

Anàlisi i Proposta de concesions de Restaurants

INTRODUCCIÓ

En el procés d'adjudicació d'espais per a restaurants, s'han avaluat sis propostes destacades, tenint en compte una sèrie de criteris clau per assegurar la selecció de projectes que no només compleixin amb els requisits tècnics, sinó que també aportin un valor significatiu a la comunitat i a l'entorn. Els criteris d'avaluació inclouen la creativitat i originalitat de les propostes, la seva adequació a l'entorn, la claredat i estructura de la informació presentada, la qualitat dels serveis oferts, la sostenibilitat ambiental, ecològica i social, i la coherència del projecte amb els objectius de l'Ajuntament de Barcelona i Parcs i Jardins.

Les propostes seleccionades han demostrat un fort compromís amb la sostenibilitat, una gestió eficaç dels seus equips, una oferta gastronòmica d'alta qualitat, una estructura financera robusta i un compromís significatiu amb la comunitat. Aquestes propostes reflecteixen una combinació d'innovació, responsabilitat i qualitat, alineada amb els objectius de desenvolupament sostenible i la millora contínua de l'entorn urbà i social.

Aquest document servirà com a referència per entendre l'elecció final i els aspectes que han estat determinants en l'avaluació de cada proposta.

Avaluació de la Proposta d' Explotació i Gestió del Restaurant

1a) Projecte d'Explotació del Servei: Organització de Serveis i Mitjans Humans.(14 punts)

La proposta descriu un equip estable de 45 empleats durant tot l'any, amb diversitat de nacionalitats (31 locals) i un enfocament d'igualtat de gènere (19 dones i 27 homes). L'organització d'horaris es gestiona mitjançant la plataforma Time Net, la qual cosa optimitza la planificació de torns i vacances. Es destaquen esforços d'inclusió, amb 14 empleats majors de 50 anys i una contractació de persones en risc d'exclusió social, incloent una persona amb Síndrome de Down en col·laboració amb la Fundació Aura. Els contractes indefinits i els salaris 15% superiors al conveni reflecteixen una política laboral estable i competitiva.

Per a l'operativitat, el sistema de gestió Pi Electronique permet un control precís de compres, existències i cobraments, i la plataforma Elyx facilita el seguiment de preus i estoc. L'atenció al client està ben cuidada, amb serveis addicionals com aigua filtrada gratuïta, endolls per recarregar dispositius, i 2 hores d'aparcament gratuït. La gestió de la reputació es realitza a través de Gastroranking, monitoritzant comentaris en plataformes com Google i TripAdvisor.

1b) Projecte de Disseny del Restaurant: Qualitat Estètica, Materials i Mobiliari (10 Punts)

El disseny es basa en una estètica mediterrània amb colors sobris i tons terra, buscant un ambient que integri l'espai amb la identitat local. Els materials utilitzats, com el revestiment "Fet de Terra" i la pintura Eco Clay, són naturals i respectuosos amb el medi ambient. La decoració incorpora detalls com la persiana de Barcelona, que actua com a separador, una façana de ferro galvanitzat amb i una terrassa amb tarima de fusta i jardineres de plantes autòctones, en consonància amb l'entorn.

El re-disseny interior inclou una cuina ampliada i diferenciada en diverses zones de treball, banys amb sistemes de reciclatge d'aigües grises i llums d'activació per moviment, reflectint una aposta per l'eficiència i sostenibilitat en les instal·lacions.

1c) Estudi Econòmic-Financer (10 Punts)

L'empresa mostra una estructura financera sòlida, amb un fons propi de 735 mil euros i una política d'estalvi implementada des del 2023 per enfrontar els costos de la concessió. El pla de negoci contempla preus accessibles (30€/persona en carta i 19,50€ en menú del dia, amb descompte per a empleats locals) i una plantilla estable que es mantindria en la seva totalitat sense necessitat d'ajustos laborals. Els recursos propis s'utilitzarien per finançar tots els projectes, la qual cosa garanteix autonomia i estabilitat financera.

1d) Gestió Mediambiental i Reducció de Residus (10 Punts)

Amb més de 20 anys de compromís ambiental, el restaurant ha obtingut certificacions com AMED i Barcelona Sustainable Gastronomy. La proposta inclou proveïdors locals (com Forn Balboa i Làctics Saborit) i pràctiques sostenibles, com aigua ionitzada i filtrada, 100% reciclables, i uniformes i tovalloons de Solidança, empresa que fomenta la inserció laboral. Les instal·lacions són de baix consum (qualificació A+++), i el sistema de recollida selectiva assegura un maneig responsable dels residus.

1e) Proposta Gastronòmica i Menús Especials (10 Punts)

L'oferta gastronòmica es basa en productes frescos i de temporada, amb una cuina mediterrània de fusió que incorpora tècniques internacionals (per exemple, robata) i opcions vegetarianes i veganes. La carta s'actualitza dues vegades a l'any i presenta una selecció àmplia de tapes, plats del dia i menús de grup. Es posa èmfasi en la qualitat i personalització dels plats, amb proveïdors de proximitat i una estratègia de control sanitari que inclou plans d'higiene, control de plagues i gestió d'al·lèrgens i intoleràncies (APPCC), la qual cosa garanteix seguretat alimentària.

