

Deliveroo permite ahora crear cuentas corporativas para sus repartos

Ahora que el competidor directo de la compañía de reparto de recién creación ha desaparecido de España, Deliveroo anuncia que amplía su línea de negocios para que sus clientes puedan especificar qué tipo de cuenta quieren: si personal o corporativa

La startup de comida ha decidido ampliar su nueva línea de negocio.

Al final, el pastel del negocio del reparto de comida se va ganar a la fuerza. Las grandes tecnológicas o startups están conquistando, con sus nuevas líneas de negocio, los nichos de mercado que pueden ser susceptibles de adaptarse a su actividad.

Deliveroo, la startup de repartos de comida a domicilio, recibió 275 millones de dólares el pasado agosto; una suculenta cantidad de dinero para mejorar y ampliar su actividad. Desaparecido su competidor directo en España, Take Eat Easy, parte de la ampliación venía de forma gratuita. Sin embargo, había planes mucho más ambiciosos detrás: Deliveroo quería focalizar parte de su actividad en las empresas.

El objetivo es que la nueva línea de negocio esté presente en todo el mercado Europeo. La compañía del canguro, que recién estrena un nuevo logo, ha anunciado su Deliveroo para los negocios. Un servicio de catering diseñado 100% para el sector de las empresas, lo que permite crear cuentas corporativas. La personalización del tipo de servicios deja que se pueda controlar cómo los empleados disponen de la aplicación y gestionar así los gastos de comida de una forma mucho más eficiente.

Según datos de la compañía, el servicio estará disponible en todos los territorios en los que la startup tiene operaciones. Por tanto, la conquista de las empresas de Europa es su nuevo objetivo. Desde la empresa se dieron cuenta de que gran parte de los pedidos realizados entre semana tenían su destino final en oficinas. Trabajadores que no habían podido hacerse la comida, pero que tampoco querían ir a un restaurante. Así que, ¿por qué no profesionalizar el servicio? Esto supondría para la empresa ingresos estables que les garantizarían no sufrir la misma suerte que Take Eat Easy y, sobre todo, tener beneficios.

Además, para la startup valorada en casi 1.000 millones de dólares, supone una guerra abierta con los codiciados Tickets Restaurante. Pero, en especial, con otras empresas. Supone todo un reto a la actividad de UberEats, que también cuenta con versión de negocios y, sobre todo, a la actividad de Amazon. La presencia de la primera no deja de ser testimonial, pero Amazon está presente en prácticamente todo el mundo.

La guerra de la comida a domicilio ha pasado a ser algo de las empresas.

El contenido de este comunicado fue publicado primero en la web de Hipertextual

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Gastronomía](#) [Emprendedores](#) [Logística](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>