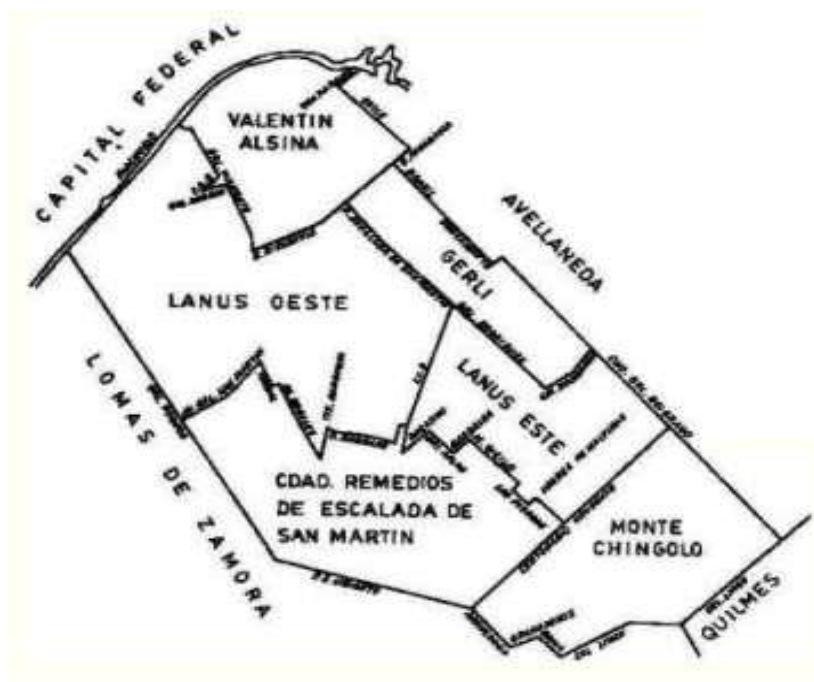


Fundación de Estudios Municipales

Informe Semestral sobre la actividad comercial en la Ciudad de Lanús

Julio 2012



El presente informe ha sido elaborado por la Fundación de Estudios Municipales de la Ciudad de Lanús,
Provincia de Buenos Aires.

Autores: Lic. Ricardo Soto, Lic. Mariana César y Dr. Kevin Boyle.

Coordinador: Lic. Damián Schiavone.



1- RESUMEN

El presente informe contiene los resultados del relevamiento realizado en los 8 principales ejes comerciales del municipio durante el mes de Julio de 2012.

Continuando y actualizando así el informe anterior acerca de la composición de el Índice de Ocupación Comercial (en adelante IOC) en la ciudad de Lanús, con la finalidad de poder medir la cantidad de locales relativa a cada sector y por zonas relevantes dentro del municipio, todo esto con el fin de evaluar y proponer distintas alternativas de políticas públicas para beneficiar, tanto sea a los comerciantes, como así también a los consumidores.

El estudio de esta muestra -que corresponde a las 8 áreas comerciales más importantes del municipio- permite obtener una serie de indicadores sobre el desarrollo de la actividad comercial en la Ciudad de Lanús.

Así mismo, ponemos en conocimiento de toda la población, que está a disposición de quien lo solicite, la información necesaria para profundizar los temas que resulten de interés, pudiendo visitar, quien lo desee, nuestras publicaciones en la página que la Fundación de Estudios Municipales posee¹¹, donde se pueden visualizar, adicionalmente, todas las publicaciones del presente año en versión completa.

Para comenzar se expresa que durante Julio de 2012, en los 8 ejes comerciales relevados se encontraron un total de 3.076 locales totales, de los cuales 2780 se encontraban ocupados, siendo la diferencia de 296 locales los que se encontraron vacíos. Esto arrojó una tasa de ocupación del orden del 90%.

¹ www.estudiosmunicipales.org.ar

2- INTRODUCCIÓN

El total de comercios relevados en los 8 ejes observados, durante Julio de 2012, arrojó un total de 3.076 locales. Estos son algo menos de los 3.097 locales que se encontraron en Diciembre de 2011. La diferencia puede deberse a que 21 negocios han pasado a ser constituidos en viviendas o pueden que se hayan fusionado entre locales. A Julio de 2012 la desocupación alcanzaba a los 296 negocios, lo que indica una tasa de ocupación comercial, a la fecha de realización de este informe, de casi un 90% para el total general² del Municipio de Lanús, mientras que para diciembre del 2011, la cantidad de locales ocupados ascendía a 2789, lo que proyectaba una tasa de ocupación comercial, para el periodo anterior, de un 90%, resultando estas tasas casi idénticas en la comparación intersemestral.

3- GENERALIDADES DE LA OCUPACION DE LOCALES COMERCIALES EN EL MUNICIPIO DE LANUS.

Cuadro 3.1- Distribución de locales comerciales por eje comercial en porcentajes. Ciudad de Lanús. Julio 2012.

Zona	Cantidad de Locales	%
Centro Este	1056	34,33%
Centro Oeste	555	18,04%
Valentín Alsina	434	14,11%
Villa Caraza	303	9,85%
Hipólito Yrigoyen	295	9,59%
Monte Chingolo	160	5,20%
Escalada	142	4,62%
D'elía	131	4,26%
Total	3076	100,00%

Fuente: Fundación de Estudios Municipales en base a relevamientos propios.

² Cuando el informe se refiere al total general del Municipio de Lanús, esto hace siempre alusión a los 8 ejes comerciales ya detallados.

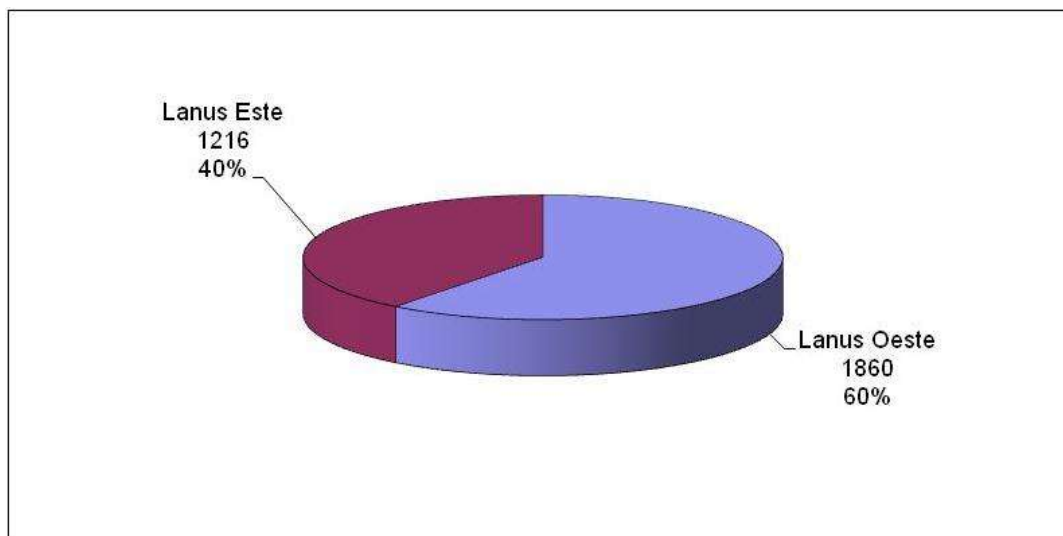
Tal y como se observa en el cuadro 3.1, el eje Centro Este es el que lidera el ranking considerando su participación relativa a la cantidad total de locales relevados durante Julio de 2012, sobre un total de 8 ejes relevados en el Municipio de Lanús. A continuación, dentro del mismo cuadro, recién con un 18,04% aparece el Centro Oeste, para luego continuar con Valentín Alsina (14,11%), representando estos tres ejes más de la $\frac{3}{4}$ partes del total de locales de entre los 8 ejes definidos.

Cuadro 3.2- Distribución de locales comerciales por zona geográfica. Ciudad de Lanús. Julio 2012.

Locales Totales		
Zona	Cantidad	%
Lanús Oeste	1860	60%
Lanús Este	1216	40%
Total	3076	100%

Fuente: Fundación de Estudios Municipales en base a relevamientos propios.

