OBSERVATORIO DE EMPRESAS (OE_CCIS)

INFORME EJES COMERCIALES EN BAHIA BLANCA

NOVIEMBRE 2026

CORPORACIÓN DEL COMERCIO, INDUSTRIA Y SERVICIOS DE BAHÍA BLANCA

Cámara de Comerciantes de CCIS

DEPARTAMENTO DE ANALISIS ECONOMICO DE LA CCIS. institucionales@ccis.org.ar

CORPORACIÓN DEL COMERCIO, INDUSTRIA Y SERVICIOS DE BAHÍA BLANCA

Cámara de Comerciantes de CCIS

EJES COMERCIALES EN EL MICROCENTRO DE BAHIA BLANCA

Resultados relevamiento tercera semana de octubre 2026

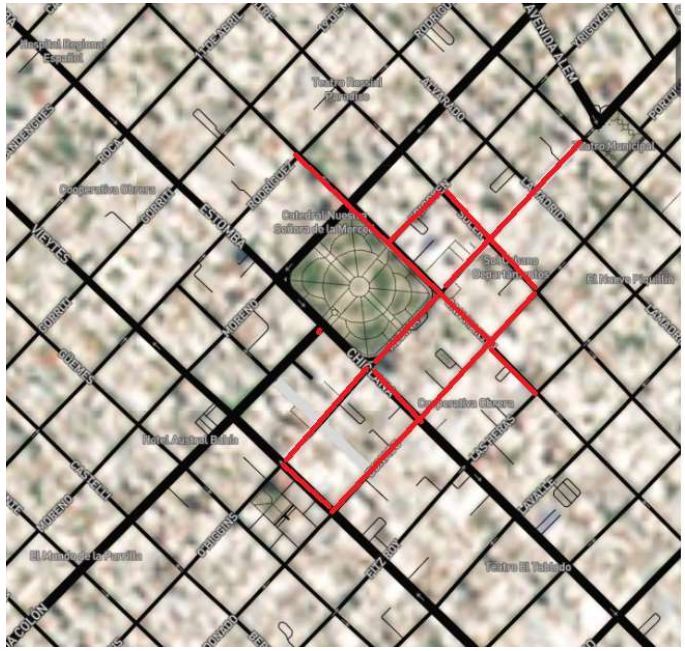
RESUMEN EJECUTIVO:

El microcentro comercial de Bahía Blanca en cinco datos clave

- ✓ El 93% de los locales comerciales relevados se encuentra ocupado.
- ✓ Yrigoyen y San Martín presentaron el mayor porcentaje de locales desocupados en el área relevada
- ✓ La indumentaria domina la actividad comercial, representando el 45% de los locales relevados y mayor presencia en los ejes Alsina, Soler y Belgrano.
- ✓ Alsina se destaca por su concentración comercial y el buen estado de sus locales.
- ✓ El estado de los locales revela importantes contrastes dentro del microcentro.
- ✓ Casi tres de cada diez comercios ocupados exhiben liquidaciones de mercadería.

- ✓ El siguiente informe presenta una descripción de la situación respecto a locales comerciales en el área céntrica de la ciudad. Para su realización, se delimitó un área caracterizada por la mayor densidad de comercios. El área delimitada comprende los siguientes diez ejes comerciales:

  - ✓ Brown: entre O Higgins y Donado
  - ✓ O Higgins: entre Brown y Chiclana
  - ✓ San Martín: entre Las Heras e Yrigoyen
  - ✓ Zelarrayán: entre Yrigoyen y Rodríguez
  - ✓ Alsina: entre San Martín y Alem
  - ✓ Yrigoyen: entre San Martín y Soler
  - ✓ Soler: entre Yrigoyen y Belgrano
  - ✓ Donado: entre Brown y Chiclana
  - ✓ Chiclana: entre Alsina y Donado
  - ✓ Belgrano: entre Chiclana y Soler



Metodología del relevamiento

- ✓ El relevamiento se realizó en la tercera semana de octubre. El objetivo fue censar locales desocupados y ocupados en el área delimitada. En los locales ocupados, se realizó una descripción del rubro y estado del local. Complementariamente, se hizo una cuantificación de establecimientos con liquidación de mercadería.
- ✓ Se considera como local a un establecimiento separado y con estructura independiente, que desarrolla una actividad comercial. Comprende a todos los locales con venta al público, vidriera a la vereda y con acceso directo desde la calle. No incluye locales en el interior de galerías ni puestos ambulantes. También se excluyen locales de la administración pública y asociaciones civiles.
- ✓ El local desocupado se define como aquel que no presenta el desarrollo de una actividad comercial al momento del relevamiento. El estado del local diferencia a los que se encuentran en alquiler o venta, en construcción o reforma y vacante.

