

# Calle Florida: Historia y Actualidad

INFORME ESPECIAL

*Florida y Perón (ex Cangallo). Foto histórica: Archivo General de la Nación.*

# Calle Florida: Historia y Actualidad

## INFORME ESPECIAL

Editorial: Florida, la mítica calle porteña	3
Informe especial: locales comerciales en Florida	5
Florida: su historia	8
Florida en fotos	20
Florida hoy. Locales: situación actual	32
Análisis total de locales	36
Distribución, rubro por rubro	38
Galerías: historia	43
Galerías hoy	46
Galerías, una por una	52
Locales a la calle	76
Galerías Pacífico	79
Precios en Florida	86
Conclusión: Florida, la calle que nunca muere	89

# Florida, la mítica calle porteña

La actividad en los locales es uno de los síntomas más importantes para conocer como está el consumo en el país, y el hecho de concentrarlo en la Peatonal Florida suma un plus especial: se trata de la arteria comercial de la Ciudad de Buenos Aires más trascendente históricamente, la cual sirve para medir tanto la actividad de la demanda local como la de extranjeros.

En este escenario, y después de un año de cambios macroeconómicos tras una gran devaluación que afectó al bolsillo de la gente, en Adrián Mercado realizamos una investigación para conocer cómo se comporta la demanda en la zona, cuál es el nivel de ocupación de los locales y cuál es la vacancia.





El análisis pormenorizado de galerías, propiedades a la calle y el único shopping que se encuentra en la intersección de la peatonal y Avenida Córdoba, arrojan como resultado una radiografía perfecta de un sector clave para la actividad comercial hoy, y que permite anticipar cómo arrancará 2019.

En Adrián Mercado nuestro compromiso es con los clientes, y consideramos estas herramientas de investigación un elemento clave para el asesoramiento de empresarios que piensan en dónde invertir. También sirve a los consumidores para entender cuál es la oferta que encuentran en la Ciudad y cómo lo que pasa en lugares tan representativos, en este caso Florida, es el reflejo de la actividad general.

A continuación, podrá conocer el relevamiento con la historia y el presente de Florida, donde conviven los rubros más antiguos que se establecieron prácticamente cuando nació la calle, hasta los más modernos que arribaron en los últimos tiempos.



**Adrián Mercado**  
CEO del Grupo Adrián Mercado



# Informe especial: Locales comerciales en Florida

La devaluación que arrancó en mayo cambió la realidad de los comerciantes y el valor de los locales valuados en dólares se duplicó. Cuál es la oferta actual y cómo viene 2019.



*Peatonal Florida.*

LOS cambios macroeconómicos que se vivieron en la Argentina en los últimos meses impactaron de lleno en el comercio minorista. Con una devaluación abrupta y la inflación

que superó las proyecciones del Gobierno, los precios aumentaron y las consecuencias se vieron rápidamente en la caída del consumo y el cierre de varios negocios.

En términos generales, según la Confederación Argentina de la Mediana Empresa -CAME-, las operaciones minoristas tuvieron una caída en octubre de 9,4%, mientras que en el acumulado anual llegan al 4,8%.

En tanto, según la Encuesta Semestral Económica, elaborada por la ONG Defendamos Buenos Aires, unos 17.000 locales cerraron en los últimos 6 meses en la Ciudad y la Provincia de Buenos Aires, siendo los rubros más afectados los de indumentaria y gastronomía.

En este escenario, en Adrián Mercado salimos a relevar la situación actual del comercio minorista pero con una profunda investigación que se limitó a un solo sector: la peatonal Florida.

### ¿Por qué la concentración?

Considerado uno de los corredores más importantes para el comercio, la ocupación o desocupación de los



*Turistas ante un local de artículos regionales en Florida.*

locales en esta histórica calle es un termómetro claro de lo que se vive en el país por varios motivos:

- Por un lado, porque es una zona de paso clásica para quienes trabajan en el Microcentro porteño, imposible de

evitar, y transitada a diario por millones de personas

- Por el otro, porque es un gran atractivo para quienes llegan a la Capital desde el interior del país, un paseo típico que no puede faltar.



- Y por último, porque también allí se mide a la perfección cómo actúan los extranjeros que vienen al país; y si baja el número de turistas o sube de acuerdo a cómo impactan en sus economías los cambios que se producen en el mercado local (a una mayor devaluación, más beneficios).

Por eso, el relevamiento realizado por Adrián Mercado ofrece resultados muy interesantes para saber qué pasa hoy en el país y cómo pueden evolucionar los próximos meses, donde la confianza del consumidor será clave para lograr la recuperación.

El informe toma en cuenta la totalidad de los locales que se encuentran sobre Florida, tanto a la calle como en las galerías y shopping. Además, se midieron los niveles de ocupación y desocupación, y se realizaron diferentes testeos con lo que piensan los inquilinos y propietarios.

Todo esto, acompañado por los datos históricos más importantes sobre los orígenes de la peatonal, su influencia en el crecimiento de la Ciudad y los

recuerdos más pintorescos de una calle que tiene compuesta en su honor desde una milonga hasta un tango.



*Tanguerías en Florida.*



# Florida: su historia

*Florida, 1922. Foto: Archivo General de la Nación.*



# Florida, la calle de las calles

Una larga historia que la transformó de una zona peligrosa a la más comercial y popular de Buenos Aires. Su evolución, año tras año.



*Calle Florida en 1927.  
Foto: Archivo General de la Nación.*

**L**ENA de historia y tradición, la peatonal Florida es uno de los lugares más representativos de la esencia porteña.

Fue la calle de las luces, de los comercios más exitosos y de los paseos imperdibles cuando se tocaba el piso porteño hace poco más de tres décadas atrás.

Más tarde, la vorágine de una vida agitada y la superpoblación cambiaron su estigma, pero eso no dejó en el olvido su pasado más lejano, el que guarda muchos condimentos que son dignos de repasar. Y que forjaron la fisonomía imborrable de esta zona.

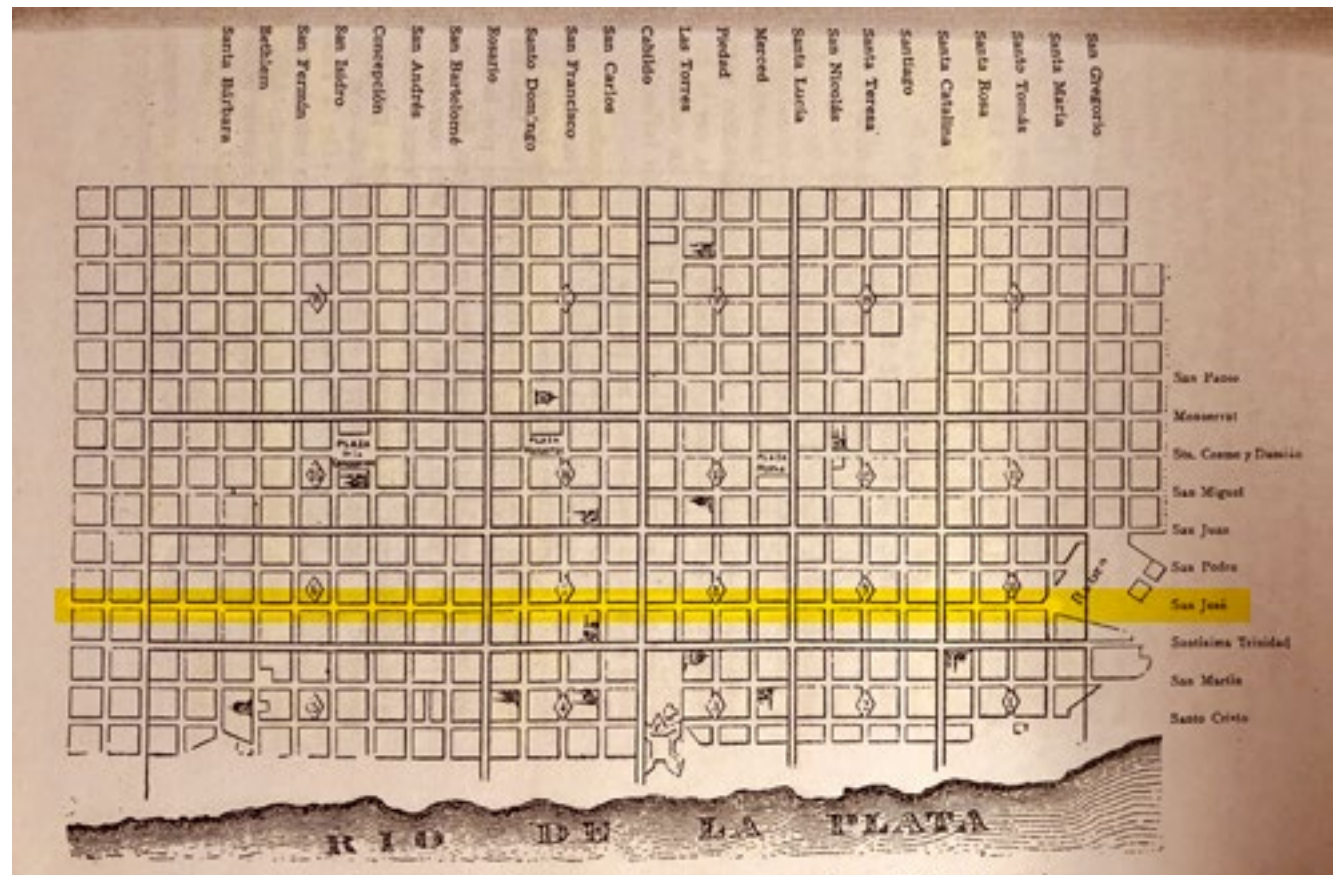
Desde el origen de su nombre se encuentra un gran contenido histórico.

En 1617, cuando todavía no estaba bautizada, vivían en la zona poco más de 300 personas.

Según el historiador argentino Rómulo Cabria, fue el Monseñor Acarete du Biscay, un holandés que la visitó unas décadas después, quien afirmó que “el pueblo estaba formado por unas 400 casas construidas con adobe y barro y techadas de carrizo y paja. En esa época, caminar por la noche

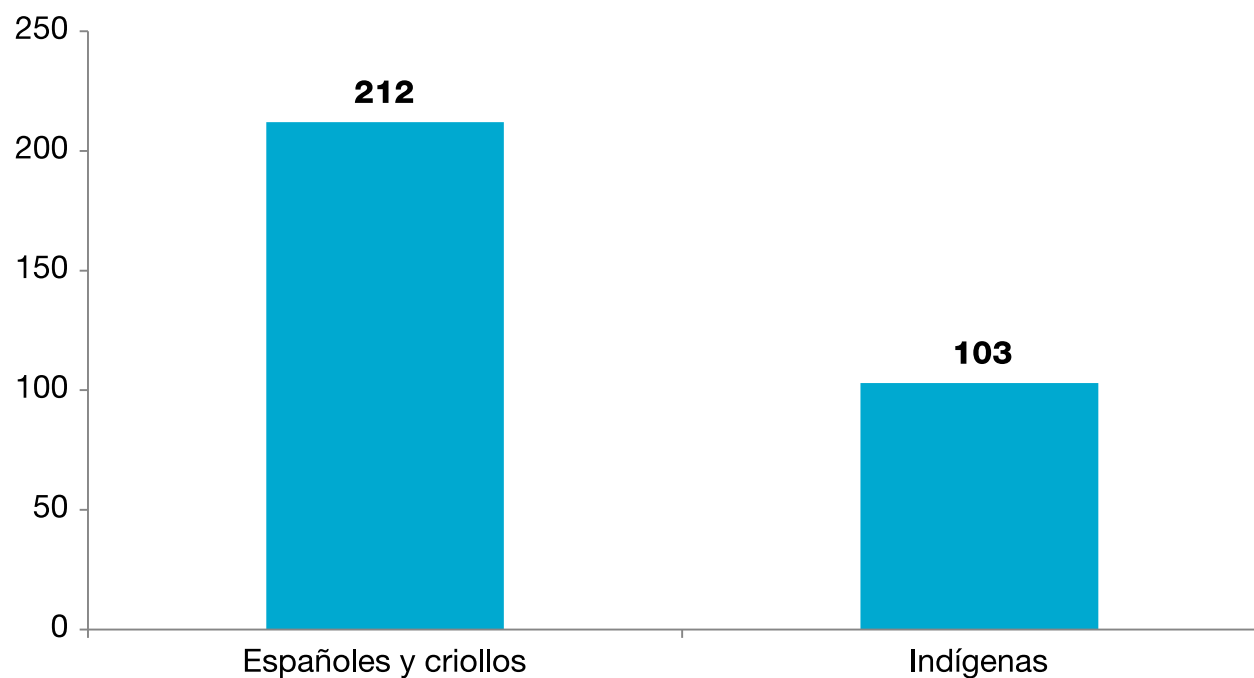
por la calle Florida era peligroso dado que merodeaban ladrones y perros vagabundos, mientras que la zona era sinónimo del paso de carretones a bueyes y mulas cargueras. Pasa-

ron unos cuantos años antes de que comience a convertirse en la calle de coches señoriales, sedosos miriñaques y opulentos peinetones.



*División de la ciudad de Buenos Aires, hecha en el año 1794*

# Datos de población en calle Florida en el año 1617



Fuente: Rómulo D. Cabria



Hacia 1780, toda la recta que hoy se conoce como Florida-Perú, se denominaba calle San Josef. La misma comenzó a empedrarse y el número de habitantes ya había crecido significativamente: eran 417 españoles, 84 mulatos, 165 negros, 2 mestizos y 9 indios.

También en ese entonces ya había comenzado la numeración de las casas y las referencias que se usaban eran del modo “esquina de la paloma” para indicar Florida y Perón; y “esquina de Lamas” para referirse a Sarmiento y Florida.

### Los inicios del comercio

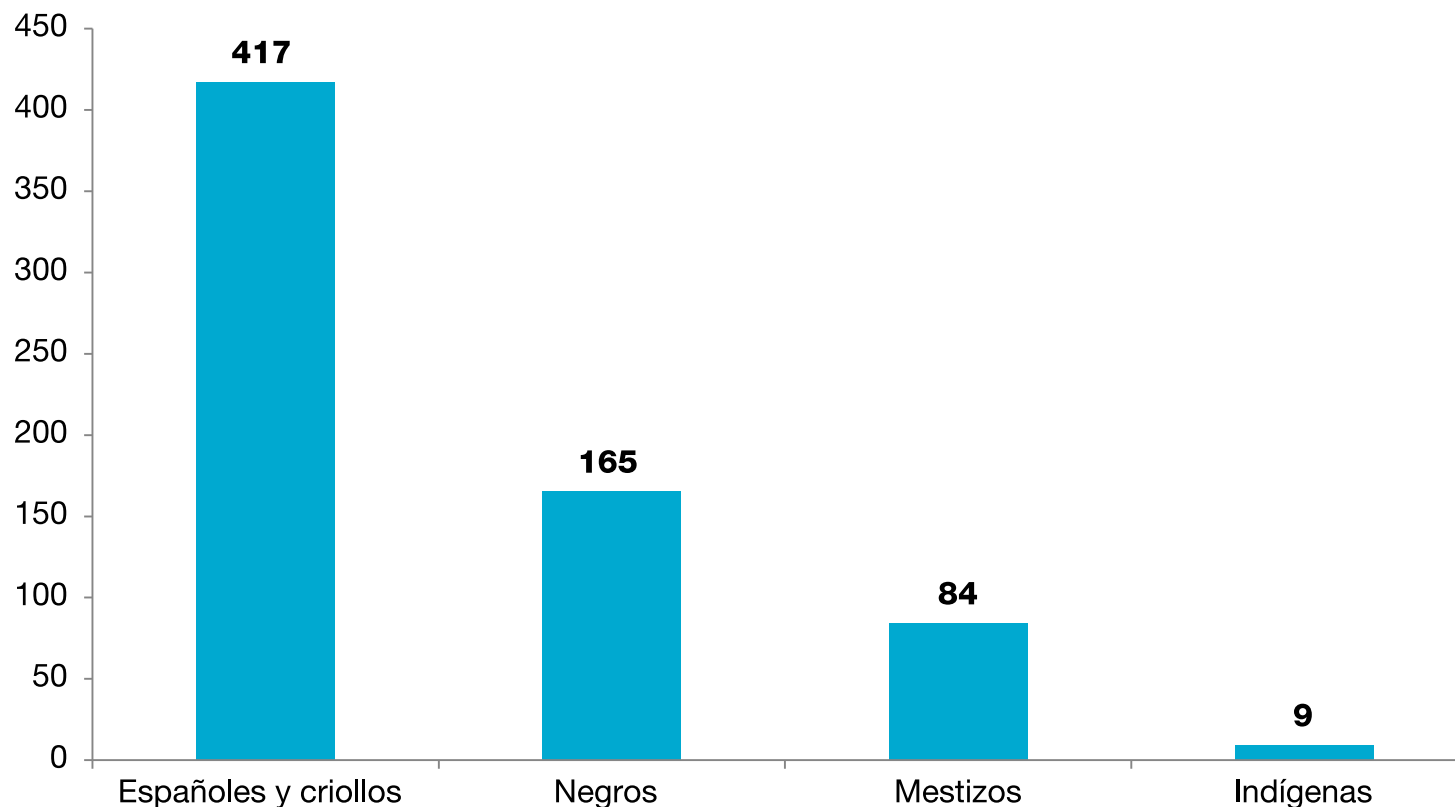
El primer aspecto comercial de esta zona aparece a principios de 1800 con el empuje y la prosperidad de las casas minoristas.

La cantidad de locales que se distribuía en aquel momento a lo largo de la calle llegaba a 36 unidades, de las cuales 9 eran platerías, 4 del rubro zapatería y otro tanto de ramos generales, como se llamaba en esa época.



