

Línea Perspectivas

El Consumo de Comida Rápida

Situación en el mundo y acercamiento autonómico

Dirigido por:

Juan Aitor Lago Moneo

Director del Strategic Research Center de EAE Business School

Investigadores:

Mariola Rodríguez Sirgado

Programa en Dirección y Gestión de Empresas por EAE Business School

Investigadora del Strategic Research Center de EAE Business School

Ángel Lamas

Master in International Business por EAE Business School

Documento 08/2011

ISSN: 1989 – 9580

El Consumo de Comida Rápida

- I. Introducción
- II. La Comida Rápida en el mundo
- III. Gasto en comida rápida a nivel internacional
- IV. Previsión del gasto en comida rápida en el mundo
- V. Gasto en comida rápida a nivel autonómico
- VI. Previsión del gasto en comida rápida en España
- VII. Conclusión
- VIII. Anexos
- IX. Bibliografía

I. INTRODUCCIÓN

Con la Revolución Industrial se produjeron grandes cambios tanto laborales como sociales, como la sustitución de la mano de obra por maquinaria, la evolución del transporte, la cadena de montaje, la localización de la actividad económica en el centro de las ciudades, los horarios laborales rígidos o la aparición de zonas dormitorios. Todos estos hechos, provocaron que las personas comenzaran a coincidir en los traslados al trabajo, así como, en las horas de descanso, por lo que la pérdida de tiempo empujó a nuevos diseños de infraestructuras y servicios, entre ellos el de restauración¹.

Este debía amoldarse a la situación económica y al tiempo disponible de los trabajadores. En 1920 aparecen en Estados Unidos los primeros locales de hamburguesas aunque no fue hasta 1937 cuando los hermanos Dick y Mac McDonald comenzaron a utilizar la producción en cadena, propia de otras industrias, con la intención de poder atender en pocos minutos los pedidos de la multitud de personas que debían comer en tiempo reducido. El perfil de cliente entonces era el trabajador no cualificado y con bajos salarios. En el año 1948 introdujeron a su negocio el concepto de *drive-in-restaurant*, donde solo se servían perritos calientes atendiendo a la demanda de una comida en el coche y bajos precios, aunque el negocio de los hermanos McDonald todavía tenía que pasar por algunos cambios hasta llegar a la franquicia conocida en todo el mundo. A mediados del siglo XX comenzaron las imitaciones como Taco Bell y Tex Mix, entre otras².

Los expertos en salud afirman que la comida rápida no es muy saludable porque pequeñas cantidades de comida concentran muchas calorías, es decir, si se comieran de forma esporádica no producirían riesgo para la salud. Sin embargo, las condiciones laborales, así como la falta de tiempo, hacen que la comida rápida o *fast food* sea la elección de muchas personas para poder comer rápidamente y con bajo coste de forma habitual. Las grandes cantidades de grasa que aporta la comida

¹ El mercado de comida rápida se define como la venta de comida y bebida para consumo su inmediato bien en las instalaciones puestas a tal efecto por el local en cuestión, bien para su consumo en otro lugar. Se considera comida rápida a la venta de estos productos siempre que se lleve a cabo por los siguientes canales de venta (o tipos de local):

- Restaurantes de Servicio Rápido (RSR): son aquellos locales en los que se vende comida y bebida pero no se sirve en mesa
- Locales de “comprar y llevar”: son aquellos en los que se vende comida preparada fresca y en los que el 80% de sus ingresos vienen por ventas en las que sus clientes se llevan la comida para su consumo fuera del local
- Venta en la calle: stands o furgonetas en los que se venda una oferta limitada de comida preparada y bebidas
- Locales de ocio: son aquellos ubicados en lugares con instalaciones relacionadas con el ocio como casinos, salas de juego, teatros, cines o hipódromos

A efectos de este estudio se excluye las máquinas *vending* como comida rápida.

² <http://www.historiacocina.com/historia/articulos/comidabasura.htm>

rápida la convierte en comida poco saludable, por lo que en Italia en 1986 se inventó el término opuesto, Slow Food o comida lenta, con la intención de recuperar la comida y sabores tradicionales que dejan atrás la comida rápida, utiliza productos naturales que sustituyen a los que utiliza la comida rápida, por ejemplo el tomate natural contra el ketchup que se emplea en el fast food³. La falta de vitaminas y fibras, además de una alta cantidad de grasas y colesterol, pueden provocar sobrealimentación y obesidad⁴. Estados Unidos es el país que, como veremos posteriormente, más gasta en comida rápida, es un concepto muy extendido en la dieta diaria de la población estadounidense. En EEUU hay alrededor de 105 millones de obesos, un 34,4% de la población⁵, la preocupación es tal que la Agencia Estadounidense de Medicamentos y Productos Alimentarios exige a través de una normativa aprobada por la Administración Obama el cumplimiento de las normas de etiquetado nutricional. La Universidad de Tufts realizó un estudio en 42 restaurantes⁶, tanto de comida rápida como de menú del día. La intención era comparar el contenido calórico de los alimentos con el que constataba en el menú del establecimiento, y el resultado fue que el 40% de los alimentos contenían 10 kcal más por porción que las que se indicaban en el envase o menú, y un 19% ofrecía al menos unas 100 kcal más por porción, un 52% tenía al menos 10 kcal menos de las indicadas en el envase o menú. Pero también se demostró en este estudio que la mayoría de los establecimientos de comida rápida eran en los que más concordancia había entre las calorías indicadas y las reales de los alimentos⁷.

