores del lugar y locales orientados a las personas en tránsito que provienen de otras localizaciones.

LOCALES SEGÚN RUBRO COMERCIAL JULIO DE 2006		
PRENDAS DE VESTIR Y ARTÍCULOS TEXTILES PARA EL HOGAR	66	23,8 %
VENTA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	35	12,6 %
VENTA DE CALZADO, CUERO Y MARROQUINERÍA	19	6,9 %
VENTA DE MUEBLES Y ARTÍCULOS PARA EL HOGAR Y LA OFICINA	15	5,4 %
OTRAS VENTA AL POR MENOR EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS	14	5,1 %
SERVICIOS COMUNITARIOS, SOCIALES, PERSONALES, CULTURALES Y SALUD	13	4,7 %
RELOJERÍA, JOYERÍA Y FANTASÍA	11	4,0 %
VENTA DE GOLOSINAS, CIGARRILLOS Y TABACO	10	3,6 %
FARMACIAS, MEDICINAS, COSMÉTICOS, ARTÍCULOS DE TOCADOR Y PELUQUERÍA	10	3,6 %
SERVICIOS DE PELUQUERIA Y TRATAMIENTO DE BELLEZA	10	3,6 %
FOTOGRAFÍA Y ÓPTICA	9	3,2 %
BAZAR, TODO POR \$2, ACCESORIOS, ETC	9	3,2 %
SERVICIOS EMPRESARIALES E INMOBILIARIOS Y DE ALQUILER	9	3,2 %
RESTAURANTES, BARES, CAFÉS Y CASAS DE COMIDA	8	2,9 %
LIBROS, REVISTAS, ARTS DE LIBRERÍA PAPEL Y CARTÓN	7	2,5 %
LOCUTORIO, SERVICIO DE INTERNET, CORREO	7	2,5 %
VENTA POR MENOR DE FERRETERÍA, PINTURAS, CRISTALES Y ESPEJOS, MATERIALES PARA LA CONSTRUCCIÓN Y DECORACIÓN	7	2,5 %
ACTIVIDAD FINANCIERA	6	2,2 %
LAVADO Y LIMPIEZA DE PRENDAS DE TELA Y CUERO	4	1,4 %
SERVICIOS RELACIONADOS AL TRANSPORTE	4	1,4 %
VENTA DE ARTÍCULOS USADOS Y ANTIGÜEDADES	1	0,4 %
SERVICIOS PARA EL MANTENIMIENTO FISICO-CORPORAL	1	0,4 %

VENTA AL POR MENOR DE INSTRUMENTOS MUSICALES, CASSETES, DISCOS Y CD DE AUDIO Y VIDEO	1	0,4%
VENTA POR MENOR DE FERRETERÍA, PINTURAS, CRISTALES Y ESPEJOS, MATERIALES PARA LA CONSTRUCCIÓN Y DECORACIÓN	1	0,4%
TOTAL	277	100,0%

FUENTE: CEDEM, MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO



FUENTE: CEDEM, MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

El eje Colegiales comprende la Avenida Federico Lacroze entre las calles Conesa y Villanueva y la Avenida Cabildo entre las calles Aguilar y Maure. La cantidad de locales registrados en el relevamiento realizado en el mes de julio es de 330 y la densidad comercial de 11,8 locales en 28 frentes relevados.

La tasa de ocupación comercial del eje Colegiales es de 94,3. Cabe destacar que en la Avenida Federico Lacroze entre las calles Moldes y Cramer se encuentra la estación Colegiales del Ferrocarril Mitre, mientras que en los sectores aledaños existe una gran número de líneas de colectivo, lo que convierte a esta zona en un área de movimiento casi permanente.

En cuanto a los rubros comerciales predominantes en la zona se observa que los tres principales ítems son: “*Prendas de vestir y artículos textiles para el hogar*” (14,8%), “*Venta de alimentos y bebidas*” (9,4%) y “*Restaurantes, bares, cafés y casas de comida*”(8,5%).

