

La Nevera Roja suma la cadena especializada en perritos Mr. Dog

El portal ha incluido los cinco establecimientos que la marca tiene en la ciudad de Madrid

La Nevera Roja, plataforma de comida a domicilio líder en Madrid, ha incorporado a su lista de restaurantes asociados los cinco establecimientos que la cadena Mr. Dog tiene en Madrid. La marca, que fue fundada hace unos años por empresarios colombianos, está especializada en la preparación de perritos calientes y otros platos típicos de la comida americana, como hamburguesas, arepas o carnes argentinas. Su éxito les ha permitido asentarse en Madrid e ir abriendo establecimientos de forma paulatina, contando ya con cinco en la ciudad de Madrid y siendo todo un referente de la comida americana a domicilio.

La adhesión de Mr. Dog a La Nevera Roja se incluye dentro del proceso de expansión y consolidación iniciado a principios de año por la compañía para asentarse en Madrid, donde se ha situado como el portal líder, y potenciar posteriormente su posición en las principales ciudades del país; convirtiéndose en el referente absoluto de comida a domicilio por Internet de España. De este modo, la compañía prevé terminar el año contando con más de 1.500 restaurantes asociados en todo el país, en los que se podrá pedir online.

En los últimos meses, La Nevera Roja ha incorporado a su portal marcas del sector con gran prestigio, como Pizza Jardín, Pizza Hut, La Panza Es Primero, Wogaboo, etc. Gracias a estas adhesiones, La Nevera Roja ha alcanzado de manera rápida el liderazgo en la Comunidad de Madrid; situándose a amplia distancia de sus competidores con más de 1.000 restaurantes agregados, en cerca de 400 de los cuales se puede pedir online.

A nivel nacional, la plataforma tiene presencia en más de 600 localidades españolas y supera los 4.000 restaurantes agregados, siendo posible realizar pedidos a través de Internet en más de 500 de ellos.

En los últimos meses la compañía ha experimentado un crecimiento exponencial gracias al modelo único que plantea, ya que, a diferencia de sus competidores, suma comercio electrónico y clasificados, dando a sus clientes una mejor perspectiva de la oferta gastronómica que tienen a su alrededor y siendo posible realizar pedidos telefónicos u online. Otra de las claves de su éxito radica en la información detallada que ofrece de sus restaurantes agregados y en su sistema de valoración de los establecimientos, en el que se priman las valoraciones y recomendaciones de los clientes.

El sector

En el último año, el sector de comida a domicilio ha experimentado un crecimiento cercano al 5 % en nuestro país. En España se realizan de media unos 2 pedidos de comida a domicilio por persona al año, denotándose un incremento de las solicitudes online. Actualmente, los pedidos por Internet suponen en torno al 5 % respecto al total. El sector mueve anualmente más de 1.750 millones de euros.