Valoració Final

La proposta de Cantina Band SL - Sal Mar mostra un alt compromís amb la sostenibilitat, la inclusió laboral i la satisfacció del client. El seu disseny ben integrat, sòlid model financer i oferta gastronòmica diversa la posicionen com una opció destacada que combina responsabilitat social i qualitat en el servei, alineada amb la identitat local i les expectatives del públic.

PUNTUACIÓ TOTAL: 47,65

Avaluació de la Proposta d' Explotació i Gestió del Restaurant

1a) Projecte d'Explotació del Servei: Organització de Serveis i Mitjans Humans (14 Punts)

L'empresa compta amb un equip de 41 empleats distribuïts en diverses funcions: 22 en sala, 17 en cuina, i un empleat en neteja i administració cadascun. L'atenció al client està enriquida amb cartes en quatre idiomes (Català, Castellà, Anglès i Francès) i cartes digitals disponibles en Xinès, Japonès, Alemany i Italià, adaptant-se a un públic divers. La logística d'aprovisionament es gestiona eficaçment, amb recepció de mercaderies dos cops per setmana.

S'implementa un pla de gestió de riscos que inclou un manual d'ADIGSA per garantir la seguretat alimentària. A més, es proporciona un servei d'atenció al client que inclou fulls per dibuixar, la qual cosa afegeix un toc acollidor per a famílies i clients amb nens. La proposta de màrqueting destaca la posició del restaurant com "La Joia culinària de la Barceloneta" i preveu un pressupost mensual per a SEO i SEM, enfocat a atraure tant residents com turistes.

1b) Projecte de Disseny del Restaurant: Qualitat Estètica, Materials i Mobiliari (10 Punts)

El disseny del restaurant segueix un estil mediterrani, amb una paleta de colors inspirada en la sorra, el mar i el cel, que s'integra visualment amb l'entorn. La decoració es caracteritza per una línia cromàtica degradada i elements de proveïdors locals que segueixen una filosofia sostenible, la qual cosa reforça el compromís ambiental del restaurant. Els fotomuntatges presentats en la proposta permeten visualitzar l'estètica i com l'espai es relaciona amb el seu context.

1c) Estudi Econòmic-Financer (10 Punts)

L'estructura financera inicial del projecte combina capital propi amb deutes bancaris. El pla de negoci posiciona el restaurant com un referent de cuina mediterrània a Barcelona, amb un objectiu d'evitar l'estacionalitat de la demanda mitjançant una política de preus moderada i un tiquet mitjà de 30€. Les previsions financeres inclouen una mitjana de 160-180 coberts, amb un tiquet mig de 40€ per dinars i sopars, i 15€ per a les tardes, estimant que el 40% dels costos es destinaran a personal i el 33% a mercaderia. Tot i que s'esmenta un pla operatiu, falta un pla financer detallat que abordi riscos i contingències, cosa que podria ser un punt a millorar per avaluar millor la viabilitat financera.

1d) Gestió Mediambiental i Reducció de Residus (10 Punts)

Per a la sostenibilitat, Cooking Gallery SL col·labora amb una consultoria externa associada a la Fundació Restaurants Sostenible, la qual cosa assegura una estratègia estructurada en termes de sostenibilitat. La proposta inclou un pla per minimitzar l'impacte ambiental del restaurant i reduir els residus. Tot i que no es presenten detalls específics, el suport d'una consultoria especialitzada suggereix que s'implementaran bones pràctiques ambientals.

1e) Proposta Gastronòmica i Menús Especials (10 Punts)

L'oferta gastronòmica segueix una dieta mediterrània, amb tots els plats elaborats al restaurant i una estructura clàssica que inclou entrants, plats principals (dividits en opcions del mar, de la terra i arrossos) i postres. La carta es renova dues vegades a l'any, i el restaurant redueix la quantitat de plats fregits i controla la qualitat dels olis utilitzats, promovent així una oferta saludable. Els ingredients són d'alta qualitat i s'obtenen de proveïdors locals, com Molí de Ger, Cal Monegal (carns ecològiques) i Vila Eco (ous, fruites i verdures), donant suport a la sostenibilitat i l'economia local.

Valoració Final

La proposta de de Cooking Gallery SL - Sorra Fina destaca pel seu enfocament en la sostenibilitat i la integració amb l'entorn, mantenint una estètica mediterrània que s'alinea amb la ubicació a Barceloneta. La seva estructura de personal i atenció al client demostra una organització efectiva, i l'estratègia de màrqueting busca atreure tant clients locals com turistes. L'oferta gastronòmica de qualitat i la col·laboració amb proveïdors locals enforteixen el seu compromís amb la cuina mediterrània i la sostenibilitat. No obstant això, es podria millorar la claredat en el pla financer detallat per avaluar millor la viabilitat a llarg termini del projecte.

