

Estudio de mercado preliminar sobre establecimientos comerciales en L.A.

Autor: Daniel Chong
Edición Febrero/2024



AGENDA

- 1** Objetivo
- 2** Presentación del escenario existente
- 3** Establecimientos por tipo en el área objetivo
- 4** Proporción de establecimientos de CC vs los que no
- 5** Establecimientos en CC y cantidad de asientos
- 6** Mejores calles por cantidad de restaurantes
- 7** Avenidas con más asientos de restaurantes
- 8** Conclusiones
- 9** Recomendaciones



AGENDA

- 1 **Objetivo**
- 2 **Presentación del escenario existente**
- 3 **Establecimientos por tipo en el área objetivo**
- 4 **Proporción de establecimientos de CC vs los que no**
- 5 **Establecimientos en CC y cantidad de asientos**
- 6 **Mejores calles por cantidad de restaurantes**
- 7 **Avenidas con más asientos de restaurantes**
- 8 **Conclusiones**
- 9 **Recomendaciones**

Objetivo

Determinar las condiciones preliminares de la situación actual existente en el área objetivo con el fin de evaluar las posibilidades de apertura de un nuevo establecimiento de comercio de café en el área.





AGENDA

- 1 Objetivo
- 2 Presentación del escenario existente
- 3 Establecimientos por tipo en el área objetivo
- 4 Proporción de establecimientos de CC vs los que no
- 5 Establecimientos en CC y cantidad de asientos
- 6 Mejores calles por cantidad de restaurantes
- 7 Avenidas con más asientos de restaurantes
- 8 Conclusiones
- 9 Recomendaciones

Presentación del escenario existente

Descripción de las condiciones y datos preliminares del mercado objetivo actual:

➤ Se cuenta con información de un total de 9651 establecimientos.

➤ Establecimientos incluidos en el estudio: restaurant, panadería, bar, cafetería, comida rápida y pizzería.

➤ De cada establecimiento se conoce: cantidad de comensales, dirección en donde está ubicado, nombre y su pertenencia a una cadena comercial.

➤ Tipos de establecimientos: -pertenecientes a cadenas comerciales (CC)
-no pertenecientes a cadenas comerciales (NCC)

