

Informe Semestral sobre la actividad comercial en la Ciudad de Lanús

Junio 2013



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

Autor: Lic. Mariela Marchione

Equipo de trabajo: Lic. Ricardo Soto y Lic. Mariana Cesar.

Coordinador: Lic. Damián Schiavone.



1. Resumen

El presente informe contiene los resultados obtenidos del relevamiento realizado en los 8 principales ejes comerciales del municipio de Lanús durante el mes de julio de 2013.

En línea con el informe anterior sobre la composición de el Índice de Ocupación Comercial (IOC) en el municipio de Lanús y con la finalidad de poder medir la cantidad de locales relativas a cada sector y por zonas relevantes se lleva a cabo este informe cuyo objetivo principal es evaluar y proponer diferentes alternativas de políticas públicas en beneficio tanto de comerciantes como consumidores.

El estudio se ha realizado en base a los datos obtenidos sobre las 8 áreas comerciales más importantes del municipio, lo que permitió armar una serie de indicadores sobre el desarrollo comercial de la actividad comercial en la Ciudad de Lanús.

Así mismo, ponemos en conocimiento de toda la población, que se encuentra a disposición de quien lo solicite, la información necesaria para profundizar sobre los temas que resulten de interés, pudiendo visitar, quien lo desee, nuestras publicaciones la página que la Fundación de Estudios Municipales posee¹, de donde se puede obtener adicionalmente, todas las publicaciones del presente año en versión completa.

2. Introducción

El municipio de Lanús cuenta, en sus 8 ejes comerciales, con 3.092 locales. Esta cantidad es levemente superior a los datos arrojados por el estudio realizado en julio de 2012, del cual se obtuvo un valor de 3.076 locales, donde 2789 locales corresponden a la zona de Lanús Oeste, y 303 locales a la zona de Lanús Este. La tasa de ocupación para el período en estudio ronda el 90% y se encuentra prácticamente sin variación porcentual con respecto al último trimestre de 2012. El eje comercial de Escala y el eje H. Yrigoyen presentan el mayor nivel de ocupación de todos los ejes estudiados, con un 91.6% cada uno. El C. Este de Lanús posee 1061 locales, el valor más alto de toda la zona de estudio, mientras que D'elía representa el eje comercial más pequeño con solo 133 locales.

¹ www.estudiosmunicipales.org.ar

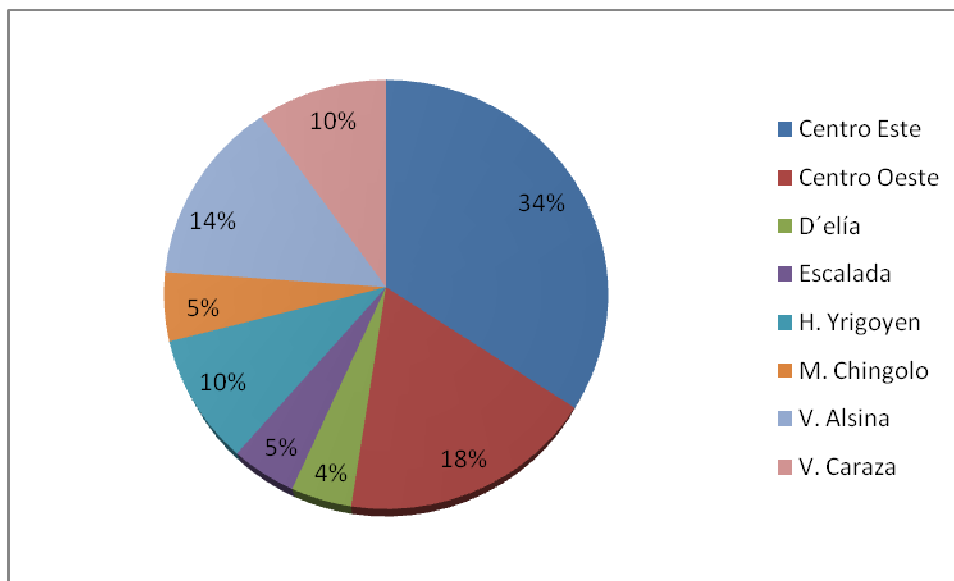
3. Generalidades de la Ocupación de Locales Comerciales en el Municipio de Lanús

Tabla 3.1 – Distribución de los locales comerciales por eje comercial. Ciudad de Lanús. Julio 2013.

Zona	Cantidad de Locales	%
Centro Este	1061	34%
Centro Oeste	560	18%
D'elía	133	4%
Escalada	143	5%
H. Yrigoyen	297	10%
M. Chingolo	160	5%
V. Alsina	435	14%
V. Caraza	303	10%

Fuente: Fundación de Estudios Municipales en base a relevamientos propios

Gráfico 3.2 - Distribución de los locales comerciales por eje comercial. Ciudad de Lanús. Julio 2013.