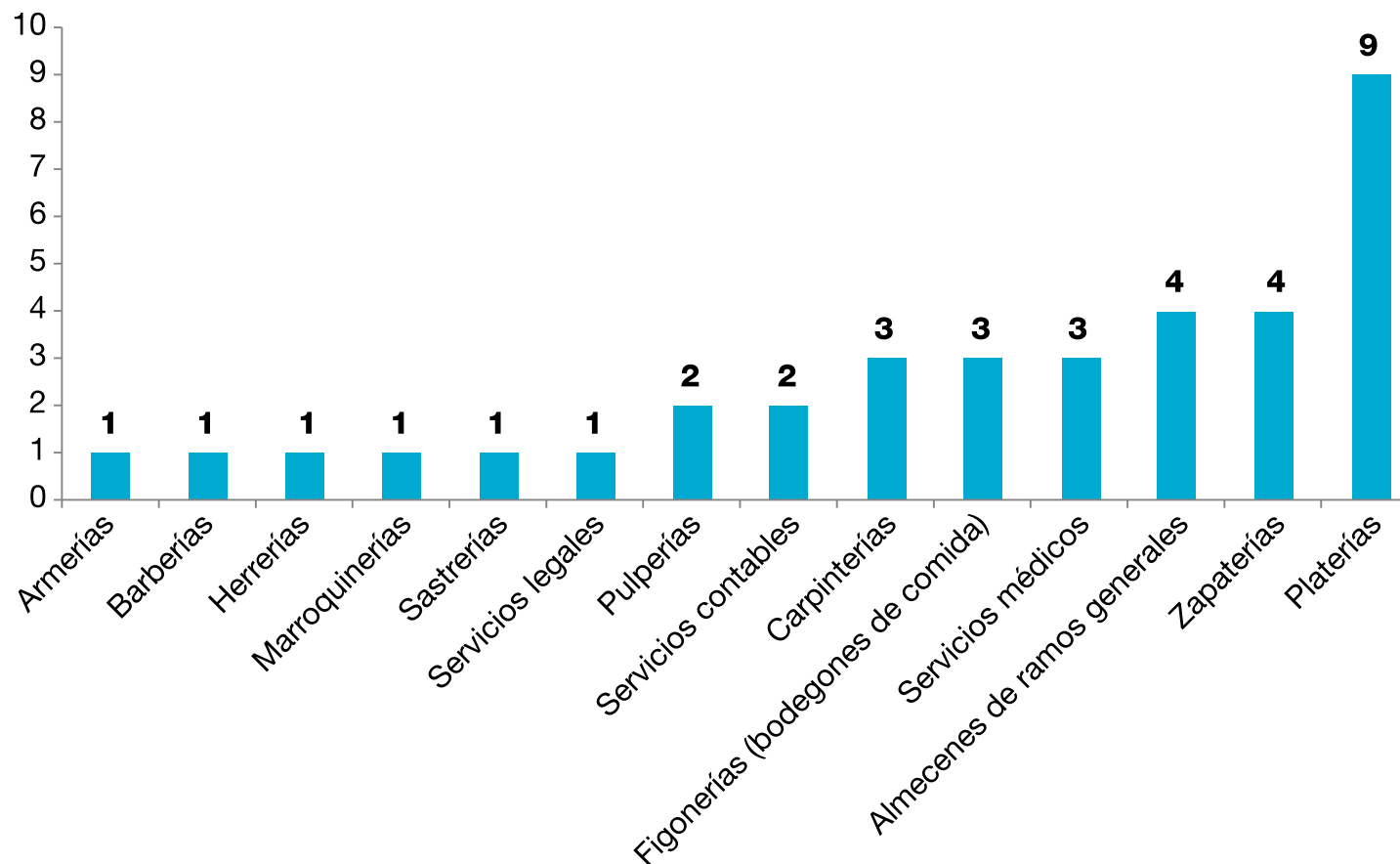
**Florida y Cangallo, año 1890.**  
*Foto: Archivo General de la Nación.*

# Datos de población en calle Florida en el año 1778



Fuente: Rómulo D. Cabria

# Comercios sobre calle Florida (San Josef) en el año 1778



Fuente: Cecilio Sánchez de Velazco (padre de Mariquita Sánchez de Thompson)



Además había servicios más especializados de atención médica; otros para el entretenimiento de las clases más pudientes como bodegones de comida y pulperías; y las primeras sastrerías y carpinterías, rubros que dejaron su huella con el paso del tiempo.

Fue después del gran progreso y evolución que fue teniendo la calle que se decidió cambiarle el nombre y se la llamó Florida. La decisión se tomó tras una batalla ganada por los patriotas al mando de Álvaro de Arenales el 25 de mayo de 1814 en un lugar del

Alto Perú que tenía esa denominación. Los planos ya limitaban su extensión desde la esquina de San Nicolás (hoy Avenida Corrientes) hasta el llamado Campo de Marte (hoy Plaza San Martín) en donde estaba la plaza de toros.



*Acuarela pintada por el marino inglés Essex Vidal desde los cuarteles de Retiro, en segundo plano hacia la izquierda se ve la Plaza de Toros, y hacia el fondo el centro de Buenos Aires. 1820.*



Más tarde, en un plano de 1822 dedicado a Bernardino Rivadavia, primer Ministro del Estado de la Provincia, la calle aparece ya con el nombre que conserva hasta hoy.

Su éxito comercial se completó hacia 1884, cuando en Florida 760 abrieron las galerías Witcomb, y en 1914, cuando se inauguró Harrods.

### **Los grandes hitos**

Según las investigaciones que se han venido realizando sobre arqueología porteña, parece que en esta calle se encuentra la casa más antigua de Buenos Aires, la cual está ubicada en Florida 51.

También quedaron en el recuerdo el paso por esas cuadras de grandes habitantes ilustres.



**María Sánchez de Thompson. En su casa de Florida 273 se cantó por primera vez el Himno Nacional.**

*Imagen: Archivo General de la Nación.*

Una de ellas fue Mariquita Sánchez de Thompson, que vivió en Florida 273. Además, en su casa se cantó por primera vez el Himno Nacional. En el salón de Mariquita, el poeta Esteban de Luca declamó el himno de López y Planes y de don José Blas Parera, sentándose en el piano que hoy se conserva en el Museo Histórico Nacional.

En infraestructura, fue una de las primeras calles en contar con alumbrado público a gas; por ella desfilaron los soldados que regresaron de la guerra del Paraguay y sucedieron tantos hechos renombrados que hacia 1882 se había convertido en suntuoso lugar.

El tranvía a caballos que circulaba en dirección a Recoleta intensificaba el tránsito. Ya era la zona de las tiendas y las librerías. El primer ascensor a vapor que funcionó en la ciudad estaba en la casa de Torcuato Tornquist. También en Florida sonó por primera

vez la campanilla de un teléfono, en la casa de Bernardo de Irigoyen.

Su evolución fue tal que en 1911 se decidió prohibir el tránsito vehicular entre las 11 y las 21. Finalmente, el 30 de junio de 1971, se la convirtió en peatonal.

Los libros más importantes que hablan de historia repiten: " Toda ciudad importante tiene una calle característica que la representa y parece resumirla. Florida es la calle que resume a la ciudad de Buenos Aires. No es la calle de las mansiones, de los teatros, ni de las confiterías, pero sintetiza la mejor versión de los porteños.





### **Florida 833:**

#### **El renombrado Edificio Thompson**

El Edificio Thompson es una de las obras arquitectónicas con valor patrimonial más importantes de la Ciudad de Buenos Aires. Obra de los arquitectos británicos Eustance L. Conder, Sidney G. Follett y James W. Farmer, fue inaugurado como la Mueblería Thompson en 1914.

Con una fachada con un frontis en el centro y estructura metálica, su recurso técnico-expresivo, por el que las vidrieras ganan escala, es característico de las “grandes tiendas” de principio del siglo pasado.

El edificio comparte sus lineamientos de diseño con los de la Tienda Harrod's de tal manera que ambos edificios se perciben como una unidad. Hoy, es obra parte del programa de restauración del Plan Microcentro del Gobierno de la Ciudad. La puesta en valor, concluída en abril 2013, incluyó la restauración de los elementos originales, el retiro de los no originales (voladizos, carpinterías, marquesinas, ménsulas, toldos y equipos de aire acondicionado) y la readecuación morfológica de la planta baja, que buscó restituir la coherencia del conjunto arquitectónico unificando la fachada por medio de una cornisa que continúa las líneas del edificio Harrod's.



*Tienda Harrod's y Edificio Thompson, año 1939.  
Foto: Archivo General de la Nación.*

# Florida en fotos

Un repaso en imágenes a través de la historia.



*Florida, 1915.*

*Foto: Archivo General de la Nación.*



*Florida, 1903.*

*Foto: Archivo General de la Nación.*





*Florida, 1904.  
Foto: Archivo General de la Nación.*







**Vista parcial de Florida en 1923.**  
Foto: Archivo General de la Nación.



**Florida en marzo de 1931.** Gran cartelón colocado por el Automóvil Club Argentino, frente a su sede social, dando la bienvenida a los Príncipes ingleses Eduardo y Jorge.  
Foto: Archivo General de la Nación.



*Florida nocturna, 1920.  
Foto: Archivo General de la Nación.*



*Florida, 1927.  
Foto: Archivo General de la Nación.*





*Florida y Sarmiento, 1933.  
Foto: Archivo General de la Nación.*



*Florida al 800 en 1965. Vista nocturna donde se puede apreciar la nueva iluminación a gas de mercurio.  
Foto: Archivo General de la Nación.*



*Tiendas Harrods sobre calle Florida, 1962.  
Foto: Archivo General de la Nación.*





**Florida y la moda.**  
*Liquidación de verano  
en Casa Harrods, 1937.  
Foto: Archivo General  
de la Nación.*





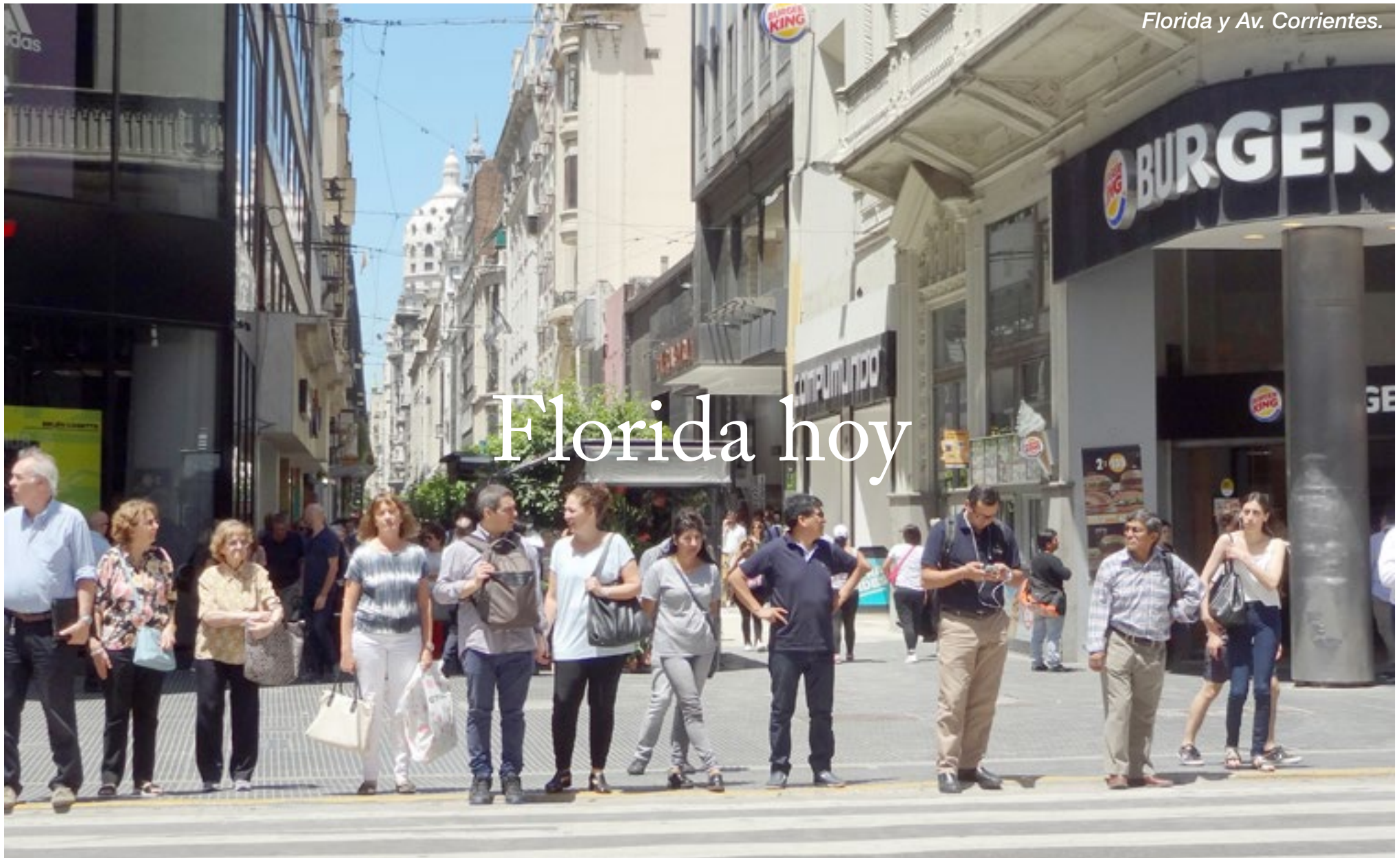
**Gath & Chaves, en  
calle Florida, 1933.**

*Foto: Archivo General  
de la Nación.*



*Vista de Florida desde Corrientes a Sarmiento, 1968. Foto: Archivo General de la Nación.*





# Locales en Florida: la situación actual

De su pasado exitoso a una realidad opacada por la inseguridad, el cambio en el ritmo de consumo y la devaluación. Cómo está la calle hoy.



A gran variedad de locales comerciales que se distribuyen sobre la peatonal Florida se encuentra en muy pocos barrios del resto de la Ciudad de Buenos Aires. Y en este sentido, es que la historia que la hizo popular desde el inicio mismo de la ciudad aún sigue latente.

Su larga tradición permite que permanezcan intactas tanto las galerías donde se venden desde un disco de vinílico o una vieja obra de arte, hasta los locales a la calle con la típica marquesina del pasado o los más modernos de estilo minimalista.



También la gastronomía conserva en esta zona características propias. El bar con sillas de madera y respaldo envolvente convive con los nuevos locales de comida rápida y saludable, donde se sirven las ensaladas en bandejas de plástico descartables y no existe el cortado acompañado de un “amaretti”.

Así, tras varias décadas, se observa como la fisonomía de la oferta comercial no ha cambiado, sino que se sumaron nuevas propuestas y ambas conviven a la perfección.

Por otro lado, donde sí aparece una mayor variación, es en el público que día a día recorre esta “jungla” de rubros diferentes, el cual fue mutando y dejando consecuencias en la distribución de la oferta, la vacancia de locales o la ocupación.

“Los últimos años cambiaron el tráfico de la peatonal Florida. No es el refugio

de las altas clases sociales o de los sectores más pudientes, como supo conocerse en el lejano pasado. Hoy, el consumidor es diferente”, coinciden los comerciantes consultados por Adrián Mercado.

En la actualidad, quienes recorren la peatonal son en su mayoría extranjeros, explicaron más de medio centenar de vendedores con 20 años de

trayectoria.

En general, quienes vienen de otros países destinan aunque sea una jornada para hacer un recorrido porque allí encuentran la más variada oferta: desde lo último en moda hasta el souvenir más representativo de Buenos Aires. “Es como ir a París y no ver la Torre Eiffel, una parte típica de la historia del país”, explicaron los entrevistados.



*Alto tránsito en Av. Córdoba y Florida.*



En el caso de los visitantes del interior del país, muchos que llegan de las provincias, especialmente del norte, aún quieren darse un paseo por la peatonal; pero otro tanto, de diferentes localidades, prefieren esquivarla porque atravesar todo el Microcentro para llegar hasta Florida y Santa Fe es cada vez más tedioso. También la inseguridad ha hecho lo suyo para espantar a los locales.

Por último, para los porteños, solo que sea por casos de trabajo, que tienen sus oficinas en el Microcentro, tienen poco interés en recorrer el lugar. Todo esto da como resultado una sola realidad: “la eterna peatonal ya no es la misma”.

En este contexto, Adrián Mercado presenta la radiografía actual según un relevamiento propio realizado tras varias semanas de investigación. Cuántos locales hay, cuáles están vacíos y que rubros predominan son los temas principales.



# Locales: la desocupación le gana a todos los rubros

Los inquilinos tuvieron que atravesar en los últimos meses una fuerte suba de precios, debido a la devaluación. Cómo se encuentra hoy la principal calle porteña y la oferta de locales .



*Locales vacíos en Florida.*

**M**ÁS allá del folclore innato de este lugar, la realidad de Florida hoy tiene otros condimentos, y de acuerdo a lo que pasó en

los últimos meses en el país, para los propietarios e inquilinos de locales comerciales la situación no es igual a lo que sucedía hace unos meses atrás.





*Local vacío en Florida y Lavalle.*

La devaluación afectó duramente el consumo y las ventas cayeron en todos los segmentos. Como consecuencia, muchos locales se vieron obligados a cerrar las puertas con un dólar que duplicó su valor en menos de un trimestre.

Hoy, los inquilinos no pueden pagar un costo mayor al que vienen desembolsando mes a mes, y solo intentan sobrevivir.

Otra realidad es que el consumo de los consumidores argentinos cayó, aunque se recuperaron las compras de algunos extranjeros beneficiados por la devaluación. No obstante eso, todavía no son suficientes para aumentar la rentabilidad y sostener los gastos fijos.

En este escenario, y como dato clave de la investigación de Adrián Mercado, de los 1286 locales que se encuentran en Florida entre unidades a la calle,

## > ANÁLISIS TOTAL DE LOCALES

galerías y shopping, el 21%, es decir 272 locales, están desocupados.

La situación preocupa porque se trata del índice más alto de los últimos tiempos, ya que tradicionalmente la vacancia no superó el 10%. Además, con los valores del metro cuadrado en dólares, y la volatilidad que tiene actualmente la moneda, es muy difícil que un nuevo inversionista se anime a cerrar un contrato de alquiler en este momento.

Sin embargo, la esperanza de los propietarios está centrada en dos temas: que se refuerce el turismo internacional y que los próximos meses, si el dólar continúa estable y se realiza una recomposición salarial a partir de las paritarias, el consumo vuelva a reactivarse.



*El rubro indumentaria cuenta con gran cantidad de locales en Florida.*

# Distribución, rubro por rubro

**Indumentaria, artículos de computación y sastrerías son algunos de los negocios que más se encuentran en la zona. Sin embargo, nadie puede ganarle a la desocupación.**

**U**N total de 1284 locales son los que se ubican en la tradicional peatonal Florida.

Las locaciones y su nivel de ocupación se divide de la siguiente forma:

- 785 locales están distribuidos en 17 galerías. Del total, 224 están desocupados.
- 326 locales están ubicados a la calle. Del total, 48 están vacíos
- 173 locales están en Galerías

Pacífico: es el único formato con un 100% de ocupación.

En términos generales, el nivel de desocupación que se suma a lo largo de toda la peatonal es del 22%, equivalente a 272 locales. Este número está por encima de los rubros que ocupan la mayor cantidad de espacios, que son el de indumentaria, con el 19% y computación, con 9%.



*Las marroquinerías y zapaterías prevalecen en Florida.*

El dato es de los más graves registrados en los últimos años, teniendo en cuenta que Florida nunca tuvo ese nivel de vacancia.

En orden según la oferta, teniendo en cuenta la ocupación, otro 7% de los locales están dedicados a la gastronomía, lo que representa 89 unidades incluyendo desde los típicos bares hasta los nuevos puntos de venta de

comidas rápidas y saludables, que son tendencia en la Ciudad.

