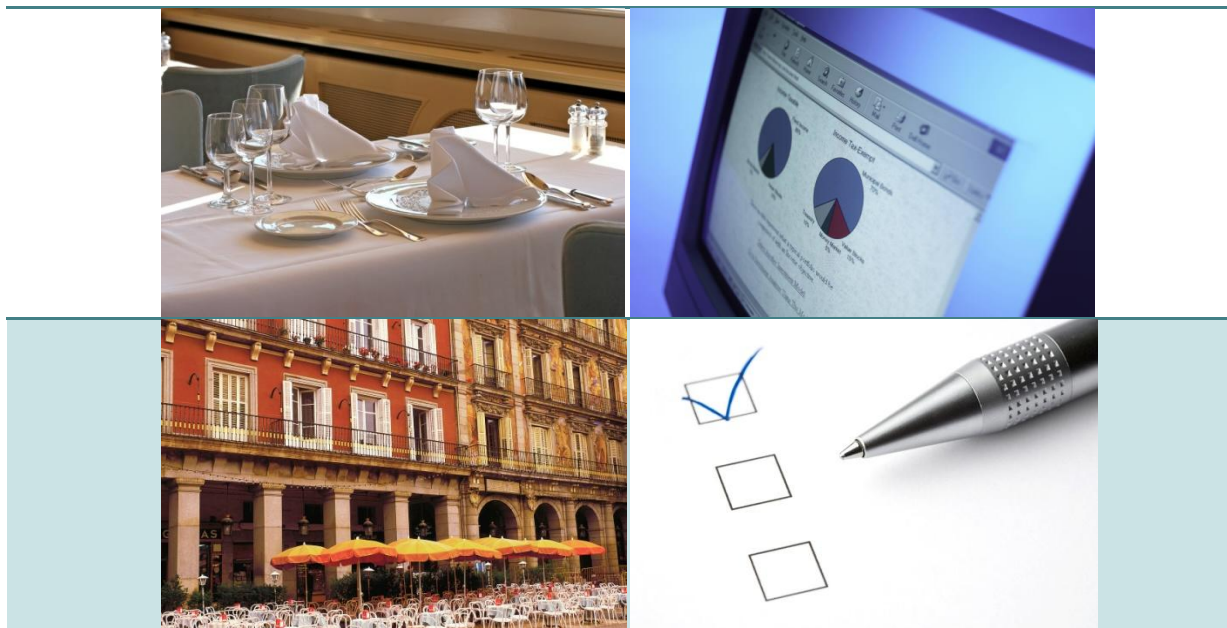




Septiembre de 2011

Estudio de mercado

De restaurante en la Rambla del Raval de Barcelona

Información Técnica y Científica S.L.



Contenido

Contenido

Introducción	3
Objetivo del estudio.....	3
Metodología.....	3
Tendencias de la industria hostelera y análisis del macro-entorno	4
Análisis de los factores económicos influyentes.....	5
El PIB (Producto Interior Bruto).....	5
El IPC (Índice de precios al consumo)	6
La tasa de paro.....	7
El tipo de interés.....	7
El tipo de cambio	8
Factores sociales	9
Cambios demográficos.....	9
Movimientos migratorios	9
Factores psicosociales.....	9
Ubicación y análisis del micro-entorno (El Raval).....	13
Encuesta sobre la población residente del barrio del Raval	14
Introducción	14
Ficha técnica de la encuesta	14
¿Ha estado recientemente en algún bar o restaurante de la zona del Raval?	15
¿Ha estado alguna vez en algún bar o restaurante de la Rambla del Raval?	16
¿Ha consumido alguna vez en algún bar o restaurante de Barcelona?.....	16
¿Ha ido o suele ir para...?	17
¿Con que frecuencia acude Ud. a un bar o restaurante de la zona del Raval?	18
¿Con quién suele ir?	20
¿Se podría decir que va siempre a los mismos bares o restaurantes o le gusta ir cambiando de sitio, y probar de nuevos?.....	22

<i>¿Cuál cree que son los criterios más importantes por los que usted vuelve o repite un mismo restaurante?</i>	23
<i>¿Considera una buena idea abrir un nuevo restaurante en la Rambla del Raval, y por qué razones?</i>	25
Análisis de afluencia de personas en Rbla. del Raval, 43.....	26
Introducción	26
Análisis de bares y restaurantes de la Rambla del Raval	29
Conclusiones generales.....	31
Bibliografía	32

Introducción

Objetivo del estudio

Realizar un análisis de mercado previo a la creación de un restaurante con licencia de apertura en la Rambla del Raval nº 43 de Barcelona.

Metodología

Se han realizado diferentes técnicas de muestreo, según el objetivo concreto para cada parte del estudio:

(Muestreo aleatorio simple) Se han realizado entrevistas telefónicas, mediante formularios de preguntas, a vecinos del Raval y, de forma presencial, a los turistas hospedados en los hoteles de la Rambla del Raval: Barceló y Abba Rambla, para conocer sus hábitos de consumo y opinión respecto los bares y restaurantes del Raval.

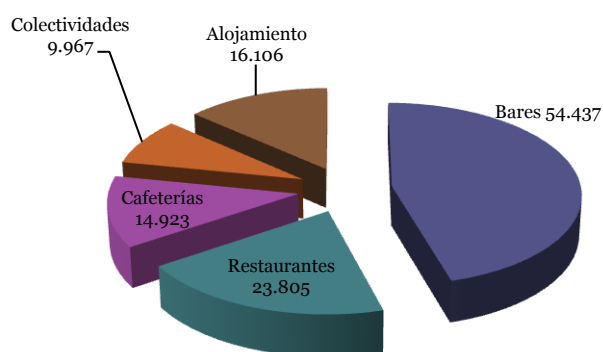
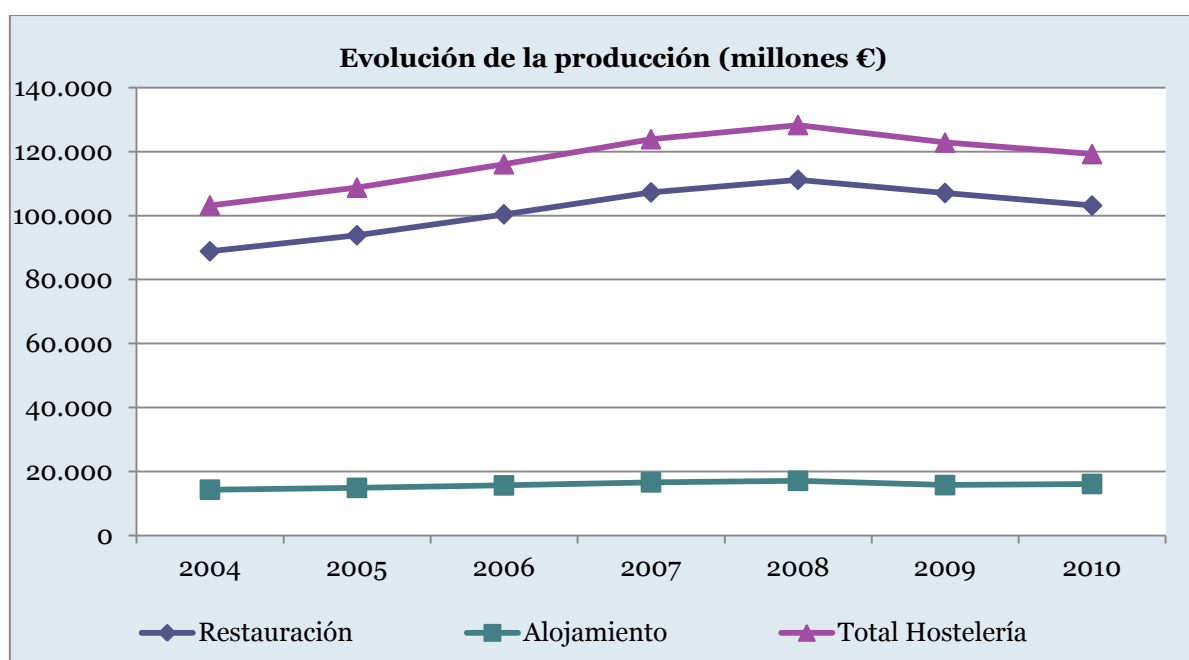
(Muestreo a juicio) Se han seleccionado individuos que de antemano tienen un conocimiento exhaustivo del tema bajo estudio. Se han realizado entrevistas en profundidad a personal laboral de estos hoteles, de la fundación Tot Raval, así como al presidente del gremio de comerciantes y de restauración del Raval.

Para conocer y analizar las estadísticas temporales del paso de peatones frente a la dirección del local (Rbla. Del Raval 43) y calcular potenciales clientes, se han realizado recuentos en diferentes franjas horarias y días de la semana.

Se han realizado observaciones de las terrazas e interiores de los bares y restaurantes de la Rambla del Raval, para ver la afluencia, el tipo de clientela, la decoración, ambiente, aforos, precios y otros factores de cara evaluar la competencia.

Tendencias de la industria hostelera y análisis del macro-entorno

En el marco del modelo económico actual encontramos una serie de indicadores que afectan de forma directa e indirecta al consumo en la industria de la hostelería. Factores económicos como el PIB (Producto Interior Bruto), el IPC (índice de precios al consumo), la tasa de paro, entre otros, nos muestran como en el contexto de recesión económica actual, el sector de la restauración ha sufrido y está sufriendo las consecuencias de la crisis.



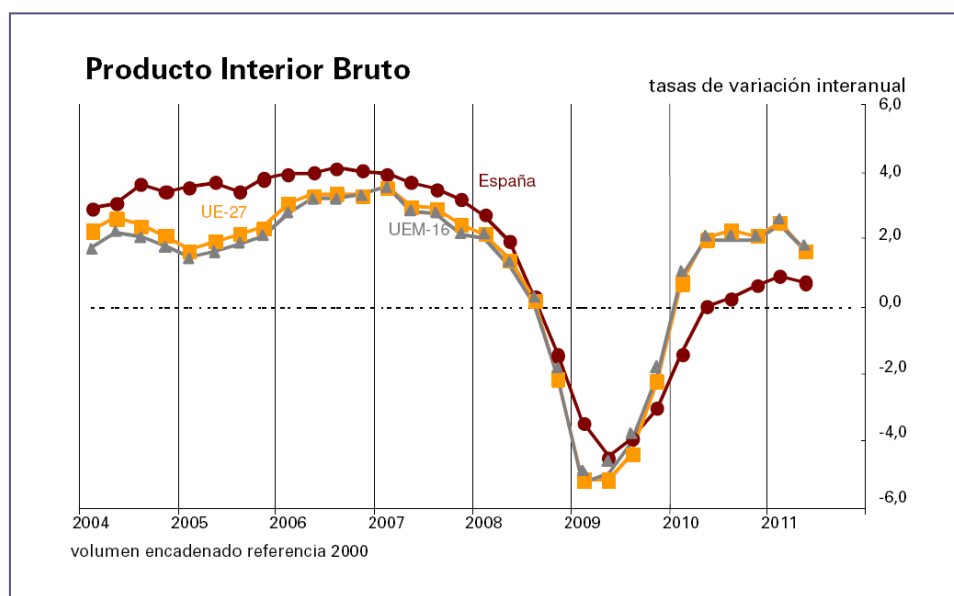
De los 119.238 millones de euros producidos por el sector de la hostelería en 2010, que representan el 7% de nuestro PIB, los bares generan casi la mitad de la producción (46%), seguidos de restaurantes (20%), cafeterías (13%), hoteles (13%) y otros colectivos (8%).

