



2S2024 Argentina

# Retail: Corredores Comerciales y Shoppings

**NEWMARK**

[nmrk.com.ar](http://nmrk.com.ar)

# Índice de contenidos

Introducción .....	<b>03</b>
Contexto Económico .....	<b>04</b>
Corredores Comerciales .....	<b>05</b>
Corredores Comerciales - Oferta .....	<b>06</b>
Corredores Comerciales - Demanda .....	<b>07</b>
Conversaciones con Guillermo Oliveto .....	<b>08</b>
Corredor Av. Cabildo .....	<b>10</b>
Corredor Calle Florida .....	<b>11</b>
Corredor Flores .....	<b>12</b>
Corredor Av. Santa Fe 1 .....	<b>13</b>
Corredor Caballito .....	<b>14</b>
Corredor Palermo Soho .....	<b>15</b>
Corredor Av. Santa Fe 2 .....	<b>16</b>
Corredor Av. Alvear .....	<b>17</b>
Shoppings .....	<b>18</b>
Perspectivas .....	<b>20</b>



# Introducción

## Retail en Buenos Aires: El Fin de las Viejas Reglas y el Comienzo de una Nueva Era

El retail en Buenos Aires se encuentra en un **punto de quiebre**. No se trata solo de una recuperación del consumo tras años de incertidumbre, ni de una simple reorganización del mercado. Lo que estamos presenciando es un **cambio estructural** que redefine el papel de los locales comerciales, las estrategias de las marcas y, sobre todo, las expectativas de los consumidores.

Por décadas, el comercio en la ciudad funcionó bajo **reglas conocidas**: la ubicación determinaba el éxito, la relación precio-calidad era el principal driver de compra y la lealtad del consumidor se construía con una presencia física consolidada. **Pero estas premisas ya no son suficientes**. El 2025 presenta un escenario donde la **conectividad, la omnicanalidad y la experiencia de compra** son los factores determinantes en la dinámica del sector.

**El segundo semestre de 2024** dejó en evidencia una realidad dual en el mercado: mientras algunos corredores comerciales **sufrieron una mayor vacancia**, otros se consolidaron como polos de atracción, impulsados por una oferta renovada y adaptada a las nuevas demandas. El consumo sigue presente, pero ha cambiado su estructura, con un público cada vez más fragmentado entre **búsqueda de valor, conveniencia y experiencias diferenciadas**.

El comportamiento del consumidor se ha vuelto más selectivo y estratégico:

- **El precio sigue siendo clave, pero ya no es el único factor decisivo**. La experiencia de compra, la personalización y el servicio al cliente han cobrado un protagonismo inédito.
- **Los locales comerciales ya no compiten solo con el negocio vecino, sino con plataformas digitales y experiencias híbridas**. Las tiendas físicas tienen que ofrecer algo más que productos: deben generar vínculo, comunidad y diferenciación.

- **La lealtad a las marcas ya no es garantizada**. El consumidor es infiel por naturaleza y está dispuesto a cambiar de preferencia si encuentra mejor atención, facilidad en el proceso de compra o beneficios exclusivos.

A diferencia de crisis anteriores donde el consumo se retraía por completo, **hoy el mercado no se está achicando, sino que se está transformando**. Aparecen nuevas dinámicas que reconfiguran la distribución del gasto: el consumidor invierte más en ciertas categorías mientras ajusta en otras, priorizando lo que genera valor agregado.

Este informe explora **qué está ocurriendo en los principales corredores comerciales de Buenos Aires y qué tendencias definirán el 2025**. Analizamos cómo las marcas pueden **adaptarse y capitalizar las oportunidades de un mercado en plena transformación**, donde la diferenciación ya no es opcional, sino la única manera de permanecer relevante.

En un contexto donde **las reglas tradicionales del retail han quedado obsoletas**, quienes comprendan y se adelanten a estos cambios tendrán la ventaja estratégica. La pregunta ya no es si el mercado se recuperará, sino **qué actores sabrán evolucionar con él y cuáles quedarán en el camino**.

**SANTIAGO WINOKUR**

*Broker*

# Contexto Económico

## El impacto de la economía

Durante el segundo semestre de 2024, la economía argentina presentó signos mixtos. Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), el Producto Interno Bruto (PIB) experimentó una contracción interanual del 2,1% en el tercer trimestre de 2024. Esta caída se atribuye principalmente a una disminución del 3,2% en el consumo privado, reflejando la persistente pérdida de poder adquisitivo de los hogares.

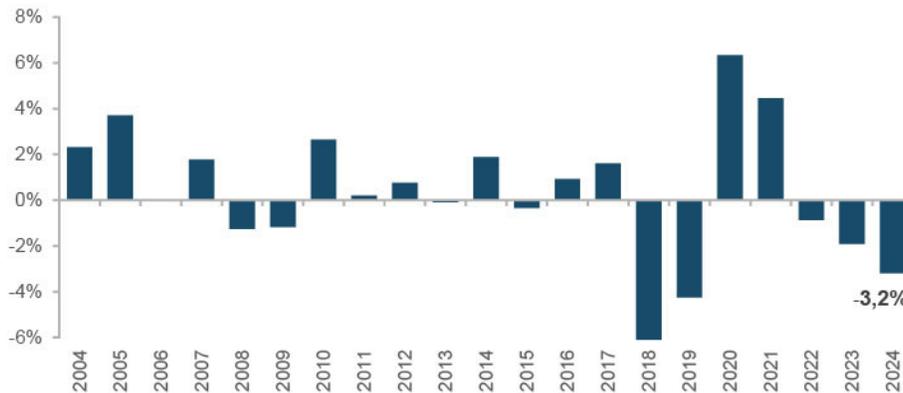
A pesar de estos desafíos, se registró una variación positiva del 3,9% en el PIB desestacionalizado respecto al trimestre anterior, sugiriendo una posible recuperación en ciertos sectores.

Además, la inflación anual mostró una desaceleración notable, cerrando el año en 118%, una reducción significativa desde el 211% registrado en diciembre de 2023.

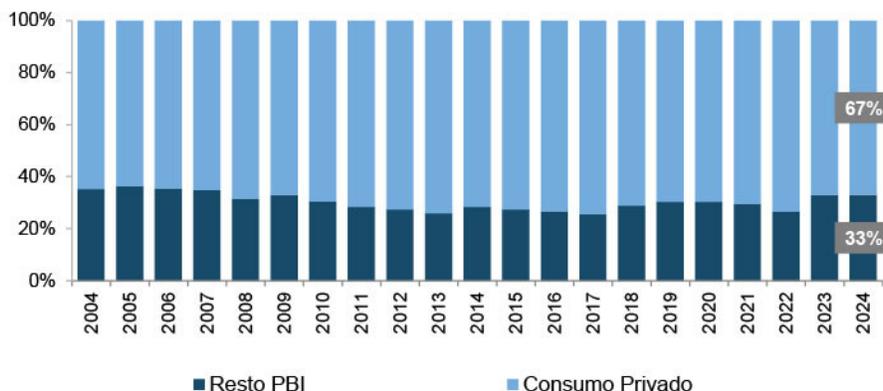
El sector externo también aportó noticias alentadoras, con un superávit en la cuenta corriente de 1.401 millones de dólares en el tercer trimestre de 2024, contrastando con el déficit de 6.047 millones de dólares del mismo período del año anterior.