Resultados

Alcance

✓ Se relevaron 532 locales. Los gráficos siguientes muestran la distribución de locales por eje (gráfico 1) y la composición porcentual por rubro (gráfico 2). La mayor cantidad de locales corresponde a los ejes Alsina, San Martín, Soler y Belgrano. El principal rubro es el de venta de indumentaria, con una participación del 45% sobre el total (240 establecimientos). Le siguen en orden de importancia, Alimentos y Bebidas (9%) y Artículos para el hogar (7%).

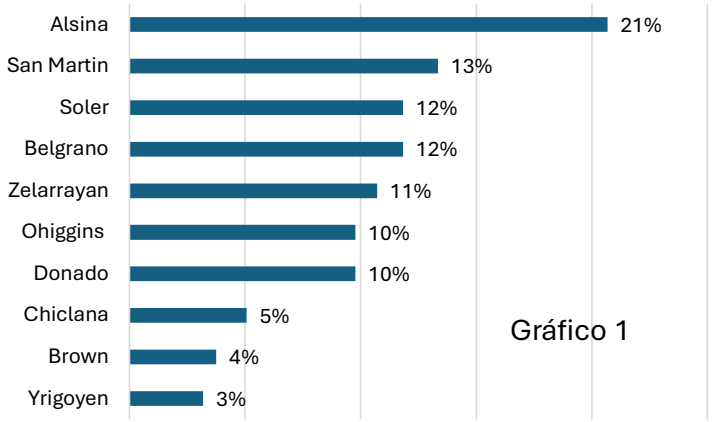


Gráfico 1

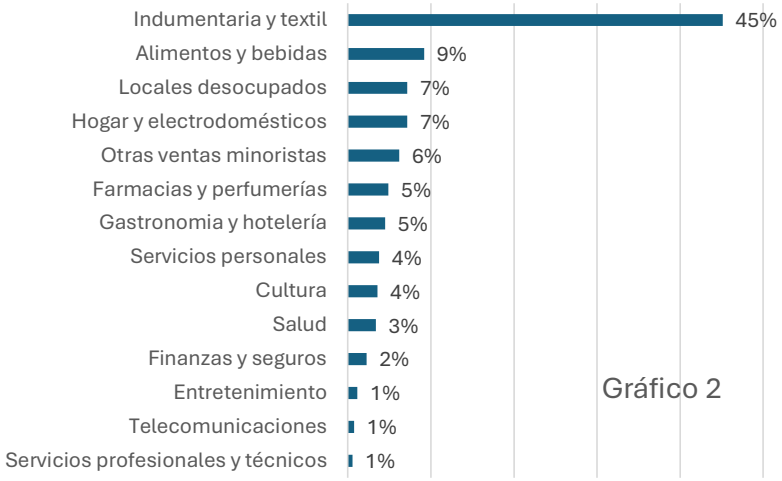


Gráfico 2

Desocupación locales

- ✓ Sobre el total relevado de 532 establecimientos comerciales, se registraron 38 locales desocupados, lo que representa el 7% del total (gráfico 3).

- ✓ La mayor parte de los locales desocupados se encontraban vacantes (55%) en tanto que cerca de un tercio se encontraba en proceso de venta o alquiler (gráfico 4)

Gráfico 3

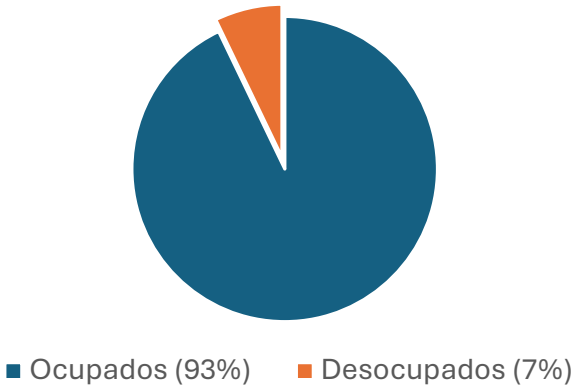
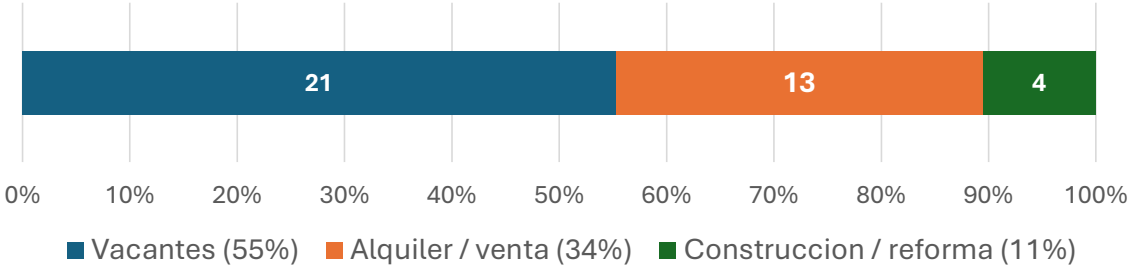


