


Proyecto Sprint 9

Análisis de mercado de los restaurantes en Los
Ángeles, USA






DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

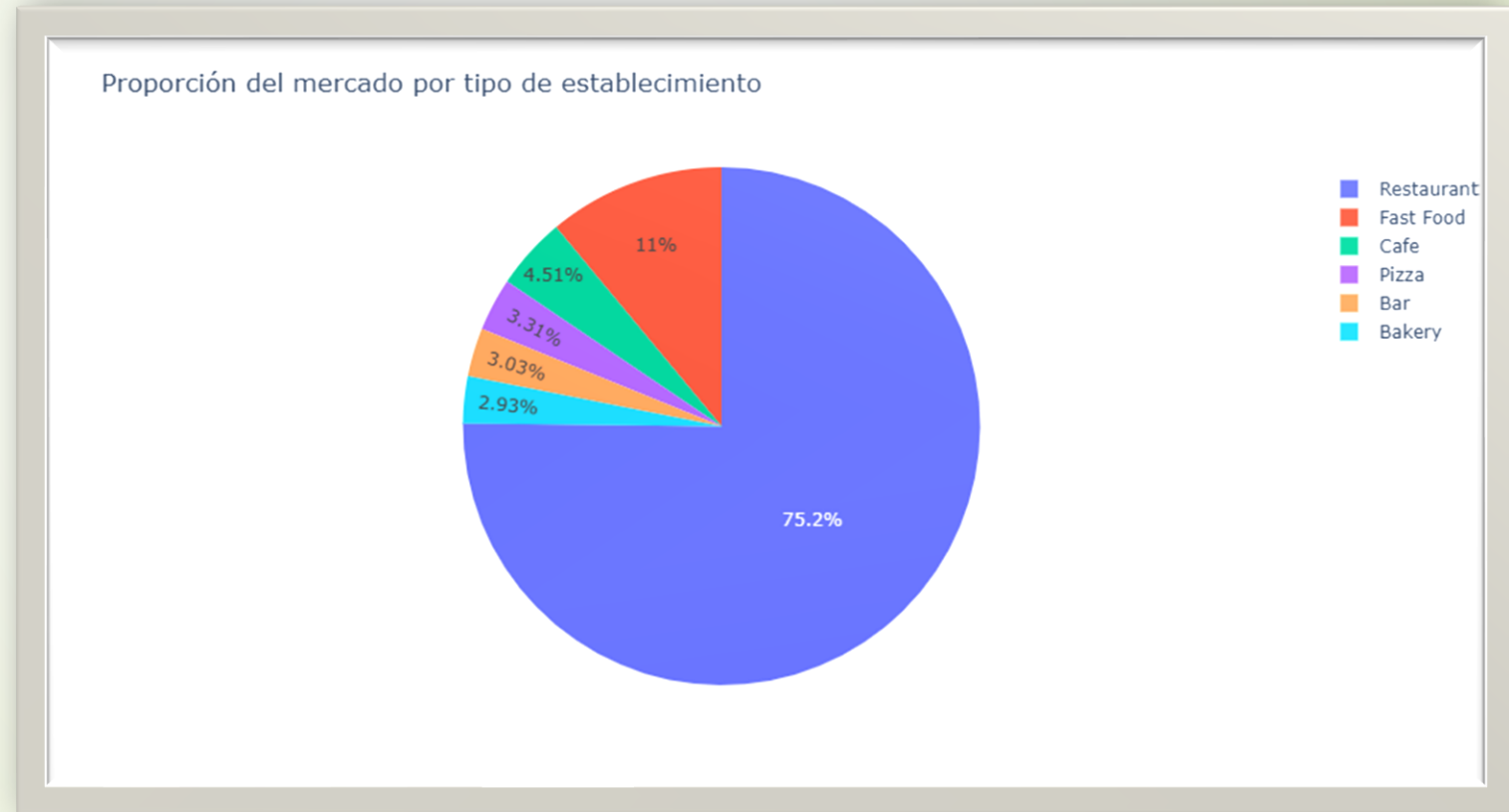
- Un grupo de inversionistas está interesado en conocer las condiciones actuales del mercado de restaurantes para decidir si invertirá en un pequeño café regentado por robots en Los Ángeles.
- 



