



CONHEÇA AS EMPRESAS DARK KITCHEN OU GHOST KITCHEN

TENDÊNCIA NO SETOR DA ALIMENTAÇÃO, OS ESTABELECIMENTOS LEVAM A COMIDA ATÉ O CONSUMIDOR





Capítulo 01

Já pensou em montar um negócio só de delivery?

Dark kitchen ou *ghost kitchen*, conhecidos popularmente como “restaurantes fantasmas”, são estabelecimentos de serviços de alimentação que oferecem refeições apenas na modalidade delivery ou, “para a viagem”.

A nova tendência do setor da alimentação proporciona uma série de benefícios aos empreendedores, desde a redução de custos na estrutura, até a comodidade aos clientes.



CURIOSIDADE: A estrutura da cozinha é montada exclusivamente para operar no formato de entregas.



O impulso para este modelo de negócio foi o crescente número de pedidos de comida diretamente em casa ou no trabalho. Esse formato proporciona três itens indispensáveis para os consumidores:

1. Praticidade;
2. Variedade de pratos; e
3. Facilidades de pagamentos.

Recentemente, a multinacional norte-americana Microsoft investiu na startup CloudKitchens. O comando atual da operação da startup está nas mãos do fundador do Uber, Travis Kalanick. A startup foi avaliada em 15 bilhões de dólares.

Confira alguns números do setor, para entender a adesão de empresas como a Microsoft:

Dados favoráveis ao setor de dark kitchens



Os números mostram o aumento de clientes e restaurantes em aplicativos de entrega. A prática tem se consolidado entre empreendedores, dada as suas inúmeras vantagens como o baixo custo de entrada, a agilidade na entrega, e a possibilidade de compartilhar uma estrutura com outros empreendedores.

Que tal aproveitar essa boa oportunidade?



Capítulo 02

Vantagens de uma dark kitchen

Uma das principais características da dark kitchen é ser um modelo de negócios composto, basicamente, por uma cozinha. Isso faz com que o mesmo espaço possa ser utilizado por diferentes restaurantes.

Selecionamos as vantagens mais pertinentes ao microempreendedor, veja no quadro a seguir:

Menor custo fixo

Como a dark kitchen não demanda equipe maior, pela ausência de um salão, é muito mais barato manter uma equipe enxuta.

Ponto comercial mais barato

Não é preciso disputar um ponto comercial forte, por exemplo, num shopping. Você pode escolher um ponto comercial mais barato e fazer entregas para toda a região.

Multimarcas e otimização de custos

É possível oferecer diferentes tipos de culinária a partir da mesma cozinha, com pratos preparados em uma cozinha compartilhada, o que otimiza - e muito! - os custos operacionais.



Capítulo 03

Conheça os tipos de dark kitchens

Você sabia que não existe só um tipo de dark kitchen? Certamente, já deve estar pensando que esbarrou com algum tipo de dark kitchen por aí!

De um lado, há quem deseje somente fazer entregas e não quer arcar com os custos de abrir um espaço. Do outro, há estabelecimentos que oferecem o aluguel de seus espaços em outros horários.



Mais adiante, veremos alguns formatos de dark kitchens para você escolher o modelo que seja melhor para a sua realidade.



Modelo tradicional de empresa 100% delivery

Esse modelo é bem famoso, é o caso do China In Box e da Domino's, que operam exclusivamente no modelo de delivery com um tipo específico de cozinha.

Dark kitchen própria

Aqui, as cozinhas nascem apenas para o delivery. Elas usufruem da vantagem de não precisar de um local mais concorrido para montar suas operações.

Restaurante tradicional que se transforma em uma dark kitchen (multimarca no delivery)

Alguns restaurantes ficam com capacidade ociosa na cozinha a depender de algum horário no dia. Assim, eles optam por inserir alguma nova marca, mas só para delivery. A marca de alimentação BOALI já opera com esse tipo de dark kitchen com duas outras marcas que atendem somente delivery.