37.91%

31.86%

30.23%



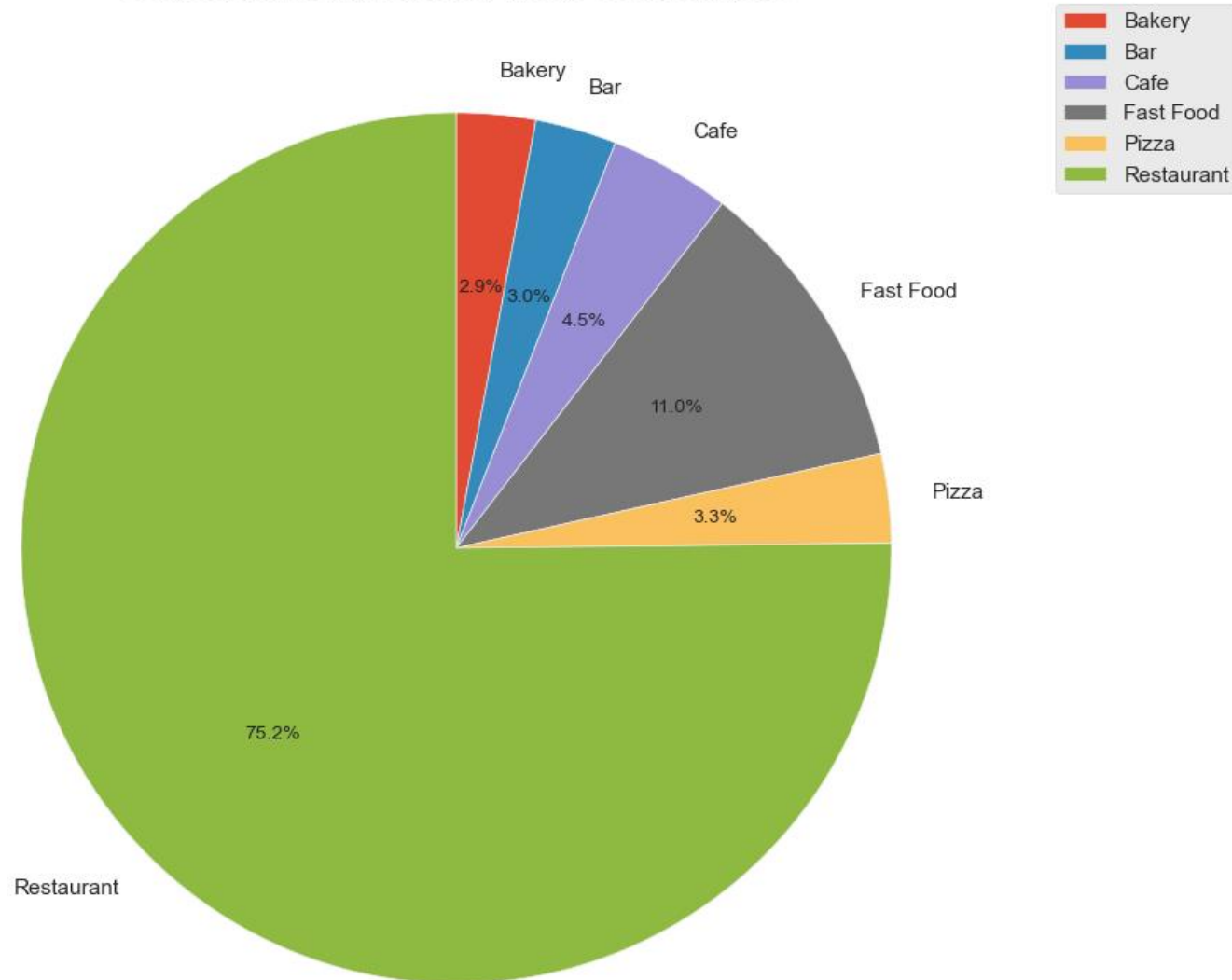
AGENDA

- 1 Objetivo
- 2 Presentación del escenario existente
- 3 Establecimientos por tipo en el área objetivo
- 4 Proporción de establecimientos de CC vs los que no
- 5 Establecimientos en CC y cantidad de asientos
- 6 Mejores calles por cantidad de restaurantes
- 7 Avenidas con más asientos de restaurantes
- 8 Conclusiones
- 9 Recomendaciones

Establecimientos por tipo en el área objetivo

FINANCE REPORT

Composición del mercado por tipo de establecimiento





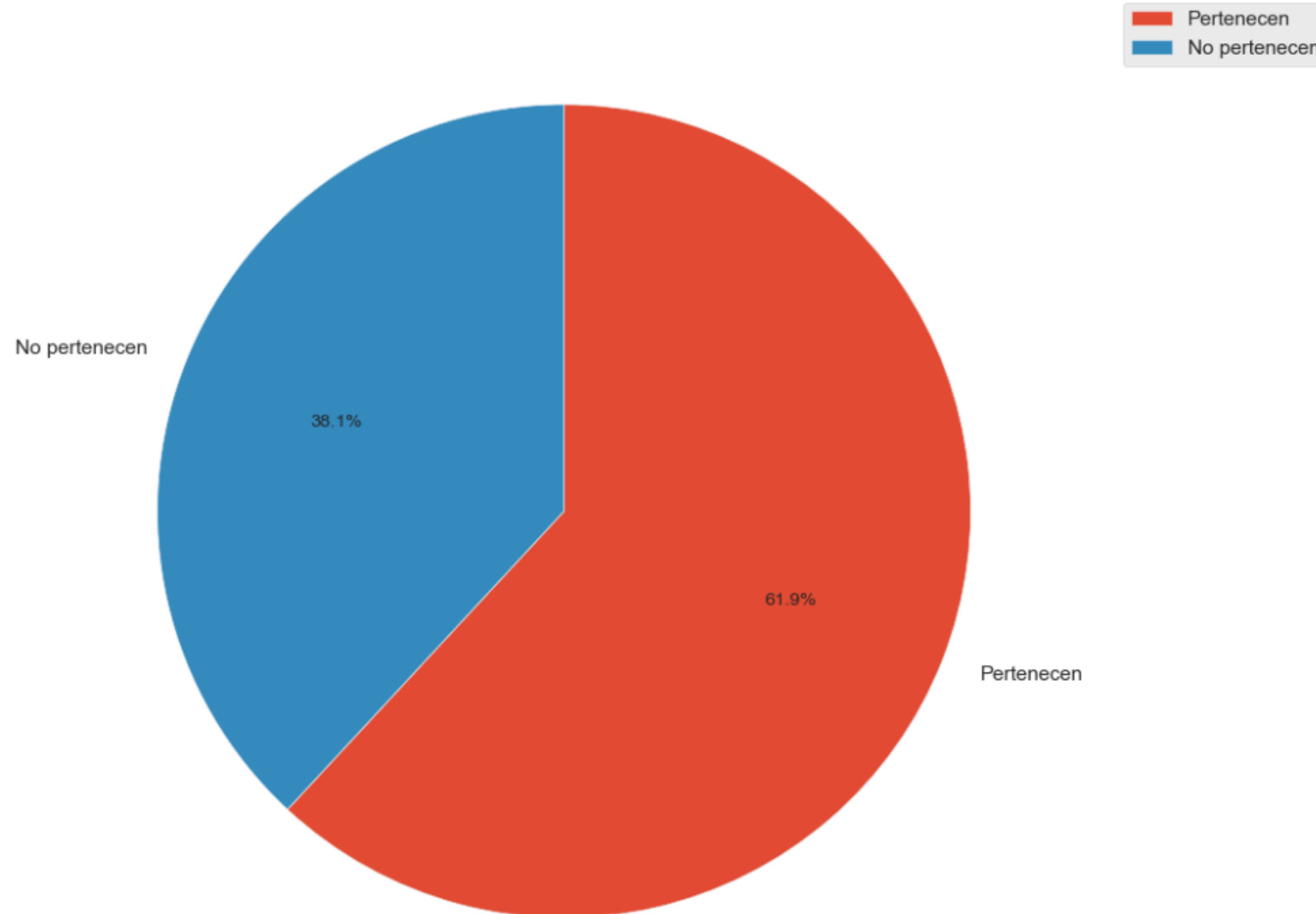
AGENDA

- 1 Objetivo
- 2 Presentación del escenario existente
- 3 Establecimientos por tipo en el área objetivo
- 4 Proporción de establecimientos de CC vs los que no
- 5 Establecimientos en CC y cantidad de asientos
- 6 Mejores calles por cantidad de restaurantes
- 7 Avenidas con más asientos de restaurantes
- 8 Conclusiones
- 9 Recomendaciones