OBJETIVO

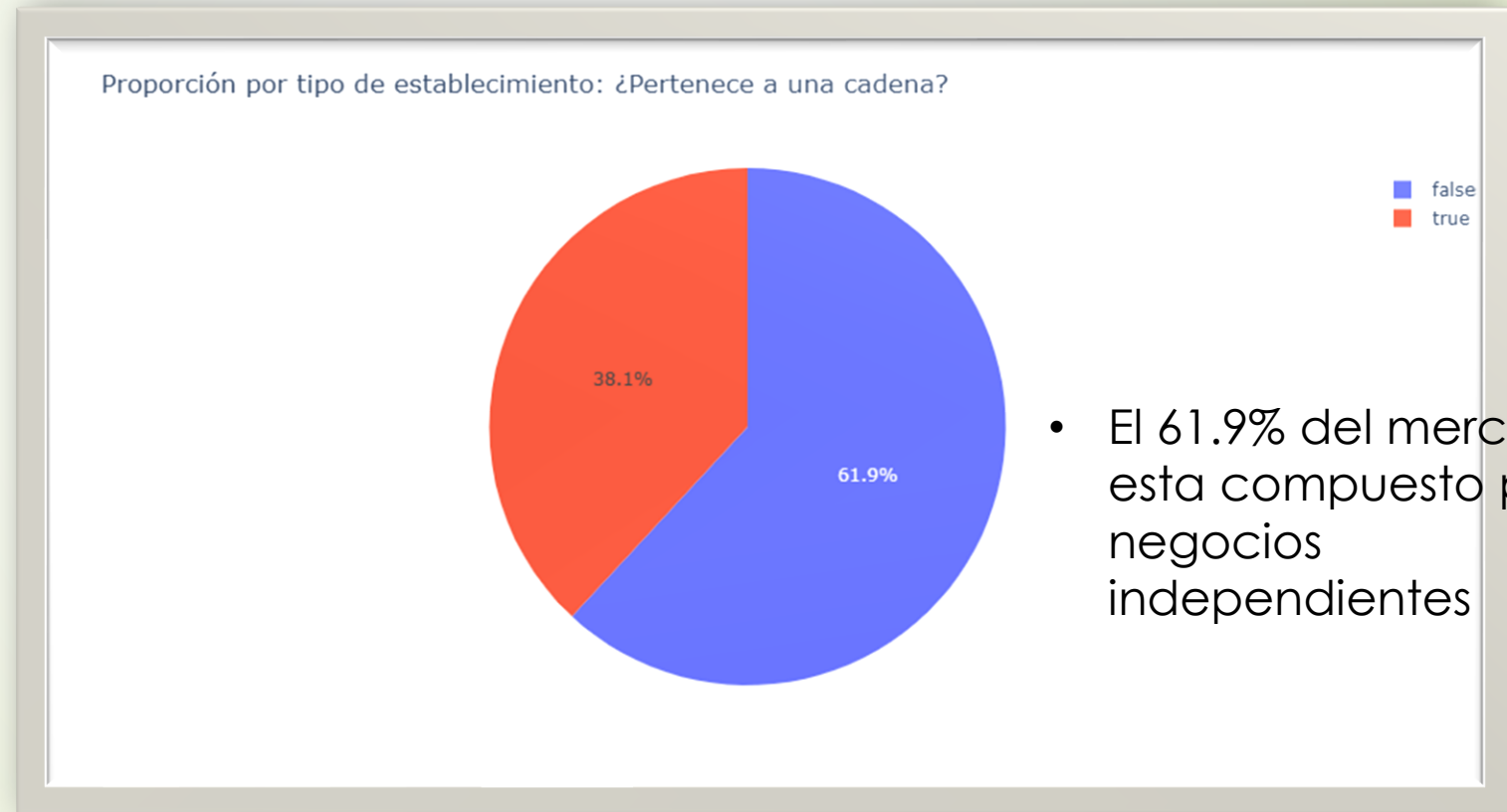
- Investigar las proporciones de los distintos tipos de establecimientos en el mercado.
 - Investigar si sigue siendo conveniente la apertura del café o conviene otro rubro.
 - Investigar si conviene convertir el negocio en una cadena.
- 

DIVISIÓN DEL MERCADO SEGÚN ESTABLECIMIENTOS



Fuente: datos procedentes de fuentes abiertas sobre restaurantes en LA.

