

Informe sobre la actividad comercial en la Ciudad de Buenos Aires

Informe **Nº 43** Enero/ Febrero de 2006

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





Jefe de Gobierno

JORGE TELERMAN

Secretario de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable

EDUARDO EPSZTEYN

Subsecretario de Producción

GUSTAVO SVARZMAN

Director del CEDEM

PABLO PERELMAN



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

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

Dirección: PABLO PERELMAN

Consultores: SERGIO BRATICEVIC, SANTIAGO JUNCAL, MARIELA MOLINA, MARÍA JOSÉ PÉREZ DE ARRILUCEA, PAULINA SEIVACH, CECILIA VIITTO Y MARCELO YANGOSIAN

Asistente: ANAHI COSTAGUTA

Relevadores: TOMÁS BARBADORI, ENRIQUE PACHECO Y SOLEDAD RODRÍGUEZ

Diseño Gráfico Tapa: SABRINA CAMELO



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.....	3
2.2. TASAS DE OCUPACIÓN SEGÚN ZONAS GEOGRÁFICAS	4
2.2.1. TASAS DE OCUPACIÓN EN LA ZONA NORTE	5
2.2.1.1. NUEVOS EJES RELEVADOS EN LA ZONA NORTE	7
2.2.2. TASAS DE OCUPACIÓN COMERCIAL EN LA ZONA CENTRO	8
2.2.2.1. NUEVO EJE COMERCIAL RELEVADO EN LA ZONA CENTRO	10
2.2.3. TASAS DE OCUPACIÓN COMERCIAL EN LA ZONA SUR	11
2.2.4. TASAS DE OCUPACIÓN COMERCIAL EN LA ZONA OESTE	14
3. TASAS DE OCUPACIÓN EN LAS AREAS COMERCIALES TEMÁTICAS	16
4. ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD DE LOS LOCALES COMERCIALES	18
4.1. IMPACTO DE LAS ACTIVIDADES RELACIONADAS CON LAS TELECOMUNICACIONES E INTERNET	20
5. ANEXO METODOLÓGICO.....	22

1- RESUMEN EJECUTIVO

El presente informe contiene los resultados del relevamiento realizado durante los meses de enero y febrero de 2006 en 34 ejes comerciales de la Ciudad de Buenos Aires. 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 enero se relevaron en 31 ejes comerciales 6248 locales de los cuales 361 se encontraban vacíos¹, lo que implicó una tasa de ocupación de 94,2%². En el relevamiento del mes de febrero, la tasa de ocupación comercial general descendió 0,2 puntos porcentuales respecto al mes anterior. El período vacacional parece influir en el indicador ya que se observa en la serie (gráfico 1) que en los últimos 3 años la tasa de ocupación comercial sufrió bajas en los meses de enero y febrero, dato que muestra cierta estacionalidad en la serie.

Observando las distintas zonas de la Ciudad de Buenos Aires, se puede constatar que en el período analizado, son las zonas centro y sur las que muestran mayores niveles de crecimiento interanual: 1,3% en la zona centro y 1% en la zona sur en el mes de enero y 0,9% en ambas zonas en el mes de febrero. Vale destacar que estas comparaciones se realizan contra tasas cada vez mas elevadas.

La zona Oeste, por su parte, exhibe en los meses de enero y febrero tasas de ocupación comercial de 94,4% y 93,9% respectivamente, es decir, que se ha producido en esta zona un descenso en el nivel de ocupación respecto a los últimos meses del año 2005. Sin embargo, en el mes de enero la variación interanual fue positiva.

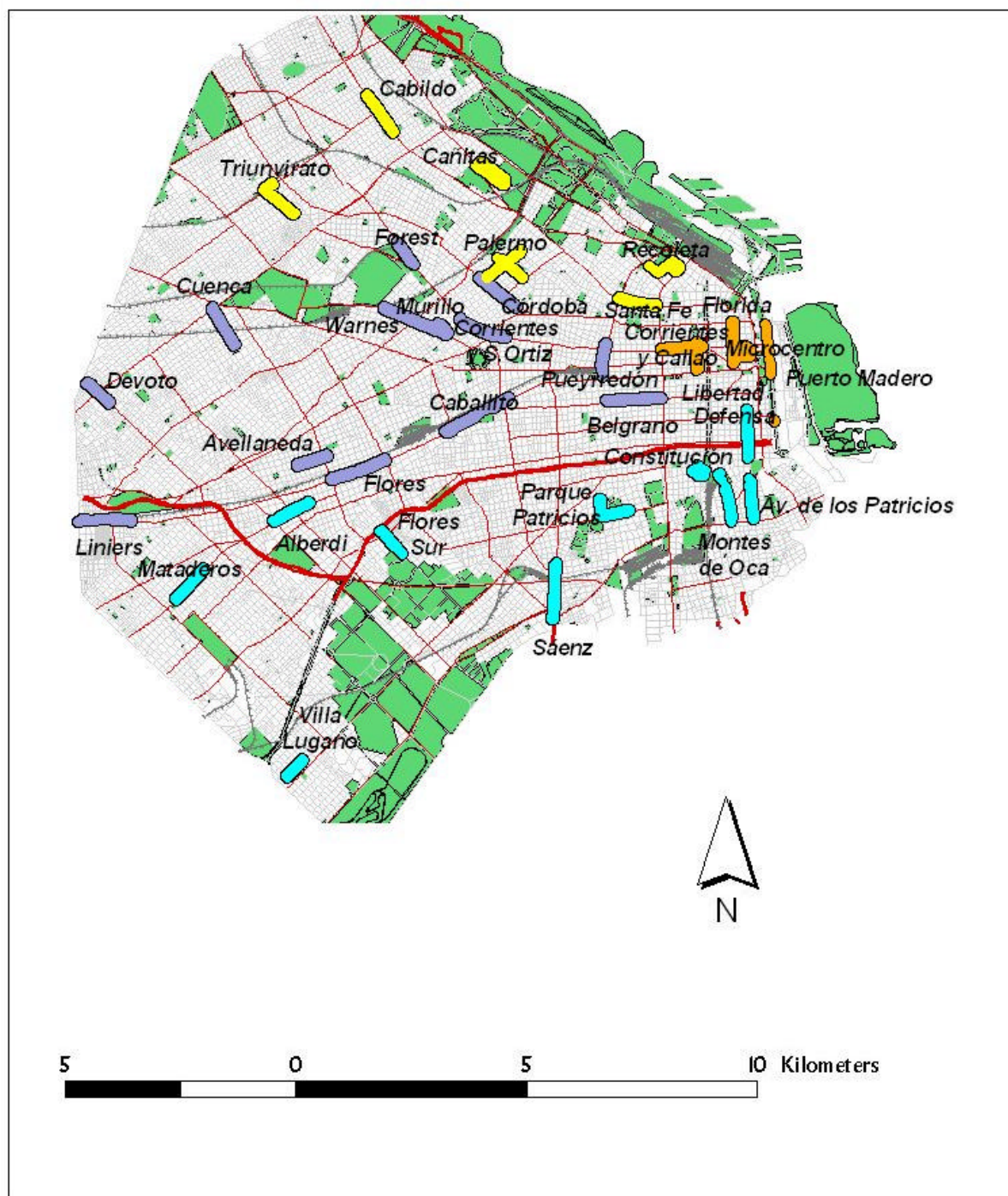
Por último, la zona Norte descendió el nivel de ocupación comercial en los meses de enero y febrero alcanzando en este último mes una tasa de 94,8%, lo que implicó una variación interanual negativa (-2,2%).

Al analizar la composición según actividad en los 31 ejes comerciales, se observa que el 25,6% 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 7,3%, mientras que “Restaurantes, bares, cafés y casas de comida” participa con el 6,7%.

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). Los tres ejes comerciales que no son incluidos (Puerto Madero, Palermo y Las Cañitas) se tomarán en cuenta después de transcurrido un año desde el primer relevamiento (Marzo de 2004).