Es tal la aceptación de comida rápida en la dieta estadounidense que muchos inmigrantes comen este tipo de comida para asemejarse más a los ciudadanos de Estados Unidos. Las cadenas de comida rápida están introduciendo menús más saludables, como ensaladas o pescado, pero son los menús más caros de los establecimientos de comida rápida. En algunos países, como Francia y Reino Unido, se ha propuesto gravar con más impuestos la comida rápida, con el propósito de reducir su consumo y frenar la obesidad y sobrepeso que produce el fast food⁸, ya que, en general, la comida rápida es elegida debido a su bajo coste, en algunas ocasiones es más económico comer un menú en un restaurante de fast food que preparar comida en casa.

La situación económica que sufre una buena parte de los países occidentales está afectando a la hostelería, sector clave para la recuperación económica de los países, sobre todo aquellos que, como España, basan gran parte de su crecimiento económico en el turismo, tanto interno como externo. La hostelería no está

³ <http://www.alimentacion-sana.com.ar/Portal%20nuevo/actualizaciones/slowfood.htm>

⁴ <http://www.zonadiet.com/alimentacion/fast-food-riesgos.htm>

⁵ <http://www.dailyjuez.com/tag/numero-de-obesos-en-estados-unidos>

⁶ <http://www.elmundo.es/elmundosalud/2010/08/25/nutricion/1282728890.html>

⁷ <http://www.elmundo.es/elmundosalud/2011/07/19/nutricion/1311092669.html>

⁸ <http://www.gastronomiaycia.com/2009/09/18/promocionar-la-dieta-mediterranea-incrementando-el-precio-del-fast-food/>

pasando por su mejor etapa, el endeudamiento de las familias, la fragilidad del sistema financiero, la subida de impuestos y de precios afectan al crecimiento del sector. España es uno de los países de la Unión Europea cuyo sector hostelero tiene una mayor importancia, en 2010, según Páginas Amarillas, el número de restaurantes supera los 57.000, y el número de bares supera los 70.000⁹ locales.

Dentro del sector hostelero, que es uno de los grandes pilares de la economía española, queremos conocer cómo se está comportando el subsector de la comida rápida con la situación que azota la economía de la mayoría de los países. En el presente estudio queremos conocer si se trata de un subsector anti cíclico. En un país como España donde la mayoría de las celebraciones y acontecimientos se llevan a cabo fuera del hogar, la elección del tipo del local es muy importante en situación de crisis, por ello queremos averiguar si dentro del sector hostelero, el subsector de comida rápida, caracterizado por bajos precios, se comporta al contrario de los demás sectores azotados por la fragilidad económica.

El éxito de este tipo de comida está, por un lado, y como su propio nombre indica, en la rapidez del servicio, y por otro lado, en los bajos precios y la flexibilidad de horarios, estas razones son las que llevan a las personas a frecuentar los establecimientos de comida rápida, la falta de tiempo y de poder monetario, además de que a casi cualquier hora del día se encuentran abiertos. Las franquicias de comida rápida están tan extendidas que se localizan en casi la totalidad de los países, por lo que cuando una persona entra en cualquiera de estos establecimientos, situados en cualquier país, sabe perfectamente que alimentos (es lo que se conoce como “you know what you get”) va a encontrarse y una oscilación de los precios, en principio, relativamente cercana a los de su país de origen. De esta manera, se consigue que los turistas se sientan como en casa, comiendo en un restaurante igual que el de su país de origen, además de una identidad de marca universal.

II. COMIDA RÁPIDA EN EL MUNDO

El tamaño del mercado de comida rápida en el mundo¹⁰, en 2009 es de **144.600 millones de euros. Esto supone un crecimiento superior al 20% desde el año 2005**, cuando el tamaño de este mercado era de 119.800 millones de euros¹¹. El crecimiento medio anual en estos años ha sido del 4,8%, algo muy a tener en cuenta