Las marroquinerías y zapaterías son otros de los protagonistas que prevalecen con sus locales a la calle, un clásico de Florida. En el primer caso representan el 5%, con 58 locales ocupados; seguidos por un 4% que solo ofrecen zapatos, con 52 puntos de venta.

Ya bajando el protagonismo a un 3%, aparecen un total de 43 locales que venden accesorios, con un amplia mayoría en manos de las nuevas casas de moda que ofrecen desde bijouterie hasta maquillajes a bajo precio; otro 3% de la ocupación corresponde a joyerías y relojerías, con 35 de las instalaciones; y el mismo porcentaje con 32 puntos de venta está en manos de farmacias y perfumerías.





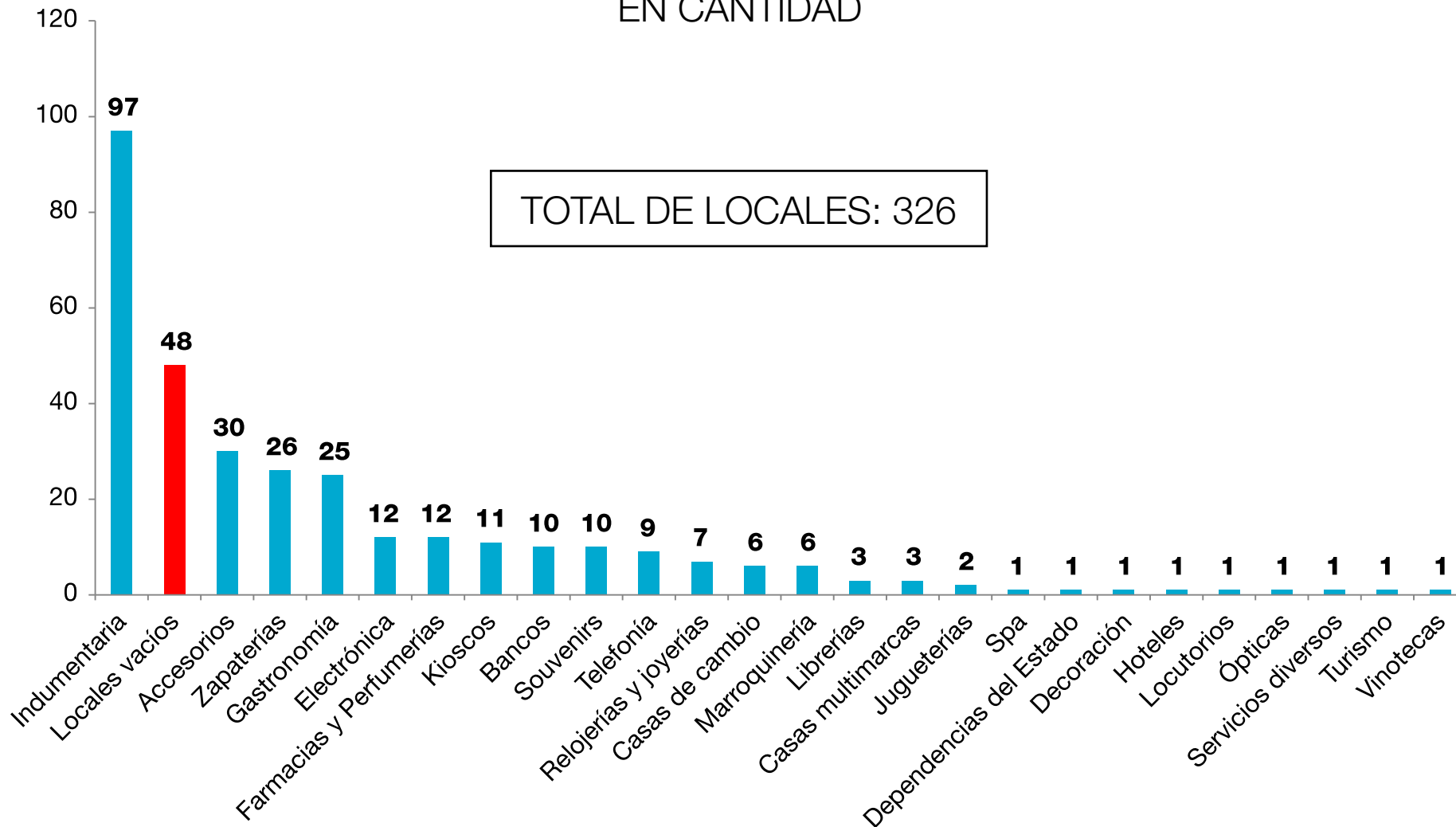
*Un 2% de la ocupación comercial en Florida corresponde a turismo.*

En el 2% de la ocupación se encuentran rubros como las empresas de Turismo, con 29 puntos de venta; Souvenirs con 24; Servicios Diversos con 23; y Spa con 21 locales; mientras que el 1% está representado por otra amplia variedad de propuestas como comercios de Antigüedades, Kioscos, Librerías, Casas de Cambio, Electrónica, Bancos, Imprentas y Peluquerías, los cuales representan entre 10 y 18 locales cada uno.

Por último, entre 1 y 9 locales, se concentran en múltiples rubros como Jugueterías, Sex Shops, Artesanías, Tanguerías, Galerías de Arte y Discueterías.

# Calle Florida, locales por rubro al frente

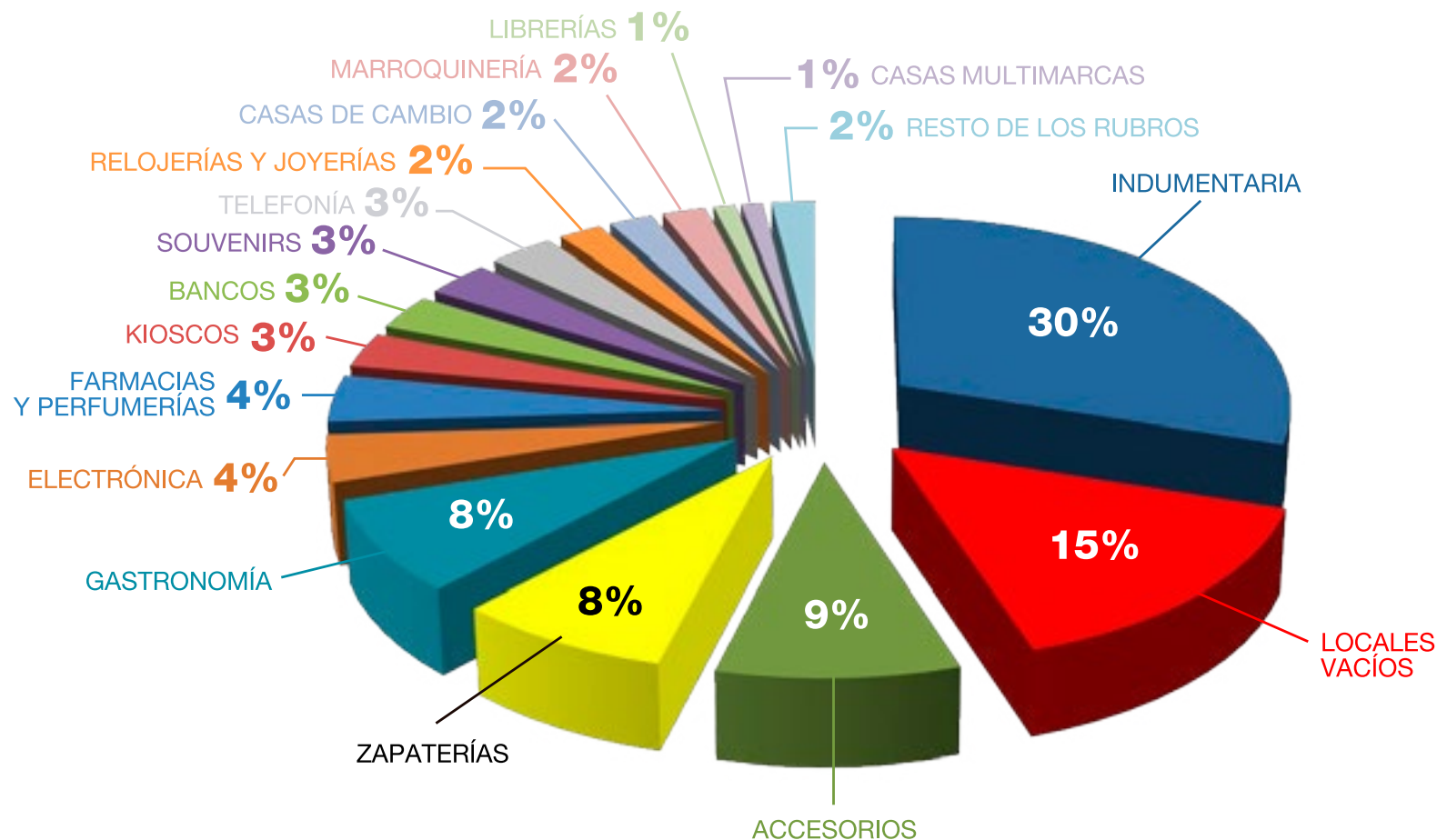
EN CANTIDAD



Fuente: Investigación del Grupo Adrián Mercado / Octubre 2018

# Calle Florida, locales por rubro al frente

TOTAL DE LOCALES: 326



Fuente: Investigación del Grupo Adrián Mercado / Octubre 2018



# Galerías comerciales, la resistencia al paso del tiempo

La peatonal conserva un total de 17 galerías a lo largo de toda su extensión. Muchas de ellas son modelo de este formato comercial, por haber sido de las primeras que surgieron tomando un estilo típicamente europeo.



Las galerías comerciales surgieron hacia fines del siglo XIX, un tipo de negocio que fue siguiendo la moda que venía de Europa, espe-

cialmente de Italia, donde surgieron las grandes construcciones con este diseño

Pensadas como pasajes peatonales bajo techo, de uso principalmente comercial, se forjaron a partir de ver el beneficio de aprovechar mejor el espacio en zonas de alta densidad edilicia.

Así, en Florida, las galerías se convirtieron en una modalidad práctica y útil, que en sus primeras épocas tuvo el sello de la distinción gracias a algunos proyectos que se aliaron a las clases sociales más pudientes por la oferta que tenían.

Haciendo historia, el puntapié para este tipo de formatos en la Ciudad de Buenos Aires fue el de Tiendas Bon Marché, construida hacia 1888. Era una tienda por departamentos, pero tenía dos pasajes internos por donde entraba la luz del sol que estaban techados, por eso su clasificación dentro del rubro galerías.



*Interior de Galería del Sol.*

En aquel momento, la idea original de grandes tiendas nunca pudo concretarse, y el edificio pasó a ser sede del Museo Nacional de Bellas Artes en 1896. Recién en 1945 su propietario de entonces, el Ferrocarril Buenos Aires al Pacífico, contrató al estudio de los arquitectos Aslan y Ezcurra para refloatar la sección comercial. Y así surgieron las Galerías Pacífico, hoy considerada uno de los principales shopping center de la Ciudad.

Yendo específicamente al rubro, y teniendo en cuenta la supervivencia actual, otro caso pionero es el de la Galería General Güemes, diseñada por Francesco Gianotti en 1913 e inaugurada en 1915. Tiene un pasaje que une las calles Florida y San Martín, y un gran bloque de 14 pisos conformado por 5 cuerpos de gran altura para esa época.

La arquitectura fue realizada sobre una casa que tenían los hermanos

Güemes desde 1878, cuyos cuartos se alquilaban, y que tenía un pequeño pasaje comercial de 50 metros, sin salida. Con la apertura de la Avenida de Mayo, los fondos del edificio fueron demolidos y comenzó la construcción de uno nuevo.

Pero el momento de la gran evolución y el camino sin escalas llegó a partir de 1950, una vez que se sancionó la ley de la Propiedad Horizontal en 1948, que permitía la construcción de una gran cantidad de edificios y torres para una gran cantidad de propietarios.

Avenidas como Rivadavia (en Caballito), Cabildo (en Belgrano), Santa Fe (en Barrio Norte) o Corrientes (en el Microcentro) resultaron las arterias en donde más se desarrollaron este tipo de edificios, al igual que en Florida. Así, hacia la década del '70, nació la Galería Jardín, una de las más representativas.

Diseñada por el estudio de Mario Roberto Álvarez, este espacio donde se alzaba la sede social del Jockey Club se convirtió en un lugar de encuentro para las altas clases sociales, el cual sobrevive al paso del tiempo.

Luego llegó el turno de otros espacios como Galería Florida y la Galería del Caminante, las cuales también forman parte de la peatonal hoy. Una historia con varias décadas que aún va dejando legados.



# Las galerías hoy: locales vacíos y rubros en extinción marcan tendencia



*Local disponible en Galería Larreta.*

**Una radiografía actual de cómo impacta el cambio en los modos de consumo y el contexto económico argentino en estos formatos.**

**L**AS galerías que permanecen vigentes sobre la peatonal tienen una característica común: poco han evolucionado.

La estética y diseño, en su mayoría, no han sido actualizadas en los últimos años, permaneciendo con un estilo muy tradicional en sus marquesinas y vidrieras.

Sin embargo, son un clásico infaltable para quienes transitan la calle, y aun-

que sea para ver que hay en ese último local escondido entre los pasillos, el consumidor termina recorriendo la totalidad de los espacios.

En Adrián Mercado revelamos una por una todas las instalaciones, realizamos algunas encuestas a sus vendedores y analizamos los datos en común que existen entre ellas y qué las diferencian del resto de los locales a la calle o de los shoppings centers.



*Locales vacíos en el interior de Galería del Este.*

### **Vacancia**

En cuanto al nivel de ocupación, del total de las instalaciones que se extienden a lo largo de la calle, un dato que preocupa es que en todas existe un alto nivel de desocupación. En total, hay 239 locales vacíos sobre los 785 que se encuentran en las galerías.

En más, al segmentar por rubros, en 14 galerías el ganador es el de “locales vacíos”. Es decir, clasificados por

categorías según los productos que venden, los locales que tienen colgado el cartel de “Alquila” son la amplia mayoría si se comparan con otros comercios especializados que marcan tendencia, como pueden ser de indumentaria, artículos de computación o marroquinerías, entre los predominantes.

Solo tres paseos logran escapar a esa tendencia que son la Galería Güemes, que solo tiene un local vacío; Jardín,

con 53 vacíos de un total de 193, es decir el 27% de sus instalaciones (es la más grande); y Galería de la Flor, con 3 desocupados de 29.

El resto no atraviesa el mejor momento. Por ejemplo la más chica de las opciones que permanece de pie, que se encuentra ubicada en Florida 780 y tiene solo 4 locales, cuenta con 2 de ellos en alquiler, es decir, el 50%.

## Especialización

De acuerdo a la clasificación de toda la oferta que existe en estos formatos comerciales, hay varios datos en común y otros que llaman la atención según la investigación de Adrián Mercado.

En general, la indumentaria y los productos de computación tienen la mayoría de los locales ocupados. Pero lo más llamativo, es que hay una alta coincidencia en cuanto a la oferta de propuestas con otros rubros menos comunes, como son las casas de loterías, spa y casas de pago. En la mayoría de las instalaciones existe aunque sea un local que tenga esa propuesta.

Por otro lado, permanecen en las galerías los rubros más antiguos y en extinción, difíciles de encontrar en otros barrios porteños. Se trata de las disquerías, casas de antigüedades, tabaquerías e imprentas. Estos locales



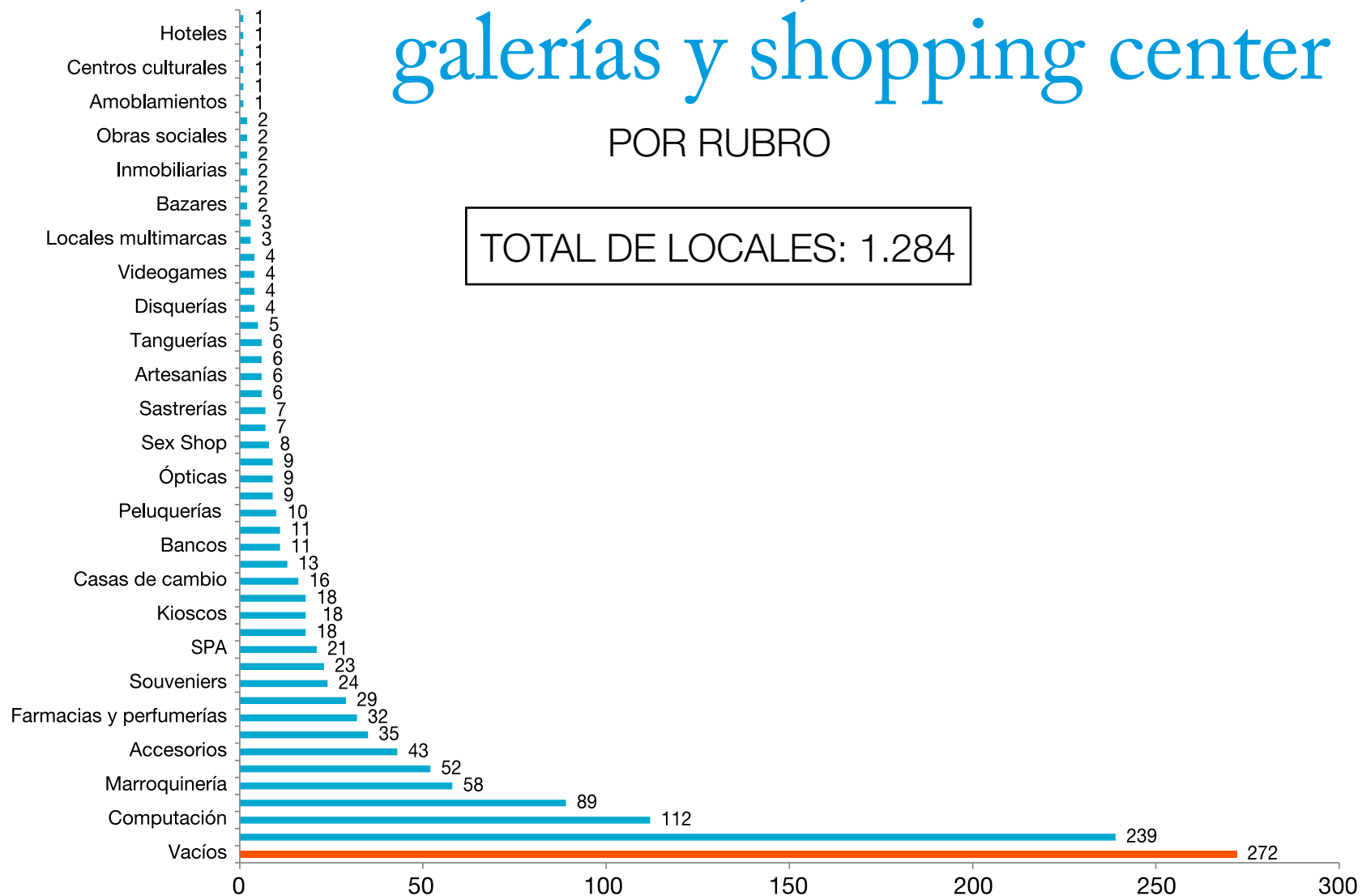
*Aún subsisten las casas de antigüedades en las galerías.*

están en muchos locales, los cuales conservan la verdadera impronta de las galerías en sus orígenes.