Cloud kitchens

Uma empresa com diferentes marcas opera com sistemas integrados neste tipo de dark kitchen. A ideia é testar: se o prato fizer sucesso, ele permanece. Caso contrário, eles dão espaço a uma outra marca. É possível inclusive trabalhar com marcas sazonais.



Coworking de cozinhas

Este é um modelo de restaurante virtual, mas dentro da dark kitchen de outros empreendedores. Nesse tipo de dark kitchen, o responsável pela estrutura irá cobrar a manutenção e o aluguel do dono do restaurante. Assim, o empreendedor só se preocupa com a operação do próprio negócio.

Restaurantes virtuais em cloud kitchens de terceiros, com serviços limitados

Existe também um modelo de negócio em que os espaços oferecem vários serviços adicionais na modalidade de delivery. Esses adicionais incluem câmaras frigoríficas, softwares de gestão, condições especiais para negociação com outras plataformas de entregas.

Kitchen as a service

Outro modelo em expansão é o de operadoras especializadas em delivery e que possuem várias cloud kitchens em diversos locais. Essas operadoras realizam todo o processo, treinamento, logística e até mesmo as embalagens, pagam pelo uso que fazem da marca. O serviço também é conhecido como “*kitchen as a service*”.

Da indústria para o delivery

Empresas do ramo de alimentação que já atuavam na produção e decidem aplicar os seus serviços optam por este tipo de dark kitchen. Muitas dessas empresas já vendiam refeições congeladas ou apenas por e-commerce direto. Elas optam por agregar essa atuação com cozinhas satélites. Um exemplo de quem optou por este modelo foi a empresa Liv Up.



Capítulo 04

Saiba como preparar o local para receber delivery

O Sebrae preparou algumas dicas práticas para você preparar corretamente o espaço para o seu serviço de delivery.

Sinalização e Comunicação

Coloque uma boa sinalização para ajudar os motoboys a identificarem o local de retirada das entregas. Seja objetivo na sua comunicação para dar o máximo de eficiência às suas entregas.



Observando a sua localização

Observe o local em que sua dark kitchen está localizada. Em qual sentido do trânsito ela está localizada na via? Determine o melhor local para os motoboys estacionarem e retirarem os pedidos em segurança.



Seja organizado

Agora que já foi definido o local correto para as retiradas de delivery, é momento de analisar qual a melhor opção para montar uma operação de entregas: aplicativos parceiros ou uma equipe própria?





Capítulo 05

Vale a pena investir em uma equipe própria ou em um aplicativo parceiro?

O que é melhor: Serviço de entregas próprio ou aplicativo parceiro? Cada aplicativo de entregas vai oferecer vantagens diferentes, e é preciso avaliar cada um deles cuidadosamente.

Cabe a cada empreendedor pensar qual a melhor opção para o seu negócio.

Abaixo, fizemos um quadro de pontos positivos e negativos caso queira ter sua própria equipe de entregas:

Pontos positivos

Sem comissões e sem o fee mensal (mensalidade paga pela empresa contratante), que são cobrados a cada venda pelos aplicativos parceiros.

Controle total da experiência do cliente desde a cozinha até a entrega em casa.

Não compartilhar o mesmo espaço no aplicativo com restaurantes do mesmo estilo culinário que o seu, ganhando todo o destaque e diminuindo a concorrência.

Maior controle sobre informações e dados a respeito da jornada do cliente.

Pontos negativos

Responsabilidade total por contratações, pagamentos, repasses e treinamento de equipe de entregas (motoboys).

Produção e execução total dos meios de pagamento, cardápio, fotos dos produtos, ferramentas de pedidos, motoboys, sistemas de pagamento, - e tudo isso gera gastos extras.

Não fazer parte dos grandes números de clientes que os aplicativos parceiros já possuem cadastrados.

Planejamento e execução de promoções e programas de fidelização por conta própria.



Capítulo 06

Aplicativos parceiros mais conhecidos

No Brasil, destacamos três aplicativos de entregas. Você deve entrar em contato com cada um e observar quais as vantagens que eles trazem. Lembrando que o seu local de atendimento pode impactar nas opções.



