

## Objeto del estudio

El estudio, elaborado a partir de **información primaria** procedente de las empresas líderes, profundiza en la **evolución reciente** y las **tendencias** del sector, los **factores clave de éxito** del negocio, las **previsiones** a corto y medio plazo, las **oportunidades** y **amenazas** a las que se enfrentará en los próximos años, y el análisis del marketing mix de los operadores más destacados. El estudio recoge, asimismo, el posicionamiento y resultados de **38 de las principales empresas** que operan en el sector.

## Principales contenidos (ver índice detallado al dorso)

- ⇒ Evolución del mercado: total, por tipo de servicio (mostrador, delivery), por régimen de explotación (establecimientos propios, establecimientos franquiciados) y por lugar de consumo (en sala, en domicilio)
- ⇒ Evolución del mercado por segmentos (hamburgueserías, pizzerías, bocadillerías, otros establecimientos)
- ⇒ Fuerzas competitivas relevantes y factores clave de éxito
- ⇒ Estructura de la oferta
- ⇒ Número de establecimientos de las principales empresas: total, por régimen de explotación y por zonas. Aperturas
- ⇒ Evolución de la facturación de las principales empresas
- ⇒ Evolución de la facturación media por establecimiento de las principales empresas
- ⇒ Distribución de la facturación de las principales empresas por tipo de servicio
- ⇒ Cuotas de mercado -totales, por tipo de servicio y por segmentos- de las principales empresas
- ⇒ Cuotas de número de establecimientos -totales y por segmentos- de las principales empresas
- ⇒ Resultado antes de impuestos y su participación sobre los ingresos de las principales empresas
- ⇒ Oportunidades y amenazas a las que se enfrenta el sector
- ⇒ Previsiones de evolución del mercado y de las principales empresas

## Empresas analizadas

19 Sushi Take Away	Establiments Viena	Macedonia Fruit	Pollo Campero
ADK	Fresc Co	McDonald's	Q'Comes
Beykebab	Fresh & Ready	Nooi	Rodilla
Bocatta	Go! Sushing	Nostrum	Sandwich Club
Burger King	Grupo Tele Pizza	Oh La La	Subway
Carpi Pizza	Grupo Viena Capellanes	Pans & Company	Taco Bell
Cervecería 100 Montaditos	Istanbul Döner Kebap	Pizza Hut	Todo1euro Fast Food Quality
Delinas	KFC	Pizza Móvil	Upper Crust
Domino's Pizza	Krunch	Pizza Sapri	Vipsmart
		Pizzón Pizza	Voy Volando

## Principales magnitudes del sector

### Datos de síntesis, 2011

➤ Número de establecimientos	4.015
➤ Mercado (mill. euros)	2.710
– Hamburgueserías	1.387
– Pizzerías	526
– Bocadillerías	535
– Otros establecimientos	262
➤ Crecimiento del mercado (%)	+3,8
– Hamburgueserías	+6,7
– Pizzerías	-2,6
– Bocadillerías	+3,5
– Otros establecimientos	+3,6
➤ Cuota de mercado de las cinco primeras cadenas (%)	69,4

### El mercado superó los 2.700 millones de euros en 2011

Tras crecer un 2% en 2010, en el ejercicio 2011 las ventas de los establecimientos de comida rápida y a domicilio aumentaron un **3,8%**, hasta superar los **2.700 millones de euros**. La apertura de nuevos locales, llegando a alcanzar una **red de 4.015 establecimientos** al cierre de 2011, y la mayor afluencia de público permitieron el crecimiento de los ingresos.

Por segmentos, las cadenas de **hamburgueserías** experimentaron en 2011 un comportamiento muy positivo, con unas ventas de cerca de **1.400 millones de euros**, lo que supuso un **crecimiento del 6,7%** respecto a 2010.

Por el contrario, los ingresos de las **pizzerías** mantuvieron la trayectoria de descenso iniciada en 2008, al experimentar una **disminución del 2,6%** en 2011, hasta los **526 millones de euros**.