Ejes Comerciales Febrero 2006



FUENTE: CEDEM, SECRETARÍA DE PRODUCCIÓN, TURISMO Y DESARROLLO SUSTENTABLE, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

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

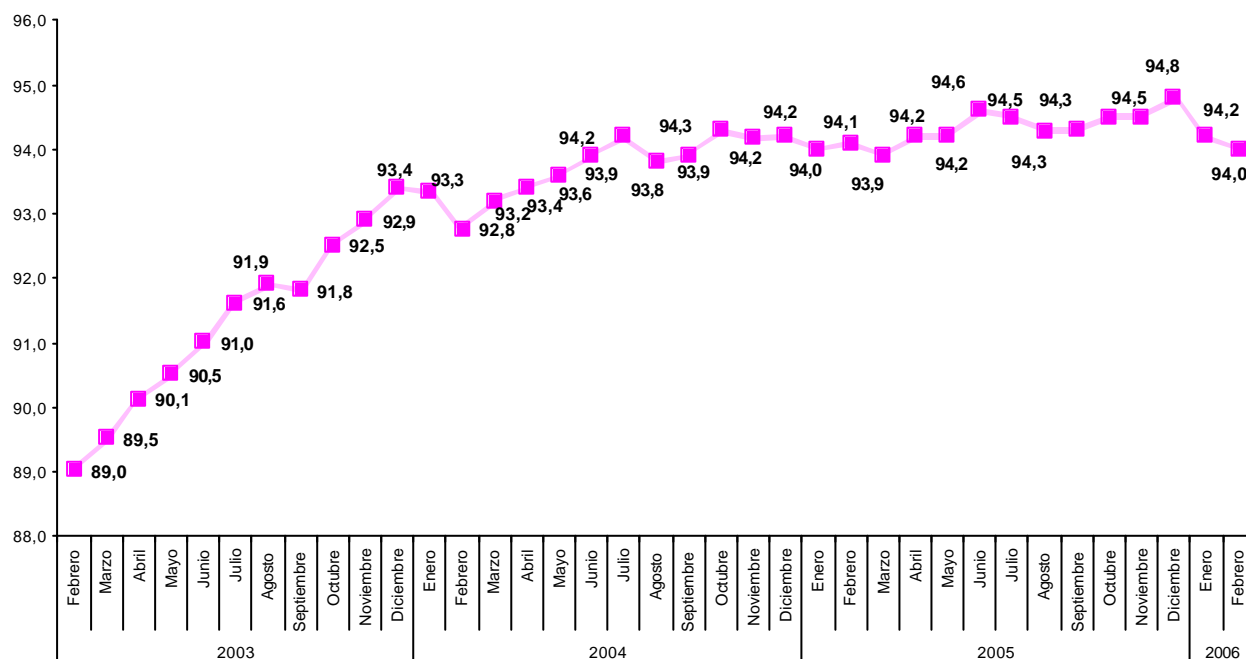
2.1. EVOLUCIÓN DE LA TASA DE OCUPACIÓN GENERAL

La tasa de ocupación comercial de los 31 ejes comerciales relevados durante el mes de enero fue de 94,2%. En la medición de febrero el indicador descendió 0,2 puntos porcentuales. Vale destacar que en el mes de enero la tasa de ocupación manifestó un crecimiento interanual de 0,2%, en cambio en el mes de febrero el indicador descendió respecto al año pasado 1%.

comercial experimentó un incremento de 5,2 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

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



FUENTE: CEDEM, SECRETARÍA DE PRODUCCIÓN, TURISMO Y DESARROLLO SUSTENTABLE, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

2.2. TASAS DE OCUPACIÓN SEGÚN ZONAS GEOGRÁFICAS

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

La zona Centro obtuvo en los meses de enero y febrero una tasa de ocupación comercial de 96%, muy cerca de su pico histórico. El crecimiento interanual en el mes de enero fue de 1,3%, mientras que en el mes de febrero, el aumento respecto al año anterior fue de 0,9%.

Por su parte, la zona Sur alcanzó en el mes de enero un nivel de ocupación de 92,7%, lo que implicó un crecimiento interanual de 1%. Asimismo, en el mes de febrero el incremento fue de 0,9%, obteniendo el 92,8% de los locales ocupados.

En tanto, la zona Oeste exhibe en los meses de enero y febrero un descenso en el nivel de ocupación con respecto a los últimos meses del año 2005 (94,4% y 93,9%, respectivamente). Sin embargo, en el mes de enero la variación interanual fue positiva.

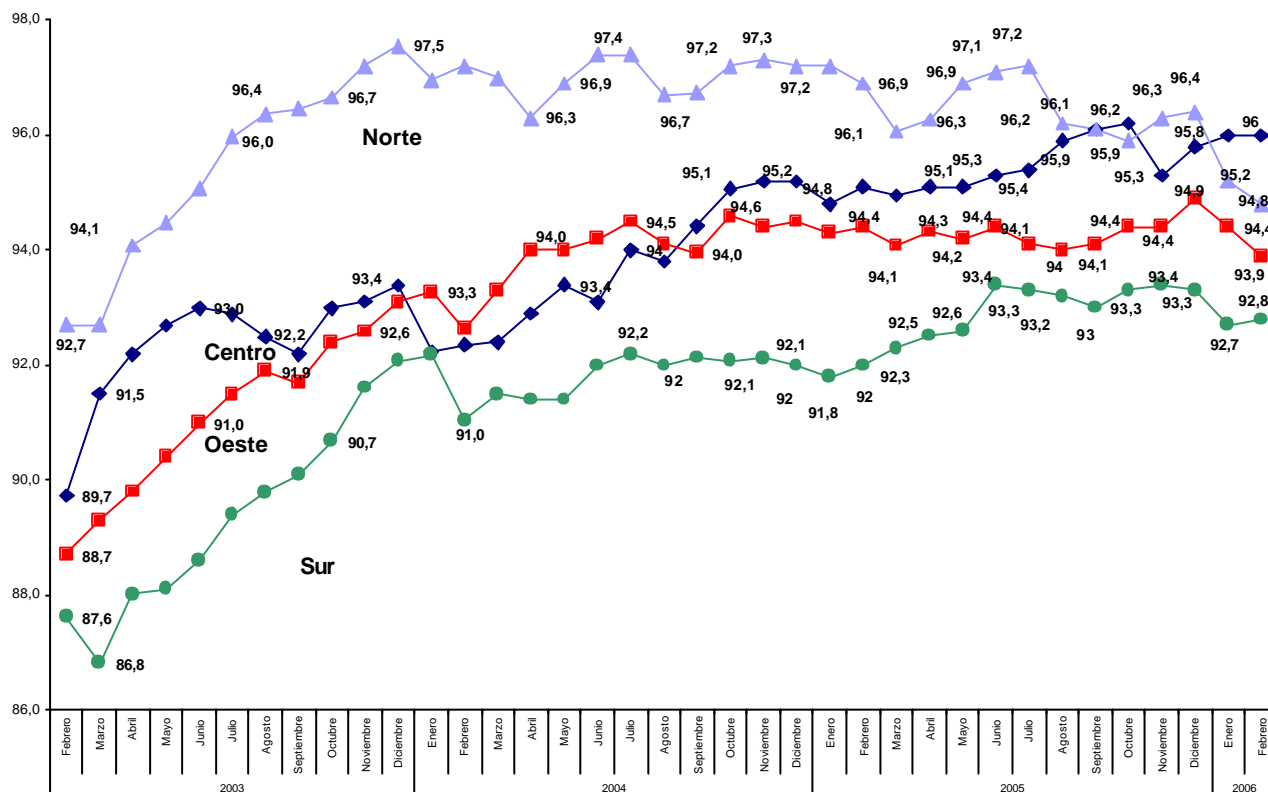
Finalmente, la zona Norte sufrió en el período analizado un fuerte descenso en la tasa de ocupación comercial, llegando en el mes de febrero a 94,8%, lo que implicó una variación interanual negativa (-2,2%).

Cuadro N°1: Tasas De Ocupación Según Zona Geográfica. Enero y Febrero de 2006 y comparación Enero y Febrero de 2005

Zonas	Ene-05	Ene-06	Diferencia interanual (puntos porcentuales)	Variación interanual (%)	Feb-05	Feb-06	Diferencia interanual (puntos porcentuales)	Variación interanual (%)
Centro	94,8	96	1,2	1,3	95,1	96	0,9	0,9
Norte	97,2	95,2	-2	-2,1	96,9	94,8	-2,1	-2,2
Sur	91,8	92,7	0,9	1	92	92,8	0,8	0,9
Oeste	94,3	94,4	0,1	0,1	94,4	93,9	-0,5	-0,5
Total	94	94,2	0,2	0,2	94,1	94	-0,1	-0,1

FUENTE: CEDEM, SECRETARÍA DE PRODUCCIÓN, TURISMO Y DESARROLLO SUSTENTABLE, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

Gráfico N° 2: Tasa De Ocupación Comercial según Zona Geográfica Febrero 2003-Febrero 2006



FUENTE: CEDEM, SECRETARÍA DE PRODUCCIÓN, TURISMO Y DESARROLLO SUSTENTABLE, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

2.2.1. TASAS DE OCUPACIÓN EN LA ZONA NORTE

La zona Norte obtuvo en los meses de enero y febrero tasas de ocupación comercial de 95,2% y 94,8% respectivamente. Estas cifras se ubicaron en niveles similares a los de mayo y junio del año 2003 y bastante por debajo de los máximos históricos que sobrepasaron el 97%. Se observa que tanto en el mes de enero como en febrero las variaciones de todos los ejes respecto al año anterior son negativas, esto se explica por el vencimiento de los contratos de alquiler y la especulación de los propietarios que prefieren esperar y alquilar a un precio mayor.