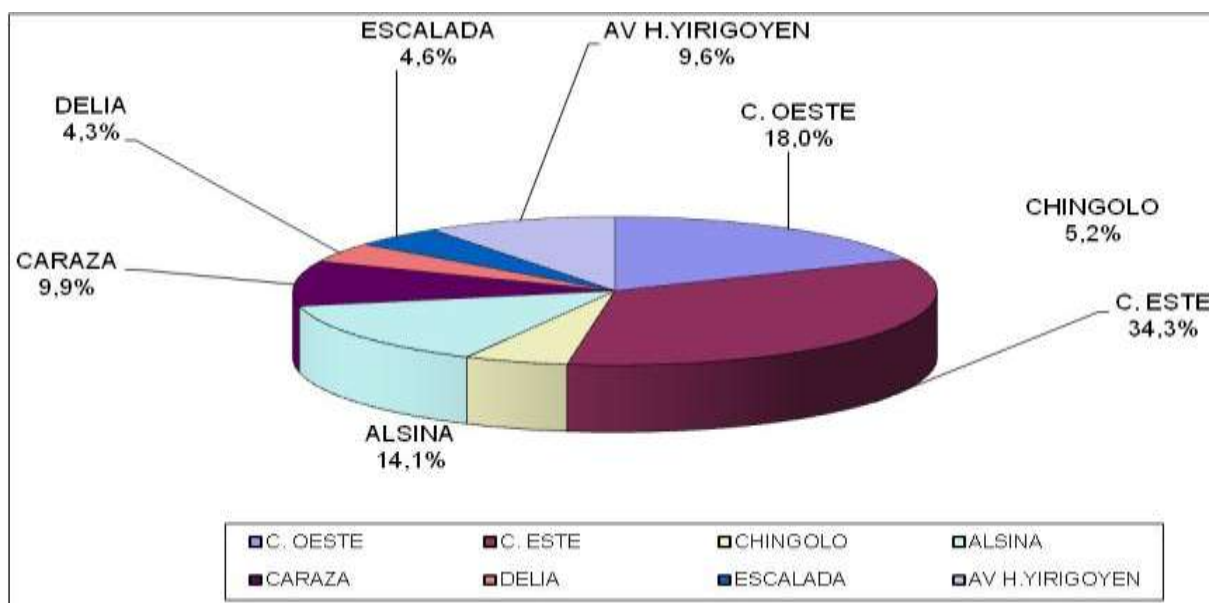
Gráfico 3.1: Distribución porcentual de locales comerciales por zona geográfica ESTE / OESTE. Ciudad de Lanús. Julio 2012.



Fuente: Fundación de Estudios Municipales en base a relevamientos propios.

El lado Oeste de la ciudad continua presentando la cantidad más importante de locales incluyendo un 60%, con una variación de menos del -1% con respecto a Diciembre de 2011, todo distribuido en seis centros comerciales (Centro Oeste, Valentín Alsina, Caraza, Hipólito Yrigoyen , Escalada y D'elía). En tanto que Lanús Este, contiene el 40% de los locales restantes, distribuidos en 2 centros, Centro Este y Monte Chingolo.

Grafico 3.2 Distribución porcentual de locales comerciales por eje comercial. Ciudad de Lanús. Julio 2012.



Fuente: Fundación de Estudios Municipales en base a relevamientos propios.

Cuadro 3.3- Ranking por tasa de ocupación comercial, según ejes comerciales. Ciudad de Lanús. Comparación intersemestral. Diciembre 2011 Vs. Julio 2012.

Zona	L. Ocup. Julio	%	L. Ocup. Dic. 2011	%
Centro Oeste	515	92,8%	512	94,0%
Escalada	131	92,3%	129	91,0%
Villa Caraza	279	92,1%	279	92,0%
Hipólito Yrigoyen	270	91,5%	258	90,0%
Centro Este	960	90,9%	994	91,0%
Valentín Alsina	384	88,5%	376	86,0%
D'elía	110	84,0%	110	84,0%
Monte Chingolo	131	81,9%	131	82,0%
Total	2780	89,2%	2789	88,8%

Fuente: Fundación de Estudios Municipales en base a relevamientos propios.

Al interior del cuadro 3.3, se observa que el eje con mayor porcentaje de locales ocupados es el Centro Oeste con un 92,8% de tasa de ocupación comercial, manteniéndose en la primera posición del ranking, aún en la comparación intersemestral y más allá de que en forma relativa a su cantidad total de locales ha visto descender su IOC de 94,0% hasta un 92,8%.

De forma contraria ocurre con los ejes Escalada, Villa Caraza e Hipólito Yrigoyen que han aumentado en forma relativa a sus respectivas zonas sus cantidades totales de locales ocupados, siendo el mejor ejemplo la zona de la Av. Hipólito Yrigoyen que incrementa en 12 los locales ocupados.



Continuando se encuentra Escalada, que con el 92,3% sube una posición respecto a Diciembre de 2011.

Luego y a continuación del ranking IOC (ver cuadro 3.4), Villa Caraza con un 92,1% retrocede un lugar, aunque incrementa relativamente su IOC intersemestralmente.

Todo esto muy cerca de Hipólito Yrigoyen que con un 91,5% mantiene la cuarta ubicación (ver cuadro 3.4).

Si nos referimos al Centro Este, se observa que su IOC se ha mantenido con respecto al inmediato anterior de Diciembre de 2011 en un aproximadamente 91,0%, aunque de forma relativa al interior del eje, ha visto descender su cantidad de locales ocupados desde 994 a 960 negocios.

Este contexto esta marcado principalmente por 2 factores. Uno que corresponde, claro está, a la baja de locales ocupados.

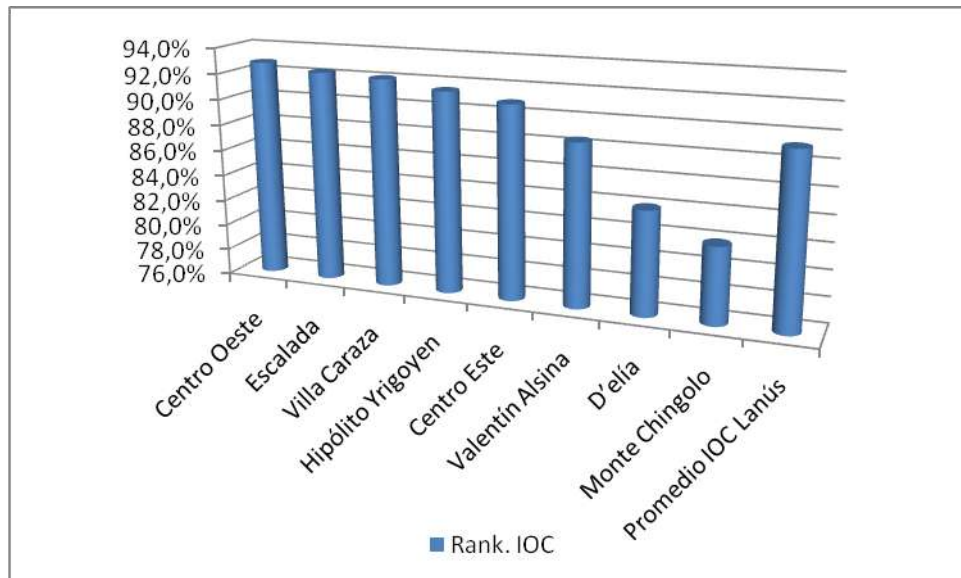
El otro motivo corresponde al cierre directo de locales destinados, antes comercialmente, y ahora consignados para otros usos, como puede ser el caso de la construcción de viviendas residenciales.

Si tenemos en cuenta esta magnitud, los 34 locales de diferencia representan una baja de -3,42% con respecto a Diciembre de 2011.

En la quinta posición se encuentra a Valentín Alsina que con el 88,5% mantiene la ubicación y sube 2,5 puntos porcentuales con respecto a Diciembre de 2011.

Cerrando la tabla y en orden descendente encontramos a los ejes de D'elía y Monte Chingolo, que con el 84,0% y el casi 82,0%, mantienen la última y la anteúltima posición respectivamente (ver cuadro 3.4).

Gráfico 3.3- Índice de Ocupación Comercial (IOC) por porcentaje, según cada uno de los 8 ejes o zonas comerciales definidas por el informe. Promedio IOC del Municipio. Julio 2012.



Fuente: Fundación de Estudios Municipales en base a relevamientos propios.

Cuadro 3.4- Índice de Ocupación Comercial (IOC) por porcentaje, según cada uno de los 8 ejes o zonas comerciales. Promedio IOC del partido de Lanús. Ciudad de Lanús. Julio 2012.