PUNTUACIÓ TOTAL: 34,75

Avaluació de la presentació de propostes per a l'operació i gestió del servei de restauració

1a) Projecte d'Explotació del Servei: Organització de Serveis i Mitjans Humans (14 Punts)

El restaurant comptarà amb un equip de 37 empleats organitzats en diferents horaris: 27 treballadors a 40 hores, 5 a 30 hores i 5 a 20 hores. La distribució del personal inclou 21 empleats en sala, 13 en cuina i 3 en neteja. La proposta ofereix formació en idiomes (Català, Castellà, Anglès i Francès) a través d'EFEM, facilitant la comunicació amb clients de diferents nacionalitats. Destaca la col·laboració amb la Fundació Ared per a la confecció d'uniformes, promovent la inserció laboral de dones en risc d'exclusió. La gestió integral del restaurant es realitza a través de la plataforma Restaurant365, que cobreix des d'aprovisionament fins a inventaris, garantint eficiència i bones pràctiques higièniques.

L'atenció al client és prioritària, oferint accessibilitat, assessorament personalitzat, cartes en diversos idiomes, un servei de sommelier, una cuina visible des del menjador, i experiències culturals i gastronòmiques. També s'ofereix un servei de taxi, la qual cosa afegeix un valor distintiu. Pel que fa a la gestió del personal, l'empresa promou l'adaptació d'horaris i ofereix bonificacions econòmiques, amb una avaluació periòdica del clima laboral per assegurar la satisfacció dels empleats.

1b) Projecte de Disseny del Restaurant: Qualitat Estètica, Materials i del Mobiliari (10 Punts)

El disseny del restaurant es basa en un concepte innovador que aposta per la sostenibilitat, utilitzant mobiliari de segona mà adquirit en botigues i mercats locals, la qual cosa reforça el seu compromís ambiental i d'integració social. La decoració inclou obres d'art a les parets, brindant a l'espai un toc artístic i cultural en consonància amb la filosofia de Simona. La proposta mostra fotomuntatges i informació detallada sobre les infraestructures i les instal·lacions, aconseguint una estètica coherent i d'acord amb la seva identitat de marca.

1c) Estudi Econòmic-Financer (10 Punts)

El projecte presenta una estructura financera composta per un 58% de capital propi i un 42% de deute bancari. La descripció del negoci es basa en la tendència d'oferir experiències autèntiques i enriquidores, alineant-se amb la creixent demanda de propostes sostenibles. El pla de màrqueting i vendes proposa una imatge de marca sofisticada, amb campanyes en xarxes socials, publicitat digital i atenció personalitzada al client. Es projecten ingressos de 3 milions d'euros amb un EBITDA del 5,5%, i s'estima un creixement de vendes del 51% en finalitzar la concessió el 2034. L'estratègia de preus reflecteix l'alta qualitat dels ingredients, amb un tiquet mitjà de 50€ per persona i opcions de menú degustació i menús per a grups.

1d) Gestió Mediambiental i Reducció de Residus (10 Punts)

L'empresa té un compromís clar amb la sostenibilitat, alineant-se amb els Objectius de Desenvolupament Sostenible. S'implementa un pla de "residus zero" que abasta des de la compra sostenible fins a l'eficiència energètica i el consum responsable d'aigua. A més, s'utilitzen productes biodegradables i reutilitzables, i el mobiliari també reflecteix aquest enfocament sostenible. La formació contínua de l'equip, pràctiques de sostenibilitat i la comunicació activa de les accions socials reforcen la coherència d'aquesta estratègia mediambiental.

1e) Proposta Gastronòmica i Menús Especials (10 Punts)

La proposta gastronòmica de Simona se centra en ingredients frescos i de proximitat, adaptant la carta a la disponibilitat de productes de cada temporada. La carta inclou opcions del dia basades en sis ingredients frescos cuinats amb tres tècniques diferents, així com opcions de peixos, crustacis, carns i vegetals. Es destaca la reducció de plats fregits i un control rigorós de la qualitat dels olis, promovent una alimentació saludable. A més, s'ofereixen menús especials per a grups, una carta de vins de proximitat i opcions vegetarianes i veganes a cada secció.

El restaurant col·labora amb proveïdors locals d'alta qualitat, com Gamba de la Costa, Escatafood, Cal Rovira i Forn Mistral, la qual cosa garanteix la frescor dels ingredients i dóna suport a l'economia local. També hi ha un esforç a personalitzar la carta i adaptar-la a consumidors amb al·lèrgies o intoleràncies, cosa que reflecteix un enfocament inclusiu.

Valoració Final

La proposta de Alro Gastro Ecològic S.L - Simona destaca pel seu enfocament a crear una experiència multi-sensorial que combina gastronomia, art i cultura. L'estratègia de sostenibilitat està profundament integrada en tots els aspectes del restaurant, des del disseny i mobiliari fins a l'oferta gastronòmica i la gestió de residus. L'estructura organitzativa mostra una atenció significativa a la capacitat del personal, l'accessibilitat i la qualitat en el servei al client, assegurant un ambient inclusiu i professional.

La identitat de marca "Simona" i el seu posicionament al mercat com un espai gastronòmic de destinació, recolzat per col·laboracions amb institucions culturals com la Fundació Miró i el MACBA, reforcen la unitat d'aquesta proposta. Els elements de sostenibilitat, la integració d'art i cultura, i l'adaptació a un públic d'alt poder adquisitiu la posicionen com una oferta diferenciada i amb potencial atractiu per al turisme de qualitat.