Los segmentos de **bocadillerías y otros establecimientos** crecieron en torno al **3,5%** en 2011, registrando cifras de negocio de 535 y 262 millones de euros, respectivamente.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

La decimosexta edición del estudio **Sectores** de DBK “Comida Rápida y a Domicilio” cuenta con una extensión de 158 páginas y su estructura es la siguiente:

### Identificación y segmentación del sector

#### Principales conclusiones

Tabla 1. Datos de síntesis, 2011.

#### 1. Estructura y evolución del sector

##### 1.1. Contexto internacional

Tabla 2. Evolución del mercado de comida rápida en algunos de los principales países del mundo, 2006-2010.

Tabla 3. Evolución del número de pedidos en establ. de comida rápida en algunos de los principales países del mundo, 2006-2010.

Tabla 4. Gasto en comida rápida por habitante y año en algunos de los principales países del mundo, 2010.

Tabla 5. Facturación y número de establecimientos de algunas de las principales cadenas de comida rápida y a domicilio en Europa, 2005-2011.

Tabla 6. Distribución de la facturación de Burger King, McDonald's y Yum! Brands por áreas geográficas, 2011.

##### 1.2. Estructura de la oferta

Tablas 7-8. Evolución del número de establecimientos (1997-2011) y del número de aperturas (1998-2011).

Tabla 9. Evolución del número de establecimientos por segmentos de actividad, 2000-2011.

Tabla 10. Evolución del número de aperturas de establecimientos por segmentos de actividad, 2005-2011.

Tablas 11-12. Evolución del número de establecimientos (2000-2011) y del número de aperturas (2001-2011) por régimen de explotación.

Tabla 13. Distribución geográfica de los establecimientos, 2011.

Tabla 14. Grado de concentración de la oferta, 2011.

##### 1.3. Fuerzas competitivas y factores clave de éxito

Tabla 15. Fuerzas competitivas relevantes, 2012.

Tabla 16. Factores clave de éxito, 2012.

##### 1.4. Evolución de la actividad

Tabla 17. Evolución del mercado total, 1993-2011.

Tabla 18. Evolución del mercado por tipo de servicio (mostrador, delivery), 1999-2011.

Tabla 19. Distribución del mercado por lugar de consumo (en sala, a domicilio), 2009-2011.

Tabla 20. Evolución del mercado por segmentos de actividad (hamburgueserías, pizzerías, bocadillerías, otros), 1997-2011.

Tabla 21. Evolución del mercado por régimen de explotación de los establecimientos (en franquicia, en propiedad), 1997-2011.

Tabla 22. Evolución de la facturación media por establecimiento, 1999-2011.

Tabla 23. Evolución de la facturación media por establecimiento por segmentos de actividad, 2000-2011.

Tabla 24. Evolución de la facturación media por establecimiento por régimen de explotación de los establecimientos, 2000-2011.

##### 1.5. La demanda

Tabla 25. Evolución del consumo final de los hogares, 1992-2011. Previsión 2012-2013.

Tablas 26-27. Distribución de la afluencia a restaurantes por día de la semana (2009-2010), por tipo de comida realizada y por establecimiento (2010).

Tablas 28-29. Evolución del número de extranjeros empadronados en España (1998-2011) y su distribución por región de origen (2011).

Tablas 30-31. Evolución de la población en España (2001-2011) y su distribución por grupos de edad (1990-2011).

Tabla 32. Evolución del número de ocupados y parados, 2003-2011.

Tabla 33. Evolución del número de centros comerciales e hipermercados, 1994-2010.

Tabla 34. Distribución geográfica de los centros comerciales y de la superficie bruta alquilable, 2010.

##### 1.6. Costes, rentabilidad y financiación

Tabla 35. Estructura media de costes y del balance, 2010. Tendencia 2011.

#### 2. Principales competidores

##### 2.1. Accionistas y recursos

Tabla 36. Titularidad del capital de las principales empresas, 2011.

Tabla 37. Enseñas y conceptos de restauración de los grupos en los que se encuentran integrados algunas de las principales empresas, 2012.

Tabla 38. Actividad, servicio y plantilla media por establecimiento de las principales empresas, 2011.

