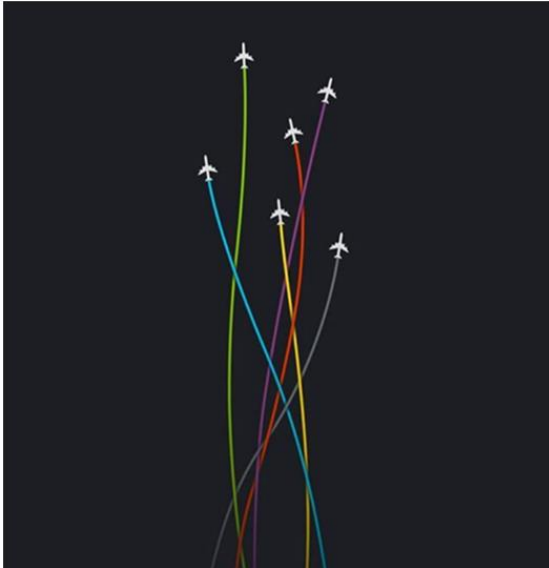


9. COMPETENCIA



CLAVES

La competencia existe y es fuerte. nuestro valor potencial es la **DIFERENCIACIÓN**

Múltiples agentes trabajando. aunque el Mercado está lejos de verse saturado

La potencia de #enBolsa radica en su USP. frente a las principales desventajas que presenta el Delivery Tradicional: la demora de entrega y la degradación del producto en proceso de transporte

30

La competencia existe, pero nuestro mayor potencial radica en la **DIFERENCIACIÓN**, ofreciendo ventajas tanto a proveedores como a consumidores

El **Mercado en el que nos movemos está lejos de estar saturado**, si bien es cierto que existen múltiples agentes trabajando en el mismo

Competencia	inicio	Funding	Inversores	Mercados	Facturación 2019	Foco
Glovo	2014	513,1M	Lakestar, Drake, IdivestPartners, Korelya Capital, etc.	Europa & Latam	52,3 M (no se traduce en Beneficios: Pérdidas 45,7M)	B2B & B2C
Just Eat	2001	122M	Emincence Capital, Mox, MyBaker etc.	Europa, Asia, Oceania, America	907,5M (Beneficio neto 59,3M)	B2B & B2B
Uber Eats	2014		Uber	Europa, Asia, Oceania, America		B2B & B2C
Deliveroo	2013	1,5B	Fidelity Management & Research Comp., Greenoaks Cap., Amazon, General Catalyst, etc.	Europe, EAU, Australia, China, Singapur	-261M	B2B & B2B

De esta manera, como bien podemos observar, **estamos compitiendo con empresas que prácticamente copan el mercado**. Sin embargo, contamos con **diferencias lo suficientemente significativas como para desarrollar nuestro propio nicho**.

La diferencia principal que debemos hacer notar en este aspecto es, tal y como hemos explicado en la Unique Selling Proposition: **no condicionar su deseo a la demora en recibir el producto y la conservación de la calidad, presentación y temperatura adecuada de los productos**

Debemos tener muy en cuenta que **nuestro servicio trasciende el Food Delivery**, y va más allá; siendo uno de nuestros objetivos el poder distribuir los productos de **#enBolsa** en Grandes Superficies. Es aquí, donde podemos ser más fuertes que la competencia, pudiendo captar la atención de consumidores ajenos al mundo del delivery y que estén interesados en llevar a cabo compras de productos preparados en el ámbito de la hostelería VIP

31

Además, otra característica que nos diferencia respecto de nuestra competencia, **es el sector al que nos dirigimos**, pues no está enfocado o pensado para su totalidad, sino para gama media-alta, que, por el momento, no están demasiado presentes en la comida a domicilio, aunque esperamos captar su interés en estarlo garantizándoles un servicio de excelencia

El principal competidor con el que nos encontramos son las empresas de Delivery, como pueden ser **Glovo** o **Deliveroo**, que cuentan con un reconocimiento bastante importante y que ya llevan varios años trabajando. Tienen una cuota de mercado envidiable, dado que son los primeros en llegar y se han llevado prácticamente el mercado.

Glovo y **Just Eat** representan más del 70% del mercado del 'food delivery' en España. La plataforma de reparto **Glovo** lidera el servicio de comida a domicilio en España, con una cuota de mercado del 43,3%, seguida por **Just Eat** y **Uber Eats**, según los datos del último estudio sobre '**Plataformas Food Delivery**', realizado por la app de finanzas personales Fintonic.

En concreto, **Just Eat** se sitúa en la segunda posición con una cuota de mercado del 27,8%, seguida por **Uber Eats**, que representa un 18,9%, mientras que **Deliveroo** cuenta con el 10% del mercado del 'food delivery' en España