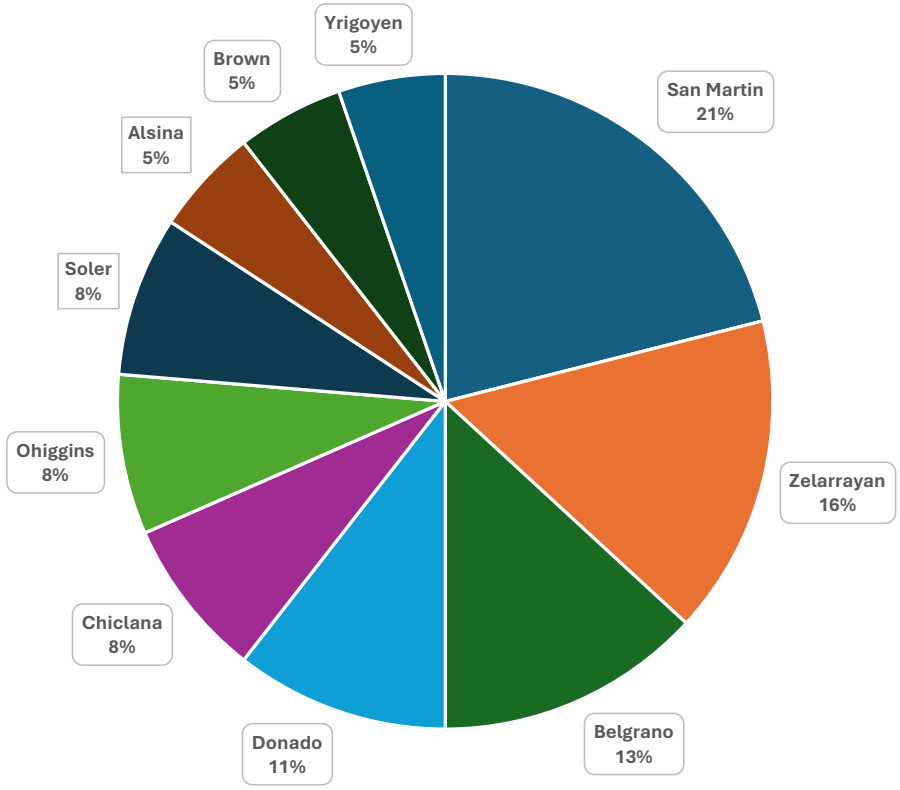
Gráfico 4: Composición de locales desocupados



Desocupación locales

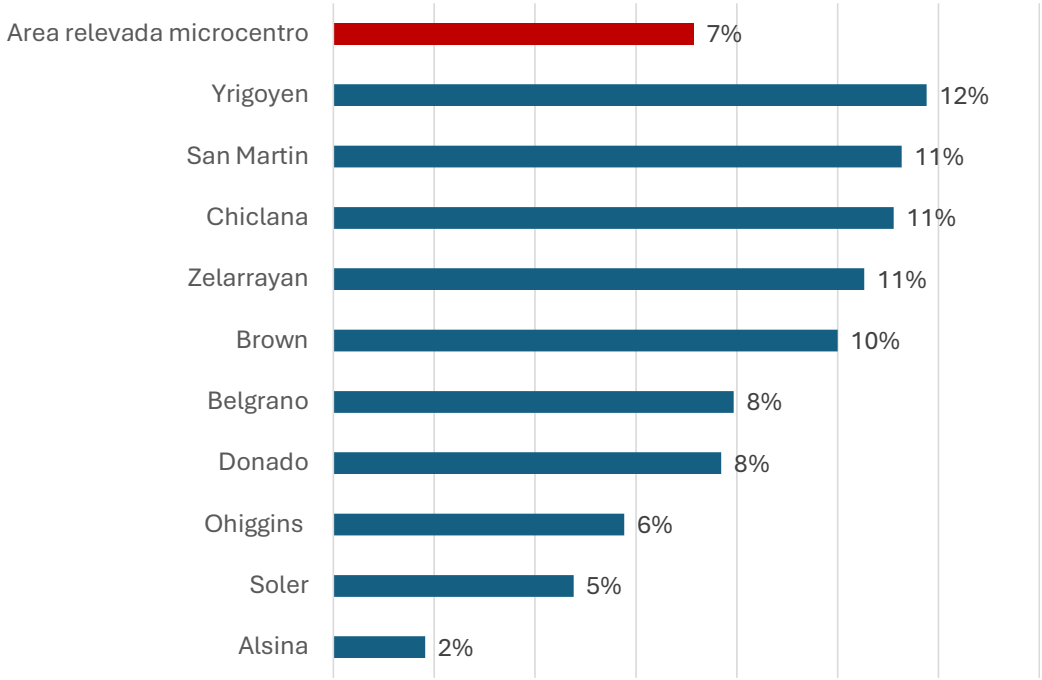
- ✓ El gráfico 5 presenta la distribución porcentual por eje comercial de los 38 locales no ocupados en el área relevada. Los mayores porcentajes corresponden a San Martín y Zelarrayán.
- ✓ Esto no necesariamente indica que sean los ejes con menor tasa de ocupación. Cabe tener en cuenta que los ejes presentan distintas extensión en cantidad de calles (ver mapa inicial) y por esto, aquellos que cuentan con más cuadras pueden tener mayor participación sobre el total.