CADENA VS NEGOCIO INDEPENDIENTE



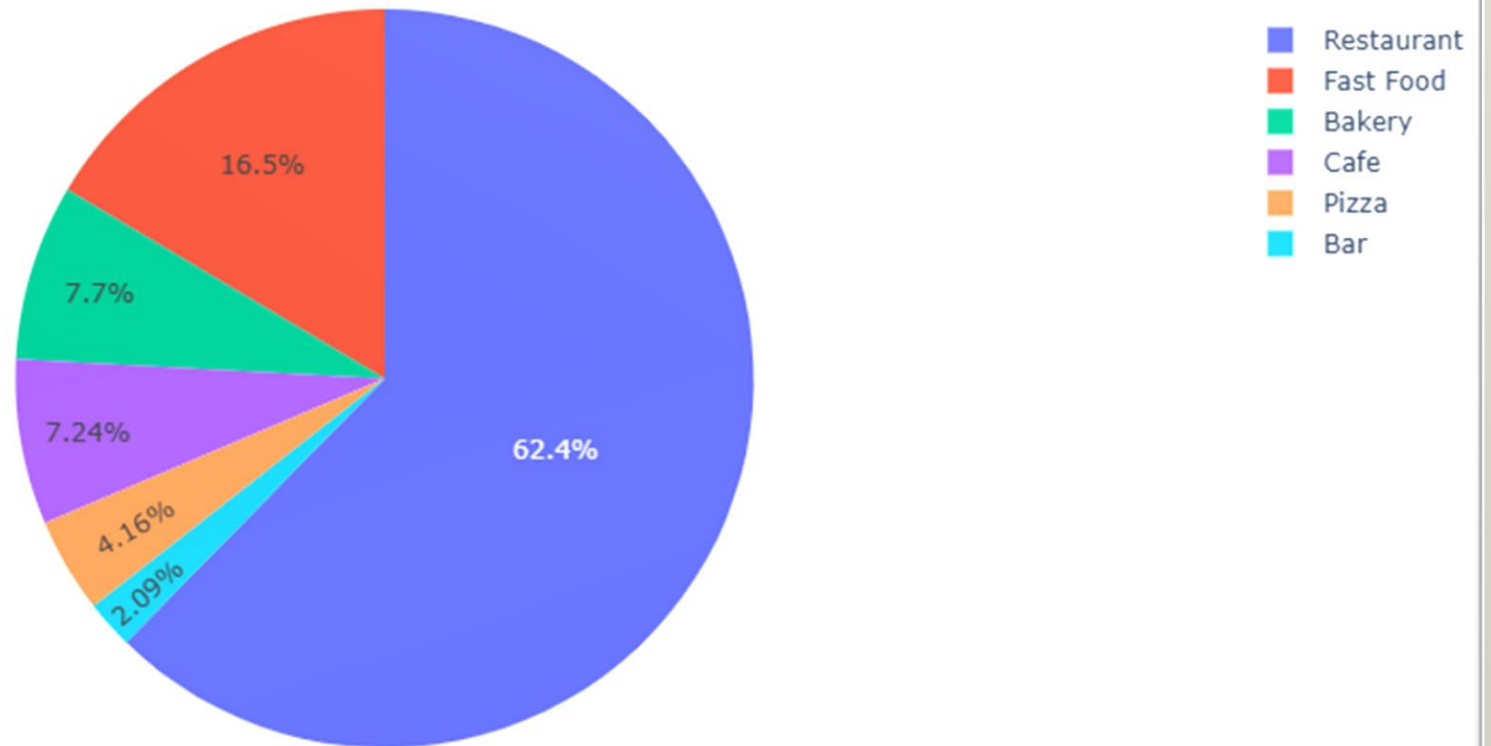
Fuente: datos procedentes de fuentes abiertas sobre restaurantes en LA.