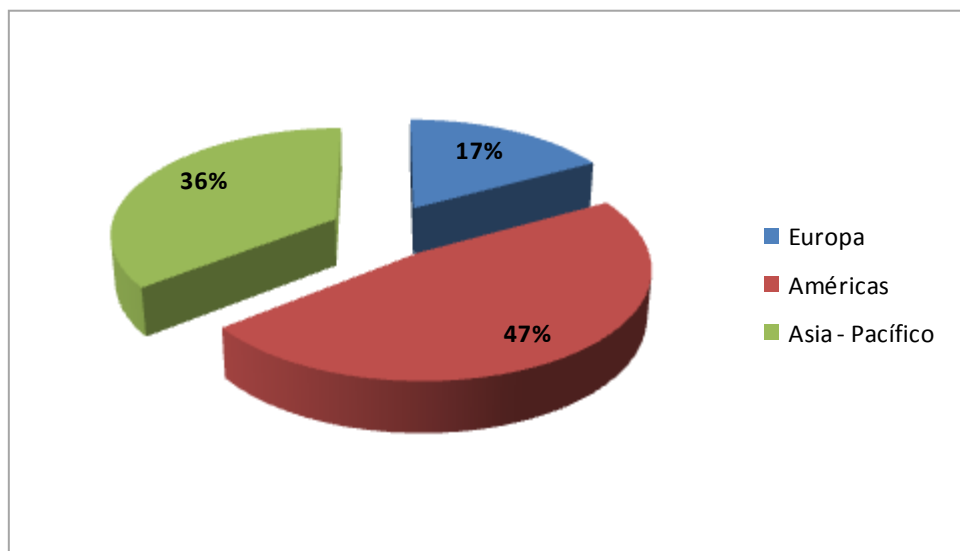
⁹ <http://www.paginasamarillas.es/>

¹⁰ Se entiende por cifras a nivel mundial las registradas en: Canadá, México, Estados Unidos, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Venezuela, Bélgica, Dinamarca, Francia, Alemania, Italia, Holanda, Noruega, España, Suecia, Reino Unido, República Checa, Hungría, Polonia, Rumanía, Rusia, Ucrania, Australia, China, India, Japón, Singapur, Corea del Sur y Taiwán.

¹¹ Cifras de base de datos Datamonitor.

tanto por las empresas del sector, como por aquellos emprendedores que se planteen abrir una franquicia relacionada con la restauración.

Otro dato interesante es el número de operaciones llevadas a cabo en este sector, es decir, el número de tickets o ventas realizadas. En el año 2009 esta cifra llegaba a las 208.100 millones de transacciones, es decir que el ticket medio (dato que analizaremos al detalle por país y Comunidad Autónoma a lo largo del estudio) fue de 0,69 euros. El crecimiento en el número de transacciones entre los años 2005 y 2009 fue muy parecido al experimentado por el volumen de operaciones, un 19,74%. Esto supone que el ticket medio apenas ha sufrido modificaciones en este tiempo, estando siempre alrededor de los 70 céntimos de euro.

IMAGEN 1**Distribución del consumo de comida rápida en el mundo**

Fuente: Elaboración propia a partir de datos procedentes de base de datos Datamonitor

América es el continente en el que con mucha diferencia se gasta más en comida rápida ya que concentra el 47% del consumo global. Asia – Pacífico supone un 36%¹², mientras que Europa ostenta apenas el 17%¹³ del consumo de este tipo de comida.

Una de las preguntas que deseamos responder en este estudio es ¿dónde se consume mayor cantidad de comida rápida, en países emergentes o en países industrializados? Parece que este primer acercamiento decanta la balanza hacia los emergentes, aunque no hay que olvidar que países de una gran importancia a nivel

¹² Australia, China, India, Japón, Singapur, Corea del Sur y Taiwán.

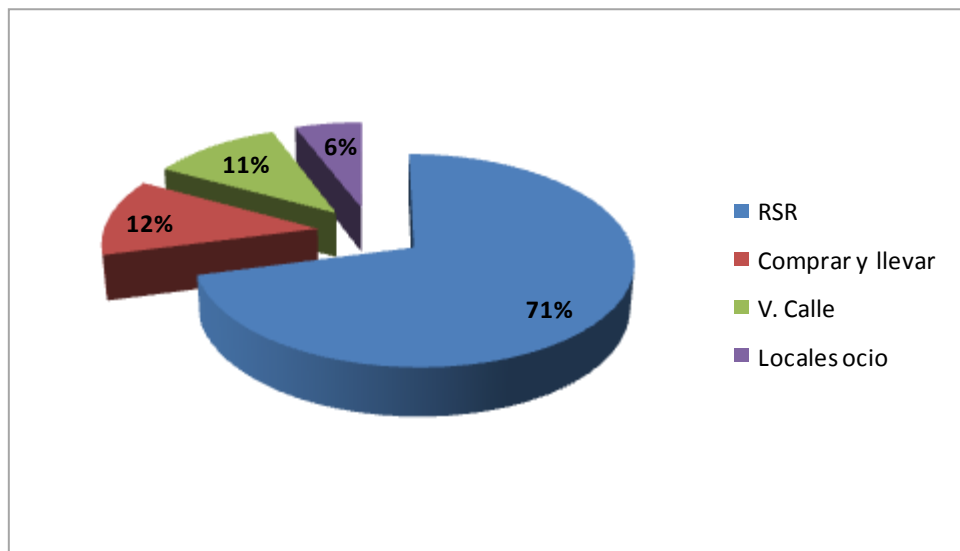
¹³ Se entiende para estudio como Europa los siguientes países: Bélgica, Dinamarca, Francia, Alemania, Italia, Holanda, Noruega, España, Suecia y el Reino Unido.

internacional se encuentran en las Américas y en Asia – Pacífico, como Estados Unidos, Canadá o Japón. A lo largo del presente estudio analizaremos la presión que los países emergentes están realizando sobre el consumo global de fast – food, así como las previsiones para los próximos años.