Gráfico 5: Distribución de locales desocupados



- ✓ El siguiente gráfico describe la tasa de desocupación de locales por eje comercial. Los primeros lugares correspondían a Yrigoyen y San Martín. Por ejemplo, en el caso de Yrigoyen, el 12% de todos los locales sobre esta calle no se encontraban ocupados al momento del relevamiento.
- ✓ En el otro extremo, la menor tasa de desocupación correspondió a Alsina, Soler y O Higgins.

Gráfico 6: porcentaje locales desocupados



Rubros y ejes

- ✓ A continuación, se identifican los ejes que concentran la mayor cantidad de establecimientos en cada uno de los principales rubros
  - ✓ Indumentaria: prevalece el eje Alsina (25%) seguido de Soler (18%) y Belgrano (13%)
  - ✓ Alimentos y bebidas: mayor concentración de locales en Alsina (22%) y San Martín (16%).
  - ✓ Artículos para el hogar y electrodomésticos: O Higgins (21%) y Alsina (18%)
  - ✓ Farmacias y perfumerías: Alsina (27%) y O Higgins (23%)
  - ✓ Gastronomía y hotelería: Alsina (29%); O Higgins (21%) y San Martín (17%)
- ✓ Los gráficos siguientes presentan el detalle de resultados obtenidos para los principales rubros en el área relevada. En el cuadro que figura en el anexo1 al finalizar el informe, se presentan el detalle de resultados para todos los rubros relevados.

