

# DARK KITCHEN

Este es un resumen ejecutivo del *business plan* de un modelo *delivery* en alianza con Rappi para lanzamiento de un nuevo concepto gastronómico



# Contenido



1 Oportunidades de mercado

---

2 Estrategia de marca

---

3 Modelo de negocio

---

4 Planes de expansión

---

5 Alianza Rappi

---

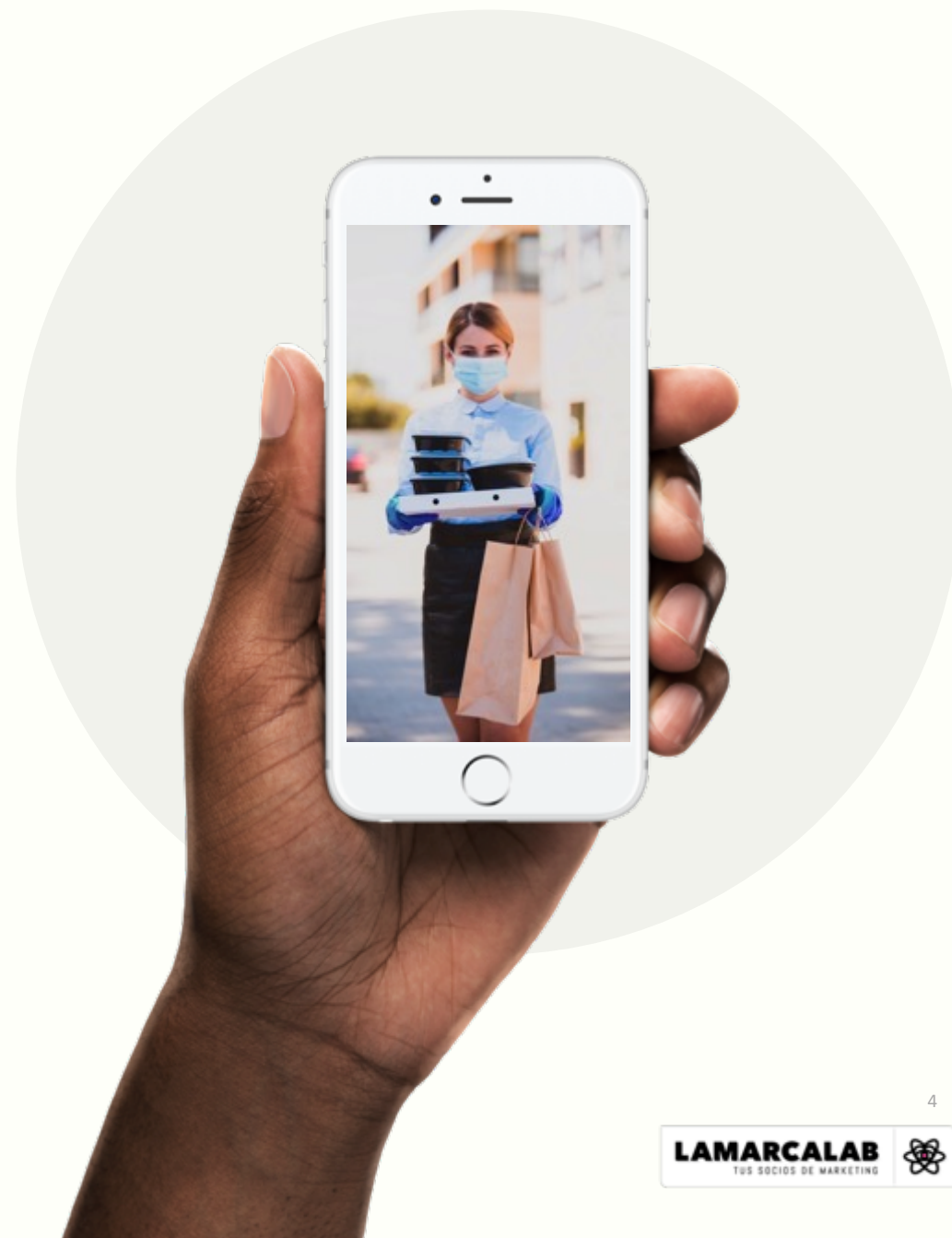


Oportunidades  
Tendencias  
Delivery

# Plataformas a la alza

- El mercado global de aplicaciones de comida ha crecido un 20% en los últimos cinco años
- Se estima que las ventas de comida a domicilio crecerán hasta \$ 165 mil millones para 2023
- Han logrado obtener el 40% de las ventas totales de restaurantes.