Tabla 39. Evolución del número total de establecimientos en España de las principales empresas, 2006-2011.

Tabla 40. Distribución del número de establecimientos en España de las principales empresas por régimen de explotación, 2011.

Tabla 41. Evolución del número de establecimientos en España de las principales empresas en régimen de propiedad, 2006-2011.

Tabla 42. Distribución del número de establecimientos en España de las principales empresas por zonas geográficas, 2010-2011.

Tabla 43. Evolución del número de aperturas de establecimientos en España de las principales empresas, 2007-2011.

Tabla 44. Distribución del número de aperturas de establecimientos en España de algunas de las principales empresas por zonas geográficas, 2011.

Tabla 45. Distribución del número de establecimientos en el extranjero de algunas de las principales empresas por zonas geográficas, 2011.

##### 2.2. Diversificación

Tabla 46. Facturación total y facturación en el sector de las principales empresas, 2010-2011.

Tabla 47. Distribución de las ventas de las principales empresas por tipo de servicio, 2011.

Tabla 48. Distribución de la facturación por ventas en mostrador de algunas de las principales empresas por lugar de consumo, 2011.

Tabla 49. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por zonas geográficas, 2011.

##### 2.3. Marketing mix

Tabla 50. Principales productos incluidos en la oferta de las principales empresas, 2012.

Tabla 51. Principales lanzamientos de productos realizados por algunas de las principales empresas, 2011-marzo 2012.

Tabla 52. Principales promociones y otras acciones de marketing realizadas por algunas de las principales empresas, 2011-marzo 2012.

Tabla 53. Principales proveedores de algunas de las principales empresas, 2011.

Tabla 54. Medios publicitarios empleados por algunas de las principales empresas, 2011.

##### 2.4. Clientes

Tabla 55. Distribución de la facturación de las principales empresas por régimen de explotación de los establecimientos, 2011.

Tabla 56. Evolución del número de establecimientos en España de las principales empresas en régimen de franquicia, 2006-2011.

Tabla 57. Condiciones de franquicia de algunas de las principales empresas, 2012.

Tablas 58-59. Distribución del número de establecimientos en España (2010-2011) y número de aperturas (2011) de algunas de las principales empresas por tipo de ubicación (centros urbanos, centros comerciales/ocio, áreas de transporte, otros).

##### 2.5. Cuotas y resultados

Tabla 60. Evolución de la facturación en el sector en España de las principales empresas, 2009-2011.

Tabla 61. Evolución de la facturación media por establecimiento en España de las principales empresas, 2009-2011.

Tabla 62. Facturación media por establecimiento en España de algunas de las principales empresas por régimen de explotación, 2011.

Tabla 63. Cuotas de mercado totales de las principales empresas, 2009-2011.

Tabla 64. Cuotas de mercado de las principales empresas en el segmento de servicio en mostrador, 2010-2011.

Tabla 65. Cuotas de mercado de las principales empresas en el segmento de servicio delivery, 2010-2011.

Tablas 66-68. Cuotas de número de establecimientos en España de las principales empresas: total, en régimen de propiedad y en régimen de franquicia, 2009-2011.

Tabla 69. Número de establecimientos de las principales empresas por zonas geográficas (Madrid, Cataluña, Andalucía, Comunidad Valenciana, País Vasco, otras), 2011.

Tablas 70-73. Cuotas de mercado y de número de establecimientos en España de las principales empresas por segmentos de actividad (hamburgueserías, pizzerías, bocadillerías y otros establecimientos), 2009-2011.

Tabla 74. Indicadores de rentabilidad de algunas de las principales empresas, 2008-2010.

#### 3. Perspectivas

##### 3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias

Tabla 75. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2012.

##### 3.2. Previsiones de crecimiento

Tabla 76. Previsión de evolución del mercado por segmentos de actividad, 2012-2013.

##### 3.3. Proyectos y previsiones de las empresas

Tabla 77. Proyectos de algunas de las principales empresas, marzo 2012.

Tabla 78. Previsión de variación de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas, 2012-2013.

#### 4. Perfiles de los principales competidores