Estas tendencias indican que, aunque la economía argentina enfrenta desafíos significativos, existen señales de estabilización y recuperación en ciertos ámbitos. La consolidación de estas mejoras dependerá de la continuidad de políticas económicas que fomenten la inversión, el control de la inflación y el fortalecimiento del poder adquisitivo de la población.

**% De Variación Interanual Del Consumo Privado**



**Participación Del Consumo Privado en El PIB (%)**



# Corredores Comerciales Inventario Relevado

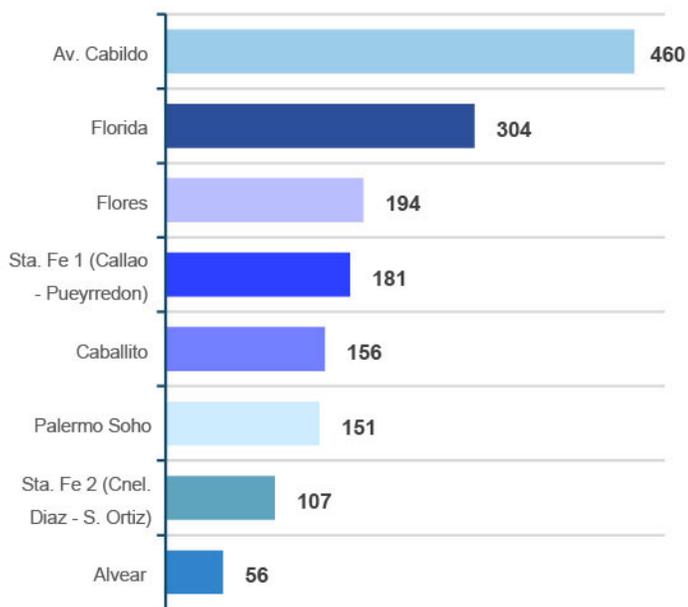


**Distribución del Inventario: 1608 locales**

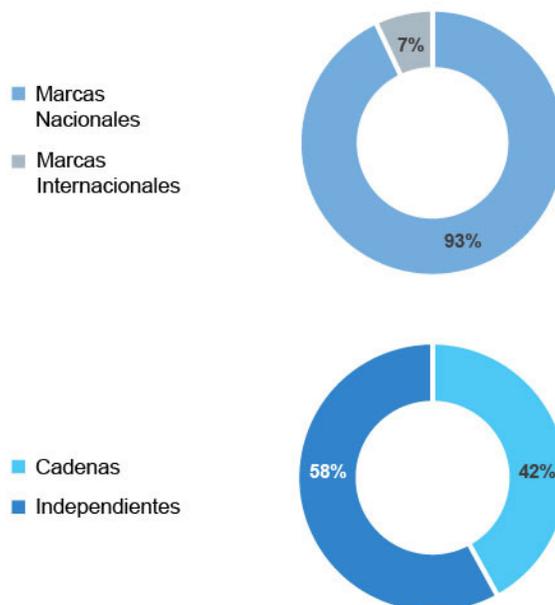
## Principales Corredores

- A. Corredor Av. Cabildo** (1600-3300)
- B. Corredor Calle Florida** (0-1000)
- C. Flores** (Av. Rivadavia 6200-6900)
- D. Corredor Av. Santa Fe 1**  
(Entre Av. Callao y Av. Pueyrredón)
- E. Caballito** (Av. Rivadavia 4500-5300)
- F. Palermo Soho**  
(cuadrante Armenia, Gurruchaga, El Salvador, Honduras)
- G. Corredor Av. Santa Fe 2**  
(Entre Coronel Díaz y Scalabrini Ortiz)
- H. Corredor Av. Alvear** (1400-1900)

**Distribución del Inventario por corredores**



**Distribución del Inventario según ocupante (%)**



# Corredores Comerciales

## Oferta

En el segundo semestre de 2024, la oferta de locales comerciales en Buenos Aires reflejó un aumento en la vacancia general, alcanzando el **5,1%**, lo que marca un incremento respecto al primer semestre. A este crecimiento en la disponibilidad de espacios se le suma una tendencia de mayor rotación en corredores claves, como **Florida (6,6%)** y **Santa Fe (Callao - Pueyrredón) (4,5%)**, donde la movilidad comercial se mantiene activa.

El precio pedido promedio descendió ligeramente a **22,4 USD/m<sup>2</sup>/mes**, con diferencias significativas entre corredores. Mientras que el corredor **Santa Fé entre Callao y Pueyrredon (47,1 USD/m<sup>2</sup>/mes)** y **entre Cnel. Díaz y Scalabrini Ortiz (46,8 USD/m<sup>2</sup>/mes)** se posicionan como los más costosos, **Av. Alvear** presenta una oportunidad con un valor de renta pedido de **24,3 USD/m<sup>2</sup>/mes** y **Flores (13,6 USD/m<sup>2</sup>/mes)** ofrece valores más accesibles, apuntando a otro target de consumo.

En este contexto, el mercado sigue en proceso de ajuste, con una oferta más amplia que brinda oportunidades tanto para nuevos inquilinos como para comercios que buscan optimizar sus ubicaciones.

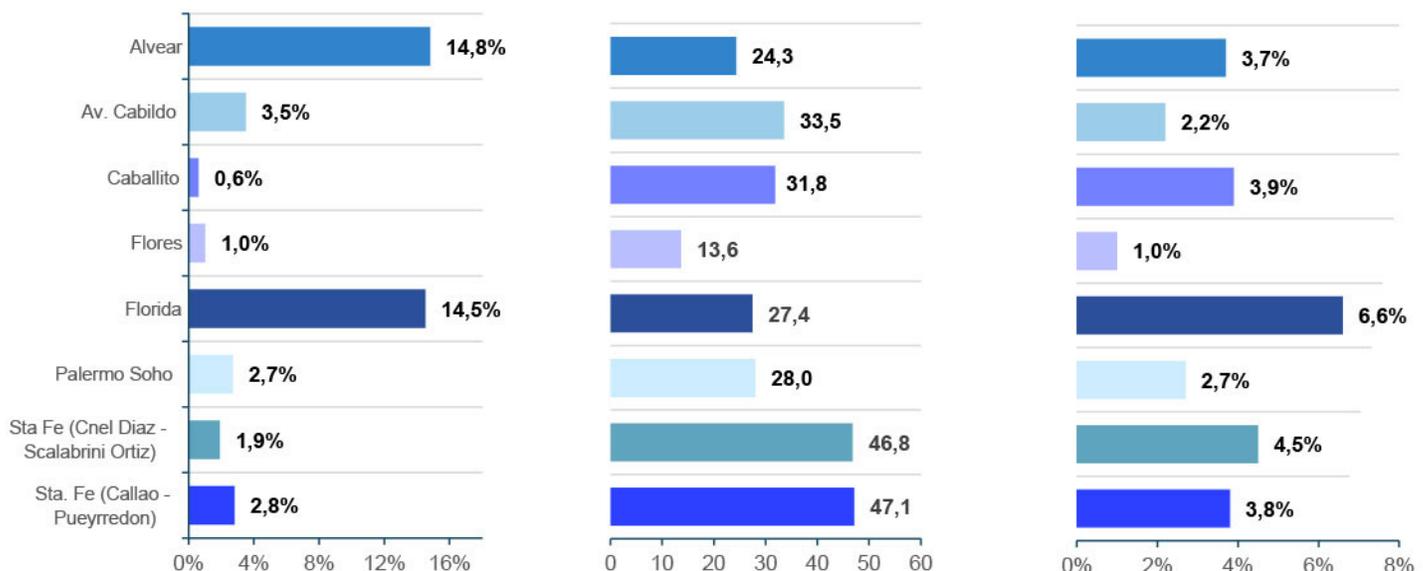
### Indicadores Generales



Tasa de Vacancia por Corredores (%)