Fuente: FEHR/Universidad de Nebrija (sectores de la hostelería 2010).

Análisis de los factores económicos influyentes

El PIB (Producto Interior Bruto)

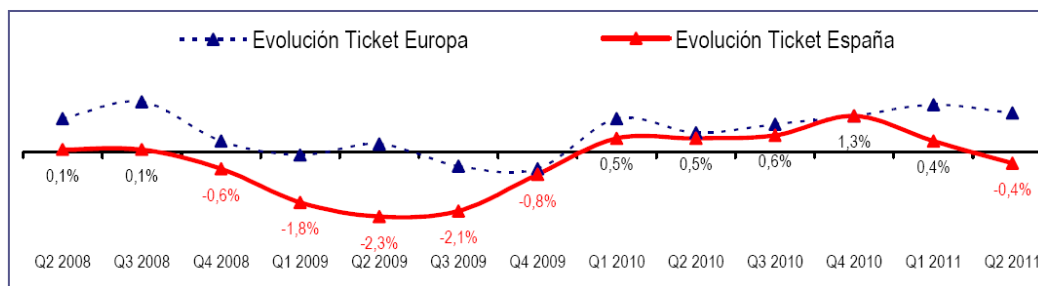
El PIB es el indicador que permite medir la evolución de una economía durante un periodo de tiempo determinado. Por definición, representa el valor total de bienes y servicios producido por dicha economía. A la práctica, la tasa de crecimiento económico de un país es vital, ya que si la economía crece, por un lado, incrementa las expectativas de inversión empresarial, mejora la renta per cápita, y en definitiva a la capacidad de consumo en servicios de restauración. Aunque también afecta a la creación de empleo y a la reducción del déficit público puesto que cuanto mejor marcha la economía más recauda el estado.



Fuente: INE

En el gráfico se observa claramente el bache que supone el inicio de la crisis, y la evolución posterior de las economías española y europea.

Según fuentes externas, como la consultora NPD Group, la evolución del ticket medio (unidad de gasto medio por comensal) en España sigue por debajo de la europea.

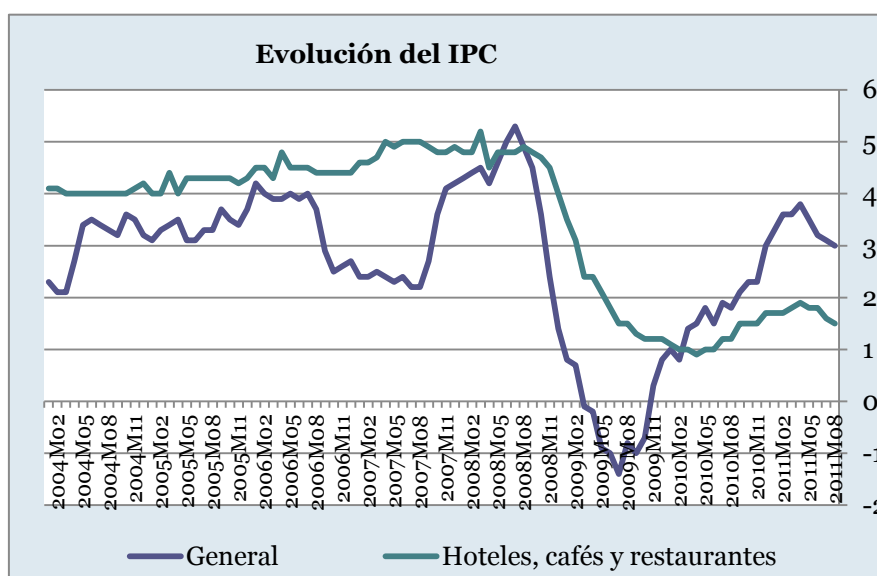


Fuente: NPD Group - Barómetro de la restauración española, 2º trimestre de 2.011

El PIB de algunos países de Europa, sigue creciendo a un ritmo mayor que el nuestro, hecho que provoca una recuperación en todos los sectores de la economía incluida la hostelería y en un mayor poder adquisitivo de sus consumidores.

El IPC (Índice de precios al consumo)

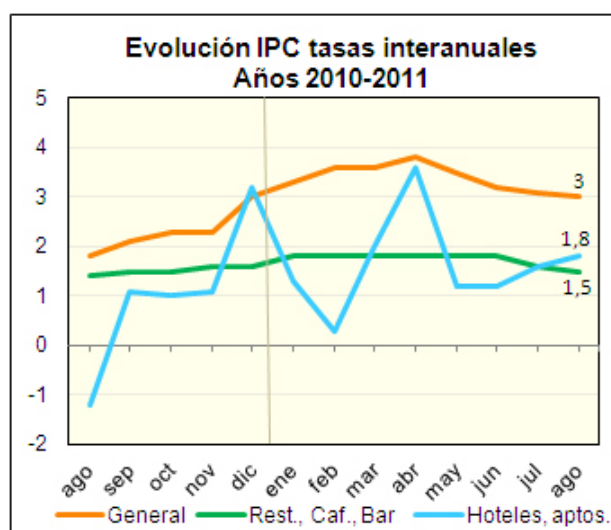
Variable que muestra la evolución de la inflación (Crecimiento generalizado y continuo de los precios de los bienes y servicios). Si nuestros precios suben más que los precios de los competidores estaremos perdiendo competitividad, puesto que los clientes nos percibirán como más caros. Esto es más crítico en aquellos restaurantes que trabajan en zonas turísticas, ya que si los precios de nuestro país crecen en mayor proporción que los precios de los países, les resultemos cada vez más caros.



Fuente: INE

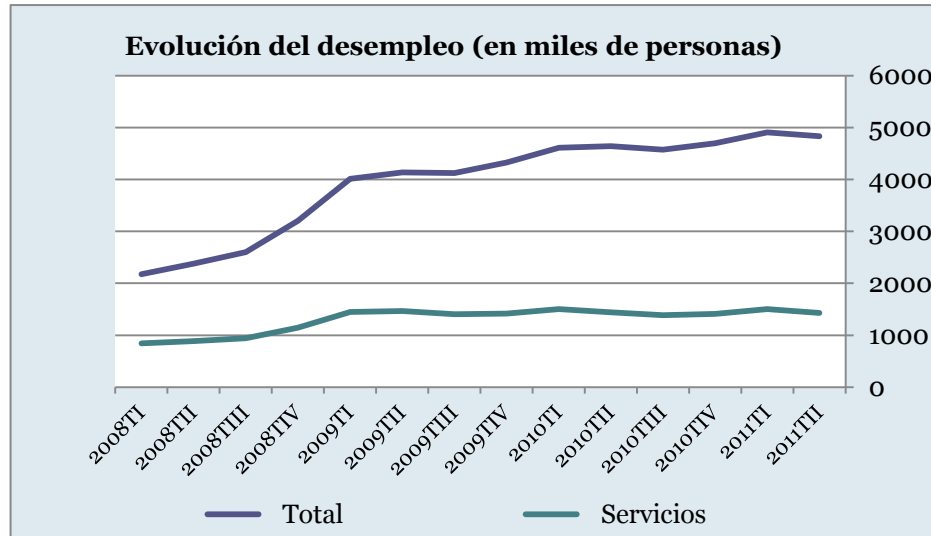
Tanto los precios de restaurantes como los de hoteles siguen creciendo prácticamente a mitad de ritmo que el IPC. Las posibles causas son un menor poder adquisitivo por parte de los consumidores y un aumento progresivo de la competencia extranjera, que sin duda hace rebajar el coste del ticket medio.

Mientras el sector hostelero presenta las fluctuaciones habituales en cada temporada del año, el IPC de restaurantes, bares y cafeterías es mucho más constante tal y como se observa en el siguiente gráfico.



La tasa de paro

La tasa de paro o desempleo afecta directamente al consumo y a la mano de obra. A mayor desempleo, menor consumo y mayor disponibilidad de mano de obra.



Fuente: INE

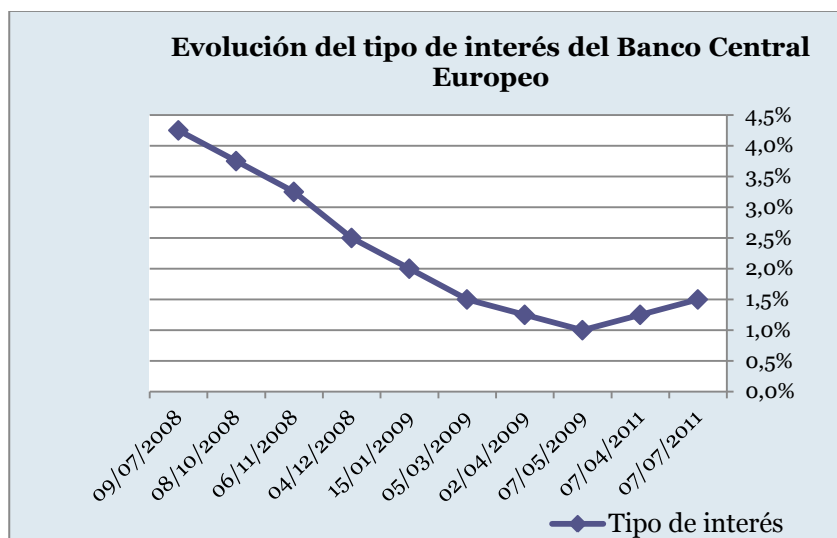
Tal y como reflejan los datos del INE, el paro en el sector de servicios, que incluye el personal del sector hostelero, llega a su máximo en el primer trimestre de 2009 y posteriormente se mantiene constante hasta la actualidad.

El sector servicios acumula más parados que cualquier otro sector como son industria y construcción, aunque también es el que más trabajadores tiene.

El creciente desempleo se debe principalmente a la imposibilidad por parte de la juventud a incorporarse al mercado laboral.