La comida rápida es un sector que pertenece al gran consumo, por tanto, resulta de gran interés conocer las vías por las cuales sus productos llegan al consumidor. Es decir, ¿cómo se come el fast - food en el mundo? Los canales de venta para este tipo de producto son los siguientes: vendedores callejeros¹⁴ (clásica imagen de película americana en la que el protagonista se toma un perrito caliente en un puesto de la calle), locales de “comprar y llevar”¹⁵, locales localizados en lugares de ocio¹⁶ y Restaurantes de Servicio Rápido (RSR)¹⁷.

IMAGEN 2

Distribución del gasto en comida rápida en el mundo según canal de venta



Fuente: Elaboración propia a partir de datos procedentes de base de datos Datamonitor

¹⁴ A efectos de este estudio, se entiende como vendedores callejeros aquellos stands o furgonetas que ofrecen una variedad limitada de comida fresca preparada así como bebida.

¹⁵ Definición de “comprar y llevar”: locales en los que se venda comida fresca preparada y en los que al menos el 80% de los ingresos provienen de clientes que consumen la comida fuera del local.

¹⁶ Se entiende como tales a aquellos locales que venden comida fresca para su consumo inmediato en lugares relacionados con el ocio como cines, teatros, hipódromos, etc. que son propiedad de y son explotados por el local de ocio (el cine, el teatro, etc.).

¹⁷ Definición de RSR: locales donde la función principal es la venta de comidas pero donde no se ofrece servicio en mesa.

El consumo de comida rápida está totalmente concentrado en Restaurantes de Servicio Rápido, algo lógico si se tiene en cuenta que el sector como tal nació y se ha desarrollado en este tipo de locales.

Parece por tanto, que las cosas no se han dado nada mal en la segunda parte de la primera década del presente siglo para los distribuidores de fast - food. ¿Cómo se prevé que será el futuro para este sector? Las previsiones son halagüeñas, si bien, el crecimiento anual medio esperado entre 2009 y 2014 es inferior al habido entre 2005 y 2009, un 3,6% para los próximos años, frente al 4,8% que hemos visto anteriormente.

Se espera que el tamaño del mercado en 2014 sea de 172.500 millones de euros frente a los 144.600 millones de 2009, es decir, se espera un crecimiento acumulado de algo más del 19%¹⁸. Parece por tanto que a este sector le esperan años buenos en el futuro. A continuación, se analiza el gasto en comida rápida en diferentes países del mundo.

III. GASTO EN COMIDA RÁPIDA A NIVEL INTERNACIONAL

¿Es cierto que con la globalización las diferencias entre los países se van reduciendo? Algo que ayudaría a ver hasta qué punto esto es o no cierto, es la tendencia en consumo de comida entre diferentes partes del globo. A efectos de este estudio, nos interesa saber si la comida rápida se consume de igual manera en el mundo. ¿Es verdad que en Estados Unidos se consume una alta cantidad de este tipo de producto? ¿Y en España, hemos abandonado la dieta mediterránea que tanto se ha defendido los últimos años? ¿Qué hay de los emergentes? ¿Se consume mayor cantidad de comida rápida según aumentan los ingresos de sus habitantes? ¿Cómo ha respondido el sector a la crisis financiera internacional? Parece que a nivel global el sector ha aguantado muy bien y se ha comportado como un sector anti cíclico, pero, ¿ha sido esto así en todo el globo, o por el contrario, hay diferencias relevantes? En este apartado, este estudio trata de responder a estas preguntas, entre otras.

¹⁸ Cifras de Base de Datos Datamonitor.