Fuente: Fundación de Estudios Municipales en base a relevamientos propios

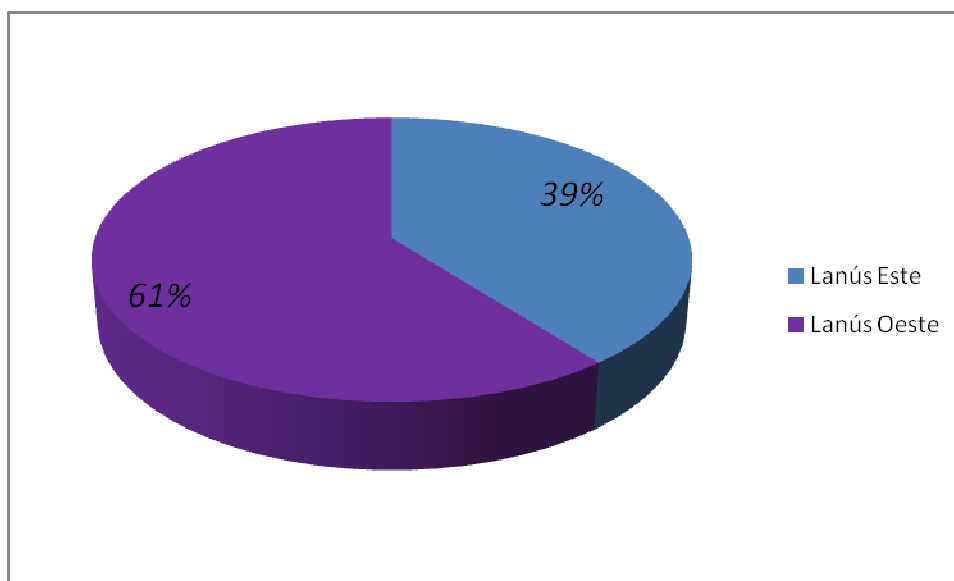
Como puede observarse en la tabla, el Centro Este de Lanús posee la mayor participación sobre el total de locales relevados en los 8 ejes comerciales del Municipio de Lanús con un 34%. En importancia le siguen Lanús Centro Oeste con un 18% y Valentín Alsina con un 14%. Cabe destacar que entre Lanús Centro Este y Lanús Centro Oeste suman más del 50% total de locales.

Tabla 3.3 – Distribución porcentual de locales comerciales entre Lanús ESTE/OESTE. Ciudad de Lanús. Julio 2013.

Zona	Cantidad de Locales	%
Lanús Este	1221	39%
Lanús Oeste	1871	61%

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

Gráfico 3.4 - Distribución porcentual de locales comerciales entre Lanús ESTE/OESTE. Ciudad de Lanús. Julio 2013.



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

El lado Oeste concentra seis de los ejes comerciales: Centro Oeste, Valentín Alsina, Caraza, Hipólito Yrigoyen, Escalada y D´elía) mientras que el lado Este refiere a dos centros Centro Este y Monte Chingolo. Del gráfico se obtiene que el 61% de los locales comerciales se concentran en Lanús Oeste y un 39% en Lanús Este. Con respecto a la variación sobre el período anterior, sólo se ha modificado en un 1% la distribución geográfica de locales entre Este y Oeste.

Tabla 3.5 –Ranking por tasa de ocupación comercial, según ejes comerciales. Ciudad de Lanús

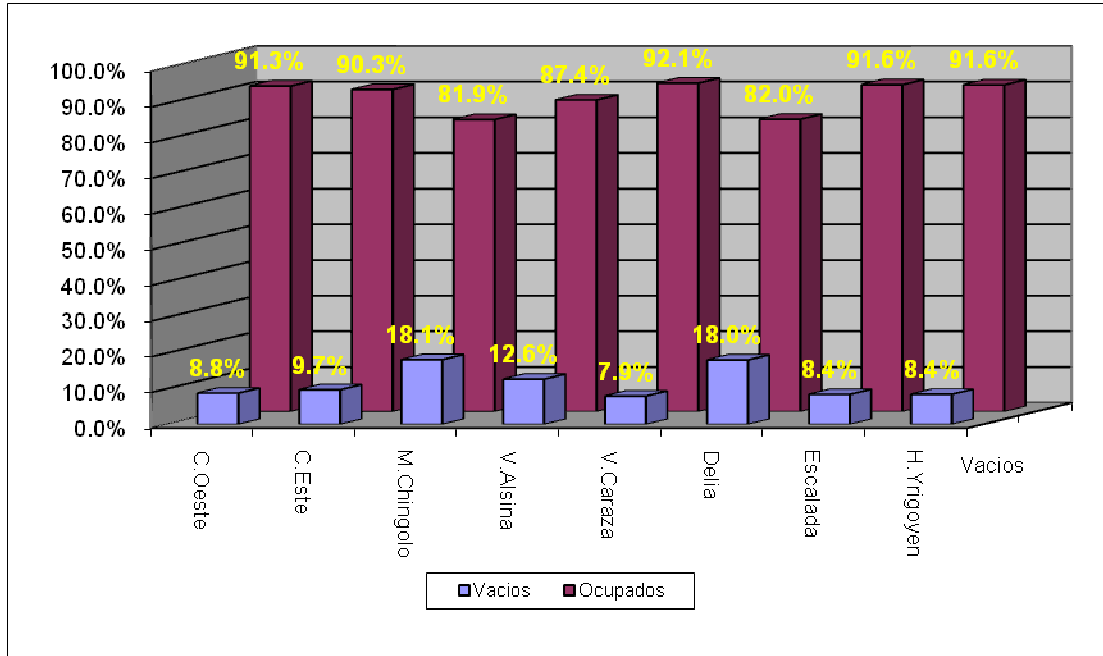
Zona	L. Ocupados Julio 2012	%	L. Ocupados Jul 2013	%
Centro Este	960	90,9%	958	90,3%
Centro Oeste	515	92,8%	511	91,3%
D´elía	110	84,0%	109	82,0%
Escalada	131	92,3%	131	91,6%
H. Yrigoyen	270	91,5%	272	91,6%
M. Chingolo	131	81,9%	131	81,9%
V. Alsina	384	88,5%	380	87,4%



V. Caraza	279	92,1%	279	92,1%
Total	2780	89,2%	2771	89,6%

Fuente: Fundación de Estudios Municipales en base a relevamientos propios

Gráfico 3.6 – Porcentaje de locales ocupados y vacíos según ejes comerciales. Ciudad de Lanús



Fuente: Fundación de Estudios Municipales en base a relevamientos propios

El cuadro representa los porcentajes de ocupación comercial por ejes comerciales. Villa Caraza es el eje comercial con mayor índice de ocupación comercial con un 92.1 %. Esto constituye una variación respecto de Julio de 2012 donde el Centro Oeste de Lanús ocupaba el primer lugar con un 92.8%. Pueden observarse también algunas otras diferencias. Los ejes comerciales Centro Oeste, Centro Este, M. Chingolo, V. Alsina y D'elía disminuyeron su porcentaje de ocupación respecto del período anterior mientras que V. Caraza, Escalada e H. Yrigoyen incrementaron el porcentaje de ocupación.