El tipo de interés

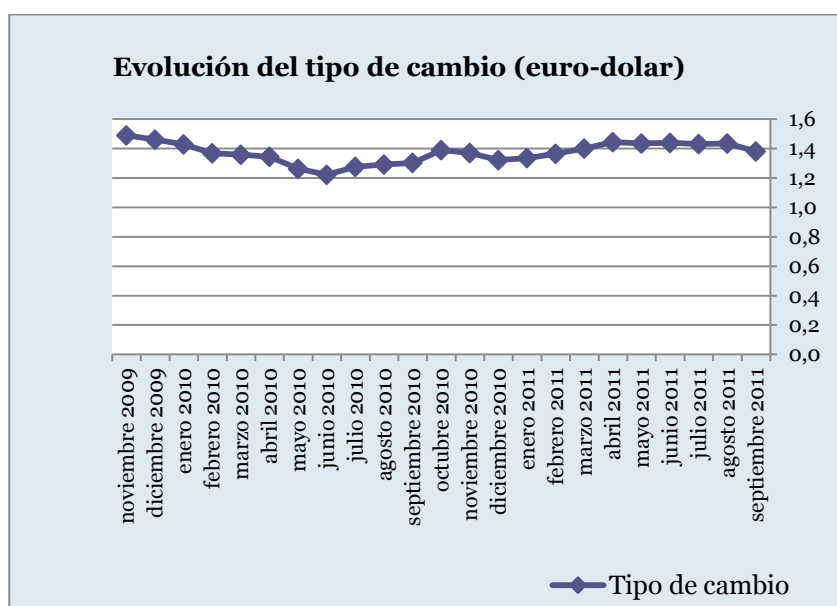
En la actualidad el Euribor es el indicador que marca el tipo de interés y que también afecta de forma directa a la economía de un país, puesto que sus variaciones tienen efectos inmediatos sobre la inflación y sobre la renta disponible. Si el tipo de interés baja, se abarata el crédito y como consecuencia aumenta la capacidad de empresas y consumidores privados dando lugar a una reactivación o calentamiento de la economía, aún a base de incrementar la deuda.



Fuente: INE

El tipo de cambio

Marca el valor entre una divisa o moneda respecto a la del resto de países. Esta variable afecta directamente a la capacidad de consumo del turismo proveniente de otros países con distinta moneda y al coste de productos de importación.



Fuente: INE

En los últimos años el euro sigue manteniéndose como una moneda fuerte respecto a otras que han devaluado valor. La crisis de la euro-zona, la presión de los mercados y en definitiva, el futuro económico de Europa podrían desembocar en una devaluación del Euro. ¿Cómo afectaría esto a nuestra economía y en concreto al sector de la hostelería?

Factores sociales

Más allá de los factores económicos, existen una serie de variables que también influyen en el negocio de la hostelería. Son tendencias, cambios de la sociedad y del comportamiento de los individuos que la forman.

Cambios demográficos

En España existe un progresivo envejecimiento de la población. Lo que supone un aumento potencial de consumidores de la tercera edad, con unas necesidades dietéticas particulares. Orientar los servicios de hostelería hacia este sector, como por ejemplo: dietas específicas bajas en sal, catering para residencias, etc. puede ser una opción de negocio.

Movimientos migratorios

El aumento de inmigración en Europa ha provocado no sólo un mestizaje social, sino también cultural y gastronómico, con un aumento de restaurantes étnicos de todas partes del mundo. Este hecho provoca, por un lado, un cambio de hábitos en los consumidores, cada vez más acostumbrados a una variedad de sabores y cocinas, y por otro lado, un aumento de la competitividad, por precios y servicios.



Factores psicosociales

Otro de los factores externos a considerar son los denominados “psicosociales”. En el caso de la restauración está influyendo la tendencia a tener una estética muy cuidada y a vigilar la salud de forma más intensa. Esto ha conllevado unos importantes cambios en los hábitos alimentarios y en las composiciones de las dietas. Como consecuencia, han surgido conceptos de restauración basados en estas tendencias, como son los restaurantes macro-bióticos o

vegetarianos, que cubren las necesidades de consumo de un sector aún reducido, pero creciente de la sociedad.

Factores político-legales

Cualquier cambio de legislación, bien sea en política laboral, cuyas variaciones pueden afectar a los costes de contratación de personal. Así como cualquier cambio de normativas en cuanto a seguridad, sanidad, accesibilidad, etc. por parte de una u otra administración, es indudable que repercuten en el sector de la hostelería.

Un ejemplo reciente, es la ley antitabaco y sus modificaciones, que afectaron, en un principio al coste de separación de áreas de fumadores y no fumadores y posteriormente, con la prohibición total, a la disminución de consumo en el interior de los locales y al aumento de terrazas, con los costes de licencia pertinentes.

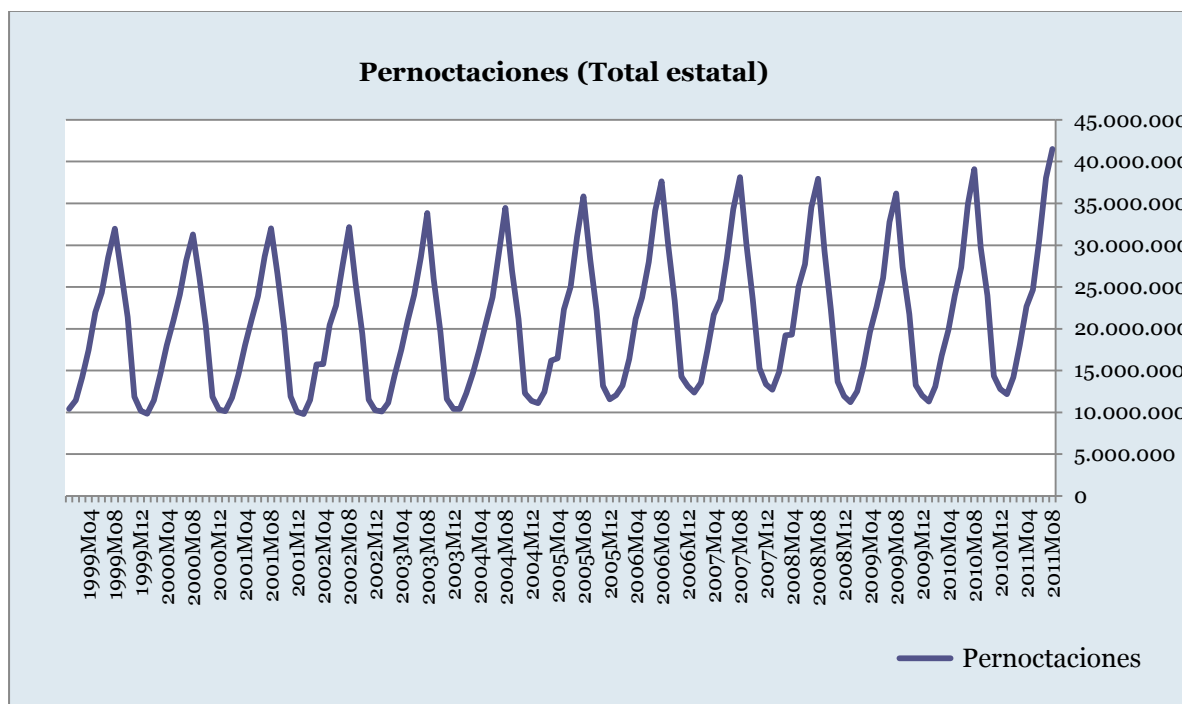
Turismo

El importante incremento del turismo, está repercutiendo positivamente en la industria de la hostelería. Esto se debe a la fuerte influencia que tiene en la restauración donde representa una porción importante del negocio.

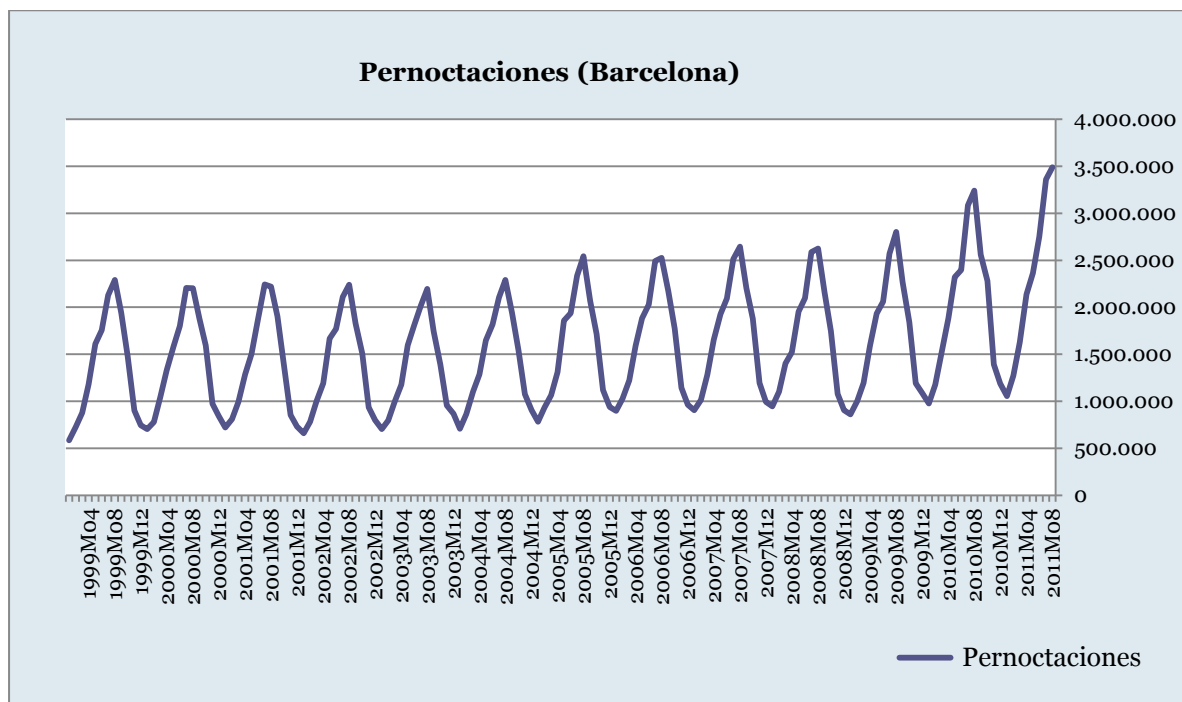
Durante el último mes de agosto se registraron 41,5 millones de pernoctaciones (noches de alojamiento) en establecimientos hoteleros, lo que supone un incremento del 6,2% respecto al mismo mes de 2010. Las pernoctaciones de residentes descendieron un 1,4%, mientras que las de no residentes experimentaron un crecimiento del 12,2%. La estancia media sube un 0,5%, situándose en 3,9 pernoctaciones por viajero.