TABLA 1
Gasto internacional en comida rápida en millones de euros

	2006	2007	2008	2009	2010	% sobre total	% PIB	Variación 06 - 10	Variación 08 - 09	Variación 09 - 10
Alemania	3.854	4.019	4.159	4.302	4.452	3,08%	0,18%	15,52%	3,45%	3,49%
Australia	1.580	1.650	1.718	1.788	1.857	1,28%	0,20%	17,56%	4,09%	3,83%
Brasil	4.099	4.390	4.990	4.992	5.299	3,66%	0,35%	29,29%	0,05%	6,16%
Canadá	3.412	3.535	3.689	3.838	3.971	2,75%	0,34%	16,39%	4,04%	3,46%
China	13.056	14.773	16.521	18.017	19.657	13,59%	0,45%	50,55%	9,06%	9,10%
EEUU	46.500	49.300	51.300	51.400	51.800	35,82%	0,35%	11,40%	0,19%	0,78%
España	810	856	807	956	1.004	0,69%	0,10%	23,86%	18,45%	5,03%
Francia	3.998	4.235	4.424	4.618	4.813	3,22%	0,24%	20,38%	4,37%	4,22%
India	4.198	4.848	5.374	6.157	6.713	4,64%	0,62%	59,92%	14,56%	9,03%
Italia	1.571	1.641	1.694	1.755	1.809	1,25%	0,12%	15,14%	3,61%	3,08%
Japón	21.230	21.314	21.937	21.457	21.529	14,89%	0,53%	1,41%	-2,19%	0,34%
México	4.008	4.279	4.550	4.724	4.941	3,42%	0,65%	23,29%	3,82%	4,60%
Reino Unido	4.933	5.174	5.384	5.615	5.851	4,05%	0,34%	18,60%	4,30%	4,19%
Total mundo	126.100	133.700	140.200	144.600	149.300	NA	NA	18,40%	3,14%	3,25%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos procedentes de base de datos Datamonitor.

Nota: Las cifras de 2010 son previsiones. Estos trece países suponen el 89,13% del consumo total en euros de comida rápida. La cifra de total mundo engloba el consumo de Canadá, México, Estados Unidos, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Venezuela, Bélgica, Dinamarca, Francia, Alemania, Italia, Holanda, Noruega, España, Suecia, Reino Unido, República Checa, Hungría, Polonia, Rumanía, Rusia, Ucrania, Australia, China, India, Japón, Singapur, Corea del Sur y Taiwán.

Los tres países en los que más se consume comida rápida (en euros) son: Estados Unidos, Japón y China, con 51.800, 21.529 y 19.657 millones de euros respectivamente. Es decir, que en Estados Unidos, el país en el que nació el sector, se consume más del 35% del consumo mundial de comida rápida¹⁹, casi dos veces y media más que en Japón, segundo consumidor y 2,6 veces más que en China.

Resulta muy interesante el hecho de que entre los cinco mayores consumidores se encuentren tres países asiáticos como **Japón, China e India**. No sólo porque pudiera parecer, en principio, que este tipo de comida fuese más propia de países occidentales (sobre todo si tenemos en cuenta, como hemos mencionado, que sus

¹⁹ Se estima el consumo global de fast – food para el año 2010 en 149.300 millones de euros.

orígenes se encuentran en EEUU), sino porque dos de estos tres son los dos países más poblados del mundo y son dos emergentes, es decir, son dos países en los que tiene que darse en los próximos años una mayor distribución de la riqueza según se siga dando crecimiento económico. Teniendo en cuenta que la comida rápida es gran consumo, todo parece indicar que, en los próximos años, se verán crecimientos interesantes en el gasto de estos productos en estos países.

¿Qué países son los que menor gasto en comida rápida presentan? **España, Italia y Australia.** Los tres occidentales y dos de ellos de herencia mediterránea, con consumos de 1.004, 1.809 y 1.857 millones de euros respectivamente. A la vista de estas cifras, parece que en España no es tan alto como parece el consumo de comida rápida. **Italia consume 1,8 veces más y Estados Unidos más de 51 veces más.** El consumo español total en fast – food es muy moderado comparado con otros países. España representa el 0,69% del consumo mundial en comida rápida.

¿Qué países muestran mayores variaciones en este periodo? Tres emergentes son los países que mayores crecimientos en el gasto en comida rápida presentan entre **2006 y 2010: India, China y Brasil, con incrementos del 59,92%, 50,55% y 29,29%.** Esto supone que el crecimiento medio anual para cada uno de ellos ha sido de 11,98%, 10,11% y 5,86% respectivamente, algo muy a tener en cuenta por las empresas del sector. Como decíamos con anterioridad, parece que el crecimiento en los próximos años vendrá de países emergentes. Aquellos países con menores crecimientos, son mercados muy maduros como Estados Unidos, Japón e Italia, que han visto como su gasto en comida rápida en los últimos años aumentaba un 11,40%, 1,41% y un 15,14%. **Resulta interesante destacar el crecimiento que ha experimentado el gasto español en este periodo, un 23,86%,** dato que explica la preocupación que algunas instituciones han mostrado en los últimos años respecto a la pérdida de la cultura de la dieta mediterránea, que parece se está perdiendo en España.