Aquesta proposta presenta riscos significatius que mereixen atenció: el pla de negoci i l'adequació del concepte a la ubicació específica. La proposta de disseny interior no s'alinea adequadament amb el nínxol de mercat previst. A més, persisteixen nombroses incerteses en relació amb els percentatges de costos assignats en el pla de negoci, i l'estratègia de preus presenta riscos en termes de captació de mercat, distant-se del mercat local.

PUNTUACIÓ TOTAL: 45

Avaluació de la Proposta d' Explotació i Gestió del Restaurant

1a) Projecte d'Explotació del Servei: Organització de Serveis i Mitjans Humans (14 Punts)

Ca la Nuri compta amb un equip humà de 45 empleats, distribuïts estratègicament entre sala i cuina, la qual cosa reflecteix el seu compromís amb oferir un servei de qualitat. L'organització es recolza en l'ús d'eines tecnològiques avançades com la plataforma Skello, per planificar horaris, i Gstock, per gestionar inventaris i minimitzar deixalles. Aquests sistemes, integrats amb les seves eines de comptabilitat i TPV, optimitzen l'eficiència i garanteixen una operativa fluida, demostrant la seva capacitat per gestionar un volum alt de treball sense descuidar la qualitat del servei.

A més, el restaurant es destaca pel seu tracte proper i personalitzat cap als clients. Els propietaris participen activament en el servei, creant una relació càlida i directa amb els comensals, i l'atenció multilingüe (en català, castellà, anglès i francès) assegura que els visitants de diferents nacionalitats se sentin ben atesos. L'atenció al client també s'estén a l'àmbit digital, amb reserves online, atenció multicanal i enquestes de satisfacció posteriors a la visita, reforçant així l'experiència completa del client abans, durant i després de la visita.

1b) Projecte de Disseny del Restaurant: Qualitat Estètica, Materials i Mobiliari (10 Punts)

En termes de disseny i estètica, Ca la Nuri ha demostrat una clara intenció de crear un ambient acollidor i funcional. La renovació de 2016 va incloure una actualització integral de la cuina, sistemes de ventilació, insonorització, banys i mobiliari, així com una reestructuració de la façana amb fusteria de pont tèrmic. Aquests canvis no només milloren la comoditat i la funcionalitat de l'espai, sinó que també integren el local en l'entorn costaner, utilitzant una paleta de colors blau i blanc que reflecteix l'esperit mediterrani.

Els espais han estat acuradament dissenyats per adaptar-se a diferents tipus de clients, des de famílies fins a parelles o grups d'amics. La incorporació de dues zones de barra a la sala i l'adaptació de les instal·lacions per a persones amb mobilitat reduïda o famílies amb infants, mostra la seva atenció a l'accessibilitat i la inclusió. La decoració, combinada amb detalls de personalització, crea un ambient atractiu i càlid que enforteix la identitat de la marca i enriqueix l'experiència del client.

1c) Estudi Econòmic-Financer (10 Punts)

Des del punt de vista financer, Ca la Nuri presenta una estructura econòmica sòlida, recolzada per 503.000 euros en fons propis i un finançament complementari de 80.000 euros. El seu pla de negoci projecta un retorn d'inversió (ROI) en tan sols 1,8 anys, la qual cosa demostra la seva viabilitat i creixement potencial. Ca la Nuri té clar que els clients busquen alguna cosa més que un bon àpat; busquen una experiència completa i autèntica. Per això, la seva estratègia de màrqueting i vendes s'enfoca a destacar la imatge sofisticada de la marca i oferir una atenció personalitzada, recolzant-se en campanyes de publicitat digital i en la interacció a través de xarxes socials.

La seva estructura de preus és flexible i adaptada a diferents franges horàries, amb un benchmarking continu de la competència per assegurar que la seva oferta sigui competitiva i rendible. A més, el restaurant ha implementat un pla de fidelització que inclou beneficis exclusius, cosa que li permet captar i retenir clients tant locals com turistes, i enfortir la seva posició al mercat.

1d) Gestió Mediambiental i Reducció de Residus (10 Punts)

El compromís de Ca la Nuri amb la sostenibilitat és un dels aspectes més destacats de la seva proposta. Treballen amb la consultora Inèdit per millorar les seves pràctiques ambientals, utilitzant productes de proximitat, de temporada i plant-based, i prioritzant materials eco-etiquetats o

comprats a granel per reduir l'impacte ambiental. La seva política de residus zero implica una gestió rigorosa de les deixalles, minimitzant el rebuig alimentari i apostant per productes biodegradables i reutilitzables. Aquest enfocament demostra un compromís genuí amb el medi ambient, que es tradueix en pràctiques d'estalvi d'aigua i energia, i en la formació del seu equip en temes de sostenibilitat.

La filosofia de sostenibilitat de Ca la Nuri va més enllà de l'operatiu, ja que participen en activitats de responsabilitat social i campanyes solidàries, com col·laboracions amb programes d'alimentació sostenible i projectes comunitaris. Aquest compromís ètic i social enforteix la connexió amb la comunitat i millora la seva reputació entre clients cada vegada més conscients de l'impacte ambiental i social de les seves decisions de consum.

1e) Proposta Gastronòmica i Menús Especials (10 Punts)

L'oferta gastronòmica de Ca la Nuri està acuradament dissenyada per celebrar els sabors mediterranis i oferir una experiència culinària de qualitat. El menú inclou una àmplia varietat d'opcions, des de plats per compartir fins a arrossos i postres, tots elaborats amb ingredients frescos i de proximitat. Treballen amb proveïdors locals com l'arròs d'Illa de Buda o les hortalisses ecològiques de Pau Santamaria, garantint així la frescor i autenticitat de cada plat.

