



## **Dija elige Madrid para estrenar sus repartos a domicilio ultrarápidos en España**

La startup británica Dija ha comenzado a operar en Madrid con su servicio de entrega en diez minutos de productos de alimentación adquiridos por internet. En caso de incumplimiento, la compañía se compromete a ofrecer al cliente tres meses de repartos gratuitos. Este servicio de entregas ultrarápidas ha sido concebido hace cuatro meses de la mano de Alberto Menolascina y Yusuf Saban, tras levantar una ronda de financiación de 16,6 millones de euros de Blossom Capital, Index Ventures y Creandum. Con seis microcentros de distribución en España en menos de dos meses, cuenta con una plantilla de más de 100 personas para cubrir el 90% de la zona metropolitana de Madrid. Asimismo, ha anunciado su futura apertura en Valencia, Barcelona, Málaga y Sevilla, con el objetivo de abrir más de 25 centros en España y 1.500 empleados para finales de año.

Dija, que ya se encuentra operativa en Reino Unido y Francia, “llega para cambiar

la manera en la que los consumidores compran dentro de una ciudad”, según ha destacado el responsable de su lanzamiento en España, David Alonso Martínez. “Queremos hacer la vida más fácil al consumidor, ofreciendo así una experiencia de compra donde puede pedir a través de la app en menos de 60 segundos y llegar a casa antes de que se den cuenta”. En relación a ello, la startup utiliza tecnología propia e incluye algoritmos propios de inteligencia artificial sobre sus operaciones para lograr una mayor eficacia. Asimismo, también hace uso de big data para saber las preferencias de compra de los clientes, según ha manifestado la startup.

En concreto, la compañía dispone de un modelo de dark store en el que cada local cuenta con más de 2.000 productos “a un precio competitivo similar al de los supermercados convencionales”, según han asegurado. Los clientes pueden elegir la compra tanto de productos frescos como cualquier otro tipo de productos que se puede encontrar en los supermercados, incluido productos de proveedores locales. Asimismo, para el reparto, el operador ha invertido en una flota propia de e-bikes para entregas de cero emisiones. “Tenemos el objetivo de fomentar el consumo local y queremos posicionarnos como un partner clave para las empresas de consumo locales, ofreciéndoles su red de microcentros de distribución para que puedan llegar al consumidor en menos de diez minutos y sumarse a la revolución digital”.