Gráfico 7: Indumentaria y textiles. Distribución de locales por calles

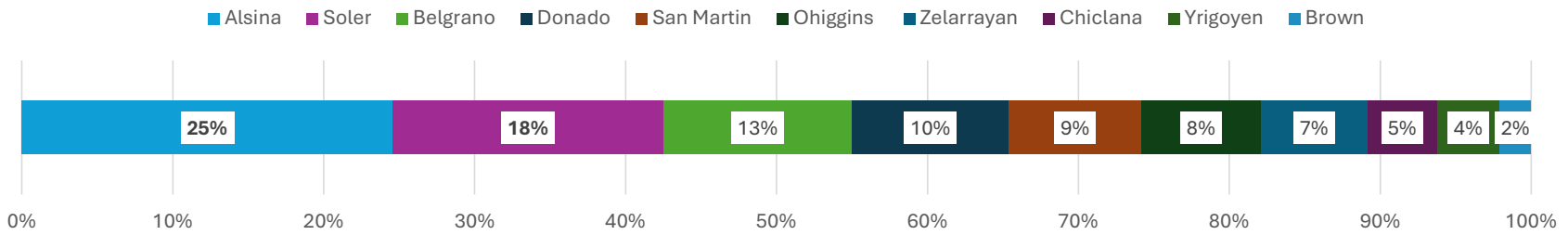


Gráfico 8: Alimentos y bebidas. Distribución de locales por calles

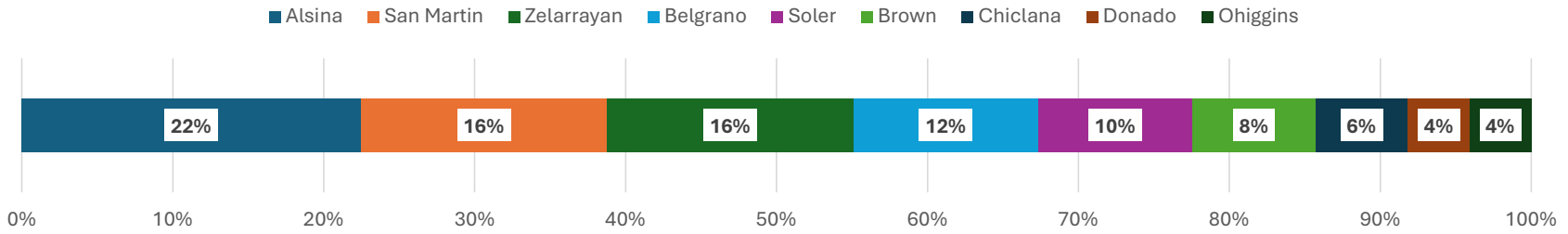
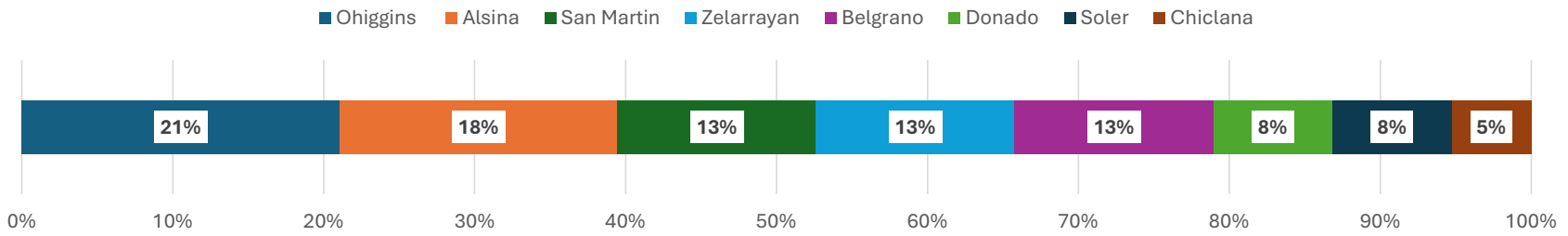


Gráfico 9: Artículos Hogar. Distribución de locales por calles



✓ Cambiando la perspectiva, se analiza cuáles son los principales rubros en cada una de las calles que conforman el área de análisis.

- ✓ Alsina: predominio de indumentaria y en un segundo plano, alimentos
- ✓ Belgrano: similar a Alsina, pero con una mayor tasa de desocupación
- ✓ Brown: alta diversificación por rubro, con tasa de desocupación de locales comparativamente alta
- ✓ Chiclana: tasa de desocupación comparativamente alta, con predominio de indumentaria, alimentos, farmacias y artículos para el hogar.
- ✓ Donado: predominio de indumentaria, y en menor medida servicios culturales y financieros
- ✓ O Higgins: Alta diversificación en rubros. Además de indumentaria, se observa participación de artículos para el hogar, farmacias y gastronomía.
- ✓ San Martín: Alta variedad de rubros, destacándose indumentaria, alimentos, farmacias, gastronomía, servicios personales, finanzas y seguros.
- ✓ Soler: locales fuertemente concentrados en indumentaria

- ✓ Yrigoyen: presenta un perfil similar a Soler, pero con un mayor porcentaje de locales no ocupados
- ✓ Zelarrayan: alta variedad en rubros, destacándose indumentaria, alimentos, artículos para el hogar.

✓ Los gráficos siguientes presentan para la composición de locales para las calles con mayor cantidad de comercios en el área relevada. En el anexo 2, se detallan los resultados para todas calles del área céntrica.