Fuente: STATISTA, CB Insights, Research & Markets



# Tamaño del mercado global

Year	Global Food Delivery Projected Value
2020	\$100 billion
2021	\$120 billion
2022	\$140 billion
2023	\$165 billion
2024	\$200 billion
2025	\$230 billion
2026	\$265 billion
2027	\$300 billion

Fuente: STATISTA, CB Insights, Research & Markets



# Tamaño del mercado, México



Se prevén proyecciones positivas para las plataformas de *delivery* en México con una tasa de crecimiento anual de 11.8 % hasta el 2024





# Más de México

## Comida sobre ruedas

Al 2022, se estima que habrá 34.4 millones de usuarios, un alza de 134% respecto a 2017 en el país.

■ Millones de usuarios de apps de entrega a domicilio en México

■ Plataforma de entrega al consumidor  
■ Entrega de restaurante a consumidor



Fuente: STATISTA



## Las 'raciones' del mercado

En el país, Domino's Pizza, operada por Alsea, es la firma que más pedidos a domicilio entrega, como parte de su servicio 'delivery'.

■ Part% de mercado en comida online a domicilio en México, 2018



## Con potencial

En México, las ventas de las aplicaciones delivery apenas representan 4% del total que genera China.

■ Ingresos en mdd de apps de comida a domicilio



# Oportunidades Alimentos en América Latina





## “plant based food”

El mercado de alimentos de origen vegetal creció un 11,4%. La pandemia de Covid-19 y la consiguiente preocupación por una mejor salud aceleró esta tendencia.

Los consumidores buscan opciones más sanas como los ‘súper alimentos’

Fuente: Bloomberg, plant based foods



## “sabor latino”

El consumidor ha aumentado las búsquedas por comidas típicas de distintas localidades latinas  
Las cocinas regionales más populares de este año fueron la venezolana, brasileña y peruana.

Fuente: Bloomberg, plant based foods





## “Comida medio oriente”

Alimentos como el hummus, shawarma, kibbe, kebab y sfiha han aumentado el consumo en América Latina, siendo una opción tanto para vegetarianos y omnívoros

Fuente: Bloomberg





## “Comida reconfortante”

Mientras que los consumidores están interesados en la salud y el bienestar, en el fin de semana suben las búsquedas de platillos que les causan “comfort”, como postres