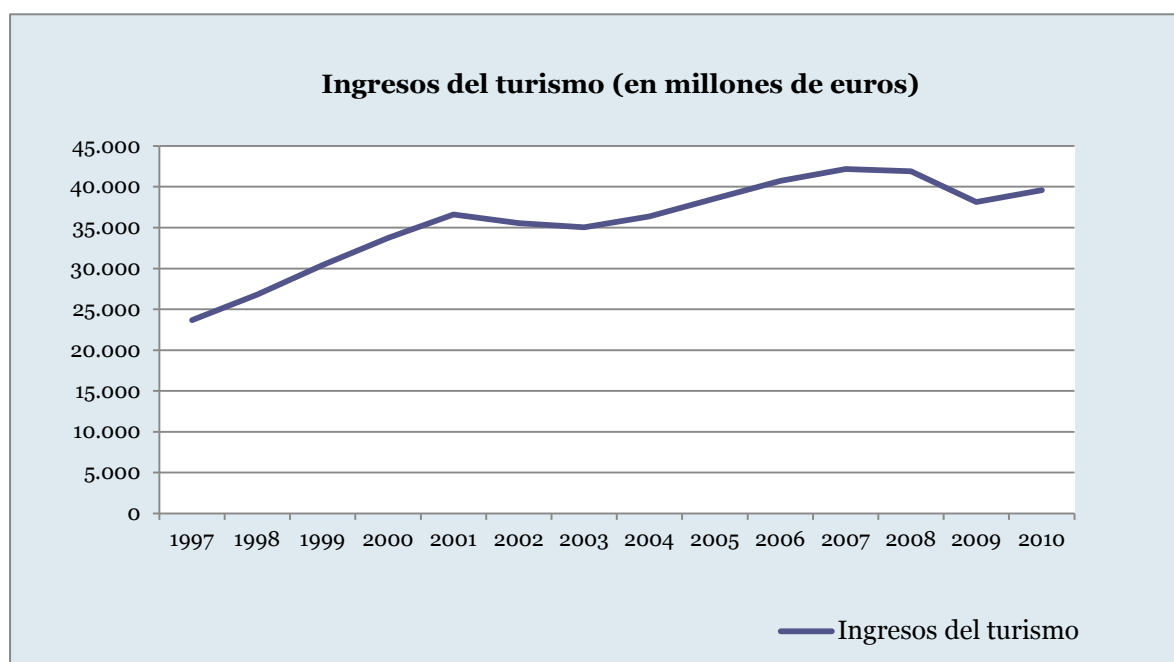
Las principales destinaciones de los turistas extranjeros son las Illes Balears, seguido de Catalunya, con un incremento interanual del 9,1%, y Canarias que también asciende un 19,7% respecto al año anterior.

El turismo nacional, prefiere Andalucía, Catalunya y Comunitat Valenciana como principales destinos.



Fuente: INE





Fuente: Banco de España

Analizando los gráficos, se puede distinguir perfectamente “el bache” que representa el inicio de la crisis, y su posterior recuperación.

Los ingresos por turismo aumentan de forma regular, aunque si tomamos en cuenta las pernoctaciones, podemos afirmar que existe una evolución muy positiva en toda España, y más destacada aún en la ciudad de Barcelona, donde el pasado mes de agosto se han alcanzado cifras de máximos históricos.

Centrándonos en el tema de estudio, el Raval presenta una oferta gastronómica acorde con la pluralidad cultural que lo caracteriza. Con el fin de conocer detalladamente las costumbres y hábitos de cada grupo social, se ha elaborado una encuesta donde han participado más de 300 vecinos y turistas del Raval.

Encuesta sobre la población residente del barrio del Raval

Introducción

La finalidad de esta encuesta es determinar los hábitos de consumo de los distintos grupos sociales que conviven en el Raval en materia de bares y restaurantes. Por ello se ha dividido la encuesta en dos formularios diferenciados, el primero dirigido a la población que trabaja o reside en el Raval y el segundo al turismo que circula o se hospeda en la Rambla del Raval, por su proximidad con la dirección del nuevo restaurante.

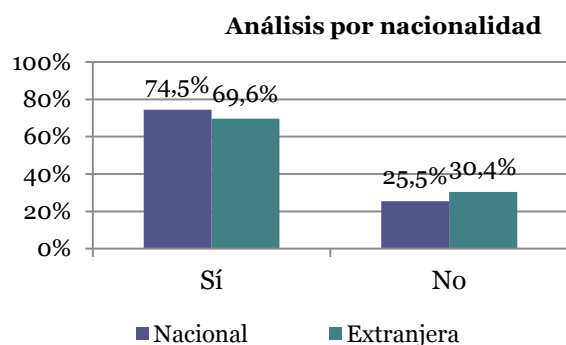
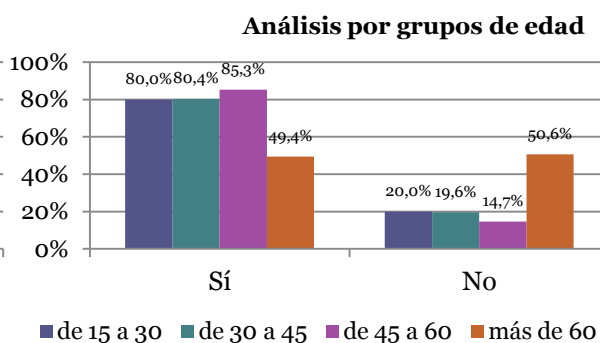
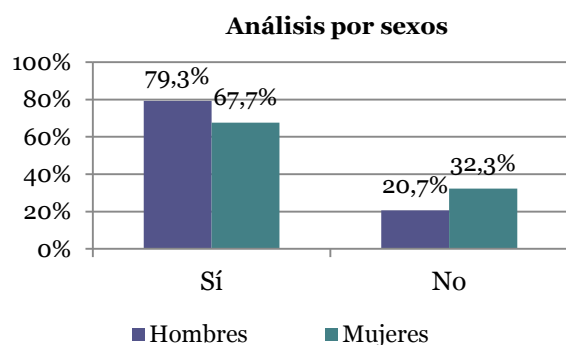
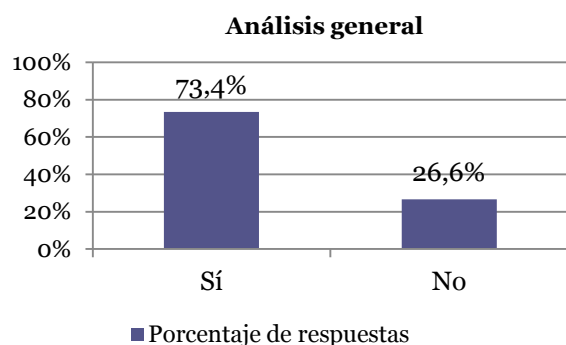
Cabe considerar, que hay preguntas coincidentes en ambos formularios, lo que se indica en el universo de de cada pregunta.

Ficha técnica de la encuesta

<i>Muestra</i>	308 entrevistas. De las cuales 230 se han realizado a residentes (172 españoles y 58 inmigrantes) y 78 a turistas.
<i>Técnica de muestreo</i>	Muestreo probabilístico, estratificado por grupos de sexo, edad (afijación simple).
<i>Intervalo de confianza</i>	95,5% (dos sigma)
<i>Margen de error (Error máximo aplicable sobre conjunto total de la muestra)</i>	+/- 5,7%
<i>Tipo de entrevista</i>	Telefónica a los residentes y presencial a los turistas.
<i>Fecha del sondeo</i>	Septiembre de 2011

¿Ha estado recientemente en algún bar o restaurante de la zona del Raval?

Universo: Población residente.

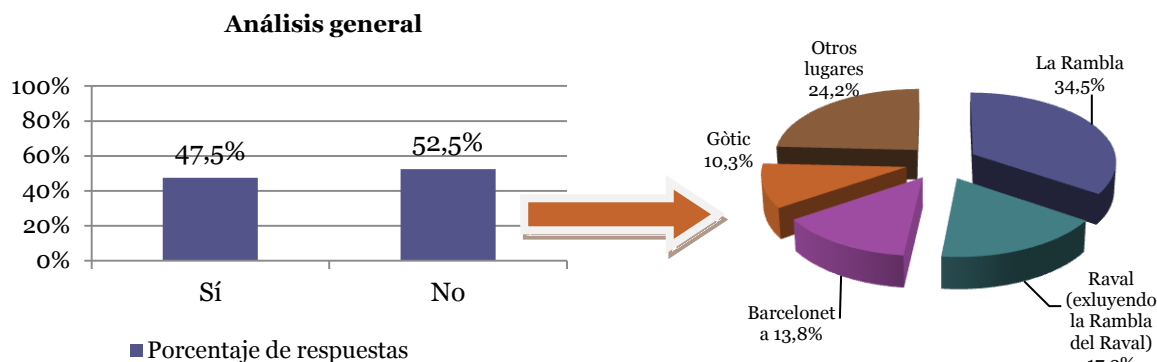


Conclusiones

No se observan diferencias significativas de consumo de bares o restaurantes entre los distintos grupos sociales, si bien, el dato más relevante es que la población mayor de 60 años es la que presenta un menor hábito.

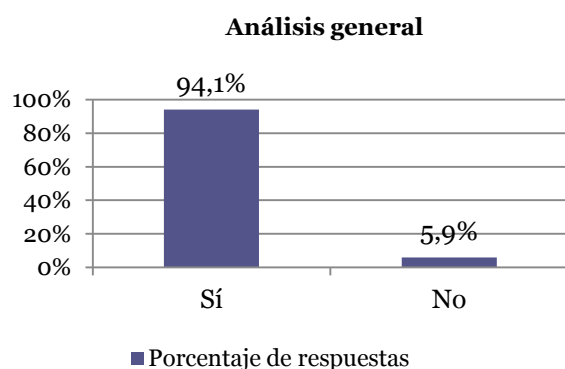
¿Ha estado alguna vez en algún bar o restaurante de la Rambla del Raval?

Universo: Población turista que circula o se hospeda en la Rambla del Raval.



¿Ha consumido alguna vez en algún bar o restaurante de Barcelona?

Universo: Población turista que circula o se hospeda en la Rambla del Raval.



Conclusiones

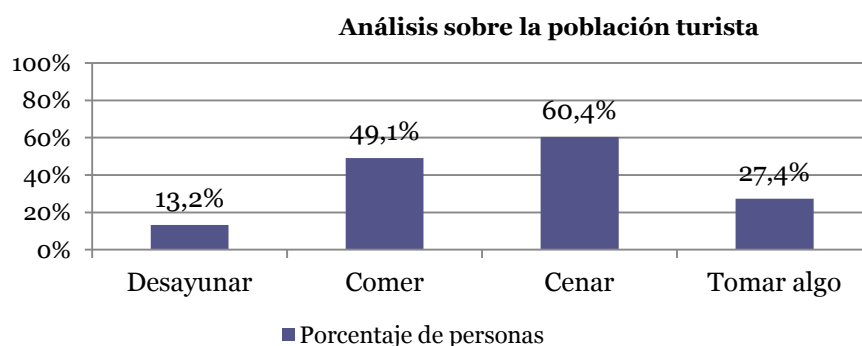
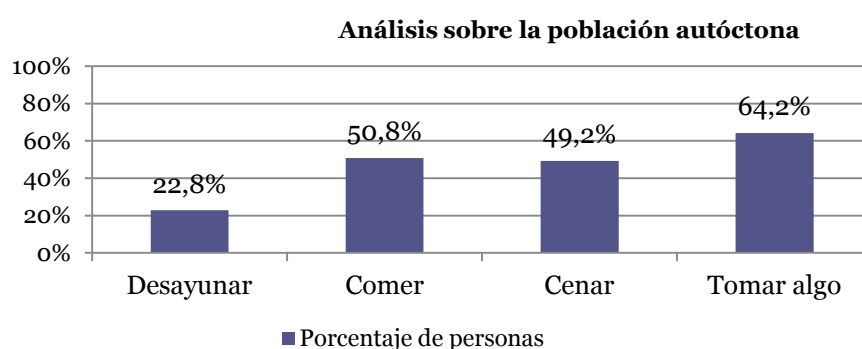
Es evidente, que durante su estancia, prácticamente la totalidad del turismo que pasa por Barcelona hacen consumo en un sitio u otro de la ciudad. Uno de cada dos turistas que se hospedan en el Hotel Barceló o Abba Rambla entra en alguno de los bares o restaurantes de la Rambla del Raval.

