



2S2025 Argentina

Retail: Corredores Comerciales y Shoppings

NEWMARK

nmrk.com.ar

Índice de contenidos

| | |
|--|-----------|
| Introducción | 03 |
| Contexto Económico | 04 |
| Corredores Comerciales | 05 |
| Corredores Comerciales - Oferta | 06 |
| Corredores Comerciales - Demanda | 07 |
| Entrevista Rappi | 08 |
| Corredor Av. Cabildo | 11 |
| Corredor Calle Florida | 12 |
| Corredor Flores | 13 |
| Corredor Av. Santa Fe 1 | 14 |
| Corredor Caballito | 15 |
| Corredor Palermo Soho | 16 |
| Corredor Av. Santa Fe 2 | 17 |
| Corredor Av. Alvear | 18 |
| Shoppings | 19 |
| Perspectivas | 21 |



Introducción

Un mercado que refleja los modos de consumo

El cierre del segundo semestre de 2025 encuentra al retail argentino en un escenario más exigente, donde las decisiones estratégicas comienzan a tener un peso similar —o incluso mayor— que las variables macroeconómicas. La actividad se sostiene, pero con comportamientos muy distintos según ubicación, formato y rubro, dejando en evidencia que el mercado ya no responde de manera homogénea y que el inicio de 2026 estará marcado por una competencia más selectiva.

Durante el período, la mayor disponibilidad de productos importados introdujo un nuevo nivel de presión sobre la oferta existente. La normalización del comercio exterior y cadenas de abastecimiento más ágiles ampliaron las opciones y aceleraron los tiempos de renovación, especialmente en segmentos como moda, calzado, tecnología y hogar. En este contexto, el diferencial dejó de estar únicamente en el producto y pasó depender también de la capacidad operativa, la eficiencia y la coherencia de la propuesta comercial.

Al mismo tiempo, comenzaron a observarse movimientos de nuevas marcas y conceptos que buscan posicionarse en el mercado local de manera gradual, priorizando aperturas selectivas y formatos flexibles. Este proceso convive con estrategias de ajuste por parte de marcas nacionales, que relocalizan locales, redefinen superficies o revisan su mix comercial para sostener márgenes en un entorno más competitivo. La elección de corredores y shoppings responde cada vez más a criterios de funcionamiento real y adaptación, y menos a esquemas tradicionales de expansión.

El consumidor acompañó este proceso con decisiones de compra más racionales y fragmentadas. La cercanía, la conveniencia y la experiencia ganaron relevancia en un escenario donde la integración entre canales se volvió parte natural del recorrido de compra. Las plataformas digitales y los servicios de última milla se consolidan como extensiones del punto de venta físico, modificando la relación entre local, logística y demanda.

Desde la mirada del real estate comercial, estos cambios se reflejan en un mercado con niveles de ocupación elevados, pero con recambios constantes. La rotación aparece como una variable central para interpretar el momento actual, permitiendo identificar corredores en plena renovación, zonas más estables y ejes donde la competencia obliga a ajustes continuos en formato y propuesta. La lectura del cierre de 2025 deja así señales claras sobre los desafíos y oportunidades que empiezan a perfilar el escenario de 2026.

SANTIAGO WINOKUR

Contexto Económico

El impacto de la economía

Durante el **segundo semestre de 2025**, la economía argentina continuó su senda de recuperación, aunque a un ritmo moderado en comparación con trimestres anteriores. Según el **INDEC**, el **Producto Interno Bruto (PIB) creció 3,3 % interanual en el tercer trimestre de 2025**, impulsado por la demanda interna y por sectores como inversión y exportaciones.

En ese mismo periodo, el **consumo privado registró un crecimiento interanual de 5,3 %**, marcando una expansión significativa luego de años de contracción y reflejando una mayor actividad del gasto de los hogares.

La inflación, si bien había desacelerado respecto a los picos de mediados de año, mostró cifras elevadas hacia fines de 2025, con variaciones anuales en torno al 30 % según estimaciones oficiales.

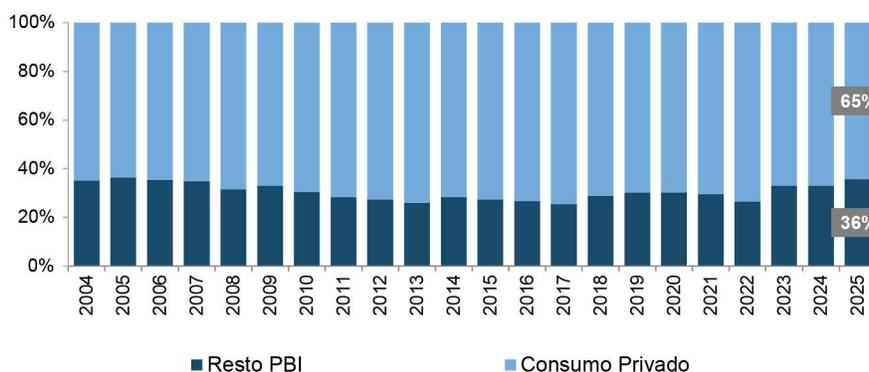
En cuanto a la estructura del PIB, el consumo privado continuó siendo un **componente relevante**, representando un **porcentaje elevado del total**, mostrando un peso estable de este rubro dentro de la economía.

En conclusión, **el mercado retail en Argentina cerró el segundo semestre de 2025 en un contexto de recuperación moderada del consumo**, respaldado por un crecimiento del PIB y alivio inflacionario en parte del año.