Asking Rent por corredores (U\$/m<sup>2</sup>/mes)

Tasa de Rotación por Corredores (%)



# Corredores Comerciales

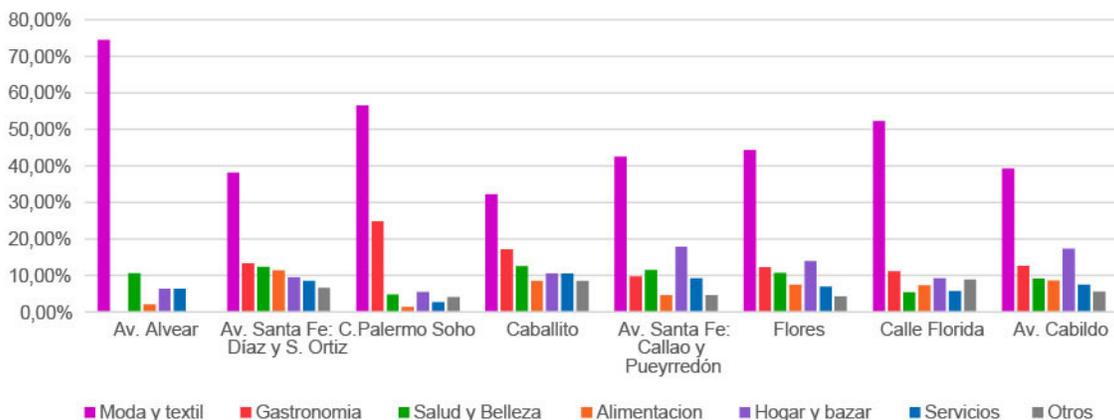
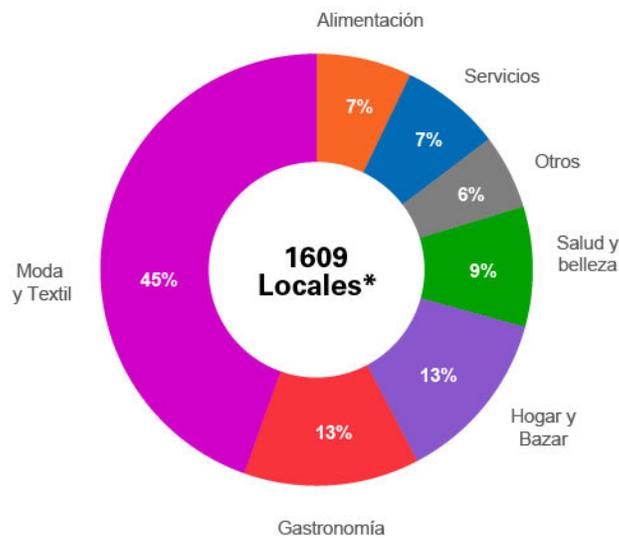
## Demanda

Durante el segundo semestre de 2024, la demanda de locales comerciales en Buenos Aires continuó liderada por el sector de **moda y textil, que representó el 45%** del total de espacios ocupados en los principales corredores comerciales. Esta tendencia se mantiene especialmente en **Av. Alvear**, donde el rubro sigue dominando con una presencia significativa, y en **Palermo Soho**, donde convive con la gastronomía como una de las principales actividades comerciales.

El **sector gastronómico, con una participación del 13%**, sigue consolidándose en ubicaciones clave como **Palermo Soho y Av. Santa Fe (Callao - Pueyrredón)**, donde complementa la oferta comercial y contribuye a la atracción de público variado. En esta última zona, el rubro **hogar y bazar** mantiene una presencia relevante con también **el 13% del total de locales**, evidenciando una demanda estable por productos para el hogar y decoración.

En general, la distribución de rubros en los corredores comerciales refleja una demanda sostenida en sectores tradicionales como moda y gastronomía, con oportunidades emergentes en otros segmentos, lo que sugiere un mercado dinámico que sigue adaptándose a las preferencias de los consumidores.

Número de locales por rubros (%)



\*Nota: Para el análisis por rubros se toma la muestra de locales operativos.

# Lo que se viene en este 2025



CONVERSACIONES CON  
GUILLERMO OLIVETO  
CEO de la consultora W

## Innovación, Competencia y el Desafío del Cambio

Guillermo Oliveto es Licenciado en Administración de Empresas por la UBA y CEO de la consultora W, empresa que fundó en 2010 y que se especializa en consultoría estratégica basada en evidencias. Con 32 años de trayectoria, es un referente en consumo, humor social, estrategia de marcas y comunicación, asesorando tanto a empresas privadas como a organizaciones del sector público.

Es conferencista en ámbitos ejecutivos y académicos y, desde 2017, columnista en La Nación, donde escribe en la sección Pulso de Consumo. Además, es autor de cinco libros, entre ellos su más reciente publicación, Humanidad Ampliada. Futuros posibles entre el consumo y la tecnología.

A lo largo de su carrera, ha ocupado roles clave en la industria del marketing y la investigación de mercado. Fue Presidente del Comité de Contenidos del Congreso Mundial ESOMAR en 2008 y del Congreso Latinoamericano en 2014. También desempeñó un rol fundamental en la Asociación Argentina de Marketing, donde fue Presidente entre 2007 y 2011, y Vicepresidente en los periodos 2003-2007 y 2011-2013.

En reconocimiento a su trayectoria, en 2012 recibió el Premio al Estilo Profesional otorgado por la Universidad de Palermo.

### Un Nuevo Escenario: Cambio y Oportunidad

El "gran reset" de 2024 dejó una Argentina con dos realidades muy contrastantes. Mientras un 30% de la población experimenta una recuperación del poder adquisitivo en dólares, el 70% restante enfrenta un panorama más desafiante. Para el retail, esto implica un consumidor fragmentado y la necesidad de segmentar cada estrategia con precisión quirúrgica.

A pesar de la incertidumbre, la inflación se ha estabilizado en niveles más predecibles. Según diversas predicciones, se espera que el indicador interanual para el 2025 se ubique entre el 28% y el 30%, lo que permitirá a las empresas planificar con mayor certeza. Como señala Oliveto: "El mercado ya no ajusta por control, sino por competencia. Los que entiendan esta nueva lógica estarán en ventaja; los demás quedarán atrás".