Oportunidades  
Encuesta  
reciente

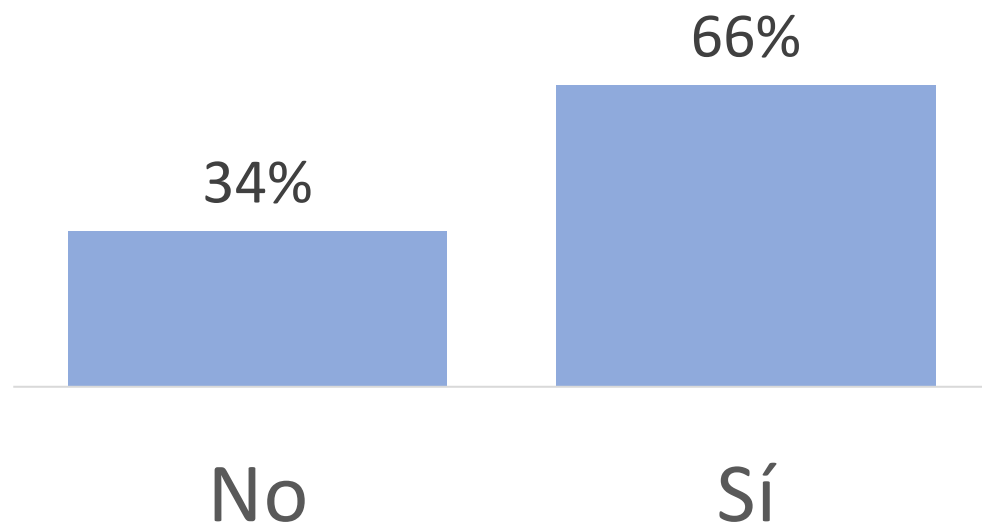


# Datos uso de plataformas

Abril 2021



# | ¿Acostumbras pedir a domicilio alimentos a través de alguna aplicación?