Las variaciones en la cantidad de locales ocupados resultan mínimas cuando se realiza la comparación entre períodos. La más alta disminución se observa en Centro Oeste y Monte Chingolo donde se han reducido en 4 los locales ocupados.

M. Chingolo es el eje comercial con porcentaje más alto de desocupación comercial (18.1%), luego le siguen D'elía (18%) y V. Alsina (12.6%).

Cuadro 3.7 – Ranking de IOC de los 8 ejes comerciales, según cada uno de los ejes u 8 zonas comerciales. Ciudad de Lanús

Zona	%
Centro Este	90,3%
Centro Oeste	91,3%
D´elía	82,0%
Escalada	91,6%
H. Yrigoyen	91,6%
M. Chingolo	81,9%
V. Alsina	87,4%
V. Caraza	92,1%

Fuente: Fundación de Estudios Municipales en base a relevamientos propios

Cuadro 3.8 – Participación en porcentaje por locales comerciales vacíos y ocupados, según el total de 8 ejes comerciales. Ciudad de Lanús

Zona	Ocupación de Locales		Total
	Ocupados	Vacíos	
Centro Este	30,98%	3,33%	34,31%
Centro Oeste	16,53%	1,58%	18,11%
D´elía	3,53%	0,78%	4,30%
Escalada	4,24%	0,39%	4,62%
H. Yrigoyen	8,80%	0,81%	9,61%
M. Chingolo	4,24%	0,94%	5,17%
V. Alsina	12,29%	1,78%	14,07%
V. Caraza	9,02%	0,78%	9,80%
Total	89,62%	10,38%	100,00%
	IOC	IOD	

Fuente: Fundación de Estudios Municipales en base a relevamientos propios

En el cuadro 3.8 se observa el porcentaje de locales relevados por ocupación, según zona o eje, en el Municipio de Lanús, mostrando así como participan dentro del total de la Jurisdicción. Según los datos relevados, el Centro Este de Lanús presenta la mayor participación absoluta tanto en locales ocupados (30.98%) como en locales vacíos (3.33%)

En contraposición D´elía posee la menor participación sobre el total de los 8 ejes comerciales con un porcentaje de 3.53% en locales ocupados. El mínimo en locales desocupados se encuentra en el eje de H. Yrigoyen con un 0.39%.

El IOC general para Julio de 2012 fue de 90.38%, observándose una leve retracción en el período 2013 (89.62%).

Cuadro 3.8 – Locales comerciales por sector comercial en el Municipio de Lanús.

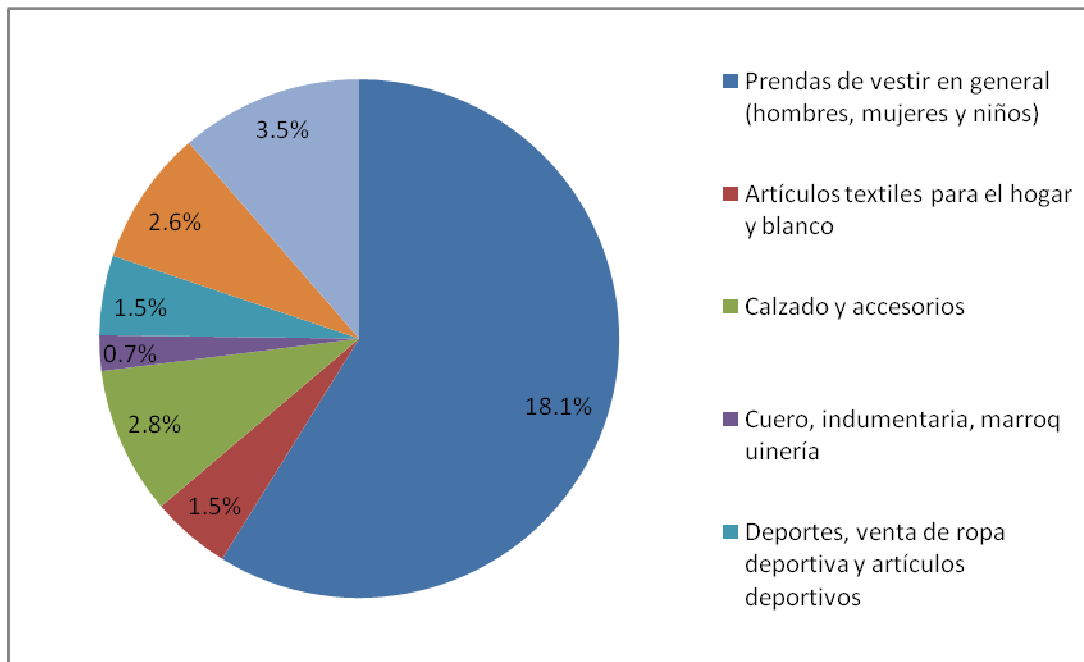
Nº	Sector Comercial	Total	%
1	Prendas de vestir en general (hombres, mujeres y niños)	558	18,1%
2	Artículos textiles para el hogar y blanco	47	1,5%
3	Calzado y accesorios	87	2,8%
4	Cuero, indumentaria, marroquinería	21	0,7%
5	Deportes, venta de ropa deportiva y artículos deportivos	47	1,5%
6	Almacenes y supermercados chicos	80	2,6%
7	Carnicerías, fiambrerías y granjas	108	3,5%
8	Casas de comidas y deliverys	42	1,4%
9	Fruterías y verdulerías	39	1,3%
10	Heladerías, elaboración y venta	32	1,0%
11	Kioscos	130	4,2%
12	Panadería, confitería y sandwichería	46	1,5%
13	Restaurantes, bares, cafeterías	83	2,7%
14	Supermercados de grandes cadenas e hipermercados	5	0,2%
15	Aserraderos y venta de madera	0	0,0%
16	Bancos, financieras y casas de cambio	47	1,5%
17	Bazar, venta de accesorios, decoración y regalos	82	2,7%
18	Clubes	6	0,2%
19	Combustibles, estaciones de servicio	5	0,2%
20	Computación, venta de equipos y artículos	41	1,3%
21	Correos públicos y privados	3	0,1%
22	Cotillón / Disfraces	15	0,5%
23	Electrodomésticos y casas de audio	29	0,9%
24	Escritanía, inmobiliaria y constructora	75	2,4%
25	Establecimientos educativos	15	0,5%
26	Establecimientos gubernamentales	12	0,4%
27	Farmacia, perfumería, cosmética, artículos de tocador	55	1,8%
28	Ferreterías	34	1,1%
29	Fotografía, óptica	48	1,6%
30	Gimnasio, centros de entrenamiento físico	31	1,0%
31	Instrumentos musicales, venta de artículos	2	0,1%
32	Juegos de azar	37	1,2%
33	Jugueterías	36	1,2%
34	Librerías (venta de libros y revistas)	5	0,2%
35	Librerías comerciales, artículos de papel y fotocopias	36	1,2%
36	Limpieza, venta de artículos y pañaleras	20	0,7%
37	Locales para esparcimiento (peloteros, teatros, cines, locales bailables)	11	0,4%
38	Locales vacíos	296	9,6%
39	Locutorios, servicios de Internet	21	0,7%
40	Materiales de construcción y eléctricos	32	1,0%
41	Muebles, artículos para el hogar y la oficina (fábrica y venta)	58	1,9%
42	Otros negocios no contemplados anteriormente	268	8,7%
43	Peluquería, tratamientos de belleza, spas y depilación	115	3,7%
44	Pinturerías	12	0,4%



