Miércoles, 11 de noviembre de 2026 09:00 CET

Just Eat lanza JETads, una nueva plataforma publicitaria basada en IA para anunciantes europeos



● JETads ofrece soluciones a restaurantes y supermercados asociados, marcas de gran consumo y anunciantes de otros sectores en una única plataforma con sistema de medición de resultados de ciclo cerrado
● Impulsada por Prosus Large Commerce Model, IA especializada en comercio que comprende y predice las preferencias y necesidades de los consumidores, ayudando a los anunciantes a sacar el máximo partido a su inversión publicitaria

Madrid, 10 de noviembre de 2026 – Just Eat ha anunciado el lanzamiento de JETads, una nueva plataforma publicitaria dirigida a anunciantes europeos. Esta iniciativa aprovecha el alcance de la compañía, que conecta con 59 millones de consumidores y gestiona 592

millones de pedidos al año a través de más de 342.000 establecimientos asociados en 14 mercados.

La herramienta ya está disponible para que las marcas puedan acceder de forma inmediata a todos los servicios que ofrece. JETads incorpora la tecnología de personalización de Just Eat, que analiza miles de millones de interacciones entre consumidores y establecimientos asociados. A partir de estos datos, identifica qué necesita cada cliente y ayuda a los anunciantes a conectar con el público más adecuado en cada momento.
La nueva herramienta centraliza todas estas capacidades en una única plataforma publicitaria, ofreciendo a empresas de todos los tamaños nuevas formas de conectar con sus clientes.

Además, está dirigida a dar respuesta a las necesidades de tres grupos de anunciantes, con propuestas adaptadas a los objetivos de cada uno:
● Los restaurantes y supermercados asociados a Just Eat obtienen mayor visibilidad en las secciones de búsqueda y navegación cuando los clientes están decidiendo qué pedir.
● Las marcas de gran consumo pueden llegar a los clientes mientras preparan sus cestas de la compra, mediante formatos publicitarios nativos y segmentos de audiencia propios. El sistema de medición de ciclo cerrado permite vincular la inversión publicitaria con los productos añadidos a la cesta y los pedidos completados.
● Las marcas de otros sectores (no vinculados a la alimentación y a los supermercados) pueden llegar a los usuarios después de finalizar el pago. De este modo, aprovechan los hasta 30 minutos que transcurren mientras los clientes esperan sus pedidos para llegar a ellos en un momento de atención, dentro de un entorno seguro para las marcas.

David Cerdan, Head of Strategy and BI en Just Eat ha comentado: “JETads nace con el objetivo de responder a las nuevas oportunidades que ofrece la inteligencia artificial en el ámbito de la publicidad. Desde el principio, hemos querido aprovechar todo el potencial de esta tecnología, en lugar de replicar modelos que ya funcionan. Los objetivos siguen siendo los mismos: conectar a los anunciantes con el público más adecuado de forma sencilla, y ofrecer a nuestros clientes las propuestas más relevantes y

acordes con sus intereses. Gracias a la dimensión de Just Eat y al respaldo de la inteligencia artificial de Prosus, nos permiten dar un paso adelante en la optimización de la inversión publicitaria de nuestros partners".

Cómo sacar el máximo partido a la inversión publicitaria de los partners

JETads utiliza Prosus Large Commerce Model (LCM), una inteligencia artificial especializada en comercio desarrollada por Prosus para comprender cómo piensan los consumidores y qué buscan. El modelo aprende a partir del comportamiento real de los clientes, lo que le permite identificar qué productos o servicios pueden interesarles en cada momento. Por ejemplo, puede mostrar diferentes restaurantes dependiendo de si es viernes por la noche o un martes a la hora de comer. También puede identificar a un hogar de una familia que suele realizar pedidos y mostrarle los restaurantes que mejor se adaptan a sus necesidades. Para los colaboradores, esto permite optimizar la inversión publicitaria y mejorar su eficiencia.
Por un lado, facilita una segmentación y una ubicación más inteligente de los anuncios, que llegan a consumidores cuyo comportamiento analizado refleja un interés real. Por otro, contribuye a generar pedidos de mayor calidad, ya que un cliente captado gracias a que el modelo predice una intención real tiene más probabilidades de volver a realizar un pedido en el futuro.

JETads ya está disponible para anunciantes en los 14 mercados en los que opera Just Eat. Los interesados pueden obtener más información en ads.just eat takeaway.com.

Acerca de Just Eat Takeaway.com

Just Eat Takeaway.com (JET) es un líder global de delivery con sede en Ámsterdam. A través de un ecosistema integrado, la compañía conecta a sus partners mediante tecnología orientada a la IA (AI-first) para impulsar su crecimiento, ofrece a los repartidores la flexibilidad y oportunidades que necesitan, y brinda a los consumidores la libertad para disfrutar de cada momento.

La plataforma aprovecha la inteligencia de datos para impulsar una logística más eficiente y conectar a sus 362.000 partners con millones de usuarios en todo el mundo, ofreciendo experiencias hiperlocales e hiper personalizadas. Con presencia en 14 países, Just Eat Takeaway.com apuesta por un crecimiento sostenible impulsado por la tecnología, elevando estándares de ejecución y aprovechando la fortaleza del ecosistema de Prosus.

Datos del contacto

Marcela de la Peña
Senior Comms & Public Affairs Manager Just Eat España
marcela.delapena@justeattakeaway.com

Jungle. True.
Reputation strategists.
justeat@truepr.es
+34 916 588 770

Copiar enlace

https://newsroom.justeattakeaway.com/es-ES/274389-just-eat-lanza-jetads-una-nueva-plataforma-publicitaria-basada-en-ia-para-anunciantes-europeos/