A més, el restaurant ha incorporat tècniques modernes de cuina, com l'ús de roner per a la cocció a baixa temperatura, i ofereix arrossos individuals, la qual cosa demostra la seva capacitat d'innovació sense perdre de vista la tradició. La carta també s'adapta a les necessitats dels clients actuals, oferint opcions vegetarianes, veganes i adaptacions per a persones amb al·lèrgies o intoleràncies, cosa que la converteix en una oferta inclusiva i diversa.

Valoració Final

La proposta de Lauvid Restauració S.L - Ca la Nuri es destaca per ser més que un restaurant; és una experiència que combina tradició i modernitat en un espai acollidor i funcional. El seu enfocament en la qualitat del servei, el seu compromís amb el medi ambient i la seva oferta gastronòmica ben estructurada i adaptada a les necessitats del client el posicionen com una opció atractiva i rellevant en el competitiu mercat de la restauració a Barcelona.

És important que aquest establiment no deixi d'apostar per la innovació a la vegada que manté la seva essència i tradició.

PUNTUACIÓ TOTAL: 52,45

Avaluació de la presentació de propostes per a l'operació i gestió del servei de restauració

1a) Projecte d'Explotació del Servei: Organització de Serveis i Mitjans Humans (14 Punts)

La proposta detalla un equip de 41 empleats amb una distribució organitzada entre les funcions de cuina, servei i neteja. Les categories de treball estan ben definides i la programació és precisa, cobrint totes les hores operatives a través d'aplicacions de torns com Mapal i Combo, amb rotacions de personal. Es compleixen els requisits lingüístics, especialment en anglès i francès, la qual cosa millora l'accessibilitat. Els uniformes reflecteixen la col·laboració amb Circoolar, donant suport a la reinserció social i utilitzant materials ecològics.

Els processos logístics descrits són robustos, integrant tecnologia com Glop per a comandes i inventari, i SAIA i Andy APPCC per a la seguretat alimentària i de l'aigua. La proposta inclou mesures de confort per al client com menús multilingües, Wi-Fi i serveis familiars (trones i canviadors). A més, l'atenció al client es reforça amb plataformes com Restoo per a reserves i disponibilitat de Wi-Fi. Iniciatives mediambientals com els envasos per emportar fets amb materials compostables mostren un compromís amb la sostenibilitat. Els salaris estan per sobre dels estàndards de la indústria, amb un salari variable basat en el rendiment i opcions de programació familiars, que demostren un compromís amb l'ocupació de qualitat.

1b) Projecte de Disseny del Restaurant: Qualitat Estètica, Materials i Mobiliari (10 Punts)

El disseny del restaurant combina la innovació amb el caràcter local, utilitzant materials sostenibles, com la fusta reciclada. La identitat visual s'alinea bé amb l'entorn alhora que destaca com a única i d'alta qualitat. L'ús de terres de bambú ecològics i senyalització coherent reforça el seu atractiu ambiental. Tant el disseny interior com el de la terrassa són harmònics i sostenibles, garantint la integració amb l'entorn. La proposta inclou fotomuntatges i renders d'alta qualitat, que representen eficaçment el concepte. La infraestructura de cuina i ventilació optimitza el confort i l'eficiència energètica, donant suport a una experiència agradable per als hostes.

1c) Estudi Econòmic-Financer (10 Punts)

L'avaluació financera indica una base sòlida, amb un 52,6% de capital i inversió a llarg termini. L'anàlisi de mercat, amb projeccions de trànsit (1,3 milions de visitants anuals, amb l'objectiu d'una conversió del 9,7% el 2025), reflecteix una planificació estratègica alineada amb la temàtica mediterrània i l'enfocament de sostenibilitat. El pla de màrqueting aprofita les estratègies digitals, centrant-se en les xarxes socials i l'alineació de la marca amb la cultura local. Els riscos operatius i les contingències estan ben abordats, cobrint aspectes financers, legals i de reputació. El preu és accessible a una mitjana de 26-27 € per client, amb l'objectiu de combinar qualitat i assequibilitat.

1d) Gestió Mediambiental i Reducció de Residus (10 Punts)

La proposta demostra un alt compromís amb la responsabilitat mediambiental, presentant 12 estratègies detallades per minimitzar els residus. L'adopció d'una estratègia "Residu Zero" és evident, amb un enfocament en l'eficiència energètica, la conservació de l'aigua i l'ús de productes biodegradables. Les associacions amb proveïdors ecològics certificats milloren encara més els esforços de sostenibilitat.

1e) Proposta Gastronòmica i Menús Especials (10 Punts)

El disseny de la carta mostra una forta aposta per la cuina mediterrània, posant èmfasi en experiències gastronòmiques compartides. S'inclouen opcions conscients de la salut, amb aliments processats i fregits reduïts, donant suport a la dieta mediterrània. El menú també destaca ingredients de temporada i d'origen local. Les opcions de personalització, com ara una carta de còctels per a les hores vall i una carta de vins amb productors locals, proporcionen varietat sense comprometre la identitat. Les opcions vegetarianes i veganes, juntament amb el compliment de les regulacions d'al·lèrgens de la UE, garanteixen la inclusió.

