



Informe sobre la Actividad comercial en la Ciudad de Buenos Aires

Tasa de Ocupación de Locales en los Principales Ejes Comerciales

Informe Número 36/ Junio de 2005



GOBIERNO DE LA CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES

Jefe de Gobierno

ANIBAL IBARRA

Vice 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 y www.buenosaires.gov.ar/cedem

Dirección: Pablo Perelman

Consultores: Sergio Braticevic, Patricia Fernández, Cecilia Fernández Bugna, Ariel García, Santiago Juncal, Mariela Molina, María José Pérez de Arrilucea, Paulina Seivach, Cecilia Viitto y Marcelo Yangosian.

Asistentes: Anahi Costaguta y Sabrina Caramelo

Relevadores: Tomás Barbadori y Enrique Pacheco

INDICE

1. Resumen Ejecutivo	1
2. Ocupación de Locales Comerciales en la Ciudad de Buenos Aires	3
2.1. Evolución de la Tasa de Ocupación Comercial General	3
2.2. Tasas de Ocupación según Zonas Geográficas	4
2.2.1. Tasas de Ocupación en la Zona Norte	6
2.2.2. Tasas de Ocupación en la Zona Centro	8
2.2.3. Tasas de Ocupación en la Zona Sur	11
2.2.4. Tasas de Ocupación en la Zona Oeste	14
3. Nuevos ejes comerciales relevados	16
4. Tasas de Ocupación en las Áreas Comerciales Temáticas	18
5. Aperturas y cierres de locales comerciales	21
6. Análisis de la Actividad de los Locales Comerciales	25
7. Anexo metodológico	26

1. RESUMEN EJECUTIVO

El presente informe contiene los resultados del relevamiento realizado durante el mes de junio en 34 ejes comerciales de la Ciudad de Buenos Aires. El estudio de esta muestra -que corresponde a una parte de 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 6242 locales comerciales, de los cuales 337 se encontraban vacíos¹, lo que implicaba una tasa de ocupación récord de 94,6%.

Observando las distintas zonas de la Ciudad de Buenos Aires, se puede constatar que durante el mes de junio ha continuado el crecimiento de la ocupación en la zona Sur, que en junio alcanzó su máximo registro histórico (93,4%). Por su parte, la zona Norte volvió a crecer (0,2 puntos porcentuales). La ocupación de la zona Oeste experimentó un ascenso de 0,2 puntos porcentuales (ubicándose en 94,4%) mientras que la zona Centro también aumentó su tasa alcanzando el 95,3%. Es decir que en este mes todas las zonas experimentaron un aumento en la actividad comercial.

En junio la variación interanual de la tasa de ocupación general fue positiva (0,7%). Vale destacar que en la zona Centro este indicador sigue mostrando las mayores variaciones positivas a lo largo de los meses: en junio ese crecimiento fue de 2,4%. La zona Sur experimentó un incremento interanual de 1,5%, mientras que en la zona Oeste fue de 0,2% (manteniendo el crecimiento interanual del mes anterior). Por su parte, la zona Norte obtuvo una variación interanual de -0,3%.

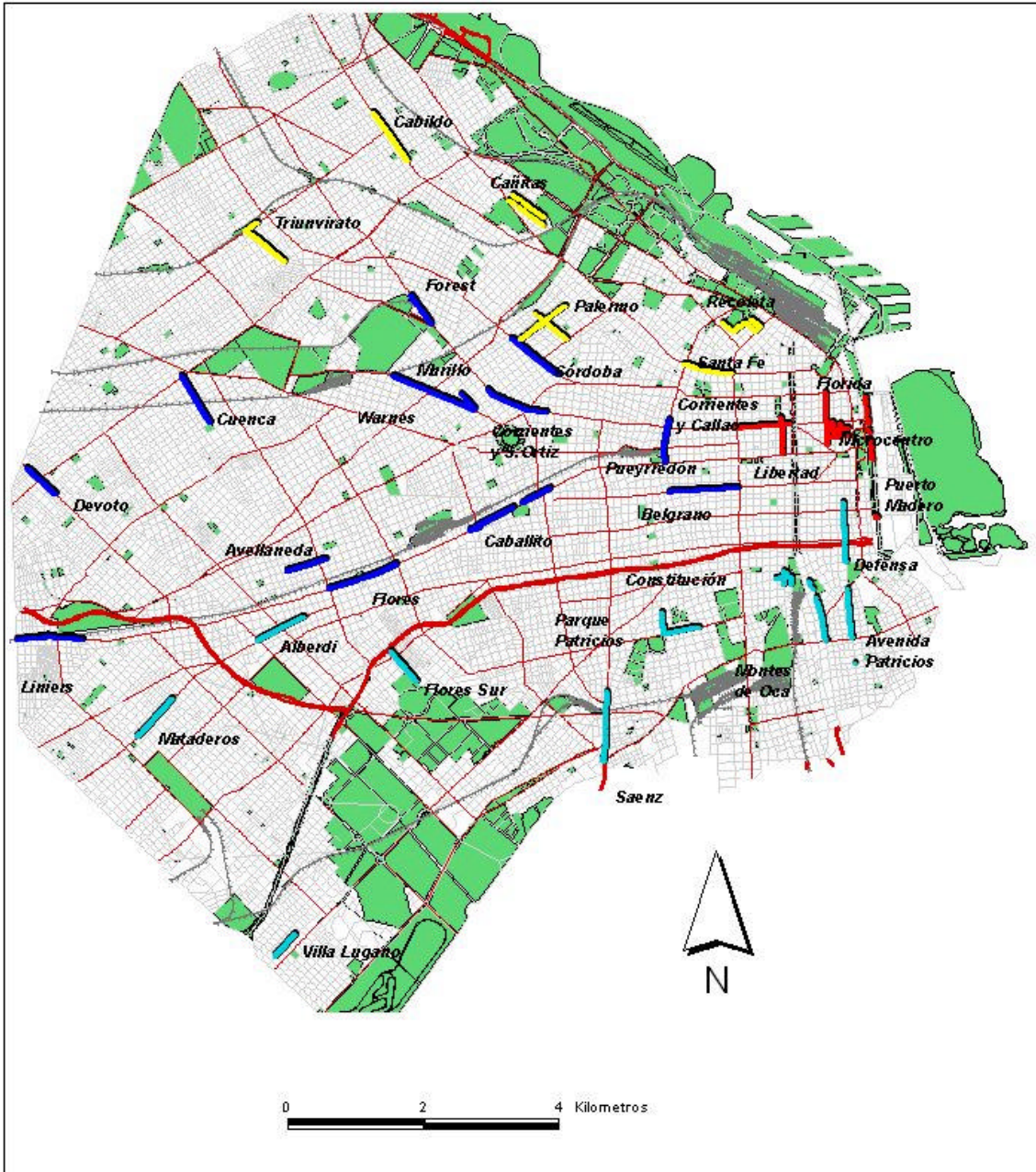
Al analizar la composición según actividad en los 31 ejes comerciales, se observa que el 24,97% corresponde a "Prendas de vestir y textiles para el hogar", el segundo rubro en importancia es "Ventas de muebles y artículos para el hogar y la oficina" con el 7,96%, seguido por "Venta de calzado, cuero,

marroquinería, paraguas y afines" con el 7,27%, mientras que "Restaurantes, bares, cafés y casas de comida" participa con el 7,1%.

En este informe se continúa con el análisis de los 3 ejes incorporados durante el mes de marzo: Puerto Madero, Las Cañitas y Palermo. Las zonas se seleccionaron debido a las transformaciones que experimentaron durante la última década. En la actualidad, son importantes centros gastronómicos y de esparcimiento. El desarrollo de los ejes incorporados está ligado a los hábitos de consumo de los sectores de ingresos medios, medios-altos y altos de la Ciudad, y su estudio permitirá aportar elementos para enriquecer el análisis socioeconómico del desarrollo urbano.

¹ Ver Anexo metodológico.

Ejes Comerciales Junio 2005



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.

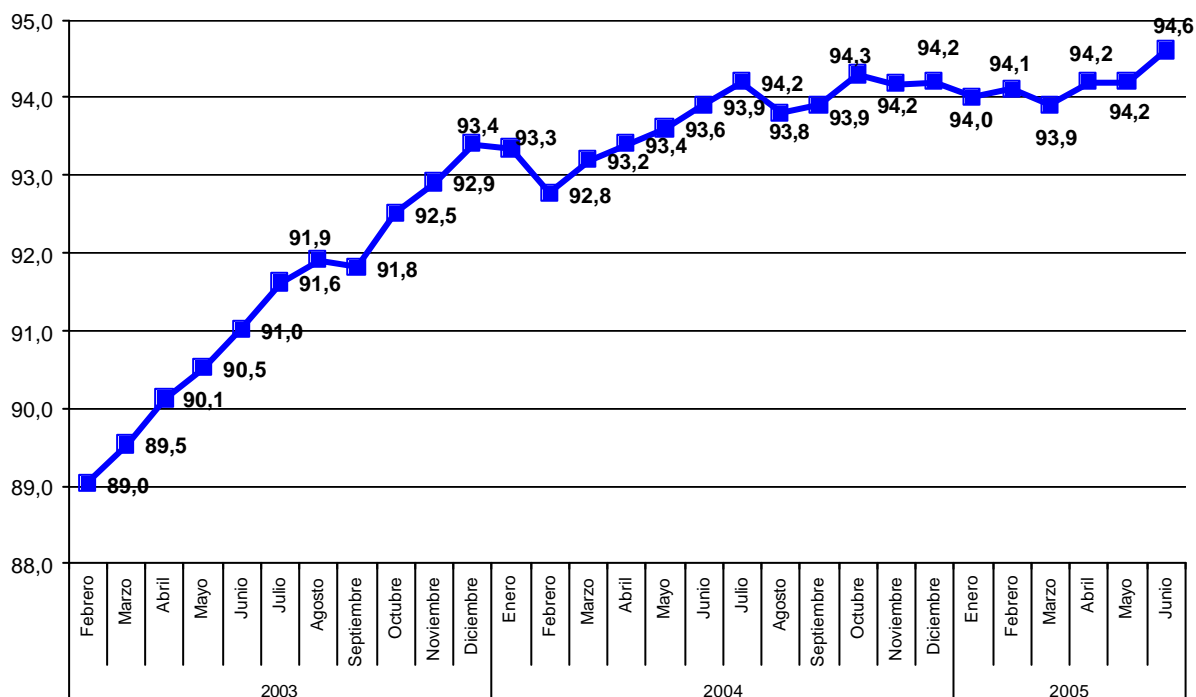
2.1. EVOLUCIÓN DE LA TASA DE OCUPACIÓN GENERAL

Durante el relevamiento de mayo, la tasa de ocupación general en los 31 ejes comerciales había alcanzado el 94,2%, mostrando una variación interanual positiva de 0,6%. En la medición de junio la tasa de ocupación trepó a 94,6%, es decir, que se registró la tasa más alta desde que se realiza el relevamiento, al tiempo que se evidenció una suba interanual de 0,7% (ver Cuadro N° 2).