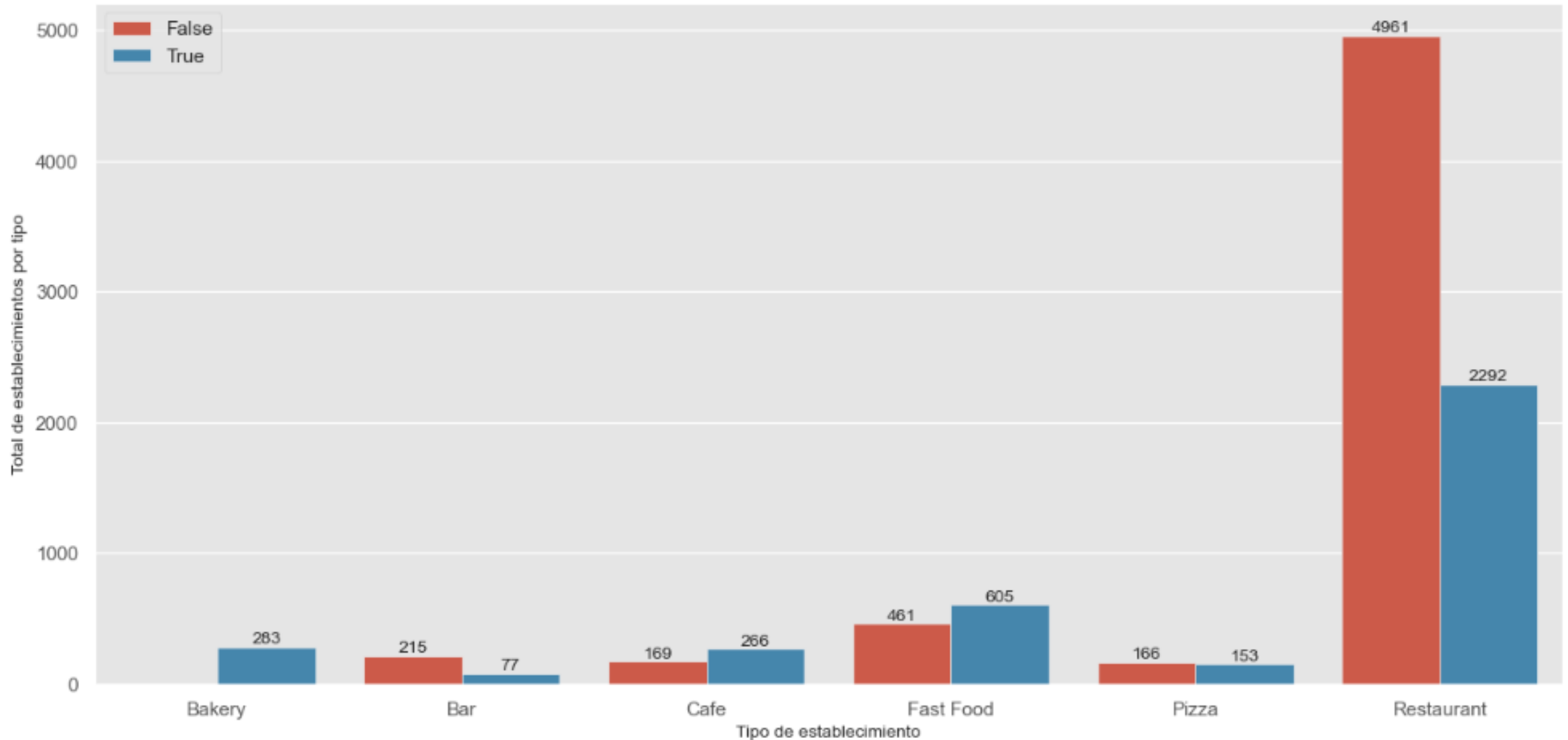
Proporción establecimientos de una CC vs los que no

