



Revista Transporte y Territorio

E-ISSN: 1852-7175

rtt@filo.uba.ar

Universidad de Buenos Aires

Argentina

Vecslir, Lorena; Blanco, Jorge; Nerome, Mariela; Sciutto, Florencia; Maestrojuan, Pablo;  
Rodríguez, Luciana

Reestructuración de la centralidad y movilidad cotidiana en el sur de la Región  
Metropolitana de Buenos Aires

Revista Transporte y Territorio, núm. 17, 2017, pp. 267-287

Universidad de Buenos Aires

Buenos Aires, Argentina

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=333053372013>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

# Reestructuración de la centralidad y movilidad cotidiana en el sur de la Región Metropolitana de Buenos Aires



**Lorena Vecslir**

CONICET / Instituto de Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, Argentina

**Jorge Blanco**

Instituto de Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, Argentina

**Mariela Nerome**

Instituto de Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires / Área Gestión del Conocimiento, Dirección de Desarrollo Sostenible, Ministerio del Interior, Obras Públicas y Vivienda, Argentina

**Florencia Sciutto**

Instituto de Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires / Corporación Puerto Madero, Argentina

**Pablo Maestrojuan**

CONICET / Instituto de Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, Argentina

**Luciana Rodríguez**

CONICET / Instituto de Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires, Argentina

*Recibido: 18 de abril de 2017. Aceptado: 30 de junio de 2017.*

## Resumen

Desde inicios de los 2000, se registran en la Región Metropolitana de Buenos Aires procesos de densificación y renovación de algunos subcentros metropolitanos, estructurados a lo largo de antiguas arterias y ejes ferroviarios, con atributos de compacidad y continuidad con el tejido existente, y con un radio de influencia que supera el del municipio de pertenencia. Pese a no haber cesado el crecimiento residencial disperso y

## Palabras clave

Movilidad  
Centralidad  
Transformaciones urbanas  
Políticas públicas  
Región Metropolitana de Buenos Aires

la profusión de enclaves comerciales y de servicios asociados a un patrón de movilidad “automóvil intensivo”, se considera necesario atender estas otras dinámicas, incluyendo la revitalización del comercio de calle y la movilidad por transporte público, como modelos alternativos de reestructuración de la centralidad metropolitana. Dentro de este marco, el artículo analiza los patrones de movilidad cotidiana y los procesos de verticalización residencial, localización de franquicias y sus sinergias con otras actividades comerciales y de servicio en tres subcentros del corredor sur (Avellaneda, Lanús y Lomas de Zamora). Junto al mapeo e interpretación de los relevamientos, se exponen los principales resultados de las encuestas de movilidad, evidenciando las interacciones que existen entre los centros de estudio, así como la atracción que ejercen respecto de sus municipios vecinos y su potencial capacidad de desarrollo como centralidades de referencia a escala regional.

## Abstract

**Daily mobility and centrality restructuring in the south of the metropolitan area of Buenos Aires.** Since the beginning of 2000, the Buenos Aires Metropolitan Region has registered processes of renovation and densification of some of its metropolitan sub-centres, structured along old arteries and railways routes, with attributes of compactness and continuity with the existing urban fabric and also, with a radius of influence that exceeds the municipality to which they belong. Despite the growth of scattered housing and the profusion of commercial and services enclaves related with an “automobile-intensive” mobility pattern, it is considered necessary to address these other dynamics, including the revitalization of the street commerce and the public transportation mobility, as alternative models of restructuration for the metropolitan centrality. Within this framework, the article analyzes daily mobility patterns, processes of residential verticalization, location of franchises and their synergies with other commercial and services activities in three sub-centres of the southern corridor: Avellaneda, Lanús and Lomas de Zamora. Along with the mapping and interpretation of data collection, the article describes the main results of mobility surveys, showing the interactions between the centers studied as well as the attraction they exert regarding their neighboring municipalities and its potential ability to develop as regional reference centers.

### Keywords

Mobility  
Centrality  
Urban transformations  
Public policies  
Metropolitan Region of Buenos Aires

### Palavras-chave

Mobilidade  
Centralidade  
Transformações urbanas  
Políticas públicas  
Região Metropolitana de Buenos Aires

## Introducción

En el marco de la discusión sobre la ciudad global y las políticas neoliberales de los años noventa, diversos estudios caracterizaron los efectos urbanos de los procesos de *informacionalización* de la economía en las metrópolis latinoamericanas, entre ellas la Región Metropolitana de Buenos Aires (RMBA).<sup>1</sup> Dentro de estos efectos destaca el reconocimiento de una “nueva geografía de la centralidad” con tendencia a estructuras más policéntricas y flujos pluridireccionales, junto a la aparición de nuevos distritos empresariales y “artefactos de la globalización” (Ciccolella 1999, 2003; Aguilar, 1999, 2002; De Mattos, 1997, 2002). La centralidad es entendida en estos trabajos como la zona de concentración del poder político y económico y, particularmente, de los equipamientos, funciones y actividades de la economía nacional y de la red de vínculos con la economía global (sedes empresariales, sedes financieras, servicios avanzados, hotelería internacional, entre otros). La “ciudad corporativa” de Buenos Aires (Ciccolella y Lucioni, 2005) se relaciona así con los efectos de los denominados “edificios inteligentes” en la reorganización espacial del poder económico y la evolución del área central tradicional “expandida” hacia Puerto Madero,<sup>2</sup> así como la formación de una red incipiente de nuevos “centros de comando”, ya consolidados en el eje norte de la región (Vecslir y

1. Se entiende por RMBA las siguientes jurisdicciones: a) Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA); b) Conurbano Bonaerense (CB), conformado por 24 municipios que forman la 1° y 2° corona de la aglomeración; y c) el resto de la RMBA o 3° corona, integrada por 16 municipios. En conjunto, comprende un área de 19.680 km<sup>2</sup> y una población actual aproximada de 14,8 millones habitantes.

2. El “área central expandida” incluye los sectores del Microcentro, Plaza San Martín, Plaza Roma, y Catalinas Norte que se “derraman” hacia el norte (Macrocentro) y particularmente hacia el Este y Sur de la ciudad, con la proximidad de la operación de Puerto Madero (Ciccolella 1999).

Ciccolella, 2011). Un fenómeno que en la RMBA se retroalimenta especialmente en los años noventa cuando paralelamente a la renovación, expansión y mejora de la red viaria arterial, se diversifican los procesos de suburbanización residencial, se modifican las condiciones locacionales del sector comercial y de servicios, y las industrias refuerzan tendencias ya existentes asociadas con las autopistas (Blanco, 1999).

Bajo esta óptica, el área central expandida fue contrapuesta -y revalorizada- frente a la emergencia de los nuevos enclaves del ocio y el consumo. El rol del *shopping center* y el de las empresas comerciales en cadena dentro de los circuitos del capital global fue objeto de crítica desde los estudios seminales (Capron, 1996; Guttman, 1997; Ciccolella, 2000) hasta las investigaciones más recientes (Di Nucci, 2015; Socoloff, 2015), haciendo hincapié en su importancia como destino de las grandes inversiones privadas, como factor de concentración comercial y como competencia con el comercio minorista y la centralidad histórica. A la crítica del *shopping center* y la privatización del espacio público, en los 2000, se sumaron los grandes proyectos urbanos y los procesos de *gentrificación*, con foco en el desplazamiento de los grupos sociales y tipologías de comercio más vulnerables (Vecslir y Elinbaum, 2016).

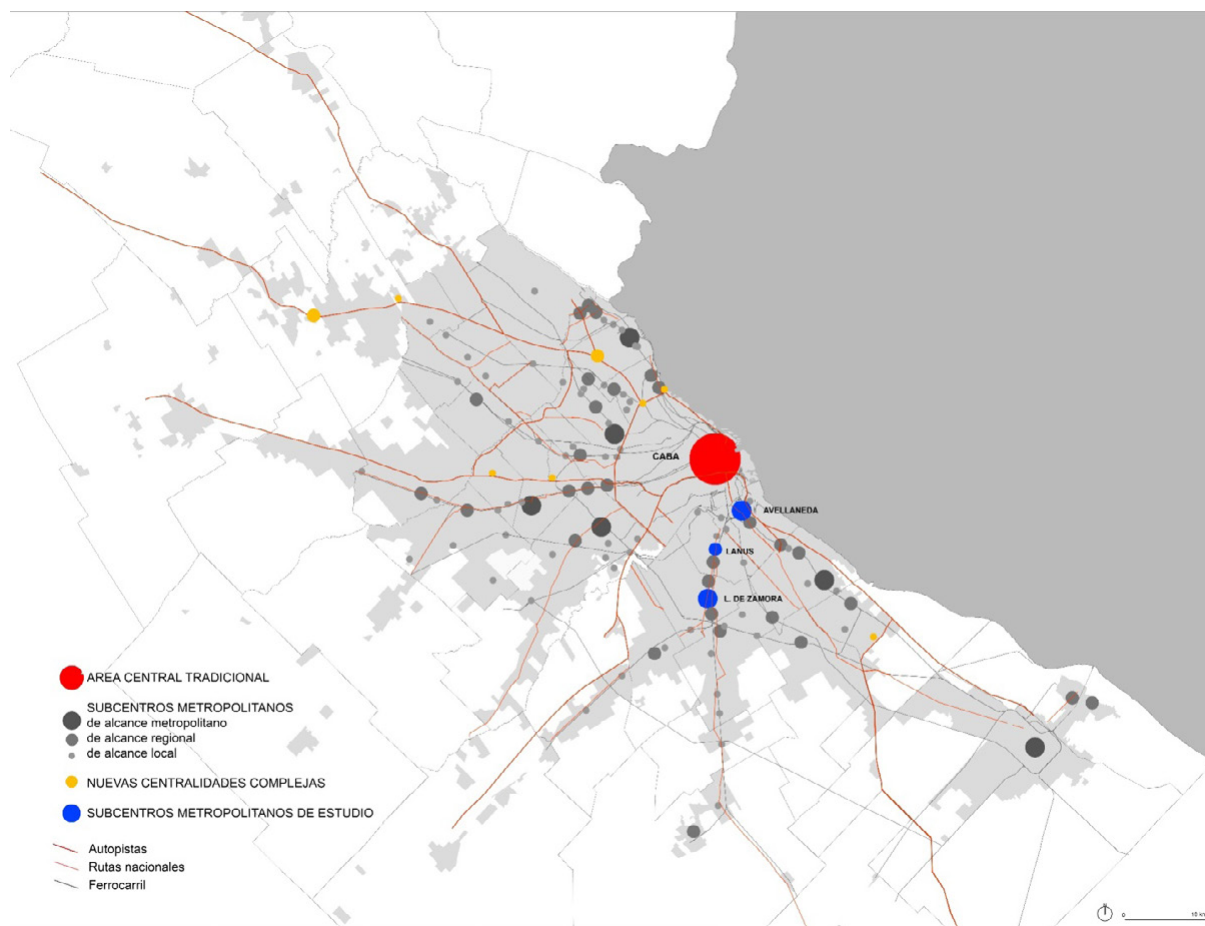
Sin embargo, desde inicios de los 2000, se registran en la RMBA otro tipo de procesos de reestructuración de la centralidad que han sido menos atendidos por los estudios urbanos y prácticamente ignorados desde las políticas públicas. Se trata de las recientes tendencias de densificación y renovación de algunos subcentros metropolitanos, estructurados a lo largo de antiguas arterias y ejes ferroviarios, con atributos de compacidad y continuidad con el tejido existente, y con un radio de influencia que supera el del municipio de pertenencia.