El gasto en comida rápida respecto al PIB es muy moderado en todos los casos, si bien, resulta interesante resaltar que de los tres países en los que mayor es este ratio, dos de ellos, son emergentes, México e India (0,65% y 0,62% respectivamente), Japón ocupa la tercera posición. Tres miembros de la Unión Europea son los países en los que menor importancia respecto a su Producto Interior Bruto tiene el gasto en fast food: **España, Italia y Alemania.**

El sector de la comida rápida se ha considerado tradicionalmente como un sector anti cíclico. ¿Es esto cierto? A la vista de lo ocurrido en países emergentes, todo parece indicar que se ha comportado como un sector al uso, es decir, que presenta mayores crecimientos a medida que crece su economía. Sin embargo, para poder responder a esta pregunta, debe analizarse lo ocurrido desde el año 2007 en países que más hayan sufrido la crisis económica mundial como Estados Unidos, Reino Unido, Japón, Italia y España. Entre 2007 y 2008, todos ellos presentan crecimientos

en el consumo a excepción de España, en el que este cae casi un 6%. Entre 2009 y 2008 el único país en el que desciende el gasto en fast food es Japón, en el que cae un 2,19%. **En este mismo periodo, en España el gasto en comida rápida se ha incrementado un 18%.** Entre 2009 y 2010 no se aprecian caídas en ningún país, si bien Japón, se queda prácticamente como estaba. Es decir, que, en líneas generales, si podemos afirmar que este sector ha capeado hasta el momento muy bien la crisis, con subidas de consumo generalizadas en los países más afectados por la difícil situación económica que estamos atravesando.

TABLA 2
Número de transacciones de consumo de comida rápida en millones de unidades

	2006	2007	2008	2009	2010	% sobre el total	Variación 06 - 10	Variación 06 - 07	Variación 07 - 08	Variación 08 - 09	Variación 09 - 10
Alemania	2.273	2.297	2.321	2.346	2.374	1,10%	4,47%	1,05%	1,08%	1,07%	1,20%
Australia	1.083	1.101	1.119	1.140	1.158	0,54%	6,93%	1,66%	1,64%	1,87%	1,59%
Brasil	7.063	7.336	7.598	7.846	8.110	3,75%	14,82%	3,87%	3,57%	3,26%	3,36%
Canadá	2.690	2.747	2.798	2.840	2.876	1,33%	6,91%	2,10%	1,85%	1,51%	1,28%
China	63.354	64.792	66.235	67.744	69.315	32,08%	9,41%	2,27%	2,23%	2,28%	2,32%
EEUU	37.500	39.100	40.000	40.300	40.800	18,88%	8,80%	4,27%	2,30%	0,75%	1,24%
España	419	428	436	445	453	0,21%	8,17%	2,32%	1,73%	2,07%	1,82%
Francia	736	748	761	777	795	0,37%	7,96%	1,51%	1,78%	2,16%	2,29%
India	31.203	42.171	47.100	52.048	57.005	26,38%	82,69%	35,15%	11,69%	10,51%	9,53%
Italia	614	627	636	649	660	0,31%	7,51%	2,07%	1,50%	2,03%	1,71%
Japón	9.326	9.393	9.461	9.508	9.564	4,43%	2,55%	0,72%	0,72%	0,49%	0,59%
México	4.511	4.660	4.806	4.947	5.083	2,35%	12,67%	3,31%	3,12%	2,93%	2,75%
Reino Unido	2.635	2.670	2.700	2.732	2.764	1,28%	4,88%	1,34%	1,12%	1,20%	1,14%
Total mundo	183.100	192.200	200.400	208.100	216.100	NA	18,02%	4,97%	4,27%	3,84%	3,84%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos procedentes de base de datos Datamonitor.

Nota: Las cifras de 2010 son previsiones. Estos trece países suponen el 92,12% del total de transacciones que se llevan a cabo en el sector de la comida rápida. La cifra de total mundo engloba las transacciones realizadas en Canadá, México, Estados Unidos, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Venezuela, Bélgica, Dinamarca, Francia, Alemania, Italia, Holanda, Noruega, España, Suecia, Reino Unido, República Checa, Hungría, Polonia, Rumanía, Rusia, Ucrania, Australia, China, India, Japón, Singapur, Corea del Sur y Taiwán.

Dos emergentes potentísimos, China e India, lideran la tabla mundial en lo que se refiere al número de transacciones registradas en el sector de la comida rápida con 69.315 y 57.005 millones respectivamente, un 58,45% del total de transacciones en el mundo. Estados Unidos, quien lideraba la tabla en gasto en euros (suponiendo casi un 36% del total del mundo), se encuentra en tercera posición con 40.800 millones de transacciones (casi un 19% del total mundial).

España aparece, nuevamente, como farolillo rojo, con 453 millones de transacciones. Algo por encima se encuentran Italia y Francia, con transacciones 1,46 y 1,75 veces superiores a las de España. Las cifras de China y la India son 153 y 126 veces superiores a la española. Entre los años 2006 y 2010, sólo India muestra un crecimiento superior a la media mundial, con un incremento en el número de transacciones de casi el 83%. La media mundial se queda muy lejos de esta cifra con un crecimiento del 18%. **Los tres países en los que mayor es este incremento, son, la ya mencionada India, Brasil (14,82%) y México (12,67%).** España se encuentra en el medio de la tabla con un crecimiento del 8% aproximadamente. Otro hecho destacable es que ningún país muestra decrecimientos en el número de transacciones.