Al indagar dónde van los turistas que no han consumido en esta calle, vemos que un 34,5% acuden a los locales de la Rambla, un 17,2% a otros puntos del Raval, un 13,8% prefieren la Barceloneta, un 10,3% al barrio Gòtic y el resto se reparten entre la Eixample o la zona centro de Barcelona, El Born, Pl. Catalunya, Pg. De Gràcia, etc.

¿Ha ido o suele ir para...?

1. Desayunar
2. Comer
3. Cenar
4. O simplemente para tomar algo...

Universo: Población residente y turista.



Conclusiones

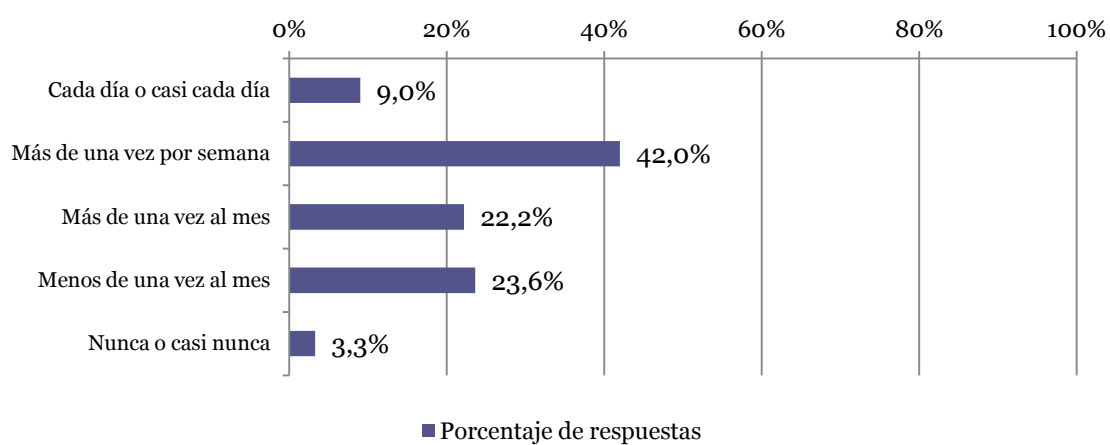
Se observan diferencias de costumbres entre la población residente y foránea. Mientras que los residentes hacen consumo de bares y restaurantes a cualquier hora, los turistas prefieren desayunar en el hotel, y comer o cenar “fuera” en lugares recomendados, tanto por el propio hotel, como por otros medios como guías, websites u otros turistas...

¿Con que frecuencia acude Ud. a un bar o restaurante de la zona del Raval?

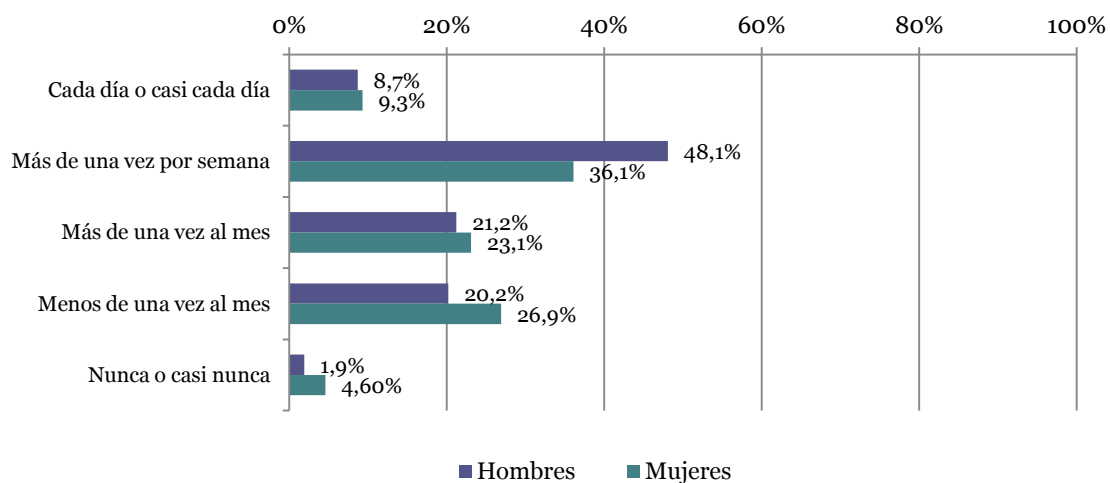
1. Cada día o casi cada día
2. Más de una vez por semana
3. Más de una vez al mes
4. Menos de una vez al mes
5. Nunca o casi nunca

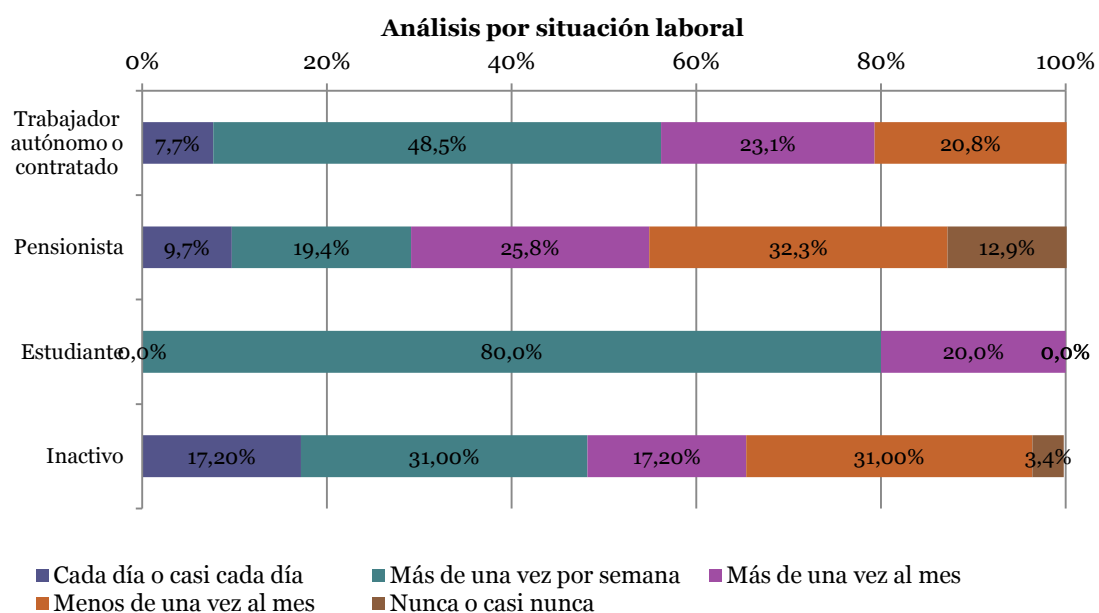
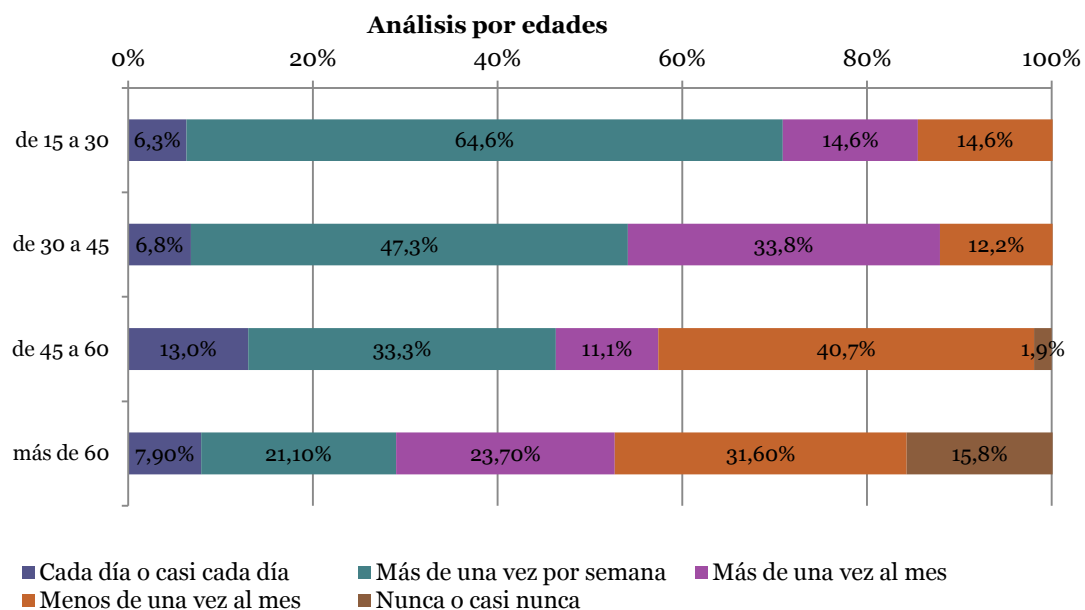
Universo: Población residente.

Análisis general



Análisis por sexos





Conclusiones

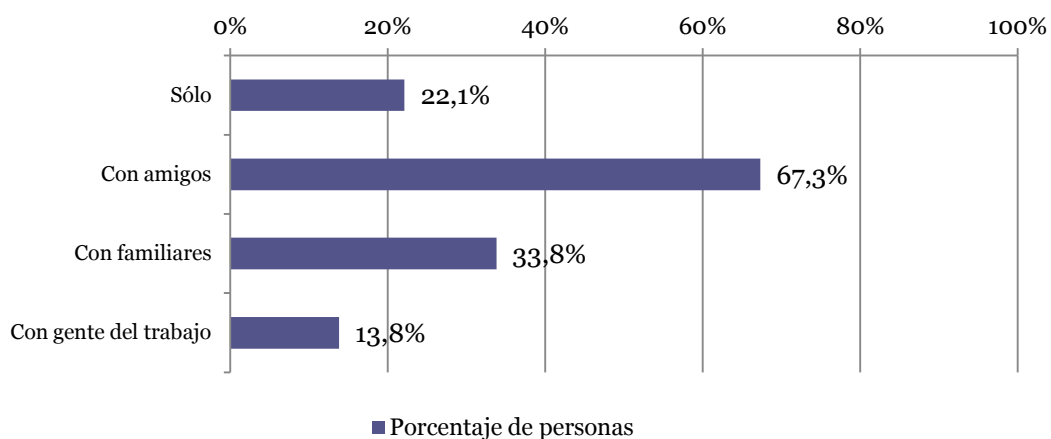
Analizando la población residente del Raval, se puede afirmar que el hábito de “tomar algo” en locales del Raval disminuye progresivamente con la edad. Según se muestra en los gráficos, son los estudiantes, quienes visitan más a menudo los bares del barrio, pese a hacer un consumo menor. Cabe considerar también el tipo de bares y restaurantes y su oferta.