% De Variación Interanual Del Consumo Privado



Participación Del Consumo Privado en El PIB (%)



Corredores Comerciales Inventario Relevado

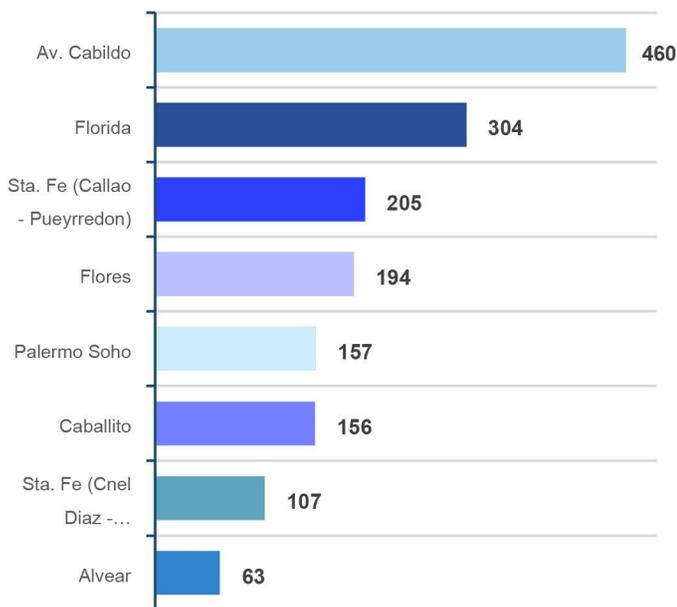


Distribución del Inventario: 1646 locales

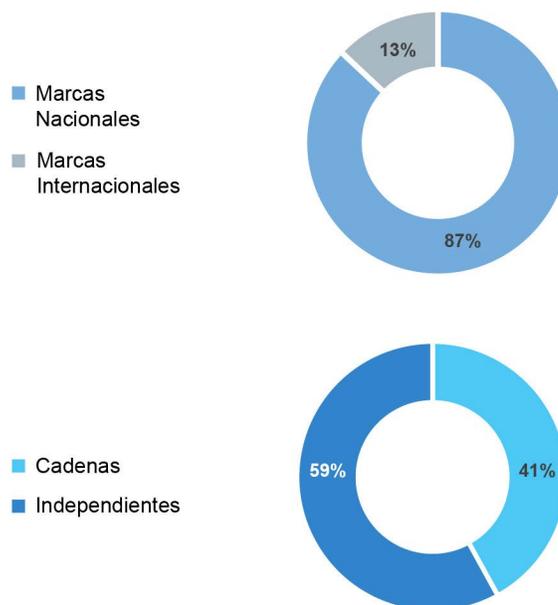
Principales Corredores

- 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

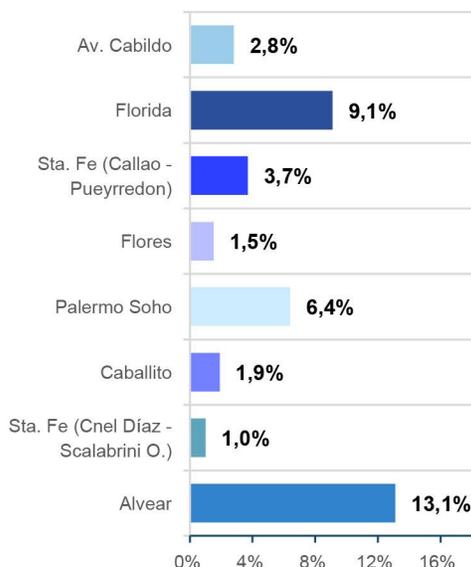
En el segundo semestre de 2025, el mercado de retail en Buenos Aires mostró una normalización de los niveles de ocupación, con una **vacancia promedio del 4,4 %**, que si bien continúa en valores bajos, refleja una mayor selectividad en la demanda y un incipiente reacomodamiento de la oferta. Corredores como Alvear y Florida concentran la mayor proporción de espacios disponibles, confirmando que los ejes más expuestos al consumo premium y al turismo atraviesan un período de ajuste. En contraste, corredores barriales como Flores y Caballito mantienen una ocupación sólida, sostenida por el consumo de cercanía. **La rotación de operadores se mantuvo en niveles dinámicos (11 %)**, con Av. Cabildo, Palermo Soho y Florida como principales focos de recambio y renovación comercial, frente a corredores más maduros como Caballito, Flores y Alvear, donde prevalece un mayor grado de estabilidad. **En conjunto, el mercado combina baja vacancia con un recambio activo**, configurando un escenario que sigue ofreciendo oportunidades para nuevas marcas interesadas en ubicaciones estratégicas.

Indicadores Generales (Promedios ponderados)

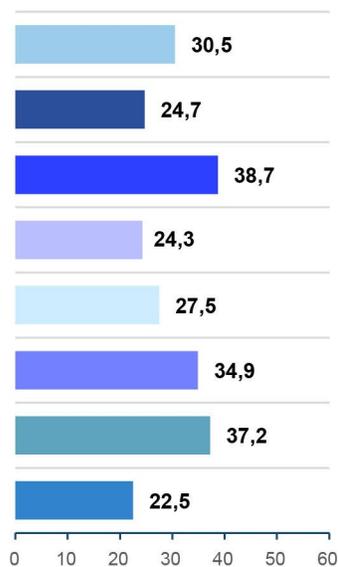


Renta Pedida Promedio 30,04 USD BNA/m²/mes

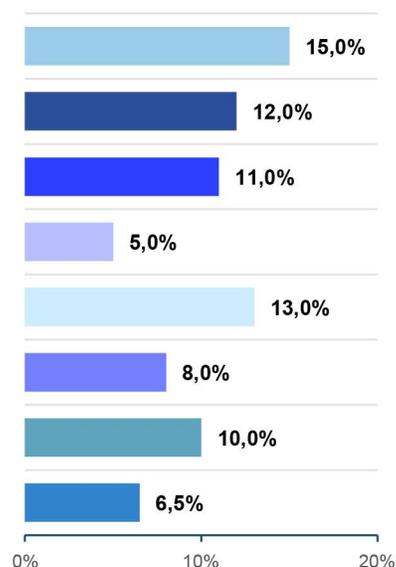
Tasa de Vacancia por Corredores (%)



Precio de Renta pedido por corredores (USD BNA/ m²/ mes)



