



Las ventas en el mercado de comida rápida caen por primera vez en veinte años

14-04-2014

La facturación de los establecimientos de comida rápida y a domicilio retrocedió un 0,4% en 2013, hasta situarse en 2.705 millones de euros, a pesar de lo cual siguieron ganando cuota en el mercado de la restauración gracias a su ventaja competitiva en precio frente a otros formatos. Las hamburgueserías lograron crecer un 1%, mientras que el negocio de las bocadillerías permaneció estancado y el de las pizzerías se redujo un 7%.

Según datos de la consultora **Dbk**, tras dos décadas de crecimiento sostenido, las ventas de los establecimientos de comida rápida y a domicilio registraron un leve descenso en 2013, como consecuencia del deterioro del consumo privado. Así, la facturación del conjunto de establecimientos se redujo un 0,4%, hasta situarse en 2.705 millones de euros.

Cerca del 90% del mercado correspondió al servicio en mostrador, que tras crecer un 0,4% alcanzó unas ventas de 2.425 millones de euros. Por su parte, la facturación del servicio *delivery* disminuyó un 6,7%, cifrándose en 280 millones de euros.

En el segmento de las hamburgueserías el número de locales creció en 45 unidades en 2013, hasta alcanzar los 1.110 establecimientos. Su volumen de negocio se situó en 1.445 millones de euros, un 1% más que en el año anterior, por debajo de los crecimientos del 3% y el 7% contabilizados en 2012 y 2011, respectivamente.

La facturación de las bocadillerías se mantuvo estancada en 2013 en unos 515 millones de euros. El crecimiento de la red de algunas de las principales cadenas se vio contrarrestado por el cierre de establecimientos de otras de tamaño mediano.

El número de pizzerías mantuvo la tendencia descendente de años anteriores, produciéndose de forma neta el cese de unos 40 establecimientos, hasta situarse en 1.090. En paralelo, la facturación agregada experimentó un descenso del 7,1%, hasta los 460 millones de euros. ?

El grupo de otros establecimientos estaba formado al cierre de 2013 por 740 locales, 50 más que en 2012, crecimiento que fue posible gracias a la aparición de nuevas enseñas y a la expansión de otras ya implantadas. Sus ventas se cifraron en 285 millones

de euros, tras aumentar un 3,6%.

En los últimos años las principales cadenas han aumentado su participación en el mercado gracias a las políticas de expansión de la red. De esta forma, las cinco principales cadenas reunieron conjuntamente el 72% de las ventas totales, mientras que las diez primeras reunieron una cuota del 82%.

Las previsiones para el bienio 2014-2015 apuntan a una evolución positiva de las ventas de los establecimientos de comida rápida y a domicilio, en un contexto de progresiva recuperación del consumo privado y de crecimiento de la oferta. Así, en 2014 la facturación podría crecer en torno a un 2%.