El gráfico N° 1 nos permite observar la evolución de la tasa general desde febrero de 2003. Durante ese período el indicador experimentó un incremento de 5,6 puntos porcentuales, mostrando un comportamiento donde se distinguen cuatro sub-períodos. Los tres primeros, muestran un

crecimiento ininterrumpido, pero a diferente ritmo, mientras que en el cuarto se produce un amesetamiento: a) febrero-agosto de 2003, con una suba de 2,9 puntos porcentuales; b) septiembre-diciembre de 2003, con un incremento de 1,6 puntos; c) febrero-junio de 2004, con un aumento en la tasa de 1,4 puntos porcentuales; y d) julio de 2004-junio de 2005, donde se registraron pequeñas oscilaciones, destacándose el último mes -junio- en el que la tasa de ocupación comercial superó en 0,4 puntos porcentuales a la del mes anterior.

GRÁFICO 1: EVOLUCIÓN DE LA TASA DE OCUPACIÓN COMERCIAL GENERAL. FEBRERO 2003-JUNIO 2005



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio

CUADRO N°1: LOCALES VACANTES Y TASAS DE OCUPACIÓN SEGÚN ZONAS GEOGRÁFICAS. MARZO-JUNIO DE 2005

Zona	Vacantes Marzo	Tasa Marzo	Vacantes Abril	Tasa Abril	Vacantes Mayo	Tasa Mayo	Vacantes Junio	Tasa Junio
Centro	36	95,2	37	95,1	37	95,1	36	95,3
Norte	34	96,1	32	96,3	27	96,9	25	97,1
Sur	136	92,3	132	92,5	130	92,6	118	93,4
Oeste	167	94,1	160	94,3	164	94,2	158	94,4
Total	373,0	94	361	94,2	358	94,2	337	94,6

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 zona desde febrero de 2003. Si se centra el análisis en los resultados de los primeros meses de 2005, se observa un considerable crecimiento de la zona sur, que aumentó su tasa en 1,6 puntos porcentuales de enero a junio.

Durante el relevamiento de junio todas las zonas muestran un crecimiento interanual, con excepción de la zona Norte (ver cuadro N°2).

En la zona Centro las tasas de crecimiento interanual se mantuvieron en un nivel relativamente elevado de marzo a mayo: 2,5% en abril, 1,8% en mayo y 2,4% en junio. Durante el 2004, esta zona fue la que mostró mayor aumento de toda la Ciudad (ver gráfico N° 2) y durante el 2005 es la que viene experimentando el crecimiento interanual más elevado.

Por su parte, la zona Oeste sigue mostrando un crecimiento interanual, aunque con cifras decrecientes: 1,9% en febrero, 0,9% en marzo, 0,3% en abril y 0,2% en mayo y junio. Asimismo, a lo largo del año 2005 se observan pequeñas oscilaciones en la tasa de ocupación comercial lo que nos permite inducir un amesetamiento de esta zona que alcanzó en el mes de junio una tasa de ocupación de 94,4%.

En tanto, la zona Norte tuvo una variación interanual negativa. El gráfico N° 2 muestra que la zona -que

durante el 2003 creció sostenidamente - experimentó un cambio de tendencia en 2004, período en el cual prácticamente no aumentó su tasa de ocupación. En este punto, es necesario tener en cuenta que esta zona presenta la particularidad de estar muy cerca de la plena ocupación, por eso sus tasas de variación interanual son relativamente bajas. Cabe destacar que la variación interanual se realiza comparándose con la alta tasa del mes de junio del año 2004: 97,4%. (ver cuadro N° 2).

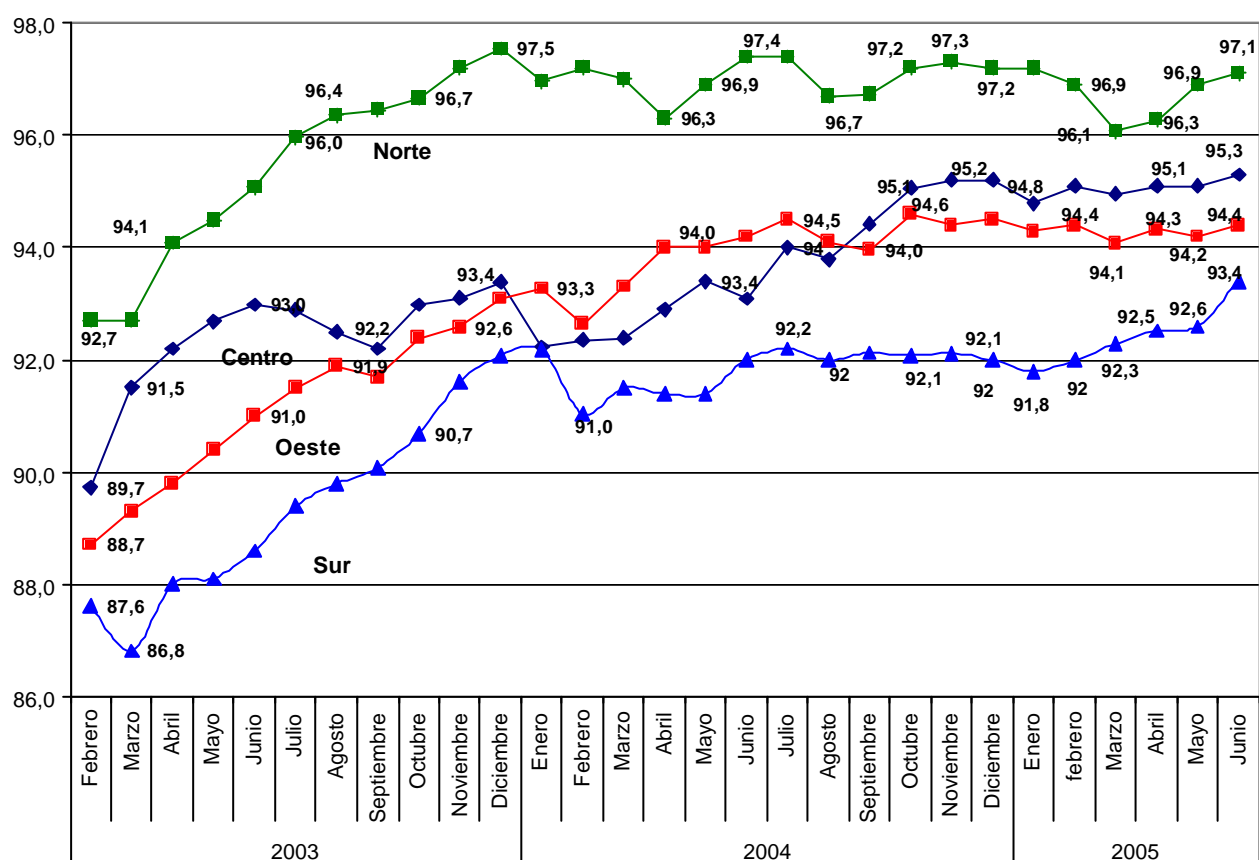
La zona Sur esta experimentando desde el mes de febrero el alza ininterrumpida de su tasa de ocupación. En los relevamientos realizados en el último trimestre la zona Sur consolidó el cambio de tendencia: mientras que durante los meses de diciembre y enero la comparación interanual había arrojado números negativos (-0,1 y -0,4 respectivamente), en marzo la misma fue de 0,9%, en abril de 1,2%, en mayo fue de 1,3% y, finalmente, en junio el crecimiento interanual fue de 1,5%. Como puede observarse en el gráfico N° 2, el aumento de la variación interanual de junio se debe a dos factores: por un lado, durante los últimos cinco meses la zona viene experimentando subas de su tasa y, por el otro, la comparación se realiza contra tasas más bajas.

CUADRO N° 2: VARIACIÓN INTERANUAL DE LAS TASAS DE OCUPACIÓN SEGÚN ZONA GEOGRÁFICA. ABRIL, MAYO Y JUNIO DE 2005

Tasa de ocupación									
Zonas	Abr-04	Abr-05	Variación Interanual (%)	May-04	May-05	Variación interanual (%)	Jun-04	Jun-05	Variación interanual (%)
Centro	92,9	95,2	2,5	93,4	95,1	1,8	93,1	95,3	2,4
Norte	96,3	96,3	0	96,9	96,9	0	97,4	97,1	-0,3
Sur	91,4	92,5	1,2	91,4	92,6	1,3	92	93,4	1,5
Oeste	94	94,3	0,3	94	94,2	0,2	94,2	94,4	0,2
Total	93,4	94,2	0,9	93,6	94,2	0,6	93,9	94,6	0,7

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-JUNIO 2005



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

En el último bimestre la tasa de ocupación comercial de la zona norte se encuentra recuperándose de la caída sufrida en el primer trimestre del año. En el mes de mayo se alcanzó una tasa de ocupación comercial de 97,1%.

El eje Triunvirato se distingue por la transformación en el rubro de los locales del eje al compás de la construcción de la nueva estación de subterráneos de la Línea B: la estación Echeverría. En el último trimestre mantuvo la tasa de ocupación comercial en 95,7%.

Por su parte, el eje Santa Fe posee una alta tasa de ocupación comercial (98%). Durante el último cuatrimestre Santa Fe, conservó la misma tasa de ocupación comercial pero esto no se traduce en un estancamiento de este eje, por el contrario, en el mes de junio se han abierto dos nuevos locales comerciales (uno de indumentaria masculina y otro

de indumentaria femenina) al tiempo que se ha producido el cierre de dos comercios (uno dedicado a la venta de lencería y una perfumería). Asimismo, el eje Recoleta obtuvo una tasa de ocupación de 95,5% siendo, de esta forma, el eje de menor tasa de ocupación de la zona a pesar del incremento en un punto porcentual en la tasa de ocupación respecto al mes anterior.