Tasa de Rotación por Corredores (%)



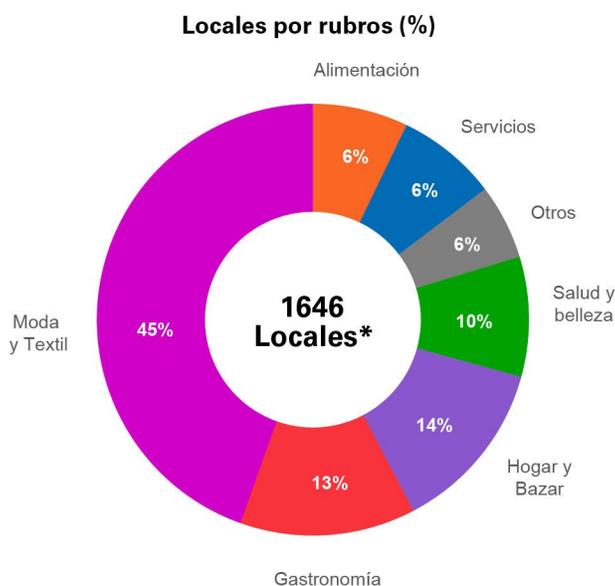
Corredores Comerciales

Demanda

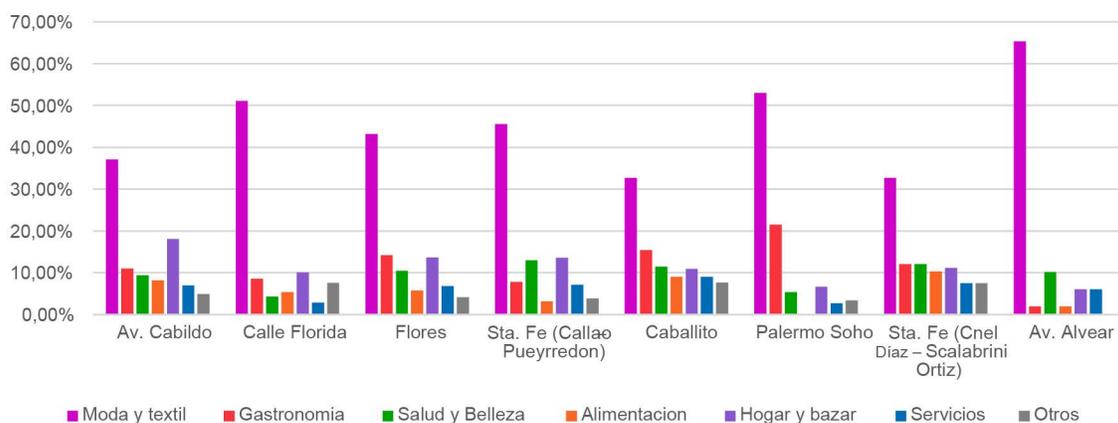
La demanda de locales comerciales en Buenos Aires continúa liderada por el sector de **moda y textil**, que concentra el **45 % del total de los espacios ocupados** en los principales corredores comerciales. Esta participación se mantiene especialmente elevada en **Av. Alvear** y en **Palermo Soho**, donde vuelve a posicionarse como el eje central de la oferta comercial, consolidando el perfil fashion y de consumo especializado de estos corredores.

El sector **gastronómico**, con una participación del **13 %**, conserva un peso relevante dentro de la estructura comercial, destacándose principalmente en **Palermo Soho** y en los corredores de **Santa Fe**, donde actúa como un factor clave de atracción y renovación de la oferta. En paralelo, el rubro **hogar y bazar**, que representa el **14 % del total**, muestra una presencia significativa en ejes como **Santa Fe (Callao – Pueyrredón)** y **Florida**.

En términos generales, la distribución de rubros por corredor evidencia un mercado que continúa apoyado en sectores tradicionales como moda y gastronomía, pero que incorpora con mayor fuerza rubros como **salud y belleza**, que ya alcanza el **10 %** del total, y mantiene una base diversificada de servicios y otros usos.



Locales por rubros por corredor (%)



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

La Evolución del Real Estate Retail:

Cómo la Entrega Ultra Rápida está Creando Nuevas Oportunidades en los Corredores Comerciales de Buenos Aires

Por Julian Groisman, Director Rappi Turbo para Argentina

El sector retail en Argentina está experimentando una transformación profunda. Mientras que los corredores comerciales tradicionales mantienen su relevancia como ejes de actividad y consumo, la llegada del quick commerce, entregas en minutos, está redefiniendo qué significa tener una ubicación estratégica y cómo los actores del mercado inmobiliario piensan sobre el espacio comercial.

En Rappi, hemos sido testigos de primera mano de esta evolución. Desde nuestro lanzamiento en Argentina, hemos observado cómo la demanda de conveniencia ultra rápida no solo ha cambiado los hábitos de consumo, sino que también ha creado nuevas dinámicas en el mercado inmobiliario comercial. Lejos de reemplazar al retail tradicional, el quick commerce está generando oportunidades complementarias que benefician a todo el ecosistema.

El Dark Store: Un Nuevo Actor en el Paisaje Inmobiliario:

Los dark stores, espacios comerciales optimizados exclusivamente para fulfillment y no abiertos al público, representan

uno de los cambios más significativos en el panorama del retail real estate. Estos micro-centros de distribución urbana, ubicados estratégicamente en zonas de alta densidad, permiten entregar productos en minutos.

La irrupción de este formato está creando una nueva categoría de demanda inmobiliaria con características particulares:

Proximidad estratégica: A diferencia del retail tradicional que prioriza tráfico peatonal y visibilidad, los dark stores valoran la cercanía a zonas residenciales de alta demanda. Esto significa presencia en barrios consolidados donde la densidad poblacional y el poder adquisitivo permiten volúmenes de pedidos sostenibles.