Pese a no haber cesado el crecimiento residencial disperso y la profusión de enclaves comerciales y de servicios asociados a un patrón de movilidad “automóvil intensivo” (Blanco, 2006), se parte de la hipótesis que resulta necesario atender estas otras dinámicas -incluyendo la revitalización del comercio de calle y la movilidad por transporte público- como modelos alternativos de reestructuración de la centralidad metropolitana, que se despliegan por detrás de los nuevos productos inmobiliarios (torres corporativas, *shoppings* y barrios cerrados) y de la competencia o puja de intereses entre “centro histórico y nuevos enclaves del ocio y el consumo”.

Desde esta perspectiva, las recientes transformaciones en los municipios de la primera corona del sur de la región metropolitana (Avellaneda, Lanús y Lomas de Zamora) muestran algunas especificidades que han sido objeto de estudio en anteriores trabajos (Vecslir y Blanco, 2014; Vecslir, Blanco, Nerome, Sciutto y Maestrojuan, 2016), y sobre las que ahora busca profundizarse. En su conjunto, estos municipios comprenden una superficie de 189 km<sup>2</sup> y una población de 1.418.219 habitantes (Indec, 2010). Las centralidades tradicionales se vinculan a las estaciones ferroviarias y antiguas avenidas y, a diferencia de otros ejes metropolitanos (especialmente del Acceso Norte), no compiten con la presencia de nuevos enclaves terciarios.<sup>3</sup> En cambio, se trata de un “corredor urbano sin autopista”, con núcleos de temprana formación que no han basado sus dinámicas de desarrollo reciente en la accesibilidad provista por una gran arteria viaria, y donde se observan intensos procesos de diversificación y renovación de los tejidos existentes, y un patrón de movilidad cotidiana ligado en gran medida a los medios de transporte público ferroviarios y de buses (Figura 1).

En las últimas décadas, la revitalización del comercio de calle, junto a la densificación y verticalización del tejido residencial, constituyen las principales variables de reestructuración de las áreas centrales tradicionales. El crecimiento de vivienda multifamiliar en altura más reciente ha tendido a ampliar selectivamente estas áreas, ocupando barrios residenciales contiguos de baja densidad. De manera semejante, han ido emergiendo

3. En este sentido, en la figura 1 se indican como “nuevas centralidades complejas” aquellos enclaves donde la implantación de artefactos vinculados al ocio y el consumo -hipermercados, *shopping centers*, *home centers*, multicines, bingos- coinciden con la localización de edificios o complejos corporativos, estableciendo asimismo sinergias con otros usos direccionales (hotelería internacional, grandes equipamientos privados de salud o centros de educación superior).



nuevos focos comerciales y gastronómicos en calles secundarias o interiores respecto de los principales corredores, introduciendo en barrios de viviendas de una o dos plantas, locales comerciales de primeras marcas, en su mayoría bajo el sistema de franquicias (Vecslir y Blanco, 2014).

Según la Encuesta de Movilidad Domiciliaria (ENMODO 2009/2010),<sup>4</sup> la reestructuración tipológica y locacional del comercio coincide con un patrón de movilidad en el que la mayoría de los viajes (82% por motivo compras) tienen origen y destino en el propio partido. Pero a pesar del fuerte peso de los viajes intramunicipales que brindan estos datos de movilidad, se parte de la hipótesis que existen importantes articulaciones entre los municipios de estudio y con los municipios vecinos, con una tendencia predominante “desde la periferia hacia el centro” y una potencial capacidad de desarrollo como centralidades de referencia a escala regional.

En este marco, el artículo tiene como objetivo explorar la relación entre los procesos de reestructuración de la centralidad y las movi­lidades cotidianas. Se parte de la base que las condiciones de movilidad y la oferta de transporte público se articulan con las morfologías de las centralidades, generándose condiciones de acceso, uso y alcance espacial diferenciado. El estudio de caso se aborda en dos escalas: los tres municipios (Avellaneda, Lanús y Lomas de Zamora) y un foco particular en este último para el análisis de la movilidad con información primaria. La primera escala remite a la consideración de la estructura por corredores y coronas, usuales en el análisis de la RMBA, y característicos tanto desde el punto de vista de la centralidad como de la movilidad. La segunda escala incluye el relevamiento más detallado de la mayor centralidad del corredor y la más alejada del centro metropolitano, lo que abre posibilidades de apreciar

Figura 1. Estructura general de la centralidad y subcentros de estudio en la RMBA. Fuente: *Elaboración propia*. Nota: La jerarquización de centros se basa en el trabajo de Artemio Abba (2005) sobre grado de cobertura y especialización de servicios.

4. El objetivo general de la EN-MODO, realizada por la Secretaría de Transporte de la Nación (2009-2010), fue caracterizar cuantitativa y cualitativamente los patrones de movilidad de la población de la RMBA, sobre una muestra total de 22.500 hogares que incluyen 70.000 personas. Se trata de una encuesta domiciliaria, que recoge características socioeconómicas de los hogares y de los individuos y provee información detallada de todos los componentes de los viajes realizados en un día hábil típico (origen, destino, motivo, duración, costo, modos, etapas, etc.). Se encuentran disponibles los microdatos de la encuesta, lo que permite realizar cruces de variables no presentados en la publicación. Se consideran confiables los análisis de resultados hasta el nivel de desagregación de los municipios.

la complejidad de la articulación centralidad - movilidad en un caso específico y la dinámica del área de influencia sobre la segunda corona sur metropolitana.

El artículo se estructura en cuatro apartados. En primer lugar, se describen las especificidades de los municipios de la primera corona del corredor sur en relación a la estructura del transporte y los patrones generales de la movilidad cotidiana según la encuesta ENMODO, y las tendencias de reestructuración de la centralidad comercial. En la segunda parte del trabajo, se hace foco sobre el área central del municipio de Lomas de Zamora, con eje en el análisis de los recientes procesos de verticalización residencial y localización de franquicias, sus sinergias con otras actividades comerciales y de servicio, y los espacios de movilidad asociados. En tercer lugar, se exponen los principales resultados de las encuestas de movilidad cotidiana realizadas en cuatros puntos clave y en una serie de locales comerciales de este municipio, en las que se indagó en torno del motivo, elección o preferencia, frecuencia, tiempo y origen de los viajes al área central. Por último, como cierre del trabajo, se reflexiona acerca de las políticas públicas locales en relación a estos procesos y la tendencia a iniciativas de “centros comerciales a cielo abierto” (CCA) que se despliegan en estos y otros municipios del Conurbano Bonaerense (CB).

## Centralidad y la movilidad cotidiana en el corredor sur de la RMBA

### *Estructura lineal del transporte y patrones intramunicipales de movilidad cotidiana*

Un rasgo destacado de todo el eje sur es la limitada oferta de autopistas. Sobre la costa del Río de la Plata, la autopista Buenos Aires - La Plata es marginal al área de estudio y sólo se vincula parcialmente con el municipio de Avellaneda. En tanto que el Camino Presidente Perón en Lomas de Zamora es una alternativa de vinculación con la red de autopistas metropolitanas pero alejadas de las principales centralidades de los municipios estudiados y sin conexión directa con el centro metropolitano. La estructura de circulación se caracteriza por desarrollarse sobre un eje lineal dominante, de sentido norte-sur, conformado por la avenida H. Yrigoyen y el ferrocarril Gral. Roca, en torno a cuyas estaciones se configuran las principales centralidades de los municipios. En materia ferroviaria, cada una de las cabeceras municipales constituye un foco relevante, ya que se encuentran entre las estaciones de mayor movimiento de pasajeros.<sup>5</sup>

Sobre la estructura vial principal se desarrolla una importante oferta de líneas de buses.<sup>6</sup> La red de servicios nacionales sigue las principales avenidas, con cierto carácter lineal y es muy densa en Avellaneda y Lanús, puertas de acceso al distrito capital. Los servicios provinciales vinculan los municipios entre sí y con los municipios vecinos, con una organización no lineal (cobertura de franjas) y más diversificada que la anterior. Por último, los servicios municipales sirven a los viajes de proximidad hacia las diferentes centralidades locales (Figuras 2, 3 y 4).

Esta limitación en la oferta de autopistas coloca al eje sur en una situación diferencial con respecto a otros ejes radiales metropolitanos (sudeste, sudoeste, oeste y especialmente el eje norte), que han registrado transformaciones significativas en usos del suelo y nuevas centralidades en relación con la reestructuración de la red de autopistas desarrollada durante la década de 1990. No obstante, esta limitación puede evaluarse como una potencialidad del eje a la hora de consolidar su oferta y plantear desarrollos urbanos orientados hacia el transporte público. Esta potencialidad se amplifica en el largo plazo ante las tensiones y conflictos diversos que exhiben los modelos de movilidad basados en el automóvil y asociados con un cierto proceso de privatización de la movilidad. Entre esas tensiones

5. En función de los pasajeros diarios por estación, después de Constitución (189.629), se ubican en orden de importancia Lomas de Zamora (46.622), Lanús (40.765), Temperley (30.726), Banfield (25.354) y Avellaneda (22.844). Fuente: INTRUPU-BA (Secretaría de Transporte de la Nación, 2006-2007).

6. Existe una oferta diferencial de “combis” (un tipo de minibús con capacidad para 20 personas), que prestan un servicio más rápido que el del bus común, pero con precios 10 veces superiores. Su oferta está dirigida a quienes tienen mayores ingresos y pueden sostener una tarifa más cara a cambio de mayor comodidad y menores tiempos de viaje.



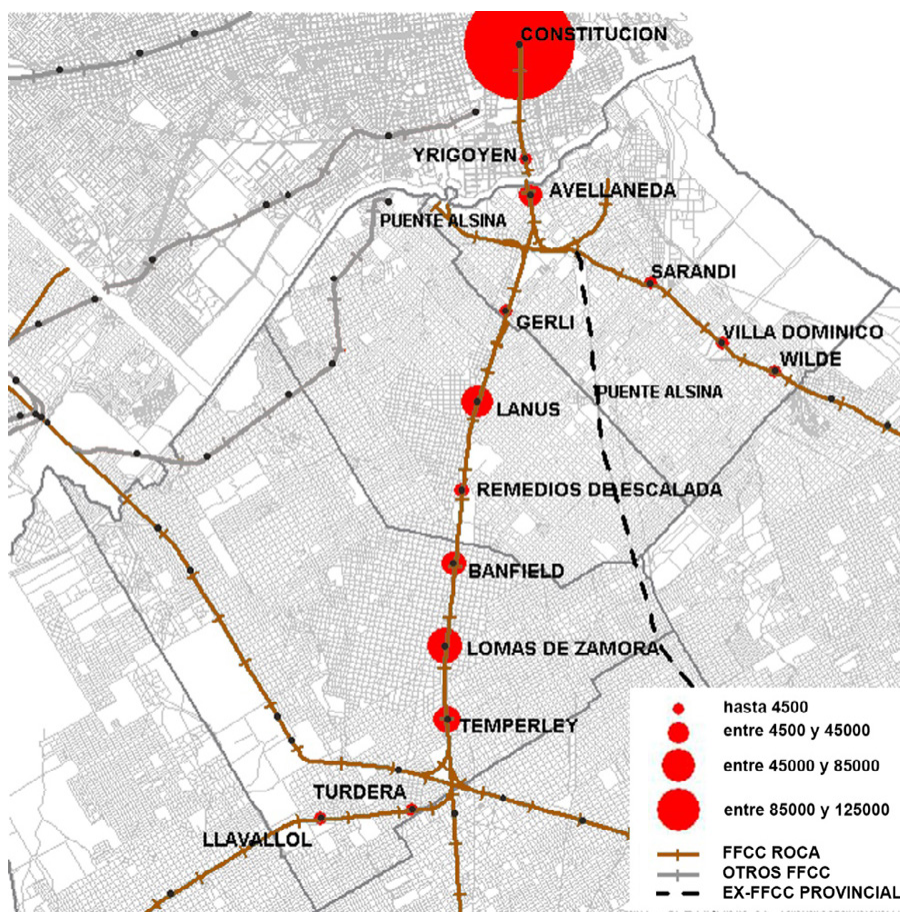


Figura 2. Líneas ferroviarias y pasajeros por estación en el eje del FFCC Roca. Fuente: Elaboración propia sobre datos de INTRU-PUBA (Secretaría de Transporte de la Nación, 2006-2007).