ANÁLISIS DE LOS NEGOCIOS PERTENECIENTES A UNA **CADENA**

DIVISIÓN DEL MERCADO

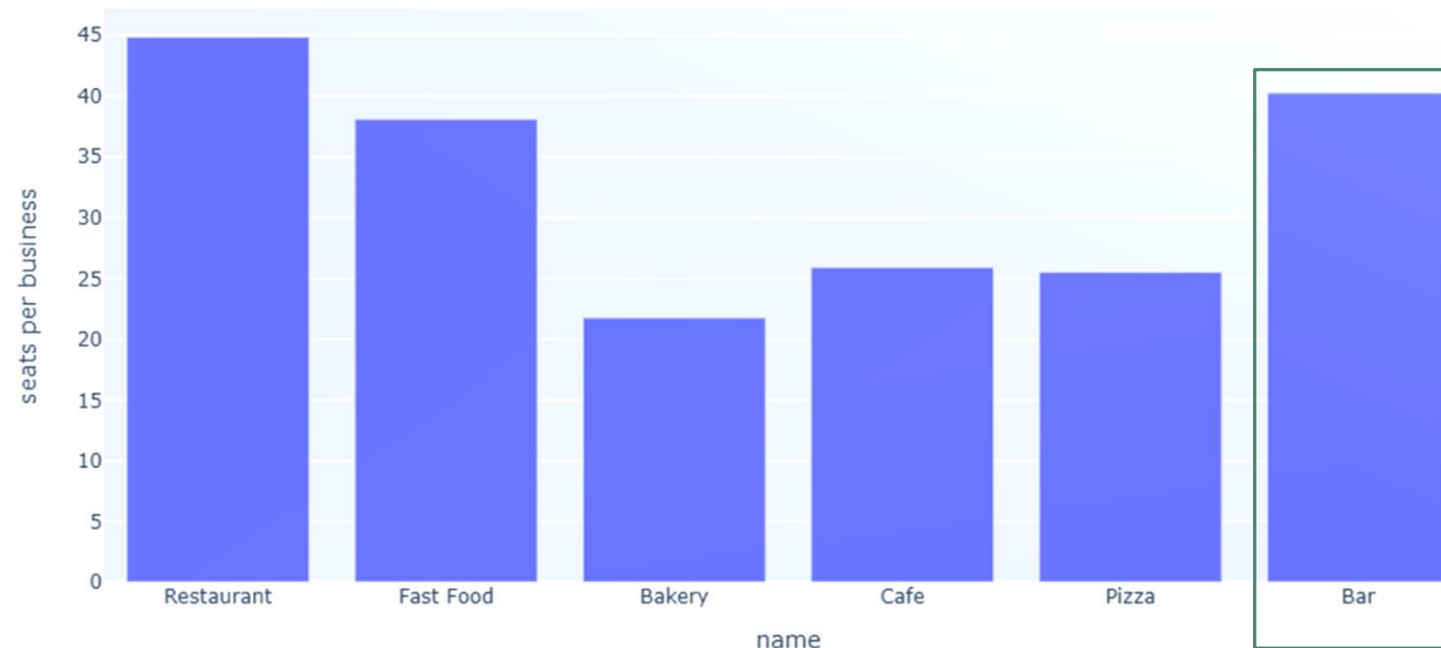
Proporción por tipo de establecimiento perteneciente a una cadena.



Fuente: datos procedentes de fuentes abiertas sobre restaurantes en LA.

CANTIDAD DE ASIENTOS PROMEDIO SEGÚN NEGOCIO

Cantidad de asientos promedio por establecimiento pertenecientes a una cadena



Fuente: datos procedentes de fuentes abiertas sobre restaurantes en LA.

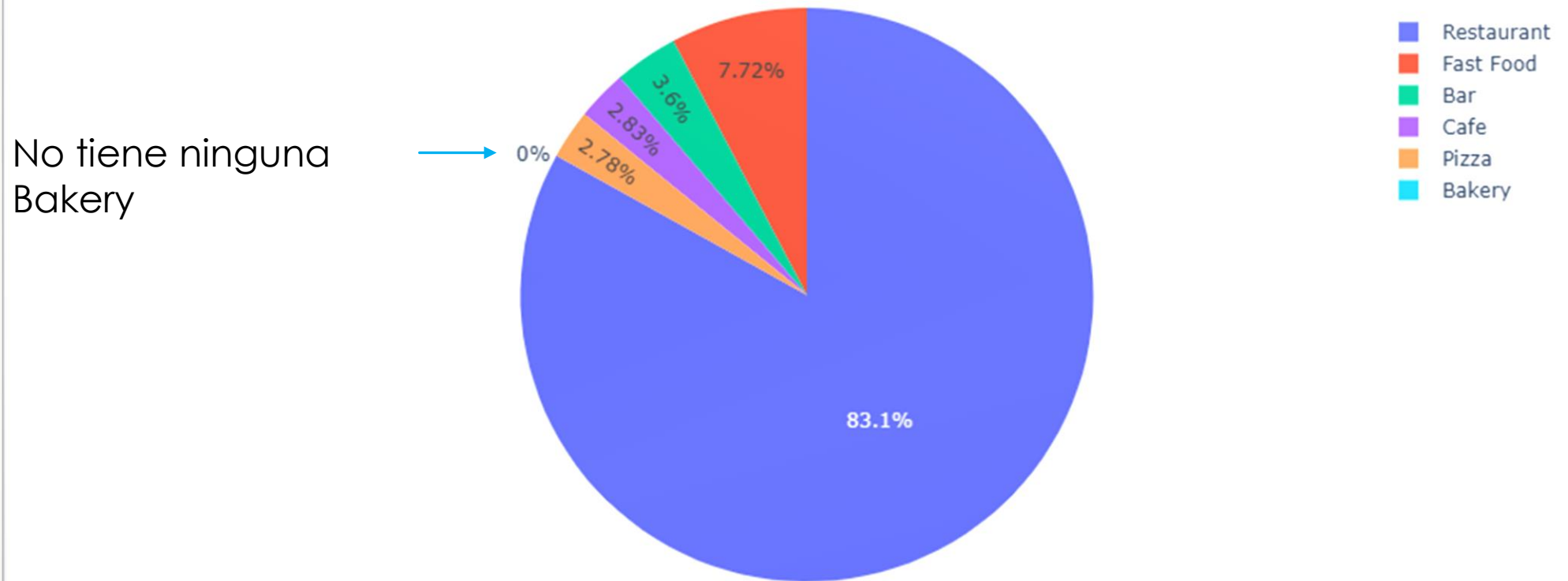
- Pocos negocios pero muchos asientos.