El eje Triunvirato ascendió la tasa de ocupación comercial con relación del mes de diciembre en

0,4 pp., trepando a 95,3%. Al compás de las obras para la construcción de la nueva estación de subterráneos de la línea B, la estación Echeverría, se produce en Triunvirato una importante rotación de comercios al tiempo que se construyen en la zona edificios de uso residencial.

Recoleta cuyo nivel de ocupación fue en febrero de 92%, descendió su tasa con respecto al mes anterior (92,9%). Asimismo, tuvo una variación interanual negativa: -1,8% en febrero (ver Cuadro N°2). Por su parte, el eje Santa Fe tras cuatro meses consecutivos con una tasa de

ocupación de 98%, sufrió una caída de 3 pp. en enero y en febrero descendió a 95,5%.

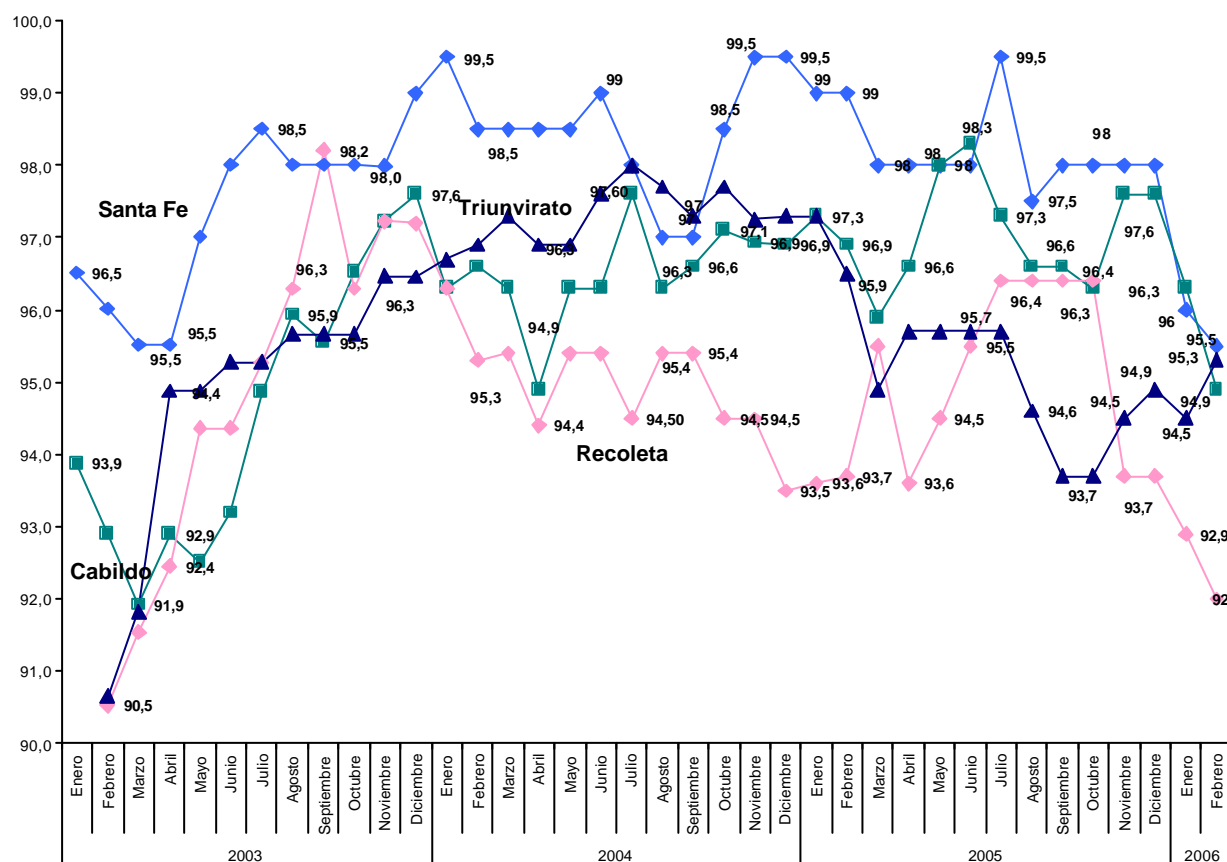
Por último, el eje Cabildo tuvo una caída interanual en febrero de 2,1%, asimismo, observó una tasa de ocupación de 96,3% en enero y de 94,9% en febrero.

Cuadro N°2: Tasa de ocupación, variación interanual y densidad comercial en la Zona Norte. Enero y Febrero de 2006 y comparación Enero y Febrero de 2005

Ejes	Densidad comercial	Ene-05 (%)	Ene-06 (%)	Diferencia interanual (puntos porcentuales)	Variación interanual (%)	Feb-05 (%)	Feb-06 (%)	Diferencia interanual (puntos porcentuales)	Variación interanual (%)
Triunvirato	15,9	97,3	94,5	-2,8	-2,9	96,5	95,3	-1,2	-1,2
Recoleta	7,9	93,6	92,9	-0,7	-0,7	93,7	92	-1,7	-1,8
Santa Fe	14,3	99	96	-3	-3,0	99	95,5	-3,5	-3,5
Cabildo	16,4	97,3	96,3	-1	-1,0	96,9	94,9	-2	-2,1
Total	13,9	97,2	95,2	-2	-2,1	96,9	94,8	-2,1	-2,2

FUENTE: CEDEM, SECRETARÍA DE PRODUCCIÓN, TURISMO Y DESARROLLO SUSTENTABLE, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

Gráfico N°3: Evolución De La Tasa De Ocupación comercial En La Zona Norte. Enero 2003-Febrero 2006



FUENTE: CEDEM, SECRETARÍA DE PRODUCCIÓN, TURISMO Y DESARROLLO SUSTENTABLE, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

2.2.1.1. NUEVOS EJES RELEVADOS EN LA ZONA NORTE

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).

En el relevamiento de febrero se detectaron 105 locales, de los cuales 14 estaban vacíos, alcanzando una tasa de ocupación de 86,7% y descendiendo 6,6 pp con respecto al mes pasado. Vale destacar que el 37,4% de los locales relevados pertenecen al rubro gastronómico.

En tanto, se denomina Palermo Viejo a la zona comprendida entre la calle Paraguay y las

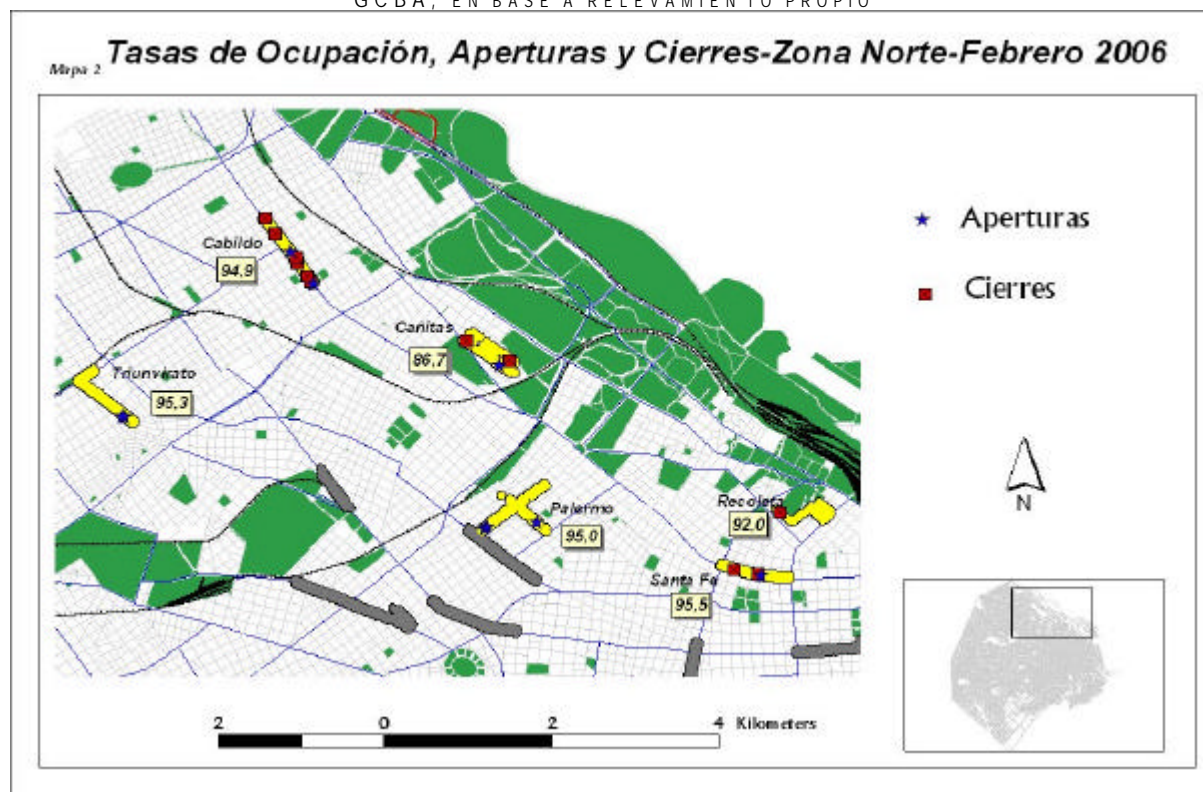
avenidas Scalabrini Ortiz, Córdoba y Juan B. Justo. Al igual que Las Cañitas, Palermo Viejo experimentó un proceso de desarrollo durante la década pasada, que implicó un incremento de 64% del número de locales a la calle entre 1994 y 2002: pasaron de 758 a 1243. Al igual que el anterior segmento analizado, 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). En enero y febrero las tasas de ocupación fueron de 93,3% y 95% respectivamente, lo que implica un crecimiento de 1,5 pp respecto al mes de diciembre, cuando la tasa también había sido de 93,3%.