45	Puesto de diarios y revistas	26	0,8%
46	Rapipago, Bapro Pago y lugares de pago de servicios diversos excepto bancos	5	0,2%
47	Relojería y joyería	33	1,1%
48	Remises, fletes, mudanzas	29	0,9%
49	Servicios profesionales (Abogados, Contadores, Médicos, Dentistas)	81	2,6%
50	Servicios sociales y de salud	32	1,0%
51	Telefonía celular (venta de celulares y adicionales)	38	1,2%
52	Veterinarias y alimentos para mascotas	41	1,3%
53	Puestos Callejeros	19	0,6%
Total		3076	100,0%

Fuente: Fundación de Estudios Municipales en base a relevamientos propios

Cuadro 3.9 –Distribución porcentual de locales comerciales por rubro comercial que más pesan en el Municipio (con el 50 % del peso relativo sobre el total de locales). Ciudad de Lanús



Fuente: Fundación de Estudios Municipales en base a relevamientos propios

- Descripción y Composición del índice de ocupación comercial en cada uno de los 8 ejes relevados en la Ciudad de Lanús

A continuación se analizará la composición de los 8 ejes comerciales más importantes del Municipio de Lanús.

4.1 Valentín 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. D. 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 435 locales. El IOC de este eje comercial es de 87.4%, el cual ha disminuido en 1 punto porcentual desde el último relevamiento en julio de 2012 (88.5%). La cantidad de locales ocupados en la zona es de 384.

Un análisis sobre los datos recopilados para este eje comercial arroja una gran variedad de comercios de diferentes ramos y sectores. Se destacan los comercios del ramo textil, específicamente los dedicados a prendas de vestir en general (hombres, mujeres y niños) que representan un 16% del total de locales. El rubro alimentos alcanza un 18% de los locales de la zona, aunque no se cuenta con la presencia de supermercados de grandes cadenas o hipermercados.

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, Itzaingo desde la altura 1000 al 1500, O'Higgins desde la altura 1800 al 2000, Basavilbaso desde la altura 1900 al 2000, Sarmiento desde la altura 1900 al 2000, Anatole France desde la altura 1800 al 2000, Oncativo desde la 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.

Para este eje comercial el IOC relativa a los demás ejes alcanza un 90.3%, el cual no presenta casi variación desde el último relevamiento de julio 2012 (90.9%). La cantidad de locales ocupados asciende a 958 sobre un total de locales de 1061 locales.

La zona de la recorrida por la calle 9 de julio sigue siendo de manera absoluta, el principal eje comercial por cantidad de locales, superando ampliamente a los demás ejes comerciales considerando que se han contabilizado 1061 locales.

Dado el peso relativo del eje comercial Centro Este sobre todo el Municipio resulta natural que se asimile al IOC general.

Por otro lado, cabe destacar que el Centro Este es la única zona del partido de Lanús que encuentra, en la distribución de sus locales comerciales, cierto orden. Es decir que los locales comerciales se ubican en torno a una agrupación sectorial que obedece a una organización espacial.

Analizando detenidamente los diferentes rubros comerciales, para el sector prendas de vestir en general encontramos que en el Centro Este se encuentra la mayor cantidad de locales (260 sobre 550) representando un 47% de la oferta total para este rubro dentro del Municipio. Dentro del mismo eje comercial otros rubros también posee un peso significativo ya que la oferta de prendas de vestir dentro del eje comercial Centro Este representa un 25% (260 locales sobre 1061 locales).



Los rubros calzado, cuero, marroquinería y deportes alcanzan un total de 76 locales sobre los 157 relevados para este sector en todo el Municipio, completando casi el otro 50% del sector de indumentaria. En cuanto a su posición relativa con respecto al total de locales en Centro Este, sólo representan un 7% de los 1061 locales que se encuentran en la zona.

El Centro Este de Lanús posee la mayor cantidad de locales de indumentaria deportiva, acumulando un 43% del total de locales relevados para este rubro. Lo mismo ocurre para Bancos y Financieras, donde el 43% se encuentran ubicados en la zona, convirtiéndose en el centro bancario y financiero del Municipio.