FINANCE REPORT

Proporción de establecimientos pertenecientes a CC vs los que no



Establecimientos: pertenecen a CC vs no pertenecen



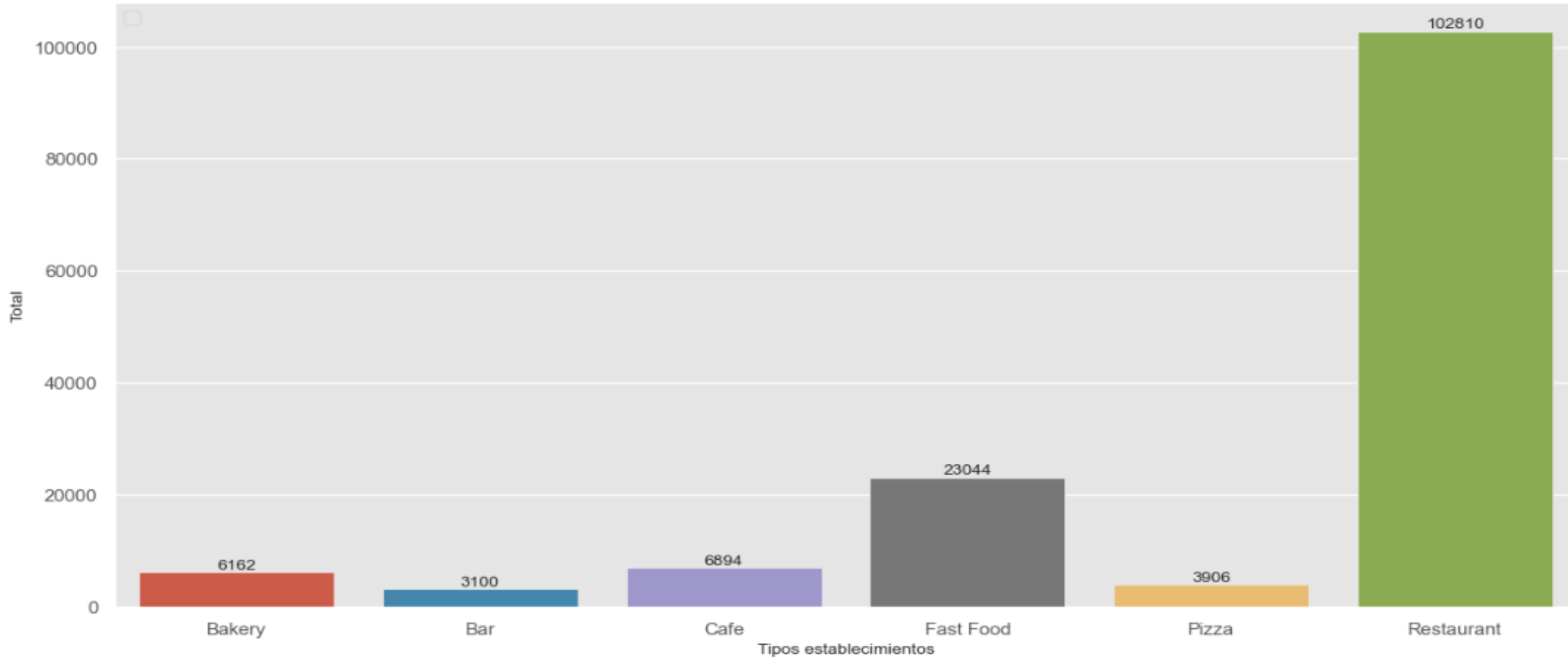


AGENDA

- 1 Objetivo
- 2 Presentación del escenario existente
- 3 Establecimientos por tipo en el área objetivo
- 4 Proporción de establecimientos de CC vs los que no
- 5 Establecimientos en CC y cantidad de asientos
- 6 Mejores calles por cantidad de restaurantes**
- 7 Avenidas con más asientos de restaurantes**
- 8 Conclusiones
- 9 Recomendaciones