¿Con quién suele ir?

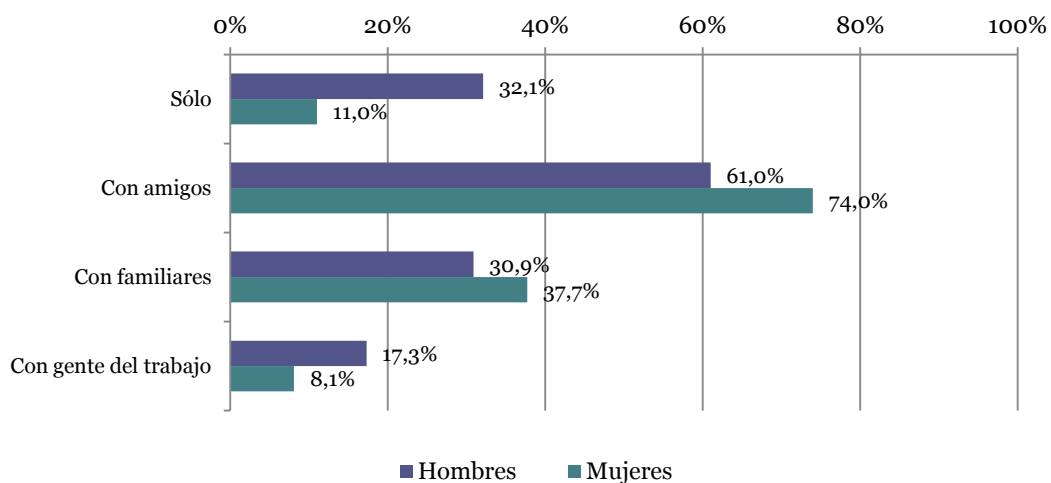
1. Sólo
2. Con amigos
3. Con familiares
4. Con compañeros de trabajo

Universo: Población residente.

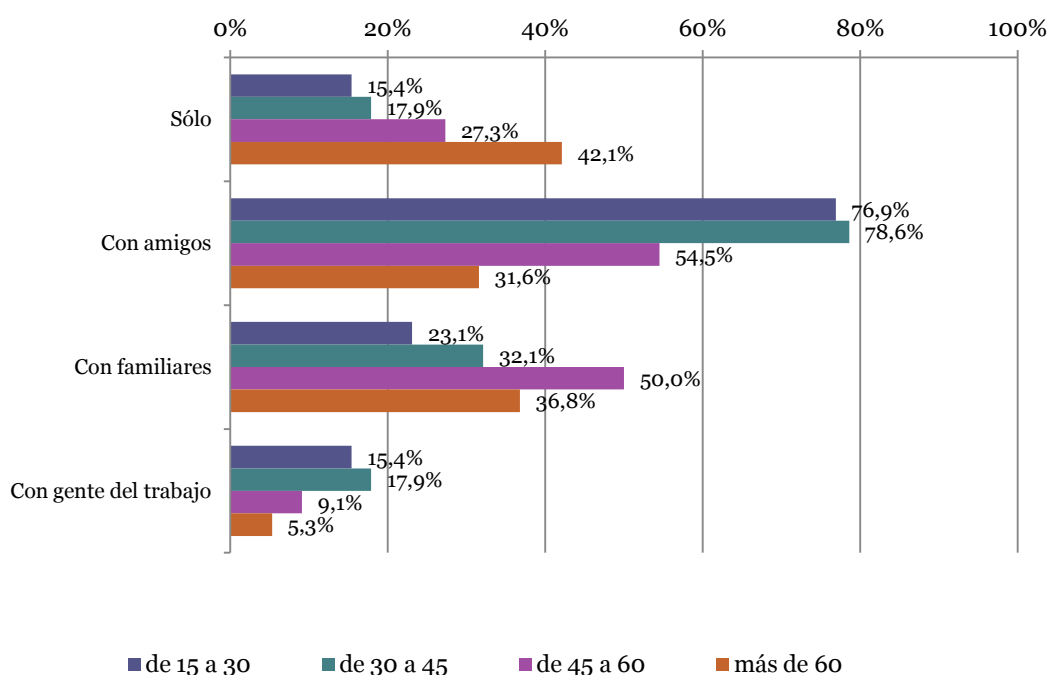
Análisis general



Análisis por sexos



Análisis por edades

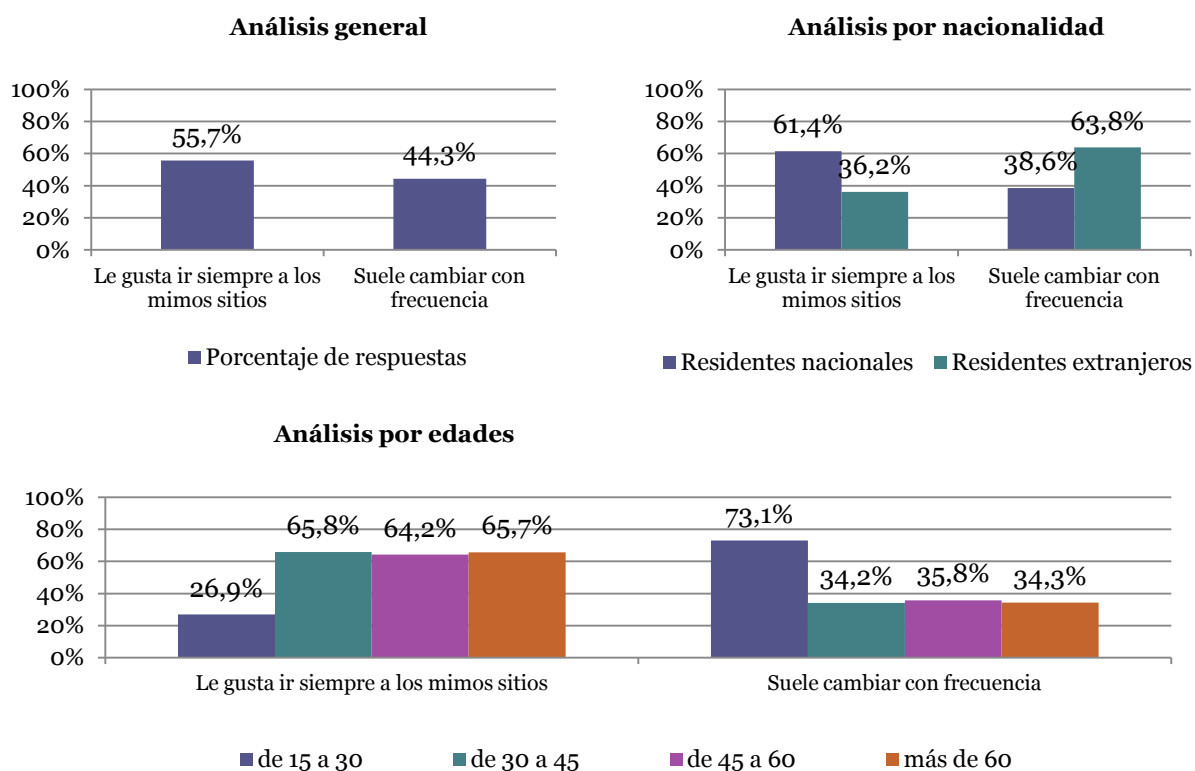


Conclusiones

El concepto de bar restaurante en el Raval, a diferencia de otros barrios de Barcelona está más orientado a la oferta de tapas, platos especializados y consumo de bebidas. El porcentaje de restaurantes con menús de mediodía es inferior que en otros barrios de Barcelona. Tomar algo acompañado de amigos o familiares es lo habitual, aunque también hay una proporción de gente que suele ir solo, por lo general son hombres y de edad avanzada.

¿Se podría decir que va siempre a los mismos bares o restaurantes o le gusta ir cambiando de sitio, y probar de nuevos?

Universo: Población residente del Raval.



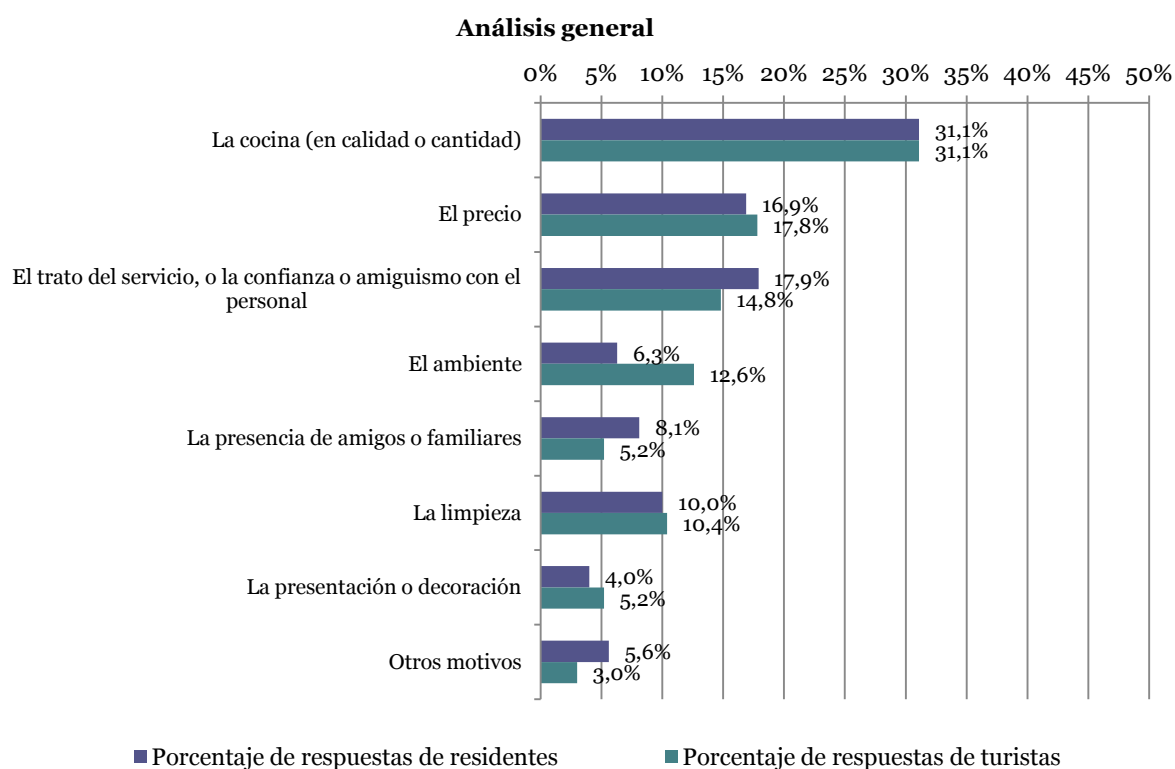
Conclusiones

Al preguntar a la población residente si suele ir a los mismos bares o restaurantes, las respuestas obtenidas están repartidas a partes iguales. La mitad de la población prefiere ir a sitios conocidos mientras que la otra mitad prefiere ir cambiando con cierta frecuencia. Al hacer la explotación de datos, se concluye que la juventud está más abierta a los cambios en este tipo de ocio, así como la población extranjera que vive en el Raval, que por norma general, está abierta a cualquier cambio.