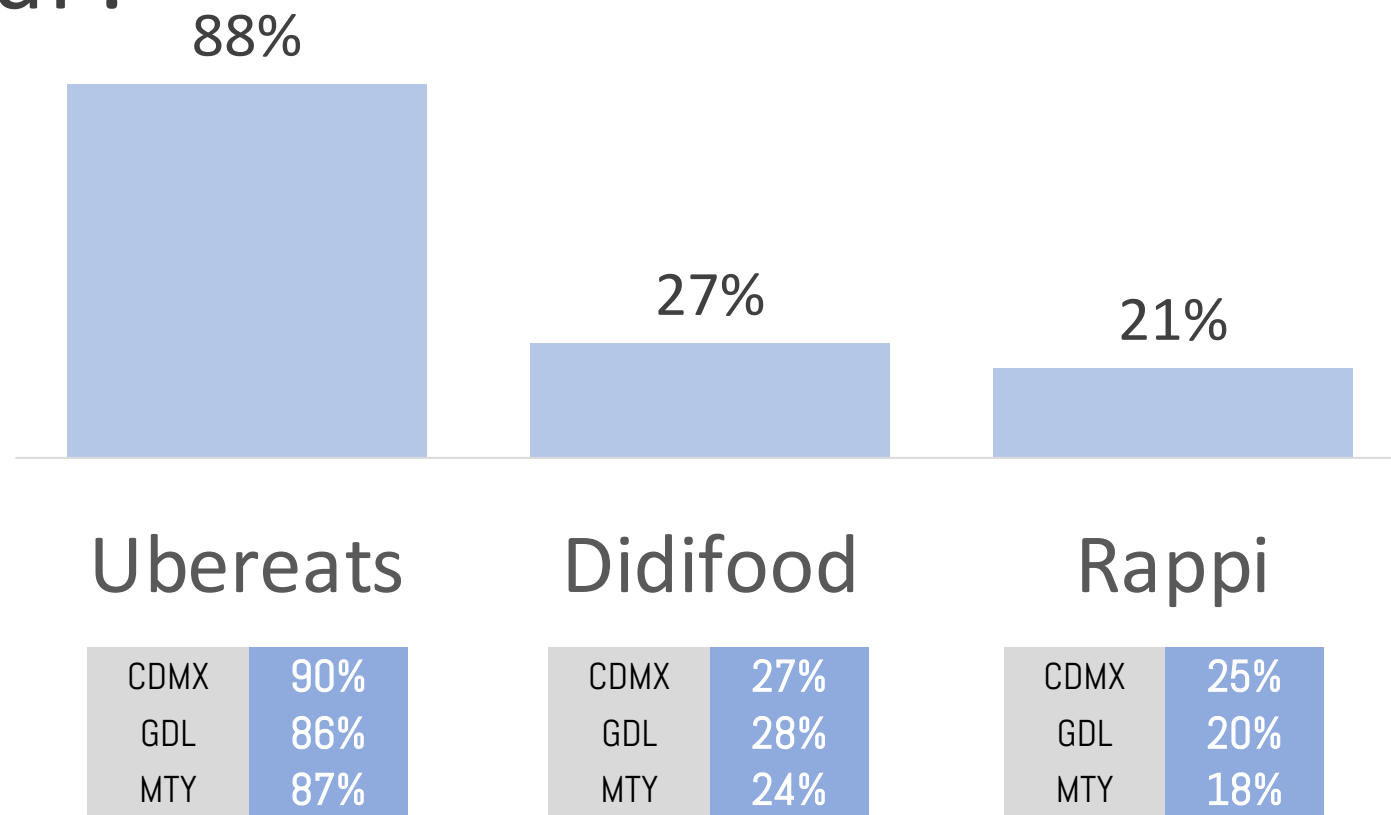


CDMX	68%
GDL	62%
MTY	65%

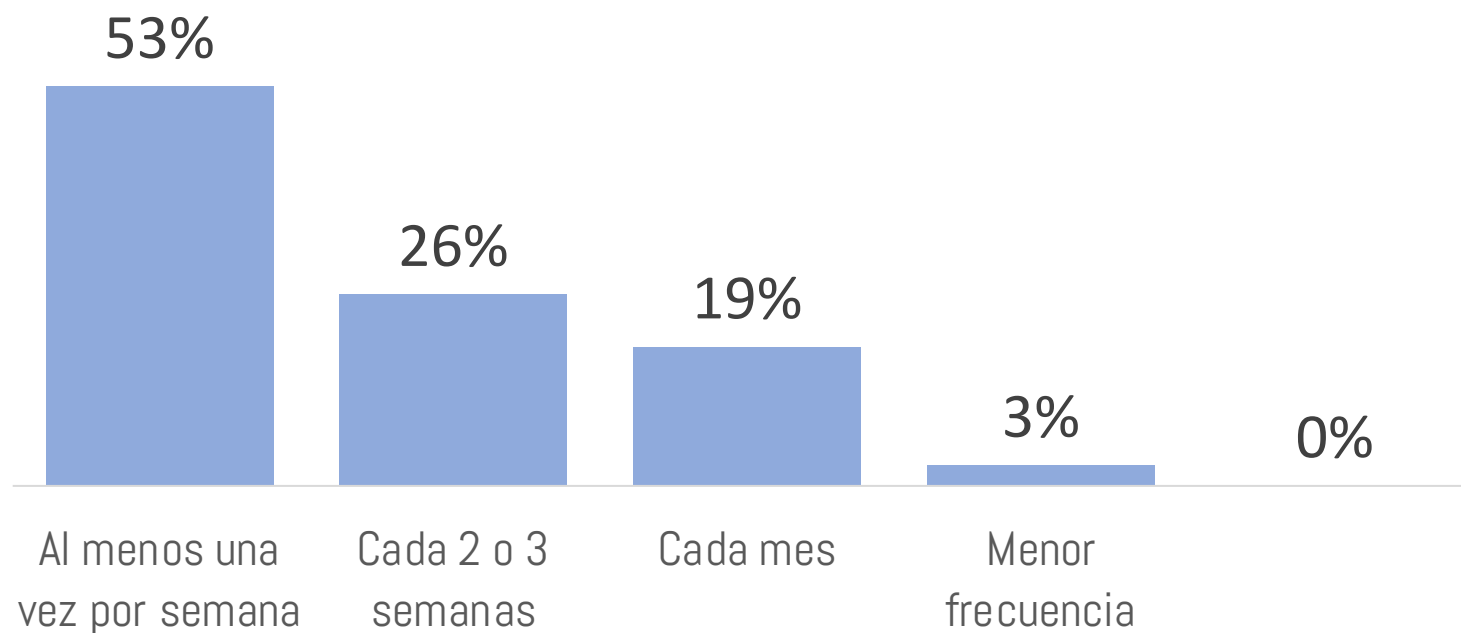




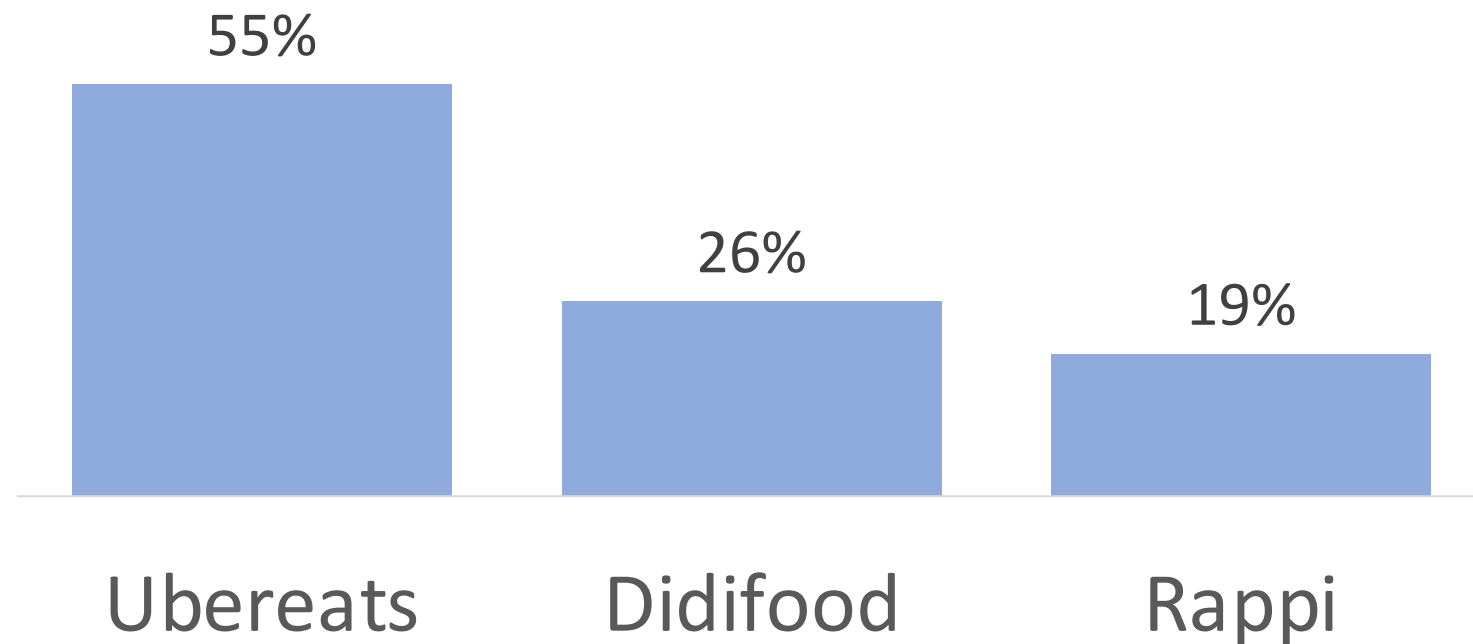
# | ¿Cuáles de estas aplicaciones sueles utilizar?