Establecimientos en CC y cantidad de asientos

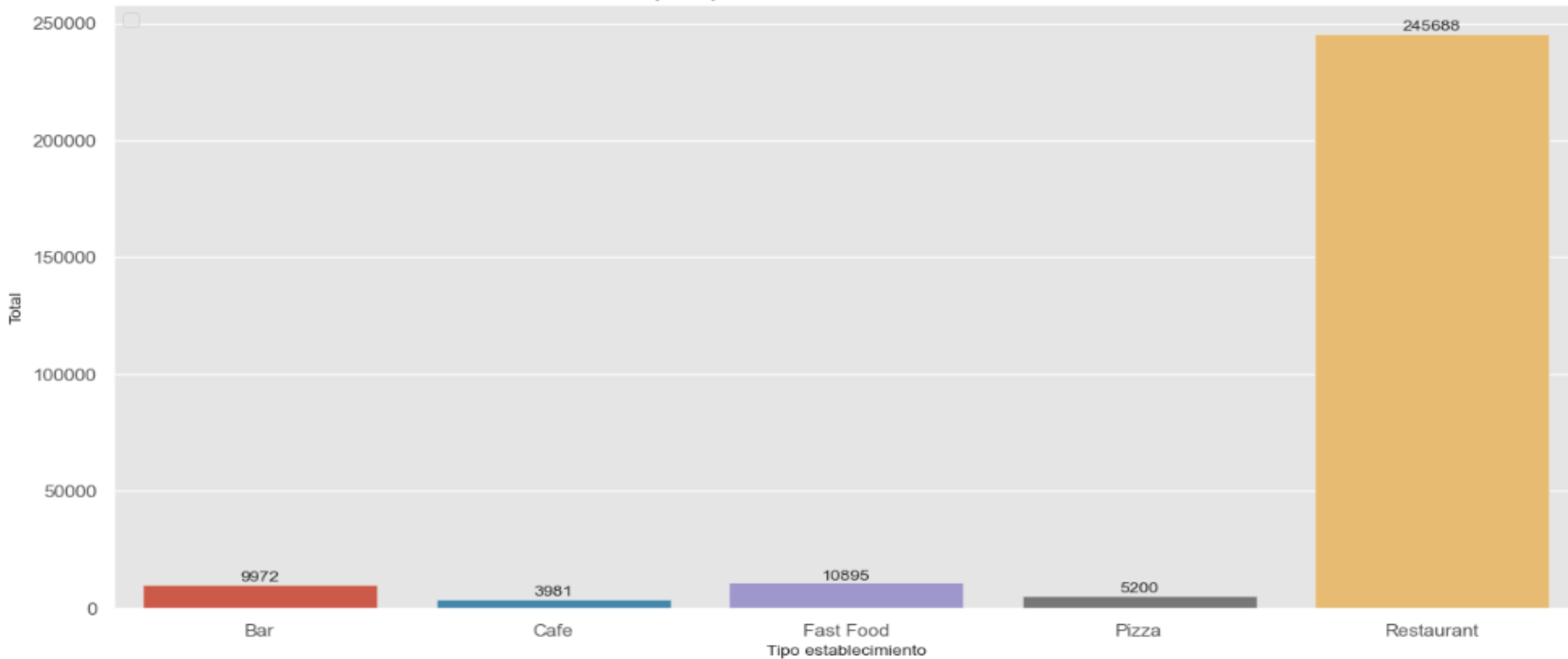
FINANCE REPORT



Establecimientos no asociados a CC y sus asientos

FINANCE REPORT

Asientos por tipo establecimiento no asociados a CC

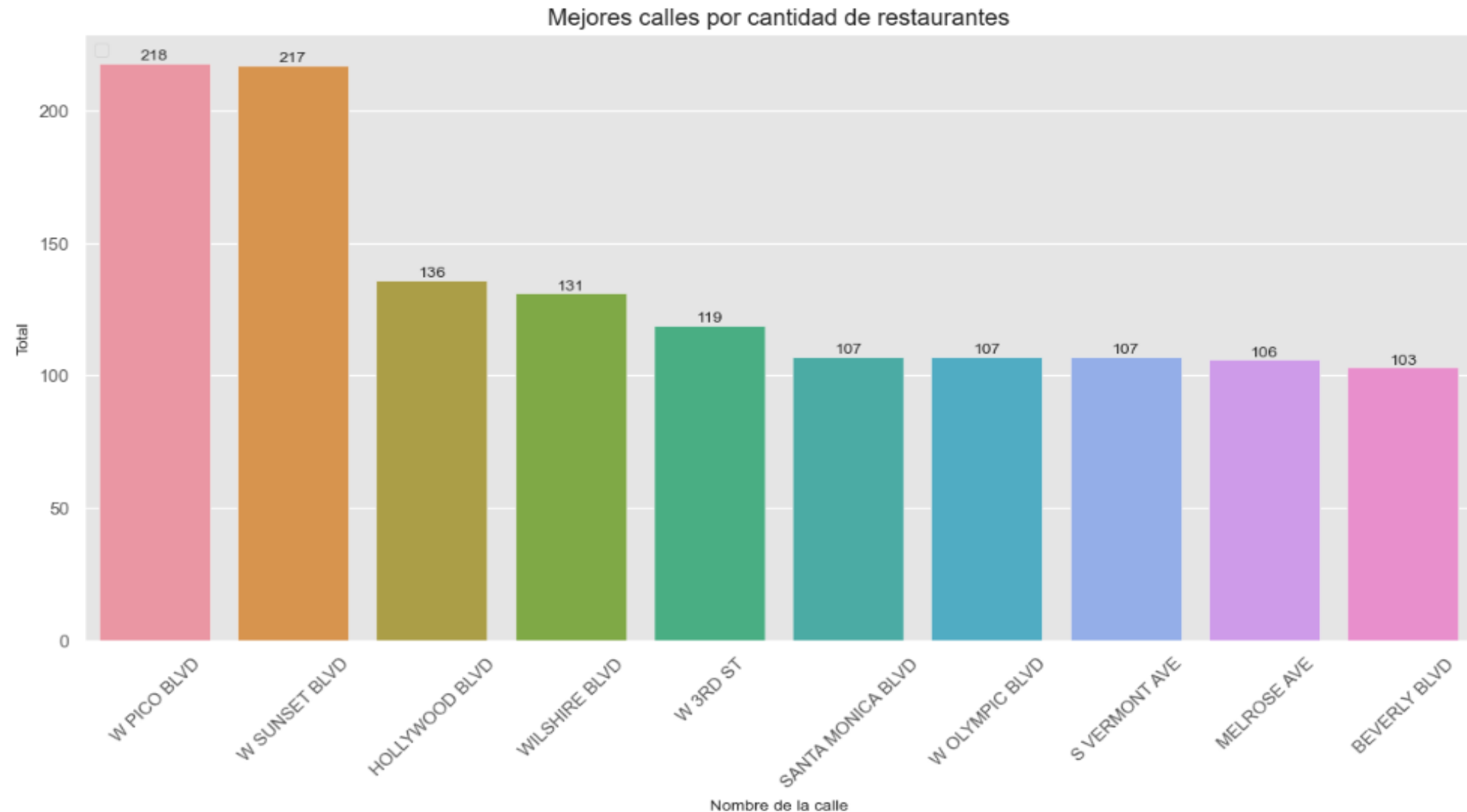




AGENDA

- 1 Objetivo
- 2 Presentación del escenario existente
- 3 Establecimientos por tipo en el área objetivo
- 4 Proporción de establecimientos de CC vs los que no
- 5 Establecimientos en CC y cantidad de asientos
- 6 Mejores calles por cantidad de restaurantes
- 7 Avenidas con más asientos de restaurantes
- 8 Conclusiones
- 9 Recomendaciones