ANÁLISIS DE LOS NEGOCIOS **INDEPENDIENTES**

DIVISIÓN DEL MERCADO INDEPENDIENTE

Proporción por tipo de establecimiento que no pertenece a una cadena.



Fuente: datos procedentes de fuentes abiertas sobre restaurantes en LA.

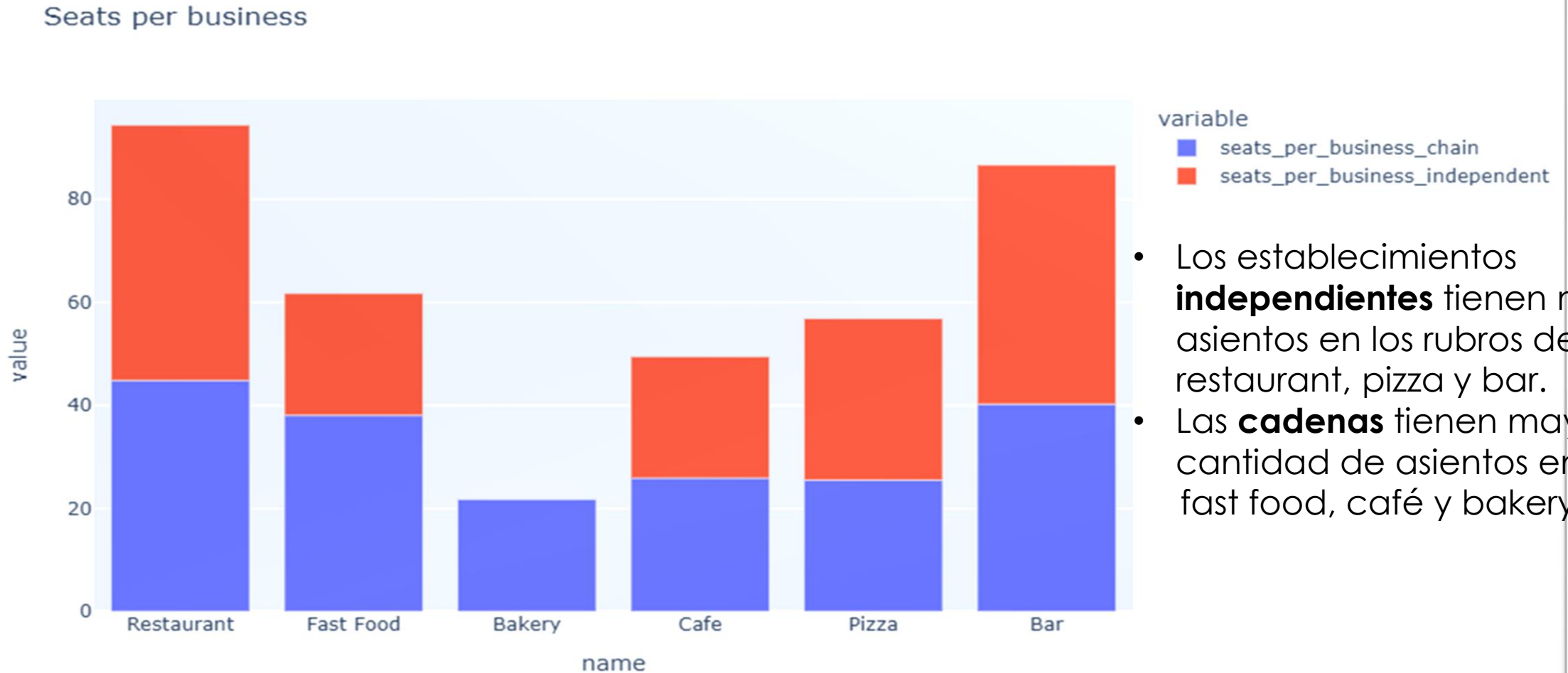
CANTIDAD DE ASIENTOS PROMEDIO SEGÚN NEGOCIO

Cantidad de asientos promedio por establecimiento que no pertenece a una cadena



Fuente: datos procedentes de fuentes abiertas sobre restaurantes en LA.