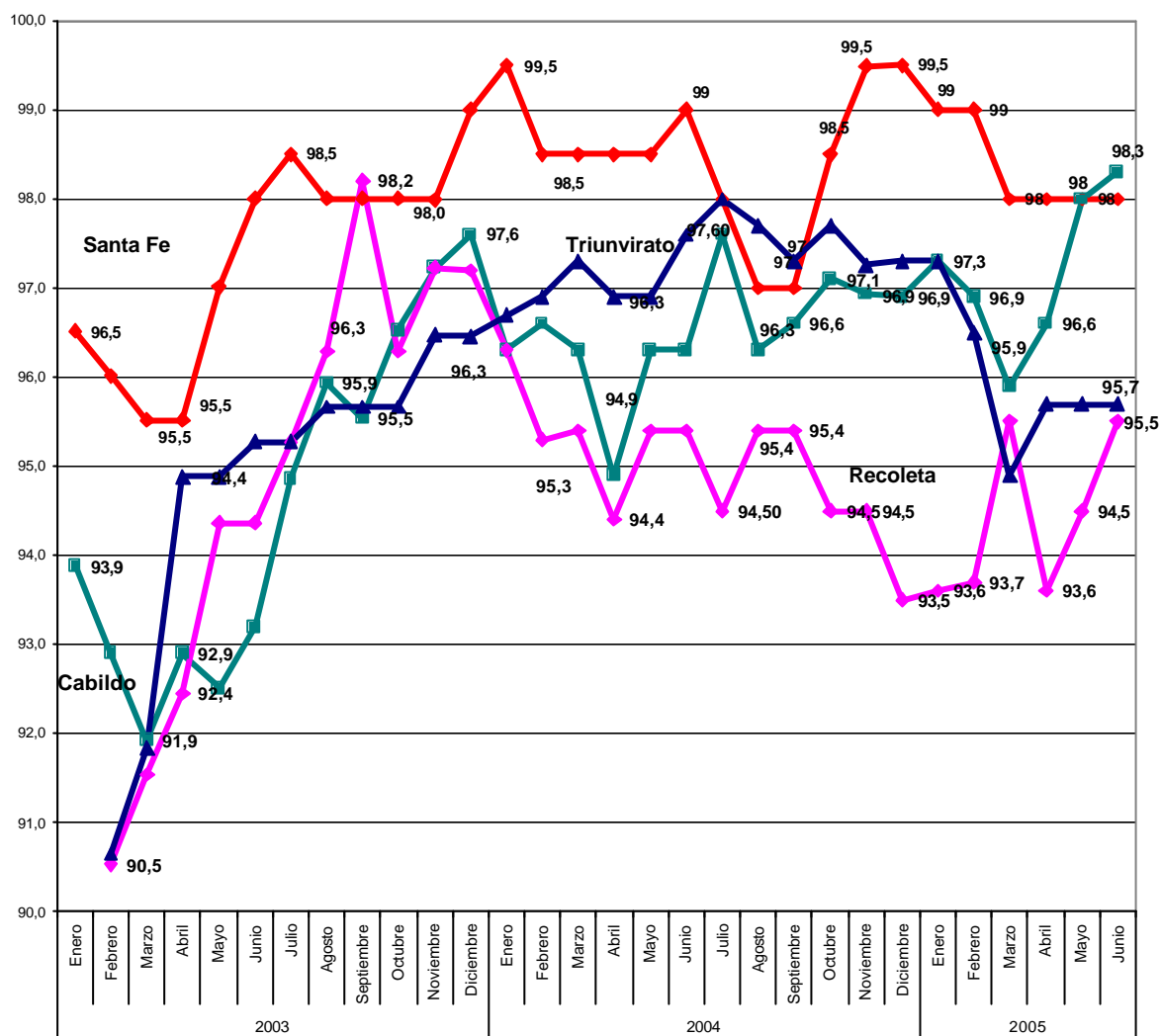
El eje ubicado sobre la Avenida Cabildo mostró el aumento de su tasa de ocupación en 0,3 puntos porcentuales tras la apertura de 2 nuevos locales comerciales, (uno de ellos es una perfumería y el otro se dedica a la venta de celulares) y el cierre de un local de indumentaria femenina, alcanzando de esta forma una tasa de 98,3%.

**CUADRO N°3: TASA DE OCUPACIÓN COMERCIAL EN LA ZONA NORTE
MARZO-JUNIO 2005**

Ejes	Densidad comercial (comercios por frente)	Tasa de ocupación marzo	Tasa de ocupación abril	Tasa de ocupación mayo	Tasa de ocupación junio	Diferencia intermensual mayo-junio (puntos porcentuales)
Triunvirato	15,9	94,9	95,7	95,7	95,7	0
Recoleta	6,8	95,5	93,6	94,5	95,5	1
Santa Fe	14,2	98	98	98	98	0
Cabildo	17,3	95,9	96,6	98	98,3	0,3
Total	13,6	96,1	96,3	96,9	97,1	0,2

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio

GRÁFICO N°3: VARIACIÓN DE LA TASA DE OCUPACIÓN EN LA ZONA NORTE DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES. ENERO 2003- JUNIO 2005.

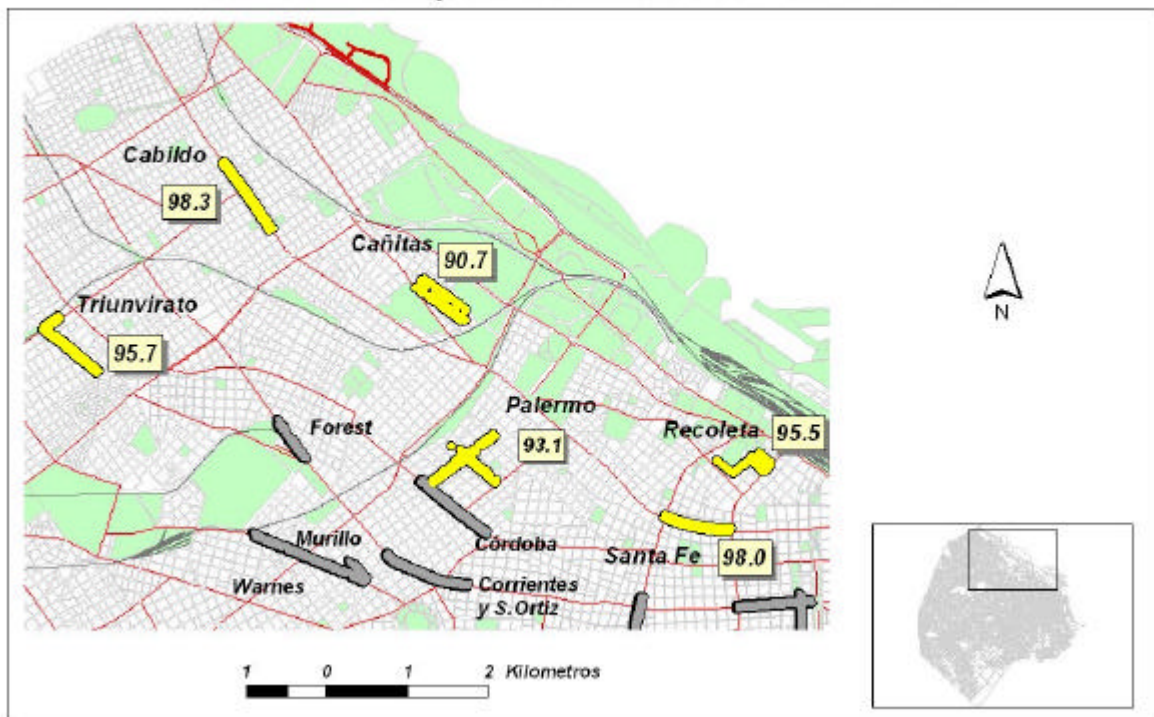


Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio

t

Mapa 2

Tasa de Ocupación Junio 2005-Zona Norte



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

Durante el relevamiento de junio, la zona centro obtuvo una tasa de ocupación comercial de 95,3% ascendiendo de esta forma 0,2 puntos porcentuales. Florida fue el único eje que experimentó en esta zona una caída en la tasa de ocupación comercial respecto al mes de mayo (-0,3 puntos porcentuales).

El eje Libertad obtuvo este mes una tasa de ocupación de 97,4%. Vale destacar que éste fue un eje que tradicionalmente se caracterizó por abruptas oscilaciones de su tasa de ocupación²; a partir de septiembre del año pasado ha experimentado un crecimiento de 3,6 puntos porcentuales. Asimismo, respecto al mes de mayo la tasa del eje Libertad creció 0,5 puntos porcentuales tras la apertura de dos locales -una joyería y una relojería- y el cierre de una joyería.

La tasa del eje Microcentro aumentó 0,7 puntos porcentuales.

En tanto, Corrientes y Callao fue el eje que durante el primer bimestre del año mostró el mayor crecimiento de la zona Centro. Sin embargo, a partir de marzo su ocupación comercial descendió 1,2 puntos porcentuales alcanzando en el mes de mayo una tasa de 96%. Esta tasa se mantuvo en el mes de junio.

El gráfico N° 4 muestra que, desde enero de 2003, Corrientes y Callao ha sido el eje de mayor crecimiento de la zona, aumentando 8,2 puntos porcentuales entre puntas. Ha sido más atenuado el crecimiento entre puntas de la tasa de Libertad (5,4 puntos porcentuales). Mientras que Florida, experimentó una leve alza entre puntas (su tasa comienza con 94,9% y cierra el período con 95%). Esta última tuvo, a partir de mayo de 2003, 10 meses seguidos de caída, la que se revirtió aceleradamente a partir de abril de 2004. En

² Este hecho está relacionado con que el eje está compuesto por locales de pequeño tamaño y bajo costo de alquiler, dedicados al rubro de joyería y relojería

noviembre de 2004 la ocupación llegó a su techo (97%), marcando un nuevo cambio de tendencia: desde ese momento hasta el presente informe la tasa descendió 2 puntos porcentuales. En este caso, el auge turístico revalorizó fuertemente las propiedades, incidiendo en la conducta de los

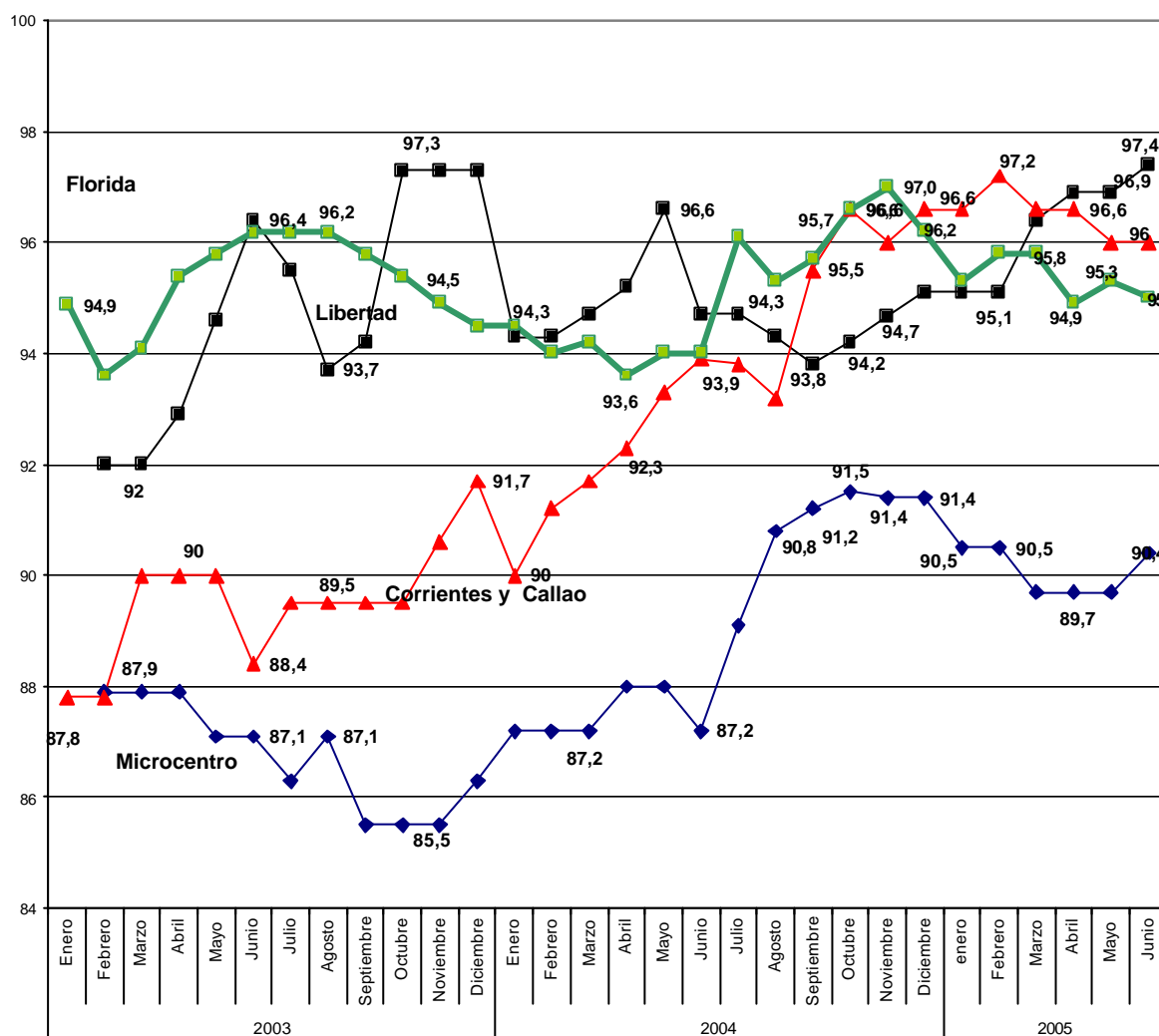
propietarios, que ahora buscan cerrar contratos a precios sustancialmente más elevados que los anteriores. Por su parte, durante todo el período analizado, la tasa de Microcentro logró un aumento de 2,5 puntos porcentuales.