Valoració Final

La proposta de Ultramar Dione S.L. - Marès demostra un enfocament integral i complet, combinant l'eficiència operativa, la gestió ambiental i la satisfacció del client amb un enfocament en la qualitat. La integració de pràctiques sostenibles tant en recursos humans com en ofertes gastronòmiques posiciona aquesta proposta com una forta candidata per crear una experiència gastronòmica acollidora, socialment responsable i d'alta qualitat.

PUNTUACIÓ TOTAL: 52

Avaluació de la presentació de propostes per a l'operació i gestió del servei de restauració

1a) Projecte d'Explotació del Servei: Organització de Serveis i Mitjans Humans (14 Punts)

Salpicat compta amb una plantilla de 45 a 50 empleats, de la qual el 75% són dones, demostrant un compromís amb la igualtat de gènere. L'organització del personal es gestiona a través d'aplicacions com **Mapal** i **Combo**, garantint l'eficiència operativa. A més, l'equip està format en atenció al client en diversos idiomes, incloent català, castellà, anglès, francès, italià i alemany, cosa que facilita una experiència accessible i agradable per a una clientela diversa. L'uniforme de cotó orgànic dissenyat per **Pitagoras** reflecteix l'atenció pels detalls sostenibles i el compromís amb la responsabilitat ambiental.

Per a l'atenció al client, Salpicat ofereix un espai co-working, assessorament nutricional i serveis adaptats per a famílies, com menús infantils i zona de canviadors, mostrant-se com un espai inclusiu i orientat a la comunitat. També destaca el seu compromís amb iniciatives locals com el punt de recollida de productes de **La Tavella**, fomentant l'ús de productes de proximitat i la vinculació amb el territori.

L'estratègia de màrqueting de Salpicat està dissenyada per posicionar-se com una marca de referència en salut i sostenibilitat, amb l'objectiu d'incrementar la notorietat i fidelitzar la clientela. La comunicació es centra en ressaltar la seva identitat com a cuina "peixateriana" i vegetariana, amb una visió innovadora que combina tradició i modernitat. La seva presència a les xarxes socials, juntament amb la col·laboració amb influencers i mitjans locals, li permet connectar amb un públic objectiu ampli que inclou veïns del barri, millennials i professionals en moviment.

A més, la proposta inclou idees creatives, com menús en realitat augmentada i esdeveniments temàtics, que busquen diferenciar-se i oferir una experiència singular als clients. Aquesta estratègia aspira a augmentar el nombre de visites en un 20% en els primers sis mesos, impulsant la marca cap a un creixement sostingut.

1b) Projecte de Disseny del Restaurant: Qualitat Estètica, Materials i Mobiliari (10 Punts)

El disseny de Salpicat se centra a crear un ambient acollidor, combinant materials sostenibles com ceràmica, suro i micro-ciment ecològic, que aporten una sensació de frescor i tranquil·litat inspirada en el mar. Amb un aforament interior per a 84 persones, el restaurant està organitzat al voltant d'una barra central i una sala principal amb Nooks de fusta, creant un espai versàtil que invita a la proximitat i la comoditat.

A nivell estètic, la decoració fa ús de materials com eco-ciment, mobiliari de roure i una terrassa amb tarima de fusta de pi, integrant-se harmònicament en l'entorn amb grans finestrals i vegetació mediterrània. Aquesta atenció pel disseny i la integració paisatgística demostra una cura pel detall i una aposta per una experiència de qualitat tant visual com ambiental.

1c) Estudi Econòmic-Financer (10 Punts)

El projecte de Salpicat presenta una estructura econòmica sòlida, amb una inversió inicial de 592.000 euros i fons propis de 780.000 euros. L'anàlisi de mercat realitzada es basa en l'experiència prèvia del restaurant **Sopa**, i la proposta de valor es centra en cobrir la demanda de gastronomia sostenible a Barcelona. Amb una estratègia de preus accessible que inclou menús de migdia a 15

euros i sopars a 40 euros, Salpicat busca oferir una opció de qualitat a un preu competitiu, adaptant-se a diferents moments de consum.

1d) Gestió Mediambiental i Reducció de Residus (10 Punts)

Salpicat incorpora pràctiques sostenibles tant en la reducció de residus com en l'optimització del consum d'aigua i energia. S'utilitza aigua filtrada i envasos compostables, mentre que es promou el control de racions per evitar el malbaratament alimentari, col·laborant amb **Too Good to Go** per donar sortida als excedents de menjar. Les instal·lacions estan equipades amb aire condicionat Inverter i recuperadors de calor, reduint l'impacte ambiental del local.

A nivell culinari, la carta s'ha dissenyat per ser sostenible, eliminant la carn i prioritzant productes de proximitat i certificats ecològics, cosa que redueix les emissions associades als plats i garanteix la qualitat de l'oferta.