¿Cuál cree que son los criterios más importantes por los que usted vuelve o repite un mismo restaurante?

1. La calidad de cocina
2. El precio
3. El trato del servicio, o la confianza o amiguismo con el personal
4. El ambiente
5. La presencia de amigos o familiares
6. La limpieza
7. La presentación o decoración
8. Otros motivos

Universo: Población residente y turista.



Conclusiones

Sobre el papel, el criterio más valorado, tanto por turistas como residentes, es la cocina, aunque cabe destacar que muchos entrevistados han puntualizado que no solo es la cocina sino la relación calidad precio de ésta.

A los residentes también se les preguntó de forma abierta, ¿cuál es el bar o restaurante del barrio que visitan con más frecuencia? Y ¿por qué razones?

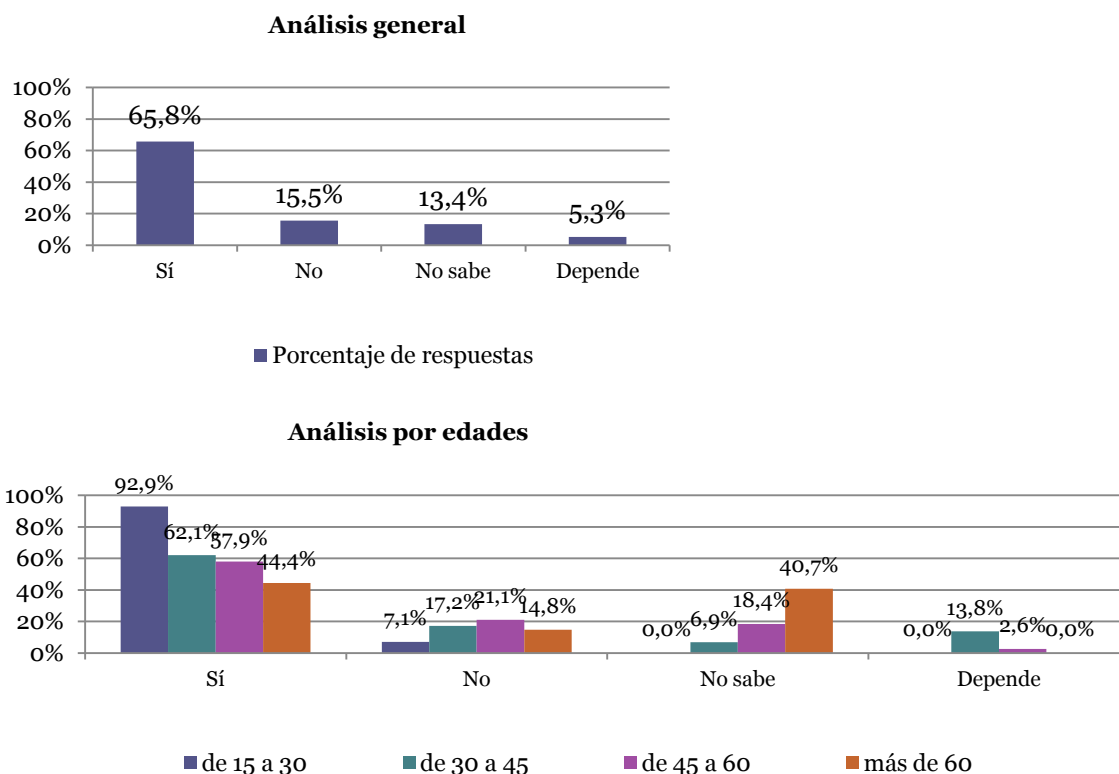
Las conclusiones son que no existen en el barrio restaurantes que destaquen sobradamente sobre el resto, puesto que las respuestas han sido muy dispersas.

Otros motivos comentados por los entrevistados han sido, en el caso de los residentes, la proximidad o cercanía con el hogar o lugar de trabajo y, en los turistas, la proximidad con el hotel.

Más allá de las respuestas predefinidas, hay una tendencia por parte del turismo a buscar el plato típico, como las tapas, paellas, sangría etc. Al igual que acudir a los sitios donde hay otros turistas. La Rambla de Catalunya generalmente no ofrece calidad a buen precio, en cambio es el lugar donde consumen la mayoría de estos, probablemente por desconocimiento, o porque simplemente les inspira confianza encontrarse a otros paisanos.

¿Considera una buena idea abrir un nuevo restaurante en la Rambla del Raval, y por qué razones?

Universo: Población residente del Raval.



Conclusiones

Las principales razones de quienes lo consideran una buena idea, son: que hay mucha población en la zona, que es un sitio de paso, que hay mucho turismo, que la variedad de oferta siempre es positiva, que los comercios y restaurantes “normalizan” el barrio, la proximidad al hotel Barceló, etc.

Y sus detractores consideran, en primer lugar, que ya hay mucha oferta de bares y restaurantes en el barrio y en segundo lugar el problema de la delincuencia y los altercados, que pueden asustar a la clientela y hacer que marchen a otros barrios.

Análisis de afluencia de personas en Rbla. del Raval, 43

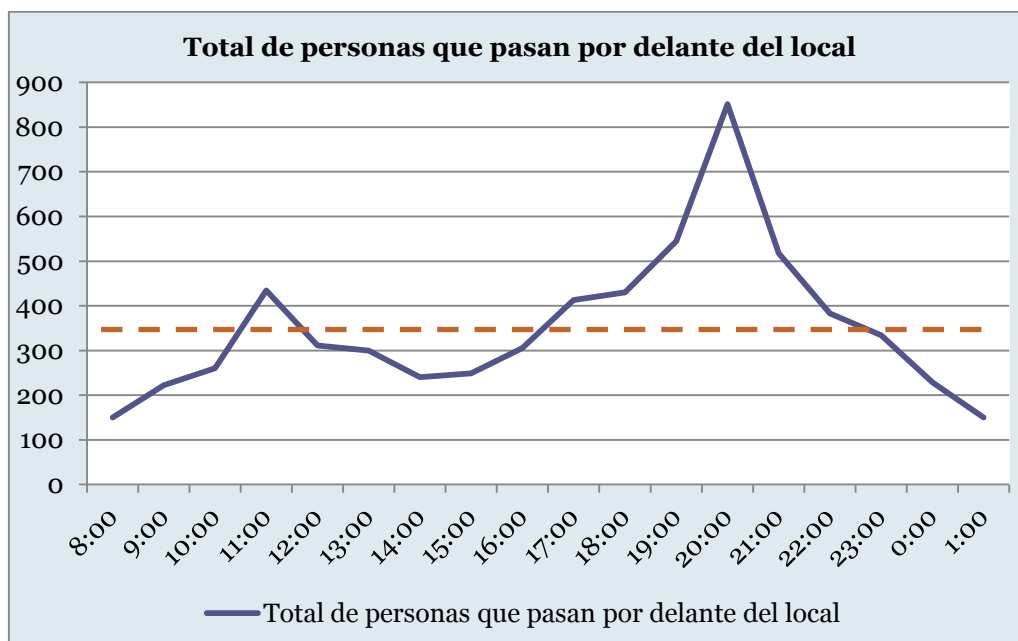
Introducción

Según datos del 2.007 de la fundación Tot Raval, el barrio es visitado a diario por más de 56.000 personas, con mayor presencia de hombres (59%) que de mujeres (41%).

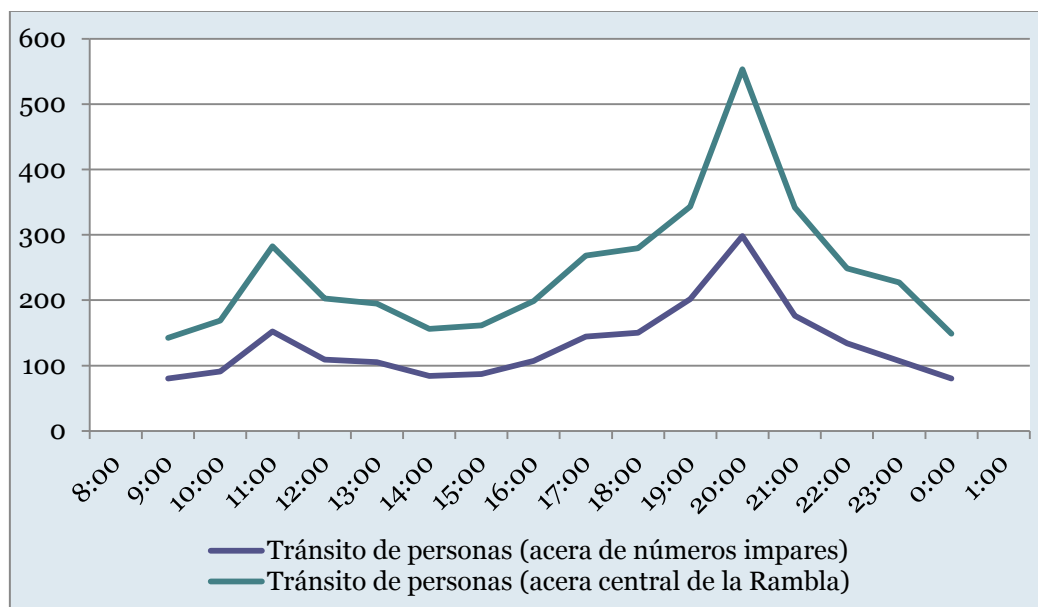
El eje comercial del Raval recibe la visita de más de 21 millones de personas cada año, lo que lo convierte en el quinto barrio más visitado de Barcelona.

Entre los días 30 de agosto y 15 de septiembre se han realizado recuentos en distintos días y horas sobre tránsito de personas que pasean frente a la ubicación del local (Rbla. Del Raval, 43)

La finalidad de estas observaciones es determinar el potencial número de clientes, tomando como referencia el tránsito de personas y su incidencia en los locales de la competencia más cercanos.



Por delante de la ubicación del local, circula un promedio de **351 personas por hora** (marcada en el gráfico por la línea discontinua), un total de **6.325 personas al día** (de 8 a 1h) con máximos a las 20 horas (851 personas) y mínimos a partir de las 24 horas en días laborables.