Cuadro N°3: Tasa de ocupación de Palermo y Las Cañitas Enero y Febrero de 2006 y comparación Enero y Febrero de 2005

Ejes	Tasa de ocupación enero (%)	Tasa de ocupación febrero (%)	Diferencia intermensual en puntos porcentuales (enero-febrero)
Palermo	93,3	95	1,7
Las Cañitas	93,3	86,7	-6,6

FUENTE: CEDEM, SECRETARÍA DE PRODUCCIÓN, TURISMO Y DESARROLLO SUSTENTABLE, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO



FUENTE: CEDEM, SECRETARÍA DE PRODUCCIÓN, TURISMO Y DESARROLLO SUSTENTABLE, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

2.2.2. TASAS DE OCUPACIÓN COMERCIAL EN LA ZONA CENTRO

Las tasas de ocupación comercial de la Zona Centro durante los meses de enero y febrero fue de 96%, lo que implicó un crecimiento de 0,2 pp. con respecto a diciembre de 2005. Al interior de esta zona se observa un notable crecimiento de los ejes Florida y Microcentro que alcanzaron niveles record en la ocupación comercial.

El eje Florida alcanzó un record en el nivel de ocupación en el mes de febrero ya que el 97,5% de los locales relevados se encontraron ocupados. Asimismo, en el mes de enero y de

febrero el crecimiento interanual fue positivo: 1,9% y 1,8% respectivamente.

A su vez, el eje Microcentro, también alcanzó en los meses de enero y febrero, el máximo nivel de ocupación histórico: 93,7%. El crecimiento interanual en enero y febrero fue del orden del 3,5%.

Finalmente, el eje Libertad obtuvo en los meses de enero y febrero un nivel ocupacional de 96,5%, alcanzando variaciones interanuales positivas de 1,5%.

El eje Corrientes y Callao alcanzó en el mes de enero una tasa de 95,5%, mientras que durante el pasado mes de febrero se observó un nivel de ocupación de 94,9%. Este eje es

parte del proyecto de renovación urbana del Gobierno de la Ciudad sobre la avenida Corrientes³.

Cuadro N° 4: Tasa de ocupación, variación interanual y densidad comercial en la Zona Centro. Enero y Febrero de 2006 y comparación Enero y Febrero de 2005

Eje	Densidad comercial	Ene-05	Ene-06	Diferencia interanual (puntos porcentuales)	Variación interanual (%)	Feb-05	Feb-06	Diferencia interanual (puntos porcentuales)	Variación interanual (%)
Microcentro	6,2	90,5	93,7	3,2	3,5	90,5	93,7	3,2	3,5
Libertad	22,8	95,1	96,5	1,4	1,5	95,1	96,5	1,4	1,5
Corrientes y Callao	12,7	96,6	95,5	-1,1	-1,1	97,2	94,9	-2,3	-2,4
Florida	17,1	95,3	97,1	1,8	1,9	95,8	97,5	1,7	1,8
TOTAL	13,5	94,8	96	1,2	1,3	94,1	94	-0,1	-0,1

FUENTE: CEDEM, SECRETARÍA DE PRODUCCIÓN, TURISMO Y DESARROLLO SUSTENTABLE, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

El gráfico N° 4 muestra que, desde enero de 2003, Corrientes y Callao ha sido el eje de mayor crecimiento de la zona, aumentando 7,1 puntos porcentuales entre puntas.

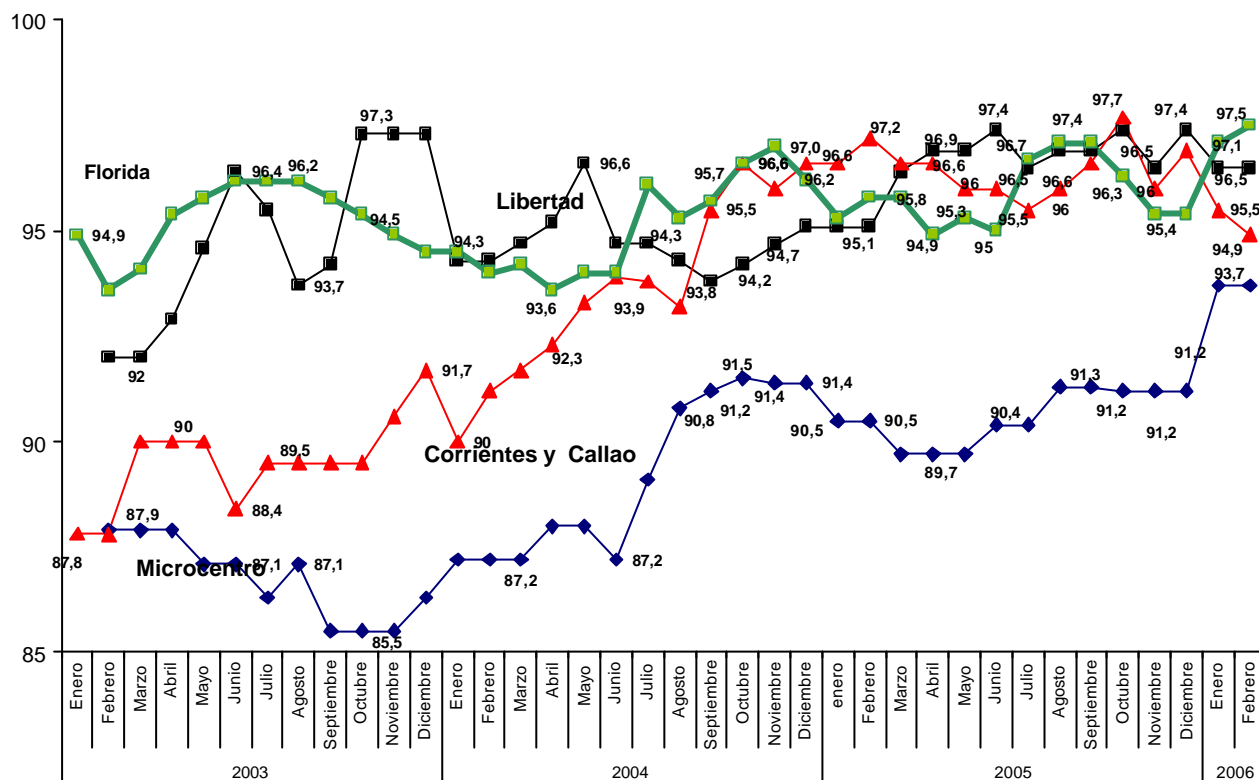
En tanto, el eje Libertad ha tenido una evolución más atenuada, con un crecimiento entre puntas de 4,5 pp.. La tasa de ocupación desde principios de 2005 se mantiene por encima del 95%.

Florida, por su parte, experimentó una leve alza entre puntas (su tasa comienza con 94,9% y cierra el período con 97,5%).

Finalmente, durante todo el período analizado, la tasa de Microcentro aumentó 5,8 puntos porcentuales.

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.