1e) Proposta Gastronòmica i Menús Especials (10 Punts)

La carta de Salpicat és innovadora i s'alinea amb les tendències actuals cap a una alimentació més saludable i respectuosa. Amb una oferta 100% mediterrània i sense carn, el restaurant ofereix una selecció de plats elaborats amb productes locals, com les verdures de **Soul Blim** i la kombucha de **Bioma**. La col·laboració amb la consultoria **Wethefood** reforça la qualitat dels seus plats, mentre que l'ús de peix certificat MSC garanteix la sostenibilitat en la selecció dels ingredients.

La carta inclou opcions personalitzades per a clients amb intoleràncies alimentàries, i ofereix una varietat de plats vegans i vegetarians que es poden adaptar segons les preferències i necessitats de cada comensal. Aquesta flexibilitat i atenció pel detall fan de Salpicat una opció atractiva per a una clientela diversificada que busca una alimentació conscient i de qualitat.

Valoració Final

La proposta de **World Wide Sopa SL - Salpicat** és una proposta gastronòmica que combina la responsabilitat ambiental amb una experiència culinària innovadora i saludable. La seva organització i estructura reflecteixen un alt nivell de professionalitat, i la seva atenció a la sostenibilitat i a la qualitat dels ingredients marca una diferència en el panorama gastronòmic de Barcelona.

Amb un model de negoci ben definit, una estratègia de màrqueting adaptada al públic objectiu i una carta dissenyada per ser atractiva, saludable i respectuosa amb el medi ambient, Salpicat es consolida com una proposta d'alt valor per a la comunitat local i per al sector de restauració sostenible. La seva aposta per materials sostenibles, la integració paisatgística i l'atenció a les necessitats de diferents tipus de clients el fan un projecte complet, capaç de contribuir significativament a la renovació de l'oferta gastronòmica del barri.

PUNTUACIÓ TOTAL: 52,75

CONCLUSIONS

La selecció d'aquestes propostes reflecteix una combinació d'innovació, responsabilitat i qualitat, alineada amb els objectius de desenvolupament sostenible i la millora contínua de l'entorn urbà i social. Aquestes propostes no només compleixen amb els requisits tècnics establerts, sinó que també aporten un valor significatiu a la comunitat i a l'entorn, assegurant una experiència gastronòmica excepcional i sostenible per a tots els visitants.

Aquest procés d'avaluació i selecció garanteix que els espais adjudicats seran gestionats per projectes que no només busquen l'èxit comercial, sinó que també contribueixen positivament al benestar de la comunitat i a la cura del medi ambient.

La nostra recomanació final presenta la màxima puntuació a les propostes següents:

Salpicat

Ca La Nuri

Marès

Sal Mar

*Aquesta valoració considera totes les accions proposades per aquests establiments com a certes. Seria recomanable establir un sistema de monitoratge i auditoria perquè la realitat es correspongui amb el pla proposat

És imperatiu subratllar que la proposta de Simona es distingeix pel seu atractiu i innovació. No obstant això, malgrat la viabilitat conceptual, s'identifiquen dos riscos significatius que mereixen atenció: el pla de negoci i l'adequació del concepte a la ubicació específica. La proposta de disseny interior no s'alineja adequadament amb el nínxol de mercat previst. A més, persisteixen nombroses incerteses en relació amb els percentatges de costos assignats en el pla de negoci, i l'estratègia de preus presenta riscos en termes de captació de mercat, distant-se del mercat local. Considerem que aquest concepte tindria una major viabilitat en una zona diferent de Barcelona, on l'oferta cultural sigui més prominent i estigui més propera al local.

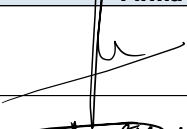
D'altra banda, la proposta presentada per Sorra Fina es troba clarament per sota de les altres propostes avaluades. Tot i que com a iniciativa és meritòria, en realitzar les comparatives, sorgeixen dubtes i falta de concreció en elements crucials que han de ser considerats en aquesta valoració.

En resum, tot i que ambdues propostes tenen mèrits, presenten desafiaments significatius que afecten la seva viabilitat en la ubicació i context actuals.

De la puntuació total de cada apartat se n'ha fet una valoració ponderada de cada àrea, desglossant la puntuació total per partides. Per veure això serveix l'annex de la valoració ponderada per proposta a continuació:

CRITERIS SOTMESOS A JUDICI DE VALOR: 54 PUNTS							
		SALAR	SOBRE FINA	SINOWA	CALA NURI	MARÉS	SALPICAT
PUNTUACIÓ PONDERADA	1a) Projecte d'exploració del servei: memòria tècnica de l'organització dels serveis i mitjans humans (sense revelar res respecte de la contractació dels punts 2c i 2d): 14 punts						
2	Nombre de personal per a desenvolupar l'activitat	2	2	2	2	2	2
0,5	Categories de treball	0,5	1	0,5	0,5	0,5	0,5
0,5	Torns i quadrants de treball	0,5	0,2	0,5	0,25	0,5	0,5
1	Idiomes que parlarà el personal, amb especial importància a l'anglès i el francès.	1	1	1	1	1	1
0,5	Uniformes o altres elements identificatius	0	0,25	0,5	0,5	0,5	0,25
3	Descripció dels processos de logística, ús de noves tecnologies, recepció de comandes, aprovisionament, circuits, productes de neteja, mesures de seguretat i salut.	2,5	2	3	3	3	3
0,5	Atenció al client: elements com trones, canviadors de nadons, cartes en diferents idiomes o altres elements que facin més confortable la seva estada.	0,5	0,2	0,5	0,5	0,5	0,5
3	Generació de llocs de treball de qualitat, que millori el conveni col·lectiu d'hostaleria, amb millores respecte del conveni col·lectiu i reducció de la temporalitat pròpia del sector.	3	2	2	3	3	3
1	Pla de gestió de riscos: identificació i gestió dels possibles riscos de negoci, com la gestió de la qualitat i seguretat alimentària.	0,75	0,5	0,5	1	1	1
2	Pla de màrqueting i promoció del restaurant: estratègies de publicitat, posicionament correcte a les xarxes socials i a Internet, reconeixement de marca, publicitat en línia, gestió de ressenyes i de reserves en línia etc.	1	1	2	2	2	1,75
14		11,75	10,15	12,5	13,75	14	13,5
PUNTUACIÓ PONDERADA	1b) Projecte de disseny del restaurant: qualitat estàtica, disseny de materials i del mobiliari, integració paisatgística, imatge turística, decoració, etc: 10 punts						
2	Descripció dels elements estructurals, de mobiliari i materials utilitzats per desenvolupar l'activitat: qualitats, disseny, colors, materials, il·luminació, paviments, pintura, estil i acabats.	2	1	2	2	2	2
1	Imatge i personalització de l'establiment: identitat visual, senyalització i imatge de l'exterior.	1	0,5	1	1	1	1
1	Disseny i decoració interior i exterior del restaurant i de la terrassa vetllador.	1	0,5	0,5	1	1	1
2	Integració del restaurant amb l'entorn.	2	1	1	2	2	2
1	Fotomuntatges i esbossos suficientment representatius	1	0,5	1	1	1	1
3	Infraestructures i instal·lacions de qualitat: equips de cuina, sistema de ventilació, instal·lacions sanitàries, sistema elèctric i d'il·luminació, control de temperatura, accessibilitat, connexió a Internet, seguretat.	3	2	2,5	3	3	3
10		10	5,5	8	10	10	10
PUNTUACIÓ PONDERADA	1c) Estudi econòmic financer de la instal·lació (sense revelar l'alça de la taxa): 10 punts						
2	Balanç de situació inicial	2	2	2	2	1,5	2
3	Pla de negoci: descripció del negoci, anàlisi del mercat, pla de màrqueting i vendes, pla operatiu, pla financer, estratègia de recursos humans, riscos i contingències.	3	2	1	3	3	3
2	Estratègia de preus	2	1	1	2	2	2
3	Previsió dels comptes de pèrdues i guanys, estat de tresoreria i balanç de situació provisionals mensuals dels exercicis d'exploració: explicació de les previsions d'ingressos i despeses mensuals.	3	2,5	1	3	2	3
10		10	7,5	5	10	8,5	10
PUNTUACIÓ PONDERADA	1d) Memòria de gestió mediambiental i reducció de residus: 10 punts						
2	Compra de productes i implantació de marques que minimitzin els residus, que evitin embolcalls innecessaris, i que facilitin el reciclatge.	2	1	2	2	2	2
6	Compromís amb l'estratègia de Residu Zero.	5	4	5,5	5	5,5	5,5
2	Productes biodegradables i reutilitzables. Evitar embolcalls innecessaris: facilitar el reciclatge.	2	1	2	2	2	2
10		9	6	9,5	9	9,5	9,5
PUNTUACIÓ PONDERADA	1e) Proposta gastronòmica i menús especials (sense esmentar els aliments i begudes del punt 2d): 10 punts						
2	Disseny i descripció dels continguts de la carta gastronòmica	1	1	2	2	2	2
1	Productes saludables i amb reducció d'aliments processats i fregits, amb forta presència de la dieta mediterrània	0,5	0,5	1	1	1	1
0,5	Innovació en la proposta, i ús de tècniques culinàries modernes	0,2	0,2	0,5	0,2	0,5	0,5
0,5	Qualitat dels ingredients utilitzats: frescor, origen i certificacions de qualitat	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
2	Procedència, proximitat, estacionalitat, valors ecològics, relació amb la dieta mediterrània.	1	1	2	2	2	2
0,5	Personalització de la carta	0,2	0,2	0,5	0,5	0,5	0,5
0,5	Varietat de l'oferta	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,25
1	Procediment d'autocontrol per garantir-ne la seguretat sanitària	1	1	1	1	1	1
1	Opcions per a persones vegetarianes i veganes.	1	0,5	1	1	1	1
1	Adaptació al Reglament (UE) número 1169/2011, del Parlament Europeu i de Consell, de 25 d'octubre de 2011, sobre la informació alimentària facilitada al consumidor, i existència d'apats suficients aptes per a persones al·lèrgiques o intolerants a la lactosa, cel·laques, entre d'altres.	1	0,2	1	1	1	1
10		6,9	5,6	10	9,7	10	9,75
54	PUNTUACIÓ TOTAL	47,65	34,75	45	52,45	52	52,75

De conformitat amb l' avaluació i selecció de les propostes presentades, els sotasignats ratifiquen la decisió final.

Nombre y Apellidos	Firma	Fecha
Pep Miró Llobet		11.1.2024
Susana Marín Coe-Archer		11.1.2024
Joan Lleixà Plaja		11.1.2024