Este contexto redefine el juego para el retail y plantea preguntas clave: ¿Cómo se va a distribuir el consumo en una sociedad que avanza en dos velocidades? ¿Qué estrategias diferenciarán a los jugadores ganadores? La respuesta está en la



"Muchos creen que van a jugar el mismo partido de siempre, pero las reglas cambiaron y la competencia es feroz. Ya no alcanza con estar, hay que destacarse".

capacidad de adaptación, la lectura del consumidor y el aprovechamiento de nuevas herramientas tecnológicas.

### Competencia y Reinversión: El Nuevo Imperativo

La apertura del mercado ha generado un aumento de la competencia con la llegada de jugadores internacionales. Este cambio obliga a las empresas locales a reinventarse. La diferenciación, la innovación y la eficiencia operativa ya no son opcionales: son la base para la supervivencia.

Guillermo advierte: "Muchos creen que van a jugar el mismo partido de siempre, pero las reglas cambiaron y la competencia es feroz. Ya no alcanza con estar, hay que destacarse".

La competencia en el retail argentino ya no se basa única-

mente en el precio. Ahora, la experiencia de compra, la logística eficiente y la fidelización del cliente cobran un protagonismo inédito. Las marcas que logren generar conexiones emocionales profundas con sus consumidores serán las que sostendrán su posicionamiento a largo plazo.

Además, la reinversión en infraestructura y tecnología marcará la diferencia entre las empresas que lideren y las que queden rezagadas. La integración de soluciones de inteligencia artificial para mejorar la eficiencia en la gestión de stock, la personalización del servicio y la optimización de la logística serán aspectos centrales en la estrategia de los retailers modernos.

### **Innovación y Tecnología: Claves para el Crecimiento**

El crecimiento del comercio digital y la adopción de tecnología han redefinido la experiencia del consumidor. La clave no es elegir entre lo físico y lo digital, sino integrar ambos en un ecosistema híbrido que genere valor. Las flagship stores, la personalización en la atención y la omnicanalidad son herramientas esenciales para atraer y fidelizar clientes.

Como destaca Oliveto: "No se trata de vender un producto, sino de construir una experiencia. El consumidor actual busca conveniencia, inmediatez y personalización".

El desafío para las marcas será transformar la compra en un evento memorable, combinando lo mejor del mundo físico y digital. Herramientas como la realidad aumentada, los pagos sin fricción y los algoritmos predictivos de recomendación se convertirán en diferenciales clave.

Asimismo, la capacidad de adaptarse a los cambios en las preferencias del consumidor en tiempo real será fundamental. Quienes sean ágiles en la toma de decisiones basadas en datos tendrán una ventaja clara sobre sus competidores.

### **El Futuro del Empleo: Adaptabilidad o Extinción**

Uno de los mayores desafíos del 2025 será la reconfiguración del empleo en un país donde el consumo masivo y la construcción han registrado caídas significativas. La digitalización, el acceso al crédito y el crecimiento de ciertos sectores impulsarán la recuperación, pero muchas empresas deberán rediseñar su estructura para mantenerse competitivas.

Según Guillermo: "El mercado argentino está en modo 'just do it'. No hay tiempo para especular. O te adaptás o desaparecés".

El impacto de la automatización y la digitalización en el empleo será ineludible. Sectores que antes empleaban grandes cantidades de mano de obra deberán redefinir sus procesos para mantenerse rentables. La capacitación y la reconversión laboral serán aspectos clave en la agenda de las empresas que busquen sostener su competitividad en este nuevo escenario.

### **Conclusión: 2025, el Año de la Aceleración**

El 2025 será un año de cambios vertiginosos. La llegada de nuevos jugadores, la estabilización económica y la aceleración



---

**Según Guillermo: "El mercado argentino está en modo 'just do it'. No hay tiempo para especular. O te adaptás o desaparecés".**

---

digital exigen a las empresas repensar sus estrategias con rapidez.

Las marcas que logren adaptarse, invertir en tecnología y ofrecer valor real a sus clientes serán las que prosperen en este nuevo escenario. No es un año para la inercia: es un año para actuar con inteligencia y visión.

El retail argentino está en una encrucijada. La clave no será solo competir, sino hacerlo con innovación, eficiencia y una lectura precisa del consumidor. Como Oliveto enfatiza: "La aceleración es la nueva normalidad. Quienes la comprendan y se adelanten a ella tendrán una ventaja estratégica inigualable".

Las empresas que entiendan que la clave no es solo adaptarse, sino adelantarse a las tendencias, serán las que marcarán el camino. La combinación entre estrategia, rapidez de ejecución y conexión con el consumidor determinará quiénes liderarán la nueva era del retail argentino.

INDICADORES 2S\_2024

# Corredor Av. Cabildo

QUIERO VER MAS

(AV. CABILDO 1600-3300)

El corredor de **Avenida Cabildo** mantiene su dinamismo con una tasa de vacancia del **3,5%**, reflejando una oferta estable. Su precio pedido de **33,5 USD/m<sup>2</sup>/mes** se ubica en la media del mercado, permitiendo una combinación equilibrada entre demanda y accesibilidad. La moda y el textil siguen siendo los rubros predominantes, consolidando a este corredor como un punto clave del retail en la ciudad. Ubicada en el corazón de Belgrano, esta avenida combina tradición y modernidad, atrayendo a un público diverso que disfruta de su vida comercial activa y su cercanía con espacios verdes.

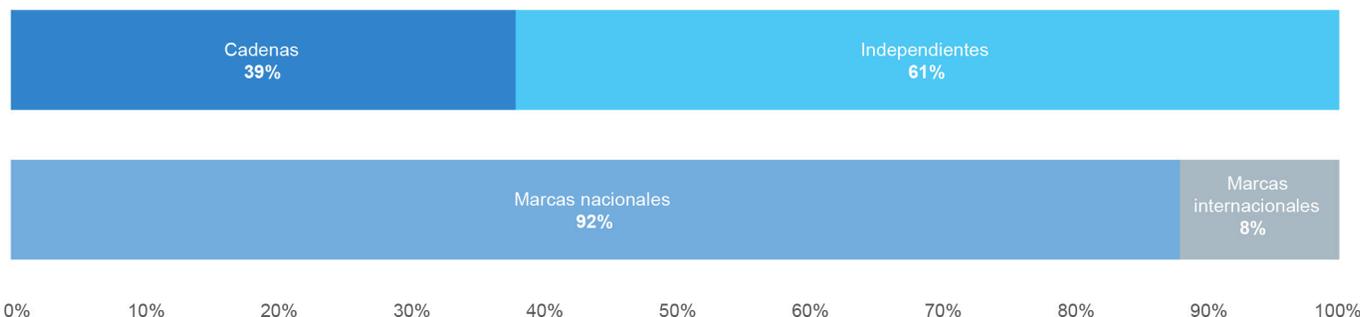
## Distribución del Inventario por rubros (%)