Zona	Rank. IOC %
Centro Oeste	92,8%
Escalada	92,3%
Villa Caraza	92,1%
Hipólito Yrigoyen	91,5%
Centro Este	90,9%
Valentín Alsina	88,5%
D'elia	84,0%
Monte Chingolo	81,9%
Promedio IOC	89,3%

Fuente: Fundación de Estudios Municipales en base a relevamientos propios.

Cuadro 3.5- Participación en porcentaje por locales vacíos y ocupados, según cada uno de los 8 ejes relevados en el total del Municipio. Ciudad de Lanús. Julio 2012.

ZONA	Ocupación de Locales / Julio 2012		TOTAL
	L. OCUPADOS	L. VACIOS	
Centro Este	31,21%	3,12%	34,33%
Centro Oeste	16,74%	1,30%	18,04%
Valentín Alsina	12,48%	1,63%	14,11%
Villa Caraza	9,07%	0,78%	9,85%
Hipólito Yrigoyen	8,78%	0,81%	9,59%
Escalada	4,26%	0,36%	4,62%
Monte Chingolo	4,26%	0,94%	5,20%
D'elía	3,58%	0,68%	4,26%
Totales	90,38%	9,62%	100,00%
	IOC	IDC	

Fuente: Fundación de Estudios Municipales en base a relevamientos propios.

En el cuadro 3.5 se observa el porcentaje de locales relevados por ocupación, según la zona o eje, en el Municipio de Lanús, a Julio de 2012, mostrando así cómo participan dentro del total de la Jurisdicción en su conjunto, de dónde surge que el eje Centro Este tiene la mayor participación absoluta tanto para locales ocupados, con poco más del 30%, como para locales vacíos, con un 3,12% del total de locales del partido.

En contraposición a este eje, se encuentra la zona de D'elía, la que ocupa el último puesto en porcentaje de locales ocupados con un 3,58%, aunque la zona que otorga menor cantidad de locales vacíos, y de manera absoluta, es Escalada, que contribuye con tan sólo el 0,36% al total del Municipio.

Para el conjunto de locales ocupados, la primera posición sigue siendo la misma que para los períodos antes analizados.

Esto se produce cuando no hay miras de poder cambiar la situación, aún en un largo plazo, dado que la zona Centro Este es la que con más locales cuenta, en forma absoluta, diferenciándose, inclusive por mucho, con su inmediato sucesor.

Así mismo, cabe destacar que al analizar el IOC General (89,3%) para el municipio durante Julio de 2012, el mismo se encuentra dentro del promedio general que poseen los ejes ya definidos.

Cuadro 3.6 Ranking de locales comerciales por sector comercial en el total del Municipio. Ciudad de Lanús. Julio 2012.

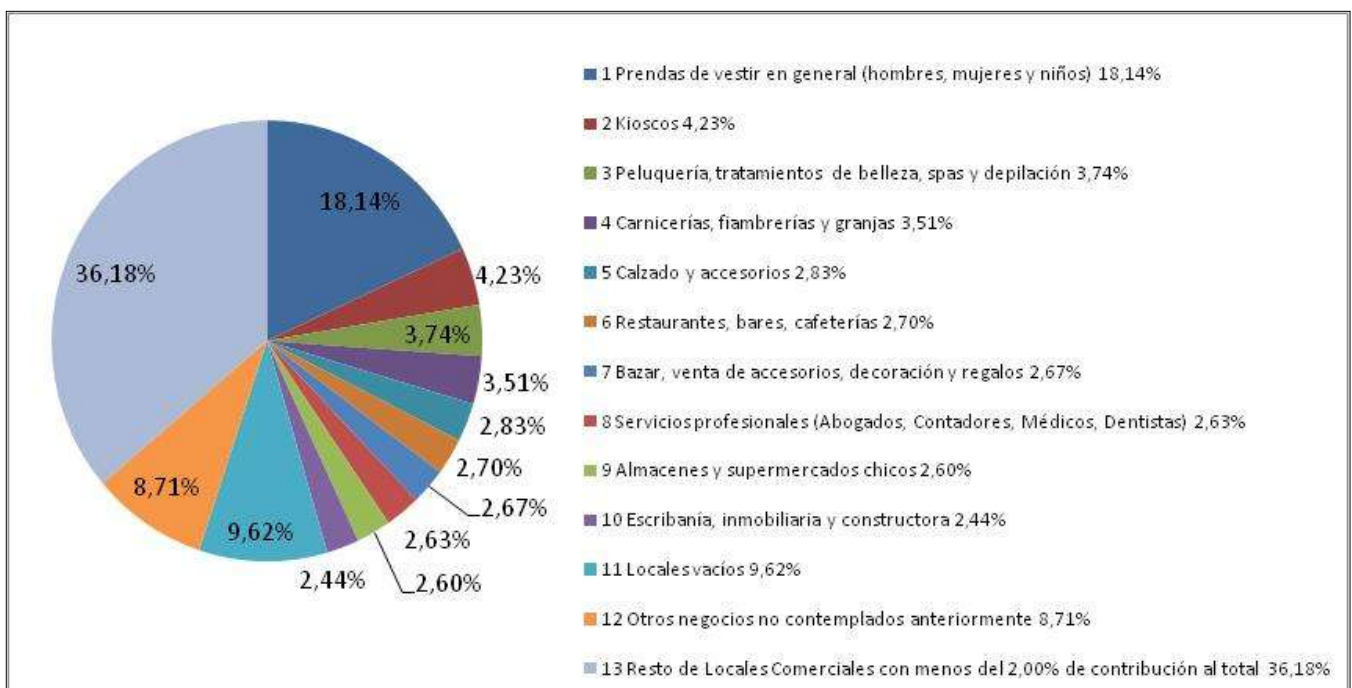
N°	Sector Comercial	TOTAL
1	Prendas de vestir en general (hombres, mujeres y niños)	558
2	Locales vacíos	296
3	Otros negocios no contemplados anteriormente	268
4	Kioscos	130
5	Peluquería, tratamientos de belleza, spas y depilación	115
6	Carnicerías, fiambrerías y granjas	108
7	Calzado y accesorios	87
8	Restaurantes, bares, cafeterías	83
9	Bazar, venta de accesorios, decoración y regalos	82
10	Servicios profesionales (Abogados, Contadores, Médicos, Dentistas)	81
11	Almacenes y supermercados chicos	80
12	Escribanía, inmobiliaria y constructora	75
13	Muebles, artículos para el hogar y la oficina (fábrica y venta)	58
14	Farmacia, perfumería, cosmética, artículos de tocador	55
15	Fotografía, óptica	48
16	Artículos textiles para el hogar y blanco	47
17	Deportes, venta de ropa deportiva y artículos deportivos	47
18	Bancos, financieras y casas de cambio	47
19	Panadería, confitería y sandwichería	46
20	Casas de comidas y deliverys	42
21	Computación, venta de equipos y artículos	41
22	Veterinarias y alimentos para mascotas	41
23	Fruterías y verdulerías	39
24	Telefonía celular (venta de celulares y adicionales)	38
25	Juegos de azar	37
26	Jugueterías	36
27	Librerías comerciales, artículos de papel y fotocopias	36
28	Ferreterías	34
29	Relojería y joyería	33
30	Heladerías, elaboración y venta	32
31	Materiales de construcción y eléctricos	32
32	Servicios sociales y de salud	32
33	Gimnasio, centros de entrenamiento físico	31
34	Electrodomésticos y casas de audio	29
35	Remises, fletes, mudanzas	29
36	Puesto de diarios y revistas	26
37	Cuero, indumentaria, marroquinería	21
38	Locutorios, servicios de Internet	21
39	Limpieza, venta de artículos y pañaleras	20
40	Puestos Callejeros	19
41	Cotillón / Disfraces	15
42	Establecimientos educativos	15
43	Establecimientos gubernamentales	12



44	Pinturerías	12
45	Locales para esparcimiento (peloteros, teatros, cines, locales bailables)	11
46	Clubes	6
47	Supermercados de grandes cadenas e hipermercados	5
48	Combustibles, estaciones de servicio	5
49	Librerías (venta de libros y revistas)	5
50	Rapipago, Bapro Pago y lugares de pago de servicios diversos excepto bancos	5
51	Correos públicos y privados	3
52	Instrumentos musicales, venta de artículos	2
53	Aserraderos y venta de madera	0
Total de Locales		3076

Fuente: Fundación de Estudios Municipales en base a relevamientos propios.