CUADRO N° 4: TASAS DE OCUPACIÓN EN LA ZONA CENTRO MARZO-JUNIO DE 2005

Eje	Densidad comercial	Tasa de ocupación marzo	Tasa de ocupación abril	Tasa de ocupación mayo	Tasa de ocupación junio	Diferencia intermensual abril-mayo (puntos porcentuales)
Microcentro	5,8	89,7	89,7	89,7	90,4	0,7
Libertad	22,5	96,4	96,9	96,9	97,4	0,5
Corrientes y Callao	12,6	96,6	96,6	96	96	0
Florida	16,8	95,8	94,9	95,3	95	-0,3
TOTAL	13	95	95,1	95,1	95,3	0,2

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio

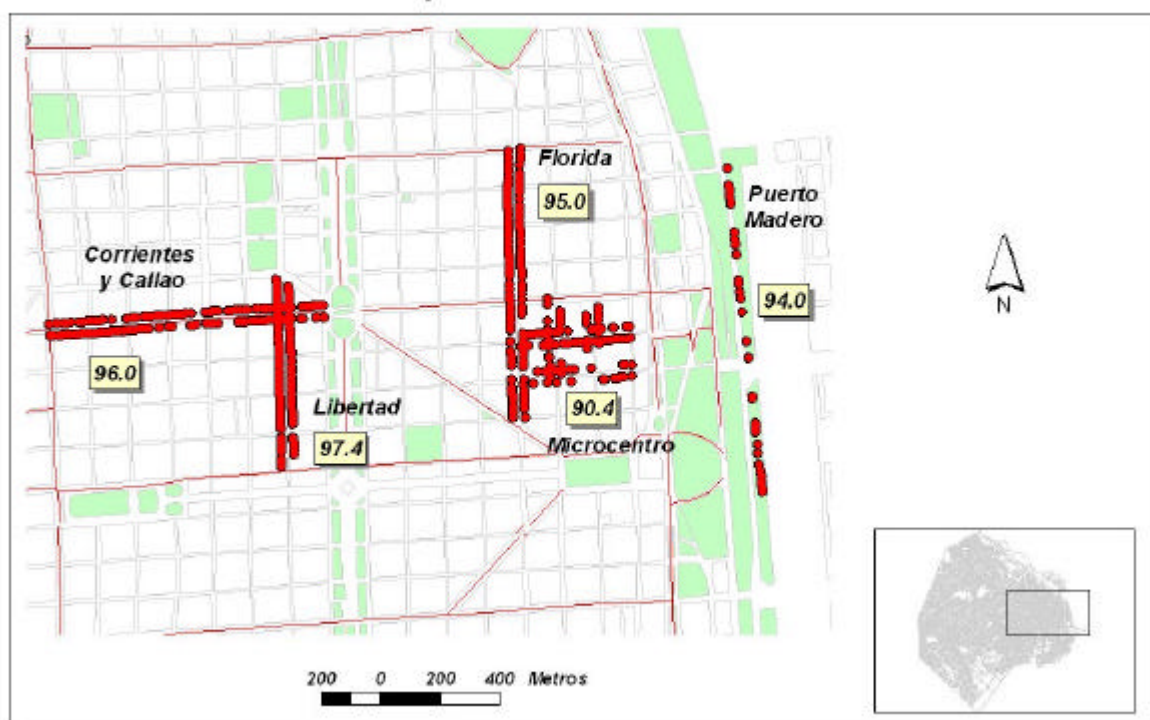
GRÁFICO N° 4: VARIACIÓN DE LA TASA DE OCUPACIÓN EN LA ZONA CENTRO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES. ENERO 2003-JUNIO DE 2005



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio

Mapa 3

Tasa de Ocupación Junio 2005-Zona Centro



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 zona Sur tradicionalmente ha presentado un panorama muy heterogéneo en lo referido a su ocupación comercial. Durante el mes de junio el eje Montes de Oca sufrió el descenso de su tasa de ocupación respecto al mes anterior en 0,8 puntos porcentuales tras el cierre de una perfumería. También se produjo el descenso de la tasa en los ejes Flores Sur y Av. Patricios (-0,6 y -0,1 puntos porcentuales respectivamente).

Un segundo grupo de ejes no experimentaron cambios en la tasa de ocupación, los mismos son: Defensa, Villa Lugano y Alberdi.

Por otro lado, los ejes que redujeron la proporción de locales vacíos fueron: Parque Patricios, Constitución, Mataderos y Sáenz. En el eje Parque

Patricios se produjo la apertura de dos locales de indumentaria y de un local dedicado a la venta de calzado, asimismo cerraron una heladería y una casa de regalos, esto produjo el alza de la tasa de ocupación en 0,5 puntos porcentuales.

Por su parte, en el eje Constitución abrieron sus puertas dos locales de indumentaria y un local que ofrece créditos para el consumo, de esta forma este eje alcanzó una tasa de ocupación de 92,4%.

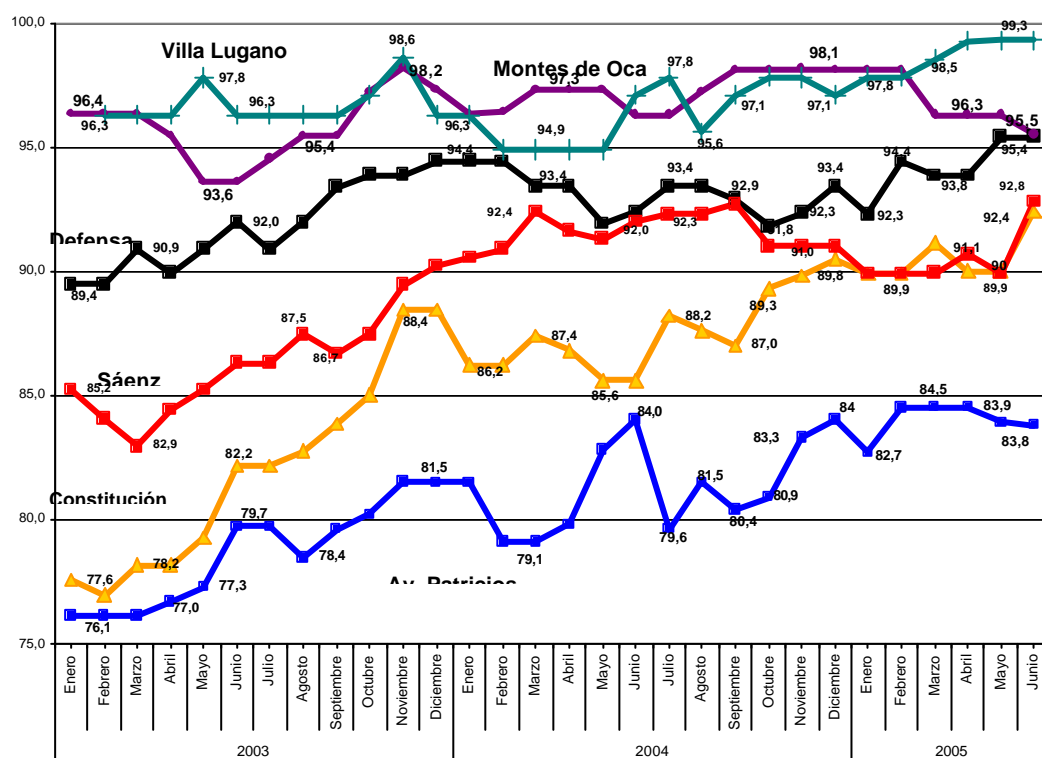
Finalmente, Mataderos y Sáenz incrementaron la tasa en 1,4 y 2,9 puntos porcentuales respectivamente.

CUADRO N° 5: TASAS DE OCUPACIÓN COMERCIAL EN LA ZONA SUR - MARZO-JUNIO 2005

Eje	Densidad comercial (comercios por frente)	Tasa de ocupación Marzo	Tasa de ocupación abril	Tasa de ocupación mayo	Tasa de ocupación junio	Diferencia intermensual (en puntos porcentuales)
Parque Patricios	14,7	94,2	94,7	94,7	95,2	0,5
Defensa	12,3	93,8	93,8	95,4	95,4	0
Constitución	18,6	91,1	90,0	90,0	92,4	2,4
Montes de Oca	6,8	96,3	96,3	96,3	95,5	-0,8
Flores sur	18,9	93,3	94,0	94	93,4	-0,6
Mataderos	14,3	91,6	91,6	91,6	93	1,4
Villa Lugano	13,6	98,5	99,3	99,3	99,3	0
Av. Patricios	9,8	84,5	84,5	83,9	83,8	-0,1
Sáenz	16,8	89,9	90,7	89,9	92,8	2,9
Alberdi	10,9	93,4	93,4	94	94	0
Total	15,4	92,3	92,5	92,6	93,4	0,8

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio.

GRÁFICO N° 5: VARIACIÓN DE LA TASA DE OCUPACIÓN EN LA ZONA SUR DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES, ENERO 2003 - JUNIO 2005.



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 del indicador en algunos de los ejes de la zona Sur, cuya principal característica -como ya se ha dicho- es la heterogeneidad.

La tasa ha tendido a aumentar mucho más acentuadamente en los ejes con menor nivel de ocupación: en Avenida Patricios la suba entre puntas fue de 7,7 puntos porcentuales, mientras que en Constitución el ascenso fue de 14,8 puntos porcentuales.

Entre puntas, el eje Montes de Oca sufrió el descenso de su tasa de ocupación en 0,8 puntos porcentuales. Asimismo, Villa Lugano, que al iniciarse el relevamiento tenía una alta tasa de ocupación comercial, incrementó la misma en 3 puntos porcentuales (de 96,3 % a 99,3%). Este eje posee la tasa de ocupación comercial más alta de los ejes relevados de la Ciudad.