Espacios intermedios: El formato óptimo suele ser más compacto que un supermercado tradicional pero más robusto que un simple depósito. Espacios que históricamente servían como pequeños comercios, talleres o showrooms ahora encuentran nueva vida como centros de fulfillment ultra rápido.

Infraestructura especializada: La capacidad eléctrica para refrigeración continua, el acceso vehicular sin restricciones horarias, y la conectividad estable son requisitos críticos. Esto ha llevado a una revalorización de espacios en plantas bajas y entresijos con características técnicas específicas que antes



Lejos de reemplazar al retail tradicional, el quick commerce está generando oportunidades complementarias que benefician a todo el ecosistema.

pasaban desapercibidas.

Esta nueva demanda está creando **oportunidades para propietarios y desarrolladores**. Locales que antes enfrentaban vacancia prolongada por no ser ideales para retail tradicional, aquellos sin vitrina destacada, con acceso menos visible, o en segundas líneas, ahora pueden ser altamente funcionales para operaciones de quick commerce.

Sinergia, No Competencia: El Retail Tradicional Potenciado

Existe una percepción errónea de que el quick commerce compite frontalmente con el retail físico. Nuestra experiencia demuestra lo contrario: las plataformas de entrega ultra rápida amplían el alcance del comercio tradicional, convirtiéndose en un canal complementario que multiplica oportunidades de venta.

Consideremos la dinámica en los principales corredores de Buenos Aires:

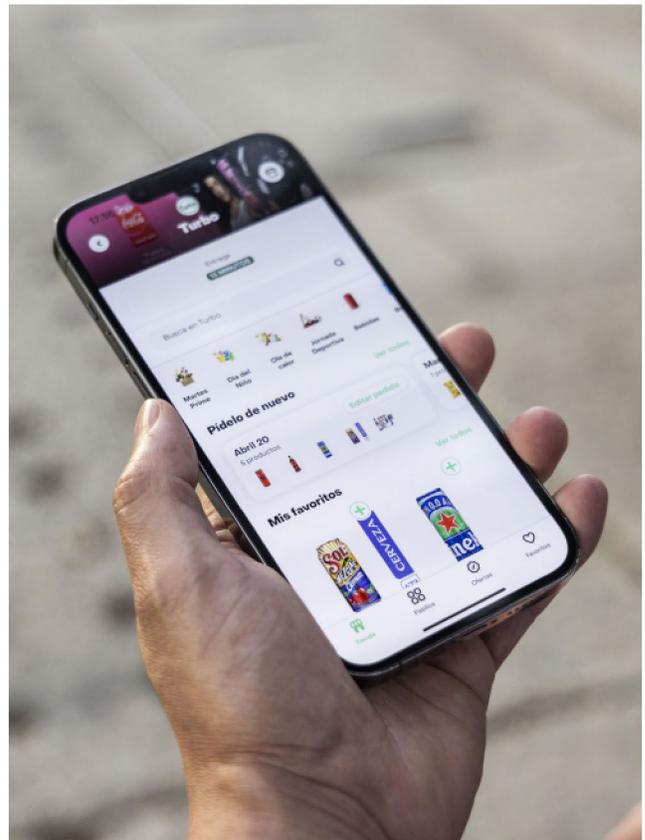
Corredores de moda y lifestyle (Santa Fe, Palermo Soho):

Las boutiques y marcas presentes en estos ejes están descubriendo que la presencia digital extiende su horario comercial efectivo. Un cliente que visita una tienda durante el día puede realizar pedidos complementarios por la noche o durante la semana, cuando la visita física no es posible. La tienda física se convierte así en showroom y centro de distribución simultáneamente.

Corredores gastronómicos (Palermo, Las Cañitas): Los restaurantes que integran plataformas digitales no solo atienden a comensales in situ, sino que extienden su mercado a toda el área metropolitana. Esto permite suavizar las fluctuaciones de demanda entre días de semana y fines de semana, optimizando la utilización de cocina y personal.

Corredores barriales (Flores, Caballito, Villa Crespo): Los comercios tradicionales – verdulerías, carnicerías, farmacias, almacenes – ahora pueden competir con cadenas más grandes al acceder a una base de clientes que trasciende el radio de caminata habitual. Un almacén bien surtido en Flores puede atender a clientes en Caballito o Parque Chacabuco, democratizando el acceso al mercado.

La clave está en entender que no se trata de canibalización, sino de expansión de mercado. Los retailers omnicanal, presentes tanto en tienda física como en plataformas digitales, construyen relaciones más profundas con sus clientes, aumentando frecuencia de compra y ticket total.



El Poder de los Datos: Entendiendo la Demanda Hiperlocal

Una de las ventajas más significativas del quick commerce para el sector inmobiliario es el acceso a información granular sobre patrones de consumo que antes era imposible obtener a esta escala y nivel de detalle.

Las plataformas digitales procesan millones de transacciones, revelando insights sobre:

Variaciones microzonales: Cada barrio, e incluso cada manzana, tiene un perfil de consumo único. Zonas residenciales de alto poder adquisitivo muestran preferencia por productos premium y orgánicos, mientras que barrios familiares priorizan volumen y conveniencia. Esta información permite a retailers especializar su oferta según la ubicación.

Patrones temporales: Los picos de demanda varían significativamente por tipo de producto y zona. Entender cuándo y qué consume cada vecindario permite a los comercios optimizar inventario, staffing y promociones.

Categorías emergentes: La digitalización revela demandas latentes. Productos que no justificaban presencia física por bajo volumen encuentran su mercado cuando pueden distribuirse eficientemente desde centros consolidados a toda la ciudad.

Para brokers y desarrolladores, estos datos son invaluable. Permiten tomar decisiones más informadas sobre qué tipos de comercio atraer a qué ubicaciones, reduciendo

riesgo de vacancia y maximizando el potencial de renta de cada espacio.

Redefiniendo 'Prime Location' en la Era Digital

Tradicionalmente, una ubicación prime en retail se definía por tráfico peatonal, visibilidad y accesibilidad vehicular. El quick commerce agrega una cuarta dimensión: densidad de demanda digital.