## Indicadores

VACANCIA  
(%)**3,5**ASKING RENT  
(U\$/m<sup>2</sup>/mes)**33,5**

## Distribución del Inventario según ocupante (%)



INDICADORES 2S\_2024

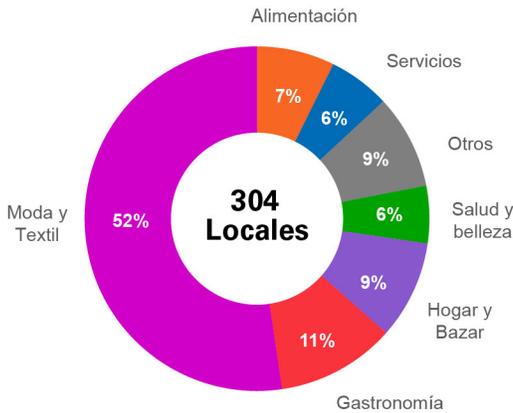
# Corredor calle Florida

QUIERO VER MAS

(CALLE FLORIDA 0-1000)

**Florida** sigue siendo un punto estratégico del comercio en Buenos Aires, aunque la vacancia alcanzó el **14,5%**, reflejando la movilidad del sector. Con un precio pedido de **27,4 USD/m<sup>2</sup>/mes**, respaldado por su atractivo turístico y la disponibilidad de varios locales en esquina y con terminaciones premium. La tasa de rotación del 6,6% sugiere una dinámica comercial intensa, con nuevos jugadores entrando al mercado y otros ajustando sus estrategias.

### Distribución del inventario por rubros (%)

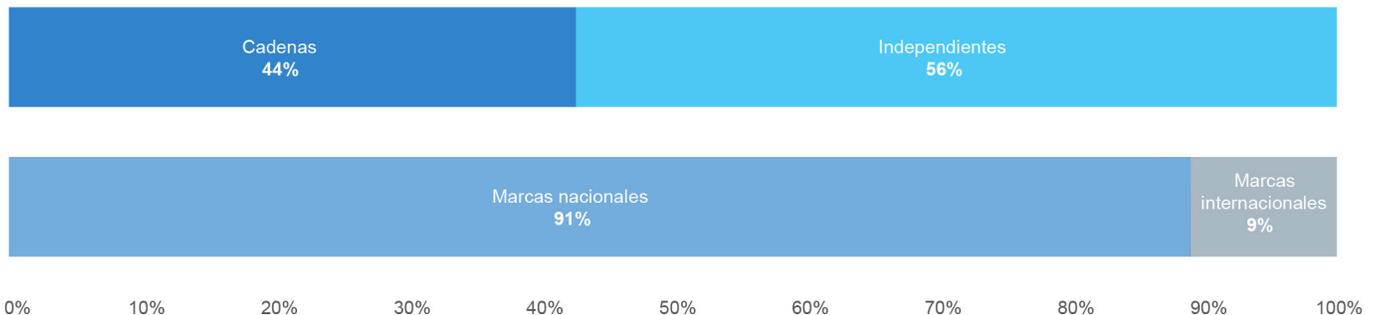


### Indicadores

VACANCIA (%)  
**14,5**

ASKING RENT (U\$/m<sup>2</sup>/mes)  
**27,4**

### Distribución del inventario según ocupante (%)



INDICADORES 2S\_2024

# Corredor Flores

QUIERO VER MAS

(AV. RIVADAVIA 6200-6900)

Con una vacancia del **1,0%**, Flores se mantiene como uno de los corredores con menor disponibilidad de locales. Su precio pedido alcanza los **13,6 USD/m<sup>2</sup>/mes**, consolidándolo como una opción accesible dentro del mercado comercial. Flores es un barrio de fuerte identidad comercial, con una tradición arraigada en la comunidad y un ritmo de vida marcado por su intensa actividad barrial, donde conviven pequeños comercios de cercanía y marcas reconocidas.

## Distribución del Inventario por rubros (%)



## Indicadores

VACANCIA  
(%)**1,0**ASKING RENT  
(U\$/m<sup>2</sup>/mes)**13,6**

## Distribución del Inventario según ocupante (%)



INDICADORES 2S\_2024

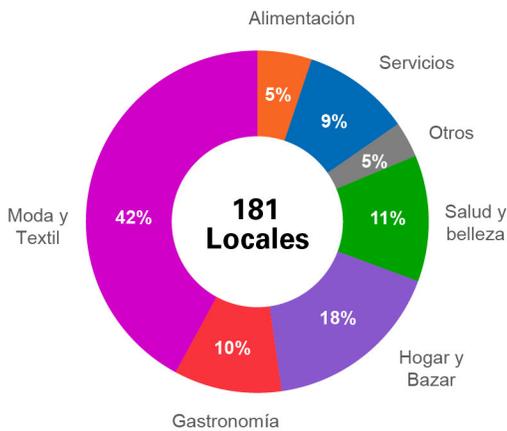
# Corredor Av. Santa Fe 1

QUIERO VER MAS

(ENTRE AV. CALLAO Y AV. PUEYRRREDÓN)

**Santa Fe, entre Callao y Pueyrredón**, mantiene una vacancia del **2,8%** y un precio pedido de **47,1 USD/m<sup>2</sup>/mes**. Su diversidad comercial y su conexión con múltiples barrios lo hacen un corredor estratégico, con una tasa de rotación del **3,8%**, lo que sugiere un movimiento activo en la ocupación de locales. Este tramo de la avenida refleja el espíritu elegante y cultural de Recoleta, con un público que valora tanto el comercio de calidad como la cercanía a centros históricos y culturales.

## Distribución del Inventario por rubros (%)



## Indicadores

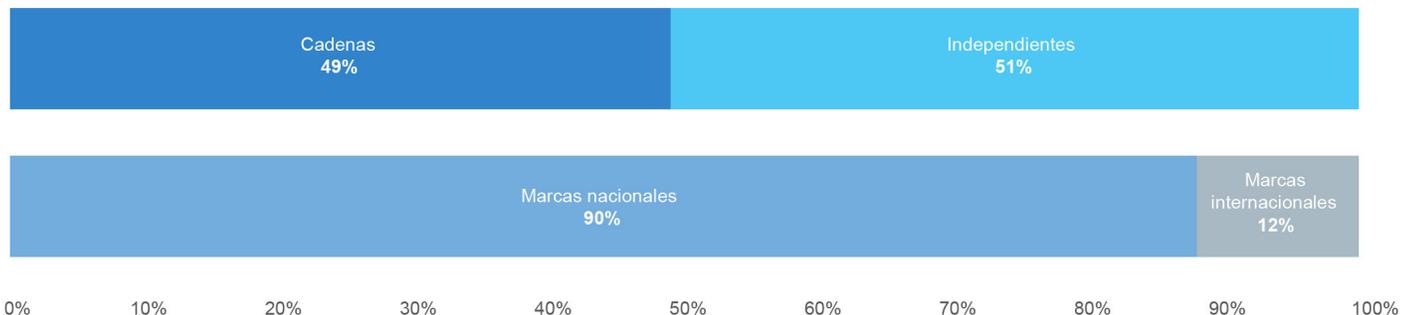
VACANCIA (%)

