



COLEGIO
PROFESIONAL DE
INMOBILIARIOS



Nueva Córdoba vs. Centro de Córdoba

Análisis Estratégico y Oportunidades
de Revalorización Residencial.

JUNIO 2026 |



EL PROBLEMA

415 hab/ha

Nueva Córdoba ha alcanzado su límite de densificación vertical. La demanda presiona sobre unidades compactas, reduciendo el margen territorial para absorber crecimiento sin tensionar precios y servicios.

LA OPORTUNIDAD

-18.3% a -19.6%

El Centro posee infraestructura subutilizada, conectividad y escala. Cotiza con un descuento estratégico que financia su propia modernización habitacional.

El Centro no es un barrio sin infraestructura; es la extensión natural e infravalorada de Nueva Córdoba.

El Centro compite por **conveniencia**, no por **identidad**



- Éxito residencial consolidado
- Prima de valor por marca barrial
- Presión territorial extrema

51.604 habitantes proyectados en apenas **1,23 km²**.

Nueva Córdoba opera al límite de su capacidad una centralidad esperando ser reactivada

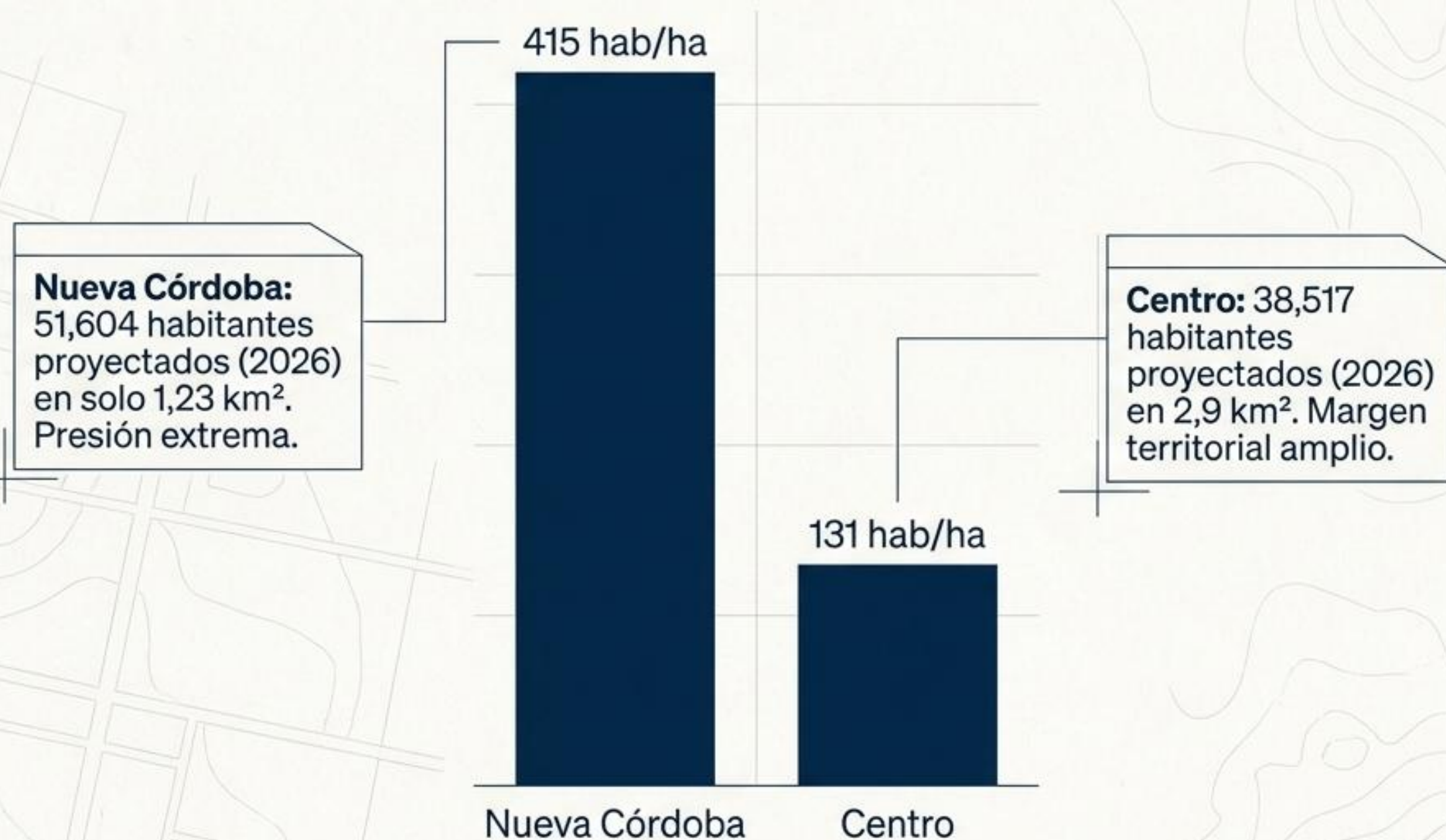


- Infraestructura subutilizada
- Descuento de entrada
- Oportunidad de modernización

38.517 habitantes proyectados en **2,9 km²** (amplio margen territorial).

El Centro no es un barrio vacío, sino una por la demanda que ya no cabe en el sur.