Mejores calles cantidad de restaurantes

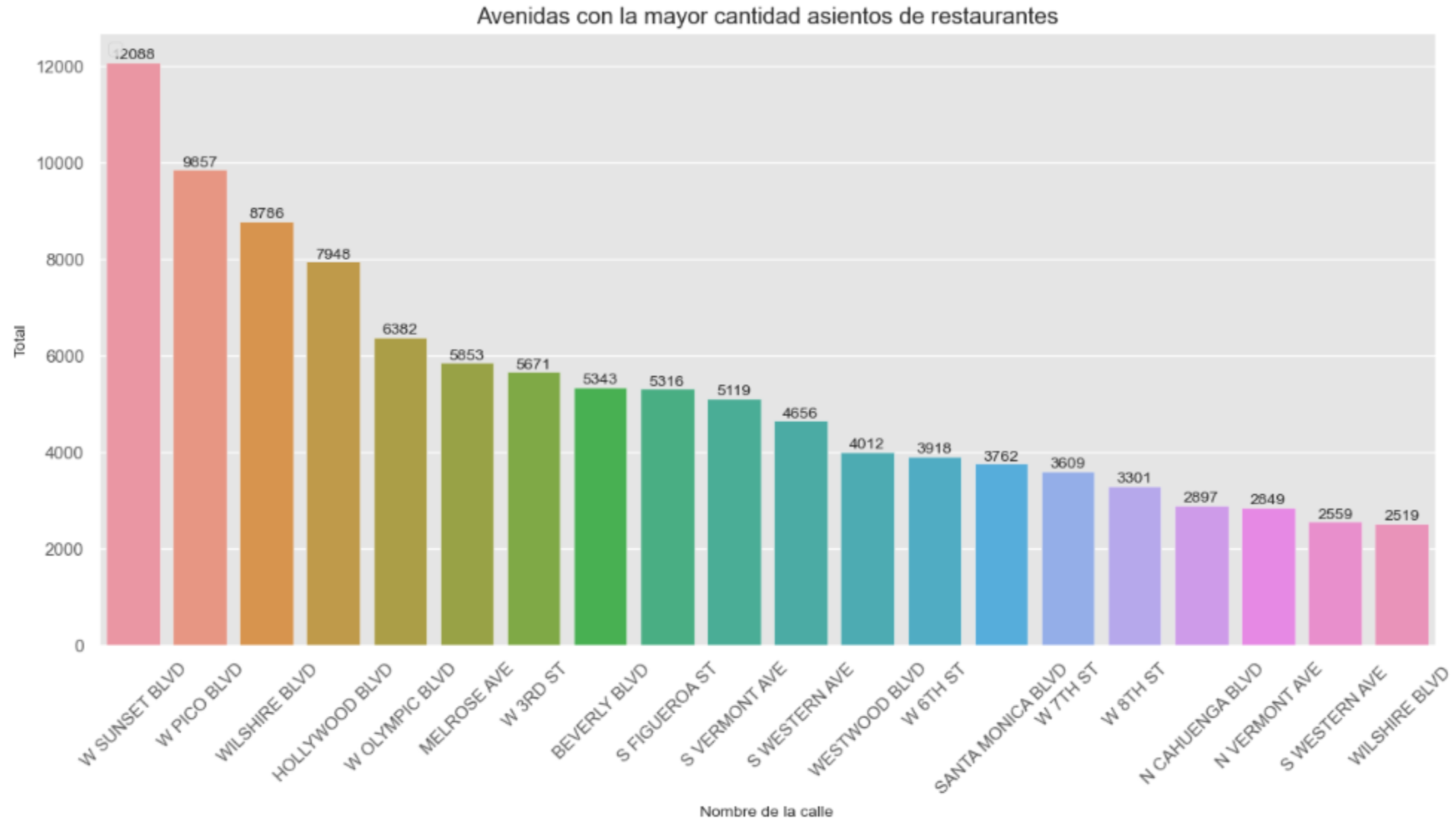




AGENDA

- 1 Objetivo
- 2 Presentación del escenario existente
- 3 Establecimientos por tipo en el área objetivo
- 4 Proporción de establecimientos de CC vs los que no
- 5 Establecimientos en CC y cantidad de asientos
- 6 Mejores calles por cantidad de restaurantes
- 7 Avenidas con más asientos de restaurantes
- 8 Conclusiones
- 9 Recomendaciones

Avenidas con más asientos de restaurantes





AGENDA

- 1 Objetivo
- 2 Presentación del escenario existente
- 3 Establecimientos por tipo en el área objetivo
- 4 Proporción de establecimientos de CC vs los que no
- 5 Establecimientos en CC y cantidad de asientos
- 6 Mejores calles por cantidad de restaurantes
- 7 Avenidas con más asientos de restaurantes
- 8 Conclusiones
- 9 Recomendaciones