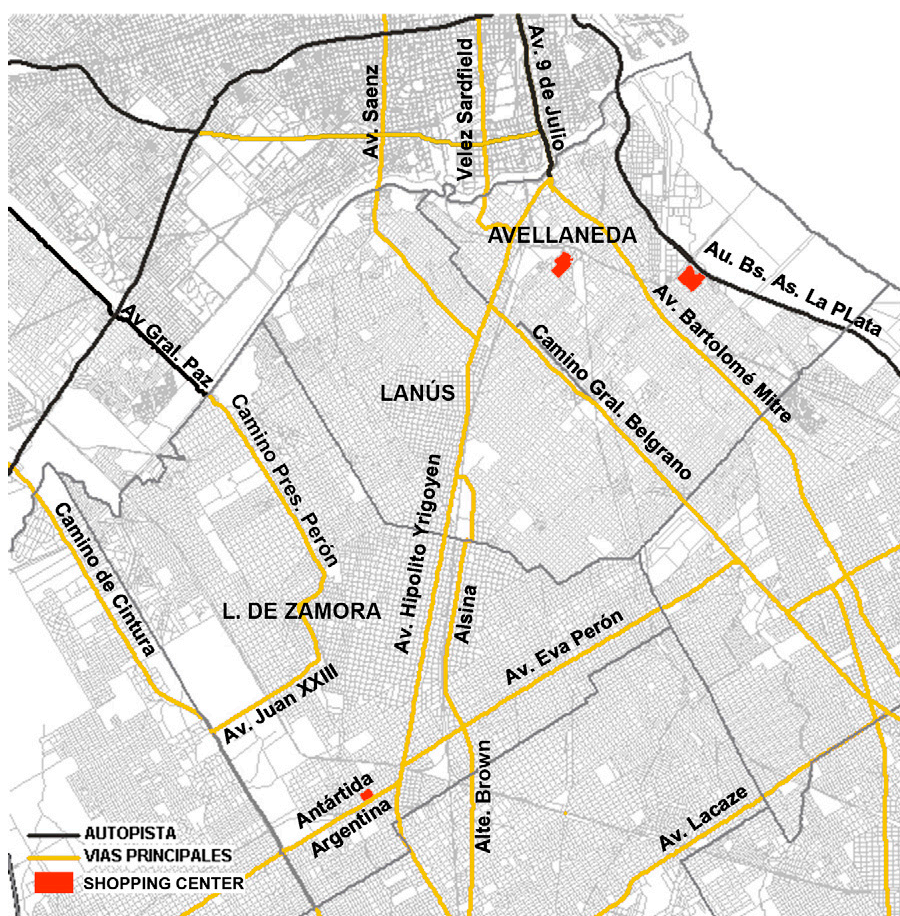
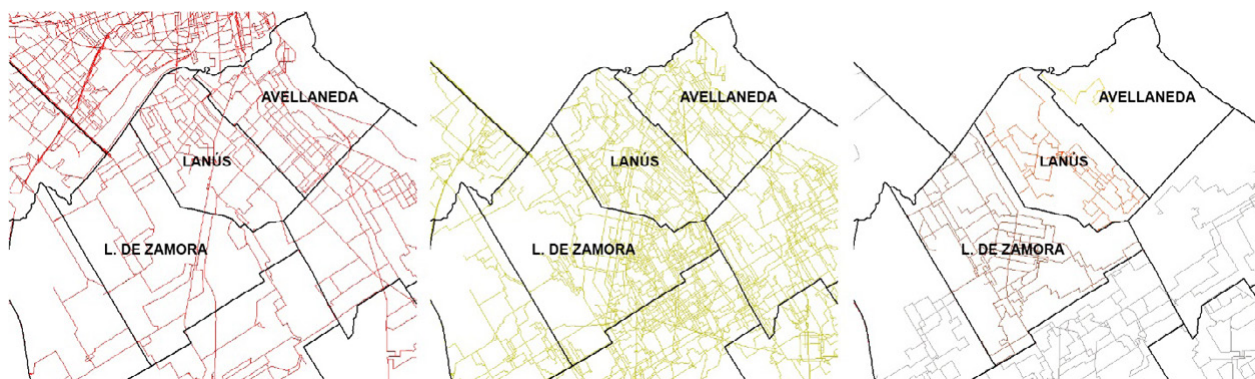


Figura 3. Vialidad primaria en los municipios de estudio. Fuente: Elaboración propia, 2014.



son de particular relevancia las vinculadas con la segregación social, la sostenibilidad ambiental, la apropiación y el uso diferencial de la ciudad, cuyas manifestaciones ya es posible identificar en la RMBA (Blanco, Bosoer y Apaolaza, 2014).

En el análisis de los viajes realizados en el eje sur, de acuerdo a los datos de la ENMODO (2009-2010), se observa que el motivo trabajo presenta el porcentaje más alto, seguido de los viajes por estudio (en torno al 40% y el 30% respectivamente). El motivo compras, un importante indicador de centralidad, ocupa el cuarto lugar, con el 7,2% de los viajes.

El principal modo de transporte utilizado es el bus (41,8%), seguido de los viajes a pie (24,8%), en automóvil particular (15,3%) y en ferrocarril (6,8%). En términos proporcionales, disminuye el uso del ferrocarril y aumenta el del automóvil privado de acuerdo a la cercanía de los municipios a la CABA, siendo Avellaneda el de mayor porcentaje (18,4%), seguido por Lanús (15,5%) y Lomas de Zamora (15%).

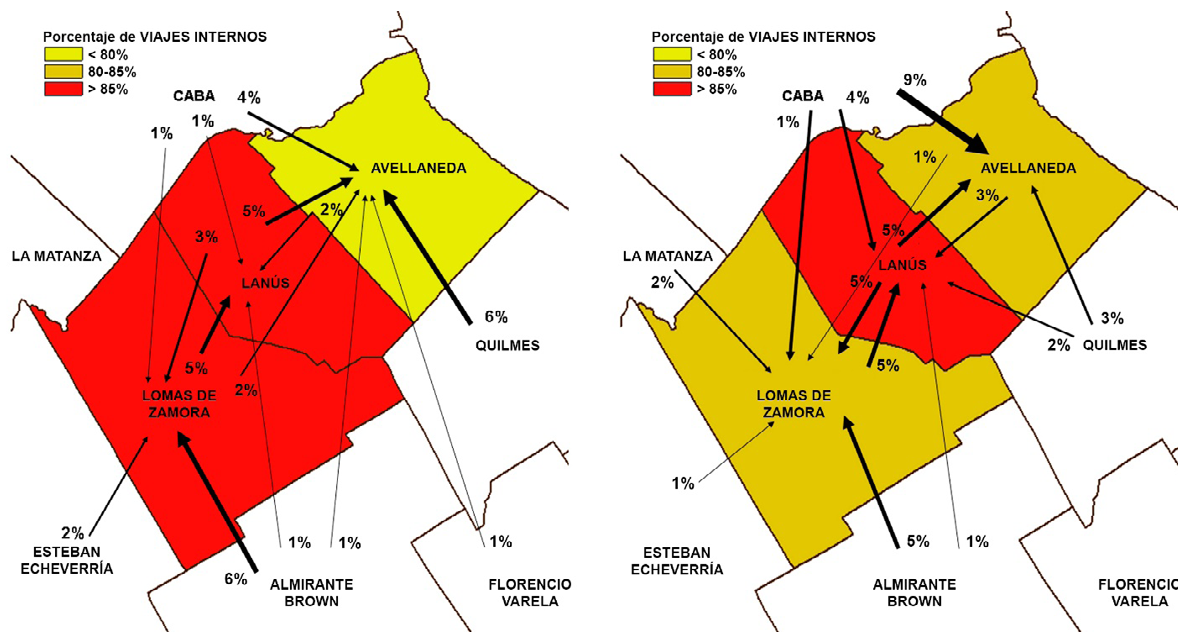
Según esta encuesta, el destino de los viajes responde a una dinámica focalizada en la relación intramunicipal, dado que aproximadamente el 84% de los mismos terminan en el mismo partido de origen. Esta dinámica se repite si se analiza separadamente el motivo compras, según el cual el 82% de los viajes en promedio tienen origen y destino en las centralidades al interior del propio municipio, mientras que el porcentaje restante tiene como origen principal los otros dos municipios de estudio (6%), seguidos por la CABA (5%) (Figura 5).

A pesar del fuerte peso de los viajes intramunicipales, las relaciones funcionales insinuadas en los datos de movilidad dan cuenta de la existencia de articulaciones importantes entre los tres municipios de estudio. Una primera relación se puede observar a nivel del corredor: predomina una movilidad direccionada por los principales ejes estructuradores del transporte con una tendencia predominante desde la periferia hacia el centro. En segundo lugar, hay interacciones significativas entre los tres municipios, con intercambio de viajes entre ellos, confirmando el predominio del sentido “hacia el centro”. Finalmente, cada una de las centralidades atrae viajes de sus municipios vecinos por fuera del área de estudio, constituyéndose en centralidades de referencia a escala regional. Es posible que el limitado desarrollo de nuevas centralidades haya contribuido a mantener y reactivar las centralidades tradicionales. En otros ejes metropolitanos, los nuevos enclaves del terciario y el consumo, habitualmente localizados en ejes de autopistas y en emplazamientos más externos a las centralidades tradicionales, atraen viajes en sentido centro - periferia.

Cabe aclarar además que la ENMODO ha sido procesada para cada municipio, pero no permite afirmaciones respaldadas sobre fragmentos de esos municipios, como son las áreas centrales, motivo por el cual se ha desarrollado la encuesta de movilidad que se describe más adelante.

Figura 4. Mapa de buses: red nacional, provincial y municipal en los municipios de estudio. Fuente: Elaboración propia sobre datos de INTRUPUBA (Secretaría de Transporte de la Nación, 2006-2007).





### Las tendencias de reestructuración de la centralidad comercial

En los municipios de estudio, el comercio de calle aparece beneficiado por el peso y madurez de los subcentros tradicionales, la ausencia de autopista y enclaves corporativos, así como por la escasa presencia de *shopping centers*, los cuales se limitan al Alto Avellaneda Shopping Mall (1995), el Parque Comercial Avellaneda (1997) -fuera del corredor analizado, en relación con la autopista Buenos Aires-La Plata-, y el Portal Lomas (1993), sin registrarse nuevos emprendimientos en los años 2000 (ver Figura 3).