Esto significa que zonas que históricamente no se consideraban de alto valor comercial ahora demuestran ser estratégicas para ciertos formatos:

- **Zonas residenciales densas sin grandes arterias comerciales** se vuelven altamente valiosas para dark stores que pueden servir eficientemente a todo un radio urbano. Barrios como Villa Urquiza, Colegiales o Agronomía, tradicionalmente considerados secundarios para retail, adquieren nueva relevancia logística.
- **Locales en segundas o terceras líneas** dentro de corredores consolidados encuentran nueva vida. Para operaciones de fulfillment, la vitrina de alto impacto es menos crítica que la eficiencia operativa, el costo por metro cuadrado y la conectividad.
- **Espacios en edificios mixtos o de oficinas** con buena accesibilidad logística se convierten en candidatos para micro-centros de distribución, creando demanda en segmentos que antes enfrentaban vacancia estructural.

Esta ampliación del concepto de prime está generando **mayor liquidez y dinamismo en el mercado inmobiliario comercial**, beneficiando a propietarios y creando oportunidades para inversores que sepan identificar estos nuevos criterios de valor.

El Futuro: Retail Híbrido e Integrado

Mirando hacia adelante, vemos un escenario donde **lo físico y lo digital no compiten, sino que se integran naturalmente**. Los corredores comerciales exitosos del futuro serán aquellos que entiendan y faciliten esta convergencia:

Espacios experienciales con fulfillment integrado: Retailers que usan sus tiendas físicas como showrooms de experiencia de marca y simultáneamente como centros de distribución, maximizando el retorno sobre cada metro cuadrado. La tienda física se convierte en un activo multicanal.

Desarrollos inmobiliarios omnicanal-first: Nuevos proyectos que desde su concepción contemplan áreas para dark stores, zonas de carga/descarga optimizadas, conectividad robusta y flexibilidad para adaptarse a las necesidades cambiantes del retail híbrido.

Corredores temáticos potenciados digitalmente: La especialización de ciertos ejes, como Palermo Soho para moda



emergente y gastronomía de autor, se refuerza cuando los comercios pueden extender su alcance más allá del footfall local, atrayendo clientes de toda la ciudad y construyendo reputación digital que realimenta el tráfico físico.

También anticipamos el surgimiento de **formatos híbridos innovadores**: espacios que funcionan como tienda en horarios pico y como centro de fulfillment en horarios valle; locales compartidos donde múltiples marcas digitales tienen presencia física rotativa; y micro-formatos que combinan pickup points con experiencias de marca inmersivas.

Los corredores comerciales de Buenos Aires están entrando en una nueva era. Desde las grandes arterias como Santa Fe y Cabildo hasta los ejes barriales como Flores y Caballito, **la clave del éxito estará en la adaptabilidad**. Propietarios que comprendan las nuevas dinámicas de demanda, desarrolladores que diseñen con flexibilidad omnicanal, y brokers que sepan identificar valor en los nuevos criterios de ubicación serán quienes lideren esta transformación.

En Rappi, estamos comprometidos a ser aliados estratégicos en este proceso de evolución, aportando tecnología, conectividad con millones de consumidores, y nuestra visión sobre las tendencias que están moldeando el futuro del comercio urbano. El retail del mañana es híbrido, y ese futuro ya está generando oportunidades extraordinarias para quienes sepan reconocerlas.

Los corredores comerciales de Buenos Aires están entrando en una nueva era.

INDICADORES 2S_2025

Corredor Av. Cabildo

QUIERO VER MAS

(AV. CABILDO 1600-3300)

El corredor de **Avenida Cabildo** se consolida como uno de los ejes comerciales más activos de la ciudad. Con una **vacancia del 2,8 %**, muestra un mercado ajustado, con una relación equilibrada entre oferta y demanda. El **precio pedido promedio de USD 30,5/m²/mes** se ubica en un rango competitivo, en línea con su alto nivel de circulación y consolidación comercial.

La oferta está claramente liderada por **moda y textil (39 %)**, seguida por **hogar y bazar (19 %)** y **gastronomía (11 %)**, conformando un mix comercial diversificado. La **rotación del 15 %** refleja un recambio activo de operadores, consistente con el dinamismo del corredor y su atractivo para marcas consolidadas, mayormente de origen nacional.

Distribución del Inventario por rubros (%)



Indicadores

VACANCIA
(%)

2,8

ROTACIÓN
OCUPANTE
(%)

15

Renta Pedida Promedio 30,5 USD BNA/m²/mes

Distribución del Inventario según ocupante (%)



INDICADORES 2S_2025

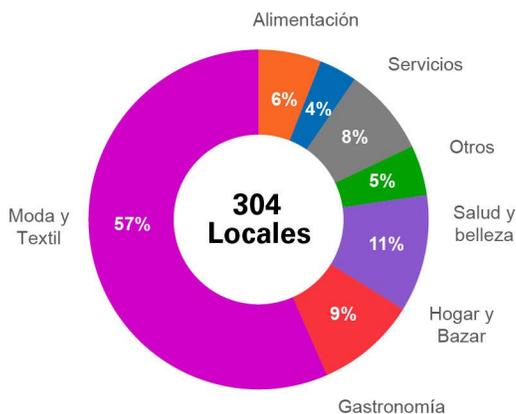
Corredor calle Florida

QUIERO VER MAS

(CALLE FLORIDA 0-1000)

Florida continúa siendo un corredor emblemático de Buenos Aires, aunque sigue expuesto a los desafíos asociados a su perfil turístico. La **vacancia se ubica en 9,1 %**, aún elevada en términos relativos, lo que refleja un proceso de ajuste en la ocupación. **El precio pedido promedio de USD 24,7 m²/mes** se mantiene entre los más bajos del mercado, reforzando su posicionamiento competitivo. La oferta está fuertemente dominada por **moda y textil (57 %)**, acompañada por **hogar y bazar (11 %)** y **gastronomía (9 %)**. La **rotación del 12,0 %** confirma un alto nivel de recambio de operadores, posicionando al corredor como uno de los más dinámicos del mercado, con cambios frecuentes en la composición comercial.