Gráfico 10: Alsina. Distribución de locales por rubro

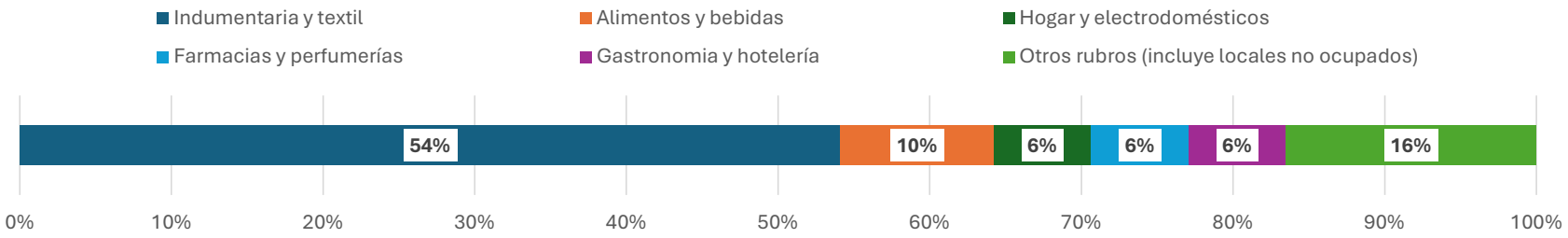
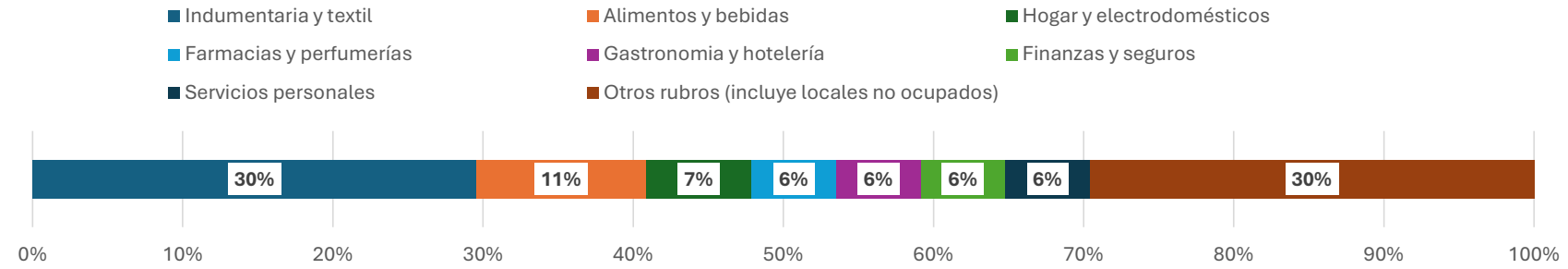


Gráfico 11: San Martín. Distribución de locales por rubro



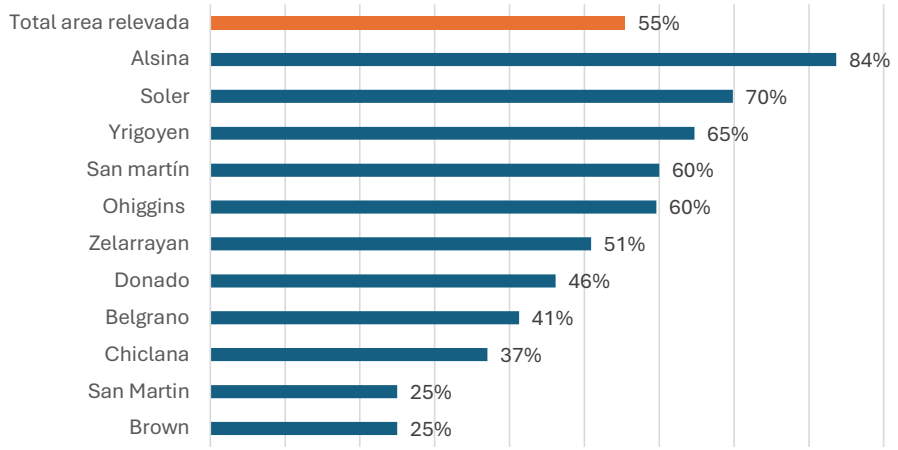
Estado

✓ Uno de los aspectos evaluados fue el estado de los locales. El técnico responsable del relevamiento clasificó cada local según el estado de su fachada e interior, utilizando cuatro categorías: muy bueno, bueno, regular y malo.

✓ El gráfico 12 presenta el resultado por eje comercial, ordenando los ejes de acuerdo con la suma del porcentaje de locales en estado bueno y muy bueno.

✓ En toda el área relevada, el porcentaje de locales en buen o muy buen estado asciende al 55%. Se destacan los ejes Alsina (84%), Soler (70%) e Yrigoyen (65%).

Gráfico 12: % locales en estado bueno o muy bueno



✓ En contraste, San Martín y Brown presentan los mayores porcentajes de locales en condiciones deficientes. En estos ejes, tres de cada cuatro locales se encuentran en estado regular o malo, lo que plantea desafíos para la calidad del entorno comercial.

Liquidaciones

✓ Finalmente se evaluó el porcentaje de locales con anuncios en vidriera de liquidaciones de mercadería.

✓ Sobre 494 locales ocupados, un 29% anunciaba liquidaciones de mercaderías.

