



FIRMA ESTRATÉGICA

Seur realizará las entregas de comida a domicilio de Just Eat

Gracias al acuerdo, ya operativo en 60 locales de Madrid, se prevé alcanzar los 20.000 pedidos al mes en el corto plazo

Lourdes Marín MADRID.

La compañía de entrega de comida a domicilio Just Eat y Seur han anunciado la firma de un acuerdo por el cual la empresa de mensajería será la encargada de repartir los pedidos de los restaurantes adheridos que no disponen de servicio de reparto propio.

En este sentido, Benjamín Calzón, director general de unidades de negocio de Seur, cuenta que el convenio ya está operativo en más de 60 restaurantes de la zona centro de Madrid, aunque “la idea es crecer en la capital y arrancar en Barcelona de forma prioritaria, para luego continuar por las principales ciudades”.

Para llevar a cabo este plan, Seur destinará una flota en exclusiva de motos eléctricas, “lo que nos permitirá convivir con la ciudad”, añade Calzón, quien explica que, con esta estrategia, “prevemos poder abarcar los 20.000 pedidos al mes en un plazo corto de tiempo”. Además, la compañía de mensajería prevé contratar nueva plantilla, que contará con el carnet de manipulador de alimentos y que irá identificada con un logo que aúna los nombres de ambas empresas.

Adaptar el modelo de negocio

Por otro lado, el director general de unidades de negocio de Seur destaca que, para llevar a cabo estas recogidas y entregas de pedidos, utilizarán los puntos de venta que ya tienen como base de operaciones. “Esto nos exige cambiar el modelo tradicional en el cual se ha identificado nuestro negocio. Hemos transformado y adaptado la compañía”.

Así, la empresa se compromete a entregar la comida en un tiempo



Logo de la plataforma, en uno de los locales adheridos. ELISA SENRA

Se contratarán profesionales que tendrán el carnet de manipulador de alimentos

máximo de 40 minutos –12 desde que Seur recibe el pedido–, lo que va en línea con las necesidades del consumidor. “Estamos hablando de posicionarnos de cara a un perfil

específico de comprador: joven, de poder adquisitivo medio o medio alto, que vive en la ciudad y que es exigente en cuanto a calidad y la rapidez”, concluye Calzón.

El hábito de solicitar comida a domicilio se ha instalado entre los españoles. Según el *Barómetro de la comida a domicilio 2015* de Just Eat, más del 40 por ciento de los pedidos se concentra en fin de semana, aunque en el último año se han incrementado los de mediodía realizados desde oficinas, representando ya el 30 por ciento del total.