Los entornos de las estaciones ferroviarias y algunos corredores vinculados a arterias importantes mantienen -y renuevan- su rol aglutinador del comercio tradicional cotidiano o suburbano especializado, y de un parque edilicio residencial, con origen mayoritariamente en los años '70, este último con ciertos indicios de degradación y estancamiento. Sin embargo, desde los 2000 los edificios de vivienda multifamiliar en altura se han casi duplicado, tendiendo a separarse de las estaciones y principales avenidas, fijadas como áreas de desarrollo prioritario por los respectivos códigos de planeamiento municipal (Ciccolella, Vecslir y Baer, 2015). A la vez, han ido surgiendo nuevos focos o ejes comerciales y gastronómicos en contigüidad a los centros tradicionales. Estos repiten algunas características de funcionamiento y sinergias entre actividades, propias de un *shopping* "a cielo abierto", inserto en la trama urbana. El reciclaje de antiguas tipologías de vivienda unifamiliar para alojar cadenas de indumentaria y *fast food*, tiendas de decoración, gastronomía especializada y servicios personales, convive con los equipamientos existentes, sobre todo centros educativos o de salud privados, en un proceso de "extensión selectiva" de la centralidad tradicional, con mayor dependencia del vehículo privado (Vecslir et al., 2016).

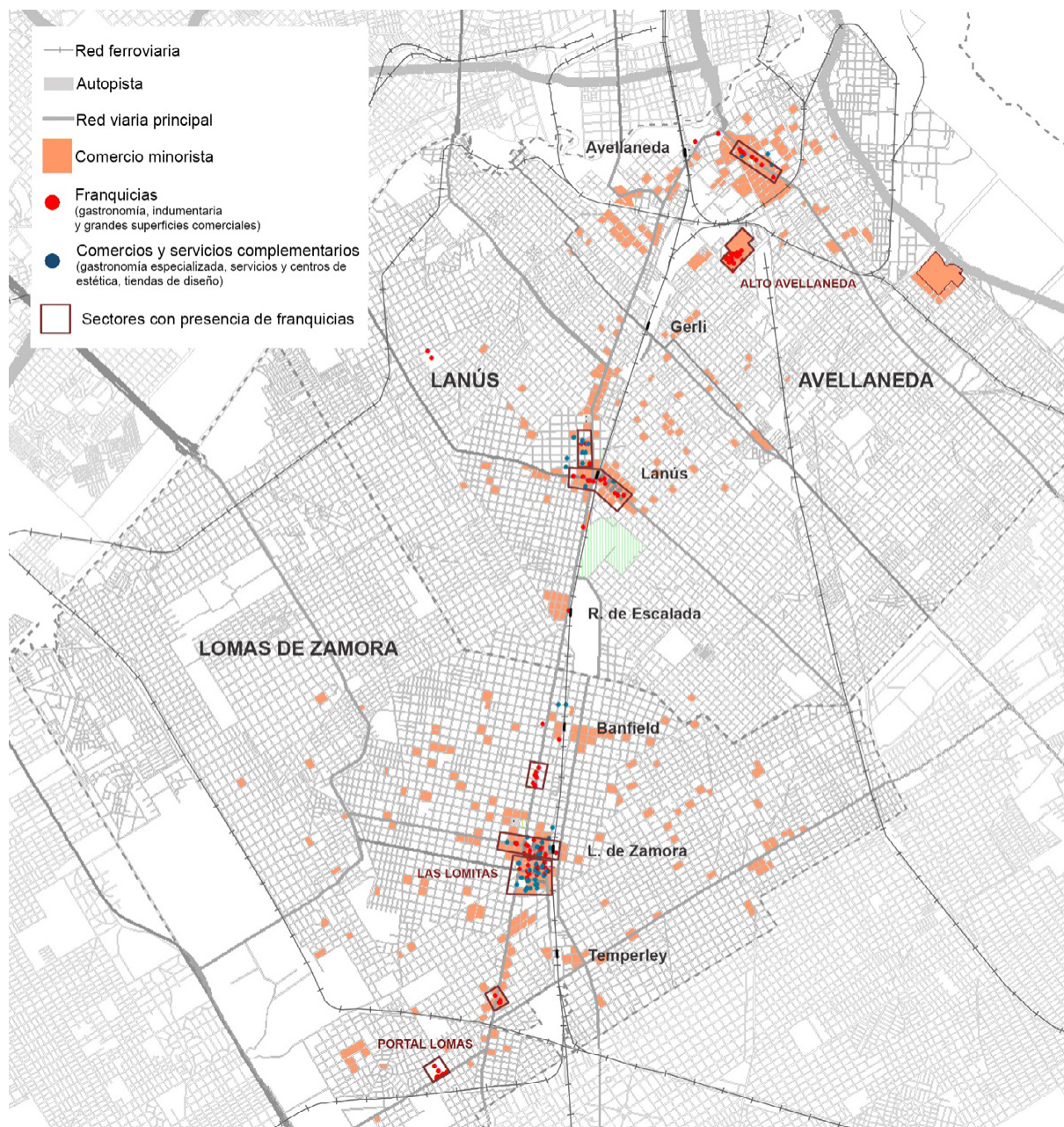
Para un análisis pormenorizado de estas tendencias de reestructuración de la actividad comercial se procedió a relevar la localización actual de los locales de venta minorista.<sup>7</sup> En segundo término, se realizó un análisis específico de 36 firmas bajo el sistema de franquicia,<sup>8</sup> agrupadas según tres categorías: "gastronomía", "indumentaria", y "grandes superficies", utilizando como fuente los sitios web de dichas marcas.<sup>9</sup> Asimismo, se identificaron algunos comercios de gastronomía especializada, tiendas de diseño, servicios y centros de estética, que actúan de manera sinérgica con las anteriores (Figura 6).

Figura 5. Total de viajes con destino en los municipios de estudio (izq.). Viajes por motivo compras con destino en los municipios de estudio (der.). Fuente: Elaboración propia sobre datos de la ENMODO (2009-2010).

7. Se utilizó la herramienta Google Maps, que a su vez contiene los datos de la guía de comercios y servicios Páginas Amarillas. En el relevamiento original (Vecslir y Blanco, 2014), las actividades comerciales aparecen desglosadas en cinco categorías: "servicios personales" (bancos, aseguradoras, mutuales, cajeros automáticos); "indumentaria" (locales de ropa, zapaterías, casas de deporte, lencerías); "gastronomía" (bares, restaurantes); "tecnología" (celulares, computación, electrodomésticos) y "comercio especializado" (autopartes, concesionarios, mueblerías, viveros).

8. El sistema de franquicias en Argentina nació en los años '90 con la llegada de las cadenas de *fast food* americanas. Actualmente, cuenta con más de 700 empresas (un 90% nacionales), 28.000 locales y canaliza el 22% de las ventas minoristas (Canudas, 2015).

9. Dentro de la categoría "gastronomía" se relevaron nueve empresas franquiciantes de *fast-food*, cafés y heladerías (dos norteamericanas, una española y el resto nacionales). Se estudiaron 14 marcas de "indumentaria" de mujer, hombre y niños, calzado y deportes; todas ellas de origen nacional excepto las dos firmas deportivas. Dentro de las "grandes superficies" se relevó un total de once grandes cadenas de hipermercados, *home centers*, electrodomésticos, multicines y bingos.



Como resultado de este análisis, se observa que, en general, el comercio local y más popular se ha mantenido próximo a las estaciones ferroviarias, con dominancia sobre los ejes tradicionales (Av. Bartolomé Mitre y Belgrano en Avellaneda, 25 de Mayo - 9 de Julio en Lanús, Boedo y peatonal Laprida en Lomas de Zamora).

Figura 6. Centralidades comerciales en los municipios de estudio. Fuente: Elaboración propia, 2014-2015.

Fuera de estos sectores, la Av. H. Yrigoyen y, de manera complementaria, la Av. Alte. Brown y Av. Alsina, funcionan -a semejanza de lo que sucede con otros corredores arteriales de la región- como ejes estructurantes del comercio y los servicios que atraviesan diversos municipios. La intensidad de uso peatonal de estas avenidas disminuye progresivamente a medida que nos alejamos de las estaciones; y la actividad comercial va cambiando hasta convertirse en un tipo de comercio suburbano especializado (muebles, repuestos, concesionarios de automóviles, venta de sanitarios, ferreterías, etc.). Los entornos de algunas calles (Pte. Perón en Valentín Alsina) y estaciones ferroviarias secundarias (Remedios de Escalada, Gerli, Banfield y Temperley) también presentan variedad de comercios y servicios cotidianos.



Sobre este entramado comercial, el patrón territorial de distribución de las franquicias resulta representativo de las nuevas formas y opciones localizativas del comercio de calle. A grandes rasgos, se detectan cuatro modalidades de aglomeración:

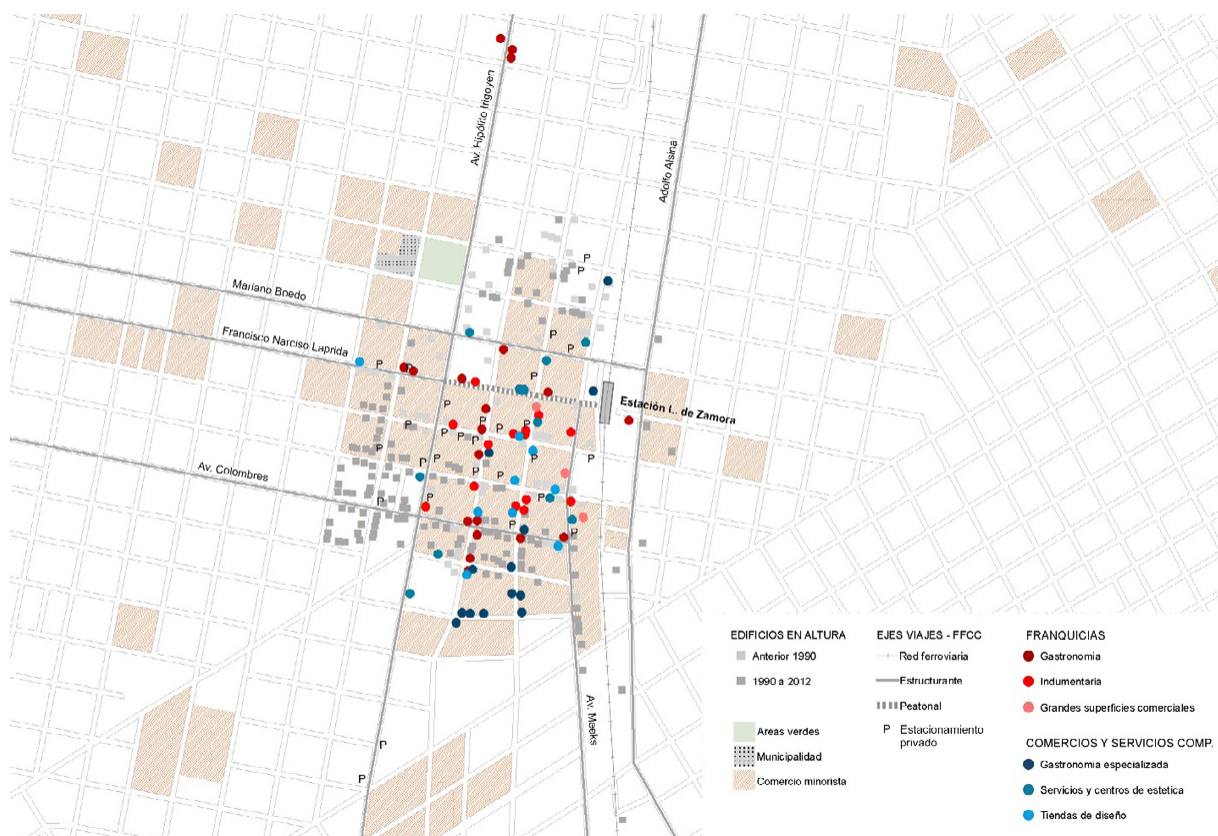
- » En primer lugar, casi la totalidad de las firmas relevadas se encuentran posicionadas en los dos *shoppings* existentes en el corredor de estudio: Alto Avellaneda y Portal Lomas.
- » En segundo término, en las calles peatonales o semi-peatonales de Lomas de Zamora y Lanús, y sobre la Av. Bartolomé Mitre en Avellaneda, los locales de franquicia -mayormente *fast-food*, cafeterías y heladerías, indumentaria deportiva y electrodomésticos- conviven con el comercio local tradicional.
- » En tercer lugar, destaca la emergencia de nodos comerciales sobre la Av. H. Yrigoyen, a la altura de las localidades de Banfield y Temperley, en proximidad a dos hipermercados. Allí coexisten estas grandes superficies con locales de *fast food*, los *outlet* de franquicias de indumentaria, y otros comercios de extrarradio como concesionarios, ferreterías y grandes farmacias *multirrubro*.
- » Por último, las dinámicas más recientes han desplazado los emprendimientos inmobiliarios residenciales y la nueva actividad comercial hacia algunas áreas contiguas a los centros tradicionales. Si bien la aparición de servicios terciarios complejos (oficinas *premium*, hotelería internacional) es muy incipiente, algunas calles laterales en Lanús y Avellaneda -convertidas en nuevos ejes de gastronomía especializada-, y principalmente la zona apodada "Las Lomitas" -ubicada hacia el sur del centro tradicional del municipio de Lomas de Zamora-, evidencian una importante revitalización del comercio de calle.