En lo que refiere al sector alimentos se han relevado un total de 562 locales para todo el Municipio. El Centro Este de Lanús posee 147 locales, un 26% sobre el total relevado. En cuanto a la ocupación relativa con respecto a otros rubros en el eje comercial, el sector alimentos representa un 12% sobre el total de 1208 locales relevados.

El sector de restaurantes, bares y cafeterías también muestran una gran concentración en la zona. El 37% del total de estos locales se encuentran en el Centro Este. Cabe destacar que su peso relativo sobre el total de locales del área es solo del 3%.

En cuanto a los rubros muebles, artículos para el hogar y la oficina, se observa la existencia de 18 locales sobre un total de 49, es decir que esta zona aporta el 37% de la oferta total. Su participación sobre la cantidad total de locales de la zona sin embargo es sólo del 1%.

El área de relojería y joyería también cuenta con gran representación en esta zona, sumando un 39% del total. Lo mismo ocurre con la telefonía celular que concentra un 41%, servicios de rapipago con 40%, y las librerías con un 60%.

En cuanto a los locales de instrumentos musicales, el 100% de los locales se encuentran en esta zona del Municipio. Otros rubros que merecen ser destacados son el de computación (43%), electrodomésticos y casas de audio (48%), farmacia perfumería y cosmética (30%), jugueterías (38%), y puestos callejeros (95%),

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 del 0 al 400.

El IOC de este eje comercial se redujo desde 92.8% en Julio de 2012 a 91.3%. Sin embargo es el segundo eje con mayor IOC del Municipio. Con respecto a los locales vacíos, la mayoría de ellos se encuentran alejados de la Avda Hipólito Yrigoyen, encontrándose la mayor densidad de ocupación en la proximidad del cruce de las Av. 25 de Mayo e Hipólito Yrigoyen.



En cuanto a la composición de las actividades comerciales en la zona, el 22% de los locales pertenecen al rubro de indumentaria, el 19% a alimentos, y el 59% restante concentra el resto. Los locales que se dedican a la venta de prendas de vestir en general son los que mayor peso tienen sobre este eje comercial ya que representan el 16% de los locales ocupados.

Dentro del rubro indumentaria, los locales de prendas de vestir representan el 16% de la oferta total, mientras que cuero y marroquinería contribuyen en un 20%. En cuanto a alimentos, un 25% de las verdulerías y fruterías y un 33% de casas de comida y deliverys se encuentran ubicados en este eje comercial. Por último, sigue siendo en esta zona donde encontramos la mayor cantidad de remises, fletes y mudanzas con un total de 8 sobre 29 locales (29%).

Al referirnos a la organización comercial dentro la zona, de los 560 locales relevados 90 pertenecen al rubro prendas de vestir en general (16%), 27 son peluquerías y otros dedicados a tratamientos de belleza (5%), 13 se dedican a servicios profesionales (2%), 20 locales son bazares (4%), 18 son almacenes o supermercados chicos (3%), 19 son carnicerías, fiambrerías y granjas (3%), 19 son kioscos (3%) y 12 son restaurantes, bares y cafeterías (2%).

4.4 Hipólito Yrigoyen

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

El IOC relativo de esta zona se mantuvo prácticamente constante siendo del 91.6%. Este eje comercial ocupa el segundo lugar por detrás de Villa Caraza en el ranking de los IOC de los 8 ejes comerciales analizados (ver tabla 3.5)

La zona posee una cantidad significativa de bancos, financieras y casas de cambio con un total de 15 locales sobre los 47 relevados en el Municipio con una participación del 32%. En esta zona se advierte la presencia de los principales bancos y financieras tales como los Bancos Públicos Nación, Provincia y Ciudad, como así también los privados Citibank, Francés, Itaú y Río entre otros.

Los restaurantes, bares y cafeterías más concurridos o de mayor conocimiento, se encuentran principalmente a dos o tres cuadras de la estación. La cantidad de locales alcanzan a ser 18 sobre un total de 79 relevados para todo el municipio generando una participación de este eje comercial de un 23%.

Han sido relevados en la zona una cantidad de 26 kioscos, un 9% del total de locales de la zona (297), y un 20% sobre el total de kioscos dentro del municipio (131).

En lo que refiere a alimentos, observamos que los sectores de grandes supermercados e hipermercados, carnicerías, fiambrerías, granjas, pescaderías, fruterías y verdulerías, almacenes y supermercados chicos, agrupan un total de 23 locales, lo que representa un 10% de la oferta total del municipio que cuenta con 230 locales. A su vez, analizando la composición al interior del eje comercial, el rubro alimentos tiene una participación de un 6% sobre la cantidad total de locales.



El sector que integran las farmacias y perfumerías tiene una participación significativa sobre el total de la oferta comercial (11 sobre 57 locales) con un 19% del negocio.

El sector muebles y artículos para el hogar posee una cantidad de 12 locales en el eje comercial lo que representa un 24% de la oferta dentro del municipio, aunque su participación relativa dentro del eje con respecto a otros rubros solo alcanza el 4%.

4.5 Escalada

Este eje comercial 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, respectivamente.

El índice de Ocupación Comercial de este eje comercial ha disminuido desde el último estudio realizado desde un 92.3% a 91.6%. Aún así mantiene su primer lugar con respecto a los 8 ejes comerciales analizados. Del total de los 143 locales que se encuentran en la zona, solo 12 se encuentran desocupados, ascendiendo la tasa de desocupación al 8.4%.

El sector con mayor presencia relativa sobre este eje es el de prendas de vestir con un 14% sobre el total de locales de la zona. Sin embargo su participación sobre el total de locales de prendas de vestir relevados en el municipio representa solamente el 4%.