Distribución del Inventario por rubros (%)



Indicadores

VACANCIA
(%)

9,1

ROTACIÓN
(%)

12

Renta Pedida Promedio 24,7 USD BNA/m²/mes

Distribución del Inventario según ocupante (%)



0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

INDICADORES 2S_2025

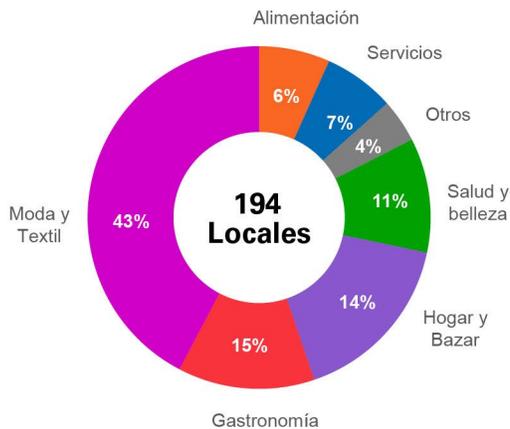
Corredor Flores

QUIERO VER MAS

(AV. RIVADAVIA 6200-6900)

El corredor de **Flores** se consolida como un eje de fuerte identidad barrial, con predominio de comercios tradicionales y marcas de cercanía. La **vacancia se ubica en 1,5%**, posicionándose entre las más bajas de la ciudad y reflejando una ocupación muy sólida. El **precio pedido promedio es de USD 24,3/m²/mes**. La oferta está liderada por **moda y textil (43 %)** y **hogar y bazar (14 %)**, acompañados por **gastronomía (15 %)** y **salud y belleza (11 %)**, lo que refuerza una estructura comercial diversificada. **La rotación del 5 %** indica un nivel de recambio moderado, compatible con un mercado estable pero con capacidad de renovación gradual.

Distribución del Inventario por rubros (%)



Indicadores

VACANCIA
(%)

1,5

ROTACIÓN
(%)

5

Renta Pedida Promedio 24,3 USD BNA/m²/mes

Distribución del Inventario según ocupante (%)



INDICADORES 2S_2025

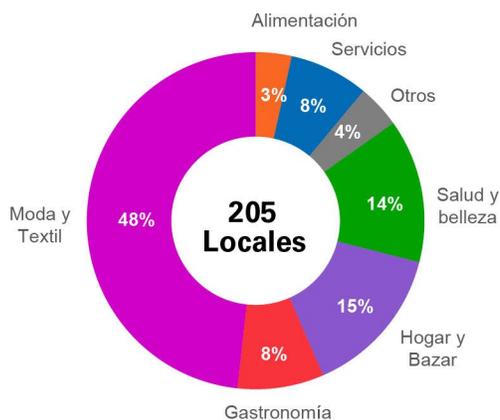
Corredor Av. Santa Fe 1

QUIERO VER MAS

(ENTRE AV. CALLAO Y AV. PUEYRREDÓN)

Este tramo de **Santa Fe** combina alto tránsito peatonal con una oferta comercial diversa. La **vacancia se ubica en 3,7 %**, manteniéndose en niveles acotados y reflejando una demanda sostenida. El **precio pedido promedio de USD 38,7 m²/mes** se posiciona entre los más altos del mercado, consolidando su perfil prime. La oferta está liderada por **moda y textil (48 %)**, seguida por **hogar y bazar (15 %)** y **salud y belleza (14 %)**, conformando una estructura orientada al consumo especializado. La **rotación del 11 %** indica un mercado dinámico, con recambio activo de operadores que contribuye a mantener la competitividad de la avenida.

Distribución del Inventario por rubros (%)



Indicadores

VACANCIA
(%)

3,7

ROTACIÓN
(%)

11

Renta Pedida Promedio 38,7 USD BNA/m²/mes

Distribución del Inventario según ocupante (%)



INDICADORES 2S_2025

Corredor Caballito

QUIERO VER MAS

(AV. RIVADAVIA 4500-5300)

El corredor de **Caballito** continúa mostrando una **vacancia acotada del 1,9 %**, lo que confirma su fortaleza como zona de cercanía con alta demanda residencial. El precio **pedido promedio de USD 34,9/m²/mes** lo posiciona en un nivel competitivo dentro del mercado. Los rubros predominantes son **moda y textil (34 %)**, **gastronomía (16 %)** y **hogar y bazar (11 %)**. La **rotación del 8 %** refleja un mercado mayormente estable, con recambios puntuales que responden a ajustes comerciales más que a procesos de salida generalizados.

Distribución del Inventario por rubros (%)



Indicadores

VACANCIA
(%)

1,9

ROTACIÓN
(%)

8

Renta Pedida Promedio 34,9 USD BNA/m²/mes

Distribución del Inventario según ocupante (%)



INDICADORES 2S_2025

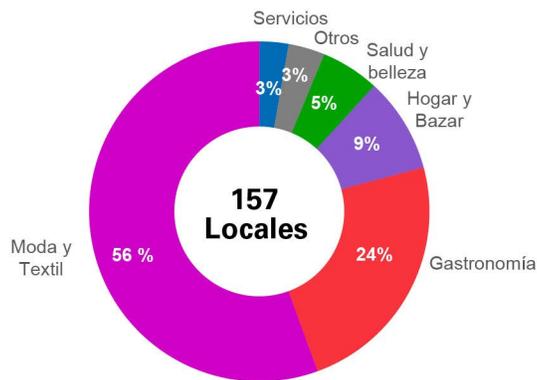
Palermo Soho

QUIERO VER MAS

(ARMENIA, GURRUCHAGA, EL SALVADOR, HONDURAS)

Palermo Soho consolida su rol como polo de tendencias y experiencias, con una oferta claramente orientada a moda y gastronomía. La **vacancia se ubica en 6,4 %**, reflejando un mercado más activo en términos de disponibilidad, aunque todavía atractivo para nuevas propuestas. El **precio pedido promedio de USD 27,5/m²/mes** se mantiene competitivo en relación con el perfil del corredor. **Moda y textil (56%)** domina ampliamente la oferta, seguido por **gastronomía (24 %)**, reforzando su identidad como eje de consumo experiencial. La **rotación del 13%** evidencia un alto dinamismo, con un recambio significativo de operadores respecto de otros corredores.