# Calle Florida, locales al frente, galerías y shopping center

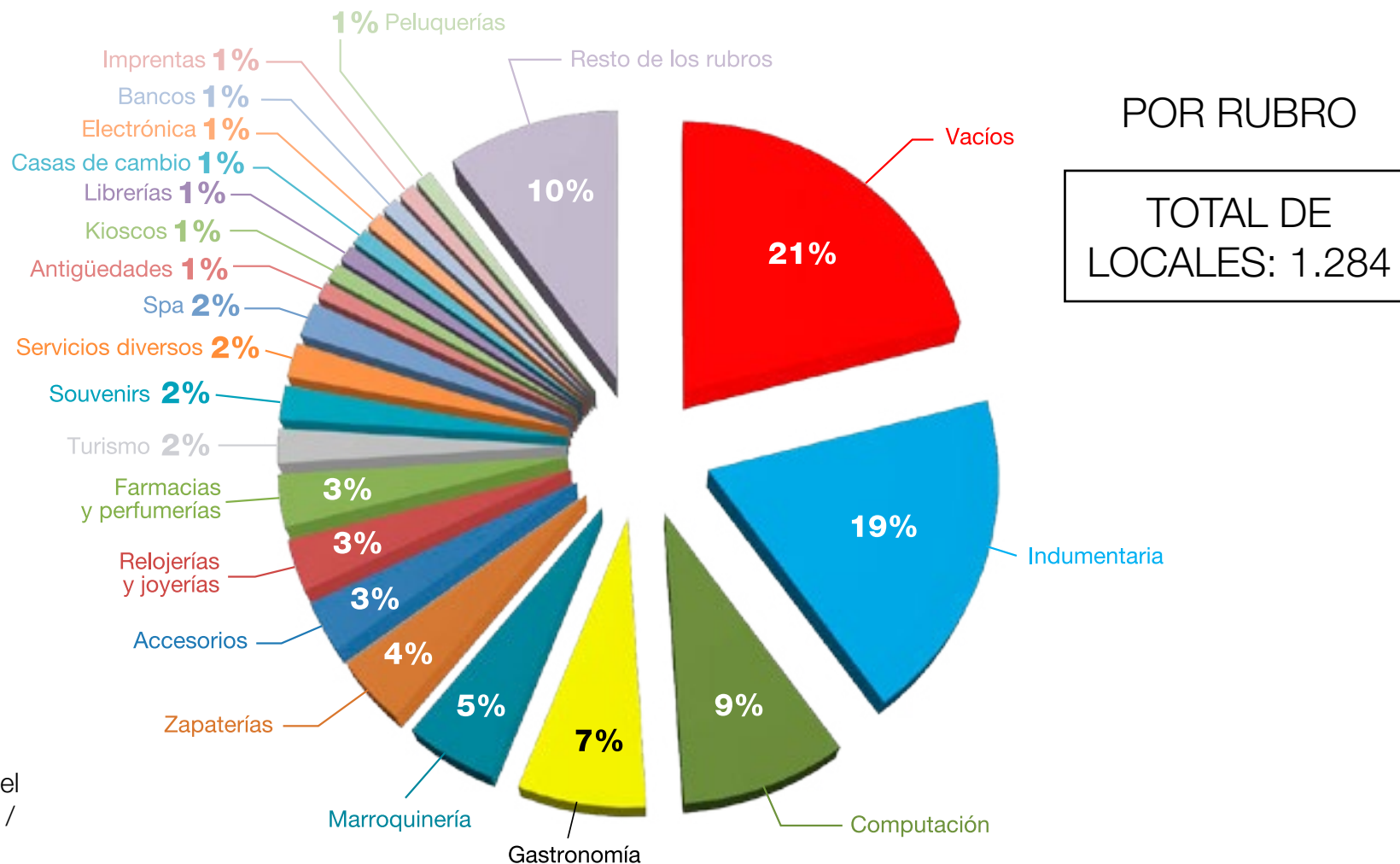
POR RUBRO



TOTAL DE LOCALES: 1.284

Fuente: Investigación del Grupo Adrián Mercado / Octubre 2018

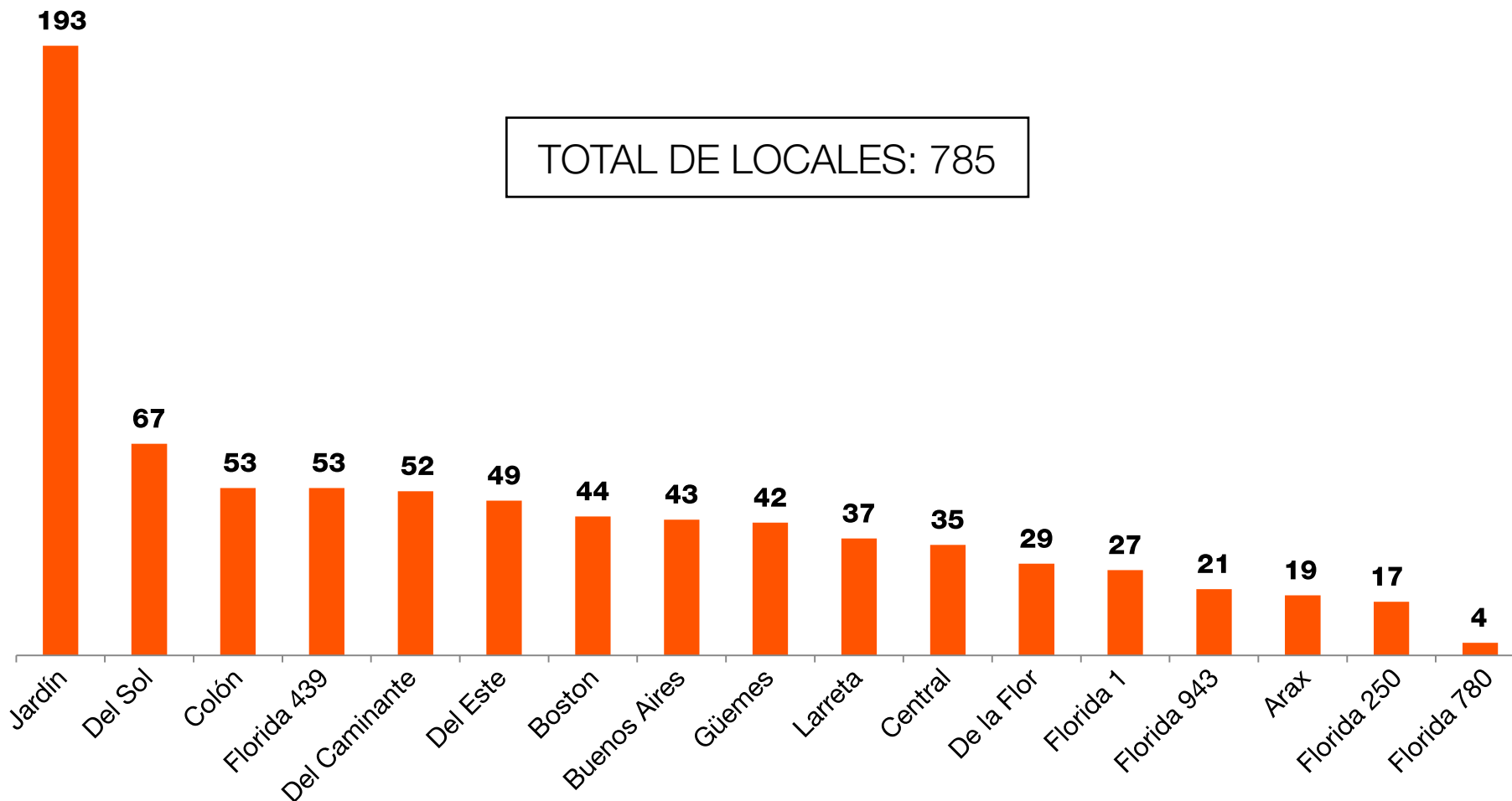
# Calle Florida, locales al frente, galerías y shopping center



Fuente: Investigación del Grupo Adrián Mercado / Octubre 2018

# Galerías en la calle Florida

POR CANTIDAD DE LOCALES



Fuente: Investigación del Grupo Adrián Mercado / Octubre 2018





# Galerías, una por una

En Adrián Mercado recorrimos la totalidad de las galerías que se extienden a lo largo de la peatonal repasando su oferta, rubros y niveles de desocupación. Estas son las características de cada una.

Galería Florida 1.



### **Florida 1.**

Cuenta con un total de 27 locales, de los cuales 11 están vacíos, es decir, casi la mitad. El resto de las instalaciones se dividen entre múltiples rubros, aunque predominan los menos convencionales. Los negocios que ofrecen servicio de spa son la mayoría, seguidos por materiales para la construcción y oficinas de diferentes obras sociales, con 2 locales cada uno. Además de esos segmentos, hay otras ofertas variadas y más tradicionales como accesorios, gastronomía, turismo y locutorios, entre otros.

### **Galería Boston. Florida 142.**

Cuenta con 44 locales, de los cuales 27 están vacíos, es decir más del 50%. El resto de la oferta tiene una mayor concentración en propuestas gastronómicas y sastrerías, además de peluquerías y spa. Otras opciones que se encuentran en el lugar son casas de lotería, locutorios, casas de cambio y servicios varios.





*La elegante Galería Güemes, Florida 165.*

### **Galería Güemes. Florida 165.**

Es la que cuenta con menor índice de vacancia, ya que solo 1 de los 42 locales que ofrece están vacíos. El mayor porcentaje de locales se especializa en venta de indumentaria masculina, con 7 propuestas, seguido por una diferenciada oferta gastronómica en 6 locales. Luego hay vinotecas, chocolaterías, relojerías, accesorios y librerías.

### **Galería Florida 250.**

Cuenta con 17 locales, de los cuales 4 están vacíos. El resto se dividen en diversos rubros, con un máximo de dos que coinciden en la misma categoría como es el caso de turismo y computación. Luego hay desde una óptica, hasta una imprenta, casas de cambio y spa, tal como sucede en la mayoría de las instalaciones.



### **Galería Colón. Florida 363.**

Esta propuesta que se ubica sobre la calle Florida tiene 53 locales, de los cuales 14 están vacíos. Luego, por rubro, un total de 10 unidades están destinadas a la venta de indumentaria femenina, seguidas por marroquinería, con 5 locales. El resto de la oferta se divide en diferentes propuestas como la venta de souvenirs, óptica, turismo y peluquería, entre otros.

### **Galería Florida 439.**

Tal como su par denominada Colón, de 53 locales, 14 están vacíos, un número elevado para sostener los costos totales de la instalación. Luego, 5 locales corresponden a relojerías y otros 5 a indumentaria femenina. También hay zapaterías, ropa infantil, gastronomías y casas de lotería.

### **Galería Central. Florida 520.**

Con un total de 35 locales, 12 están vacíos. El resto, están ocupados por empresas de turismo con el mayor

porcentaje, seguidos por gastronomía, spa y peluquerías. Además se encuentran en el lugar algunos rubros de larga data como una sastrería y tanguería.

### **Galería Jardín: Florida 555.**

Es la más importante de la peatonal por la cantidad de locales: son 193 en total. De todos esos, 105 están ocu-

pados por comercios especializados en computación, es decir, el 54% del total, siendo los locales vacíos los que siguen en cantidad, con 53 en alquiler, es decir, el 27%. Luego se encuentra una gran variedad de rubros como gastronomía, imprentas, videogames, disquerías y casas de cambio, entre otras.



*Galería Jardín, en Florida 555, se destaca por sus locales de computación.*

### **Galería de la Flor: Florida 670.**

Con un total de 29 locales, es una de las que tiene su mayor espacio ocupado. El rubro indumentaria representa la mayor demanda, con 12 locales, mientras que los vacíos son solo 3. Además cuenta con jugueterías, marroquinerías, casas para encontrar souvenirs de la Ciudad y dos sex shop, una de las que sigue conservando esta especialidad.

### **Galería Arax: Florida 681.**

Tiene un total de 19 locales, con un alto nivel de vacancia, ya que hay 8 vacíos. El resto, se dividen en propuestas múltiples y variadas, como marroquinería, turismo y sex shops entre los que tienen dos locales ocupados cada uno. Luego se encuentran librerías, vinotecas e indumentaria, entre otros.

### **Galería Florida 780.**

La más chica de la peatonal, cuenta únicamente con 4 locales, de los cua-

les 2 están vacíos. Los dos restantes están alquilados por una empresa de turismo y una tanguería.

### **Galería del Caminante. Florida 840.**

Son 52 locales, con 17 vacíos. Luego

ofrece una amplia oferta en lo que son negocios de marroquinería, indumentaria y souvenirs. Además cuenta con otros locales ocupados por relojerías y joyerías, zapaterías y también, como otros pares, un sex shop.



*Galería del Caminante en Florida 840.*



### **Galería del Sol: Florida 854.**

La reconocida galería tiene un total de 67 locales, de los cuales 16 están vacíos. Luego, cuenta con la oferta más variada en relojerías y joyerías, con 8 locales especializados, mientras que otros 6 son de artesanías, también una de las que tiene la mayor especialización en el rubro. Además de estas opciones, en el lugar se encuentran galerías de arte, souvenirs, casas de computación y antigüedades, entre otras.

### **Galería Florida 943.**

Es una de las que atraviesa la peor situación. Con 21 locales, 17 están desocupados, siendo los cuatro restantes ocupados por una imprenta, una tanguería, una casa de cambio y otro espacio de servicios diversos.

### **Galería Larreta: Florida 971.**

Con un total de 37 locales, este corredor tiene 17 en alquiler, siendo el resto demandados en su mayoría por

comercios de gastronomía. Además cuenta con librerías, indumentaria, spa y una oficina de turismo. Tiene también un bazar y un espacio dedicado a las antigüedades, un rubro típico de la zona.

*Galería del Sol en Florida 854.*







*Diez comercios de antigüedades existen en Galería del Este.*

**Galería Buenos Aires: Florida 843.**

Es otra de las propuestas más representativas de la zona, con 43 locales, de los cuales 10 se encuentran desocupados. Luego tiene la mayor oferta concentrada en librerías, indumentaria, servicios diversos y computación.

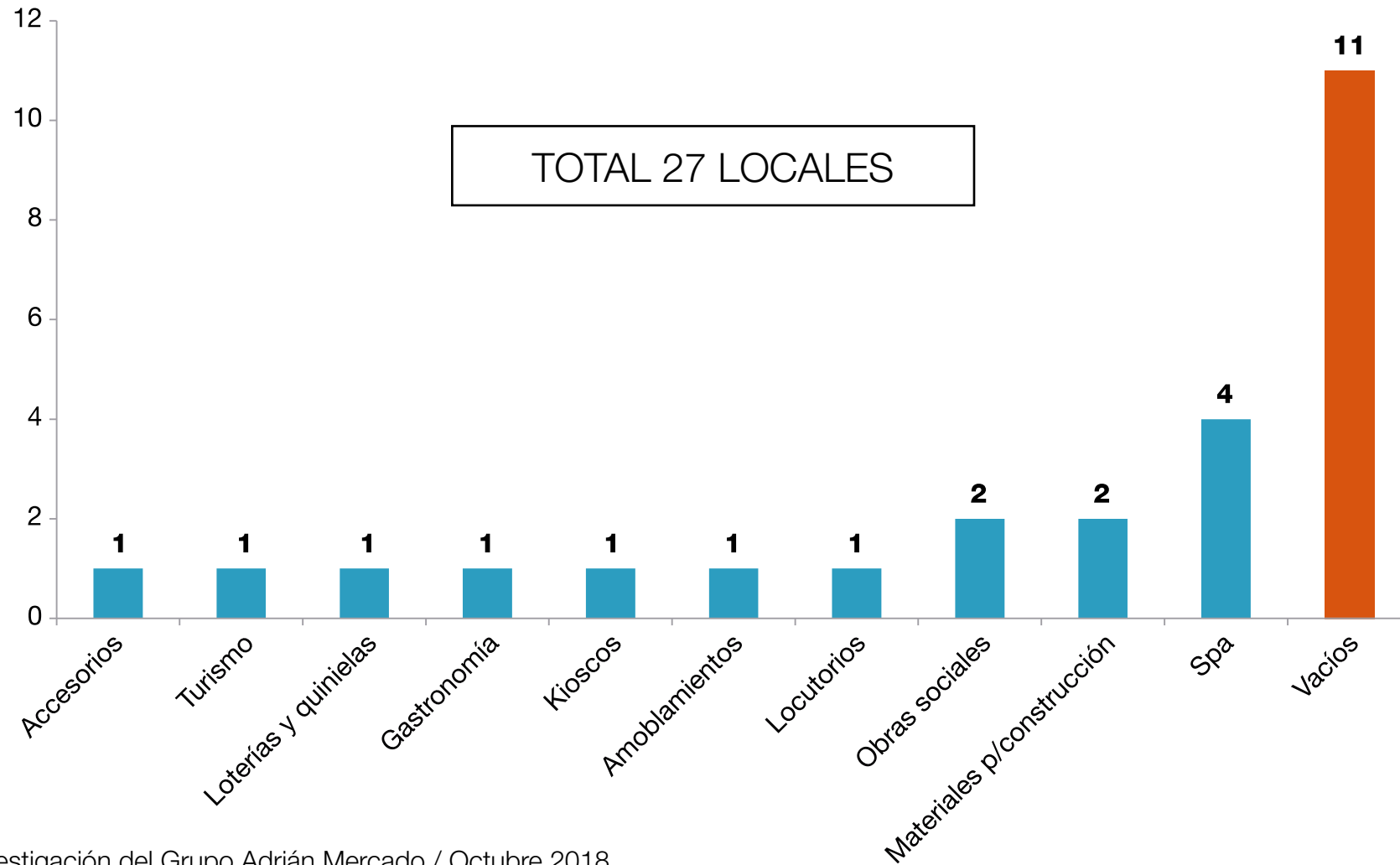
También tiene una casa de cambio, imprentas y una óptica.