Si se analiza la evolución en el último año, apenas hay variaciones con India, Brasil y México como los tres países en los que se produce un mayor crecimiento. Un dato muy interesante es el que hecho de que **España aparece como el país industrializado, detrás de Francia, en el que más aumenta el número de transacciones con un incremento del 1,82%, muy lejos del 3,84% marcado por la media mundial.**

TABLA 3
Ticket medio internacional en euros

	2006	2007	2008	2009	2010	Variación 06 - 10	Variación 06 - 07	Variación 07 - 08	Variación 08 - 09	Variación 09 - 10
Alemania	1,70 €	1,75 €	1,79 €	1,83 €	1,88 €	10,58%	3,20%	2,37%	2,35%	2,26%
Australia	1,46 €	1,50 €	1,53 €	1,57 €	1,60 €	9,93%	2,78%	2,41%	2,18%	2,21%
Brasil	0,58 €	0,60 €	0,66 €	0,64 €	0,65 €	12,60%	3,12%	9,73%	-3,11%	2,70%
Canadá	1,27 €	1,29 €	1,32 €	1,35 €	1,38 €	8,86%	1,48%	2,46%	2,49%	2,15%
China	0,21 €	0,23 €	0,25 €	0,27 €	0,28 €	37,60%	10,63%	9,40%	6,63%	6,63%
EEUU	1,24 €	1,26 €	1,28 €	1,28 €	1,27 €	2,39%	1,68%	1,72%	-0,55%	-0,46%
España	1,94 €	2,00 €	1,85 €	2,15 €	2,22 €	14,50%	3,28%	-7,39%	16,05%	3,16%
Francia	5,43 €	5,67 €	5,82 €	5,94 €	6,05 €	11,50%	4,35%	2,65%	2,17%	1,89%
India	0,13 €	0,11 €	0,11 €	0,12 €	0,12 €	-12,46%	-14,54%	-0,75%	3,67%	-0,45%
Italia	2,56 €	2,62 €	2,66 €	2,71 €	2,74 €	7,10%	2,31%	1,72%	1,55%	1,34%
Japón	2,28 €	2,27 €	2,32 €	2,26 €	2,25 €	-1,11%	-0,33%	2,19%	-2,67%	-0,25%
México	0,89 €	0,92 €	0,95 €	0,96 €	0,97 €	9,43%	3,35%	3,12%	0,86%	1,81%
Reino Unido	1,87 €	1,94 €	1,99 €	2,06 €	2,12 €	13,07%	3,49%	2,90%	3,07%	3,02%
Total mundo	0,69 €	0,70 €	0,70 €	0,69 €	0,69 €	0,32%	1,01%	0,57%	-0,68%	-0,57%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos procedentes de base de datos Datamonitor

Nota: Las cifras de 2010 son previsiones. La cifra de total mundo engloba las transacciones realizadas en Canadá, México, Estados Unidos, Argentina, Brasil,

Chile, Colombia, Venezuela, Bélgica, Dinamarca, Francia, Alemania, Italia, Holanda, Noruega, España, Suecia, Reino Unido, República Checa, Hungría, Polonia, Rumanía, Rusia, Ucrania, Australia, China, India, Japón, Singapur, Corea del Sur y Taiwán.

¿En qué países se gasta más dinero cada vez que se realiza una compra en el sector de la comida rápida? En este caso, parece que la distribución de la renta marca importantes diferencias en las cifras de ticket medio.

Así, **tres países industrializados se encuentran en lo más alto de la tabla, Francia, Italia y Japón, con tickets medios de 6,05€, 2,74€ y 2,25€** respectivamente. Asimismo, aquellos países con cifras más modestas son tres emergentes, India, China y Brasil, con 0,12€, 0,28€ y 0,65€ respectivamente. La media mundial apenas muestra variaciones, como ya habíamos comentado con anterioridad, estando entorno a los 70 céntimos de euro en todo el periodo estudiado. **España se queda en el cuarto lugar mundial con un ticket medio de 2,22€.**

De esta tabla, se desprenden tendencias de consumo diferentes según la zona del mundo. Así, dentro de los países industrializados, se observa cómo los países europeos y asiáticos muestran tickets medios más altos que países localizados en América. Francia, el país europeo con la cifra más elevada, tiene un ticket medio más de cuatro veces superior al de Canadá, país americano con el mayor ticket. Si se analiza el caso de Asia, se observa como Japón muestra una cifra un 163% superior a la canadiense. **Es decir, el europeo, gasta más cada vez que compra fast food que el americano, bien porque compra productos más caros, bien porque compra mayor cantidad de producto.**

Todos los países de la tabla muestran crecimiento en su ticket medio entre 2006 y 2010 a excepción de India y Japón, que muestran caídas del 12,46% y 1,11% respectivamente. En el caso indio, como hemos visto anteriormente, han crecido de una manera severa tanto el gasto como el número de transacciones. Lo que sucede es que este crecimiento en euros viene a costa de tickets medios más bajos, es decir, se vende mayor cantidad de comida rápida, pero el indio adquiere en cada compra, menor cantidad de producto o productos más baratos.