Por su parte, el eje Defensa ubicado en una zona beneficiada por el aumento del turismo que se vivió durante el período-, 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 este año. Alcanzó en el mes de mayo un incremento entre puntas de 6 puntos porcentuales.

En tanto, el eje de la Av. Sáenz mostró un cambio de tendencia similar al de Defensa. Durante 2003 experimentó un crecimiento (5 puntos porcentuales) que no se vio continuado al año siguiente (cuando creció apenas 0,5 puntos porcentuales). Este eje muestra a lo largo de 2005 un estancamiento en la tasa de ocupación en 89,9% interrumpido en abril cuando la tasa alcanzó 90,7%, retornando a 89,9% en mayo. En el último relevamiento realizado en el mes de junio la tasa de ocupación alcanzó 92,8% observándose entre puntas un incremento de la tasa de ocupación en 7.6 puntos porcentuales.



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

Al igual que en el Sur, la zona Oeste presenta una gran cantidad de ejes (13) con una importante dispersión geográfica y diversidad en los perfiles socioeconómicos a los que apuntan.

Durante el mes de junio la zona oeste experimentó el aumento de su tasa de ocupación de 0,2 puntos porcentuales respecto al mes anterior, alcanzando de esta forma un nivel de 94,4%.

Los cambios positivos del período (ver cuadro N° 5) se produjeron en los ejes: Belgrano (0,5 puntos

porcentuales), Caballito (0,7 puntos porcentuales), Córdoba (1,7 puntos porcentuales), Flores (0,1 puntos porcentuales), Forest (0,1 puntos porcentuales), Warnes (1,1 puntos porcentuales), Cuenca (0,4 puntos porcentuales), Liniers (0,5 puntos porcentuales) y Murillo (0,3 puntos porcentuales).

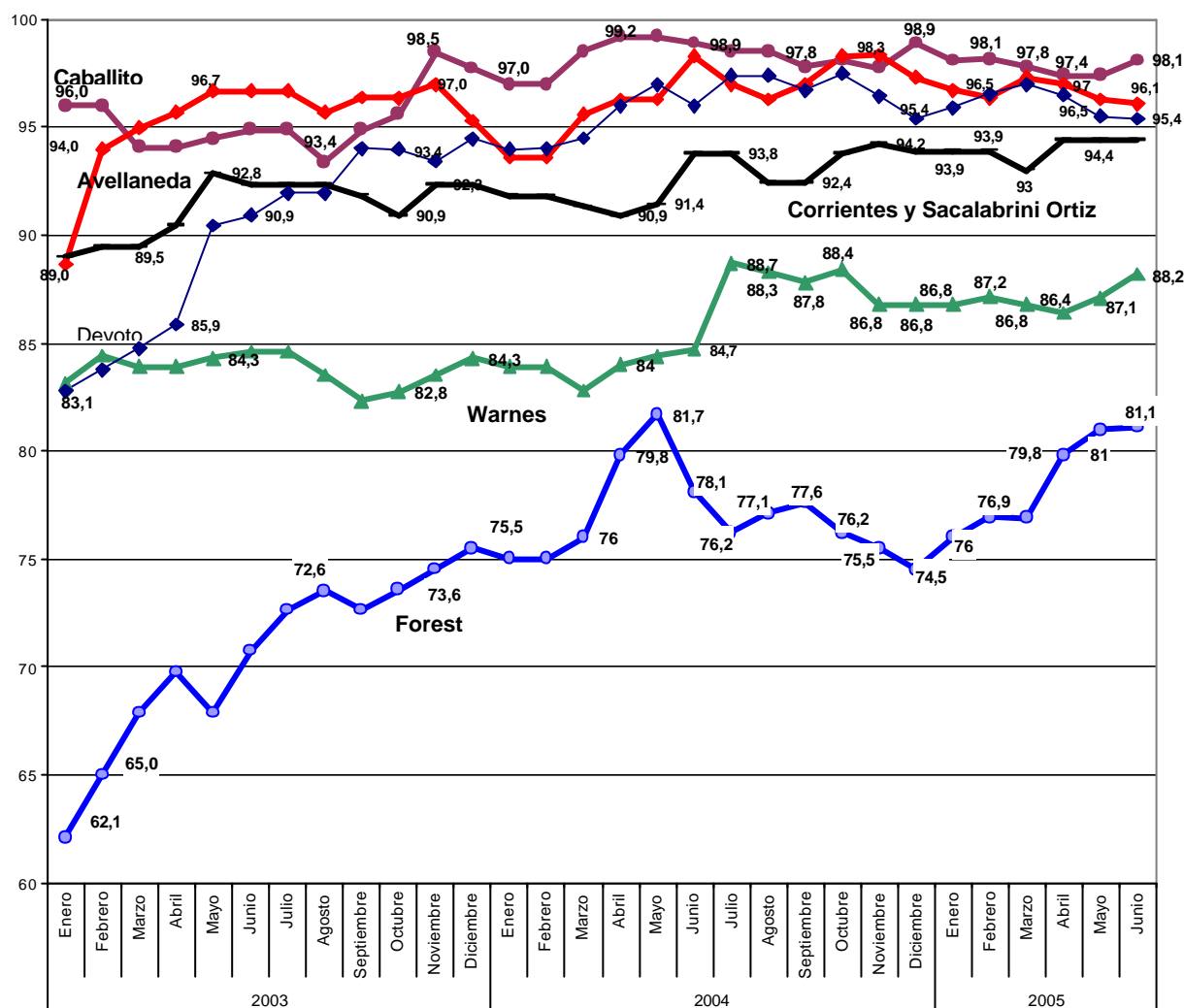
Por su parte, el eje Corrientes y Scalabrini Ortiz se mantuvo sin cambios como en los últimos dos meses. Los descensos en la tasa de ocupación comercial se han producido en Devoto, Avellaneda y Pueyrredón.

CUADRO N° 6: TASAS DE OCUPACIÓN EN LA ZONA OESTE -FEBRERO - JUNIO 2005

Ejes	Densidad comercial (comercios por frente)	Tasa de ocupación Marzo	Tasa de ocupación abril	Tasa de ocupación mayo	Tasa de ocupación junio	Diferencia intermensual (en puntos porcentuales)
Belgrano	20,9	96,2	97,1	97,1	97,6	0,5
Caballito	12,8	97,8	97,4	97,4	98,1	0,7
Córdoba	12,8	95,2	95,2	95,2	96,9	1,7
Flores	15,9	95,0	94,7	94,4	94,5	0,1
Pueyrredón	20,9	96,5	97,4	97,4	95,7	-1,7
Forest	13,3	76,9	79,8	81	81,1	0,1
Avellaneda	25,1	97,3	97,0	96,3	96,1	-0,2
Warnes	12	86,8	86,4	87,1	88,2	1,1
Cuenca	16,6	97,4	97,3	97,3	97,7	0,4
Devoto	16,4	97,0	96,5	95,5	95,4	-0,1
Liniers	16,8	88,1	89,1	88,6	89,1	0,5
Corrientes y Scalabrini Ortiz	13,3	93,0	94,4	94,4	94,4	0
Murillo	5	100,0	100,0	96,7	97	0,3
TOTAL	15,4	94,1	94,3	94,2	94,4	0,2

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 DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES, ENERO 2003-JUNIO 2005.



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.

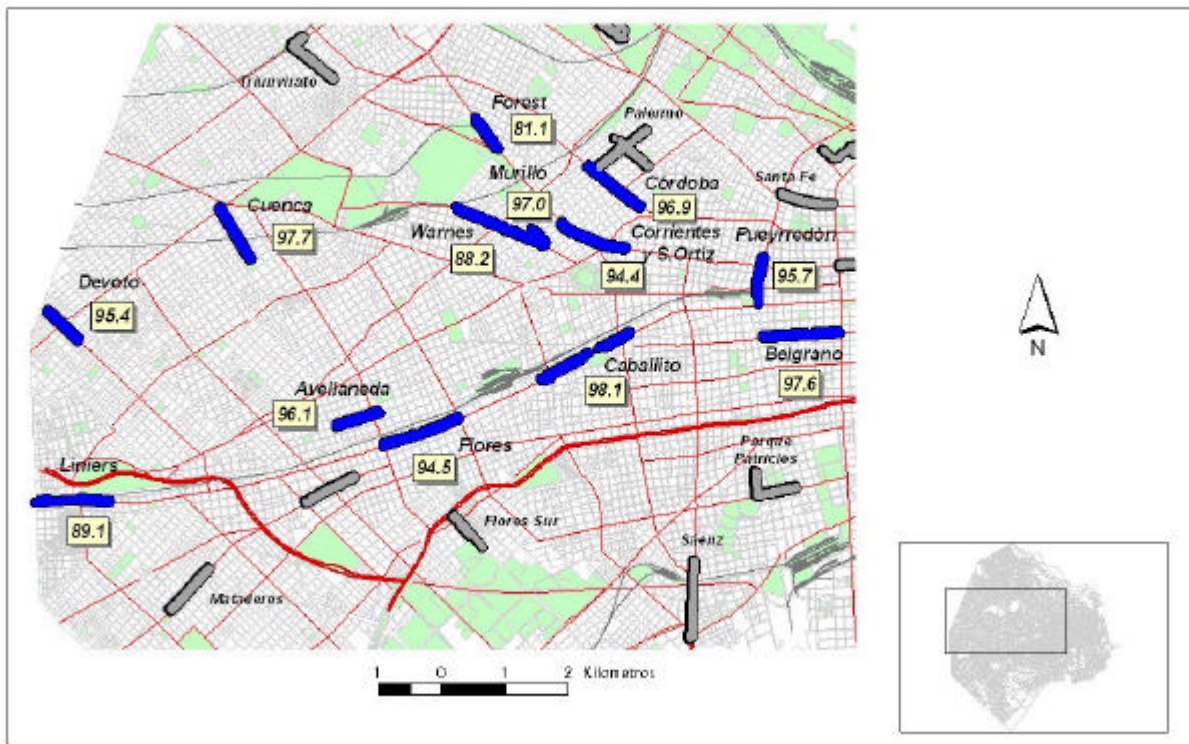
El eje Caballito obtuvo en el mes de junio una tasa de ocupación de 98,1%. Desde enero de 2003 la tasa de ocupación comercial aumentó 2,1 puntos porcentuales.

Por su parte, el eje Devoto ha interrumpido el crecimiento que sostuvo desde el mes de diciembre de 2004 hasta marzo de este año, produciéndose desde entonces la caída ininterrumpida de la tasa de ocupación. En el mes de junio la tasa de ocupación fue de 95,4%.

El eje Warnes obtuvo en junio una tasa de 88,2% aumentando 1,1 puntos porcentuales respecto a mayo lo que se traduce en un incremento de 5,1 puntos porcentuales entre puntas del período analizado.

El eje comercial que se destaca en la zona Oeste es, sin lugar a dudas Forest que desde enero de 2005 experimenta el crecimiento de su tasa alcanzando en el mes de junio una tasa de ocupación de 81,1%, el mayor crecimiento comenzó a producirse, al igual que los años anteriores, con la llegada del otoño ya que este eje es temático y su rubro predominante es la venta de camperas. Entre puntas este eje aumentó la tasa en 19 puntos porcentuales.