**Galería del Este: Florida 946.**

Con 49 locales, la galería que se encuentra una vez transitada la mayor parte de la peatonal, cuenta con 15

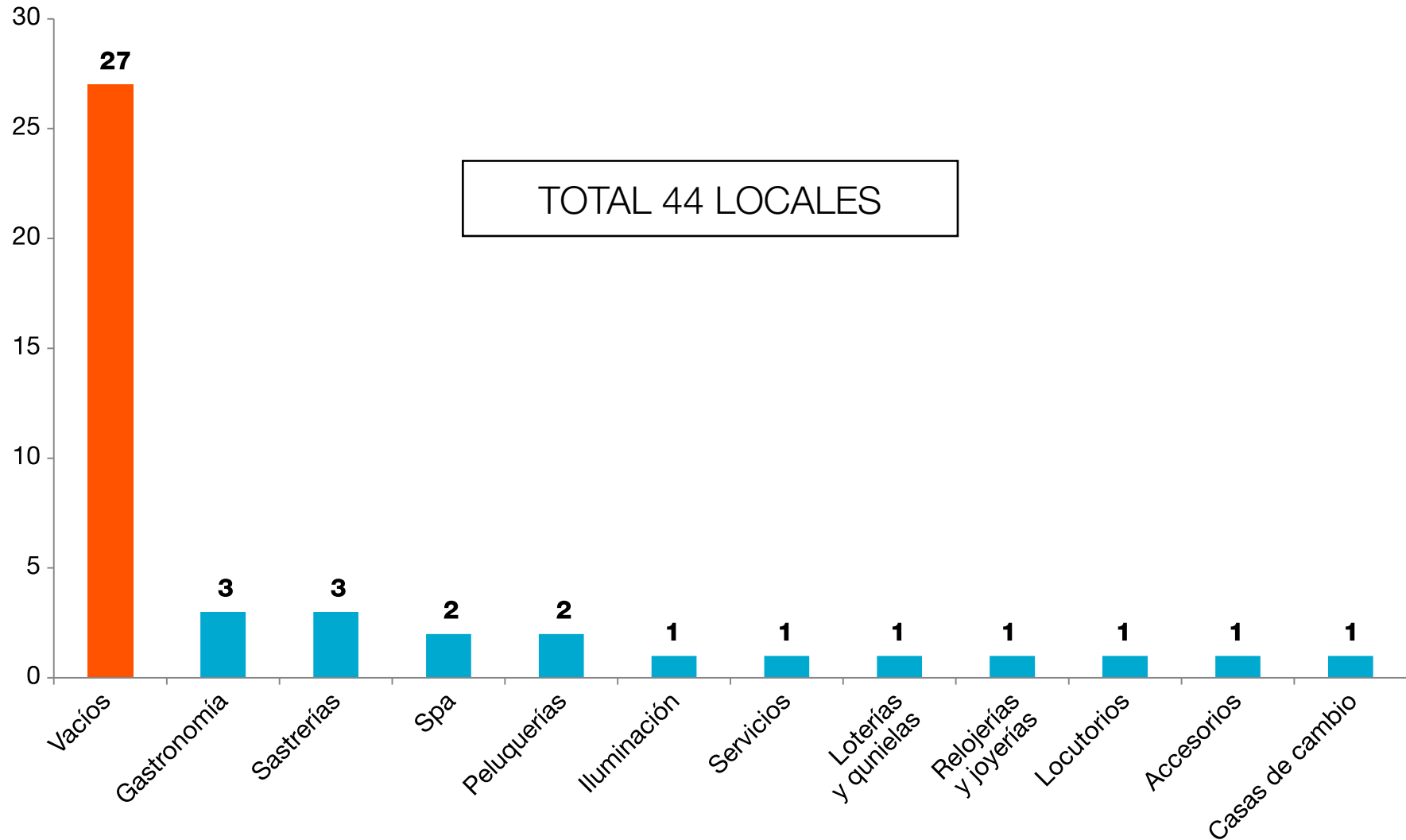
locales vacíos. Es, por otro lado, la que tiene mayor cantidad de casas de antigüedades, con 10 comercios exclusivos destinados a ese fin. Luego ofrece servicios diversos, marroquinerías, turismo y gastronomía, entre otros.

# Galería Florida 1



Fuente: Investigación del Grupo Adrián Mercado / Octubre 2018

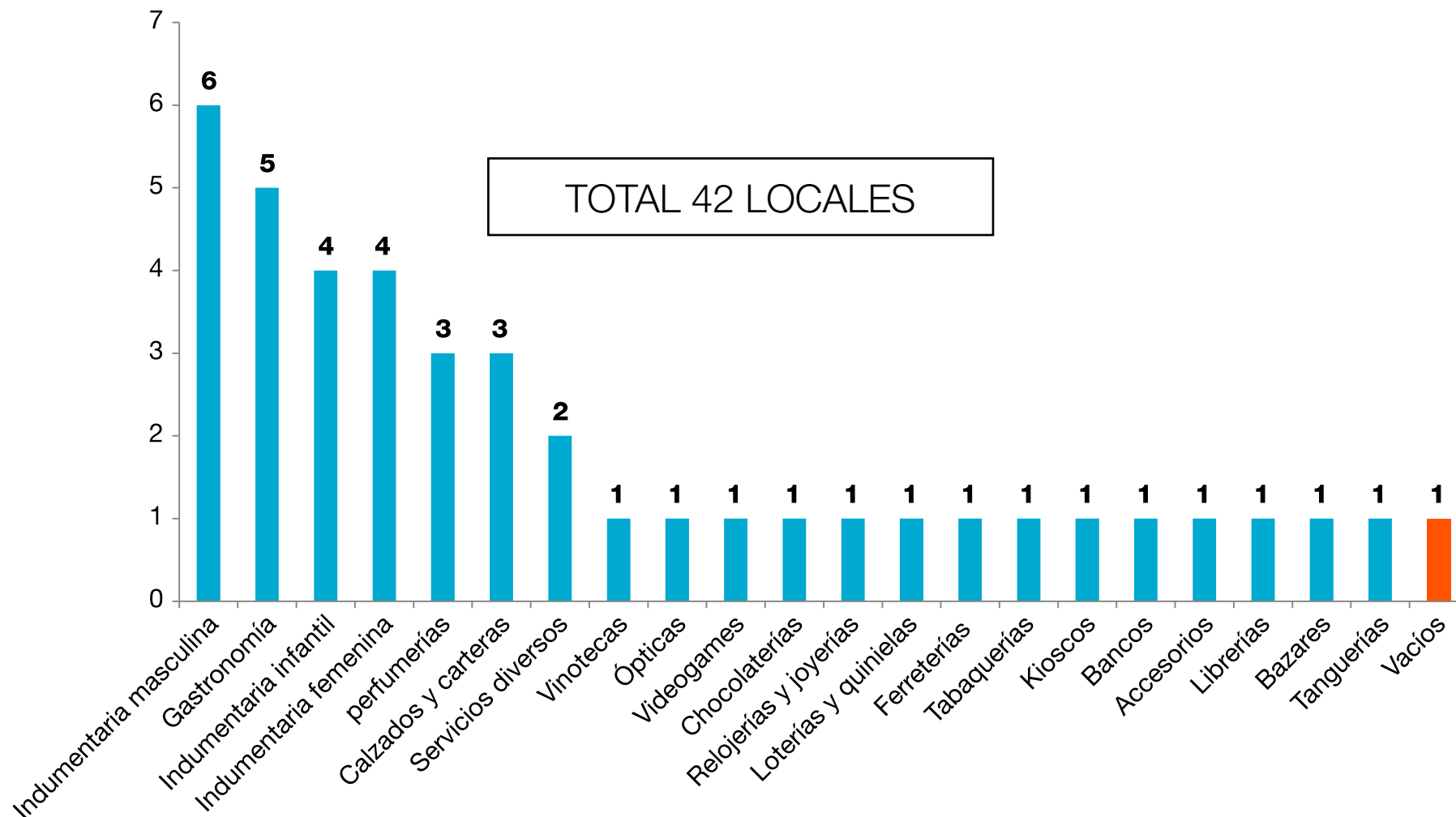
# Galería Boston | Florida 142



Fuente: Investigación del Grupo Adrián Mercado / Octubre 2018

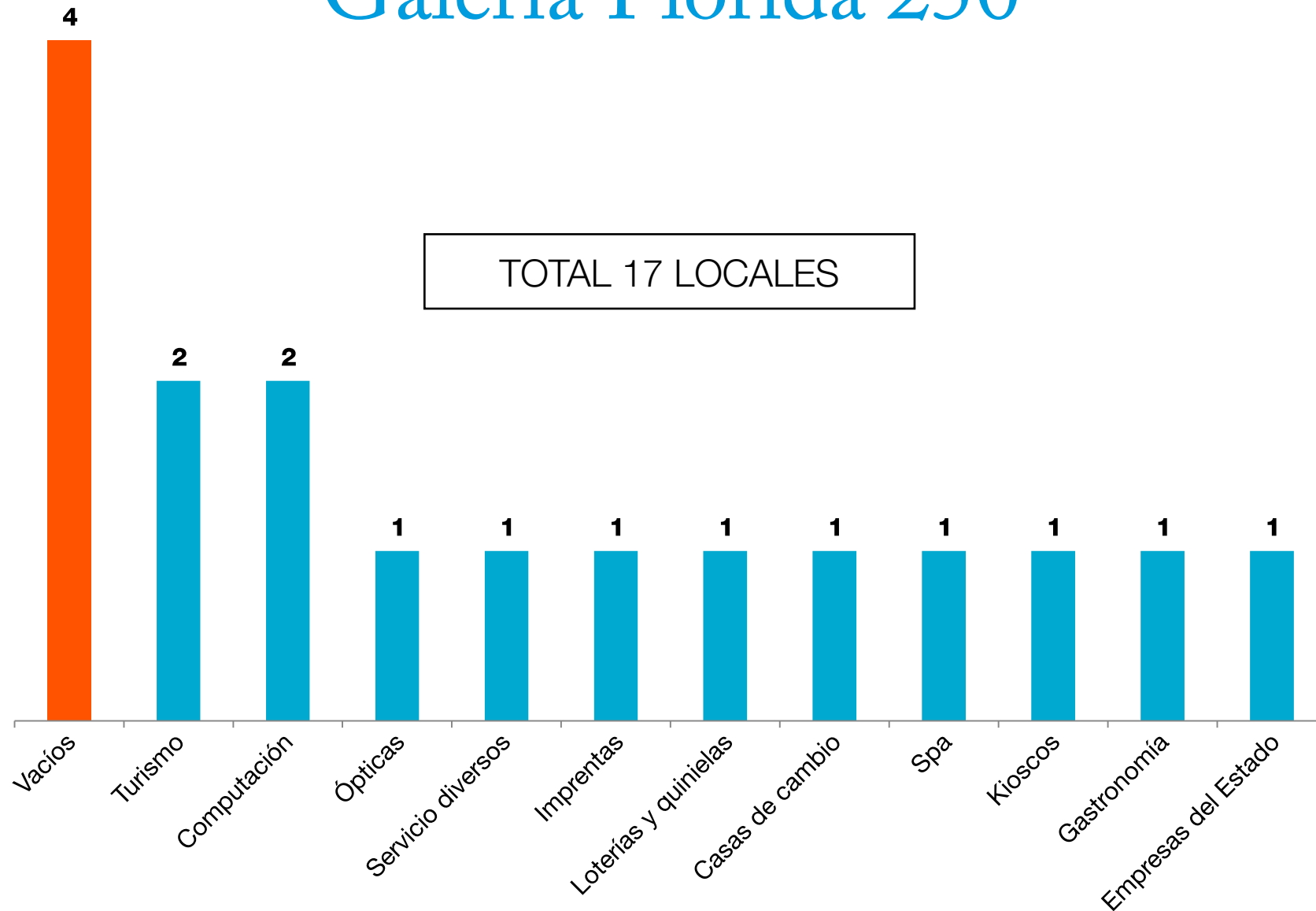


# Galería Güemes | Florida 165



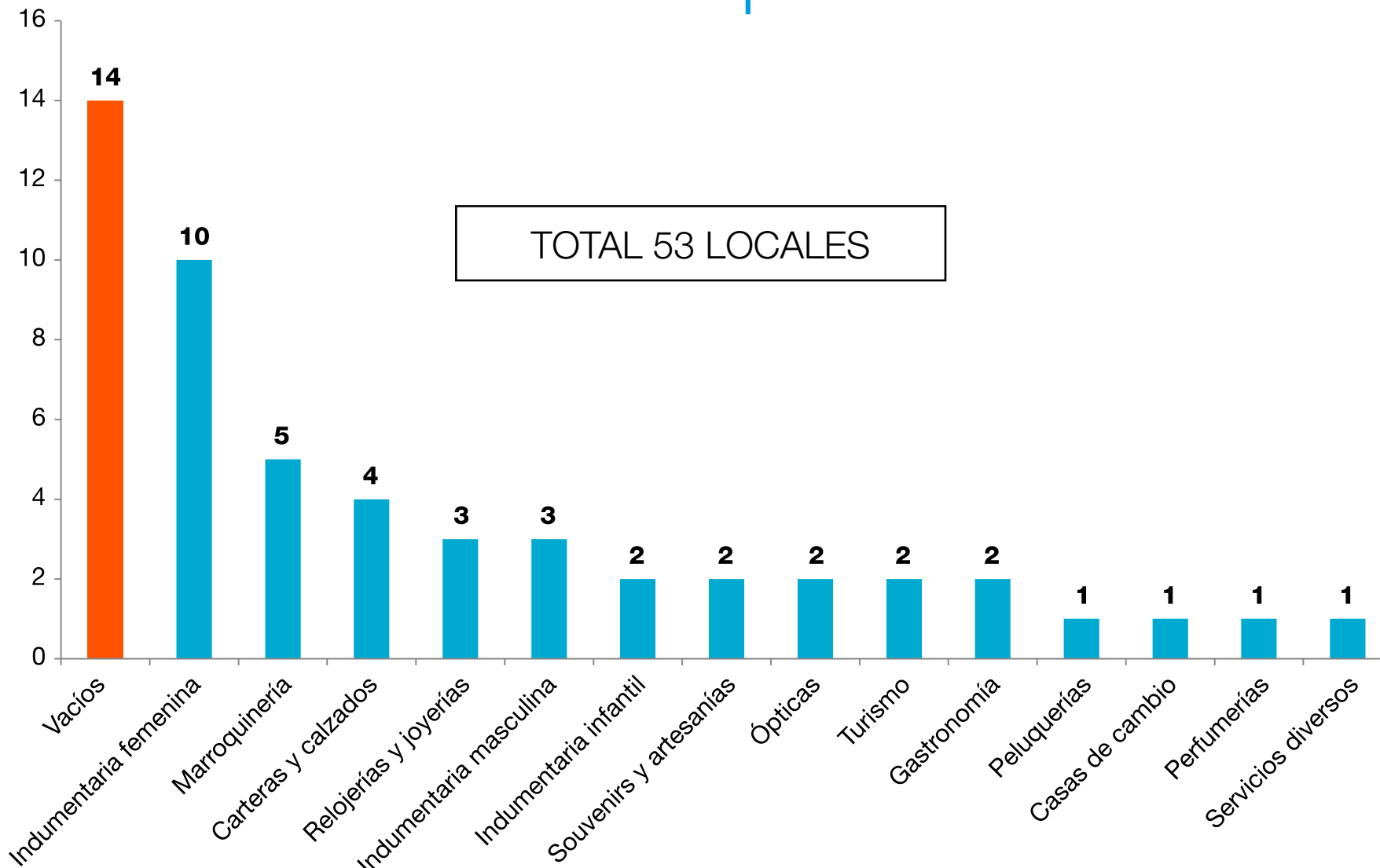
Fuente: Investigación del Grupo Adrián Mercado / Octubre 2018