Gráfico 3.4 Distribución porcentual de los locales comerciales por rubro comercial que más pesan en el total del municipio (con poco más del 65% de peso relativo en el total de locales, incluidos los 8 ejes comerciales). Ciudad de Lanús. Diciembre 2011.



Fuente: Fundación de Estudios Municipales en base a relevamientos propios.

4- DESCRIPCION Y COMPOSICION DEL ÍNDICE DE OCUPACIÓN COMERCIAL EN CADA UNO DE LOS 8 EJES RELEVADOS EN LA CIUDAD DE LANÚS.

A continuación y según se desprende del último relevamiento realizado en Julio de 2012 por la FEM para el municipio de Lanús, los 8 ejes comerciales más importantes de la ciudad son:

4-1- VALENTIN ALSINA

La zona relevada de Valentín Alsina está delimitada por la Av. Tte. Gral. Juan D. Perón, cuyo recorrido comprende, desde la intersección con la Av. Remedios de Escalada de San Martín, altura Tte. Gral. Perón 4000, bajando hasta el 2200 de la arteria mencionada, hasta la Av. Bernardino Rivadavia.

Este centro comercial está muy cerca del viaducto Uriburu, puente que funciona como nexo entre el partido de Lanús y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Para el área de Valentín Alsina se contabilizaron durante el mes de Julio de 2012 la suma de 434 locales. Sobre los mismos se han detectado 384 locales ocupados, esto ha arrojado una tasa de ocupación comercial (IOC) relativa al propio eje del orden del 88,5%, ascendiendo de esta manera más de dos puntos porcentuales en la variación interanual (ver cuadro 3.3).

El promedio de locales por cuadra se sigue siendo manteniendo entorno al promedio del municipio (13 locales) con 12 negocios por bloque censado, sobre un total de 36 cuadras relevadas (ver anexo I, cuadro 2).

Al interior de la zona, se observa una gran variedad de comercios de diferentes ramos y sectores, lo que convierte a esta zona en un importante y diversificado centro comercial, importante sobre todo por el movimiento de público que este genera. Se siguen destacando los locales del sector textil, principalmente los referidos a la venta de prendas de vestir para el público en general (73 locales de los 434 en el propio eje) y accesorios para el hogar, como son cortinas, alfombras y negocios de venta de lana.

Con respecto a los sectores de Alimentos, compuesto por kioscos, almacenes, verdulerías, carnicerías, fiambrerías, entre otros, se observa en forma relativa a los demás ejes, una cuantía ligeramente menor al promedio general del partido, dado que con un casi 17%%, se ubica entonces, muy cerca del 18,14% promedio del Municipio.

4-2- CENTRO ESTE

La zona este y céntrica del municipio de Lanús, se encuentra delimitada por las calles 29 de septiembre desde la altura 1800 al 2000, Ituzaingo desde altura 1000 al 1500, O'Higgins desde altura 1800 al 2000, Basavilbaso desde altura 1900 al 2000, Sarmiento desde altura 1900 al 2000, Anatole France desde altura 1800 al 2000, Oncativo desde altura 1800 al 2000 y la principal arteria, la calle 9 de Julio, que recorre unas 15 cuadras, desde la altura 1000 hasta el 2400 de la misma.

Al observar la zona Centro Este del partido, se advierte que la tasa de ocupación comercial (IOC) relativa a los demás ejes alcanza el 90,9%, con 960 locales ocupados (ver

cuadro 3.3) sobre un total de 1.056 locales totales, acercándose esta cifra a la del IOC promedio general del partido (2.780 locales ocupados sobre un total de 3.076).

Al interior del eje, los 1056 locales totales que se han contabilizado, reflejan que la zona recorrida por la calle 9 de Julio sigue siendo y de manera absoluta, el principal eje comercial por cantidad de locales.

Sigue sin resultar para nada extraño que este resultado, se asimile al IOC general del municipio, dado que este último está compuesto y de forma más representativa por el eje Centro Este.

Así, el mismo Índice general se comporta, en este aspecto, como lo hace el mismo eje (ver gráfico 3.3). Cabe destacar que la mayor cantidad de locales desocupados siguen encontrándose, tal como en informes anteriores, al interior de las galerías.

Por otro lado, podemos apuntar que el Centro Este es la única zona dentro del partido de Lanús que encuentra, en la distribución de sus locales comerciales, un cierto orden. Es decir que los locales comerciales se ubican en torno a una agrupación sectorial que obedece a una cierta organización espacial. Aunque no es perfecto este orden, si alcanza para notarse en el marco de este análisis.

Si consideramos la cantidad de locales del eje, en relación a la cantidad de cuadras relevadas, observamos que el promedio equivale a unos 14 locales por cuadra, aumentando de esta manera el promedio en relación al promedio del Municipio (ver anexo I, cuadro 1).

Para el sector Prendas de vestir en general (hombres, mujeres y niños), tal como en el informe anterior y a nivel general, se observan la mayor cantidad de locales en forma absoluta al interior del municipio (263 sobre 558 locales totales del sector, esto es casi el 50% de locales correspondientes al sector Prendas de vestir del Municipio²) y de manera relativa con respecto a los demás ejes, pasando de 275 negocios en diciembre de 2011, a 263 en Julio de 2012, sobre un total de 1056 locales totales en el eje, siendo este casi 25% el número más importante que representa al Centro Este entre los ejes ya definidos (ver anexo I, gráfico 1). Se resalta el hecho de que con más del 50% de los locales textiles del municipio, la franja se corresponde o se ve convertida en la zona con más preponderancia del rubro antes mencionado.

En lo referente al sector Alimentos (Kioscos, almacenes, verdulerías, carnicerías, fiambrerías entre otros), encontramos que a diciembre de 2011 existían 146 locales de este tipo (ver anexo I, gráfico 2 a diciembre de 2011), agrupando casi el 26% de locales del sector en el total del partido. Estos valores se han mantenido para el período referido a Julio de 2012, con 146 locales por sobre los 565 negocios del sector, arrojando casi la misma proporción que en diciembre pasado y siendo este número la cifra más alta en forma relativa a los demás ejes presentados.

Al observar los sectores de Indumentaria, compuesto por los rubros del cuero, calzado y accesorios y artículos deportivos, seguimos advirtiendo que con un total de 76 locales, el eje en cuestión alcanza, en este período más del 50% del total de los 155 locales de entre los rubros mencionados en el Municipio.

² Ver cita nº 2, página 3.

El sector Deportes, venta de ropa deportiva y artículos deportivos, ve mantenerse su participación en el total del sector, con un casi 45% (21/47) de cooperación en el aporte a este rubro, tal como lo hiciera con un 45% en diciembre de 2011, siendo de esta manera muy importante su peso relativo en el total del rubro deportes en el Municipio (ver anexo I, gráfico 7).

Con respecto al sector de Restaurantes, bares, cafeterías y casas de comidas, sumados estos sectores componen el 3,79% (40 negocios) de los 1056 locales totales que posee el eje. Aunque si se mira la proporción en relación al sector en el Municipio, estos 40 locales se convierten en el 32% del total dentro del sector, hallándose en esta zona la mayor porción de mercado de esos rubros. De esta manera se mantiene la relación con respecto a Diciembre de 2011, cuando la proporción era de 39 locales en el eje sobre 122 locales de los sectores en todo el Municipio³.

Por otro lado y tal como resulta de esperar a Julio de 2012, encontramos que los bancos y financieras, y en menor medida las casas de cambio, que están ubicados en esta zona comercial, totalizan a este período casi la misma cantidad de locales que en Diciembre de 2011, con unos 19 locales de los 43 que se mantienen en el Municipio. Esto refiere que poco más del 44% de este sector se encuentra localizado en esta zona comercial, destacándose su importancia relativa intrasectorialmente (ver anexo I, gráfico 6). Se destaca, como se lo viene haciendo en informes anteriores, que la zona se ve convertida (junto a Hipólito Yrigoyen) en el centro bancario y financiero del municipio, encontrándose los bancos más importantes, tanto públicos como privados, siendo estos muchos de los que se encuentran también sobre la Av. Hipólito Yrigoyen, sumándose en forma exclusiva el Banco Galicia. Igual que a Diciembre de 2011, siguen siendo muy representativas las financieras que se agrupan, sobre todo, en torno a la estación⁴, credenciales necesarias para ser la causa de convertir a esta zona, en el centro financiero del municipio.