**2,8**

ASKING RENT (U\$/m<sup>2</sup>/mes)

**47,1**

## Distribución del Inventario según ocupante (%)



INDICADORES 2S\_2024

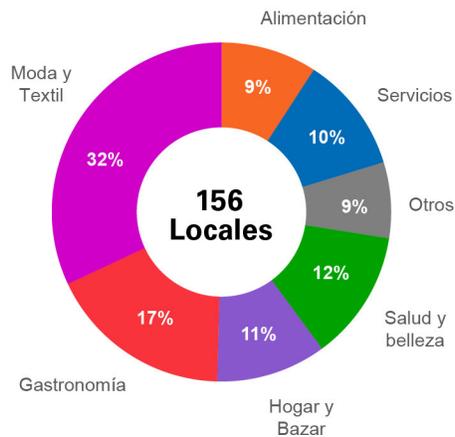
# Corredor Caballito

QUIERO VER MAS

(AV. RIVADAVIA 4500-5300)

Caballito exhibe la menor tasa de vacancia del mercado, con solo el **0,6%**, confirmando su estabilidad comercial. Su precio pedido de **31,8 USD/m<sup>2</sup>/mes** refleja el interés de las marcas por ubicarse en la zona. Con una mezcla de vida de barrio y oferta comercial consolidada, Caballito mantiene un fuerte sentido de identidad, donde la cercanía con los vecinos es clave para la dinámica del comercio local.

## Distribución del Inventario por rubros (%)



## Indicadores

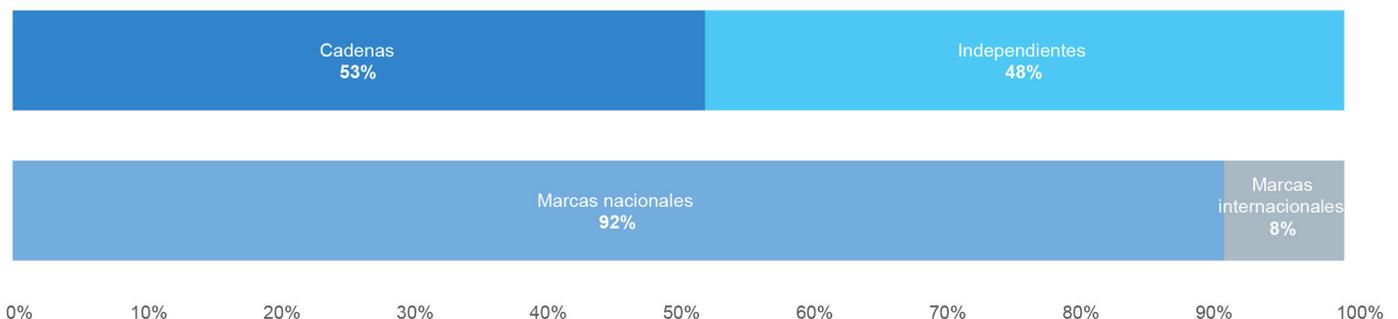
VACANCIA  
(%)

0,6

ASKING RENT  
(U\$/m<sup>2</sup>/mes)

31,8

## Distribución del Inventario según ocupante (%)



INDICADORES 2S\_2024

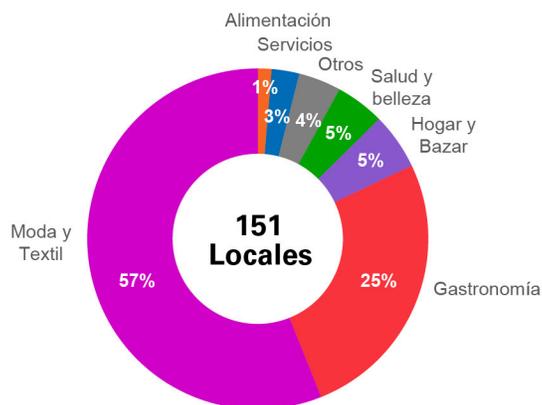
# Palermo Soho

QUIERO VER MAS

(ARMENIA, GURRUCHAGA, EL SALVADOR, HONDURAS)

Con un precio pedido que ascendió a **28,0 USD/m<sup>2</sup>/mes**, **Palermo Soho** sigue destacándose como un corredor con alta demanda. La vacancia del **2,7%** y la fuerte presencia de locales gastronómicos y de diseño consolidan su perfil innovador, con una dinámica comercial sostenida por el turismo y el consumo local. Este distrito se ha transformado en un epicentro de creatividad y tendencias, donde la moda, el arte y la gastronomía generan una identidad vibrante y en constante evolución.

Distribución del Inventario por rubros (%)



Indicadores

VACANCIA  
(%)

2,7

ASKING RENT  
(U\$S/m<sup>2</sup>/mes)

28,0

Distribución del Inventario según ocupante (%)



INDICADORES 2S\_2024

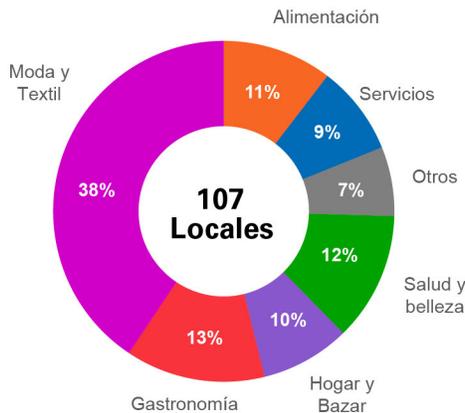
# Corredor Av. Santa Fe 2

QUIERO VER MAS

(ENTRE CORONEL DÍAZ Y SCALABRINI ORTIZ)

El tramo de **Santa Fe entre Coronel Díaz y Scalabrini Ortiz** mantiene una vacancia del **1,9%**, lo que evidencia su alto nivel de ocupación. Su precio pedido de **46,8 USD/m<sup>2</sup>/mes** lo ubica en el segmento alto del mercado, con una tasa de rotación del **4,5%**, lo que sugiere demanda sostenida. Este corredor combina la vida comercial activa con la cercanía a espacios verdes y residencias de alto nivel, creando un entorno equilibrado para el comercio y la vida urbana.

## Distribución del Inventario por rubros (%)



## Indicadores

VACANCIA (%)

1,9

ASKING RENT (US\$/m<sup>2</sup>/mes)

46,8

## Distribución del Inventario según ocupante (%)



INDICADORES 2S\_2024

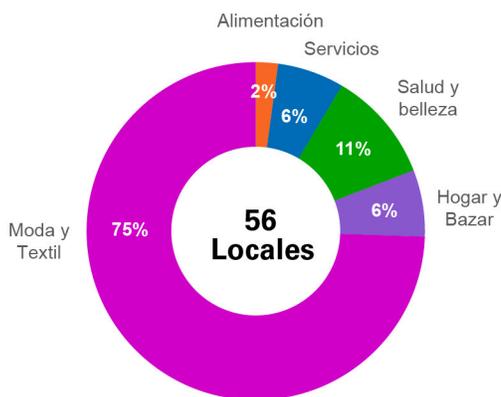
# Corredor Av. Alvear

QUIERO VER MAS

(AV. ALVEAR 1400-1900)

Con una vacancia del **14,8%**, **Avenida Alvear** sigue enfocada en el segmento premium, con un precio pedido de **24,3 USD/m<sup>2</sup>/mes**. La oferta de marcas de lujo y la exclusividad del corredor mantienen su atractivo para consumidores de alto poder adquisitivo, aunque con un nivel de ocupación más selectivo. Considerada la avenida más elegante de la ciudad, su arquitectura de inspiración europea y su exclusividad la consolidan como el epicentro del lujo en Buenos Aires.

