

Te encuentras en Inicio / A fondo / Mercado / informes /

Las ventas del sector de platos preparados vuelven a aumentar, tras caer en 2020

Las ventas del sector de platos preparados vuelven a aumentar, tras caer en 2020

Martes, 25 de enero 2022

El valor del mercado español de platos preparados recuperó en 2021 la tendencia alza, tras el ligero retroceso registrado en 2020, cuando el desplome de las ventas en el canal de hostelería no pudo ser compensado íntegramente por el aumento del consumo en hogares. Los datos provisionales apuntan a una facturación superior a los 3.000 millones de euros en 2021.

Según el [Observatorio Sectorial DBK Informa](#), tras varios años de crecimiento, el valor del mercado de platos preparados registró un ligero descenso en 2020, penalizado por la situación generada por las medidas decretadas para hacer frente a la pandemia de la Covid-19. Así, el cierre temporal en hostelería y restauración y las posteriores restricciones horarias y de aforo provocaron el desplome del volumen de negocio en este canal, que no pudo ser compensado por el crecimiento del consumo en hogares.

De este modo, el valor del mercado se situó en 2.970 millones de euros, un 1,5% menos que en 2019, en el que había aumentado un 5,8%. El segmento de platos preparados refrigerados, que mostraba el mayor dinamismo en años anteriores, registró el peor comportamiento frente a los congelados y otros platos preparados, que se vieron favorecidos por sus mayores plazos de caducidad. Así, el valor de las ventas se situó en 1.325 millones de euros, con una caída del 2,2%. Este segmento reunió el 44,6% del mercado total.

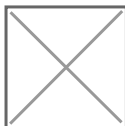
El negocio de los platos preparados congelados experimentó una disminución del 1,4%, hasta situarse en 1.085 millones de euros (+3,8% en 2019), acaparando el 36,5% del mercado. Por su parte, el de otros platos preparados, que incluye los conservados a temperatura ambiente, principalmente esterilizados y deshidratados, se mantuvo estancado en 560 millones de euros, reuniendo el 18,9% del total.

Los datos provisionales apuntan a que el conjunto del mercado ha vuelto a registrar un crecimiento al cierre de 2021, favorecido por la tendencia de los consumidores hacia soluciones de comida preparada, en sustitución de la elaboración de la misma, y la proliferación de nuevos productos y formatos, tanto en el ámbito de la distribución alimentaria como en el de la hostelería.

Para el cierre de 2021 se estima un repunte del valor total del mercado de alrededor del 2%, hasta situarse por encima de los 3.000 millones de euros y superar el nivel de 2019. El ascenso de la facturación se acelerará previsiblemente en 2022, con un crecimiento que podría situarse en el 3,5%.

Los cinco primeros operadores reunieron de forma conjunta el 34,8% del valor total del mercado en 2020, elevándose esta participación hasta el 47,2% al considerar a los diez primeros.

Datos de síntesis



Noticias Relacionadas

- [Tras la Covid, tres de cada cuatro españoles son más conscientes de seguir una dieta sana](#)
- [La industria española de equipamiento para hostelería, en fase de recuperación](#)
- [Según las previsiones, el vending recuperará en 2021 solo un 30% del negocio perdido en 2020](#)
- [El sector de servicios de ayuda a domicilio y teleasistencia ingresó un 2% más en 2020](#)