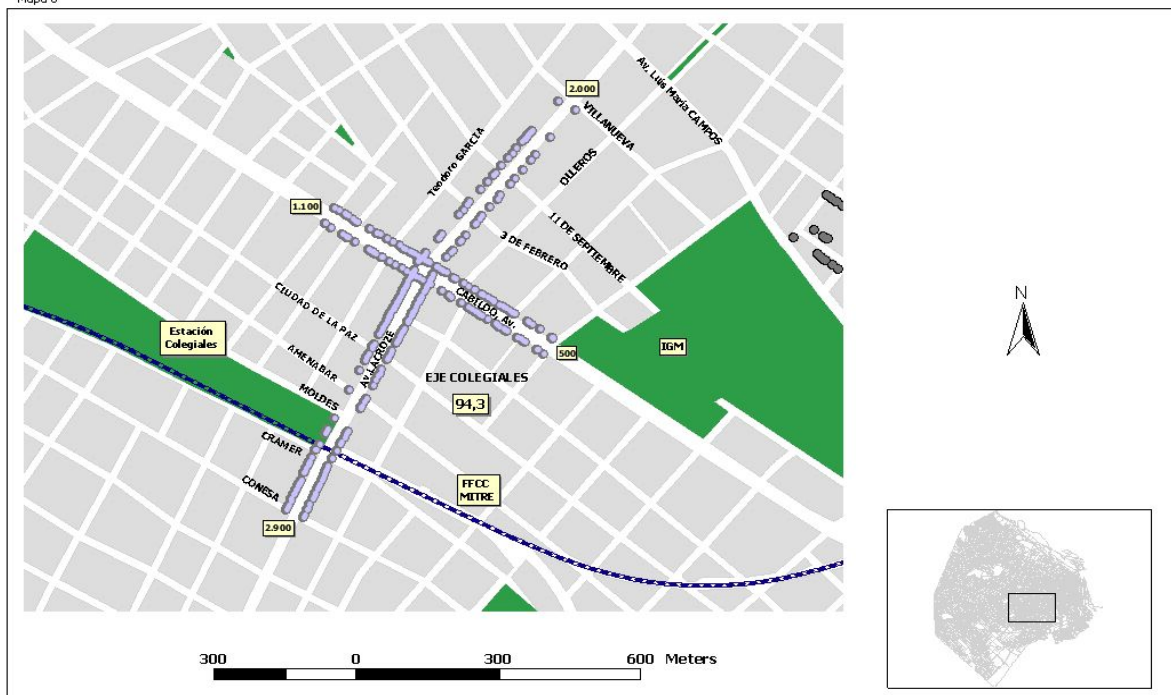
La zona analizada se encuentra cerca de Las Cañitas y Palermo, observándose en las calles vecinas al eje Colegiales locales de gastronomía y de diseño similares a los comercios de Palermo “*Hollywood*”. Este fenómeno responde al alto precio de los alquileres en Palermo, lo cual hace posible el “derrame” de algunos comercios hacia la zona de Colegiales.