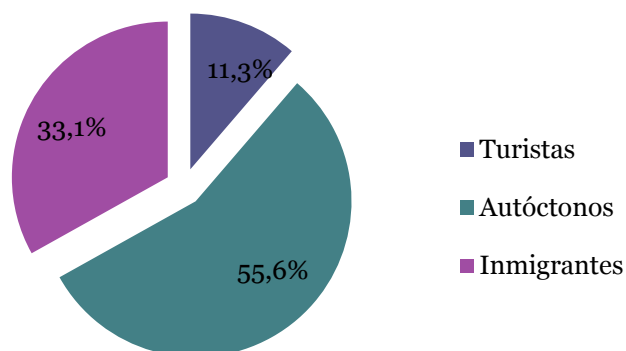


Debido a la amplitud de la Rambla del Raval, solo se ha contabilizado el paso de personas por la acera contigua (números impares) y central de la Rambla, donde se ubicaría la terraza del local. Por tanto se ha descartado tránsito de peatones por la acera de los números pares, ya que se ha considerado demasiado lejana del área de percepción del local.

La diferencia de tránsito entre las dos aceras más cercanas al local es prácticamente constante. El **65%** de los peatones circula por medio de la Rambla, mientras que el **35%** restante por la acera de los números impares.

Considerando las diferencias de hábitos entre turistas, autóctonos e inmigrantes, se ha realizado un recuento parcial de cada grupo tomando en cuenta factores perceptibles a simple vista como el color de piel, la vestimenta y el idioma en algunos casos. La proporción de transeúntes de cada grupo se muestra el siguiente gráfico:

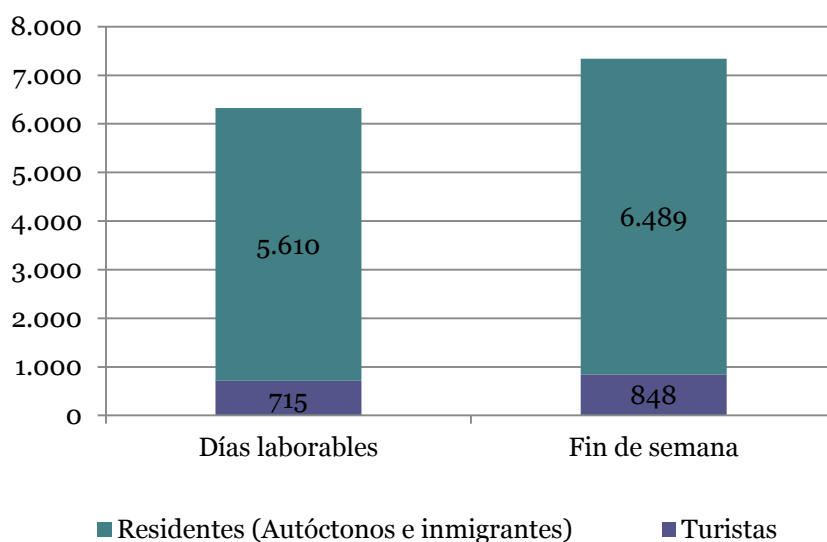
Porcentaje de peatones



Los hábitos horarios de los residentes (inmigrantes o autóctonos) y los turistas son distintos.

Se distingue una proporción mayor de residentes y, en menor grado, de turistas los fines de semana (sobre todo los sábados) al igual que en horarios como las 8 o 9 de la mañana. Mientras que los turistas tienen una presencia más regular durante todo el día.

Debido al incremento tanto de residentes como de turistas los fines de semana, el número medio de peatones asciende un 16% respecto a los días laborables, llegando a superar la cuota de las 7.000 personas diarias (de 8 a 1h).



Análisis de bares y restaurantes de la Rambla del Raval

Mediante observaciones y entrevistas en profundidad, se ha tomado la referencia del resto de locales que conforman la oferta gastronómica y lúdica de la Rambla del Raval, con el fin de determinar el concepto de local, su oferta, valoración, precio medio y el tipo de clientela que los frecuenta.

Nombre del local	Oferta gastronómica	Precio medio de la Carta	Menú de mediodía	Terraza	Horarios	Valoración
La Paciencia	Tapas, desayunos			Sí	lun-jue 09.00-01.00 vie-dom 09.00-02.30	Notable
Ámbar	Copas, cafetería		No	Sí	Lun-jue 08:00-22:00 jue-sab 08:00-01:00	Buena
Café delicias	Combinados, copas, cafetería, tapas	12€	No	Sí	lun-jue de 18:00-1:00 vie-sab hasta las 3:00	Buena – notable
Zentraus	Cocina de mercado, Music & Cocktails, para llevar	25€	10,75€	Sí	lun 12.00-17.00 Mar- jue 12.00-0.00 vie-sáb y vísperas de festivo 12.00-01.00	
Maharaja	Cocina hindú	15€-20€	9€ laborables 15€ festivos	Sí	lun-dom 14:00-16:30 y 19:00-1:00	
Fish and chips	Étnico inglés, desayunos	<10€	8,90€ o 5.50€	Sí	lun-jue 10:30-02:00 vie-sab 10:30-02:30	
Kilim	Cocina turca			Sí	lun-jue 11:30-02:00 vie-sab 11:30- 03:00	Notable
La Rouge	Copas, cafetería			No	18:00-02:00	Regular
Anatolia	Cocina turca		Sí	Sí		
Töp Doner	Cocina turca	15€		Sí		Buena
Casa Leopoldo	Cocina tradicional española	50€	25€ de lun-jue y vie mediodía	No	mar-dom 13:30-16:00 y mie-vie 21:00-23:00	Buena-notable
B-Lounge	Local del Hotel Barceló Tapas, pinchos, cocktails	30€		Sobreático del hotel Barceló	12:00 a 00:00	Notable
Boníssim	Tapas, pinchos	15€	Sí	Sí	Lun-Sab 9:00-00:00	

La Verónica	Pizzería, platos variados	15€	10€	Sí	mar-dom 13:00-01:00	Notable
Barraval	Cocina Catalana, Mediterránea	30€	25€	Sí	lun-jue 19:00-02:00 Vie-Sab 19:30-03:00	Notable
La Reina del Raval	Cocina mediterránea o de mercado	>30€	Menú degustación 36€	Sí	18:00-02.30	Regular-Buena
Bella Toscana	Cocina italiana, pizzas	15€	10€	Sí	lun-dom 11.30 - 00.00	Buena
La Fragua	Cocina mediterránea o de mercado, tapas, copas	15€	Sí	Sí	mar-dom 11:00-01:00	Buena

- *Las valoraciones han sido tomadas de opiniones en distintos sitios de Internet: salir.com, barcelona.metroo.es, 11804.info, eltenedor.es, tusrestaurantes.com...*

Conclusiones

Por su ubicación, se ha considerado el Café de las Delicias (Rambla del Raval, 47) y el restaurante Zentraus (Rambla del Raval, 41) como locales más próximos. Ambos disponen de terraza en la acera contigua.

Observando la población que pasa delante de estos locales se ha podido concluir: que el porcentaje de peatones que entran a consumir en uno de estos dos locales está entre el 2 y el 4 por ciento, con variaciones en función del horario.

Los dos locales, tienen una mayor presencia de clientes autóctonos que de turistas, que representan del 16 al 25% de su clientela. Esta proporción es sensiblemente inferior al resto de locales de la Rambla del Raval, cuya proporción en horarios de máxima presencia de turistas es del 37% de media. Los locales que atraen más al turismo son La Toscana, La Fragua y sobre todo La Reina del Raval, (excluyendo B-Lounge del Hotel Barceló).

Respecto a la oferta general del conjunto de establecimientos, es muy variada en cuanto a tipos de cocina, reflejo de la variedad de culturas que hay en el Raval. El único pero es el precio medio de la carta (20 €), que según algunos vecinos del Raval, es demasiado caro.

Conclusiones generales

Dentro del contexto de crisis actual y con un futuro económico incierto, cualquier iniciativa de negocio está sujeta a la evolución general de la economía o macro entorno económico, que si bien muestra indicios de recuperación en algunos sectores y más en otros países, aún no se distingue la luz al final del túnel, y es que el verdadero problema es que la economía rompa su tendencia de recuperación y vaya a peor.

Dejando de lado la incertidumbre económica del futuro, y centrándonos más en el presente, existen múltiples datos que son positivos de cara a la viabilidad del nuevo restaurante en la Rambla de Raval.

El primer dato a considerar es la densidad de población del Raval, y la gran afluencia de gente que tiene la Rambla. Y es que en pocas calles de Barcelona transitan tantos peatones como en la Rambla del Raval. Si bien, las observaciones y el recuento están sujetos a la estacionalidad y los cambios climatológicos propios del invierno, la zona está sobradamente transitada durante todo el año.

Una de las variables más afectadas por los cambios de estacionalidad es el turismo, que se triplica en verano respecto a los mínimos de invierno (diciembre y enero).

Pero el Raval, está dejando de ser un barrio de visita exclusiva para el turismo extranjero y se está convirtiendo en un barrio de visita por parte del resto de la población de Barcelona y de Catalunya.

La nueva sede de la filмотeca de Catalunya, a escasos 50 metros del local puede ser un aliciente más para un turismo cultural que se pretende promover en el barrio.

Si bien el turismo extranjero puede ser una buena fuente de ingresos, durante una parte del año, los meses más “flojos” pueden verse reforzados por este nuevo tipo de turismo, del que quiere presumir Barcelona.

El concepto de restaurante, tiene que atraer al turista, pero sin dejar de lado a otro tipo de cliente, que, en opinión de otros dueños de restaurantes de la Rambla, es el que mantiene el negocio la mayor parte del año.

Y es que, pese a los puntos más negativos, como son la inseguridad del barrio, la fuerte inmigración y la marginación social, la viabilidad del negocio está respaldada por el funcionamiento de 18 restaurantes dentro de la misma Rambla. Que, con sus más y sus menos, y en opinión de sus dueños – ya se nota una recuperación en el sector, aunque sin comparación alguna con la época de “vacas gordas” anterior al 2009.

Más allá del tipo de restaurante, según datos de la encuesta, lo que valora tanto el turismo como el residente, es la calidad a un precio razonable. Y aunque estos dos conceptos son muy subjetivos, una buena iniciativa es conocer la opinión de los comensales, para adaptarse al gusto y a la “cartera” del cliente medio.

Bibliografía

www.gestionderestaurantes.com

Fundación Tot Raval: www.totraval.org

Instituto Nacional de Estadística: www.ine.es

Ajuntament de Barcelona (departamento de estadística): www.bcn.cat/estadistica/

FEHR – Federación Española de Hostelería: www.fehr.es

NPD Group

Ricardo Ortiz - Consultor de Hostelería

Gremi de restauració de Barcelona: www.gremirestauracio.com

Cambra de Comerç de Barcelona