Tasa de Ocupación Junio 2005-Zona Oeste



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio

3. NUEVOS EJES COMERCIALES RELEVADOS

A partir del informe de marzo se agregaron 3 ejes más a los 31 que se venían analizando: Palermo, Puerto Madero y Las Cañitas. Más allá de sus particularidades, las 3 zonas experimentaron un importante crecimiento a lo largo de la década pasada, desarrollando una gran oferta gastronómica (en el caso de Palermo se observan también locales de diseño e indumentaria), acompañada de un desarrollo inmobiliario y comercial.

Se considera a Las Cañitas como la zona comprendida entre la Av. Dorrego, la Av. del Libertador, J. Newbery y la Av. Luis María Campos. Entre los años 1994 y 2004 esta porción de la ciudad experimentó 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 presentará en los informes, se seleccionaron dos calles: Báez y Arce (entre Arguibel hasta J. Newbery). Para el relevamiento de marzo se detectaron 119 locales, de los cuales 5 estaban vacíos, alcanzando una tasa de ocupación de 95,8%.

En junio, la tasa cayó 5,1 puntos porcentuales. Vale destacar que el 31,9% de los comercios relevados pertenecen al rubro gastronómico.

La zona de Puerto Madero -delimitada por las calles Eduardo Madero, Ingeniero Huergo, R. De Delleplane y Giral 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, acompañada 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%) pertenecía 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 Delleplane. El relevamiento realizado durante marzo detectó 70 locales, con una tasa de ocupación de 92,9%, esta tasa se mantuvo en abril mientras que en junio la tasa de ocupación se elevó a 94%.

Por su parte, 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 los dos ejes ya mencionados, 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. Repitiendo el esquema visto en Cañitas, el sector de mayor crecimiento 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 mayo la tasa de ocupación llegó a 94,7%, mientras que en junio la tasa cayó a 93,1%. En esta muestra el rubro venta de indumentaria es el más numeroso (40 locales, 27,4%), seguido por los locales gastronómicos (35 locales, 24%).

CUADRO N° 7: TASA DE OCUPACIÓN DE PALERMO, LAS CAÑITAS Y PUERTO MADERO -MARZO-JUNIO DE 2005

Ejes	Tasa de ocupación marzo	Tasa de ocupación abril	Tasa de ocupación mayo	Tasa de ocupación junio	Diferencia intermensual (marzo-abril)
Palermo	96,1	95,4	94,7	93,1	-0,7
Puerto Madero	92,9	92,9	94,1	94	0,1
Las Cañitas	95,8	95,8	95,8	90,7	5,1

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio

4. 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 junio se relevaron 1.844 locales en 10 ejes temáticos, de los cuales el 65% de los comercios reconocidos pertenecen al rubro principal del eje correspondiente. Asimismo, 120 locales en estos ejes se encuentran cerrados, por lo tanto, la tasa de ocupación fue de los ejes temáticos fue de 93,9%, es decir, 0,5 puntos porcentuales más que el mes anterior.

La tasa de ocupación de 8 de los 10 ejes temáticos relevados supera el 90%. El eje que mayor tasa de ocupación posee es Belgrano, que registra 97,6% de los locales relevados ocupados. Este eje que tiene como rubro predominante la venta de muebles aumentó su tasa de ocupación respecto al mes anterior en 0,5 puntos porcentuales. Belgrano tiene un alto porcentaje de locales dedicados a la venta de muebles (71,7%).

El eje Libertad obtuvo en este mes una tasa de 97,4%, incrementándose la tasa respecto al mes anterior en 0,5 puntos porcentuales. Este eje posee un altísimo porcentaje de locales dedicados a la venta de joyería, relojería y audio (83,7%).

Por su parte, el eje Murillo que se dedica especialmente la venta de indumentaria de cuero también obtuvo el aumento en la tasa de ocupación respecto a mayo. En este eje, el 81,8% de los locales se dedican a la actividad principal del eje.

La Avenida Córdoba registró una ocupación de 96,9%, siendo de esta forma, el eje de mayor incremento intermensual -aumentó su tasa 1,7 puntos porcentuales respecto al mes anterior. Este eje posee una aglomeración de locales temáticos

dedicados a la venta de indumentaria de 63,7%. Junto con Avellaneda y Murillo, son los tres nodos temáticos con tasas de ocupación superiores al 96%, que tienen como rasgo común la venta de indumentaria. Este dato parece estar ligado al buen momento por el que atraviesa el segmento comercial, acompañado por la recuperación que viene experimentando la actividad textil y de confección (al respecto, ver Informe Económico Mensual de la Ciudad de Buenos Aires).

En tanto, el eje Avellaneda que se especializa en la venta de indumentaria y que posee la mayor aglomeración temática de los ejes relevados: 90,1%. presentó un descenso en su tasa de ocupación respecto al mes anterior de 0,2 puntos porcentuales alcanzando en el mes de junio una tasa de ocupación de 96,1%.

En tanto, el eje Defensa alcanzó en junio una tasa de ocupación de 95,4%, es decir, que mantuvo la tasa del mes anterior.

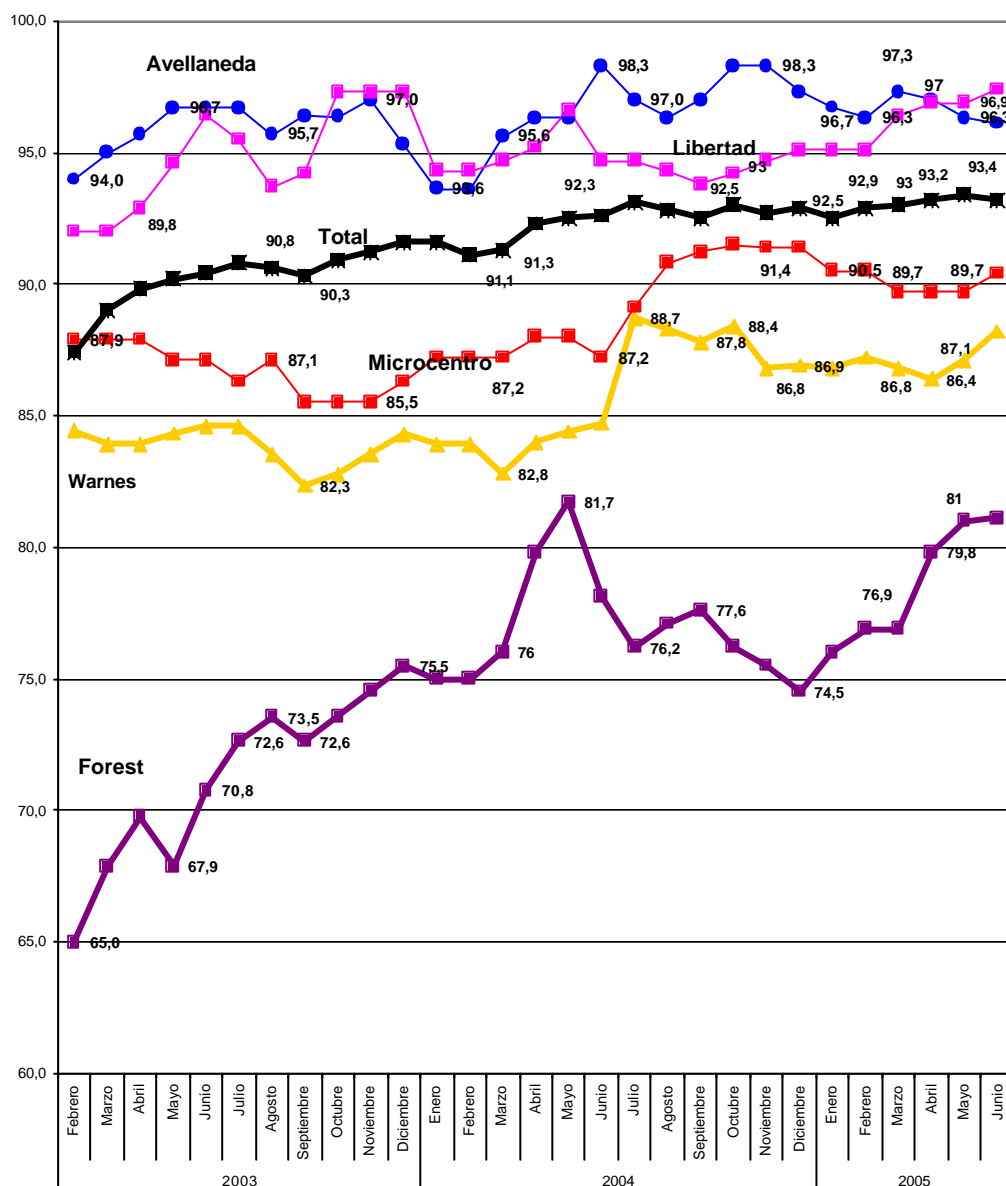
Las tasas de ocupación inferiores al 90% corresponden a los ejes Warnes (88,2%) y Forest (81,1%). El eje Warnes registra un 69,1% de comercios dedicados a la actividad predominante (servicios para el automotor), en tanto que Forest, volvió a mostrar este mes la tasa de ocupación mas baja de los 10 ejes temáticos, como así también el porcentaje mas bajo de aglomeración de locales del mismo rubro (30,1%).

CUADRO N° 8: VARIACIÓN DE LA TASA DE OCUPACIÓN SEGÚN ÁREAS COMERCIALES TEMÁTICAS- ABRIL -JUNIO DE 2005

	Locales relevados junio	Vacantes junio	Temáticos junio		Tasa de ocupación abril	Tasa de ocupación mayo	Tasa de ocupación junio	Variación intermensual
			Locales	Locales (%)	(%)	(%)	(%)	(puntos porcentuales)
Córdoba (Indumentaria)	229	7	146	63,7	95,2	95,2	96,9	1,7
Murillo (Indumentaria/cuero)	33	1	27	81,8	100	96,7	97	0,3
Avellaneda (Indumentaria)	306	12	276	90,1	97	96,3	96,1	-0,2
Belgrano (Muebles)	209	5	150	71,7	97,1	97,1	97,6	0,5
Libertad (Joyería, audio y relojería)	228	6	191	83,7	96,9	96,9	97,4	0,5
Alberdi (Materiales para la construcción)	151	9	75	49,6	93,4	94	94	0
Defensa (antigüedades)	195	9	70	35,8	93,8	95,4	95,4	0
Microcentro (Actividad bancaria)	115	11	45	39,1	89,7	89,7	90,4	0,7
Warnes (Servicios para el automóvil)	272	32	188	69,1	86,4	87,1	88,2	1,1
Forest (Camperas)	106	20	32	30,1	79,8	81	81,1	0,1
TOTAL	1844	112	1200	65,0	93,2	93,4	93,9	0,5

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio

GRÁFICO N° 7: VARIACIÓN DE LA TASA DE OCUPACIÓN EN LOS EJES TEMÁTICOS DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES, FEBRERO 2003-JUNIO 2005.



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio

5. APERTURAS Y CIERRES DE LOCALES COMERCIALES

El relevamiento realizado para el mes de mayo en los 34 ejes comerciales nos permite acceder a datos actualizados acerca de la dinámica de aperturas y cierres de los locales comerciales comprendidos en la muestra obtenida.