COMPARACIÓN DE ASIENTOS: CADENA VS INDEPENDIENTES



- Los establecimientos **independientes** tienen más asientos en los rubros de restaurant, pizza y bar.
- Las **cadena**s tienen mayor cantidad de asientos en los fast food, café y bakery

Fuente: datos procedentes de fuentes abiertas sobre restaurantes en LA.



ANÁLISIS POR NOMBRE DE CALLE

LAS DIEZ CALLES CON MAYOR PRESENCIA DE LOCALES

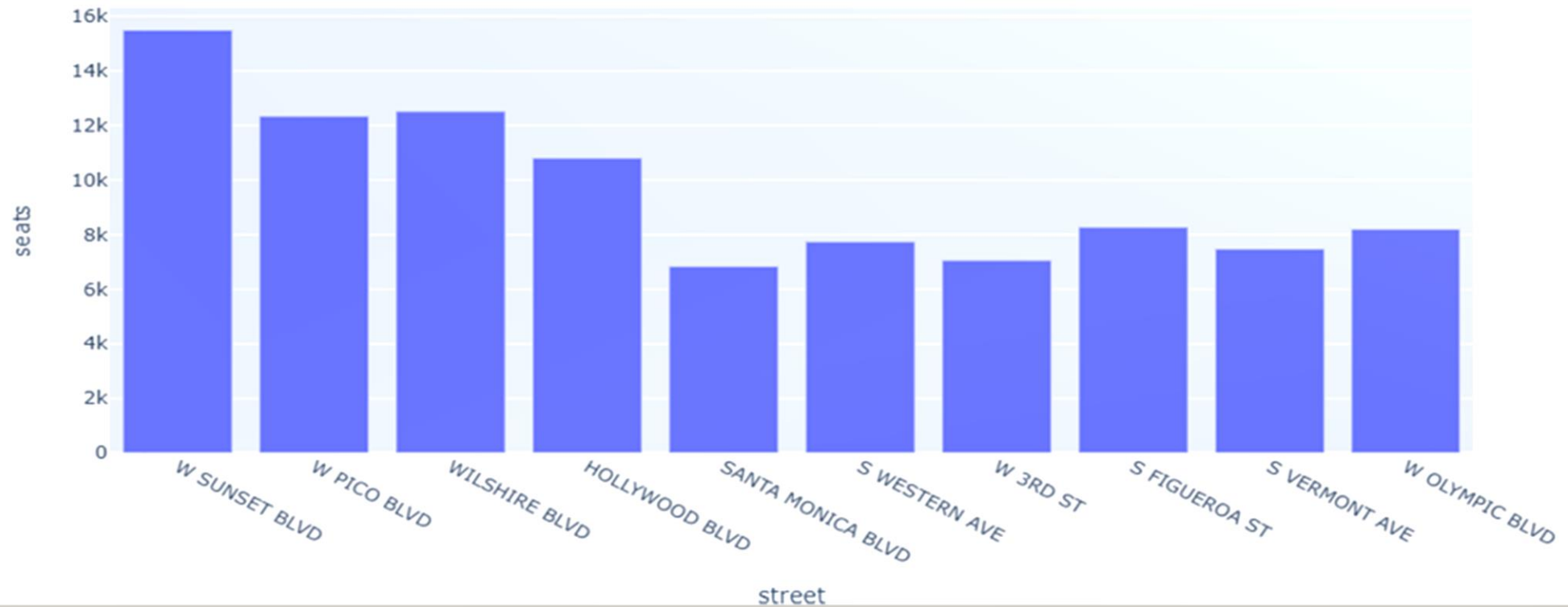
Diez mejores calles por número de establecimientos



Fuente: datos procedentes de fuentes abiertas sobre restaurantes en LA.