Distribución del Inventario por rubros (%)



Indicadores

VACANCIA
(%)

6,4

ROTACIÓN
(%)

13

Renta Pedida Promedio 27,5 USD BNA/m²/mes

Distribución del Inventario según ocupante (%)



0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

INDICADORES 2S_2025

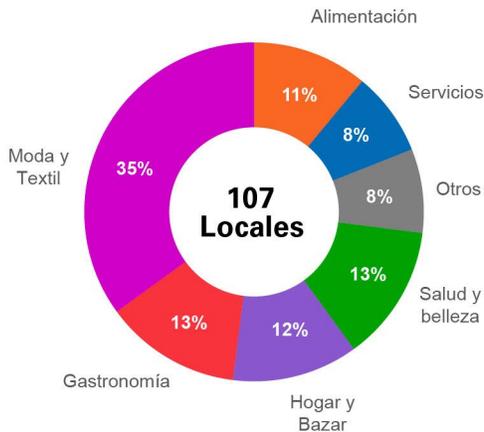
Corredor Av. Santa Fe 2

QUIERO VER MAS

(ENTRE CORONEL DÍAZ Y SCALABRINI ORTIZ)

El tramo de **Santa Fe entre Cnel. Díaz y Scalabrini Ortiz** se consolida como uno de los corredores más exclusivos de la ciudad, con una **vacancia del 1,0 %**, que confirma la solidez de la demanda. El **precio pedido promedio de USD 37,2/m²/mes** lo posiciona entre los valores más elevados del mercado. La oferta se concentra principalmente en **moda y textil (35 %)**, acompañada por **gastronomía (13 %)** y **salud y belleza (13 %)**, configurando un mix orientado al consumo de alto perfil. La **rotación del 10 %** refleja un nivel de recambio significativo, asociado a la dinámica competitiva del corredor y a la constante renovación de marcas.

Distribución del Inventario por rubros (%)



Indicadores

VACANCIA
(%)**1,0**ROTACIÓN
(%)**10****Renta Pedida Promedio 37,2 USD BNA/m²/mes**

Distribución del Inventario según ocupante (%)



0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

INDICADORES 2S_2025

Corredor Av. Alvear

QUIERO VER MAS

(AV. ALVEAR 1400-1900)

Av. Alvear mantiene su perfil exclusivo, aunque **la vacancia se ubica en 13,1 %**, una de las más elevadas entre los corredores analizados. El **precio pedido promedio de USD 26,1/m²/mes** resulta moderado en relación con su posicionamiento de lujo, reflejando un escenario de ajuste en la demanda. El rubro **moda y textil (71 %)** domina con amplia diferencia, mientras que salud y belleza y servicios aportan diversidad a la oferta. La **rotación del 6,5 %** se mantiene acotada, en línea con la presencia de marcas premium y contratos de mayor duración.

Distribución del Inventario por rubros (%)



Indicadores

VACANCIA
(%)
13,1

ROTACIÓN
(%)
6,5

Renta Pedida Promedio 26,1 USD BNA/m²/mes

Distribución del Inventario según ocupante (%)



0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

Shoppings CABA

Locales comerciales

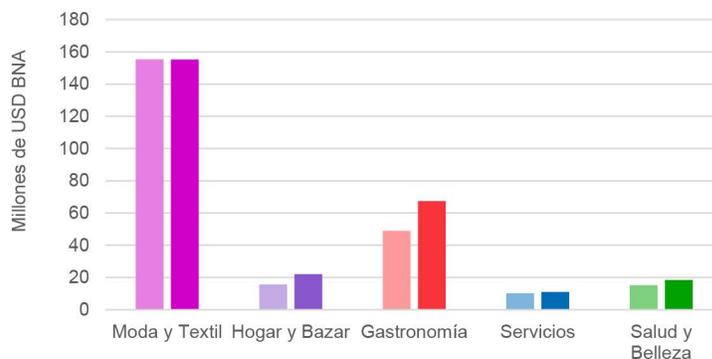
Aunque el consumo privado mostró una recuperación durante el segundo semestre de 2025, con un crecimiento interanual del **5,3% en el tercer trimestre**, las ventas en shoppings exhibieron una evolución más dispar. En términos nominales, las ventas continuaron creciendo; sin embargo, al medirlas en **millones de USD BNA**, el desempeño refleja diferencias marcadas entre rubros, asociadas al efecto del tipo de cambio y a cambios en los patrones de gasto de los hogares.

Distribución de Ventas por Rubro y Comparativa Interanual

La comparación interanual en dólares muestra una **recuperación selectiva del canal shopping**. **Gastronomía y Hogar y Bazar** lideraron el crecimiento, impulsados por una mayor demanda de consumo fuera del hogar y una incipiente recomposición del gasto en bienes durables. **Salud y Belleza** también presentó una variación positiva, consolidándose como un rubro de comportamiento más defensivo.

Por el contrario, **Moda y Textil** evidenció una evolución prácticamente estable en términos de USD, lo que sugiere que este segmento continúa rezagado pese a la mejora del consumo agregado. Servicios mostró un crecimiento moderado, en línea con una recuperación gradual pero aún acotada. En conjunto, el sector refleja una mejora parcial, marcada por una recomposición desigual entre rubros.