RUBRO COMERCIAL	CANTIDAD	%
PRENDAS DE VESTIR Y ARTÍCULOS TEXTILES PARA EL HOGAR	49	14,8
VENTA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	31	9,4
RESTAURANTES, BARES, CAFES Y CASAS DE COMIDA	28	8,5
FARMACIAS, MEDICINAS, COSMÉTICOS, ARTÍCULOS DE TOCADOR Y ARTÍCULOS DE PELUQUERÍA	17	5,1
LOCUTORIOS, SERVICIOS DE INTERNET, CORREO	17	5,1
LIBROS, REVISTAS ARTÍCULOS DE REVISTA PAPEL Y CARTÓN	16	4,8
VENTA DE GOLOSINAS, CIGARRILLOS Y TABACO	14	4,2
VENTA DE CALZADO, MARROQUINERÍA	12	3,6
SERVICIOS DE PELUQUERÍA Y TRATAMIENTO DE BELLEZA	11	3,3
SERVICIOS FINANCIEROS	11	3,3
FOTOGRAFÍA Y ÓPTICA	11	3,3
JUEGOS DE AZAR	11	3,3
SERVICIOS SOCIALES Y DE SALUD	11	3,3
ESTABLECIMIENTOS EDUCATIVOS	10	3,0
BAZAR, ACCESORIOS	10	3,0
VENTA POR MENOR DE FERRETERÍA, PINTURAS, CRISTALES Y ESPEJOS, MATERIALES PARA LA CONSTRUCCIÓN Y DECORACIÓN	9	2,7
OTRAS VENTAS AL POR MENOR EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS	9	2,7
FERRETERÍA	9	2,7
JUEGOS DE AZAR	8	2,4
SERVICIOS EMPRESARIALES, INMOBILIARIOS Y DE ALQUILER	7	2,1
VENTA DE MUEBLES Y ARTÍCULOS PARA EL HOGAR Y LA OFICINA	5	1,5
MANTENIMIENTO FÍSICO-CORPORAL	4	1,2
RELOJERÍA, JOYERÍA Y FANTASÍA	3	0,9
VENTA DE ARTÍCULOS DE COMPUTACIÓN	3	0,9
VTA. DE ARTÍCULOS DE LIMPIEZA	3	0,9
VTA. DE ARTÍCULOS USADOS Y ANTIGÜEDADES	3	0,9
ESPACIOS RECREATIVOS	2	0,6
VTA. DE INSTRUMENTOS MUSICALES	2	0,6
VTA. POR MENOR DE COMBUSTIBLE	1	0,3
ENTIDAD GUBERNAMENTAL	1	0,3
SERVICIOS RELACIONADOS AL TRANSPORTE	1	0,3
VENTA DE ELECTRODOMÉSTICOS	1	0,3
ESTABLECIMIENTO GUBERNAMENTAL	1	0,3
TOTAL	331	100,0

FUENTE: CEDEM, MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

Eje Colegiales-Tasa de Ocupación Comercial-Julio 2006

Mapa 8



FUENTE: CEDEM, MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

5. ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD DE LOS LOCALES COMERCIALES

De los 5902 locales ocupados relevados en junio, el 26,1% (1539 locales) corresponde a "Prendas de vestir y textiles para el hogar". Al interior de este grupo se observa el predominio de los comercios de indumentaria femenina (9,5%). El segundo rubro en importancia general corresponde a "Venta de muebles y artículos para el hogar y la oficina" con 8,1% (480 locales). El rubro "Venta de calzado, cuero y marroquinería" figura tercero con el 7,4% (438

locales) seguido por el ítem "Restaurantes, bares, cafés y casa de comida" (6,5%) que agrupa a 381 cafés, bares, pubs, pizzerías, casas de empanadas y restaurantes, entre otras actividades. En quinto lugar se encuentra el rubro "Venta de alimentos y bebidas" con el 6,1%, dentro del cual se destacan los supermercados, despensas y autoservicios, las panaderías y las heladerías.

Cuadro N°9: Locales Comerciales Según Rubro Comercial Junio de 2006

LOCALES SEGÚN RUBRO COMERCIAL JUNIO DE 2006

PRENDAS DE VESTIR Y ARTÍCULOS TEXTILES PARA EL HOGAR	1539	26,1 %
VENTA DE MUEBLES Y ARTÍCULOS PARA EL HOGAR Y LA OFICINA	480	8,1 %
VENTA DE CALZADO, CUERO, MARROQUINERÍA, PARAGUAS Y SIMILARES	438	7,4 %
RESTAURANTES, BARES, CAFÉS Y CASAS DE COMIDA	381	6,5 %
VENTA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	361	6,1 %
RELOJERÍA, JOYERÍA Y FANTASÍA	313	5,3 %
VENTA, MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS; VENTA AL POR MENOR DE COMBUSTIBLES PARA VEHÍCULOS AUTOMOTORES	241	4,1 %
VENTA DE GOLOSINAS, CIGARRILLOS Y TABACO	240	4,1 %