CANTIDAD DE ASIENTOS POR CALLE

Distribución de asientos en las diez mejores calles



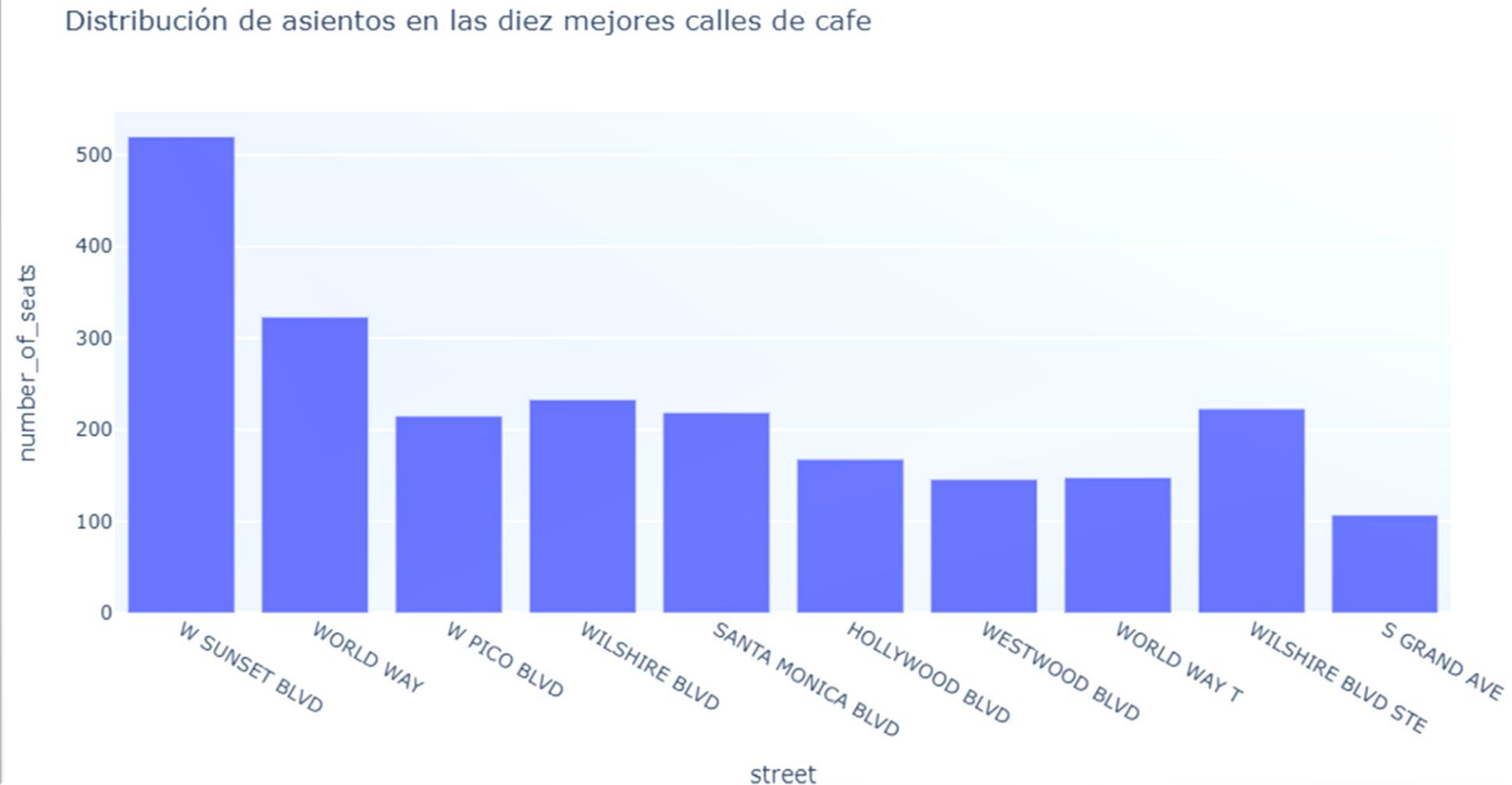
Fuente: datos procedentes de fuentes abiertas sobre restaurantes en LA.

CALLES MÁS POPULARES PARA LOS CAFÉS



Fuente: datos procedentes de fuentes abiertas sobre restaurantes en LA.

CANTIDAD DE ASIENTOS EN LOS CAFÉS POR CALLE



Fuente: datos procedentes de fuentes abiertas sobre restaurantes en LA.