Gráfico N° 4: Variación De La Tasa De Ocupación En La Zona Centro. Enero 2003-Febrero de 2006



FUENTE: CEDEM SECRETARÍA DE PRODUCCIÓN, TURISMO Y DESARROLLO SUSTENTABLE, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

2.2.2.1. NUEVO EJE COMERCIAL RELEVADO EN LA ZONA CENTRO

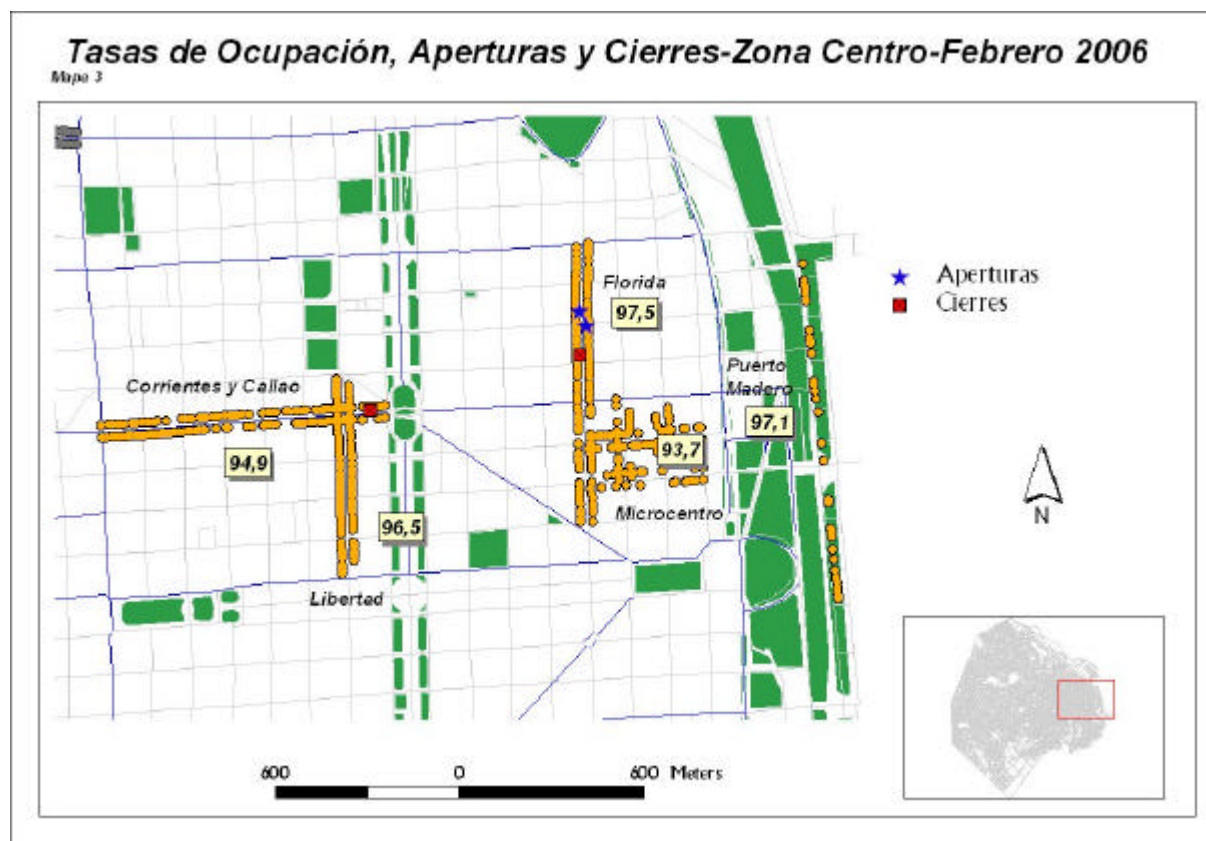
La zona de Puerto Madero –delimitada por las calles Eduardo Madero, Ingeniero Huergo, R. De Dellepiane y Giralt y G. Gierson- fue declarada en 1996 como el barrio porteño número 47. Durante la década pasada este sector de la Ciudad experimentó un intenso proceso de valorización inmobiliaria, acompañado 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 enero y febrero detectó 68 locales y una tasa de ocupación de 97,1%, al igual que en octubre, noviembre y diciembre.

Cuadro N°5: Tasa de ocupación de Puerto Madero Enero-Febrero de 2006

Eje	Tasa de ocupación Enero (%)	Tasa de ocupación Febrero (%)	Diferencia intermensual en puntos porcentuales (enero-febrero)
Puerto Madero	97,1	97,1	0

FUENTE: CEDEM, SECRETARÍA DE PRODUCCIÓN, TURISMO Y DESARROLLO SUSTENTABLE,
GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO



FUENTE: CEDEM, SECRETARÍA DE PRODUCCIÓN, TURISMO Y DESARROLLO SUSTENTABLE,
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 en el mes de enero fue de 92,7% lo que se traduce en un crecimiento interanual de 1%. Asimismo, en el mes de febrero, el incremento en comparación con el año anterior fue 0,9%.

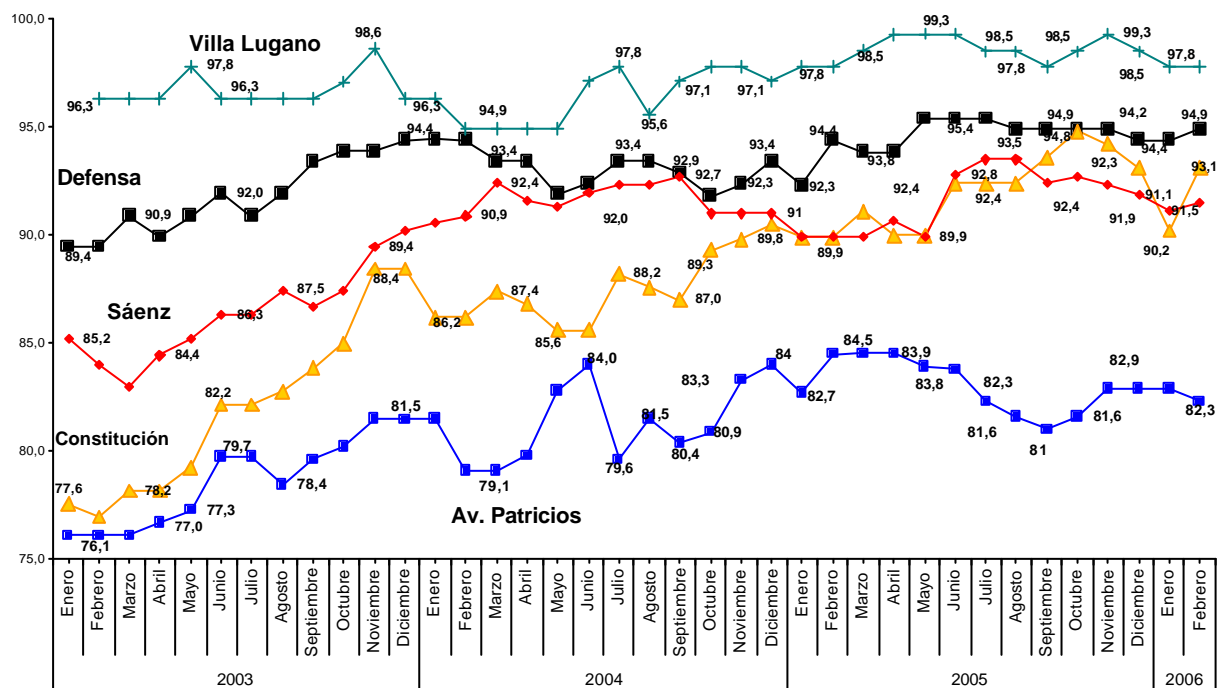
En el último mes –febrero- se observan 7 ejes que han incrementado sus tasas respecto al año anterior, 2 que han descendido (Montes de Oca y Av. Patricios) y uno que se mantuvo sin cambios (Villa Lugano).

Cuadro N° 6: Tasa de ocupación, variación interanual y densidad comercial en la Zona Sur. Enero y Febrero de 2006 y comparación Enero y Febrero de 2005

Eje	Densidad comercial (comercios por frente)	Ene-04	Ene- 05	Diferencia interanual (puntos porcentuales)	Variación interanual (%)	Feb-04	Feb-05	Diferencia interanual (pp)	Variación interanual
Parque Patricios	14,9	94,7	94,7	0	0	93,7	93,8	0,1	0,1
Defensa	12,2	92,3	94,4	2,1	2,3	94,4	94,9	0	0,5
Constitución	14,5	89,9	90,2	0,3	0,3	89,9	93,1	3,2	3,6
Montes de Oca	6,8	98,1	95,7	-2,4	-2,4	98,1	93,9	-4,2	-4,3
Flores sur	15	92,7	93,3	0,6	0,6	92	93,3	1,3	1,4
Mataderos	14,5	91,2	93,6	2,4	2,6	91,2	93,5	2,3	2,5
Villa Lugano	13,7	97,8	97,8	0	0	97,8	97,8	0	0
Av. Patricios	9,9	82,7	82,9	0,2	0,2	84,5	82,3	-2,2	-2,6
Sáenz	17,3	89,9	91,1	1,2	1,3	89,9	91,5	1,6	1,8
Alberdi	8,5	92,2	94,8	2,6	2,8	92,2	94,8	2,6	2,8
Total	12,4	91,8	92,7	0,9	1	92	92,8	0,8	0,9

FUENTE: CEDEM, SECRETARÍA DE PRODUCCIÓN, TURISMO Y DESARROLLO SUSTENTABLE, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO.

Gráfico N° 5: Tasa De Ocupación En La Zona Sur, Ejes Seleccionados, Enero 2003-Febrero 2006.