FARMACIAS, MEDICINAS, COSMÉTICOS, ARTÍCULOS DE TOCADOR Y PELUQUERÍA	214	3,6 %
ACTIVIDAD FINANCIERA	210	3,6 %
VENTA POR MENOR DE FERRETERÍA, PINTURAS, CRISTALES Y ESPEJOS, MATERIALES PARA LA CONSTRUCCIÓN Y DECORACIÓN	204	3,5 %
SERVICIOS COMUNITARIOS, SOCIALES, PERSONALES, CULTURALES Y SALUD	176	3,0 %
BAZAR, TODO POR \$2, ACCESORIOS, ETC	156	2,6 %
LOCUTORIO, SERVICIO DE INTERNET, CORREO	145	2,5 %
OTRAS VENTA AL POR MENOR EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS	107	1,8 %
SERVICIOS DE PELUQUERÍA Y TRATAMIENTO DE BELLEZA	106	1,8 %
SERVICIOS EMPRESARIALES E INMOBILIARIOS Y DE ALQUILER	99	1,7 %
LIBROS, REVISTAS, ARTÍCULOS DE LIBRERÍA PAPEL Y CARTÓN	98	1,7 %
FOTOGRAFÍA Y ÓPTICA	89	1,5 %
SERVICIOS RELACIONADOS AL TRANSPORTE	81	1,4 %
VENTA DE ARTÍCULOS USADOS Y ANTIGÜEDADES	82	1,4 %
VENTA AL POR MENOR DE INSTRUMENTOS MUSICALES, CASSETTES, DISCOS Y CD DE AUDIO Y VIDEO	40	0,7 %
SERVICIOS DE SALUD	31	0,5 %
LAVADO Y LIMPIEZA DE PRENDAS DE TELA Y CUERO	22	0,4 %
ESTABLECIMIENTOS EDUCATIVOS	17	0,3 %
OTROS	14	0,2 %
SERVICIOS DE HOTELERÍA	9	0,2 %
SERVICIOS PARA EL MANTENIMIENTO FÍSICO-CORPORAL	7	0,1 %
SERVICIOS PÚBLICOS	2	0,1 %
TOTAL	5902	100,00 %

FUENTE: CEDEM, MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

5.1. IMPACTO DE LAS ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LAS TELECOMUNICACIONES E INTERNET

A partir de las transformaciones socioeconómicas vividas en los últimos años, los espacios comerciales de la Ciudad vienen sufriendo importantes cambios de acuerdo a la implantación de determinadas actividades que anteriormente no existían o estaban poco desarrolladas.

En el sector de las telecomunicaciones y la informática se observan substanciales incrementos en la inversión (por ejemplo, en la creciente cantidad de locutorios en los ejes comerciales relevados). A su vez, gran parte de los locutorios (68 sobre un total de 115) están diversificándose con otras actividades (principalmente kioscos y servicios de Internet) con intención de generar mayores ganancias y una oferta más variada.

En el rubro “Locutorio, servicio de Internet y correo” la cantidad total de locales alcanza la cifra de 145. El 20% de los mismos corresponden a “Locutorios con servicio de Internet” (29 locales), mientras que los “locutorios con kiosco” alcanzan el 15,9% (23 locales). Por último, los locutorios con actividades adicionales varias representan el 8,3% y con librería y/o fotocopidora el 2,3%.

Al interior del rubro “Venta de golosinas, cigarrillos y tabaco” se destacan los kioscos con cabinas telefónicas que trepan a 44 (sobre un total de 240, representando un 18,3%). De esta

manera, gran cantidad de kioscos vieron como beneficiosa la posibilidad de colocar cabinas telefónicas en sus locales con el propósito de obtener mayores beneficios.

En síntesis, dos causas hicieron posible que estos subrubros “complejos” o “diversificados” crecieran en los ejes comerciales. En primer lugar, el notable desarrollo tecnológico vivido en los últimos tiempos en el sector de las telecomunicaciones y la informática –que lo convirtió en uno de los que recibieron mayores inversiones para el desarrollo de infraestructura- hizo que en pocos años la teledensidad (cantidad de líneas de teléfono por habitante), los teléfonos públicos y los locutorios crecieran de manera significativa. A su vez, las empresas telefónicas ofrecieron la instalación de cabinas en los kioscos con el objetivo de ampliar la oferta, lo cual fue aceptado por los comerciantes.