Continuando con el sector Muebles, artículos para el hogar y la oficina (venta y confección), esta zona aporta, a Julio de 2012, 18 de los 48 negocios del sector, el mismo sector que ha visto incrementar más de un 60% la cantidad de locales del rubro dentro del eje.

El sector Relojería y joyería ha subido su representación sectorial, desde un 35% en Diciembre de 2011, hasta un casi 40% en Julio de 2012, fecha del reporte de este informe. En este sentido y con 13 locales observados, encontramos en este eje a la mayoría de los negocios del sector en el Municipio, con un parcial de 13 sobre 33 (aprox. 40%) negocios del ramo en el total del Municipio.

Para los locales de Instrumentos musicales y venta de artículos, encontramos que todos los negocios del sector se encuentran en esta zona, encontrándose representados en estos locales el ciento por ciento de los negocios del Municipio⁵.

³ Ver cita 1.

³ Se define a un eje en particular, como de preponderancia o de relativa significancia en algún determinado sector, si por lo menos se compone de al menos un local por cuadra relevada.

⁵ Ver cita 1

Finalmente y para los sectores de Puestos callejeros, Librerías (venta de libros y revistas), Establecimientos gubernamentales, Clubes, Establecimientos Educativos, Locales para esparcimiento (peloteros, teatros, cines, locales bailables), Electrodomésticos y casas de audio, Computación, venta de equipos y artículos, Artículos textiles para el hogar y blanco, Telefonía celular (venta de celulares y adicionales), Rapipago, Bapro Pago y lugares de pago de servicios diversos excepto bancos, Jugueterías, son en ese orden, los que mayor cantidad de locales por rubro presentan al interior del municipio de los sectores que restan analizar, siendo el 94,7%, 60,0%, 58,3%, 50,0%, 46,7%, 45,4%, 44,8%, 43,9%, 42,6%, 42,1%, 40,0%, 36,1% respectivamente, los porcentajes con los que participan del total de cada rubro en el total de la zona a Julio de 2012.

4-3- CENTRO OESTE

El Centro Oeste del municipio es la zona que se transita mayoritariamente por la calle 25 de Mayo, desde la Av. Hipólito Yrigoyen, hasta la calle Río de Janeiro, unas 10 cuadras al oeste de la misma, ensanchándose hacia las calles 2 de mayo desde el 2950 hasta el 3000, Aristóbulo del Valle desde el 0 al 200, Cavour desde el 3000 hasta el 3100, Del Valle Iberlucea desde el 2800 al 3100 y la calle Juan Piñeiro desde el 0 al 400.

El IOC referido a este eje relevado ha descendido durante el mes de Julio de 2012 a un 92,8%, del 94,0% que arrojaba a Diciembre de 2011 y que venía desde Diciembre de 2010 (ver anexo I, cuadro 2). A raíz de estos números, se mantiene en el primer lugar en forma interanual, aún habiendo bajado desde los 94 puntos porcentuales obtenidos en Diciembre de 2011 (ver cuadro 3.3) y 2010. Con respecto a los locales vacíos, se vuelve a remarcar que los mismos se encuentran en su mayoría lejos de la Av. Hipólito Yrigoyen, encontrándose la mayor densidad de locales ocupados, en la proximidad del cruce de las Avenidas 25 de Mayo e Hipólito Yrigoyen.

En los 555 locales relevados, de las 42 cuadras que conforman este eje comercial, el promedio de locales por cuadra sigue arrojando como resultado 13 negocios (ver anexo I, cuadro 2), siendo este promedio similar al del promedio del Municipio e igual al de Diciembre de 2011.

Al referirnos a la organización comercial de la zona, encontramos que la mayor participación de locales en el eje corresponde al rubro de Prendas de vestir y artículos textiles para el hogar con unos 95 (17,1%) locales de los 555 negocios relevados, continuando los sectores de Peluquería, tratamientos de belleza, spas y depilación con 53 locales y un aporte a la zona del 9,5% de los 555 negocios contabilizados. A continuación se encuentra el sector de Escribanía, inmobiliaria y constructora con 21 locales, siguiendo Kioscos y Almacenes y supermercados chicos con 21 y 19 locales respectivamente. Finalmente, y cerrando la lista de los locales más significativos por cantidad representada en la zona, encontramos el sector de Carnicerías, fiambrerías y granjas, que con 18 locales comerciales, representa casi el 3,2% de los negocios en el total del eje estudiado.

En cuanto a la distribución dentro del eje, relativa a los demás sectores, vemos que siguen por cantidad de locales dentro del eje, las secciones de Muebles, artículos para el hogar y la oficina (fábrica y venta) y Restaurantes, bares, cafeterías, ambos sectores con un casi 2,9% (16 de 555 locales).

En el sector de Jugueterías debemos considerar una modificación desde diciembre de 2010 a esta parte, dado que lo que a esa fecha era Jugueterías y Cotillón, todo incluido en el mismo rubro, a esta fecha y a los fines de mejorar el análisis y verificar la evolución de los mismos se ha separado en Jugueterías por un lado y Cotillón / Disfraces por el otro. Los números que arrojan estos sectores son 8 locales, tanto para Diciembre de 2011, como para Julio de 2012, sumados entre uno y otro rubro. Para Julio de 2012, los negocios se dividen en 5 locales para Jugueterías y los 3 locales restantes para Cotillón / Disfraces.

Por último, es en esta zona dónde se sigue encontrando la mayor cantidad de locales del sector Remises, fletes y mudanzas, llegando al 31,0% (9 locales sobre un total de 29) del total de locales del sector en el Municipio. Disminuyendo 2 locales con respecto a Diciembre de 2011 (esto es un casi 20% de baja intersemestral).

4-4- HIPOLITO YRIGOYEN

A continuación, destacamos la Av. Hipólito Yrigoyen que define el cuarto eje presentado. La misma se ha relevado desde la calle Máximo Paz, altura Hipólito Yrigoyen 3900, pasando la estación de Lanús, hasta la calle Miguel Cané, altura Hipólito Yrigoyen 4800, con una extensión total de 20 cuadras, entre las veredas pares e impares.

El IOC relativo a esta zona pasó de ser un 90% en Diciembre de 2011 a un 91,5% en Julio de 2012 (ver cuadro 3.3), correspondiéndose éste último guarismo al cuarto lugar del Ranking de entre los 8 ejes relevados. De esta manera, asciende un lugar con respecto al período inmediato anterior, estando por delante del Centro Este, Valentín Alsina, D'elía y Monte Chingolo.

En cuanto a la cantidad de locales promedio por cuadra, el número corresponde a 14 locales para Julio de 2012. Se vuelve a observar que la densidad comercial ocupacional es muy significativa cerca de la estación de Lanús, disminuyendo paulatinamente a medida que nos alejamos en ambas direcciones sobre la Av. Hipólito Yrigoyen.

Sobre esta franja comercial, encontramos efectivamente la segunda mayor cantidad de locales correspondientes al sector de Bancos, financieras y casa de cambios, con un total de 15 locales de entre 47 locales del total del partido (ver anexo I, gráfico 6). Siendo esta cifra más del 30 % de los locales sobre el total del sector, no alcanza para definir a la misma como preponderantemente bancaria. Sí se advierte además, la presencia de los principales bancos y financieras tales como los bancos públicos Nación, Provincia y Ciudad, como así también los privados, Citibank, Francés, Río, Itau, entre otros. Cabe destacar que en este sector y al igual que en el de Jugueterías y Cotillón hubo una desagregación entre los Bancos, financieras y casas de cambio y los Rapipago, Bapro Pago y lugares de pago de servicios diversos, desde donde los últimos se exceptuaron todos los primeros. De esta manera la comparación intersemestral⁶ puede no coincidir por la distinta denominación de los sectores aunque mantiene una proporción significativa que hace el análisis consistente y preciso.

⁶ Los números para el sector de Bancos, dentro del eje comercial analizado son, para Diciembre de 2011 13 locales, y para Julio de 2012, 17 locales.

Los Restaurantes, bares, cafeterías⁷ más concurridos o de mayor movimiento, se encuentran principalmente a 2 o 3 cuadras de la estación. La cantidad de locales de este rubro alcanzan los 18 locales sobre un total de 83 negocios del sector en los ejes comerciales del partido (ver anexo I, gráfico3).

Dentro del sector de Kioscos⁸, vemos que la cifra de locales representa el 8,5% (25 negocios observados) de los locales totales dentro del eje, y un 19,2% de los locales del sector, dentro del Municipio.