✓ Entre los rubros con mayor porcentaje de comercios que anunciaban liquidaciones de mercadería, se destacaron Indumentaria y textiles (38%) seguido por artículos para el hogar (32%).

✓ Los ejes con mayores porcentajes de comercios con anuncios de liquidación se encontraron en Donado (46%), Chiclana (38%), O Higgins (37%), Yrigoyen (33%) y Alsina (31%).

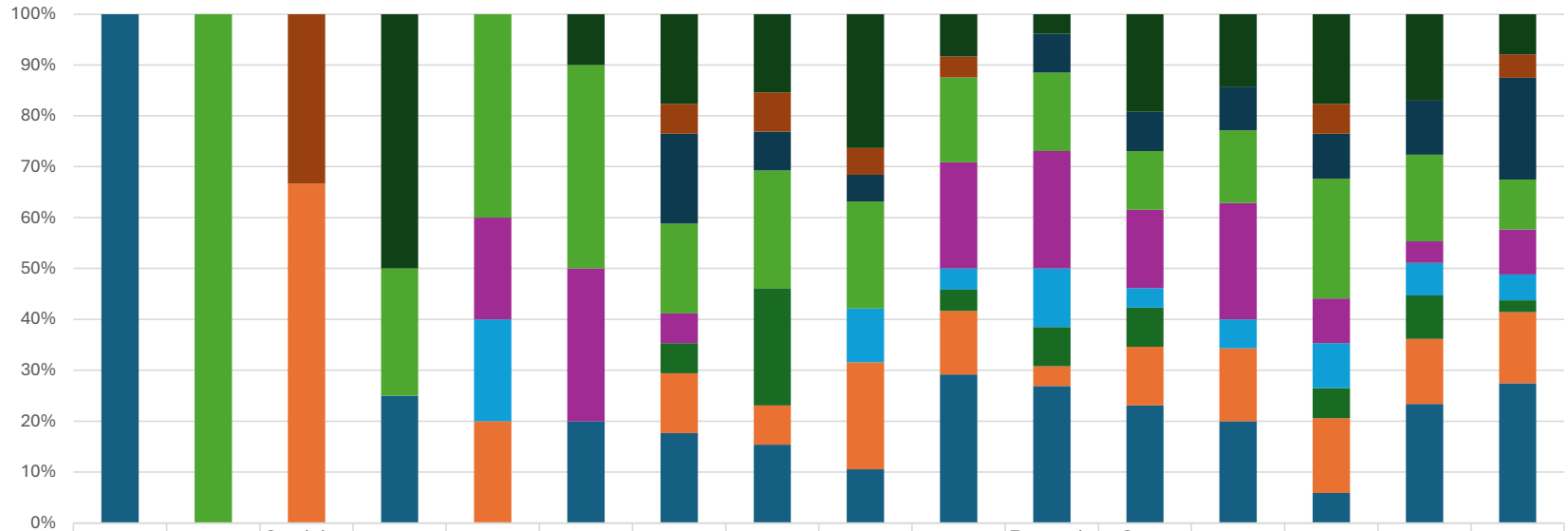
	N° Liquidaciones	N° Locales relevados	N° Locales ocupados	Liquidaciones sobre locales ocupados %
Alsina	34	110	108	31%
San Martin	13	71	63	21%
Soler	14	63	60	23%
Belgrano	14	63	58	24%
Zelarrayan	11	57	51	22%
Ohiggins	18	52	49	37%
Donado	22	52	48	46%
Chiclana	9	27	24	38%
Brown	2	20	18	11%
Yrigoyen	5	17	15	33%
Totales	142	532	494	29%

CORPORACIÓN DEL COMERCIO, INDUSTRIA Y SERVICIOS DE BAHÍA BLANCA

Cámara de Comerciantes de CCIS

Anexo 1.
Cada barra del grafico representa un rubro. En la tabla inferior se detalla el porcentaje de locales por calle para cada unos de los rubros. La suma de los porcentajes en cada una de las columnas de la tabla arroja el 100%.