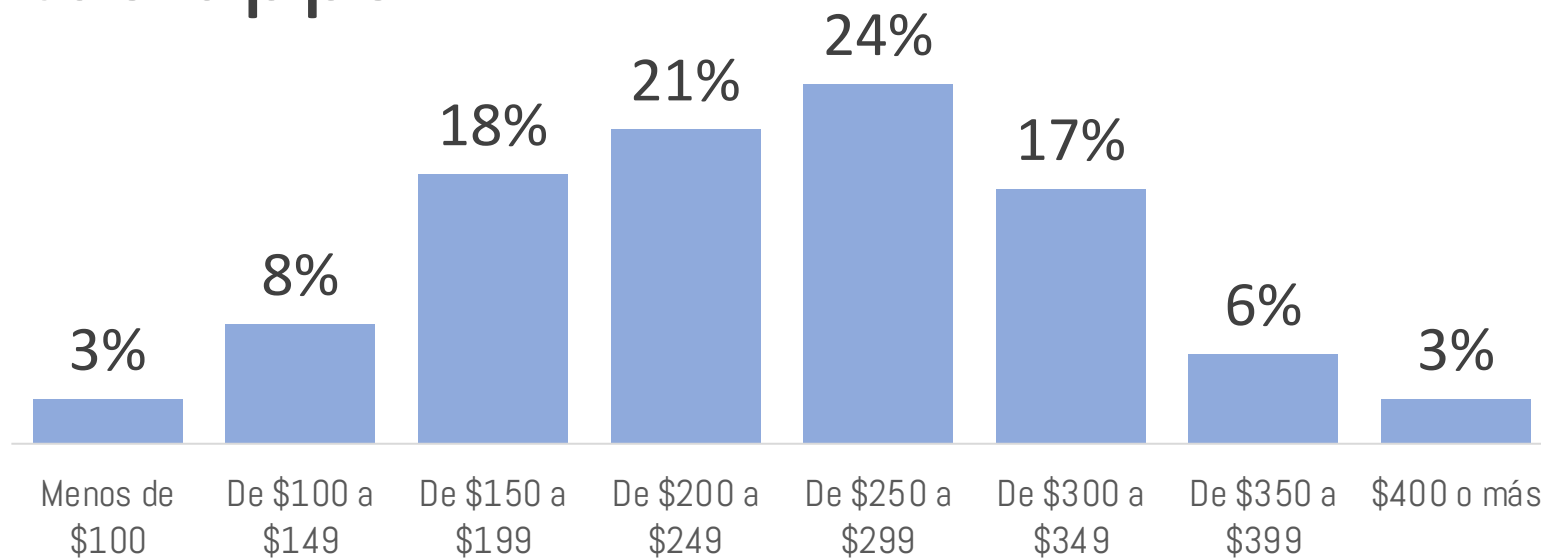
# | ¿Con qué frecuencia las utilizas?