OPCIÓN DE INVERSIÓN EN RUBRO BAR

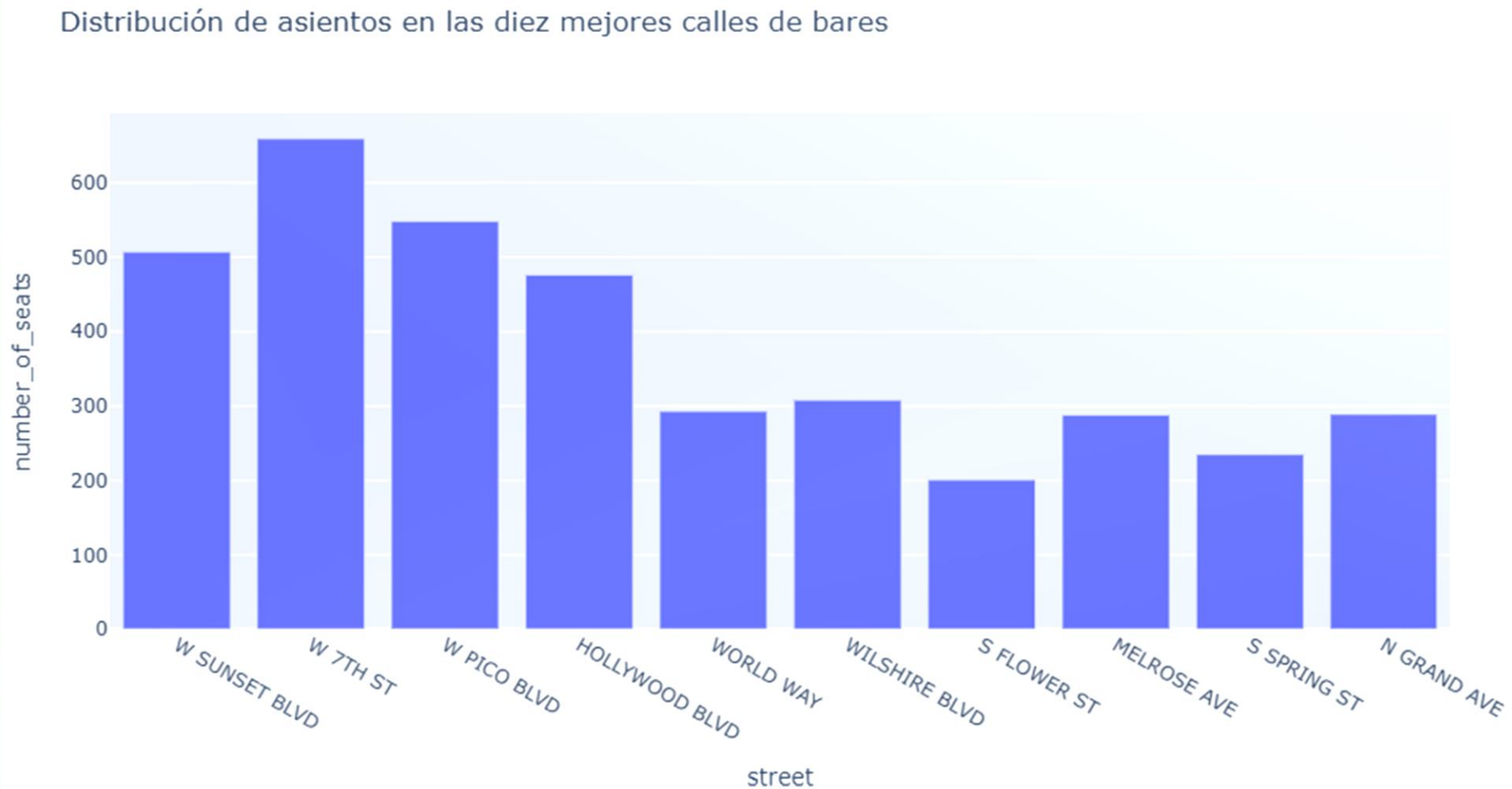


CALLES CON MAYOR PRESENCIA DE BARES



Fuente: datos procedentes de fuentes abiertas sobre restaurantes en LA.

ASIENTOS POR CALLES



Fuente: datos procedentes de fuentes abiertas sobre restaurantes en LA.

CONCLUSIONES

- El panorama del mercado se estructura en base a dos categorías: negocios independientes, que representan el 62%, y cadenas, que abarcan el 38%. La elección de establecer una cadena podría considerarse ventajosa según la naturaleza del sector.
- Los cafés emergen como una posibilidad promisorio dentro del mercado, pues se caracterizan por tener una competencia relativamente baja. En términos de capacidad de asientos, aunque esta no es substancial, existe una semejanza en la cantidad de asientos ofrecidos tanto por las cadenas como por los negocios independientes.
- La consideración de los bares se revela como una opción meritoria debido a la escasa competencia que enfrentan. En comparación con el conjunto de negocios, los bares ostentan una presencia significativa de asientos, equiparándose casi a la cantidad presente en los restaurantes, el segmento preeminente en el mercado.
- La vía más destacada en términos de popularidad es W SUNSET BLVD, lo que coincide con su predominancia tanto en la categoría de cafés como en la de bares. No obstante, es esencial considerar la existencia de calles con múltiples establecimientos pero una proporción limitada de asientos, lo que podría representar una oportunidad de negocio.