Gráfico 13: ejes predominantes por rubro (%)



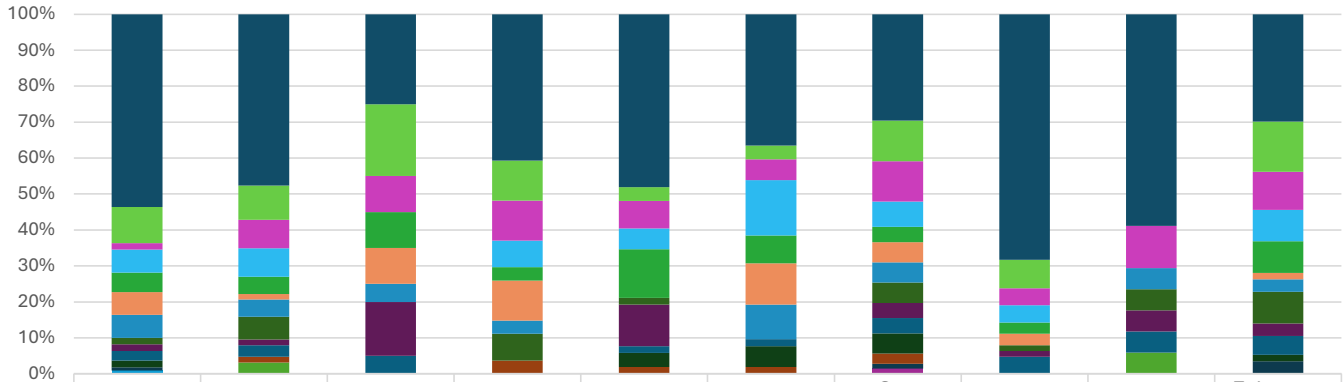
	Inmobiliarias	Logística	Servicios profesionales y técnicos	Telecomunicaciones	Entretenimiento	Finanzas y seguros	Salud	Cultura	Servicios personales	Gastronomia y hotelería	Farmacias y perfumerías	Otras ventas minoristas	Hogar y electrodomésticos	Locales desocupados	Alimentos y bebidas	Indumentaria y textil
Zelarrayan	0%	0%	0%	50%	0%	8%	17%	11%	25%	8%	4%	15%	13%	16%	16%	7%
Yrigoyen	0%	0%	33%	0%	0%	0%	6%	5%	5%	4%	0%	0%	0%	5%	0%	4%
Soler	0%	0%	0%	0%	0%	0%	17%	5%	5%	0%	8%	6%	8%	8%	10%	18%
San Martin	0%	100%	0%	25%	33%	33%	17%	16%	20%	17%	15%	9%	13%	21%	16%	9%
Ohiggins	0%	0%	0%	0%	17%	25%	6%	0%	0%	21%	23%	12%	21%	8%	4%	8%
Chiclana	0%	0%	0%	0%	17%	0%	0%	0%	10%	4%	12%	3%	5%	8%	6%	5%
Brown	0%	0%	0%	0%	0%	0%	6%	16%	0%	4%	8%	6%	0%	5%	8%	2%
Belgrano	0%	0%	67%	0%	17%	0%	11%	5%	20%	13%	4%	9%	13%	13%	12%	13%
Alsina	100%	0%	0%	25%	0%	17%	17%	11%	10%	29%	27%	18%	18%	5%	22%	25%

CORPORACIÓN DEL COMERCIO, INDUSTRIA Y SERVICIOS DE BAHÍA BLANCA

Cámara de Comerciantes de CCIS

Anexo 2.
Cada barra del grafico representa una calle o eje comercial. En la tabla inferior se detalla el porcentaje de locales por rubro para cada una de las calles. La suma de todos los porcentajes en cada calle arroja el 100% de los locales.

Gráfico 14: rubros predominantes por eje (%)



	Alsina	Belgrano	Brown	Chiclana	Donado	Ohiggins	San Martin	Soler	Yrigoyen	Zelarrayan
Indumentaria y textil	54%	48%	25%	41%	48%	37%	30%	68%	59%	30%
Alimentos y bebidas	10%	10%	20%	11%	4%	4%	11%	8%	0%	14%
Locales desocupados	2%	8%	10%	11%	8%	6%	11%	5%	12%	11%
Hogar y electrodomésticos	6%	8%	0%	7%	6%	15%	7%	5%	0%	9%
Otras ventas minoristas	5%	5%	10%	4%	13%	8%	4%	3%	0%	9%
Farmacias y perfumerías	6%	2%	10%	11%	0%	12%	6%	3%	0%	2%
Gastronomia y hotelería	6%	5%	5%	4%	0%	10%	6%	0%	6%	4%
Servicios personales	2%	6%	0%	7%	2%	0%	6%	2%	6%	9%
Cultura	2%	2%	15%	0%	12%	0%	4%	2%	6%	4%
Salud	3%	3%	5%	0%	2%	2%	4%	5%	6%	5%
Finanzas y seguros	2%	0%	0%	0%	4%	6%	6%	0%	0%	2%
Entretenimiento	0%	2%	0%	4%	2%	2%	3%	0%	0%	0%
Telecomunicaciones	1%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	4%
Servicios profesionales y técnicos	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	6%	0%
Logística	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%