Conclusiones

- Se observó que la mayor proporción le pertenece a los establecimientos de tipo Restaurant, por ende son los que predominan en la zona.
- Se obtuvo que del grupo de tipos de establecimientos que pertenecen a CC el de tipo Restaurant, cuenta con 2292 unidades y le corresponde el 62.3 % del total, no obstante, del gran total de establecimientos representan el 23.7%.
- 3. En la caracterización de establecimientos de CC por asientos, se obtuvo que cada establecimiento posee una media de 39.69 asientos, luego se considera una cantidad asequible para este tipo de establecimiento y la actividad gastronómica que se desempeña en un restaurante.
- Se exploraron los restaurantes asociados a CC y los que no, en cuanto a su cantidad de asientos, se encontró que en promedio hay 44.8 asientos por restaurante asociados a CC y 50 asientos por restaurante no asociado a CC, o sea el restaurante asociado a CC tiene más comensales, lo que pudiera estar asociado al hecho de que al ser una cadena comercial, hay otros lugares dentro del centro aledaños que visitan los clientes, lo cual lo hace más atractivo al lugar en general y por ende fluyen más clientes en los restaurantes, no obstante, serían necesarios más datos.

Conclusiones

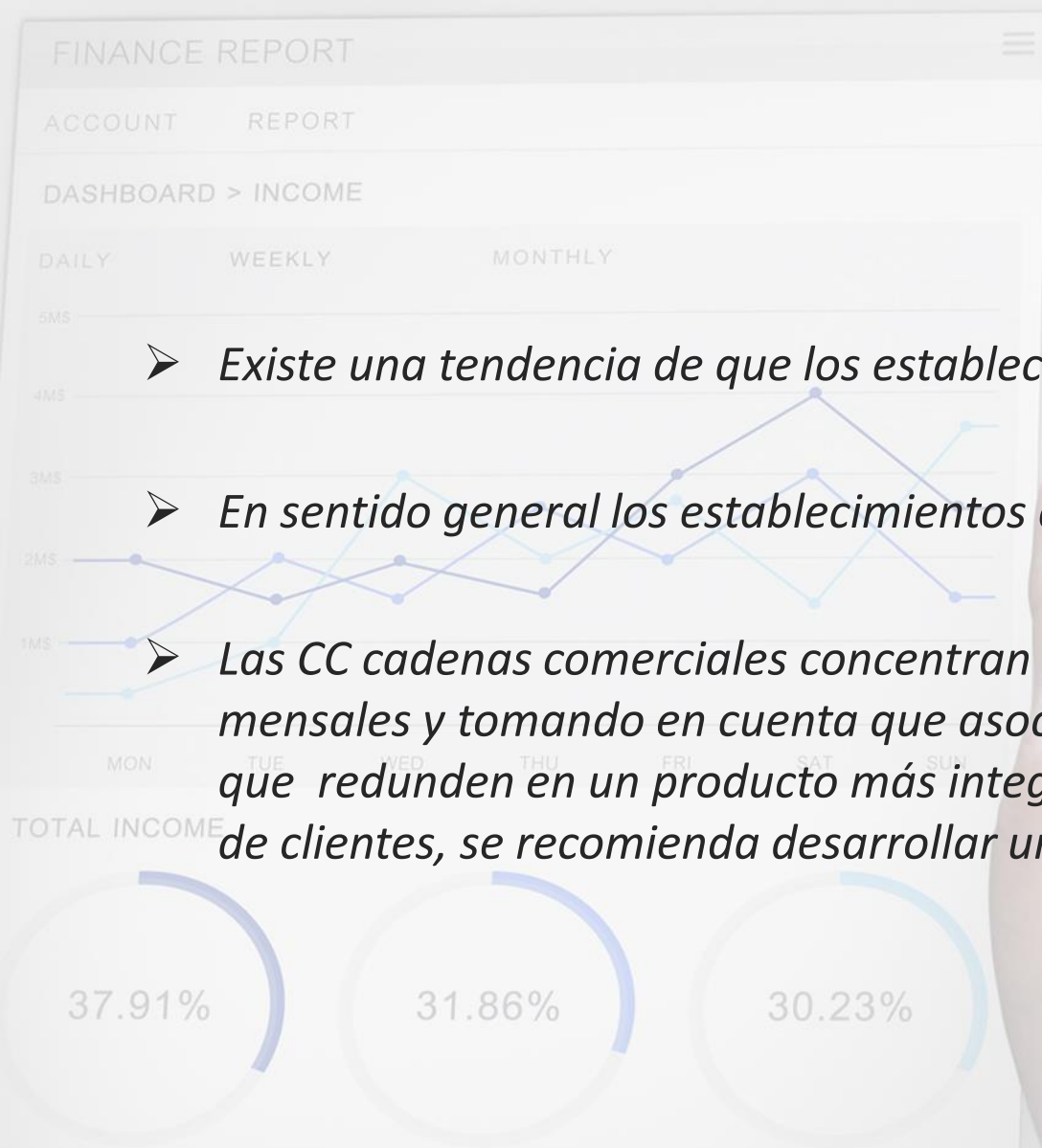
- Se encontró que entre los restaurantes no asociados a CC existen 6 con igual cantidad máxima de asientos de 229, por otro lado, entre los restaurantes asociados a CC, se encontró que existen 3 con la misma cantidad máxima de asientos de 229, por tanto, la cantidad máxima de asientos es compartida entre restaurantes de ambos grupos asociados a CC y los que no.
- Se pudo constatar del listado de las 10 primeras calles o avenidas con la mayor cantidad de restaurantes, siendo las mismas W SUNSET BLVD con 217 y W PICO BLVD con 218, respectivamente.
- Se construyó el listado de las top 20 avenidas con mayor cantidad de asientos para comerciales encontrándose a W SUNSET BLVD y W PICO BLVD, mismas que concentran la mayor cantidad de restaurantes.