Con respecto a los sectores de Supermercados de grandes cadenas e hipermercados, Carnicerías, fiambrierías, granjas y pescaderías, Fruterías y verdulerías, Almacenes y supermercados chicos⁹, los mismos agrupan un total de 23 locales, representando el 7,8% de los locales totales que presenta la zona comercial, incluyendo a los principales supermercados tales como Disco, Coto y Carrefour; negocios que contribuyen para llegar a la cifra de 23 comercios dentro del ramo de los 232 locales de entre los sectores.

Por otra parte, sigue siendo relevante informar la cantidad de Farmacias, perfumerías, cosméticas y venta de artículos de tocador que hay en este borde comercial, siendo 11 negocios un 20,0% del total del sector, que posee 55 locales dentro de los 8 ejes relevados del partido.

Con un 20,7% del total de entre los 8 ejes relevados del partido, y tan sólo 12 locales (de 58 en el Municipio), es el sector de Muebles, artículos para el hogar y la oficina (fábrica y venta) el que se destaca a continuación, a pesar que al interior del eje, es decir en forma relativa al mismo, alcance apenas por encima de un 4%, esto es sobre los 295 locales de la franja comercial.

4-5- ESCALADA

El eje queda delimitado por la Av. Hipólito Yrigoyen desde el 6000 al 6200, entre las calles Giorno y Corcueba, bifurcándose en las calles Beltrán y Garay, desde el 0 al 200 en un caso y desde el 0 al 100 en el otro, en orden respectivo.

Si nos referimos al Índice de Ocupación Comercial (IOC) relativo a este eje, se observa que el mismo pasó de un 91% en Diciembre de 2011 a un 92,3% en Julio de 2012, saltando al segundo lugar desde el análisis anterior. De los 142 locales que se encuentran en la zona, tan solo 11 locales se observan desocupados, mostrando esta cifra una constante en la comparación intersemestral. A Diciembre de 2011 la relación de locales

⁷ A los fines de precisar el informe, se han detallado nuevos sectores que se desprenden de sectores que en informes anteriores incluían a estos primeros. Es el caso de bares, restaurantes y cafeterías / kioscos que antes se incluía en un sector más general e inclusivo.

⁸ Ver cita 6.

⁹ Ver cita 6.

desocupados sobre el total era de 11/141 (esto es un 7,3%) . Al dividir los 142 locales informados por el operativo, a Julio de 2012, sobre las 16 cuadras relevadas, se presenta un promedio de 12 locales por cuadra contabilizada.

El sector con mayor presencia en la zona de Escalada es el de Prendas de vestir en general (hombres, mujeres y niños), que con 19 unidades participa con casi un 3,5% del total de locales en el sector (558 locales) de entre los ejes relevados y con el 13,4% de los locales que posee la propia zona (estos son 142 negocios).

Si se observa por volumen de comercios ocupados entre sectores y al interior del eje, se localizan los rubros referidos a los alimentos, que en total participan con más de un 26,8% (38 locales) dentro de los 142 negocios informados en la zona. Si a este número se lo considera en forma relativa al sector en el Municipio, entonces dentro de este rubro ocupa un 6,7% (38 locales) de los 565 locales que los 8 ejes relevados en el municipio tienen en este sector, diferenciándose, por su peso relativo, de forma considerable con el sector inmediatamente antes mencionado.

4-6- D'ELIA

La zona de Delia se encuentra delimitada por las Avenidas Rivadavia y San Martín. La Av. San Martín fue relevada entre las calles Coronel Seguí y Gobernador Balcarce, todo con un general de 18 cuadras informadas.

Con respecto al Índice de Ocupación Comercial (IOC) referido a este eje, se encuentra que el mismo mantuvo el 84% de Diciembre de 2011 a la fecha de realización del presente informe (ver anexo I, cuadro 2), manteniéndose con este porcentaje, en las últimas posiciones del ranking IOC de entre todos los ejes relevados, no alcanzándole esta cifra para escapar de la anteúltima posición y ubicándose solo por delante de Monte Chingolo que se encuentra de manera muy cómoda en la última posición, con tan sólo menos del 82% de tasa de ocupación comercial.

Si consideramos la composición de locales por cuadra, nos encontramos con que los 131 negocios individualizados se reparten de forma de contabilizar unos 7 locales por bloque o cuadra informada. Asimismo, la zona se encuentra en este período de diciembre de 2011, muy por debajo de los 13 locales promedio por cuadra en el general del Municipio¹⁰.

Los sectores que predominan en esta zona son los de Prendas de vestir en general (hombres, mujeres y niños) por un lado y Bazar, venta de accesorios, decoración y regalos por el otro, que con 22/131 (16,8%) locales en un caso y 8/131 (6,1%) negocios en el otro, alcanzan los porcentajes más altos al interior del propio eje.

En cuanto a los demás sectores podemos seguir afirmando, tal y como se apuntó en informes anteriores, que la distribución de los mismos sigue siendo muy similar a la de la zona de Escalada.

4-7- MONTE CHINGOLO

¹⁰ Equivaldría repartir a los 3076 locales sobre las 240 cuadra, representando esto unos casi 13 locales por cuadra.

Este eje se encuentra al sur del partido, atravesado por la Av. Eva Perón desde la altura 4000 hasta el 4500 sobre esta arteria principal¹¹.

De los tan sólo 160 locales comerciales que hay en la zona, 131 son los ocupados, siendo este 81,9% el IOC, relativo a los ejes, más bajo, manteniéndose en la comparación intersemestral en el último lugar del ranking IOC. La cantidad promedio por cuadra informada es de 13 locales comerciales, ajustándose esta cifra en Julio de 2012, al promedio general del partido (ver anexo I, cuadro 1).

Con respecto al primer sector en la zona por cantidad de locales, referido a Prendas de vestir en general (hombres, mujeres y niños), el mismo presenta tan solo el 2% de los locales del rubro en el municipio con 14 unidades, esto es todavía menor a los 15 locales y al 3% que representaba el sector dentro del Municipio a diciembre de 2010. Muy cerca a este sector se sigue encontrando, igual que a diciembre de 2010, el rubro de Carnicerías, fiambrerías, granjas y pescaderías, que con 10 locales ahora, participa del 9% en el sector de entre los 8 ejes relevados en el partido.

4-8- VILLA CARAZA

Este eje se encuentra atravesado por la Av. Gral. José de San Martín altura 3300 hasta el 4100, desde la calle Magallanes hasta 25 de Mayo, contando unas 18 cuadras relevadas.

El centro comercial de Villa Caraza, como ya se ha comentado en informes anteriores, recibe la afluencia de mucho público en general. Se mezclan todos los rubros, no hay un cierto orden o agrupación de locales. Es decir que al lado de una carnicería, hay una zapatería, y luego un taller mecánico, y al lado un local de ropa, y al lado una pollería.

El IOC correspondiente a esta zona, relativo a los demás ejes del partido, es del 92,1%, descendiendo dos décimas de punto porcentual, desde los 92,3% que arrojaba en Diciembre de 2011, donde ocupaba el segundo lugar y relegándose a la fecha a la tercera ubicación, por detrás del Centro Oeste y de Escalada, quienes ocupan la primer y segunda posición del ranking respectivamente.

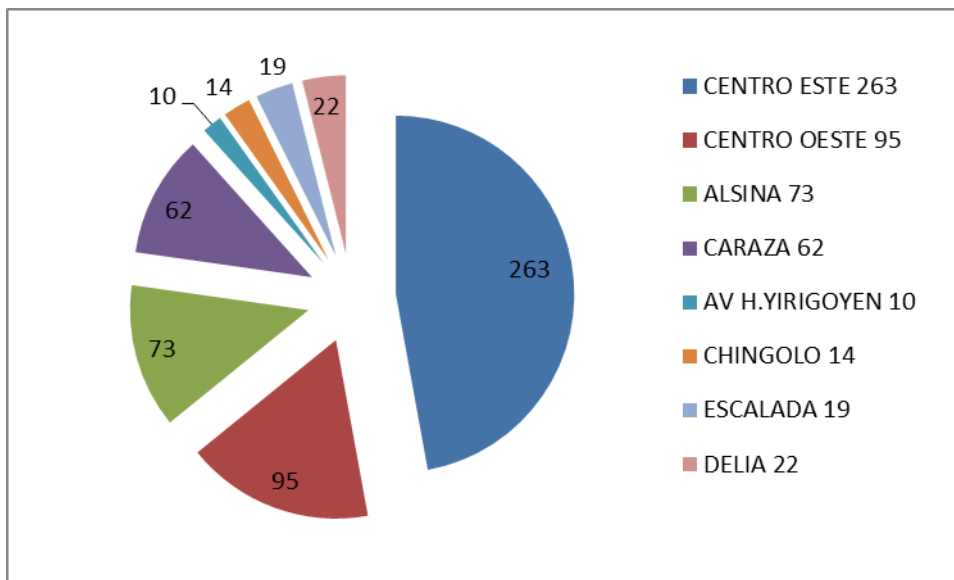
En cuanto al promedio de locales por cuadra, esta zona representaba, a Diciembre de 2011, el mejor promedio del partido con 303 locales sobre 18 cuadras relevadas arrojando un resultado de 17 locales comerciales por bloque censado, viéndose mantener exactamente estos números para Julio de 2012, dado que se han contabilizado la misma cantidad de locales en el eje, en la misma cantidad de cuadras relevadas, manteniendo así el promedio más alto.