Rappi – Startup de entrega sob demanda, o serviço de delivery destaca-se por ter uma disponibilidade de entrega maior. São realizadas desde entregas de restaurantes até entregas de supermercados, farmácias, pet shops e vários setores semelhantes.



Uber Eats – Parceira da startup Nuro, o serviço prioriza a entrega de comidas e bebidas. Possui alguns restaurantes cadastrados.



ifood – É a startup mais valiosa do Brasil, entrega comidas e bebidas. Seu maior destaque é devido a variedade das suas formas de pagamento e empresas cadastradas.



Capítulo 07

Fazendo um plano de negócios

Agora que você entendeu as vantagens, conheceu alguns tipos de dark kitchens e boas práticas para montar a sua, vamos falar um pouco sobre o seu marketing no plano de negócios?

O plano de negócios é a bússola para o seu negócio! Ele vai te ajudar a tomar as decisões mais certas e seguras para os desafios de um negócio, além de auxiliar a conhecer um pouco mais sobre o seu próprio mercado. No seu plano de negócios, observe bem o seu plano de marketing.

O plano de marketing serve para definir:

- A precificação dos produtos a serem vendidos;
- O tipo de serviço prestado;
- As promoções que podem ser ofertadas ao longo do ano;
- Nível de qualidade dos ingredientes;
- As melhores plataformas de delivery que ajudarão o seu negócio - ou até mesmo como você vai operacionalizar sua própria equipe de entregas;
- Os canais alternativos de entrega;
- Outras possíveis fontes de receita para a sua dark kitchen; e
- Segmentos de marca que possam vir a ser explorados.

Um bom marketing vai te ajudar a destacar-se da concorrência!



Sugestões simples e práticas para um bom plano de marketing:

O molho do seu restaurante é um sucesso entre seus clientes? Que tal oferecer a venda deste produto avulso no seu cardápio?

Suas embalagens também podem oferecer um marketing efetivo. Já pensou em colocar um QR Code para que seu cliente tenha um desconto na próxima compra? Aproveite e procure por embalagens que não aumentem seu custo, mas que também garantam que a refeição chegue do jeito certo e com a temperatura adequada na casa do cliente.

Faça testes! Experimente o transporte da sua refeição e veja quais produtos podem não viajar bem. A batatinha frita ficou murcha? Troque por uma batata chips.

Produza fotos simples, mas que mostrem bem o espírito do prato, destacando produtos frescos e selecionadas especialmente.

Mande recadinhos simpáticos junto da refeição. Fortaleça seus laços com seus clientes.

Estas são oportunidades que o empreendedor que quer investir em delivery precisa estar atento. Vamos juntos?



Referências

Bares e Restaurantes. 2021. Saiba quantos tipos de dark kitchens existem e quais são as melhores para o seu negócio. Disponível em [Saiba quantos tipos de dark kitchens existem e quais são as melhores para o seu negócio - Bares & Restaurantes.](#)

iFood. 2022. Quanto cresce o uso de apps de delivery de comida no mundo? Disponível em [Quanto cresce o uso de apps de delivery de comida no mundo? - iFood News.](#)