# | ¿Cuál fue la última que utilizaste?



# | ¿Cuánto gastaste en tu última compra a través de alguna de estas apps?



Promedio ponderado:  
\$247.50

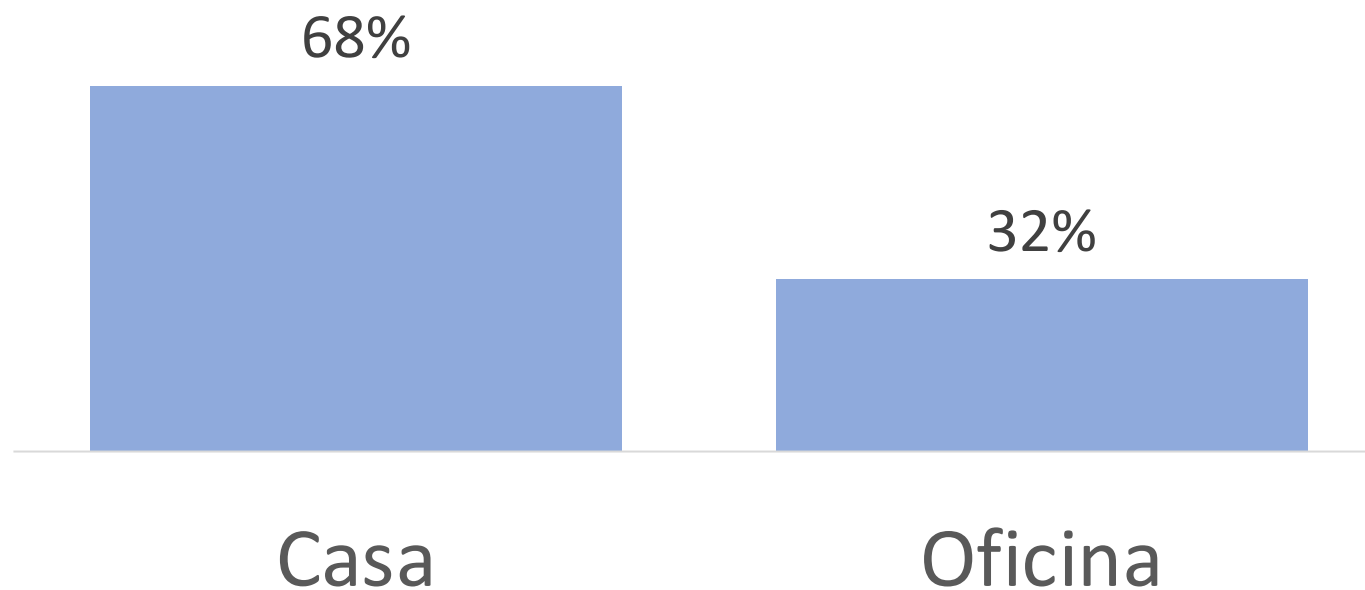
CDMX: \$251

GDL: \$236

MTY: \$255



# | ¿Desde dónde sueles pedir comida a domicilio principalmente?

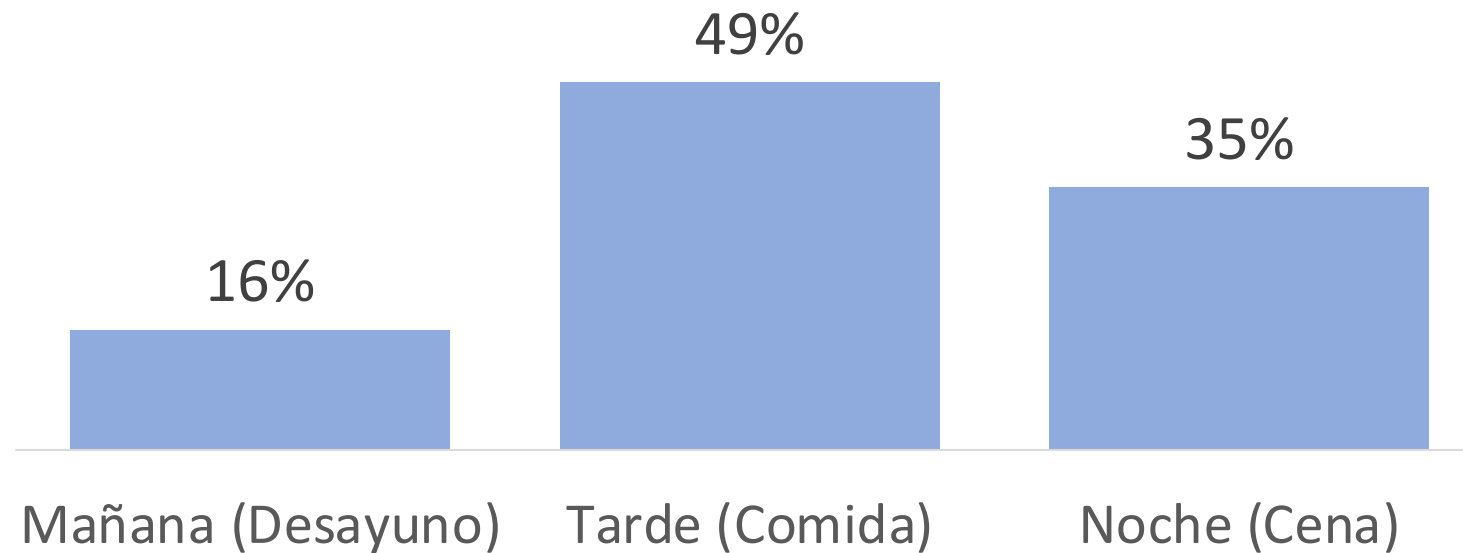


	Casa	Oficina
CDMX	65%	35%
GDL	70%	30%
MTY	69%	31%



| La última vez que pediste  
comida a domicilio a través de  
una app

¿En qué horario la pediste?



# Demanda potencial pesimista

	CDMX	Guadalajara	MTY	
Población total 18 a 50 años	4,414,315	1,971,086	1,780,179	
NSE A/B, C+ y C-	32%	41%	40%	
	1,390,509	808,145	703,171	
Uso de apps	68%	62%	65%	
	945,546	501,050	457,061	
Promedio Early adopters e innovadores	16%	16%	16%	
	151,287	80,168	73,130	
Ingreso potencial estimado anua (1.5 compras por año)	\$400.00	\$350.00	\$350.00	
	\$90,772,433.98	\$42,088,209.41	\$38,393,124.81	
Ingreso potencial mensual	\$7,564,369.50	\$3,507,350.78	\$3,199,427.07	
			<b>Ingreso total anual</b>	<b>\$171,253,768.20</b>
			<b>Ingreso total mensual</b>	<b>\$14,271,147.35</b>
Cocinas potenciales (Base 90 pedidos al día)	7	4	4	





# Datos uso de plataformas

Abril 2021