En segundo lugar, gran cantidad de comerciantes vieron como positiva la opción de diversificar la oferta al interior de sus comercios como una estrategia para obtener mayores beneficios. Por ende, locutorios y kioscos ampliaron su oferta con otras actividades relacionadas de forma directa (locutorios con servicio de Internet), o bien se diversificaron con actividades no vinculadas de forma directa (Kioscos con cabinas telefónicas).

Cuadro N°10: Locales Comerciales - Junio de 2006

LOCALES COMERCIALES - RUBROS DESAGREGADOS - MARZO 2006		
VENTA DE GOLOSINAS, CIGARRILLOS Y TABACO	240	100,0 %
KIOSCO Y MAXIKIOSCO	186	77,5 %
KIOSCO CON CABINAS TELEFÓNICAS*	44	18,3 %
MAYORISTA DE GOLOSINAS	8	3,3 %
VENTA DE TABACO	2	0,8 %
LOCUTORIO, SERVICIO DE INTERNET, CORREO	145	100,0 %
LOCUTORIO	48	33,1 %
LOCUTORIO CON SERVICIO DE INTERNET*	29	20,0 %
LOCUTORIO CON KIOSKO*	23	15,9 %
SERVICIO DE INTERNET	14	9,7 %
LOCUTORIO Y OTROS*	12	8,3 %
CORREO	11	7,6 %
LOCUTORIO CON LIBRERÍA Y/O FOTOCOPIADORA*	4	2,3 %
SERVICIO DE INTERNET CON KIOSKO*	4	2,3 %
* ESTOS SUBRUBROS FUERON CONTABILIZADOS POR PRIMERA VEZ EN EL RELEVAMIENTO DEL MES DE OCTUBRE PASADO.		

FUENTE: CEDEM, MINISTERIO DE PRODUCCIÓN, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

6. ANEXO METODOLÓGICO

El presente estudio se realizó a partir del relevamiento de 31 ejes comerciales de la Ciudad de Buenos Aires, elegidos en función de 3 variables: su densidad comercial, la ubicación geográfica y las actividades predominantes en ellos.

En 11 de estas áreas el relevamiento comenzó a realizarse en marzo de 2002, mientras que a partir de febrero de 2003 se inició en los 20 restantes, 10 de los cuales son ejes temáticos (que fueron elegidos por la aglomeración de locales del mismo rubro).

El relevamiento incluye locales dedicados a la venta de bienes como a la oferta de servicios. Con respecto a estos últimos, vale aclarar que no se tomaron en cuenta negocios que se desarrollaran en espacios físicos que no son locales típicos de uso comercial (como por ejemplo, el primer piso de un edificio de departamentos, o una casa).

Este criterio dejó afuera del estudio a una importante cantidad de estudios jurídicos, escribanías, gimnasios, institutos de inglés, hoteles familiares, entre otros.

Se consideró como locales cerrados o vacantes a todos los que no se encuentran prestando servicios el día del relevamiento, con excepción de: a) locales que estén en proceso de reformas edilicias que no hayan cambiado de manos, y b) locales cerrados momentáneamente por cuestiones específicas como duelo, ausencias de empleados.

Paralelamente, se incluye una tabla con la lista totalmente desagregada de la cantidad de locales según actividad. Cabe aclarar que en los casos de locales que desarrollaran dos o más actividades (por ejemplo, un caso frecuente es el de los kioscos con cabinas telefónicas), se clasificó al comercio tomando en cuenta a la principal.

Con respecto a los 3 ejes incorporados en marzo de 2005, vale aclarar que por ahora los mismos no son incluidos en el cálculo de la tasa de ocupación general.

Cabe aclarar que en el eje comercial Pueyrredón, debido a las reformas que se están efectuando en la estación terminal de ferrocarriles de Once, once locales fueron desmantelados, por lo que desde el mes de

octubre la cantidad total descendió de 230 a 219 locales, ubicándose en junio en 227.

Con los mismos criterios utilizados para los relevamientos de los 34 ejes comerciales, en este informe se incluyó la información sobre tres nuevos nodos (Boedo, Monte castro y Colegiales), que de ahora en más serán relevados de manera trimestral con el propósito de obtener una visión más acabada del comercio de la Ciudad.