FUENTE: CEDEM, SECRETARÍA DE PRODUCCIÓN, TURISMO Y DESARROLLO SUSTENTABLE, 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 en la tasa de ocupación entre los ejes Constitución y Avenida Patricios al inicio del relevamiento (en enero de 2003) en la actualidad se ha profundizado debido al enorme crecimiento del primero (cuyo ascenso entre puntas desde enero de 2003 hasta diciembre de 2005 es de 15,5 pp..).

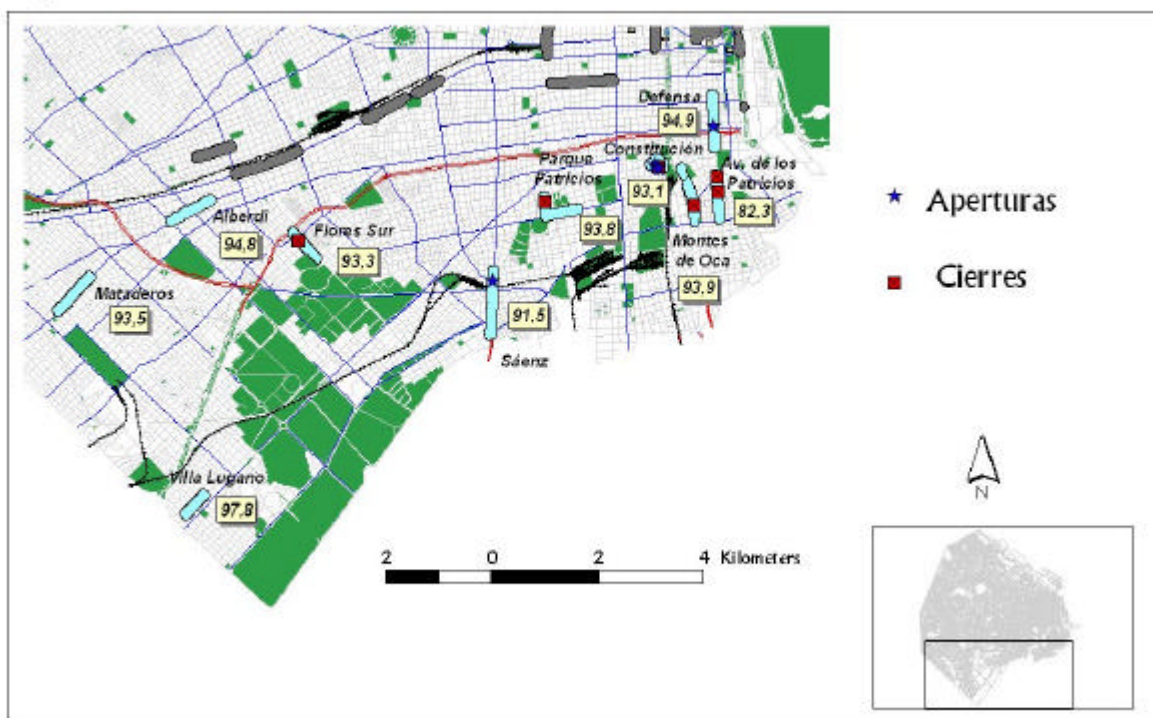
Por su parte, el eje Villa Lugano registró un ascenso entre puntas de 2,5 puntos porcentuales. En cuanto al eje Defensa, es interesante destacar que está ubicado en una zona beneficiada por el aumento del turismo que se vivió durante el período. En este sentido, experimentó un marcado crecimiento de su tasa de ocupación durante el año 2003, fenómeno que se revirtió parcialmente durante el 2004 y que nuevamente está cambiando de

tendencia a partir de febrero de 2005. El incremento entre puntas es de 5,5 puntos porcentuales.

En tanto, el eje de la Av. Sáenz experimentó durante 2003 un crecimiento (5 puntos porcentuales) que se desaceleró al año siguiente (cuando creció apenas 0,5 puntos porcentuales). Este eje muestra en los primeros meses de 2005 un estancamiento en la tasa de ocupación en torno al 90%. A partir de abril Sáenz retomó el crecimiento alcanzando en agosto un máximo de 93,5%. En los meses de enero y febrero el nivel de ocupación fue de el mes de diciembre la tasa de ocupación fue de 91,1% y 91,5% respectivamente. El crecimiento entre puntas del período es de 6,3 puntos porcentuales.

Tasas de Ocupación, Aperturas y Cierres-Zona Sur-Febrero 2006

Mapa 4



FUENTE: CEDEM, SECRETARÍA DE PRODUCCIÓN, TURISMO Y DESARROLLO SUSTENTABLE, 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 los meses de enero y febrero la tasa de ocupación comercial fue de 94,4% y 93,9% respectivamente.

Los cambios positivos respecto al año anterior en el mes de enero (ver cuadro N° 9) se produjeron en los ejes: Belgrano, Córdoba, flores, Forest, Avellaneda, Warnes y Liniers. Entre estos ejes se destaca el eje Forest ya que tuvo el crecimiento interanual más significativo de los ejes de la zona: 4,4%

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

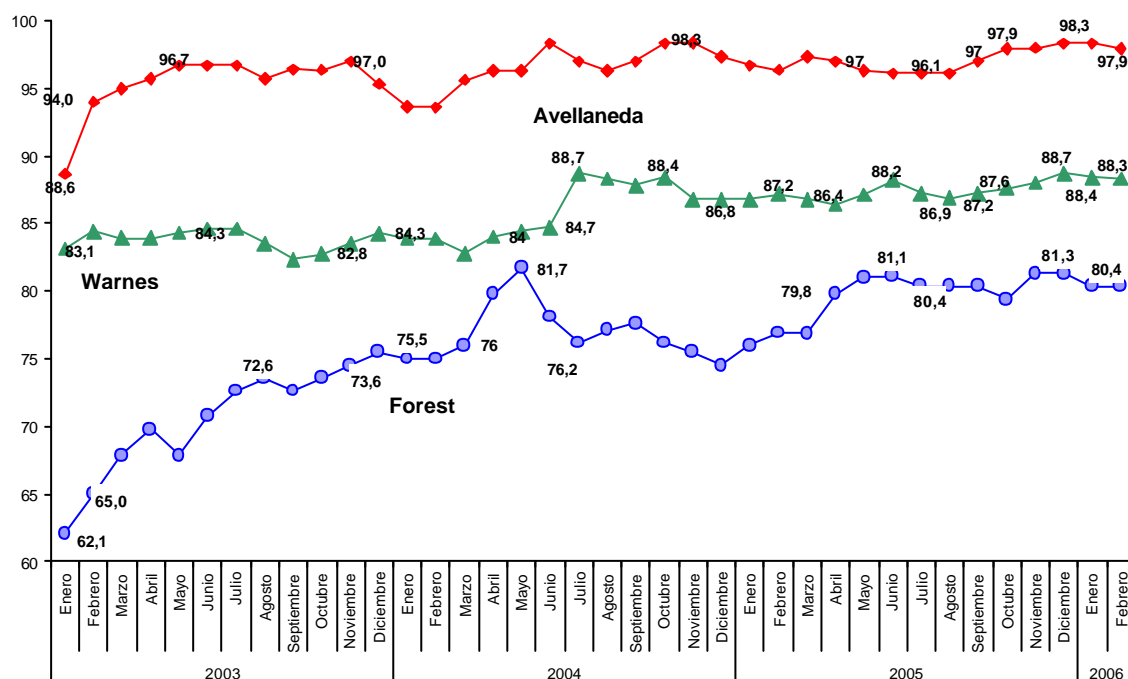
En el mes de febrero, el nivel de ocupación en comparación al año 2005 se incremento en los ejes: Belgrano, Forest, Flores, Avellaneda, Warnes y Liniers. Mientras que descendió en los ejes Caballito, Córdoba, Pueyrredón, Cuenca, Devoto, Corrientes y Scalabrini Ortiz y Murillo.

Cuadro N° 7: Tasas De Ocupación, variación interanual y densidad comercial en la Zona Oeste - Enero y Febrero de 2006 y comparación Enero y Febrero de 2005

Ejes	Densidad comercial (comercios por frente)	Ene-05	Ene-06	Diferencia interanual (puntos porcentuales)	Variación interanual (%)	Feb-05	Feb-06	Diferencia interanual (pp)	Variación interanual (%)
Belgrano	10,4	97,1	97,6	0,5	0,5	97,1	97,6	0,5	0,5
Caballito	12,2	98,1	97	-1,1	-1,1	98,1	97	-1,1	-1,1
Córdoba	13,1	94,8	95,3	0,5	0,5	95,2	94,5	-0,7	-0,7
Flores	15,4	95,4	95,8	0,4	0,4	95,3	95,5	0,2	0,2
Pueyrredón	18,5	97,8	96,8	-1	-1,0	97,8	95	-2,8	-2,9
Forest	13,4	76	80,4	4,4	5,8	76,9	80,4	3,5	4,6
Avellaneda	25,2	96,7	98,3	1,6	1,7	96,3	98	1,7	1,8
Warnes	11,5	86,8	88,4	1,6	1,8	87,2	88,3	1,1	1,3
Cuenca	16,6	97,7	96,2	-1,5	-1,5	97,7	94,7	-3	-3,1
Devoto	16,5	95,9	93,4	-2,5	-2,6	96,5	93,4	-3,1	-3,2
Liniers	15,8	88,6	92,2	3,6	4,1	88,6	90,7	2,1	2,4
Corrientes y Scalabrini Ortiz	13,9	93,9	91,9	-2	-2,1	93,9	91,9	-2	-2,1
Murillo	5,3	100	96,9	-3,1	-3,1	100	96,9	-3,1	-3,1
TOTAL	14,3	94,3	94,4	0,1	0,1	94,4	93,9	-0,5	-0,5

FUENTE: CEDEM, SECRETARÍA DE PRODUCCIÓN, TURISMO Y DESARROLLO SUSTENTABLE, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO.