## El área central de lomas de zamora: verticalización, franquicias y sinergias funcionales

En base al relevamiento anterior, se optó por hacer foco sobre el área central de Lomas de Zamora, considerándola la más representativa de los municipios en estudio en relación a las dinámicas de verticalización residencial y revitalización comercial a partir de la localización de franquicias y otras actividades complementarias.

La Figura 7 da cuenta de la aglomeración de estas últimas hacia el sur de las calles comerciales tradicionales -Boedo y peatonal Laprida-, en un sector que abarca poco más de diez cuadras, conocido popularmente como Las Lomitas. Allí, el reciclaje de antiguas viviendas unifamiliares para alojar franquicias de primeras marcas de indumentaria y gastronomía, convive con los centros educativos o de salud privados preexistentes, nuevos locales de comida étnica, *restó* y *café boutiques*, tiendas de decoración, muestras de arte, gimnasios y centros de estética.

A finales de los años '90, al mismo tiempo que se empezaban a construir nuevos edificios en altura en la zona, el primer local en instalarse fue el restaurante La Quintana, en la esquina de Italia y Colombres. De forma paulatina, surgieron más locales gastronómicos especializados y finalmente llegaron las franquicias. Así, el tejido que antes configuraba un barrio de casas bajas se fue transformando en un nuevo "polo comercial y gastronómico" de alta densidad residencial. Con diferentes grados de desarrollo, este proceso se ve actualmente replicado en otros municipios de la zona sur, cuyos centros tradicionales se prolongan con una oferta alternativa de servicios -inicialmente de gastronomía especializada- hacia ejes que se adentran en la trama urbana existente, y que



con frecuencia traen aparejadas obras y mejoras en el espacio público. Tal es el caso de las calles Cordero y Nother en Adrogué, y de la calle Del Valle Iberlucea y alrededores en Lanús. En este último, la Municipalidad buscó promover la actividad comercial a través de una ordenanza con beneficios impositivos para la instalación de locales.

En el caso de Lomas de Zamora, a partir del 2012, este proceso se vio acompañado por un convenio de colaboración entre la Municipalidad, la Cámara Regional de Comercio e Industria de Lomas de Zamora y el Programa de Desarrollo de Pymes en Centro Comerciales a Cielo Abierto de la nación. En el 2013, se realizaron mejoras de urbanización del espacio público en la peatonal Laprida con la integración de acera y calzada, nuevos pavimentos, luminaria y mobiliario urbano; y posteriores intervenciones en Boedo y otras calles del “área central extendida” fueron convirtiéndose en “marca” del municipio. Otras acciones se han orientado directamente a la promoción de los comercios, a través de diferentes campañas comerciales (como el *Black Friday*) y eventos culturales utilizados como factores de atracción a los centros (por ejemplo, ciclo *gallery night* o festejo del día del niño). Bajo las mismas políticas de “centro comercial a cielo abierto”, se ha buscado erradicar el comercio ambulante del entorno de la peatonal, quedando reducido al sector de la estación.

En esta zona todavía existen algunos locales a la venta, con un valor promedio de 3.000 dólares por m<sup>2</sup>, aunque la mayoría de las inversiones recientes se orientan hacia los desarrollos residenciales de vivienda multifamiliar en altura<sup>10</sup>.

Respecto a los mismos, la década de los setenta resultó un primer momento clave para la verticalización de las áreas centrales analizadas. Los edificios producto de este primer proceso de desarrollo se ubicaron preferencialmente a lo largo de las principales avenidas y en los entornos inmediatos a las estaciones ferroviarias. Luego de dos décadas de estancamiento, durante los 2000, a semejanza de otras

Figura 7. Actividad comercial y edificios en altura en el área central de Lomas de Zamora. Fuente: Elaboración propia, 2014-2015. Nota: Se consideraron a los edificios con más de 6 pisos, o emprendimientos que implicaron englobamientos parcelarios. Metodológicamente, se inició el relevamiento en el entorno de las estaciones y principales calles comerciales y se extendió hasta donde existían manzanas contiguas con presencia de edificios en altura.

10. <http://www.topinmobiliario.com/home/index.ashx>



localidades de la RMBA (Quilmes, Ramos Mejía, San Miguel), un enérgico redesarrollo inmobiliario residencial afectó estas mismas áreas pero con ciertas variaciones. Los emprendimientos, en su mayoría destinados a satisfacer la demanda de un sector poblacional de medianos y altos ingresos ya radicado en estos municipios, tendieron a buscar calles interiores, alejadas del ruido del tráfico y los principales intercambiadores de transporte público. Este cambio en la lógica locacional de la residencia multifamiliar introdujo altas edificabilidades que, si bien estaban contempladas por los respectivos códigos de planeamiento municipales, generó un impacto inesperado en el paisaje urbano local, arrojando alturas inusuales en áreas que hasta ese momento eran residenciales de baja densidad. En este sentido, tal como ha sucedido en otros municipios de la región metropolitana, la asimilación acrítica del código urbano de la CABA ha derivado en una serie de problemas, como la excesiva altura registrada en relación a los anchos de vía existentes y la “verticalización discontinua” de áreas interiores fuera de los corredores previstos como de desarrollo prioritario.

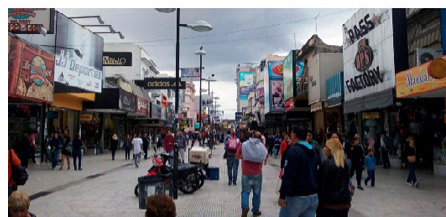
Como se ha señalado, las nuevas modalidades locacionales del comercio de calle -acompañadas en ciertos casos por un intenso desarrollo residencial en altura- han generado en este sector del CB, una diversidad de subcentralidades que se relacionan de manera específica con los modos y espacios de la movilidad cotidiana, destacando el alto uso del transporte público.

Podemos sintetizar esta relación en cinco tipologías o perfiles comerciales característicos: (a) peatonal, (b) calles en polo comercial y gastronómico de diseño, (c) avenida comercial, (d) corredor comercial suburbano, y (e) enclaves en torno a *shoppings* o grandes superficies (Figura 8).

Según la secuencia enunciada, la proporción de espacio peatonal disminuye (del 100 al 25%), paralelamente al incremento de aquel destinado a la movilidad privada. En las dos primeras tipologías (peatonales y calles en polos comerciales y gastronómicos de diseño), resultan recurrentes las operaciones de ensanchamiento de veredas, nuevos pavimentos, luminaria y mobiliario urbano. En cambio, el espacio público de avenidas, corredores y enclaves comerciales presenta, en ese orden, progresivos indicios de degradación o falta de acondicionamiento para el transporte público (interrupción de aceras, escasez de cruces peatonales, deterioro de paradas, etc.). Los corredores comerciales, antiguas vías estructurantes del crecimiento y de conexión con el distrito capital u otros municipios vecinos (ej. Av. H. Yrigoyen), aún conservan un perfil de ruta (con separador central, aceras reducidas, luminaria de vía rápida, etc.), que no resulta acorde al grado de urbanización e intensidad de uso cotidiano de sus bordes.

La accesibilidad desde el ferrocarril, medida en función de la proximidad a la estación más cercana, disminuye según la secuencia tipológica enunciada (de 0-400 mts en peatonales a más de 1.500 mts en el caso de *shopping centers*); mientras que la oferta de buses en avenidas comerciales (ej. 26 líneas a lo largo de la Av. Mitre) llega a triplicar la existente en enclaves en torno a grandes superficies (ej. 12 líneas en el *shopping* Alto Avellaneda y 6 en Portal Lomas).

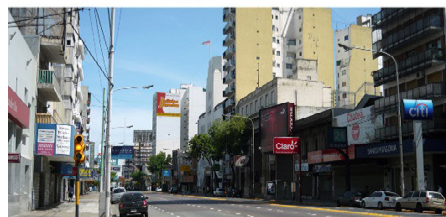
Si bien la medición de la accesibilidad en vehículo forma parte de la encuesta realizada en el área central que se describe a continuación, la concentración de estacionamientos privados en el sector de Las Lomitas da cuenta de una mayor dependencia de este modo de transporte para acceder al nuevo distrito comercial y gastronómico, contiguo al centro tradicional (Figura 7).