37.91%

31.86%

30.23%

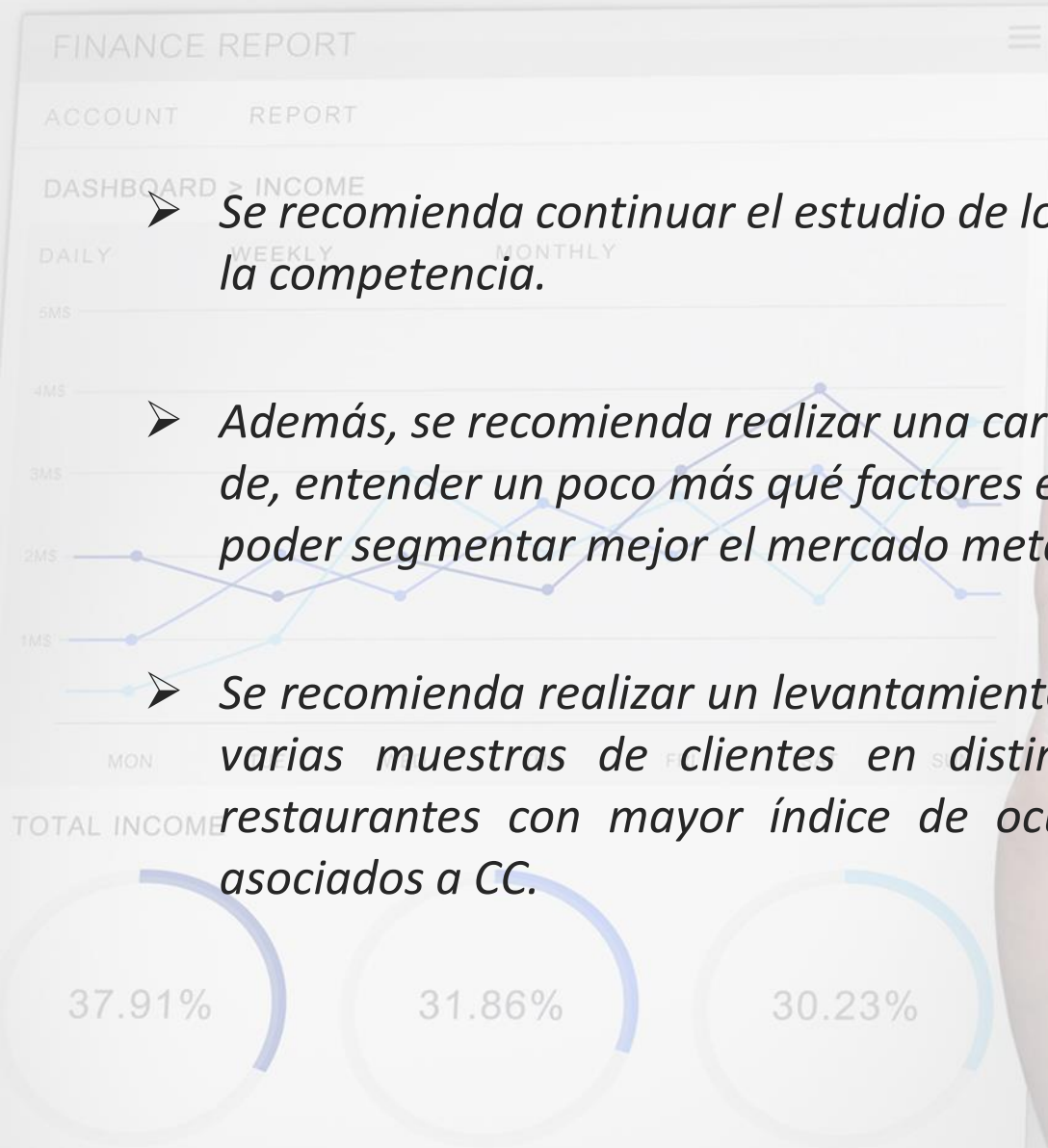
Conclusión final



- *Existe una tendencia de que los establecimientos no estén afiliados a CC.*
- *En sentido general los establecimientos cuentan con 40 asientos en promedio.*
- *Las CC cadenas comerciales concentran una cantidad importante de restaurantes y de cantidad de comensales y tomando en cuenta que asociado a las CC se pudieran integrar otros comercios o servicios que redunden en un producto más integral y atractivo para el cliente que potencie más la afluencia de clientes, se recomienda desarrollar una CC.*

Recomendaciones

- *Se recomienda continuar el estudio de los establecimientos de la zona para tener una mejor idea de la competencia.*
- *Además, se recomienda realizar una caracterización de la clientela que visita estos lugares, con el fin de, entender un poco más qué factores específicos son los que más les atrae de estos lugares, para poder segmentar mejor el mercado meta.*
- *Se recomienda realizar un levantamiento del estado de opinión de los clientes a partir de encuestas y varias muestras de clientes en distintos horarios del día de aquellos clientes asiduos a los restaurantes con mayor índice de ocupación fundamentalmente en restaurantes que no están asociados a CC.*





Gracias