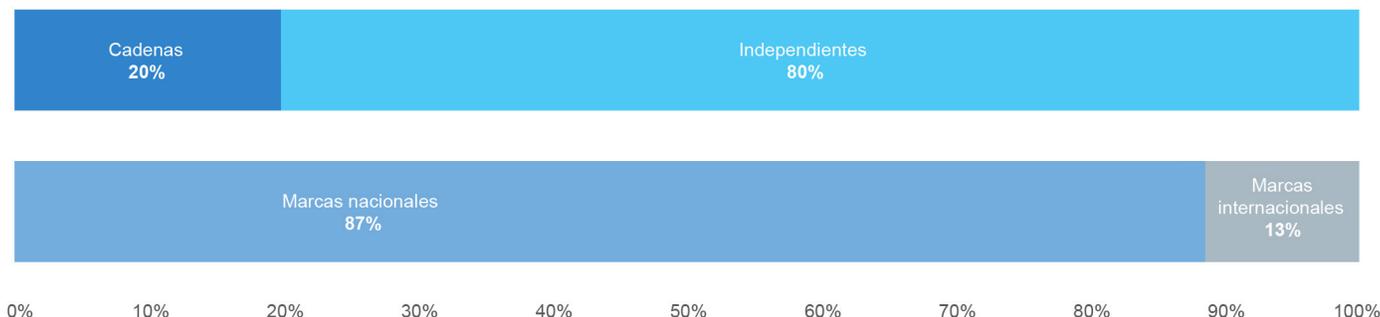
## Distribución del Inventario por rubros (%)



## Indicadores

VACANCIA  
(%)**14,8**ASKING RENT  
(U\$/m<sup>2</sup>/mes)**24,3**

## Distribución del Inventario según ocupante (%)



# Shoppings CABA

## Locales comerciales

Los shoppings en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) siguen siendo puntos clave del comercio minorista, manteniendo su relevancia como espacios de encuentro y consumo. La evolución de las ventas refleja el impacto del contexto económico, aunque en términos de moneda dura algunos segmentos muestran mayor resiliencia.

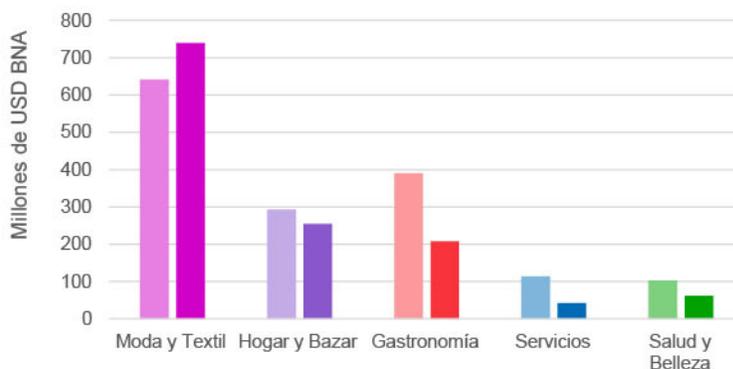
### Distribución de Ventas por Rubro y Comparativa Interanual

El rubro "**Moda y Textil**" no solo sigue liderando en participación, sino que en términos de dólares **registró un crecimiento del 15,3% interanual**, mostrando una mayor estabilidad relativa frente a la inflación y la devaluación. "**Hogar y Bazar**" (-13,4%) y "**Salud y Belleza**" (-39,7%) también reflejaron ajustes, pero con caídas más moderadas respecto a otros sectores.

Por otro lado, "**Servicios**" (-63,0%) y "**Gastronomía**" (-46,8%) fueron los rubros más afectados, lo que sugiere una menor afluencia de público a actividades recreativas y una reducción del gasto en productos no esenciales.

Si bien el sector enfrenta un escenario desafiante, la comparación en dólares muestra que algunos segmentos han logrado sostener su actividad con mayor estabilidad. La capacidad de adaptación a nuevas estrategias comerciales, la optimización de costos y la diferenciación en la oferta seguirán siendo claves para sostener el dinamismo del sector en los próximos meses.

**Comparación de Volúmenes de Venta en USD BNA (2023 vs 2024)**

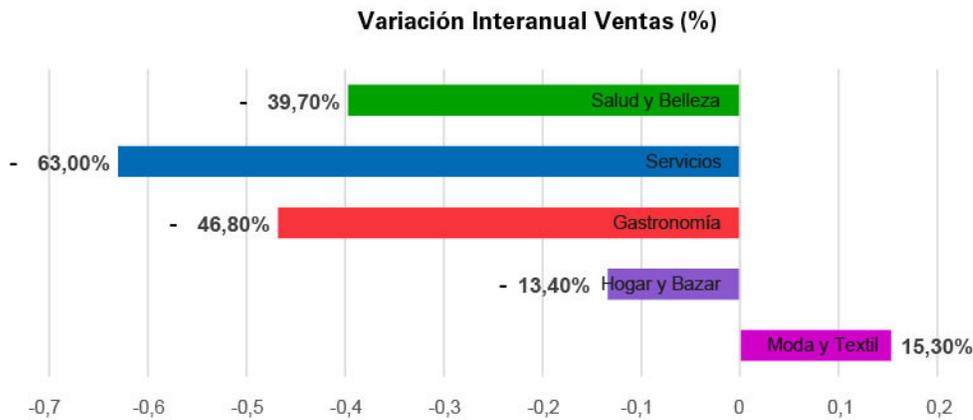


# Shoppings CABA

## Locales comerciales

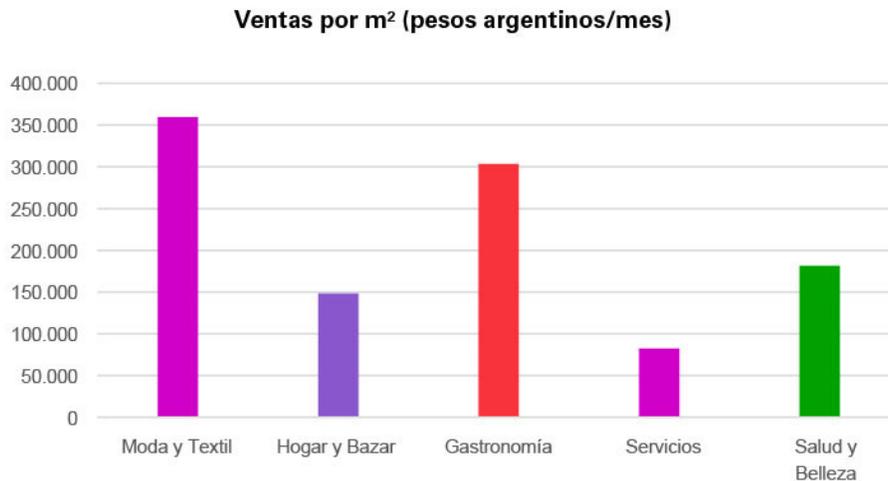
### Análisis Interanual

La evolución interanual de ventas en USD muestra un panorama mixto: mientras **Moda y Textil creció un 15,3%**, el resto de los rubros registraron caídas, con **Servicios (-63,0%) y Gastronomía (-46,8%)** como los más afectados, reflejando el impacto de la baja en el consumo privado.