# Galería Florida 250



Fuente: Investigación del Grupo Adrián Mercado / Octubre 2018

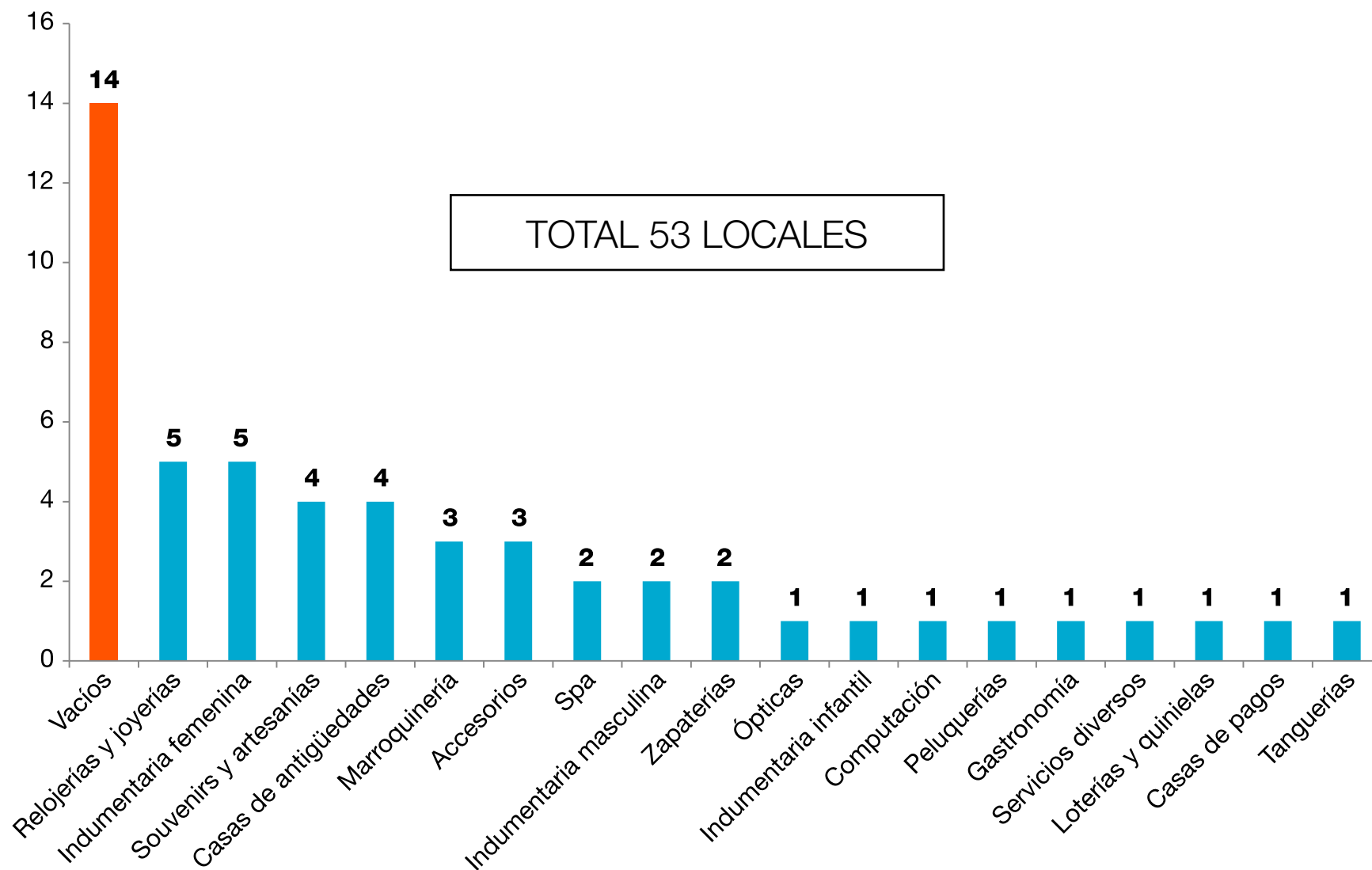
# Galería Colón | Florida 362



Fuente: Investigación del Grupo Adrián Mercado / Octubre 2018

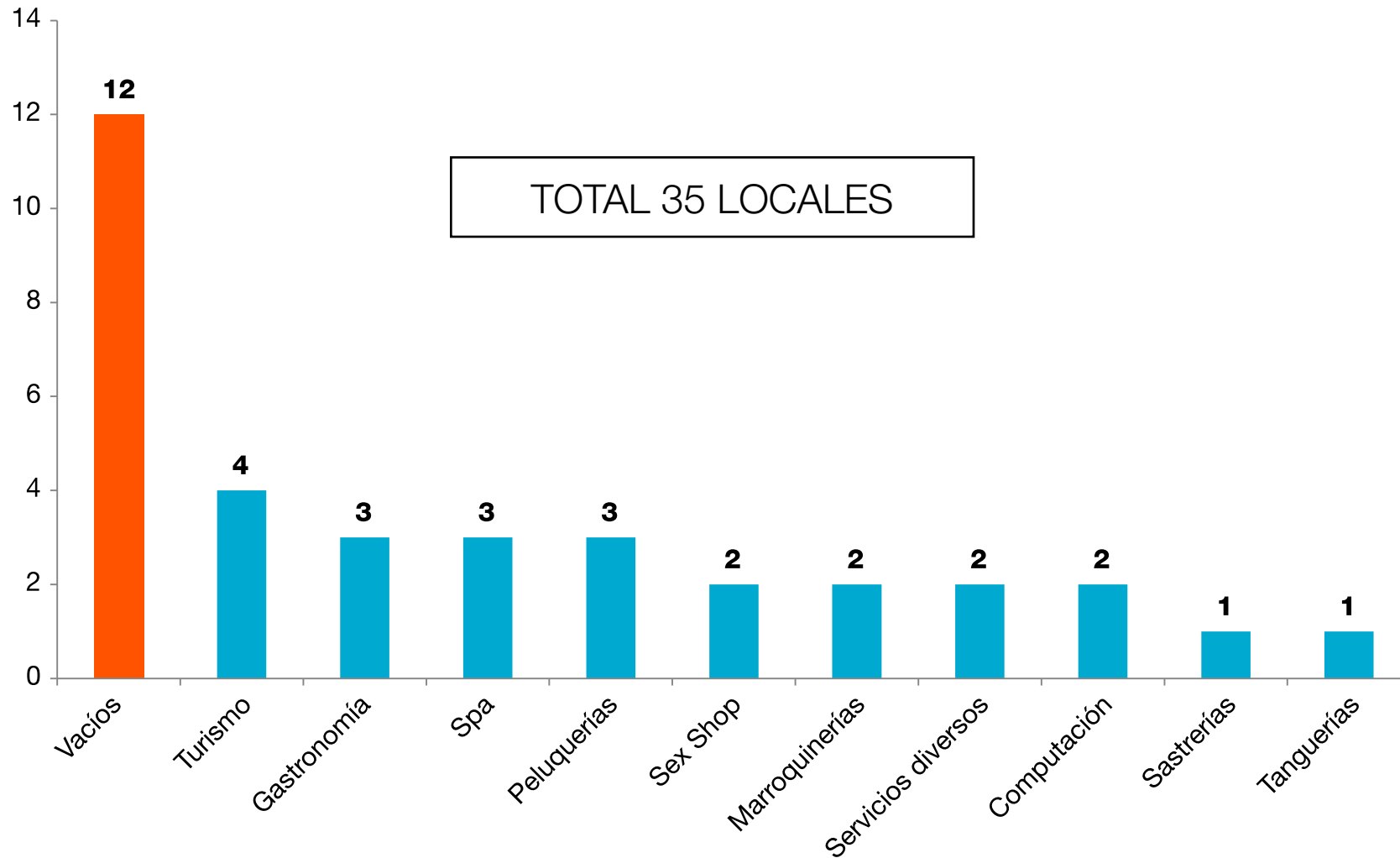


# Galería Florida 439



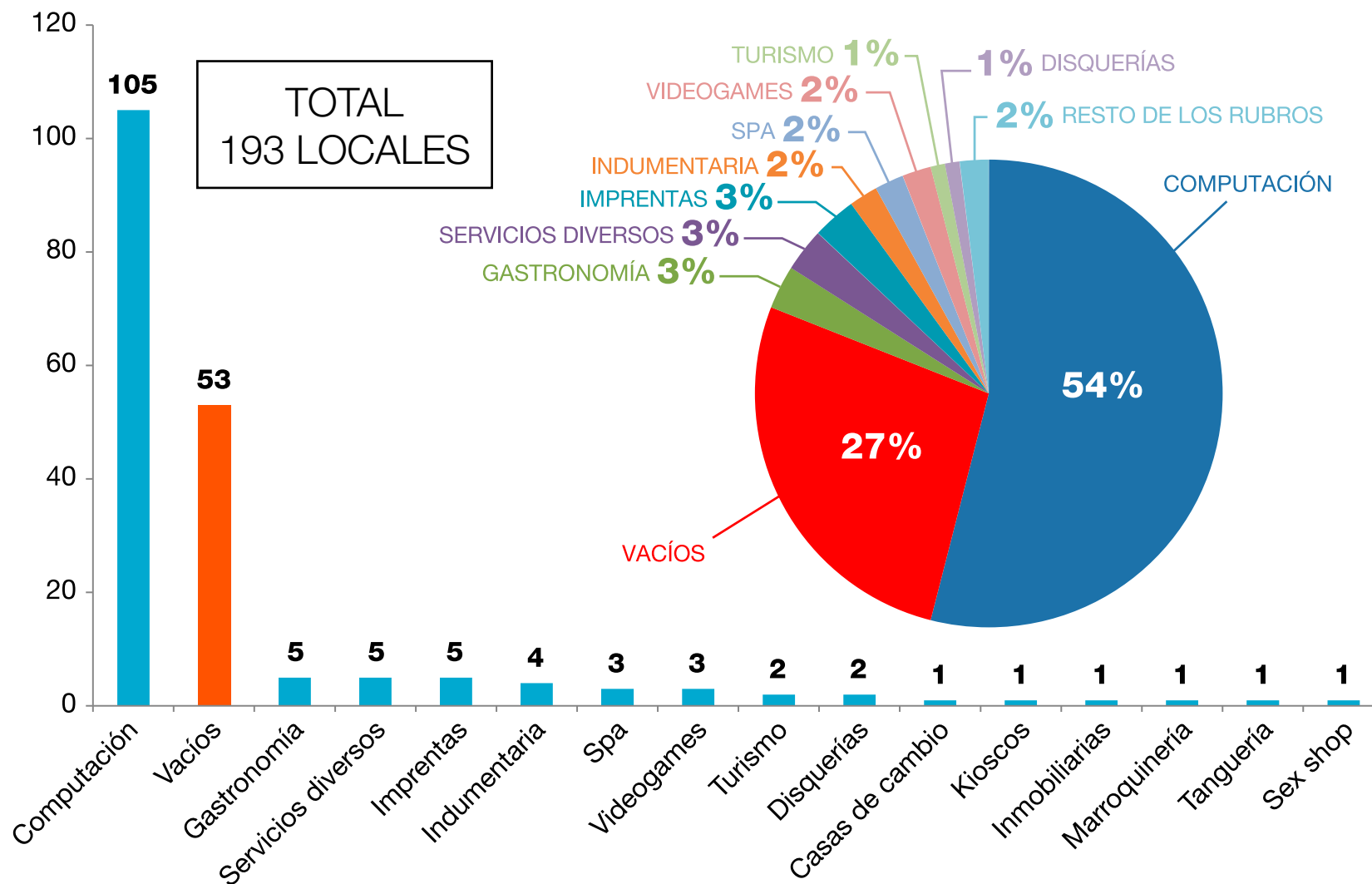
Fuente: Investigación del Grupo Adrián Mercado / Octubre 2018

# Galería Central | Florida 520



Fuente: Investigación del Grupo Adrián Mercado / Octubre 2018

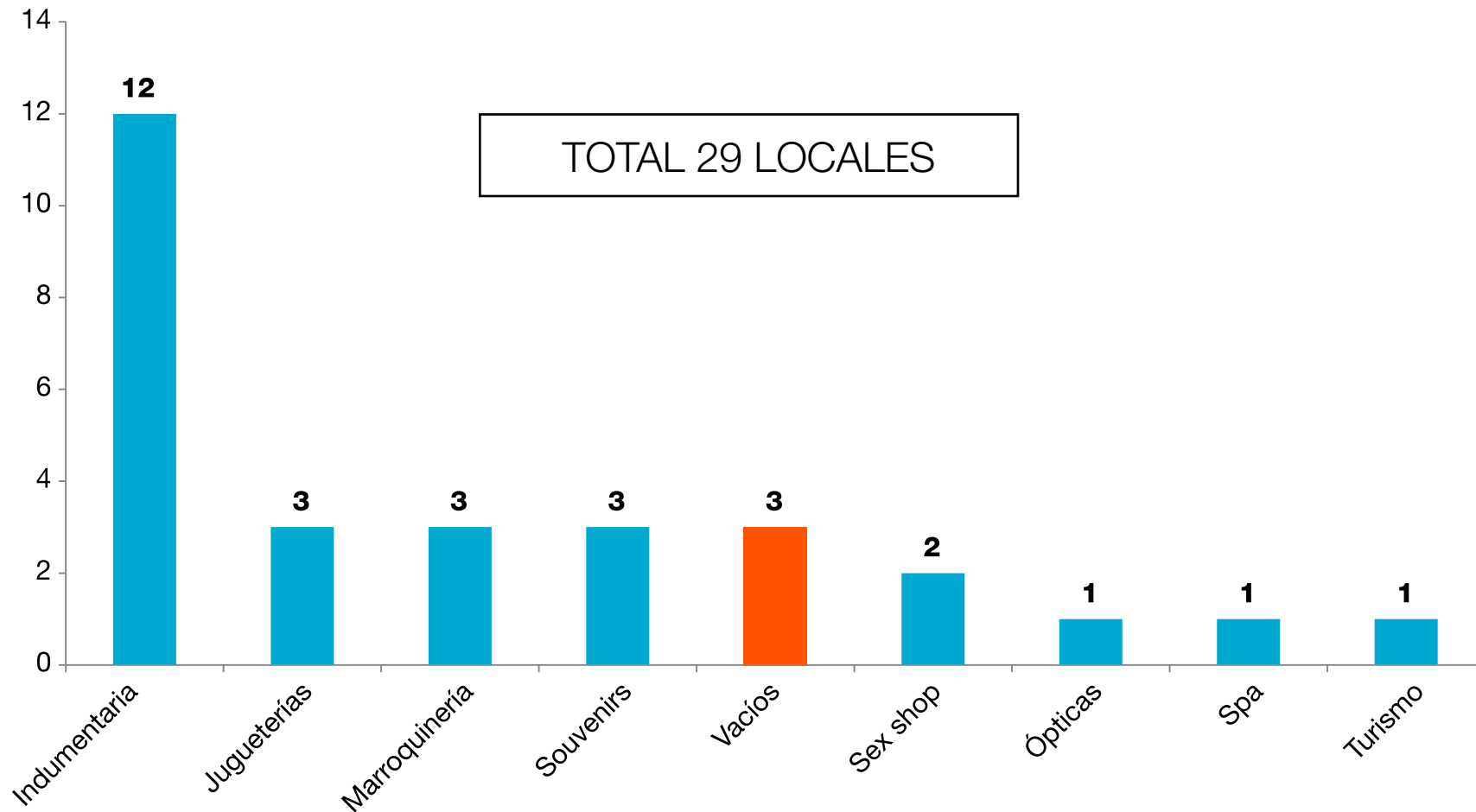
# Galería Jardín | Florida 555



Fuente: Investigación del Grupo Adrián Mercado / Octubre 2018



# Galería de la Flor | Florida 670



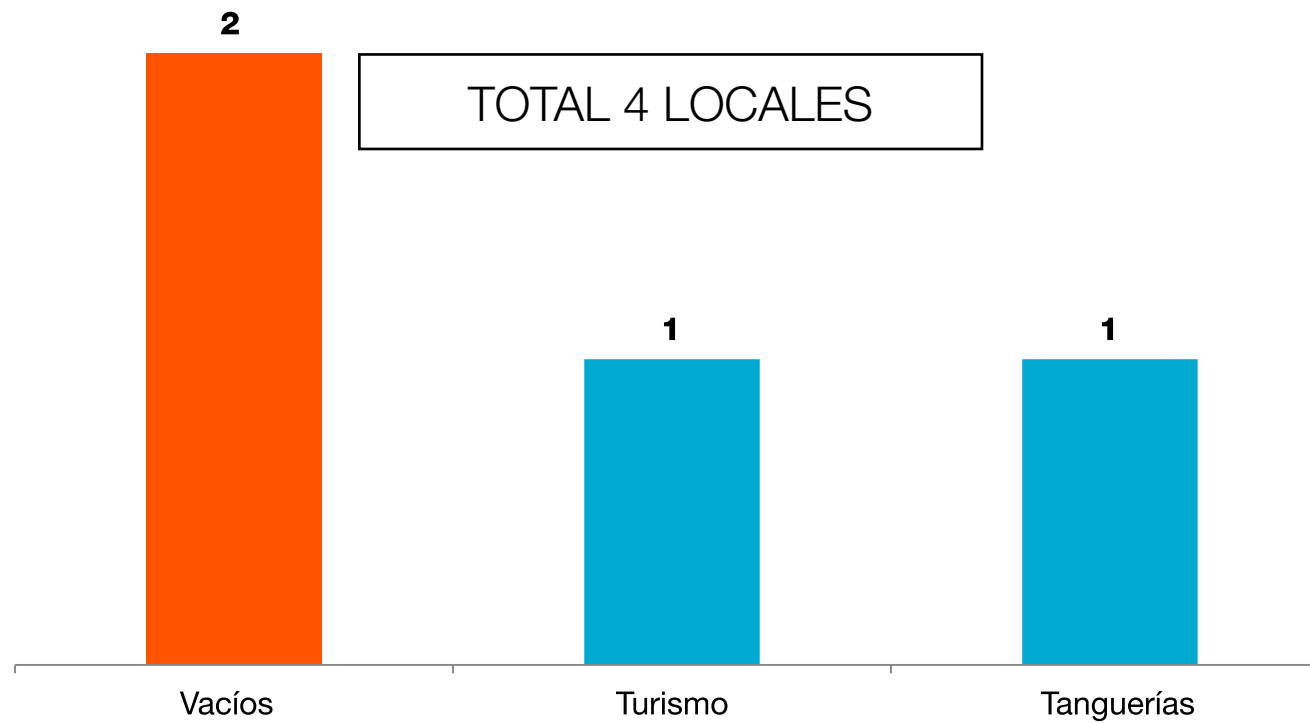
Fuente: Investigación del Grupo Adrián Mercado / Octubre 2018

# Galería Arax | Florida 681



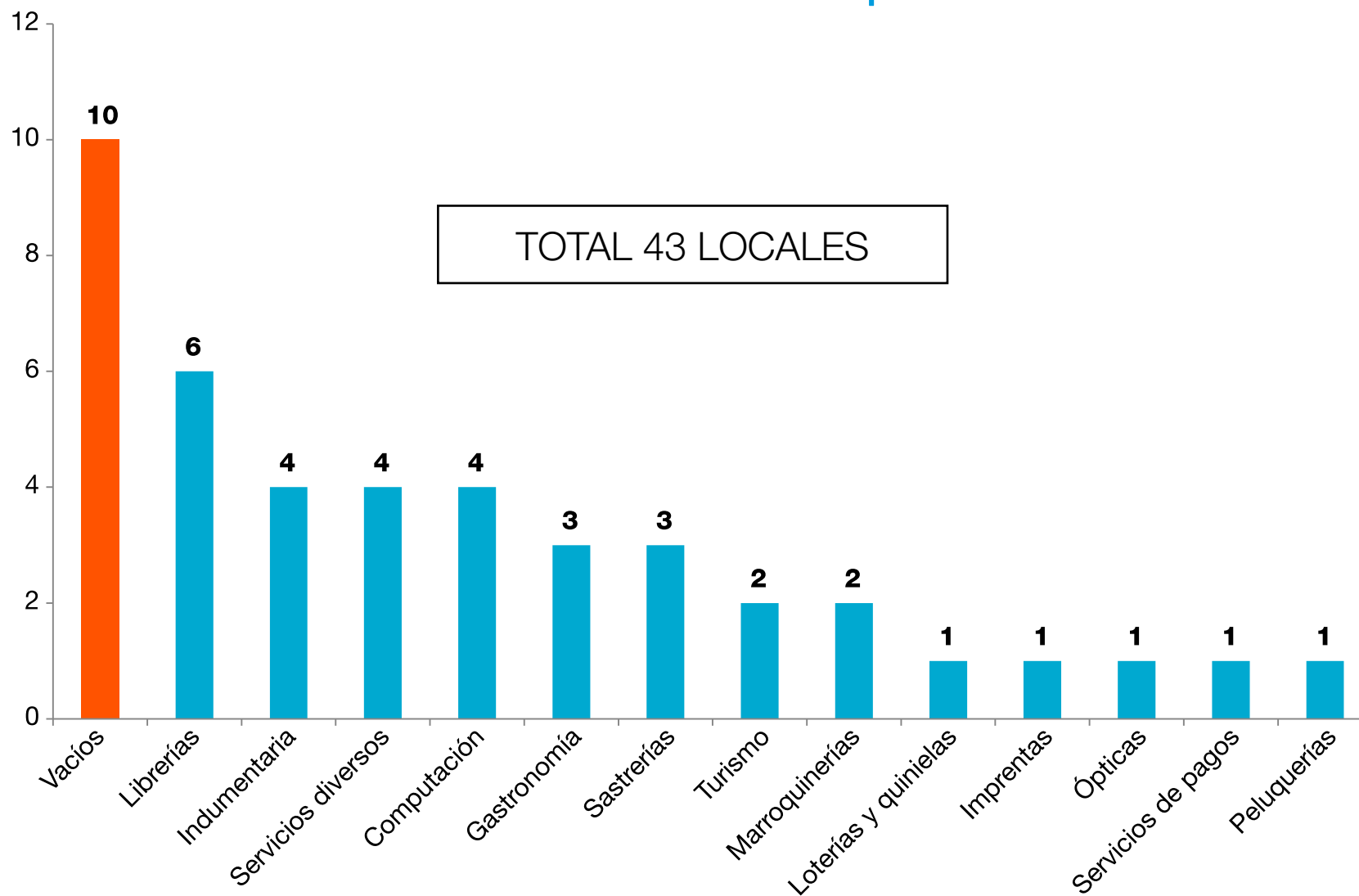
Fuente: Investigación del Grupo Adrián Mercado / Octubre 2018