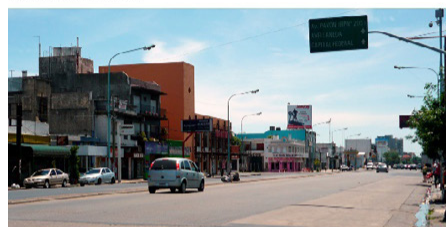
a) peatonal



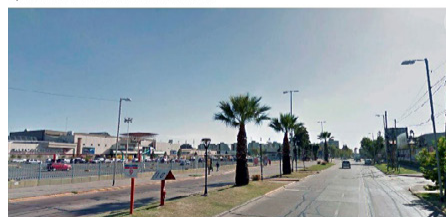
b) calles en polo comercial y gastronómico de diseño



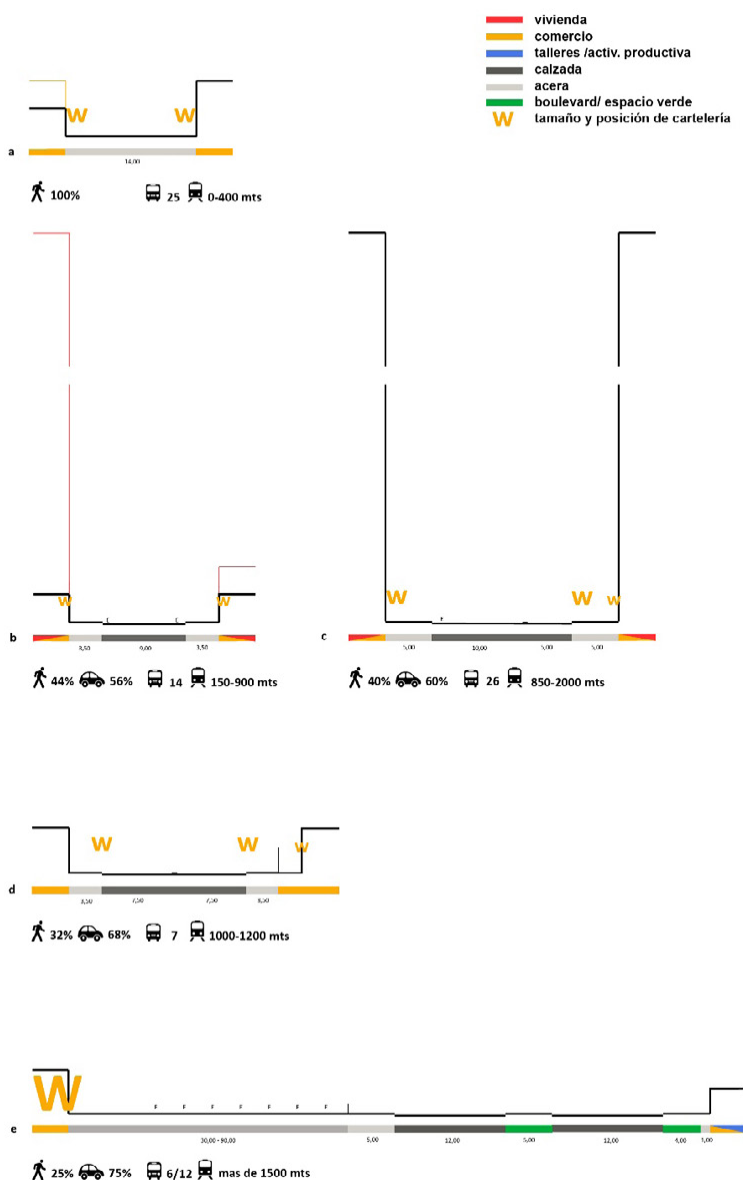
c) avenida comercial



d) corredor comercial suburbano



e) enclaves en torno a shoppings o grandes superficies

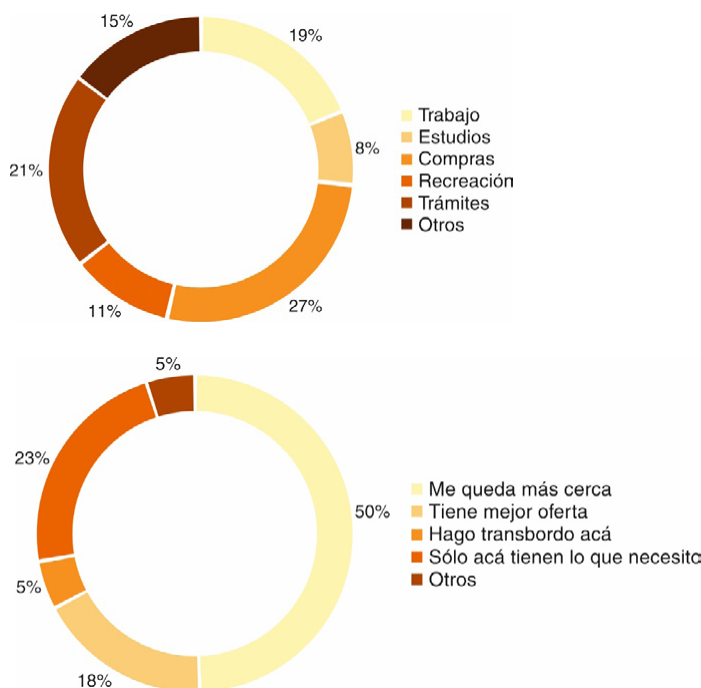


## La movilidad cotidiana en el área central de Lomas de Zamora

Las encuestas realizadas en el área central de Lomas de Zamora nos permitieron extraer información desagregada acerca de los patrones de movilidad vinculados con el uso de la centralidad -complementaria a la proporcionada por la ENMODO a nivel municipal-, indagando en torno del motivo, elección, frecuencia, tiempo y origen de los viajes hacia este sector en particular.

Las encuestas se realizaron durante la semana del 2 al 9 de julio de 2016, en franjas horarias de la mañana, mediodía y tarde, incluyendo tanto días hábiles como sábado por la mañana, es decir, que se cubrió un amplio horario coincidente con el uso de la centralidad. El equipo de campo estuvo formado por seis encuestadoras que realizaron 404 encuestas presenciales de interceptación en cuatro puntos clave (en proximidad de la estación ferroviaria, en la calle Boedo y en la peatonal Laprida

Figura 8. Tipologías o perfiles comerciales característicos.  
Fuente: Elaboración propia, 2016.



-esquina H. Yrigoyen-, y en el epicentro del área de Las Lomitas). Paralelamente, se realizaron encuestas autocumplimentadas en diez locales comerciales a cuyos responsables se les solicitó un registro de la localidad de origen de los clientes, aportándose 370 respuestas.

De acuerdo con el resultado de la encuesta, el centro de Lomas de Zamora atrae una importante cantidad de viajes relacionados con compras, recreación y trámites. Estos tres motivos agrupan el 60% de los viajes, denotando las funciones características de la centralidad. Es importante destacar la diferencia entre estos valores (27% de viajes por compras) y el porcentaje de viajes por compras para todo el municipio que resultaba de la ENMODO (7%), lo que da cuenta de la especialización funcional del área central. El peso del motivo trabajo (19%) también puede asociarse con atributos de centralidad, al significar que una cantidad importante de empleos se concentran en el área central (Figura 9).

La consulta acerca de las razones de elección del centro de Lomas de Zamora para realizar actividades de compras, recreación y trámites, dio como resultado un importante peso de la cercanía (50%), que se condice con la movilidad intramunicipal ya señalada pero que, además, podría estar fortalecida por la accesibilidad (cercanía relativa) conferida por la configuración de las redes de transporte municipales, convergentes en el área central del municipio. Algo de esto se refuerza con las respuestas que vinculan el uso de la centralidad con el transbordo en transporte público (5%). Finalmente, hay dos respuestas ("tiene mejor oferta" y "solo acá tienen lo que necesito") que remiten a las propias condiciones de oferta de la centralidad (cantidad de comercios y servicios, variedad, precios, etc.) y que son el motivo de atracción de más del 40% de los entrevistados (Figura 10).

La pregunta acerca de la frecuencia de viaje da cuenta de un peso de las actividades rutinarias, en las que cobra importancia el viaje diario al trabajo. La baja frecuencia semanal y el acceso ocasional pueden considerarse como indicios de ofertas diversificadas y complejas de productos y servicios, que exceden la escala temporal de la cotidianeidad (Figura 11).

Los modos de acceso al área central de Lomas revelan el peso del transporte público, que en sus distintas ofertas sumadas alcanzan al 60% de los encuestados. La encuesta aporta,

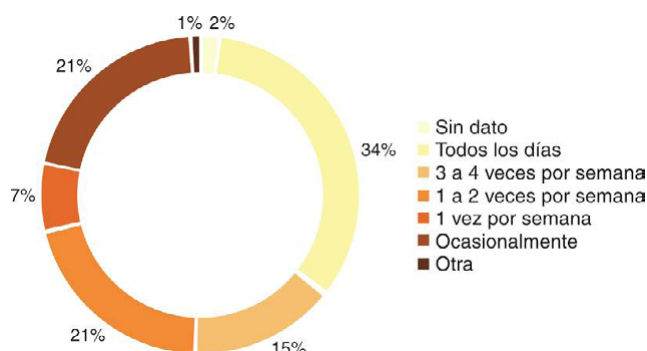


Figura 11. Frecuencia de los viajes.  
Fuente: Encuesta PICT, 2016.

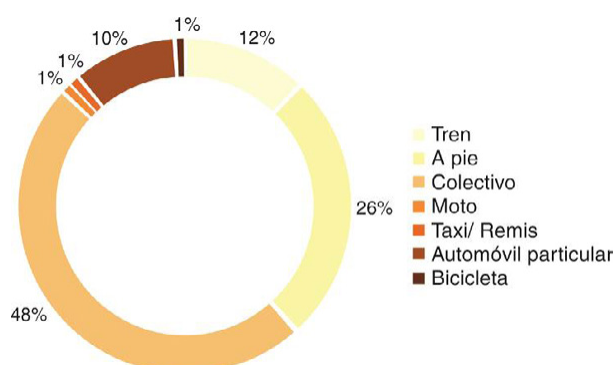


Figura 12. Modo de transporte.  
Fuente: Encuesta PICT, 2016.

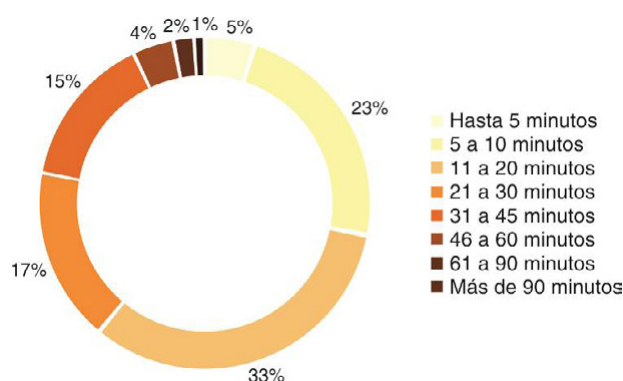


Figura 13. Tiempo de los viajes.  
Fuente: Encuesta PICT, 2016.

asimismo, otros datos relevantes: el porcentaje significativo de accesos a pie (26%), que revelan una movilidad de proximidad probablemente asociada con la densidad residencial del entorno; el limitado uso de la bicicleta para acceder al área central que, por otro lado, no tiene ninguna adecuación especial para la circulación en ese modo de transporte; y el relativamente bajo valor de llegada en automóvil particular (10%), aun cuando un 59% de los encuestados dijo disponer al menos de un vehículo en el hogar. Este último valor puede estar algo subrepresentado por la metodología de captación de información (a peatones en puntos claves de acceso al área central), no alcanzando a playas de estacionamiento y garages situados al interior del área central. En trabajos de campo se observó la llegada en automóvil para realizar actividades vinculadas con la centralidad, en particular en el área conocida como “Las Lomitas”. Por otra parte, si filtramos el total de viajes en automóvil particular según el puesto de recogida de información, se observa que las encuestas realizadas en Las Lomitas son las que presentan mayor cantidad de viajes, con un 31% del total de viajes en auto (Figura 12).

Las modalidades de acceso a la centralidad se expresan también en los tiempos de viaje. Los encuestados que viajan menos de 20 minutos para llegar al área central de Lomas de Zamora representan más del 60% de la muestra. El peso de los viajes a pie y el uso de colectivos municipales son compatibles con estos tiempos de viajes, pero también lo es el viaje en



tren, ya que en 20 minutos se pueden recorrer distancias relativamente largas y la estación ferroviaria está integrada totalmente en el centro comercial y de servicios (Figura 13).