Los negocios más significativos siguen siéndolos de Prendas de vestir en general (hombres, mujeres y niños) que contando a Diciembre de 2011 con 62 locales, mantiene los mismos a Julio de 2012, representando esto un 14% en el sector mencionado. Luego, por cantidad de locales se ubica el sector de Carnicerías, fiambrerías, granjas y pescaderías que con 19 negocios, representa alrededor del 17,6% de los locales del sector y el 6,3% de los locales, en el propio eje comercial.

¹¹ Las cuadras informadas suman un total de 12, entre las que se cuentan, por su numeración, pares e impares.

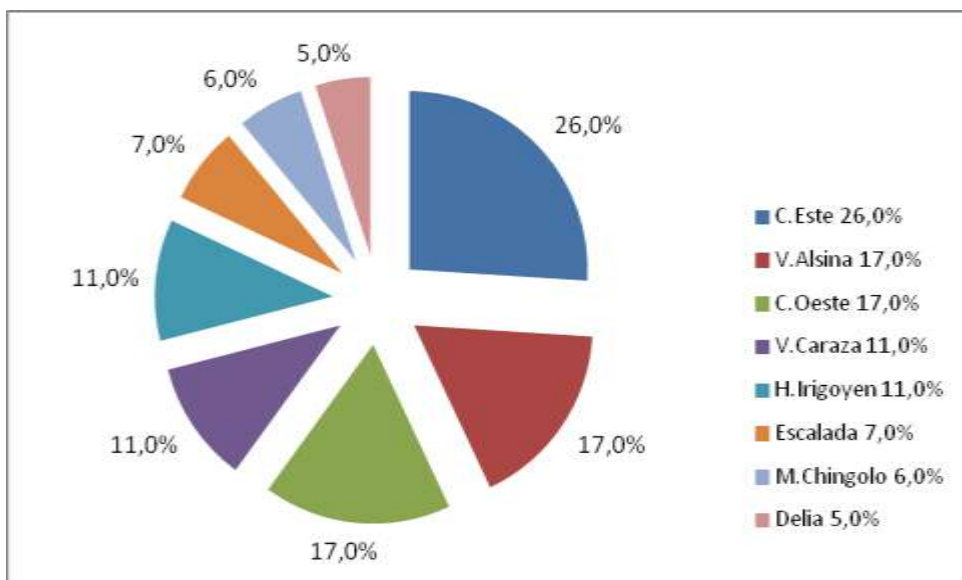
5- ANEXO I: CUADROS Y GRÁFICOS.

Gráfico 1. Cantidad de locales en Prendas de vestir y artículos textiles para el hogar. Julio 2012.



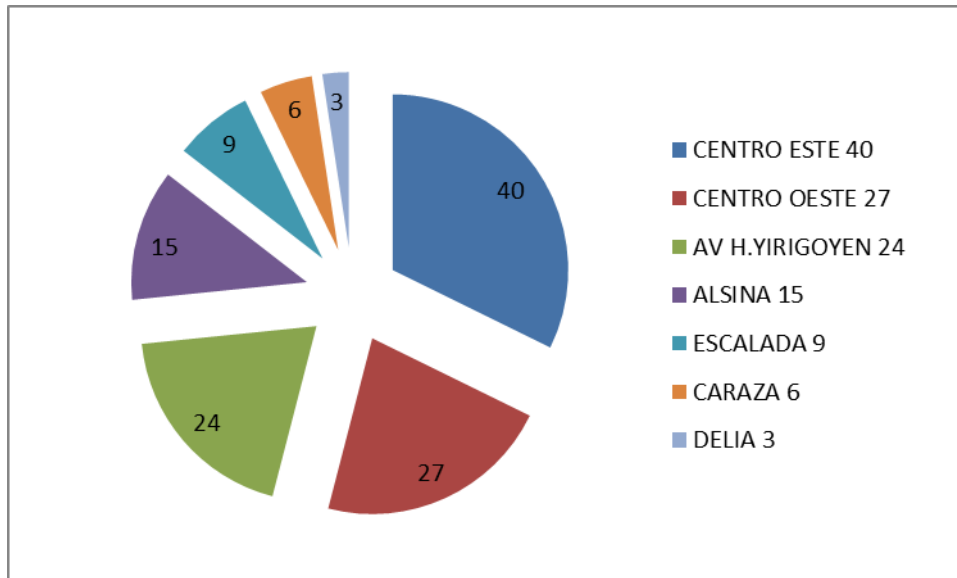
Fuente: Fundación de Estudios Municipales en base a relevamientos propios.

Gráfico 2. Porcentaje de locales en Kioscos, almacenes, verdulerías, carnicerías y fiambrerías. Diciembre de 2010.



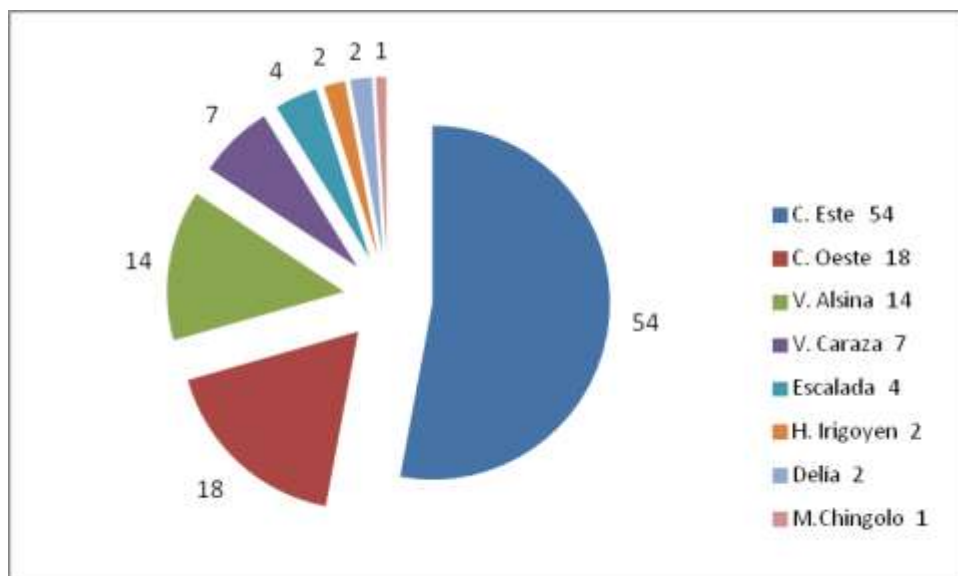
Fuente: Fundación de Estudios Municipales en base a relevamientos propios.