# Galería Florida 780



Fuente: Investigación del Grupo Adrián Mercado / Octubre 2018

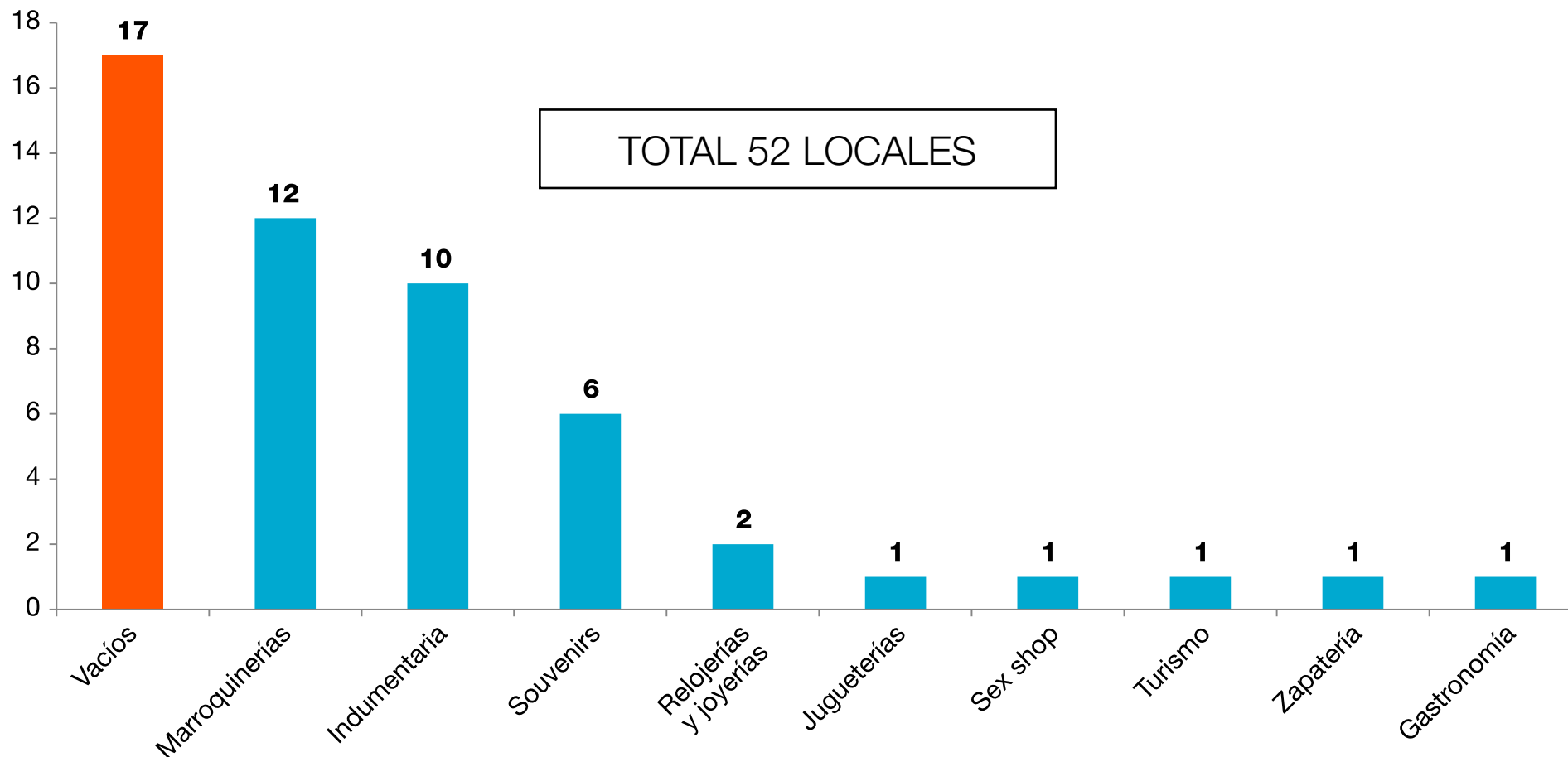
# Galería Buenos Aires | Florida 833



Fuente: Investigación del Grupo Adrián Mercado / Octubre 2018

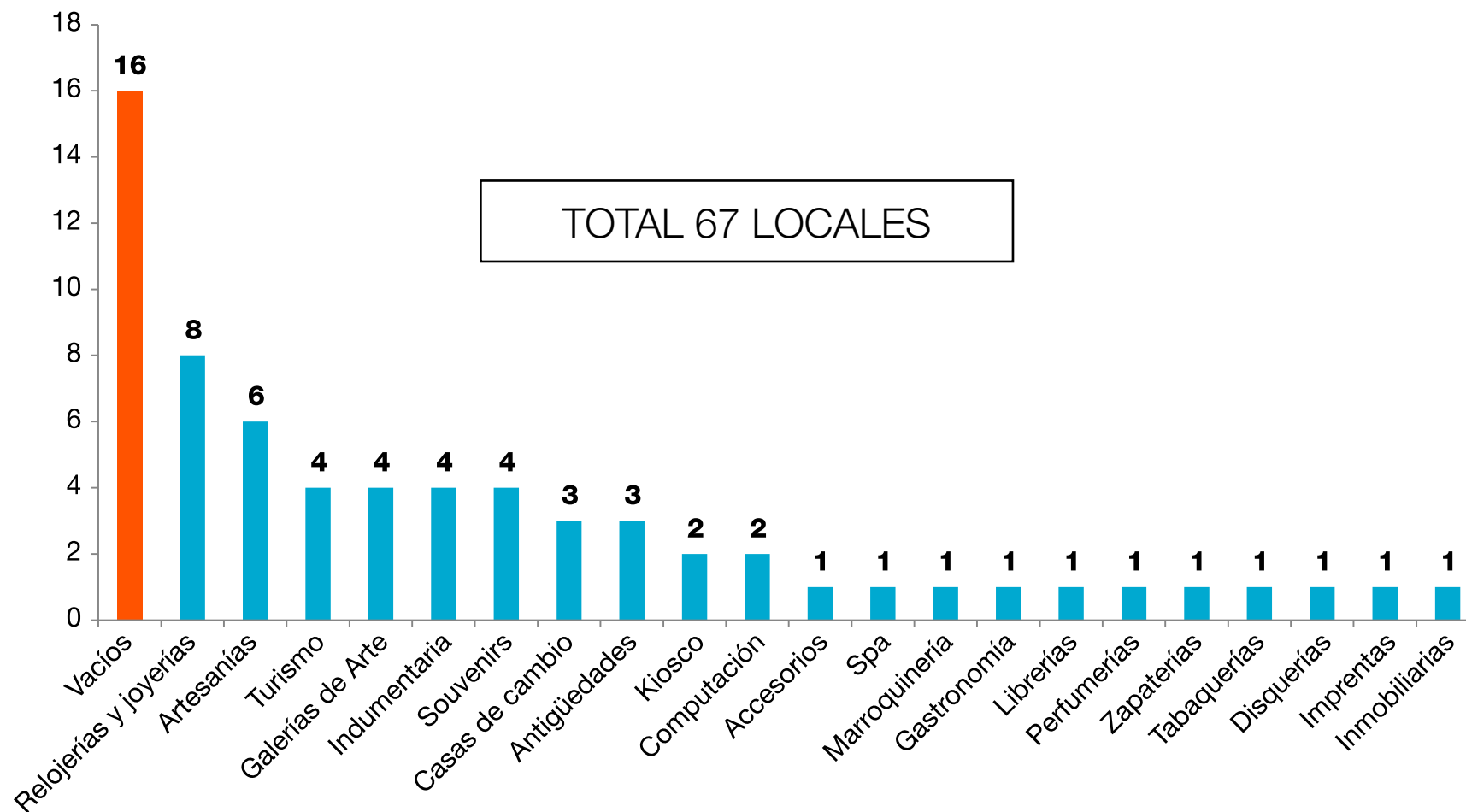


# Galería del Caminante | Florida 840



Fuente: Investigación del Grupo Adrián Mercado / Octubre 2018

# Galería del Sol | Florida 854



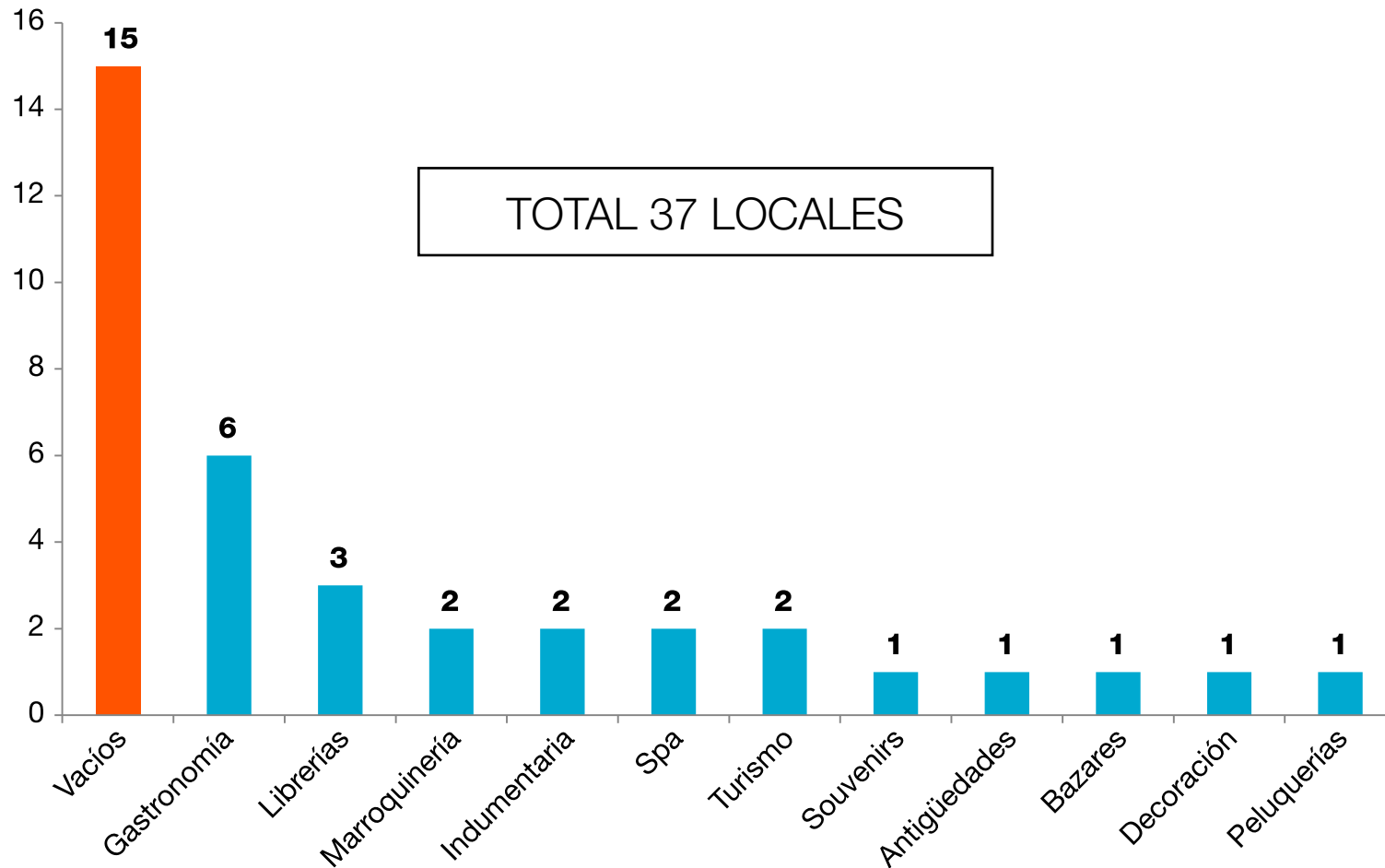
Fuente: Investigación del Grupo Adrián Mercado / Octubre 2018

# Galería Florida 943



Fuente: Investigación del Grupo Adrián Mercado / Octubre 2018

# Galería Larreta | Florida 971



Fuente: Investigación del Grupo Adrián Mercado / Octubre 2018



# Galería del Este | Florida 946



Fuente: Investigación del Grupo Adrián Mercado / Octubre 2018

# A la calle: quiénes sobreviven en Florida

Casi 300 locales mantienen sus puertas abiertas al público sobre la peatonal, donde conviven las viejas propiedades de pocos metros cuadrados con las más amplias y modernas en manos de grandes cadenas. Quién en quién en este formato.



**U**N total de 326 locales son los que permanecen a la calle sobre Florida, uno de los formatos con más antigüedad en el segmento comercial, y con gran variedad de rubros que todavía sobreviven al paso del tiempo.

La demanda en esta arteria comercial ha sido, históricamente, una de las más importantes en la Ciudad de Buenos Aires, siempre con lista de espera de clientes que intentaban encontrar un espacio en la mítica peatonal.

Sin embargo, esa realidad cambió en los últimos meses con un consumo resentido tras la devaluación y la caída del poder adquisitivo. Así, un total de 48 locales cuentan hoy con su cartel de “Se alquila” en la vidriera, un número muy elevado si se compara con las épocas de esplendor de la calle porteña.

La menor demanda, junto a la suba del costo de mantenimiento de los locales por el impacto de las tarifas de luz e impuestos; las cargas sociales y los precios de los alquileres que a pesar de no modificarse se duplicaron por la suba del dólar, fueron un cóctel letal para muchos comerciantes, quienes tuvieron que tomar la peor decisión de cerrar sus puertas.

A la espera de nuevos inquilinos, estos espacios vacíos que se convierten en una pesadilla para sus propietarios (porque deben hacerse cargo del mantenimiento mensual) conviven hoy con una amplia variedad de rubros.



*El rubro indumentaria se desataca en Florida.*

De esta manera, según la investigación de Adrián Mercado, a diferencia de lo que pasa en las galerías, los rubros más masivos y tradicionales son los que ocupan la mayor cantidad de espacios a la calle.

La principal oferta está concentrada en venta de indumentaria. Son 97 locales los que se especializan en el rubro, mezclando entre ellos desde primeras marcas hasta opciones de menor valor con logos “desconocidos”.

Luego se encuentra, si se mide por cantidad, el segmento de desocupados, con la cifra ya mencionada de 48 unidades disponibles; seguida por 30 locales con venta de accesorios; 26 zapaterías; 25 del rubro gastronomía y otros 12 de electrónica, el mismo número que la oferta de farmacias, perfumerías y kioscos.

Por debajo de la decena, la oferta de locales a la calle se distribuye en bancos, negocios de souvenirs, telefonía, relojerías y casas de cambio. A estos se suman casos aislados de decoración, hoteles, ópticas, turismo y vinoteca.

Como resultado, la radiografía general de locales a la calle en Florida muestra una multiplicidad de propuestas, con opciones para todos los gustos y bolsillos, con mayor o menor poder adquisitivo, al alcance de unos pocos o de una mayoría.

Lejos de la exclusividad de Recoleta; o de la popularidad del barrio de Once entre Lavalle y Corrientes, en la peatonal sobreviven opciones para todos los gustos, y lejos de la crisis que hoy le toca vivir por la caída del consumo que padecen los argentinos, es el principal motivo que la mantiene en pie y abre esperanzas de recuperarse.

### **Las grandes marcas.**

Entre las marcas más reconocidas que ocupan grandes espacios en Florida están Zara, con un local de grandes dimensiones y varios pisos, Adidas y Nike; casas de electrónica y artículos del hogar como Frávega; y la casa de tiendas departamentales Falabella.

En gastronomía, se encuentran desde las tradicionales casas de comida rápida como Mc Donalds y Burger King hasta las nuevas cadenas de Mostaza, Green Eat Natural Minimart y Starbucks.



# Galerías Pacífico: su historia

Ubicada en Florida y Córdoba, una de las esquinas más tradicionales de la Ciudad de Buenos Aires, se convirtió en uno de los shoppings porteños con diseño más exclusivo, característica que la distingue desde su nacimiento.



*Ingreso a Galerías Pacífico desde Florida.*

**G**ALERÍAS Pacífico es el único shopping center que se gestó en una de las esquinas principales de Florida, con varios accesos que se distribuyen en toda la manzana. Sin embargo sus visitantes no son, en general, turistas o locales

que se acerquen hasta allí por recorrer la peatonal, sino que en general son consumidores de un alto nivel socioeconómico y cultural que se llegan hasta la zona para visitar este espacio comercial.

Más allá de su oferta, la arquitectura de este lugar hace de las Galerías un espectáculo en sí mismo. Y un lugar digno de conocer.

Su historia data de fines del siglo XIX. A la manera del Bon Marché de París, Francisco Seeber y Emilio Bunge crearon el Bon Marché Argentino, un lugar donde se podían encontrar las últimas expresiones de la moda mundial.

Así nació una majestuosa obra diseñada con calles entrecruzadas, bóvedas de vidrio y una cúpula central indescriptible.

Sus años posteriores tuvieron varias idas y vueltas. Luego de la crisis económica de 1890, en 1908, se vendió un sector de la construcción al ferrocarril Buenos Aires al Pacífico.

Recién en 1945, los arquitectos Jorge Aslan y Héctor Ezcurra proyectaron la remodelación del edificio, separando



***Nuevas estrategias para el consumo se inauguraron con la experiencia de “Bon Marché” en París a fines del siglo XIX.***

la galería de comercios de las oficinas del ferrocarril, e incluyendo los muros en la cúpula central.

Su diseño e impronta fueron determinantes para que, en 1989, el edificio se declare Monumento Histórico Nacional.

El 18 de mayo de 1992 fue entregado a Galerías Pacífico SA y se inauguró el magnífico Centro Comercial y Cultural, iniciando así, la etapa más floreciente de aquel secular y soñado Bon Marché Argentino.



### La cúpula, un capítulo aparte.

Si algo distingue al centro comercial es la cúpula central, patrimonio cultural de la ciudad, que fue realizada en 1946 por cinco grandes pintores muralistas en un espacio de 450m<sup>2</sup>. Los artistas Berni, Castagnino, Colmeiro, Spilimbergo y Urruchúa, convinieron en realizar una decoración que lograra una construcción iconográfica de los valores primarios y prácticas socioculturales comunes en diversas culturas, como la familia y el contacto con la naturaleza.

Los murales registran una gran cantidad de situaciones, alegorías y mensajes universales. Se advierte, sin embargo, que los artistas buscaron crear sus respectivos bocetos más allá del acuerdo original respecto del conjunto, garantizando con ello la espontaneidad de la creación individual.

Sin duda estos maravillosos murales que hablan por sí solos, ofrecen



*La cúpula central de Galerías Pacífico es Patrimonio Cultural de la Ciudad.*

tantos significados y emociones diferentes como espectadores haya para

apreciarlo. Es el gran diferenciador de las Galerías y su historia.