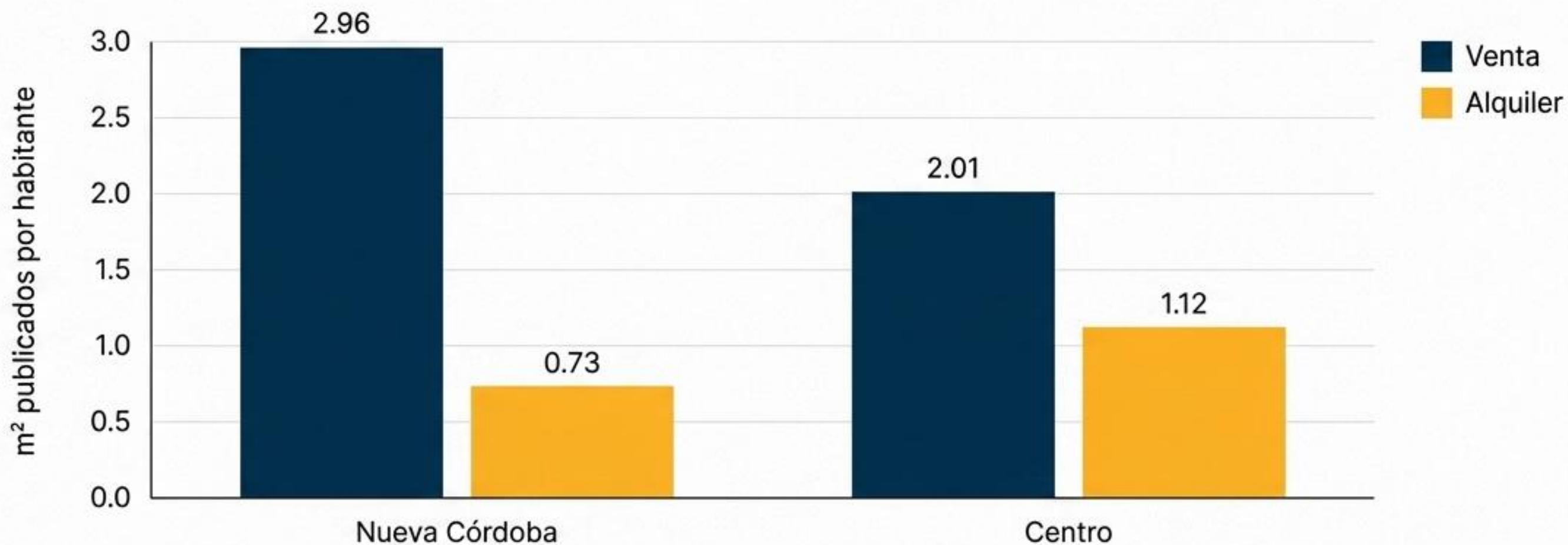
El Desequilibrio Urbano: Saturación vs. Capacidad de Absorción



Nueva Córdoba concentra una demanda que supera su capacidad territorial de expansión. La diferencia de 415 vs 131 hab/ha demuestra que el Centro puede absorber nueva demanda sin replicar niveles críticos de saturación.

Disponibilidad Relativa: ¿Dónde está el stock disponible?

En ventas, Nueva Córdoba concentra volumen absoluto. Pero en alquileres, el Centro actúa como válvula de absorción para usuarios desplazados.



MERCADO		NVA. CBA (m²/hab)	CENTRO (m²/hab)
1	Venta	2.96	2.01
2	Alquiler	0.73	1.12

La Brecha de Valor: El Descuento de Reposicionamiento



REGLA DE INVERSIÓN



Este descuento no significa simplemente "más barato". Es el margen financiero que permite comprar, reciclar (seguridad, tecnología, estética) y lograr un estándar funcional equivalente a Nueva Córdoba, capturando la revalorización posterior.

Matriz de Comparación Estratégica

DIMENSIÓN	NUEVA CÓRDOBA	CENTRO	IMPLICANCIA DE INVERSIÓN
Marca Residencial	Alta consolidada	Necesita reposicionamiento	El Centro tiene más recorrido de mejora.
Precio de Entrada	Alto	Con descuento (18-19%)	Margen operativo para la reconversión.
Oferta Moderna	Alta saturación	Selectiva y fragmentada	Una unidad reciclada destaca exponencialmente más en el Centro.
Demanda Objetivo	Estudiantes, Turismo	Trabajadores, Estudiantes avanzados	Integración de flujos residenciales.

MENSAJE CENTRAL: El Centro no compite contra Nueva Córdoba por identidad; compite por conveniencia y precio de entrada.

El Eje Natural de Expansión Urbana



El eje (Bv. San Juan, Cañada, Vélez Sarsfield) **concentra transporte, universidades y gastronomía.**

La clave es transformar el mero “flujo de tránsito” en residencia, permanencia y consumo cotidiano.

Decisión de Producto: Tipologías con Potencial

Puntaje Estratégico



EL GANADOR: 1 DORMITORIO

Liquidez: Alta

Ticket: Bajo

Reciclaje: Muy eficiente
(foco en baño, cocina e
iluminación)

Riesgo: Menor, ideal cerca
del nodo Patio Olmos

EL NICHO: 2 DORMITORIOS

Atractivo para renta
compartida (estudiantes
avanzados).

Sensible a calidad edilicia.

Sensible a expensas altas.

El '1D Modernizado' emula el modelo habitacional de Nueva Córdoba con un requerimiento de capital de riesgo significativamente menor.

Plan de Reconversión: 5 Ejes de Acción

No basta con comprar barato; la revalorización exige una gestión activa del inmueble.



Conclusiones Estratégicas

1. Madurez vs. Oportunidad

Nueva Córdoba alcanzó su madurez; el Centro posee la infraestructura latente lista para su actualización.

2. Compresión de Brecha

El descuento actual del 18-19% es transitorio. Financiará la modernización funcional de las unidades (especialmente 1D).

3. El Momento (Timing)

Anticiparse a la validación del mercado masivo.

“

Invertir en el Centro hoy no es apostar contra Nueva Córdoba, sino comprar antes de que el mercado reconozca que el crecimiento natural exige expandirse al área central. Anticiparse es capturar el valor.

”