El estudio efectuado sobre la base del relevamiento arrojó los siguientes resultados: se registraron 57 aperturas en los 34 ejes comerciales, 15 en la zona Sur, 26 en la zona Oeste, 14 en la zona Norte y 2 en el Centro.

Cabe destacar que el tipo de rubro que predominó en las aperturas de este mes fue indumentaria. El

36,8% de los locales que abrieron sus puertas, se dedican a la venta de indumentaria (21 locales).

Por su parte, se produjo el cierre de 33 locales. El 30,3% de los cuales que cerraron sus puertas están vinculados a la venta de indumentaria -10 locales-.

Al realizar el análisis por zonas de los comercios que cerraron en el mes de mayo, se observan 17 casos en la zona Sur, 13 en la zona Oeste, 1 en la zona Centro y 12 en la zona Norte.

CUADRO N° 9: APERTURAS DE JUNIO DE 2005

Eje	Dirección	Número	Actividad	Zona
Alberdi	Alberdi	4068	Vta. de puertas	Sur
Av.Patricios	Patricios	457	Peluquería	Sur
Av.Patricios	Patricios	562	Rotisería	Sur
Caballito	Rivadavia	5245	Óptica	Oeste
Caballito	Rivadavia	4409	Vta de celulares	Oeste
Caballito	Rivadavia	5409	Vta. de control remoto	Oeste
Caballito	Rivadavia	5500	Artículos de electrónica	Oeste
Caballito	Rivadavia	4600	Servicios públicos	Oeste
Cabildo	Cabildo	2425	Perfumería	Norte
Cabildo	cabildo	2591	Vta de celulares	Norte
Constitución	Salta	1742	Indumentaria general	Sur
Constitución	Brasil	1192	Créditos para el consumo	Sur
Constitución	Brasil	1250	Indumentaria niños	Sur
Córdoba	Córdoba	4264	Indumentaria femenina	Oeste
Córdoba	Córdoba	4786	Indumentaria masculina	Oeste
Corrientes y Scalabrini Ortiz	Corrientes	4673	Perfumería	Oeste
Cuenca	Cuenca	3193	Lencería	Oeste
Cuenca	Cuenca	3201	Indumentaria niños	Oeste
Devoto	Lope de Vega	2929	Agencia de viajes	Oeste
Devoto	Lope de vega	3006	Indumentaria General	Oeste
Devoto	Lope de Vega	3365	Indumentaria Femenina	Oeste
Devoto	Lope de Vega	3352	Indumentaria niños	Oeste
Flores	Rivadavia	6835	Vta de calzado	Oeste

Flores	Rivadavia	7098	Dietética	Oeste
Flores	Rivadavia	7336	Perfumería	Oeste
Flores	Rivadavia	6549	Vta de ropa deportiva	Oeste
Florida	florida	766	Venta de discos	Norte
Forest	forest	336	Camperas	Oeste
Libertad	Libertad	211	Joyería	Centro
Libertad	Libertad	286	Relojería	Centro
Liniers	Rivadavia	11238	Sedería	Oeste
Liniers	Rivadavia	10864	Vivero	Oeste
Liniers	Rivadavia	11096	Pañalera	Oeste
Mataderos	Alberdi	5625	Galletitería	Sur
Mataderos	Alberdi	5907	Indumentaria femenina	Sur
Murillo	murillo	626	Ropa de cuero	Oeste
Palermo	Serrano	1395	Kiosco	Norte
Palermo	Serrano	1499	Indumentaria Femenina	Norte
Palermo	Serrano	1772	Indumentaria	Norte
Palermo	Serrano	1766	Bar	Norte
Palermo	Serrano	2003	Catering alimentos	Norte
Palermo	Serrano	2055	Bar-Resto	Norte
Palermo	El Salvador	4605	Vta. de Calzado	Norte
Parque Patricios	Caseros	2628	Indumentaria general	Sur
Parque Patricios	Caseros	2718	Indumentaria femenina	Sur
Parque Patricios	Caseros	2744	Vta. de calzado	Sur
Recoleta	Vicente López	2180	Ropa de cuero	Norte
Sáenz	Sáenz	904	Coches para bebes	Sur
Sáenz	Sáenz	931	Kiosco	Sur
Sáenz	Sáenz	1275	Farmacia	Sur
Santa fe	Santa Fe	2087	Indumentaria Masculina	Norte
Santa fe	Santa Fe	2256	Indumentaria femenina	Norte
Triunvirato	Triunvirato	4260	Indumentaria deportiva	Norte
Villa Lugano	Chilavert	6631	Indumentaria Masculina	Sur
Warnes	Warnes	678	Gomería	Oeste
Warnes	Warnes	1305	Partes, piezas ya accesorios para el automotor	Oeste
Warnes	Warnes	1503	Partes, piezas y accesorios para el automotor	Oeste

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio

CUADRO N° 10: CIERRES DE JUNIO DE 2005

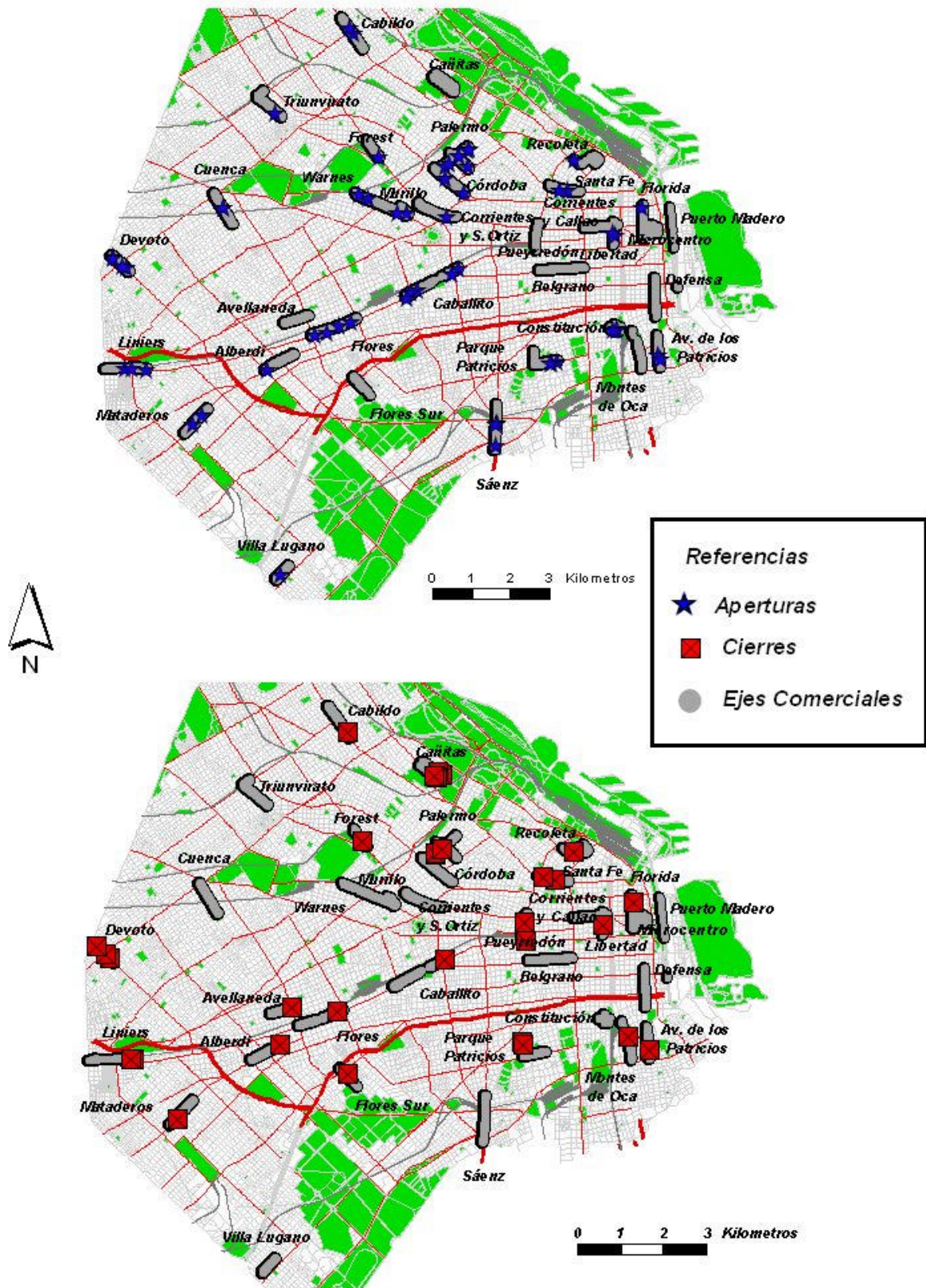
Eje	Dirección	Número	Actividad	Zonas
Alberdi	Alberdi	3451	Vta de muebles	Sur
Av. Patricios	Patricios	566	Peluquería	Sur

Avellaneda	Avellaneda	2902	Panchería	Oeste
Caballito	Rivadavia	4457	Heladería	Oeste
Cabildo	Cabildo	2143	Indumentaria femenina	Norte
Devoto	Lope de Vega	2936	Regalería	Oeste
Devoto	Lope de Vega	3046	Casa de marcos	Oeste
Devoto	Lope de Vega	3392	Indumentaria general	Oeste
Flores	Rivadavia	6569	Vta de calzado	Oeste
Flores Sur	Varela	1170	Bijou	Sur
Florida	Florida	639	Ropa de cuero	Norte
Forest	Forest	408	Casa de juego	Oeste
Las Cañitas	Arce	277	Indumentaria femenina	Norte
Las Cañitas	Arce	375	Parrilla	Norte
Las Cañitas	Báez	340	Bar	Norte
Las Cañitas	Báez	390	Restaurante	Norte
Libertad	Libertad	226	Joyería	Centro
Liniers	Rivadavia	10813	Tattoo	Oeste
Liniers	Rivadavia	10859	Yesería	Oeste
Mataderos	Alberdi	5982	Indumentaria masculina	Sur
Montes de Oca	Montes de Oca	308	Perfumería	Sur
Palermo	Serrano	1433	Indumentaria	Norte
Palermo	Serrano	1451	Accesorios	Norte
Palermo	Serrano	1631	Bar	Norte
Parque Patricios	La Rioja	1911	Heladería	Sur
Parque Patricios	La Rioja	1968	Regalería	Sur
Pueyrredón	Pueyrredón	101	Indumentaria niños	Oeste
Pueyrredón	Pueyrredón	338	Farmacia	Oeste
Pueyrredón	Pueyrredón	392	Indumentaria general	Oeste
Pueyrredón	Pueyrredón	5	Indumentaria masculina	Oeste
Recoleta	Junín	1763	Restaurante	Norte
Santa Fe	Santa Fe	2116	Lencería	Norte
Santa Fe	Santa Fe	2380	Perfumería	Norte

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio

Mapa 6

Aperturas y Cierres de Locales Comerciales Junio 2005



Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio

6. ANÁLISIS DE LA ACTIVIDAD DE LOS LOCALES COMERCIALES

De los 5905 locales relevados en junio, el 25,11% (1.483 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 (8,76%).