Es importante destacar que la zona cuenta con tres supermercados de grandes cadenas e hipermercados, sobre un total de 5 relevados en el municipio. Esto representa el 60% de oferta de este rubro. Siguiendo con el sector alimentos la zona posee 9 kioscos, 8 restaurantes, bares y cafeterías, 7 carnicerías, fiambrerías y granjas y 4 almacenes y supermercados chicos y 2 fruterías y verdulerías. En total el rubro alimentos ocupa el 11% de los locales de este eje comercial.

4.6 D'Elía

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

El Índice de Ocupación Comercial (IOC) de este eje comercial es de un 82%. Comparando con el último estudio realizado en Julio de 2012, este ha decrecido un 2%. Esta zona presenta uno de los IOC más bajos de todas las zonas bajo análisis, ubicándose en el anteúltimo lugar por delante de M. Chingolo. La cantidad de locales desocupados ascienden a 24 sobre un total de 133 (18%).

Dentro del eje comercial la actividad comercial más importante es la venta de prendas de vestir en general, con una participación del 17% sobre el total de locales de la zona. También encontramos locales de bazar (8) y en el sector de alimentos un total de 20 locales alcanzando el 15% de los locales ocupados.



En esta zona solo podemos encontrar un local de bancos, financieras y casas de cambio, 1 correo y 3 farmacias y perfumerías.

4.7 Monte Chingolo

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

La zona presenta una baja cantidad de locales, 160, de los cuales solo 131 se encuentran ocupados. Su IOC es de 81.9%, el cual se ha mantenido constante respecto a Julio de 2012. Monte Chingolo presenta el IOC más bajo de todos los ejes comerciales analizados, con un total de 29 locales desocupados (18.1%).

El eje comercial M. Chingolo representa solo el 5% del total de locales del Municipio. A su vez la composición dentro del mismo eje comercial por rubro es la siguiente: 13% corresponde a indumentaria, 20% al rubro alimentos, y el 67% restante a rubros varios.

En comparación con otros ejes comerciales, el 13% de las fruterías y verdulerías, 15% de locales de materiales eléctricos y construcción y el 10% de locales de locutorios y servicios de internet se encuentran en esta zona.

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 Villa Caraza recibe una gran afluencia de público en general. No presenta un orden en la disposición de los negocios según rubros, sino que se puede observar una cierta desorganización en cuanto a la ubicación de locales.

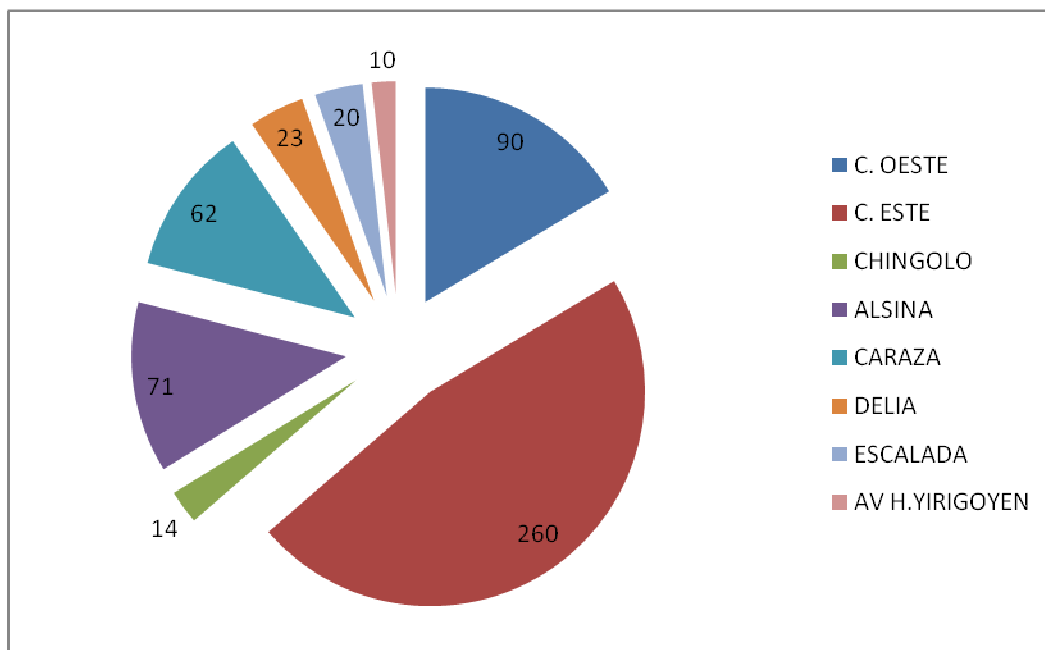
El IOC correspondiente a esta zona, relativo a los demás ejes del partido, es de 92.1% el cual se mantuvo constante con respecto al estudio realizado en julio de 2012. Del total de los 303 locales solo 24 se encuentran desocupados, alcanzando un índice de desocupación del 7.9%. Actualmente Villa Caraza, posee el IOC más alto de todos los ejes comerciales en estudio.

En cuanto al rubro de indumentaria, la participación sobre el total de la oferta de esta zona es considerable (11%), destacándose la parte de deportes (15%) y textiles para el hogar y blanco (13%). En lo que respecta al sector alimentos, el área presenta el 11% del total de locales dedicados a este rubro, con gran participación de locales de carnicerías y fiambrerías (18%) y almacenes y supermercados chicos (11%).

La composición de locales dentro del eje comercial es la siguiente: un 27% corresponde al sector de indumentaria, 19% al sector de alimentos y el 54% agrupa locales varios.