Gráfico N° 6: Variación De La Tasa De Ocupación En La Zona Oeste, Ejes Seleccionados, Enero 2003-Febrero 2006



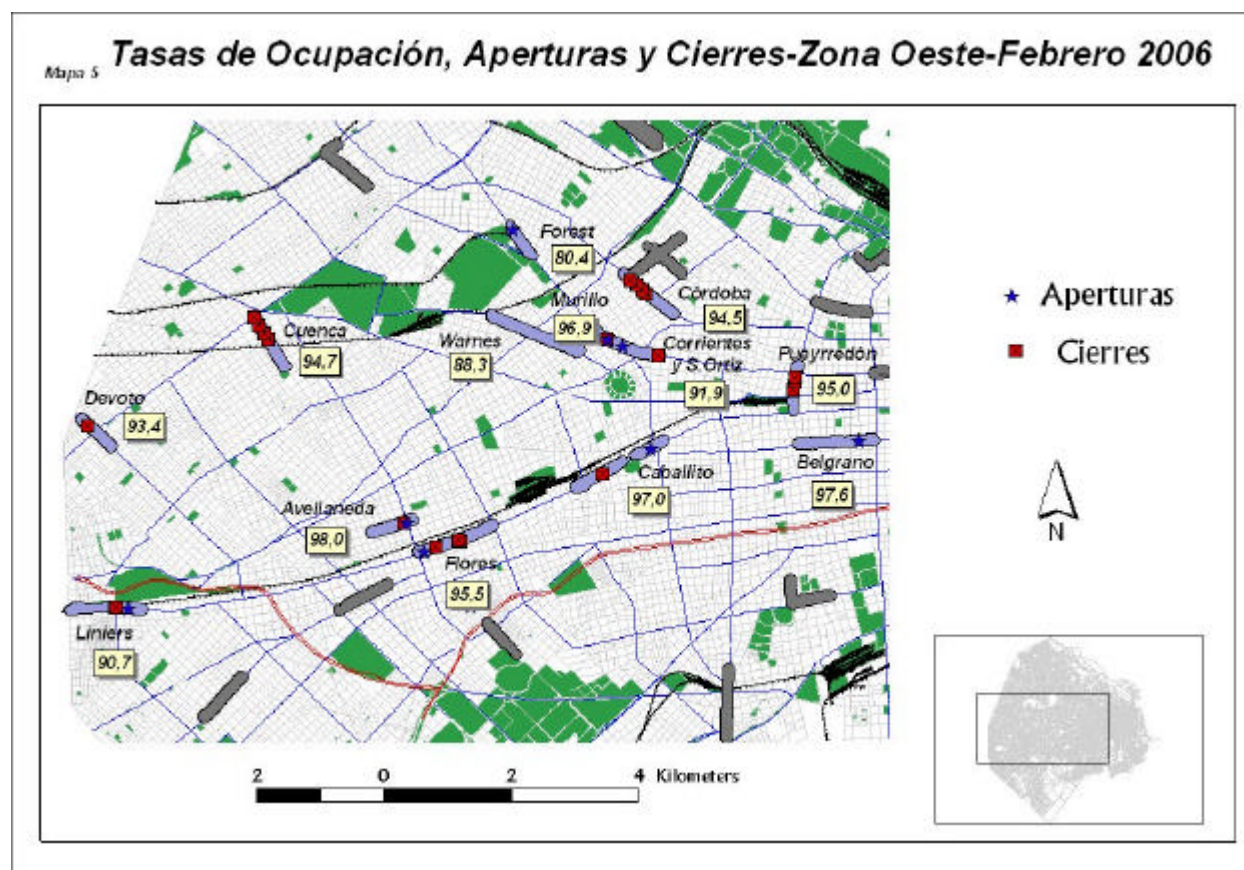
FUENTE: CEDEM, SECRETARÍA DE PRODUCCIÓN, TURISMO Y DESARROLLO SUSTENTABLE, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

El gráfico N° 6 permite observar la evolución del indicador en algunos de los ejes de la zona Oeste.

El eje Avellaneda tuvo un crecimiento entre puntas de 9,3 pp. Asimismo, el eje Warnes

obtuvo en el período analizado un incremento de 5,2 pp. en la tasa de ocupación comercial.

Finalmente, el eje comercial Forest aumentó desde el comienzo del relevamiento 18,3 puntos porcentuales.



FUENTE: CEDEM, SECRETARÍA DE PRODUCCIÓN, TURISMO Y DESARROLLO SUSTENTABLE, 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.

En el mes de febrero se relevaron 1.846 locales en 10 ejes temáticos, de los cuales el 66,5% de los comercios reconocidos pertenecen al rubro

principal del eje correspondiente. Asimismo, 111 locales en estos ejes se encuentran cerrados, por lo tanto, la tasa de ocupación de los ejes temáticos fue en el mes de febrero de 94%.

La tasa de ocupación de 8 de los 10 ejes temáticos relevados supera el 90%. Los ejes que mayor tasa de ocupación poseen son Avellaneda y Belgrano que registran 98% y

97,6% de los locales ocupados respectivamente. Avellaneda, cuyo rubro principal es la venta de indumentaria, se destaca por ser el de mayor aglomeración de locales pertenecientes al rubro principal: 92,7%

Por su parte, el eje Libertad obtuvo en febrero una tasa de 96,5%. Este eje posee un alto porcentaje de locales dedicados a la venta joyas, audio y relojes (87,3%).

Asimismo, la Avenida Córdoba registró una ocupación de 94,5% y una aglomeración de locales temáticos dedicados a la venta de indumentaria de 66,1%.

En tanto, el eje Defensa, especializado en antigüedades, alcanzó en febrero una tasa de ocupación de 94,9%.

Murillo que tiene 32 locales, se dedica principalmente a la venta de indumentaria de cuero. En los meses de enero y febrero la tasa de ocupación comercial obtenida fue de 96,9%.

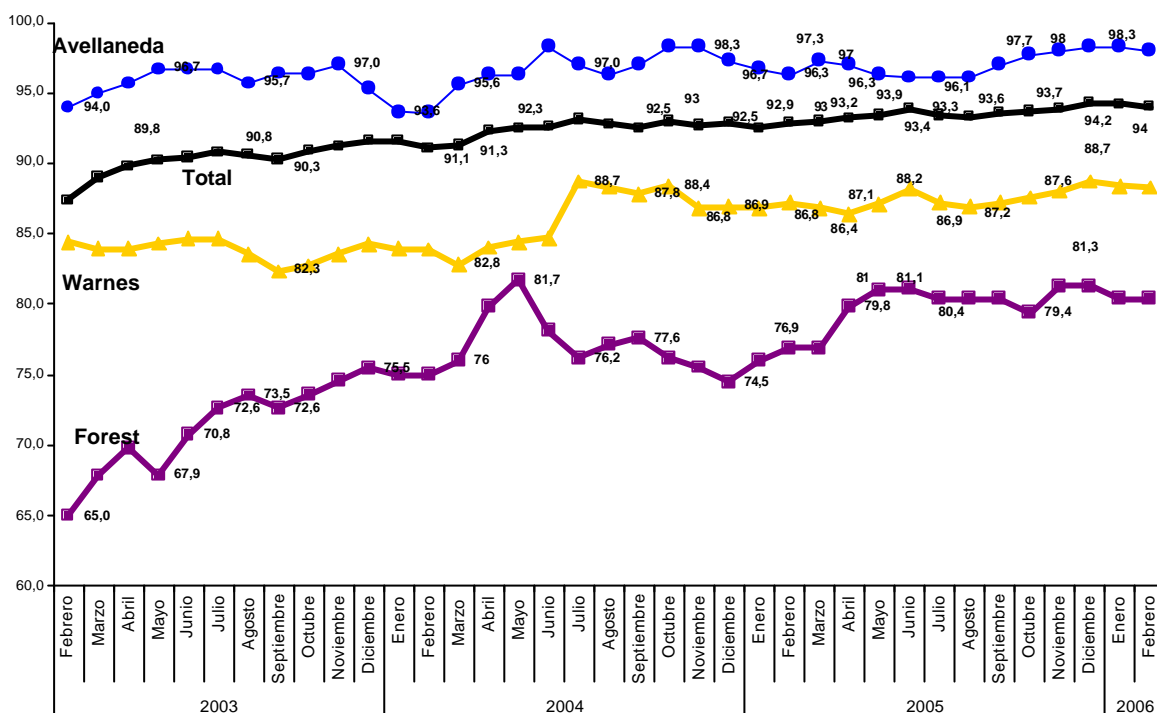
Las tasas de ocupación inferiores al 90% corresponden a los ejes Warnes (88,3%) y Forest (80,4%). El eje Warnes registra un 70,2% de comercios dedicados a ofrecer diferentes tipos de servicios relacionados con los automóviles. Forest, volvió a mostrar este mes la tasa de ocupación mas baja de los 10 ejes temáticos, como así también el porcentaje mas bajo de aglomeración de locales del mismo rubro (28%).