El segundo rubro en importancia general corresponde a "Venta de muebles y artículos para el hogar y la oficina" con 8,08% (477 locales). El rubro "Venta de calzado, cuero y marroquinería" figura tercero con

el 7,32% (432 locales) seguido por el ítem "Restaurantes, bares, cafés y casa de comida" (6,79%) que agrupa a 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 6,42%, dentro del cual se destacan los supermercados, despensas y autoservicios, las panaderías y las heladerías.

CUADRO N° 11: LOCALES COMERCIALES SEGÚN ACTIVIDAD JUNIO DE 2005

Locales según rubro comercial Junio de 2005	
Prendas de vestir y artículos textiles para el hogar	25,11%
Venta de muebles y artículos para el hogar y la oficina	8,08%
Venta de calzado, cuero, marroquinería, paraguas y similares	7,32%
Restaurantes, bares, cafés y casas de comida	6,79%
Venta de alimentos y bebidas	6,42%
Relojería, joyería y fantasía	5,35%
Venta de golosinas, cigarrillos y tabaco	4,22%
Venta, mantenimiento y reparación de vehículos automotores y motocicletas; venta al por menor de combustibles para vehículos automotores	4,01%
Farmacias, medicinas, cosméticos, artículos de tocador y peluquería	3,61%
Actividad financiera	3,59%
Venta por menor de ferretería, pinturas, cristales y espejos, materiales para la construcción y decoración	3,40%
Servicios comunitarios, sociales, personales, culturales y salud	3,10%
Bazar, todo por \$2, accesorios, etc	2,68%
Locutorio, servicio de Internet, correo	2,51%
Otras venta al por menor en comercios especializados	1,81%
Servicios de peluquería y tratamiento de belleza	1,80%
Servicios empresariales e inmobiliarios y de alquiler	1,71%
Libros, revistas, artículos de librería papel y cartón	1,68%
Fotografía y óptica	1,57%
Venta de artículos usados y antigüedades	1,46%
Servicios relacionados al transporte	1,32%
Venta al por menor de instrumentos musicales, cassetes, discos y CD de audio y video	0,78%
Servicios de salud	0,49%
Lavado y limpieza de prendas de tela y cuero	0,39%
Establecimientos educativos	0,24%
Otros	0,25%
Servicios para el mantenimiento físico-corporal	0,14%
Servicios de hotelería	0,15%
Servicios públicos	0,03%
	100,00%

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, GCBA, en base a relevamiento propio

7. 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.

Para este informe, se realizó un re-encasillamiento de las actividades de los locales, que permite realizar un análisis más completo y exhaustivo de el tipo de comercios, así como de los cambios de rubros que se producen en los mismos.

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 -

Anexo Ejes Comerciales Julio 2005

Locales según rubro comercial Junio de 2005

Prendas de vestir y artículos textiles para el hogar	1483	25,11%
Indumentaria femenina	517	8,76%
Indumentaria mixta	353	5,98%
Indumentaria masculina	172	2,91%
Lencería, ropa interior y trajes de baño	127	2,15%
Indumentaria infantil	128	2,17%
Indumentaria deportiva	77	1,30%
Blancos	45	0,76%
Sedería	25	0,42%
Mercería	21	0,36%
Venta de alfombras	7	0,12%
venta de lana	5	0,08%
Indumentaria de trabajo	6	0,10%
Venta de muebles y artículos para el hogar y la oficina	477	8,08%
Venta de muebles para el hogar y la oficina	224	3,79%
Electrodomésticos	91	1,54%
Venta de celulares	66	1,12%
Insumos de computación	26	0,44%
Venta de colchones	27	0,46%
Artículos de iluminación	23	0,39%
Casa de marcos	7	0,12%
Máquinas de coser	5	0,08%
Cristales y espejos	5	0,08%
Otros no especificados (venta de cajas fuertes y ventas	3	0,05%
Venta de calzado, cuero, marroquinería, paraguas	432	7,32%
Calzado para el hombre y la mujer	259	4,39%
Marroquinería en general	53	0,90%
Ropa de cuero y pieles	48	0,81%
Carteras y cinturones (ropa de cuero + cinturones)	17	0,29%
Artesanías y artículos regionales	16	0,27%
Calzado femenino	36	0,61%
Calzado para niños	1	0,02%
Calzado masculino	2	0,03%
Restaurantes, bares, cafés y casas de comida	401	6,79%
Cafés, bares y pubs	151	2,56%
Pizzería y empanadería	97	1,64%
Restaurantes	90	1,52%
Hamburguesería	33	0,56%
Parrilla al paso	15	0,25%
Panchería	9	0,15%
Rotisería	4	0,07%
Venta de otras comidas rápidas	2	0,03%
Venta de alimentos y bebidas	379	6,42%
Supermercado, despensa y autoservicio	78	1,32%
Panadería	72	1,22%
Heladería	51	0,86%
Frutería y verdulería	35	0,59%
Carnicería	24	0,41%
Quesería, fiambrería y lacteos	22	0,37%
Dietética	17	0,29%
Venta de pastas frescas	19	0,32%
Productos de granja	22	0,37%
Bombonería-Galletitería	16	0,27%
Pescadería	10	0,17%
Sandwichería	8	0,14%

Vinería y licorería	4	0,07%
Soda	1	0,02%
Relojería, joyería y fantasía	316	5,35%
Joyería	185	3,13%
Relojería	73	1,24%
Bijou	58	0,98%
Farmacias, medicinas, cosméticos, artículos de tocador y peluquería	213	3,61%
Farmacia	118	2,00%
Perfumería	76	1,29%
Artículos ortopédicos	8	0,14%
Artículos para peluquerías	6	0,10%
Pañalera	4	0,07%
Herboristería	1	0,02%
Venta de golosinas, cigarrillos y tabaco	249	4,22%
Kiosco y maxikiosco	239	4,05%
Mayorista de golosinas	8	0,14%
Venta de tabaco	2	0,03%
Venta, mantenimiento y reparación de vehículos automotores y motocicletas; venta al por menor de combustibles para vehículos automotores	237	4,01%
Venta de partes, piezas y accesorios	173	2,93%
Taller mecánico	23	0,39%
Venta de automóviles y motos	13	0,22%
Estación de servicio	10	0,17%
Venta de cubiertas y cámaras	14	0,24%
Taxi-reloj	2	0,03%
Lavadero de autos	2	0,03%
Actividad financiera	212	3,59%
Banco	159	2,69%
Casa de cambio	21	0,36%
Préstamos para el consumo	16	0,27%
Aseguradora	7	0,12%
Cobro de cuentas	6	0,10%
AFJP	3	0,05%
Venta por menor de ferretería, pinturas, cristales y espejos, materiales para la construcción y decoración	201	3,40%
Otros materiales para la construcción	57	0,97%
Ferretería	46	0,78%
Sanitarios y grifería	29	0,49%
Pinturería	25	0,42%
Casa de decoración	16	0,27%
Cerrajería	9	0,15%
Maderera	7	0,12%
Herrería	3	0,05%
Carpintería	6	0,10%
Papel para la pared	3	0,05%
Servicios comunitarios, sociales, personales, culturales y salud	183	3,10%
Casa de juego	73	1,24%
Veterinaria	21	0,36%
Reparación de electrodomésticos	15	0,25%
Teatro	11	0,19%

Videoclub	11	0,19%
Recreación infantil	8	0,14%
Cine	7	0,12%
Disco	8	0,14%
Centro cultural	4	0,07%
Museos y fundaciones	4	0,07%
Organización política	3	0,05%
Pool	3	0,05%
Cochería	3	0,05%
Tv por cable	3	0,05%
Club	2	0,03%
Modista	1	0,02%
Mutual	2	0,03%
Biblioteca	1	0,02%
Centro de jubilados	1	0,02%
Tapicería	1	0,02%
Servicios de filmación	1	0,02%
Bazar, todo por \$2, accesorios, etc	158	2,68%
Bazar	110	1,86%
Regalería	21	0,36%
Accesorios	21	0,36%
Todo por \$2	6	0,10%
Locutorio, servicio de internet, correo	148	2,51%
Locutorio	108	1,83%
Servicio de internet	30	0,51%
Correo	10	0,17%
Servicios de peluquería y tratamiento de belleza	106	1,80%
Otras venta al por menor en comercios especializados	107	1,81%
Juguetería	35	0,59%
Tienda/ galería de arte	12	0,20%
Vivero	8	0,14%
Artículos para revendedores	9	0,15%
Santería	9	0,15%
Artículos de limpieza	6	0,10%
Cotillón	8	0,14%
Artículos de camping	10	0,17%
Venta de bicicletas	1	0,02%
Venta de coches para bebés	1	0,02%
Venta de equipos de radiocomunicación	2	0,03%
Artículos de goma	1	0,02%
Armería	2	0,03%
Artículos de policarbonato	1	0,02%
Venta de maniqués	1	0,02%
Venta de matafuegos	1	0,02%
Servicios empresariales e inmobiliarios y de alquiler	101	1,71%
Inmobiliarias	60	1,02%
Imprenta	14	0,24%
Estudios jurídicos/contables/escribanías	11	0,19%
Diseño gráfico	5	0,08%
Fotocopiadoras	4	0,07%
Salon de fiestas	4	0,07%
Consultora	1	0,02%
Servicios de seguridad	2	0,03%
Fotografía y óptica	93	1,57%
Fotografía	50	0,85%
óptica	43	0,73%

Libros, revistas, arts de librería papel y cartón	99	1,68%
Libros	50	0,85%
Artículos de librería	47	0,80%
Papelera	2	0,03%
Venta de artículos usados y antigüedades	86	1,46%
Antigüedades	72	1,22%
Venta de artículos usados	11	0,19%
Feria Americana	3	0,05%
Servicios relacionados al transporte	78	1,32%
Garages	43	0,73%
Agencia de viaje	14	0,24%
Remiserías	9	0,15%
Depósitos	9	0,15%
Fletes	3	0,05%
Venta al por menor de instrumentos musicales, cassetes, discos y CD de audio y video	46	0,78%
Instrumentos musicales, discos, cassetes, etc.	45	0,76%
Venta de CDs virgenes	1	0,02%
Servicios de salud	29	0,49%
Consultorios médicos	10	0,17%
Clínica	6	0,10%
Medicina prepaga	6	0,10%
Obra social	6	0,10%
Centro de rehabilitacion	1	0,02%
Lavado y limpieza de prendas de tela y cuero	23	0,39%
Tintorería	12	0,20%
Lavadero de ropa	11	0,19%
Establecimientos educativos	14	0,24%
Institutos de inglés, computación, etc.	10	0,17%
Jardín	2	0,03%
Escuela de conducir	2	0,03%
Otros	15	0,25%
Receptorías de clasificados	6	0,10%
Venta de maquinaria textil	2	0,03%
Venta de máquinas para cerrar bolsas	1	0,02%
Venta de artículos de polietileno	2	0,03%
Venta de artículos para velas	2	0,03%
Rodamientos	2	0,03%
Servicios para el mantenimiento fisico-corporal	8	0,14%
Gimnasios	8	0,14%
Servicios de hotelería	9	0,15%
servicios publicos	2	0,03%
	5905	100,00%