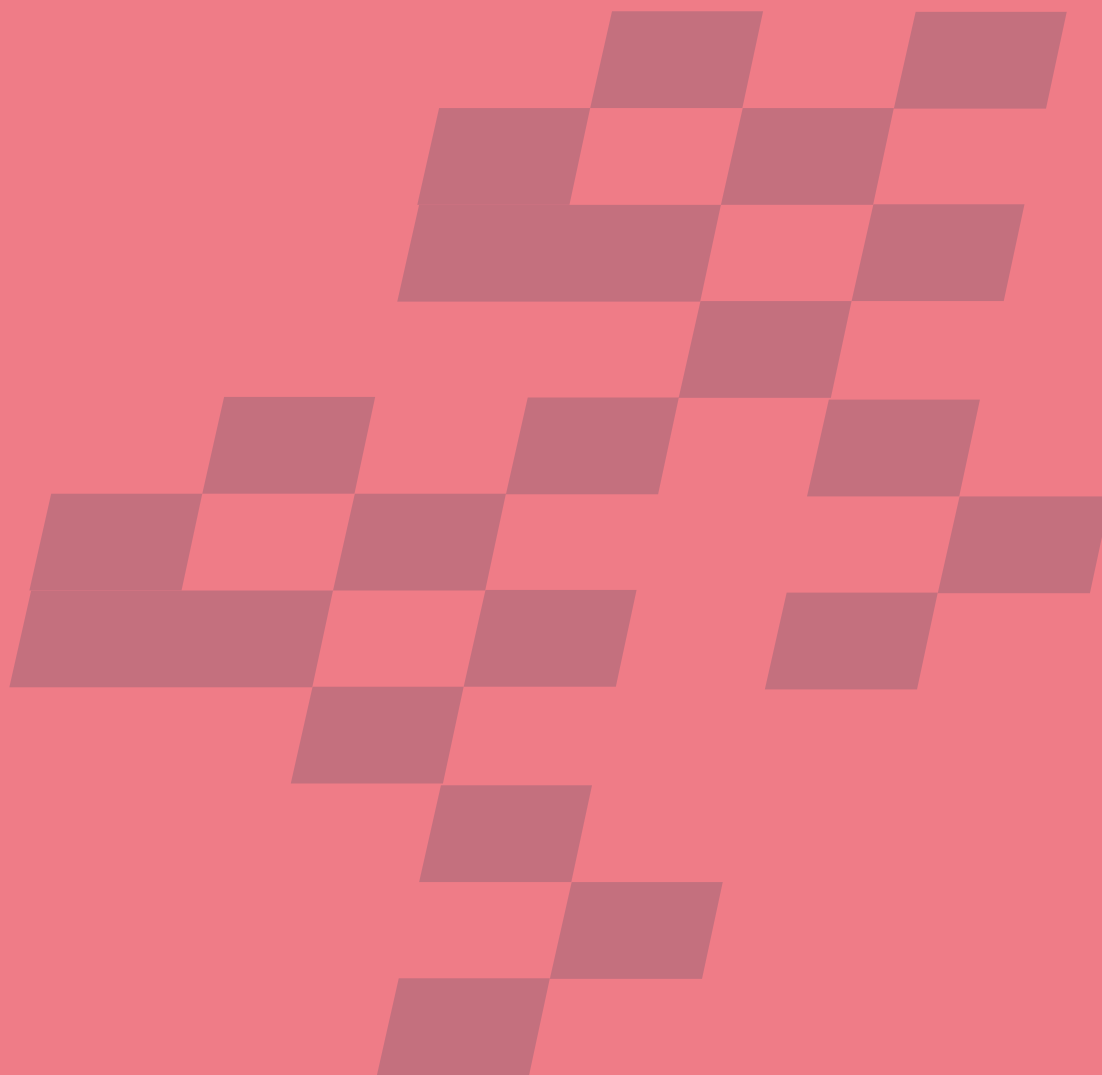
JUNIOR, France. 2021. Delivery transformou tendência em necessidade e continua em crescimento. Disponível em [Delivery transformou tendência em necessidade e continua em crescimento.](#)

Kercher, Sofia. 2022. Gasto com delivery sobe 24% em 2021; veja tendências de consumo do pós-pandemia. Disponível em [Gasto com delivery sobe 24% em 2021; veja tendências de consumo do pós-pandemia.](#)

Rimaq. 2022. Delivery no Brasil: veja dados de crescimento deste mercado. Disponível em [Delivery no Brasil: veja dados de crescimento deste mercado.](#)

Scuadra. 2019. Dark Kitchen é a nova tendência no setor de food service. Disponível em [Dark Kitchen é a nova tendência no setor de food service.](#)

Wadovski, Ana. 2022. Como montar um delivery para o seu negócio. Disponível em [Como montar um delivery para o seu negócio](#)



A força do empreendedor brasileiro.

0800 570 0800
www.sebrae.com.br