*Interior de Galerías Pacífico.*

# Galerías Pacífico: la única con un 100% de ocupación

El shopping es el único espacio comercial sobre la peatonal que tiene todos sus locales alquilados. Ofrece una multiplicidad de propuestas y marcas de primer nivel. Así es este “mundo aparte” sobre la peatonal.

**C**ON una superficie de 11.000 m<sup>2</sup>, Galerías Pacífico representa una de las propuestas más sofisticadas sobre la peatonal. Por ahí pasan, mensualmente, 900.000 personas, quienes pueden ver 173 locales y stands de primeras marcas, además de un patio de comidas con dos decenas de propuestas gastronómicas entre las que optan, cada mediodía, alrededor de 8.000 personas. Su oferta se divide en varios rubros,

aunque los de mayor demanda y tradicionales son lo que sacan ventaja.

Por un lado, los espacios gastronómicos se quedan con el primer puesto, con 29 locales. Su crecimiento se dio, entre otras cosas, gracias a la cantidad de oficinas que se distribuyen alrededor, donde trabajan miles de personas que todos los días almuerzan en el patio de comidas.



Luego siguen los locales de indumentaria femenina, con 26 locales ocupados por múltiples marcas de primera línea, seguidos por las marroquinerías, con 15 puntos de venta, la misma cantidad que las perfumerías y zapaterías. Esta especialización tiene que ver con que gran parte de los consumidores que se acercan al lugar son extranjeros, y nada mejor que comprar “cuero argentino”.

La indumentaria masculina y unisex ocupan los siguientes rubros en cuanto a cantidad, con 14 y 11 locales cada uno, seguido de propuestas variadas como relojerías, indumentaria deportiva e infantil, electrónica, jugueterías, librerías y un centro cultural.

En cuanto al tipo de marcas que ocupan estos espacios, en su mayoría son de alta gama. Compañías como Jackie Smith, Juanita Jo, Tommy Hilfiger y US Polo tienen ahí algunos de los pocos puntos de venta del país. A

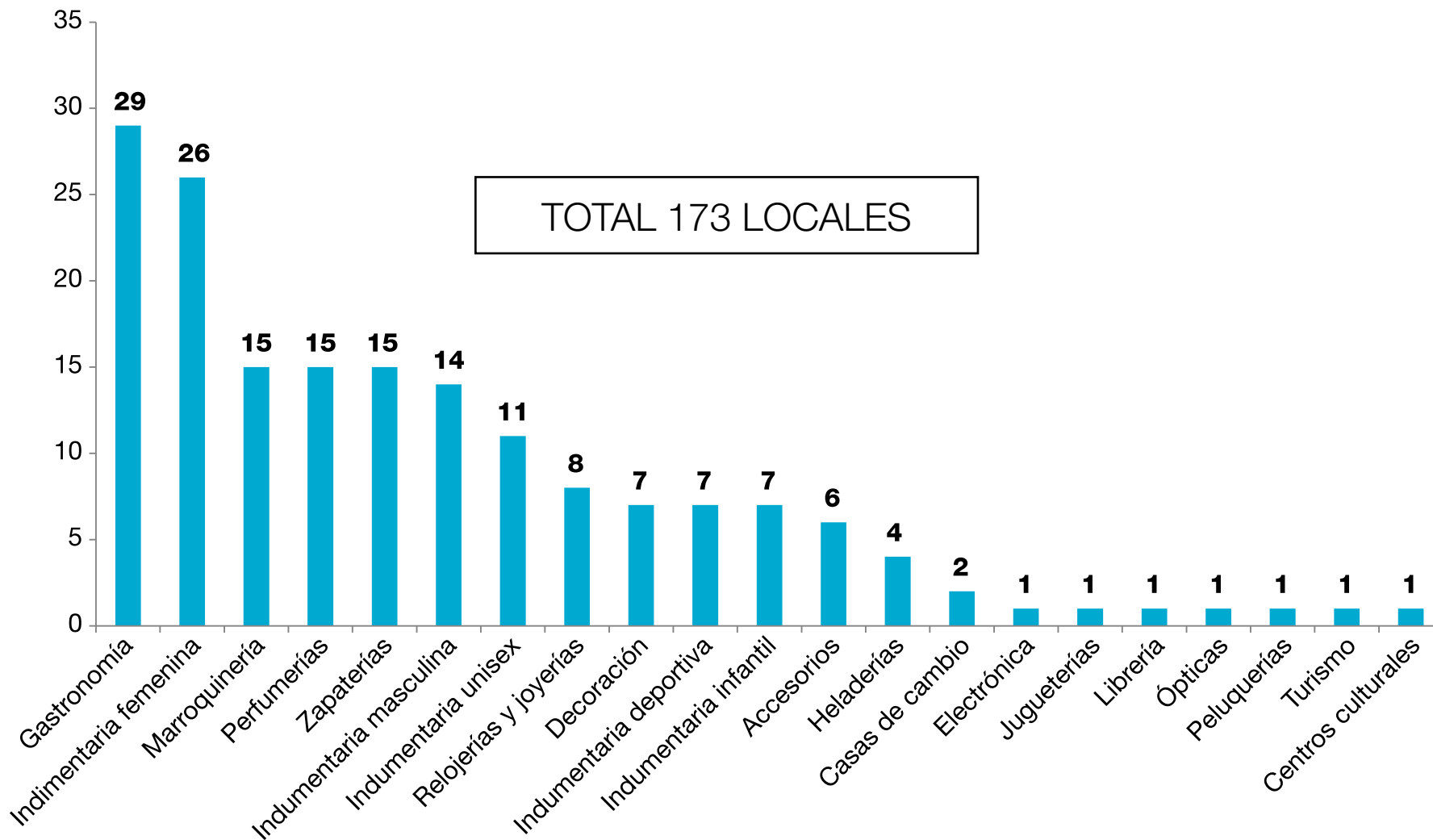
esto se suman otras compañías que sí apelan a la mayoría de los centros comerciales pero que se ubican en el escalón superior de la moda, como Rapsodia, Vitamina, María Cher y Ayres, entre otras.

Como dato adicional, y haciendo honor a su historia, la Galería ofrece a los turistas visitas guiadas con traducción instantánea, a fin de que conozcan a la perfección sus primeros pasos y la historia de su trascendental cúpula.



*Interior de Galerías Pacífico.*

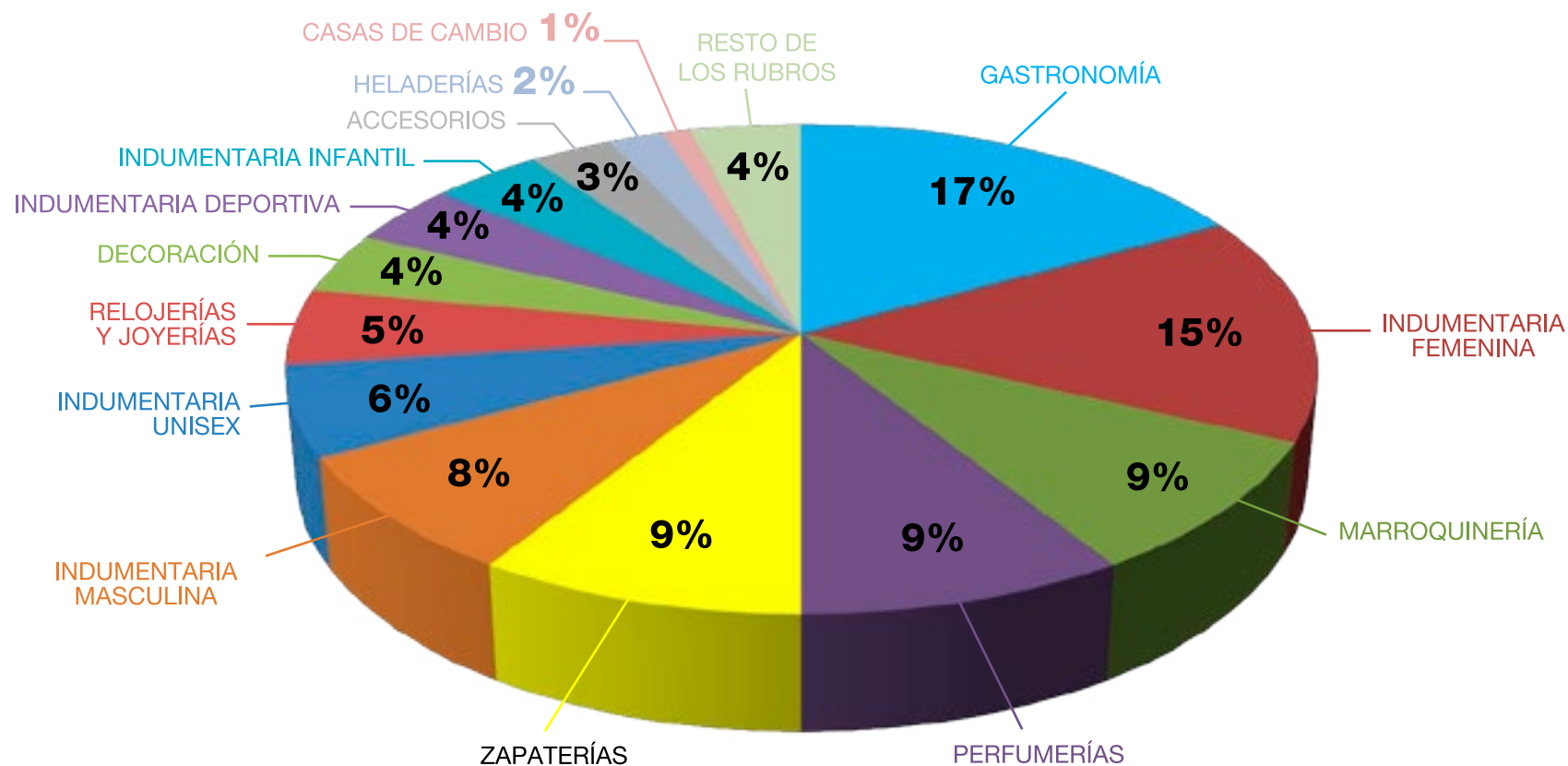
# Galerías Pacífico | Florida y Córdoba



Fuente: Investigación del Grupo Adrián Mercado / Octubre 2018

# Galerías Pacífico | Florida y Córdoba

PORCENTAJES POR RUBRO



Fuente: Investigación del Grupo Adrián Mercado / Octubre 2018

# Los precios en Florida

La frutilla del postre de la investigación sobre la calle Florida es qué pasó con los precios en los últimos meses. Un relevamiento detallado de la evolución desde 2016 y el impacto entre mayo y noviembre de este año.



EL valor de alquiler de los locales en la peatonal Florida ha demostrado, históricamente, una solidez incomparable con otras arterias comerciales. Lejos de sentir el impacto de los vaivenes económicos del país, la famosa calle ha sostenido sus precios como si fuera un mundo aparte en cada crisis.

Sin embargo, los últimos seis meses, golpearon de lleno a esta zona comercial y los precios se resintieron. Esto sucedió por dos motivos: por un lado, porque el consumo general cayó; y por el otro, porque la suba del dólar prácticamente duplicó de un mes al otro el costo de renta de un local, cuyo m<sup>2</sup> cotiza en esa moneda.



Como consecuencia, de acuerdo al relevamiento de Adrián Mercado, se observa que entre mayo y noviembre los valores en la peatonal sufrieron el ajuste más fuerte de los últimos tiempos, con un promedio que pasó de los u\$s82 por m<sup>2</sup> a u\$s66.

Desde 2016 que los precios no se modificaban en la famosa arteria comercial que, por otro lado, era la mejor cotizada si se compara con otros corredores como Santa Fe y Coronel Díaz, Acoyte y Rivadavia o Cabildo y Juramente, que son los más caros de la Ciudad de Buenos Aires.

Además, esta baja abrupta en 6 meses, provocó que la brecha de precios con el resto de los barrios se achique.

Por ejemplo, el año pasado, la diferencia con las zonas mencionadas se encontraba entre los u\$s10 y u\$s14. Hoy, sin embargo, se encuentra en una diferencia promedio de u\$s8.



Sucede que, los precios de Florida, estaban muy por encima de la competencia y por eso fue necesario el ajuste. Además, muchos de los locales vacíos se sumaron en los últimos meses, por lo cual los propietarios se están resignando y bajando los contratos porque también a ellos les genera un alto costo tener un local desocupado.

Por otro lado, la gran duda es si seguirán las renegociaciones. En el caso

de oficinas, los propietarios están mucho más firmes y no quieren resignarse a perder rentabilidad.

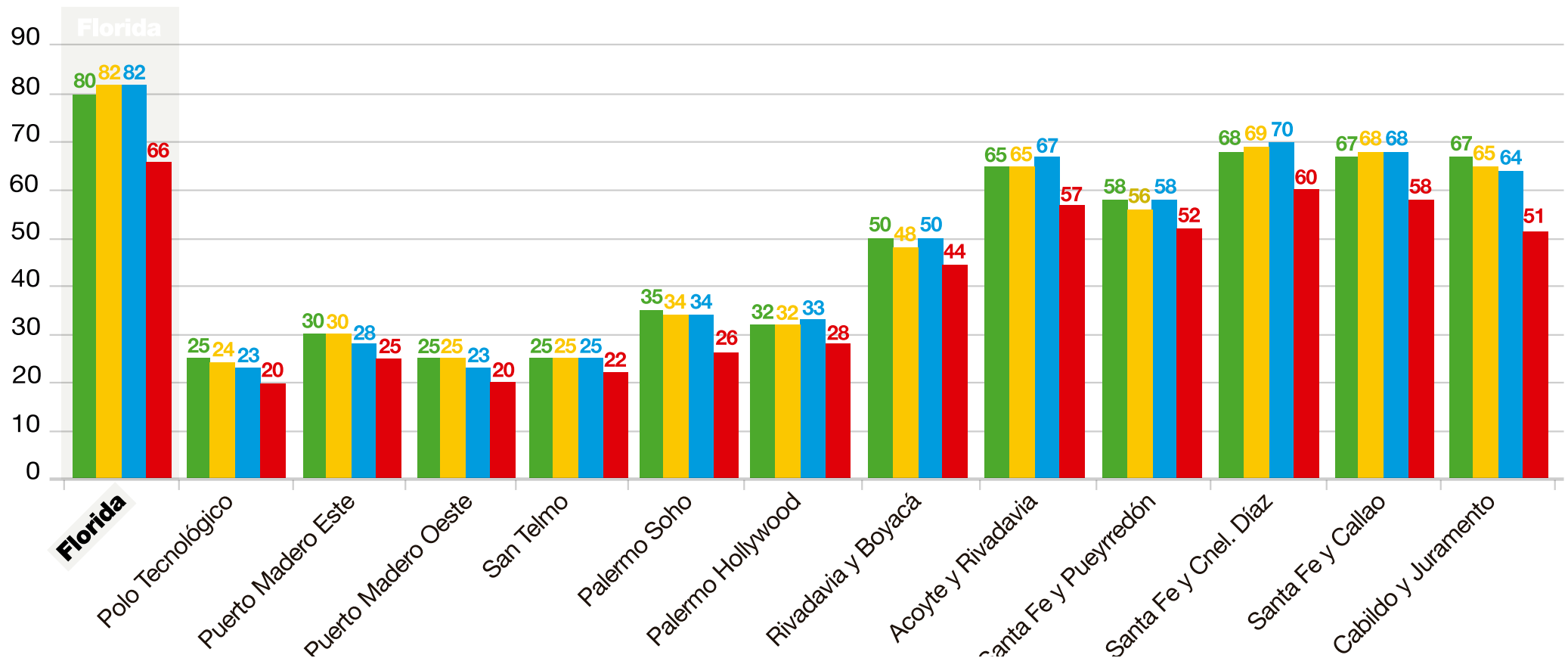
En el caso de locales comerciales hay más flexibilidad para la negociación porque los propietarios saben de la crisis de los inquilinos, cuyo impacto es inmediato en las ventas. Sin embargo, hay consenso en que se estaría llegando a un piso y no hay mucho más para ajustar.

# Alquiler de locales: comparación con Florida

ZONA | VALORES EN U\$S POR M2

Serie temporal

● Mayo 2016 ● Mayo 2017 ● Mayo 2018 ● Noviembre 2018



Fuente: Investigación del Grupo Adrián Mercado

# Florida, la calle que nunca muere

Tras la investigación realizada por Adrián Mercado, con entrevistas a más de 20 vendedores y viejos conocedores de la calle, la evolución de los locales comerciales sobre la calle Florida llega al 2018 con un largo bagaje de cambios, cultura y tradición que garantizan su posteridad.



A mítica peatonal que se empleza en el microcentro porteño no es solamente un paseo de compras con diferentes propuestas comerciales.

Es la artería que guarda la tradición

viva de Buenos Aires, la mezcla de pasado y presente en locales que mantienen la impronta de sus orígenes, con sastrerías, imprentas y disquerías; al tiempo que incorporan los grandes baluartes de la era del consumo, con marcas globales de primera línea.

Esta mezcla de opciones la encuentra hoy en una situación de grandes cambios en el consumo, desde las modalidades de compra (por el crecimiento del e-commerce) hasta el poder adquisitivo (por la devaluación del peso), hechos que golpearon de lleno a esta calle porteña.

Sin embargo, lejos de desmoronarse, las expectativas de la oferta siguen firmes, y confían en que la suba del dólar revivirá la demanda de los extranjeros, dejando cajas más gordas para llegar a fin de mes.

La vacancia de locales también esperan que empiece a bajar en el corto

plazo. Hoy son más de 200 los espacios que tienen colgado un cartel de alquiler, lo cual desmotiva a los comerciantes. Pero apalancados en los antecedentes de una calle donde ante un local vacío la lista de espera es amplia, es factible que los inquilinos vuelvan a reactivarse apenas comience el próximo año.

En cuanto a los precios, Florida no es una arteria que tienda a bajar sus valores del m<sup>2</sup>, porque siempre tiene interesados, y aunque ahora las señales son preocupantes la estabilidad del dólar en las últimas semanas son un aliento para que vuelva a reactivarse la demanda.

Con la mirada hacia adelante, desde Adrián Mercado la conclusión de esta larga investigación permite anticipar que si bien la situación actual es preocupante, de continuar las señales de tranquilidad macroeconómicas de las últimas semanas se vendrá una leve y lenta recuperación, pero recuperación al fin.

Por otro lado, con su larga historia y tradición, con una demanda cambiante pero atenta, todo indica que hay larga vida para la mítica Florida.





Una empresa íntegramente argentina 

[www.grupoadrianmercado.com](http://www.grupoadrianmercado.com) | (+54) 11 4343-9893 |   

Adrián Mercado S.A. - Av. A. Moreau de Justo 740 4° 19, CABA - C.U.C.I.C.B.A. N° 5604 - C.M.S.I. N° 5712