Gráfico 3. Cantidad de locales en Restaurantes, bares, cafeterías y casas de comidas. Julio 2012



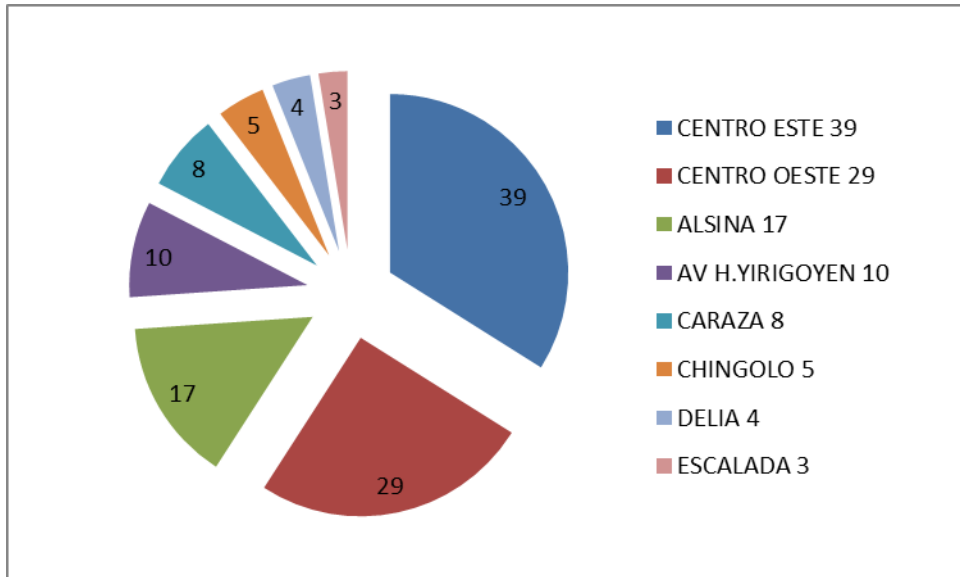
Fuente: Fundación de Estudios Municipales en base a relevamientos propios.

Gráfico 4. Cantidad de locales de Cuero, indumentaria / calzado y accesorios. Diciembre de 2010.



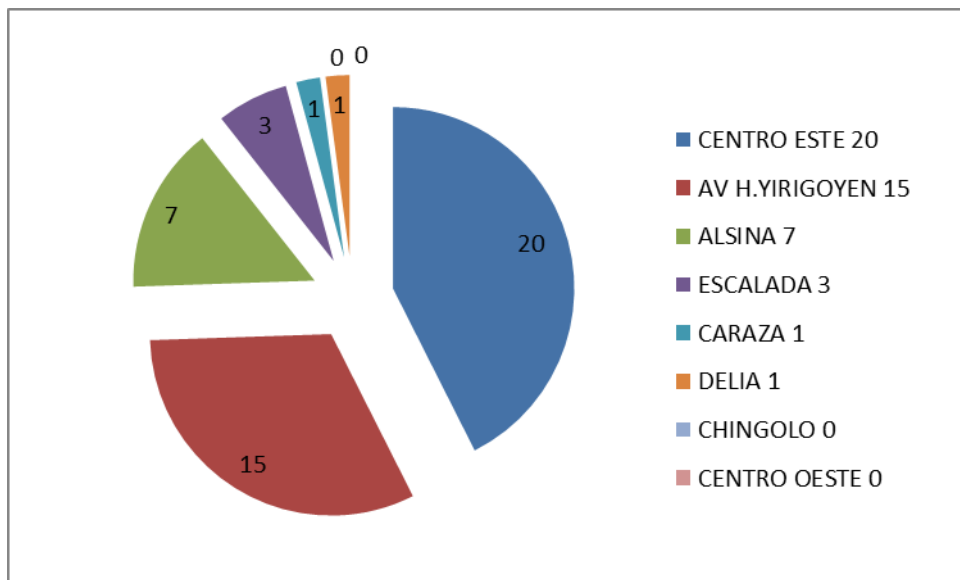
Fuente: Fundación de Estudios Municipales en base a relevamientos propios.

Gráfico 5. Cantidad de locales en Peluquería y tratamientos de belleza. Julio 2012



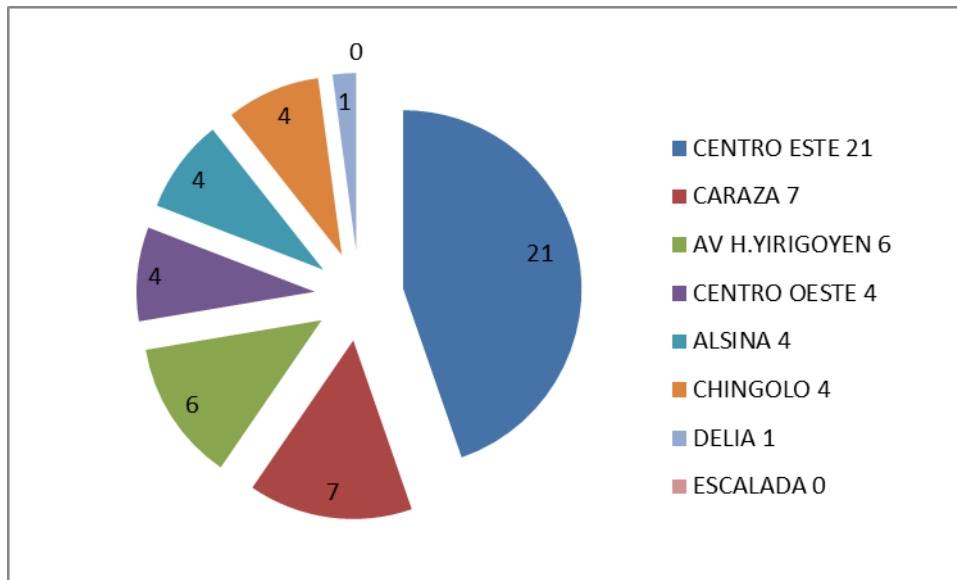
Fuente: Fundación de Estudios Municipales en base a relevamientos propios.

Gráfico 6. Cantidad de locales en Banco, financiera y casa de cambio. Julio 2012



Fuente: Fundación de Estudios Municipales en base a relevamientos propios.

Gráfico 7. Cantidad de locales en Deportes, venta de ropa deportiva y artículos deportivos. Julio 2012.



Fuente: Fundación de Estudios Municipales en base a relevamientos propios.

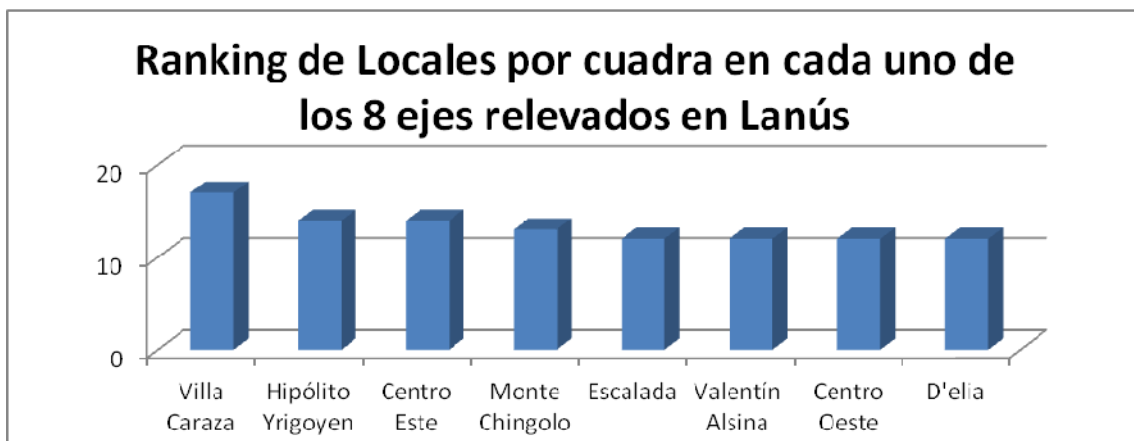
Rank. Loc. x cuadra	
Villa Caraza	17
Hipólito Yrigoyen	14
Centro Este	14
Monte Chingolo	13
Escalada	12
Valentín Alsina	12
Centro Oeste	12
D'elía	12
Promedio x eje	13

Cuadro 1. Fuente: Fundación de Estudios Municipales en base a relevamientos propios.

Zona	IOC Julio	IOC Dic.
Centro Oeste	92,8%	94,0%
Escalada	92,3%	92,0%
Villa Caraza	92,1%	91,0%
Hipólito Yrigoyen	91,5%	91,0%
Centro Este	90,9%	90,0%
Valentín Alsina	88,5%	86,0%
D'elía	84,0%	84,0%
Monte Chingolo	81,9%	82,0%
Promedio IOC Lanús	89,3%	90,0%

Cuadro 2. Fuente: Fundación de Estudios Municipales en base a relevamientos propios.

Gráfico 8. Ranking de locales por cuadra en cada uno de los 8 ejes relevados en el Municipio de Lanús. Julio 2012.



Fuente: Fundación de Estudios Municipales en base a relevamientos propios.