Los números de una  
cocina y opciones de  
ubicación

# ASÍ LOS NÚMEROS

Conceptos II	INVERSIÓN INICIAL	Conceptos GF	GASTOS FIJOS
Cocina y obra civil	\$1,500K	Nómina	\$90K
Registro de marca, branding e identidad y estudio de mercado	\$210K	Renta	\$25K
Platos, cucharas y bolsas (3m)	\$710K	Servicios	\$15K
Insumos (1M, 35%)	\$284K	Publicidad y redes	\$35K
Página web, dominios y acta constitutiva	\$60K	Otros	\$10K
<b>TOTAL</b>	<b>\$2,761K</b>	<b>TOTAL</b>	<b>\$175K</b>

Con un ticket promedio de \$350 y un costo de un 35% el punto de equilibrio equivale a atender 25 pedidos diarios.

La venta de 90 servicios diarios nos genera un ingreso bruto de \$945K menos comisión de Rappi, gastos y costo, la utilidad bruta mensual sería de \$400K

El ROI en estas condiciones es de 7 meses



TUS SOCIOS DE MARKETING

# GRACIAS, SIGAMOS EN CONTACTO

Este es un documento  
confidencial, cualquier  
aclaración o duda pueden  
hacer contacto con nosotros.

Envíanos un mensaje a:

[Sergio@lamarcalab.com](mailto:Sergio@lamarcalab.com)

Edificio MIND  
Piso 2, oficina 2L  
Avenida Faro 2350  
Residencial Victoria, CP 44550  
Guadalajara, Jalisco, México  
(33) 3956 - 9063



**LAMARCALAB**  
TUS SOCIOS DE MARKETING

