

Reconvirtiendo: dark kitchen, dark stores

Martes, 07 de Julio de 2020 - Id nota:933595

Medio : Cooperativa On Line
Sección : Opinión
Valor publicitario estimado : \$425980.-
Fuente : <https://bit.ly/3gCeJNl>
Tamaño : 19 x 38

[Ver completa en la web](#)

07
JUL
2020

Reconvirtiendo: dark kitchen, dark stores

Por: [Christian Cancino](#)



La baja o casi nulas ventas; los múltiples cierres y fusiones de tiendas y locales en el sector comercio, a raíz de las extendidas y prolongadas cuarentenas por la crisis sanitaria, ha acelerado el proceso de reconversión y avance en nuevos modelos de negocios de las organizaciones, para poder sobrevivir el complejo periodo que vive la industria. Un aliado que se ha potenciado con fuerza es el comercio electrónico. Según cifras de la Cámara de Comercio de Santiago y Transbank, las ventas por Internet se incrementaron casi 190% entre abril de 2019 y abril de 2020.

Un claro ejemplo de ello, se encuentra en el sector gastronómico, el que ha visto una oportunidad en el formato delivery, trasladando la distribución de su producción, por esta vía, para seguir sobreviviendo.

Otros están yendo un poco más allá y adaptaron sus cocinas a los nuevos tiempos. A este nuevo concepto, se le denomina cocinas fantasmas o dark kitchen.

Bajo este nuevo modelo de negocio, los restaurantes no tienen mesas, sillas, meseros, y mucho menos un espacio físico de cara a cualquier relación con el cliente.

Solo necesitan una adecuada gestión de lo que no está de cara al cliente (back office). En este caso, deben contar con cocinas full equipadas con una refrigeración de calidad, espacios para bodegas o almacenamiento de productos.

En este tipo de negocios, solo se arriendan o mantienen cocinas, sin que nadie sepa en qué lugar se encuentran ubicadas. Los pedidos se realizan a través de aplicaciones como Uber Eats, Rappi o Pedidos Ya. La clave de todo esto: se reducen los costos en actividades de atención al público, concentrándose solo en la calidad de la comida.

Si bien este concepto está presente en muchas experiencias en el país, todavía no se extiende de forma importante. En un futuro cercano, si se mantienen las medidas restrictivas, se deberá ajustar el modelo de negocio tradicional, a esta nueva perspectiva, lo que permitirá seguir atendiendo a los clientes, y desarrollando operaciones con la capacidad de promoción de sus productos y distribución a través de las aplicaciones de delivery.



Christian Cancino

Últimos publicados:

- [Reconvirtiendo: dark kitchen, dark stores](#)
- [Impacto de políticas públicas en innovación](#)
- [Viejo vino en nueva botella](#)

Un caso similar ocurre con las tiendas fantasmas o dark stores, las que han surgido como respuesta ante el crecimiento y demanda de productos por medio del e-commerce. Bajo este modelo se ofrecen espacios de almacenamiento de productos, para posterior despacho, por medio del delivery.

Para que las empresas logren marcar la diferencia, tendrán que innovar con productos atractivos o diferentes para la percepción del consumidor cuando lo reciba en su hogar.

La comida debe proporcionarse en un formato distinto, con sabores diferentes, y un trabajo en redes sociales y marketing digital, que permita darse a conocer entre los consumidores.

Quienes vean en esta crisis una oportunidad de negocio, les resultará mucho más sencillo y económico emprender, respecto a uno tradicional. Ahí existe una oportunidad que no se debe desaprovechar. Sobre todo en un periodo en que la cantidad de consumidores de comercio electrónico va en aumento, y el momento para posicionarse es clave.

Mientras se mantenga un escenario de pandemia, la tendencia seguirá al alza, por lo que habrá que ver el comportamiento del consumidor ante este nuevo canal y si seguirá usándolo una vez que vivamos la nueva normalidad.