### Eficiencia de Locales Comerciales

Las **ventas por metro cuadrado** en 2024 revelan que **"Moda y Textil"** lidera la eficiencia, mientras que **"Servicios"** presenta el menor rendimiento, lo que indica una mayor concentración de ventas en ciertos rubros frente a la disminución general del consumo.



# Perspectivas

## Adaptarse, Reinventarse o Quedar en el Camino

El retail en Buenos Aires está en plena transformación. Las reglas que alguna vez garantizaron el éxito en los corredores comerciales han cambiado y la nueva dinámica del mercado exige **velocidad, innovación y una comprensión profunda del consumidor**.

A lo largo de este informe, hemos analizado las tendencias que marcaron el **segundo semestre de 2024** y los desafíos que enfrentará el sector en 2025. Los datos reflejan una **fragmentación en la demanda**, con zonas que han sabido consolidarse y otras que aún buscan estabilizarse en un contexto de competencia más intensa y consumo más selectivo.

### 1. La tienda física como experiencia, no solo transacción

Los locales comerciales ya no compiten solo entre sí, sino con plataformas digitales, redes sociales y experiencias híbridas. En este contexto, las marcas deben entender que **su punto de venta no es solo un espacio de compra, sino una oportunidad para fidelizar y diferenciarse**.

Las flagship stores, los formatos pop-up y las estrategias de omnicanalidad **serán diferenciales para quienes apuesten por una presencia física estratégica**. La integración entre lo digital y lo presencial ya no es una tendencia futura, sino **una necesidad urgente**.

### 2. Competencia y reinversión: el nuevo imperativo

El retail ya no es un mercado estático donde basta con mantener la operación.

#### La competencia en 2025 será feroz:

- Nuevos jugadores internacionales ingresan con modelos más eficientes.
- Las marcas locales que no innoven perderán relevancia rápidamente.
- La logística, la atención al cliente y la fidelización serán tan importantes como el producto en sí.

Las empresas que apuesten por **reinversión en infraestructura, inteligencia artificial y nuevas tecnologías** serán las que logren posicionarse de cara al futuro.

### 3. Velocidad de entrega:

El tiempo que demoren las empresas en entregar las compras de sus clientes será uno de los grandes retos para lo que viene. Hoy la gente tiene la posibilidad de comprar lo que sea y que le llegue a su domicilio en el mismo día.

Para lograr esto **será clave que las empresas inviertan en su operación y logística**, pudiendo así satisfacer las demandas tan exigentes de los consumidores.

### 4. 2025: el año de la aceleración

El próximo año no será un período de estabilidad, sino de ajuste y aceleración. La digitalización, la reconfiguración de la experiencia de compra y la competencia en un mercado fragmentado exigirán decisiones rápidas y estratégicas.

Las marcas que triunfen serán aquellas que comprendan que el retail ya no se trata solo de vender, sino de **conectar, diferenciarse y adelantarse al cambio**.

**El futuro del comercio en Buenos Aires no está escrito. Pero una cosa es segura: quienes esperen que el mercado vuelva a ser lo que era, quedarán atrás.**

## NORTE AMERICA

Canada  
Estados Unidos

## LATINOAMERICA

Argentina  
Brasil  
Chile  
Colombia  
Costa Rica  
Mexico  
Panama  
Peru  
Puerto Rico

## EUROPA

Austria  
Belgica  
Republica Checa  
Francia  
Alemania  
Irlanda  
Italia  
Netherlands  
Polonia  
Portugal  
Rumania  
Rusia  
España  
Suiza  
Reino Unido

## ASIA PACIFICO

Australia  
Cambodia  
China  
India  
Indonesia  
Japón  
Malasia  
Nueva Zelanda  
Filipinas  
Singapur  
Corea del Sur  
Taiwan  
Tailandia

## AFRICA

Botswana  
Kenya  
Malawi  
Nigeria  
Sudáfrica  
Tanzania  
Uganda  
Zambia  
Zimbabwe

## MEDIO ORIENTE

Arabia Saudita  
Emiratos Árabes Unidos

*Para mayor información:*

**Buenos Aires, Argentina**  
Maipú 1300, 6° Piso,  
Buenos Aires, C1006ACT  
Argentina  
t +54-11-4311-9500  
**nmrk.com.ar**

**Carolina Wundes**  
*Gerente de Research  
& Data Analytics*  
t +54 11 4311 9500  
cwundes@ngbacre.com.ar

**Santiago Winokur**  
*Broker*  
t +54 11 4311 9500  
swinokur@ngbacre.com.ar

**Sofia Speranza**  
*Marketing & Comunicaciones*  
t +54 11 4311 9500  
ssperanza@ngbacre.com.ar

**María Cruz Fernández Quintana**  
*Marketing & Comunicaciones*  
t +54 11 4311 9500  
mcfernandezquintana@ngbacre.com.ar

**nmrk.com.ar**

*Newmark ha implementado una base de datos patentada y se ha revisado nuestra metodología de seguimiento. Con esta expansión y refinamiento de nuestros datos, puede haber ajustes en las estadísticas históricas, incluida la disponibilidad, las rentas solicitadas, la absorción y las rentas efectivas. Los informes de investigación de Newmark están disponibles en [nmrk.com.ar/research](http://nmrk.com.ar/research).*

*Toda la información contenida en esta publicación proviene de fuentes que se consideran confiables. Sin embargo, Newmark no ha verificado dicha información, y la misma constituye declaraciones y representaciones únicamente de la fuente de las mismas, no de Newmark. Cualquier destinatario de esta publicación debe verificar de forma independiente dicha información y toda otra información que pueda ser importante para cualquier decisión que el destinatario pueda tomar en respuesta a esta publicación y debe consultar con los profesionales elegidos por el destinatario con respecto a todos los aspectos de esa decisión, incluida su aspectos e implicaciones legales, financieras y tributarias. Cualquier destinatario de esta publicación no puede, sin la aprobación previa por escrito de Newmark, distribuir, diseminar, publicar, transmitir, copiar, difundir, cargar, descargar o reproducir de cualquier otra forma esta publicación o la información que contiene. Este documento tiene únicamente fines informativos, y ninguno de sus contenidos pretende asesorar o recomendar una estrategia específica. No se debe confiar en él de ninguna manera para predecir el movimiento del mercado, la inversión en valores, las transacciones, las estrategias de inversión o cualquier otro asunto.*