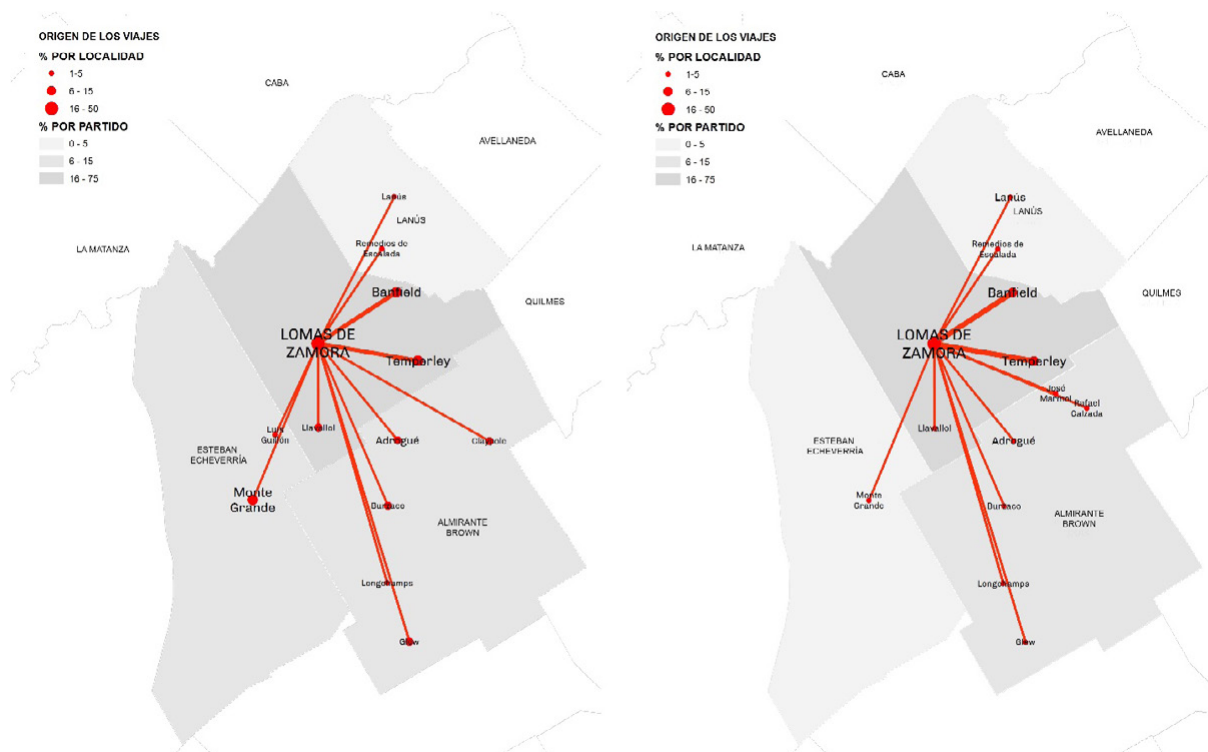
Finalmente, la procedencia de los encuestados aporta una importante información sobre el área de influencia de la centralidad y sus interacciones con otros municipios. Se destaca, en primer lugar, la atracción de viajes en las localidades del propio municipio (Lomas de Zamora, Temperley, Banfield, Lavallol), que representan una importante cantidad (65% según las encuestas “en calle” y 74% según las encuestas autocumplimentadas en comercios), pero bastante menos que los datos generales de la ENMODO, revelando así que ese fragmento del municipio (su área central) tiene un atractivo particular por fuera del propio municipio. En segundo lugar, queda de manifiesto la influencia que tiene la centralidad sobre Lanús y los dos municipios colindantes hacia la periferia (Almirante Brown y Esteban Echeverría), confirmando la tendencia de atracción dominante desde el centro hacia la periferia o, lo que es lo mismo, el movimiento desde la periferia hacia el centro (Cuadro 1, Figura 14).

*Cuadro 1. Origen de los viajes. Fuente: Encuesta “en calle” (izq.) y encuesta autocumplimentada en comercios (der.), PICT, 2016.*

MUNICIPIOS y localidades de origen	Nº	%	MUNICIPIOS y localidades de origen	Nº	%
LOMAS DE ZAMORA	264	65	LOMAS DE ZAMORA	275	74
Lomas de Zamora	175	43	Lomas de Zamora	177	48
Temperley	44	11	Temperley	52	14
Banfield	36	9	Banfield	37	10
Lavallol	9	2	Lavallol	9	2
ALMIRANTE BROWN	44	11	ALMIRANTE BROWN	37	10
Adrogué	13	3	Adrogué	15	4
Glew	9	2	Glew	4	1
Burzaco	8	2	Burzaco	6	2
Longchamps	6	1	Longchamps	4	1
Claypole	8	2	Rafael Calzada	4	1
ESTEBAN ECHEVERRÍA	40	10	José Mármol	4	1
Monte Grande	34	8	ESTEBAN ECHEVERRÍA	8	2
Luis Guillón	6	1	Monte Grande	8	2
LANÚS	11	3	LANÚS	18	5
Lanús	5	1	Lanús	11	3
Remedios de Escalada	6	1	Remedios de Escalada	7	2
OTROS	45	11	OTROS	32	9
Total	404	100	Total	370	100

## Primeros apuntes acerca de las políticas públicas

El análisis realizado permite verificar la capacidad de atracción del área central de Lomas de Zamora sobre sus municipios vecinos. Este rasgo de centralidad a escala supramunicipal resulta importante en el marco de un planeamiento regional que sistemáticamente se ha opuesto a la desconcentración de funciones de equipamiento público, terciarias y administrativas de la Ciudad de Buenos Aires. Las recientes políticas públicas e intervenciones urbanísticas en el “área central expandida” y en los “distritos económicos” han reforzado la tradicional visión monocéntrica que existe de la capital



respecto de su región metropolitana (Vecslir y Elinbaum, 2016), soslayando la existencia de múltiples procesos de reestructuración urbana que, como los estudiados, manifiestan atributos alternativos o complementarios de centralidad en el territorio del CB.

Figura 14. Origen de los viajes. Fuente: Encuesta "en calle" (izq.) y encuesta autocumplimentada en comercios (der.), PICT, 2016.

A nivel local y en relación a estos procesos, las políticas públicas se han limitado a los ajustes normativos frente a la desmedida verticalización de algunas calles interiores. En el caso de Lomas de Zamora, la reactivación del uso comercial se vio acompañada además por intervenciones municipales de mejora del espacio público, las cuales, sin embargo, a partir de las primeras entrevistas realizadas,<sup>11</sup> parecen no articularse con los programas de otras áreas de la Municipalidad (Transporte, Tránsito, Medio Ambiente, Desarrollo Social, Cultura, etc.), ni con los lineamientos de un plan urbanístico general.

En cambio, sí estuvieron relacionadas, por lo menos en un inicio, con las iniciativas promovidas desde la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME, a través del Programa de Desarrollo de Pymes en Centro Comerciales a Cielo Abierto (PROCOM)). Esto llevó a indagar qué otros casos de cooperación con cámaras de comercio y municipios existían en el CB, relevando 30 iniciativas que involucran 10 de los 24 municipios,<sup>12</sup> justificadas en la mayoría de los casos, como respuesta a la progresiva pérdida de atracción de las áreas centrales tradicionales y la declinación de la dinámica comercial minorista ante el surgimiento de los *shoppings* y otras grandes superficies comerciales, la degradación ambiental, proliferación del comercio ambulante y contaminación visual, abogando siempre por el "fortalecimiento de la identidad local" (Vecslir y Rodríguez, 2017).

Sin embargo, aunque el argumento de la valorización identitaria supondría intervenciones específicas que respondan a la idiosincrasia de cada localidad, éstas resultan muy semejantes en todos los casos relevados, orientándose, mayormente, a la peatonalización, ensanchamiento de veredas y/o igualación del nivel de las mismas con el nivel de la calle, ordenamiento y mejora del espacio público (nuevos pavimentos, mobiliario y arbolado urbano) de las calles principales donde se asientan los comercios. También aparecen acciones relacionadas con la normativa de cartelera, cableado subterráneo de redes, y erradicación del comercio ambulante, las cuales se acompañan

11. Se realizaron tres entrevistas semi-estructuradas con los responsables de la Subsecretaría de Obras Públicas de la Municipalidad, de la Cámara Regional de Comercio e Industria de Lomas de Zamora, y del Programa de Desarrollo de Pymes en Centro Comerciales a Cielo Abierto de la nación (PROCOM, CAME).

12. Además de Lomas de Zamora, con distinto grado de concreción, existen iniciativas de CCA en los municipios de Morón (primera experiencia del PROCOM, cuyo acuerdo data del 2000 y la ejecución de la primera fase del 2002), San Fernando, San Isidro, Tigre, Vicente López, Moreno, Hurlingham, Tres de Febrero y San Miguel. Fuera del CB, en la tercera corona metropolitana, también se registran iniciativas en los municipios de Pilar y Luján.

con recomendaciones para la promoción comercial, a través de diferentes campañas y eventos culturales, seminarios de sensibilización y capacitación empresarial, e ideas acerca del gerenciamiento para el desarrollo del centro comercial.

Así, en una primera lectura, se hacen evidentes las limitaciones para la incorporación de políticas integrales de transporte, orientadas al mejoramiento tanto de los flujos de compradores como de la calidad ambiental de estas áreas. La accesibilidad desde el transporte público y privado, la problemática del estacionamiento en playas o en vía pública (potencial competencia con los centros comerciales más orientados hacia el automóvil), reordenamientos de las líneas de buses y acondicionamiento de paradas, etc., quedan relegadas frente a la búsqueda de una “imagen” unitaria del centro como factor de atracción comercial.

Tanto en las opiniones de las personas encuestadas en calle, como en las entrevistas realizadas a los responsables de estas políticas en Lomas de Zamora, el tema de la movilidad fue señalado como una problemática pendiente, reflejada en la poca frecuencia de algunas líneas de transporte público, la dificultad de acceso al centro y el colapso de tránsito y falta de estacionamientos durante los fines de semana, entre otros. También se mencionaron problemas vinculados a la recolección basura, e insuficiencia de infraestructura (especialmente energética) frente al desarrollo comercial y los nuevos edificios en altura.

En síntesis, mientras que los nuevos enclaves terciarios, del ocio y el consumo, localizados en emplazamientos suburbanos y con accesibilidad dependiente de las grandes arterias viarias, atraen viajes en sentido centro-periferia, la ausencia de autopistas, la madurez de los núcleos urbanos y el limitado desarrollo de nuevas centralidades en el corredor sur han contribuido a mantener y reactivar las centralidades tradicionales, con una movilidad desde la periferia hacia el centro.

Frente a una arraigada visión monocéntrica de la RMBA, el análisis realizado muestra el valor de antiguos subcentros (originados en la articulación del sistema de transporte público) que han sabido adaptarse a los nuevos usos y patrones del comercio, que interpelean la rigidez de las normativas municipales vigentes, y plantean desafíos al planeamiento regional en cuanto a su potencial complementariedad que a la vez demanda nuevas políticas de transporte. El corredor sur de la región metropolitana se presenta, de esta manera, como posible alternativa al modelo de nuevas centralidades ya consolidado en el eje norte de la región, fundado en grandes centros de ocio y consumo y equipamientos privados al servicio de barrios residenciales cerrados de baja densidad. Un proceso de reestructuración de la centralidad tradicional donde la movilidad cotidiana desarrollada por transporte público ha contribuido, entre otros factores, a la diversificación y renovación de los tejidos existentes, potenciando por ende el modelo de ciudad compacta. Las dificultades de acceso en automóvil propias de las áreas más densas y compactas de la centralidad (congestión, costo del estacionamiento, ancho de las calles) no han implicado su abandono por parte de este perfil de usuarios de la centralidad, al tiempo que la oferta diferenciada de transporte público sostiene una parte significativa de la vitalidad del centro. Esta vinculación con la movilidad se manifiesta tanto en el uso de la centralidad en camino hacia destinos más alejados, dada por la función de transbordos, como en la facilidad de acceso a actividades comerciales, de servicios y empleos localizados en la propia centralidad.