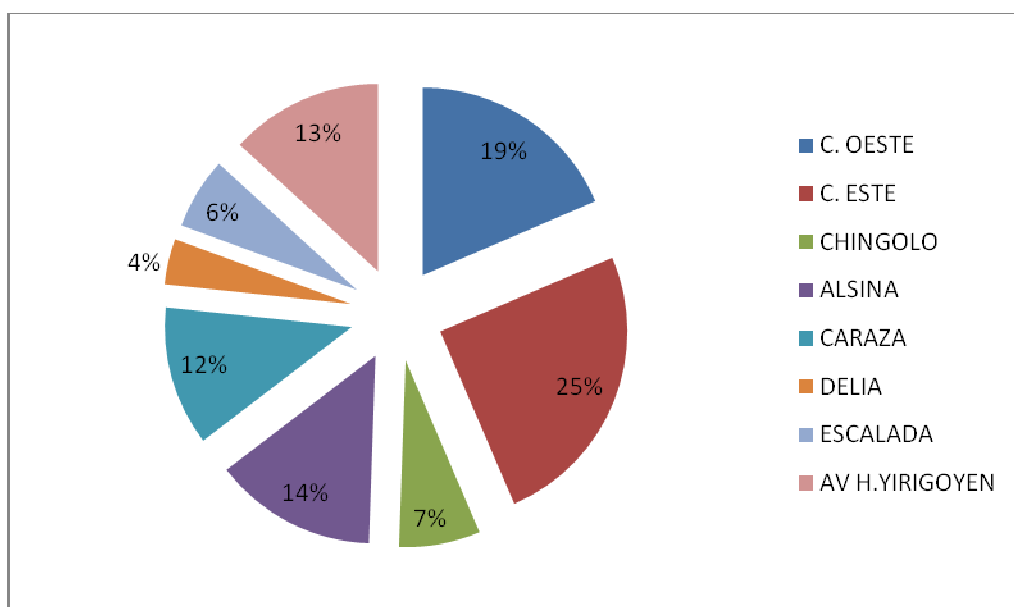
5. Anexo I: Gráficos y Cuadros

Gráfico I – Cantidad de locales dedicados a prendas de vestir.



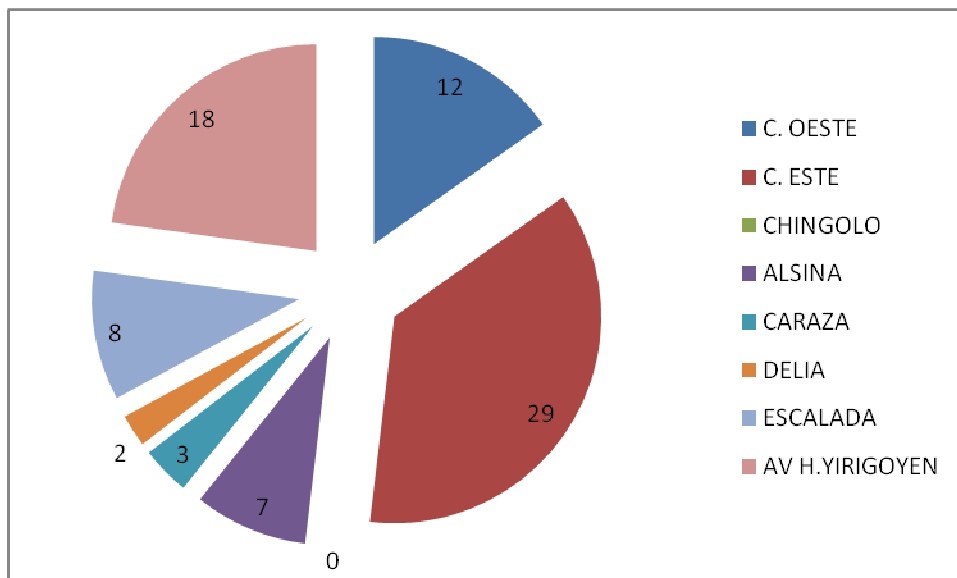
Fuente: Fundación de Estudios Municipales en base a relevamientos propios.

Gráfico II – Porcentaje de locales de kioscos, almacenes, verdulerías, carnicerías, y fiambrerías.



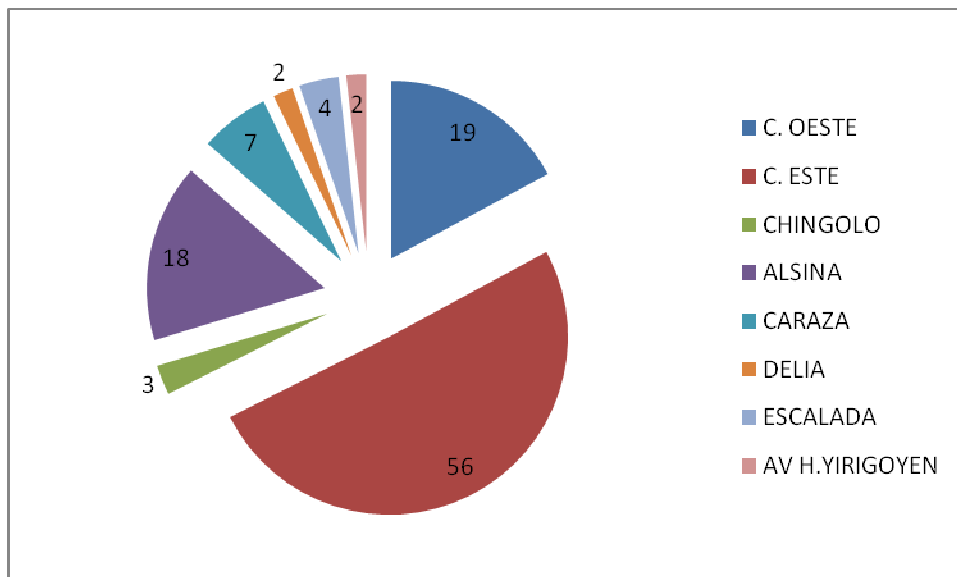
Fuente: Fundación de Estudios Municipales en base a relevamientos propios.

Gráfico III – Cantidad de locales de restaurantes, bares y cafeterías.