Cuadro N°7: Tasa De Ocupación en los Ejes Temáticos- Enero-Febrero de 2006

	Locales relevados Febrero	Vacantes Febrero		Temáticos Febrero		Tasa de ocupación Enero	Tasas de ocupación Febrero	Variación intermensual
		Locales		Locales	(%)	8%	(%)	(puntos porcentuales)
Córdoba (Indumentaria)	236	13		156	66,1	95,3	94,5	-0,8
Murillo Indumentaria/cuero	32	1		27	84,4	96,9	96,9	0
Avellaneda (Indumentaria)	302	6		280	92,7	98,3	98	-0,3
Belgrano (Muebles)	208	5		147	70,7	97,6	97,6	0
Libertad (Joyería, audio y relojería)	228	8		199	87,3	96,5	96,5	0
Alberdi (Materiales para la construcción)	153	8		80	53,6	94,8	94,8	0
Defensa (antigüedades)	195	10		68	34,9	94,4	94,9	0,5
Microcentro (Actividad bancaria)	111	7		46	40,6	93,7	93,7	0
Warnes (Servicios para el automóvil)	274	32		193	70,2	88,4	88,3	-0,1
Forest (Camperas)	107	21		30	28,0	80,4	80,4	0
TOTAL	1846	111		1226	66,4	94,2	94	-0,2

FUENTE: CEDEM, SECRETARÍA DE PRODUCCIÓN, TURISMO Y DESARROLLO SUSTENTABLE, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

Gráfico N° 7: Tasa De Ocupación En Los Ejes Temáticos De La Ciudad De Buenos Aires, Febrero 2003-Febrero 2006.



FUENTE: CEDEM, SECRETARÍA DE PRODUCCIÓN, TURISMO Y DESARROLLO SUSTENTABLE, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

4. ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD DE LOS LOCALES COMERCIALES

De los 5872 locales ocupados relevados en febrero, el 25,6% (1501 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 (9,3%). El segundo rubro en importancia general corresponde a “Venta de muebles y artículos para el hogar y la oficina” con 8,1% (474 locales). El rubro “Venta de calzado, cuero y marroquinería” figura tercero con el 7,3% (426

locales) seguido por el ítem “Restaurantes, bares, cafés y casa de comida” (6,7%) que agrupa a 392 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 6,4%, dentro del cual se destacan los supermercados, despensas y autoservicios, las panaderías y las heladerías.

Cuadro N°8: Locales Comerciales Según Rubro Comercial Febrero de 2006

LOCALES SEGÚN RUBRO COMERCIAL FEBRERO DE 2006		
PRENDAS DE VESTIR Y ARTÍCULOS TEXTILES PARA EL HOGAR	1501	25,6 %
VENTA DE MUEBLES Y ARTÍCULOS PARA EL HOGAR Y LA OFICINA	474	8,1 %
VENTA DE CALZADO, CUERO, MARROQUINERÍA, PARAGUAS Y SIMILARES	426	7,3 %
RESTAURANTES, BARES, CAFÉS Y CASAS DE COMIDA	392	6,7 %
VENTA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS	373	6,4 %
RELOJERÍA, JOYERÍA Y FANTASÍA	312	5,3 %
VENTA DE GOLOSINAS, CIGARRILLOS Y TABACO	240	4,1 %
VENTA, MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y MOTOCICLETAS; VENTA AL POR MENOR DE COMBUSTIBLES PARA VEHÍCULOS AUTOMOTORES	237	4 %
FARMACIAS, MEDICINAS, COSMÉTICOS, ARTÍCULOS DE TOCADOR Y PELUQUERÍA	216	3,7 %
ACTIVIDAD FINANCIERA	214	3,6 %
VENTA POR MENOR DE FERRERÍA, PINTURAS, CRISTALES Y ESPEJOS, MATERIALES PARA LA CONSTRUCCIÓN Y DECORACIÓN	205	3,5 %
SERVICIOS COMUNITARIOS, SOCIALES, PERSONALES, CULTURALES Y SALUD	180	3,1 %
LOCUTORIO, SERVICIO DE INTERNET, CORREO	152	2,6 %
BAZAR, TODO POR \$2, ACCESORIOS, ETC	151	2,6 %
OTRAS VENTA AL POR MENOR EN COMERCIOS ESPECIALIZADOS	106	1,8 %
SERVICIOS DE PELUQUERÍA Y TRATAMIENTO DE BELLEZA	104	1,8 %
SERVICIOS EMPRESARIALES E INMOBILIARIOS Y DE ALQUILER	98	1,7 %
LIBROS, REVISTAS, ARTÍCULOS DE LIBRERÍA PAPEL Y CARTÓN	98	1,7 %
FOTOGRAFÍA Y ÓPTICA	91	1,5 %
VENTA DE ARTÍCULOS USADOS Y ANTIGÜEDADES	80	1,4 %
SERVICIOS RELACIONADOS AL TRANSPORTE	80	1,4 %
VENTA AL POR MENOR DE INSTRUMENTOS MUSICALES, CASSETTES, DISCOS Y CD DE AUDIO Y VIDEO	41	0,7 %
SERVICIOS DE SALUD	32	0,5 %
LAVADO Y LIMPIEZA DE PRENDAS DE TELA Y CUERO	22	0,4 %
ESTABLECIMIENTOS EDUCATIVOS	15	0,3 %
OTROS	15	0,3 %
SERVICIOS DE HOTELERÍA	9	0,2 %
SERVICIOS PARA EL MANTENIMIENTO FÍSICO-CORPORAL	6	0,1 %
SERVICIOS PÚBLICOS	2	0,03 %
	5872	100,00 %

FUENTE: CEDEM, SECRETARÍA DE PRODUCCIÓN, TURISMO Y DESARROLLO SUSTENTABLE, GCBA, EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

4.1. 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 121) 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 152. El 19,1% de los mismos corresponden a “Locutorios con servicio de Internet” (29 locales), mientras que los “locutorios con kiosco” alcanzan el 15,1% (23 locales). Por último, los locutorios con actividades adicionales varias representan el 7,9% y con librería y/o fotocopidora el 2,6%.

Al interior del rubro “Venta de golosinas, cigarrillos y tabaco” se destacan los kioscos con cabinas telefónicas que trepan a 46 (sobre un total de 240, representando un 19,2%). 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°9: Locales Comerciales - Febrero de 2006

RUBRO	CANT.	%
VENTA DE GOLOSINAS, CIGARRILLOS Y TABACO	240	100,00
KIOSCO Y MAXIKIOSCO	184	76,7
KIOSCO CON CABINAS TELEFÓNICAS*	46	19,2
MAYORISTA DE GOLOSINAS	8	3,3
VENTA DE TABACO	2	0,8
LOCUTORIO, SERVICIO DE INTERNET, CORREO	152	100,00
LOCUTORIO	53	34,9
LOCUTORIO CON SERVICIO DE INTERNET*	29	19,1
LOCUTORIO CON KIOSCO*	23	15,1
SERVICIO DE INTERNET	17	11,2
LOCUTORIO Y OTROS*	12	7,9
CORREO	11	7,2
LOCUTORIO CON LIBRERÍA Y/O FOTOCOPIADORA*	4	2,6
SERVICIO DE INTERNET CON KIOSCO*	3	2,0
* ESTOS SUBRUBROS FUERON CONTABILIZADOS POR PRIMERA VEZ EN EL RELEVAMIENTO REALIZADO EN EL MES DE OCTUBRE PASADO.		

FUENTE: CEDEM, SECRETARÍA DE PRODUCCIÓN, TURISMO Y DESARROLLO SUSTENTABLE, GCBA,
EN BASE A RELEVAMIENTO PROPIO

5. 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 para este informe, vale aclarar que por ahora los mismos no son incluidos en el cálculo de la tasa de ocupación general.

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.