*Este trabajo se enmarca en el Proyecto de Investigación Científica y Tecnológica (PICT) 2012-2487 “Movilidad cotidiana y reestructuración de la centralidad en el sur de la región metropolitana de Buenos Aires”, que se desarrolla dentro del Instituto de Geografía “Romualdo Ardissonne” (FFyL, UBA), financiado por la Agencia Nacional de Promoción Científica y Tecnológica (FONCyT). Una versión preliminar del mismo fue presentada en el XIV Seminario Internacional: Red Iberoamericana de Investigadores sobre Globalización y Territorio la RII, Monterrey (México), 3 a 7 de octubre de 2016.*

## Bibliografía

- » ABBA, Artemio (2005) *Nuevas lógicas de centralidad urbana en el siglo XXI. Área Metropolitana de Buenos Aires*. Documento de trabajo, CIHaM. Buenos Aires: FADU-UBA.
- » AGUILAR, Adrián (1999) La ciudad de México en la Región Centro. Nuevas formas de la expansión metropolitana. En Delgado J. y B. Ramírez (coords.) *Transiciones. La nueva formación territorial de la Ciudad de México*. México: Programa de Investigación Metropolitana-UAM-Plaza y Valdés ed.
- » AGUILAR, Adrián (2002) Las mega-ciudades y las periferias expandidas. Ampliando el concepto en Ciudad de México. *Eure*, Santiago de Chile, 28 (85), pp.121-149.
- » BLANCO, Jorge (1999) Transporte y espacio urbano en Buenos Aires: Reestructuración de la red de autopistas metropolitanas y cambios en la organización espacial. *1er Encuentro Internacional Humboldt*, Buenos Aires.
- » BLANCO, Jorge (2006) De la noción de impacto a la de procesos asociados. Reflexiones a partir de la relación autopistas-urbanización en la Región Metropolitana de Buenos Aires. *Mundo Urbano* 28. <http://www.mundourbano.unq.edu.ar>
- » BLANCO, Jorge, BOSOER, Luciana, APAOLAZA, Ricardo (2014) Movilidad, apropiación y uso del territorio: una aproximación a partir del caso de Buenos Aires. *XIII Coloquio Internacional de Geocrítica*. Barcelona, 5 al 11 de mayo de 2014.
- » CAME, Confederación Argentina de la Mediana Empresa (2016) Centros Comerciales Abiertos. 15 años. 100 ciudades. Buenos Aires: *Revista Comercial*, Edición especial.
- » CANUDAS, Carlos (2015) Evolución de las franquicias en los últimos años, Buenos Aires, <<https://estudiocanudas.wordpress.com/2015/11/05/evolucion-de-las-franquicias-en-los-ultimos-anos/>>, 5 de noviembre de 2015.
- » CAPRON, Guenola (1996) *La ville privée: les shopping centers à Buenos Aires*. Tesis doctoral, Université de Toulouse II, Groupe de Recherche sur l'Amérique latine.
- » CICCOLELLA, Pablo (1999) Globalización y dualización en la Región Metropolitana de Buenos Aires. Grandes inversiones y reestructuración socioterritorial en los años 90, Santiago de Chile, *Eure*, 76, pp. 5-27.
- » CICCOLELLA, Pablo (2000) Distribución global y territorio. Modernización y concentración comercial en Argentina en los años noventa. *Economía, Sociedad y Territorio*, II (7), pp. 459-496.
- » CICCOLELLA, Pablo (2003) La metrópolis postsocial: Buenos Aires rehén de la economía global. Actas del *Seminario Internacional del Instituto Catalán de Cooperación Iberoamericana*, Barcelona.
- » CICCOLELLA, Pablo, LUCIONI, Nora (2005) La ciudad corporativa. Nueva arquitectura empresarial, redefinición de la centralidad y surgimiento de una red de distritos de comando en la Región Metropolitana de Buenos Aires. En De Mattos, C. et. al. (eds) *Gobernanza, Competitividad y Redes: la gestión en las ciudades del siglo XXI*. Santiago: Instituto de Estudios Urbanos y Territoriales, Pontificia Universidad Católica de Chile, Colección Rideal - Eure libros, pp.185-209.



- » CICCOLELLA, Pablo, VECSLIR, Lorena, BAER, Luis (2015) Revitalización de subcentros metropolitanos. Buenos Aires entre la ciudad dispersa y la ciudad compacta. Contexto n°11. Revista de la Facultad de Arquitectura de la Universidad Autónoma de Nuevo León, pp.11-28.
- » DE MATTOS, Carlos (1997) Globalización, movimientos del capital, mercados de trabajo y concentración territorial expandida. En Castello, I, y otros (Org.) *Fronteiras na América Latina*, Porto Alegre, Brasil. FEE-Editora da Universidade, Universidade Federal de Río Grande do Sul.
- » DE MATTOS, Carlos (2002) Transformación de las ciudades latinoamericanas: ¿Impactos de la globalización?. *Eure*, vol. 28 (85), pp. 5-10.
- » DI NUCCI, Josefina (2015) Circuito superior y topologías corporativas: nuevas lógicas de Carrefour en la región metropolitana de Buenos Aires, Argentina. Cuaderno Urbano, 18 (18), pp.5-20.
- » GUTMAN, Graciela (1997) Transformaciones recientes en la distribución de alimentos en la Argentina. Buenos Aires: SAGPyA.
- » SECRETARÍA DE TRANSPORTE (2012) *ENMODO 2009-2010. Encuesta de Movilidad Domiciliaria: Movilidad en el Área Metropolitana de Buenos Aires*. Buenos Aires.
- » SECRETARÍA DE TRANSPORTE (2009) *INTRUPUBA 2006-2007. Investigación de transporte urbano público de Buenos Aires*. Buenos Aires.
- » SOCOLOFF, Ivana (2015) Financiamiento global y centros comerciales en Buenos Aires: un estudio del caso IRSA. *Revista INVI*, 30(84), pp.151-177.
- » VECSLIR, Lorena, CICCOLELLA, Pablo (2011) Relocalización de las actividades terciarias y cambios en la centralidad en la Región Metropolitana de Buenos Aires. *Revista de Geografía Norte Grande*, Pontificia Universidad Católica de Chile, Instituto de Geografía, 49, pp.63-78.
- » VECSLIR, Lorena, BLANCO, Jorge (2014) Movilidad cotidiana y reestructuración de la centralidad en el sur de la Región Metropolitana de Buenos Aires. XIII Seminario Internacional: Red Iberoamericana de Investigadores sobre Globalización y Territorio (RII). Salvador (Brasil), 1 al 4 de septiembre de 2014.
- » VECSLIR, Lorena, BLANCO, Jorge, NEROME, Mariela, SCIUTTO, Florencia, MAESTROJUAN, Pablo (2016) Reestructuración de las áreas comerciales ‘a cielo abierto’ en el sur de la región metropolitana de Buenos Aires. En J. Gasca Zamora y P. Olivera Martínez (Coord.). *Ciudad, Comercio Urbano y Consumo. Experiencias desde Latinoamérica y Europa*. México DF: Ed. Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Económicas (en prensa).
- » VECSLIR, Lorena, ELINBAUM, Pablo (2016) Centro y centralidades en la Región Metropolitana de Buenos Aires. En C. Jaimes [et al.]; comp. F. Janches [et al.] *Del conocimiento al desarrollo: nuevos desafíos de la universidad en la gestión del desarrollo urbano contemporáneo*. 1a ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Eudeba, pp. 420-439.
- » VECSLIR, Lorena, RODRÍGUEZ, Luciana (2017) Centros comerciales a cielo abierto y reestructuración de las centralidades tradicionales en el Conurbano Bonaerense. III Congreso Internacional de Estudios Urbanos Situación y Perspectivas de la Vivienda y el Hábitat en Argentina y América Latina. URBARED-MUNDO URBANO. Universidad Nacional de Quilmes, 4, 5 y 7 de abril de 2017.

**Lorena Vecslir / lorena.vecslir@conicet.gov.ar**

Arquitecta (UBA), Master en Proyección Urbanística y Doctora por la Universidad Politécnica de Cataluña. Investigadora adjunta del CONICET en el Instituto de Geografía (UBA). Profesora de grado en Teoría Urbana Contemporánea y Proyecto Urbano (FADU, UBA), y de postgrado en diversas universidades. Ha participado en la redacción de estudios y planes urbanísticos en España y Argentina.

**Jorge Blanco / jblanco@flo.uba.ar**

Profesor de Geografía (UBA) y Magister en Políticas Ambientales y Territoriales (UBA). Docente, Investigador y Director del Instituto de Geografía de la Universidad de Buenos Aires. Autor de artículos sobre temas de planificación territorial, transporte y movilidad.

**Mariela Nerome / marinerome@gmail.com**

Licenciada y Profesora en Sociología (UBA). Estudios de Posgrado en Planificación del Transporte (UCA) y Planificación Urbana y Territorial (UBA). Docente de “Espacio y Sociedad” y “Procesos Sociales Urbanos” (FADU, UBA). Experiencia en planificación de proyectos de movilidad urbana (Ministerio de Transporte de la Nación). Especialista en análisis de datos (Ministerio del Interior, Obras Públicas y Vivienda de la Nación).

**Florencia Sciutto / florsci@gmail.com**

Arquitecta (UBA). Estudiante de la Maestría en Economía Urbana (UTDT). Actualmente trabaja en la Corporación Antiguo Puerto Madero. Ejerció la docencia en diversos talleres de la carrera de Arquitectura (FADU, UBA). Colaboró en diversas publicaciones sobre movilidad, áreas centrales y uso comercial en la RMBA.

**Pablo Maestrojuan / pmaestrojuan@gmail.com**

Arquitecto (UBA), Profesional Principal del CONICET. “Atlas del Desarrollo Territorial de la Argentina”, Dirección General y Co-autor, Premio Nacional de Cultura en Geografía, 1990. Cartografía e ilustración en más de 40 libros editados por OIKOS. Autor de dos Atlas digitales históricos, “Atlas Agrícola” y “Población y desarrollo”. Responsable Técnico del Proyecto “Mapa Digital de la Cuenca del Plata” por convenio CONICET, Cancillería Argentina y Comité Intergubernamental Coordinador de la Cuenca del Plata (2002-2012). Desde 2013 colaborador técnico en el Instituto de Geografía (UBA).

**Luciana Rodríguez / arlucianarodriguez@gmail.com**

Arquitecta (Universidad Nacional de Córdoba) y Magister en Teoría y Práctica del Proyecto de Arquitectura (Universidad Politécnica de Cataluña). Becaria doctoral del CONICET en el Instituto de Geografía (UBA), desarrollando el Doctorado en Estudios Urbanos de la Universidad Nacional de General Sarmiento. Docente de Planificación Urbana (Universidad Torcuato Di Tella).