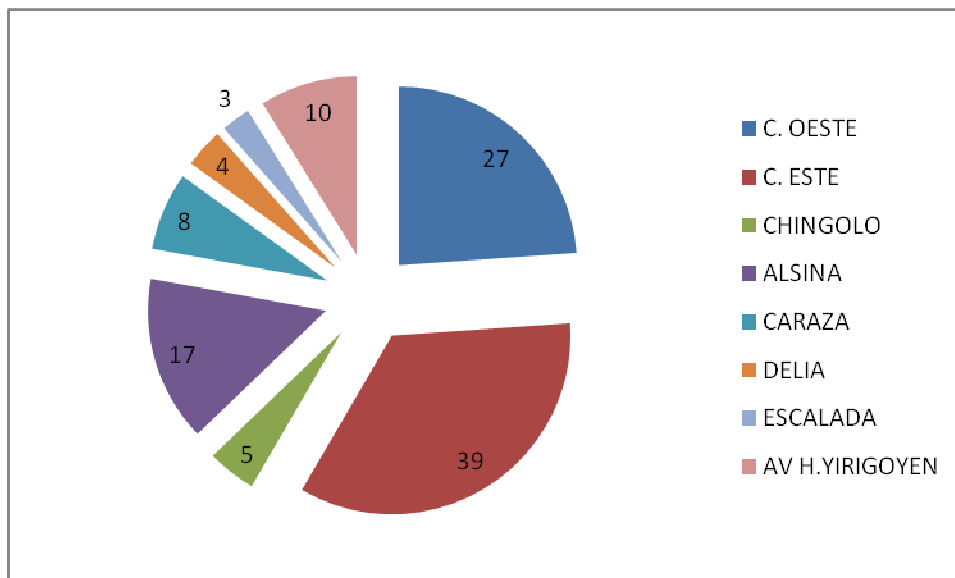
Fuente: Fundación de Estudios Municipales en base a relevamientos propios.

Gráfico IV – Cantidad de locales de cuero, indumentaria, calzado y accesorios.



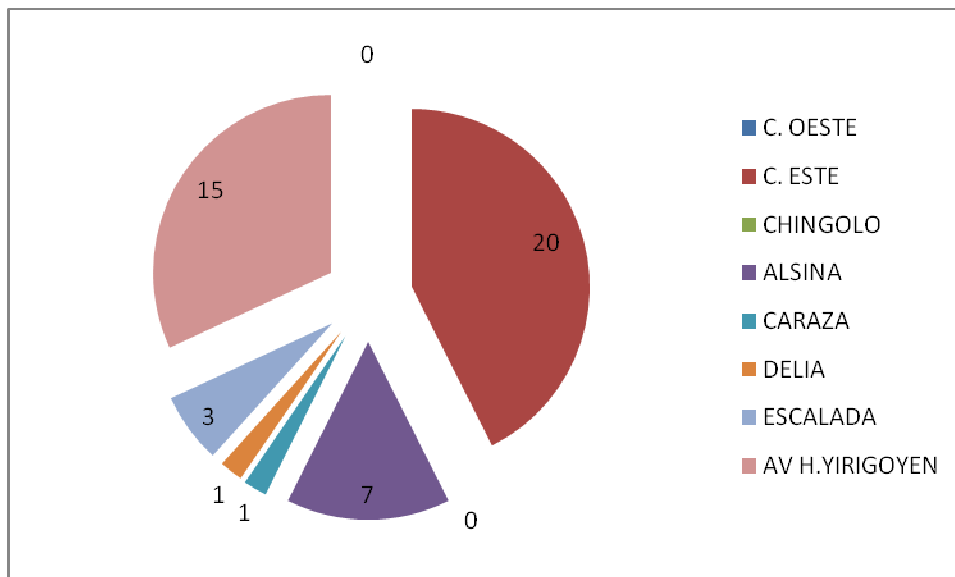
Fuente: Fundación de Estudios Municipales en base a relevamientos propios.

Gráfico V – Cantidad de locales de peluquería y tratamientos de belleza



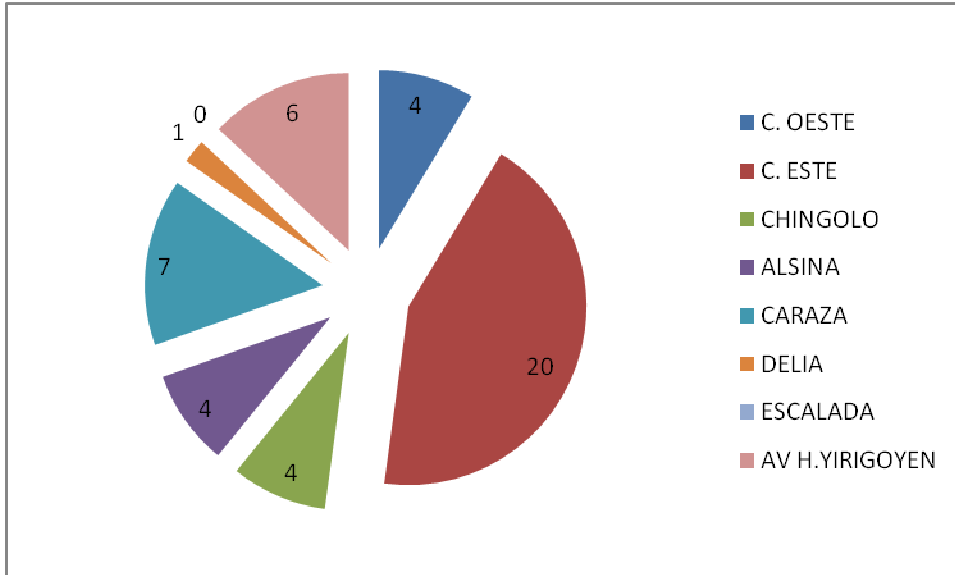
Fuente: Fundación de Estudios Municipales en base a relevamientos propios.

Gráfico VI – Cantidad de locales de banco, financiera y casa de cambio.



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

Gráfico VII – Cantidad de locales de deportes, venta de ropa deportiva y artículos deportivos.



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