Comparación de Volúmenes de Venta en USD BNA (2024 vs 2025)



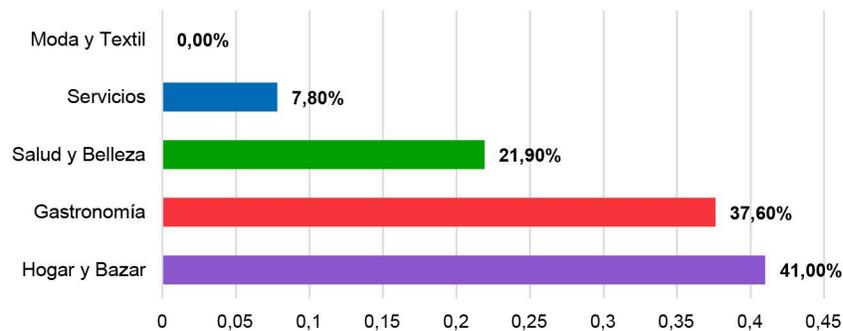
Shoppings CABA

Locales comerciales

Análisis Interanual

Las ventas en shoppings medidas en **millones de USD BNA** mostraron en el segundo semestre de 2025 una **evolución dispar por rubro**. **Hogar y Bazar y Gastronomía** lideraron el crecimiento interanual, mientras que **Salud y Belleza y Servicios** registraron mejoras más moderadas. En contraste, **Moda y Textil** permaneció prácticamente estable.

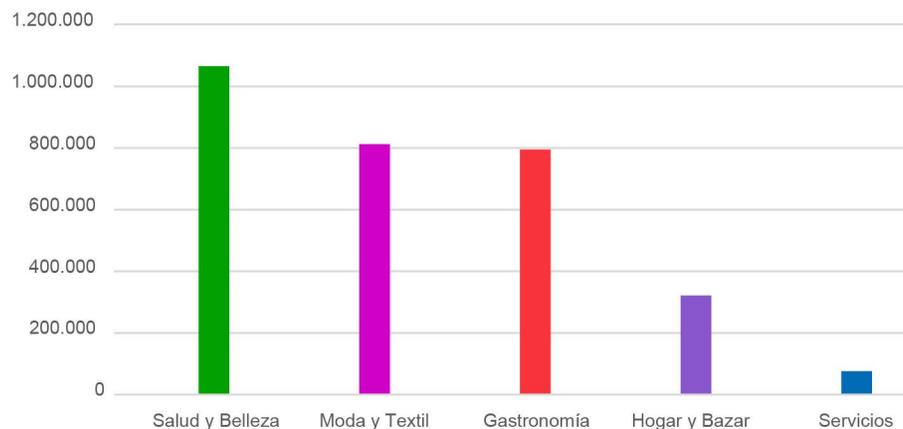
Variación Interanual Ventas (%)



Eficiencia de Locales Comerciales

En noviembre de 2025, **Salud y Belleza** se posicionó como el rubro más eficiente en ventas por metro cuadrado en shoppings, seguido por **Moda y Textil y Gastronomía**, mientras que **Servicios** registró el menor rendimiento relativo.

Ventas por m² (pesos argentinos/mes)



Perspectivas

Adaptarse, Reinventarse o Quedar en el Camino

El segmento retail dentro del real estate corporativo cerró el segundo semestre de 2025 mostrando un escenario de contrastes, donde la estabilidad en los niveles de ocupación convive con un mayor dinamismo en los cambios de operadores. La vacancia se mantiene en rangos acotados en la mayoría de los corredores relevantes, mientras que la rotación gana protagonismo como indicador para interpretar el momento del mercado y anticipar tendencias hacia 2026.

El análisis por corredores evidencia comportamientos claramente diferenciados. Algunos ejes consolidados presentan mayor recambio, impulsado por la llegada de nuevas marcas, ajustes de formato y reposicionamientos estratégicos, mientras que otros mantienen una dinámica más estable, sostenida por el consumo de cercanía y contratos de mayor permanencia. Esta heterogeneidad confirma que el desempeño del retail no responde a una única lógica, sino a la combinación entre ubicación, perfil del consumidor y propuesta comercial.

En los corredores con mayor nivel de rotación, el recambio de operadores funciona como señal de vitalidad. La salida de marcas convive con un flujo constante de ingresos, lo que refleja un mercado activo, con capacidad de adaptación, incluso en un contexto económico que todavía presenta desafíos. En estos ejes, la moda y la gastronomía continúan concentrando buena parte de los movimientos, consolidándose como los rubros más sensibles a los cambios de hábito, pero también como los más propensos a experimentar con nuevos formatos.

En el otro extremo, los corredores barriales refuerzan su perfil de estabilidad. La baja rotación y los niveles de ocupación sostenidos reflejan una demanda más previsible, orientada al consumo cotidiano, donde predominan rubros tradicionales y estrategias de largo plazo. Estos ejes se consolidan como espacios de menor volatilidad, con menor exposición a los ciclos de ajuste y mayor continuidad en la ocupación.

Los corredores de perfil intermedio muestran un equilibrio entre ambos comportamientos. Con rotaciones moderadas y vacancias controladas, combinan operadores consolidados con nuevas propuestas, logrando una dinámica donde la renovación no implica pérdida de identidad. En estos casos, la capacidad de adaptación y la lectura del entorno resultan determinantes para sostener competitividad.

De cara al inicio de 2026, el escenario plantea desafíos y oportunidades tanto para propietarios como para operadores. La vacancia deja de leerse exclusivamente como un riesgo y pasa a ser una oportunidad de reposicionamiento, mientras que la rotación se consolida como una herramienta clave para evaluar la salud de cada corredor. En un mercado cada vez más segmentado, comprender estas dinámicas será central para diseñar estrategias que permitan capturar valor en un entorno donde la adaptación constante se confirma como el principal factor para competir y crecer.

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

Leila Kees
Research & Commercial Analyst
+54 11 4311 9500
lkees@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.

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.

NEWMARK