Los tres países en los que mayor es el crecimiento de este dato, entre 2006 y 2010, son China, España y Reino Unido con incrementos del 37,60%, 14,50% y 13,07%. ¿A que puede deberse? En el caso de China, como hemos visto anteriormente, tienen mucho que ver, nuevas tendencias de consumo occidentales que se están implantando en el país, así como el crecimiento que está teniendo su economía, que acerca estos productos a sus habitantes.

TABLA 4
Gasto en comida rápida por habitante en euros

	2006	2007	2008	2009	2010	% PIB per cápita	Variación 06 - 10	Variación 06 - 07	Variación 07 - 08	Variación 08 - 09	Variación 09 - 10
Alemania	46,85 €	48,91 €	50,71 €	52,61 €	54,56 €	0,18%	16,45%	4,39%	3,68%	3,76%	3,69%
Australia	75,67 €	77,62 €	79,09 €	81,45 €	83,53 €	0,20%	10,39%	2,58%	1,89%	2,99%	2,55%
Brasil	22,09 €	23,40 €	26,31 €	26,07 €	27,42 €	0,35%	24,14%	5,93%	12,46%	-0,92%	5,18%
Canadá	104,86 €	107,48 €	110,85 €	113,91 €	116,52 €	0,34%	11,12%	2,50%	3,14%	2,76%	2,29%
China	9,93 €	11,18 €	12,44 €	13,50 €	14,65 €	0,45%	47,53%	12,56%	11,27%	8,51%	8,56%
EEUU	155,55 €	163,30 €	168,35 €	167,22 €	166,94 €	0,47%	7,32%	4,98%	3,10%	-0,67%	-0,17%
España	18,52 €	19,25 €	17,81 €	20,85 €	21,81 €	0,10%	17,77%	3,97%	-7,47%	17,04%	4,60%
Francia	64,90 €	68,34 €	71,02 €	73,73 €	76,44 €	0,25%	17,78%	5,29%	3,91%	3,82%	3,68%
India	3,66 €	4,16 €	4,55 €	5,13 €	5,52 €	0,62%	50,95%	13,79%	9,25%	12,94%	7,52%
Italia	26,89 €	27,87 €	28,55 €	29,36 €	30,05 €	0,12%	11,75%	3,63%	2,46%	2,84%	2,35%
Japón	166,19 €	166,83 €	171,80 €	168,22 €	169,03 €	0,53%	1,71%	0,39%	2,98%	-2,08%	0,48%
México	38,22 €	40,45 €	42,65 €	43,92 €	45,49 €	0,65%	19,01%	5,82%	5,45%	2,98%	3,56%
Reino Unido	81,42 €	84,85 €	87,72 €	90,86 €	94,03 €	0,34%	15,48%	4,21%	3,38%	3,58%	3,48%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos procedentes del Fondo Monetario Internacional y base de datos Datamonitor

Nota: Las cifras de 2010 son previsiones

Los tres países en los que mayor es el gasto en comida rápida por persona son **Japón, Estados Unidos y Canadá, con 169,03€, 166,94€ y 116,52€ por habitante al año respectivamente**. En el lado contrario se encuentran los dos países más poblados del mundo, **India y China, y España, con 5,52€, 14,65€ y 21,81€ respectivamente**. Es decir, cada español gasta al año 21,81€ en comida rápida. En los casos de China e India, las diferencias socioeconómicas son aún relevantes. En cuanto al esfuerzo relativo que se realiza en cada país en el consumo de comida rápida, este es muy modesto en todos los casos, algo que tiene mucho sentido, si se tiene en cuenta que este es un producto muy económico, siendo este, junto con su facilidad y rapidez, uno de sus drivers de compra principales. Los tres países en los que se realiza mayor esfuerzo en el gasto de estos productos son México, India y Japón. En el caso de los dos emergentes, tiene cierto lógica esta posición en la tabla, debido a un PIB per cápita moderado comparado con otros países con una mayor distribución de la riqueza. En el caso de Japón, esta posición viene determinada por el elevado gasto por habitante ya comentado. **Aquellos que realizan un menor esfuerzo relativo son españoles, italianos y alemanes.**

Indios, chinos y brasileños muestran los mayores crecimientos entre 2006 y 2010, en el gasto por habitante, con incrementos del 50,95%, 47,53% y 24,14% respectivamente. En el lado contrario, aparecen tres mercados muy maduros como el japonés, el estadounidense y el australiano con crecimientos del 1,71%, 7,32% y 10,39% respectivamente. Resulta muy interesante observar como los países en los que se produce mayor crecimiento son todos emergentes: India, China, Brasil y

México. Hay que añadir además que de los cuatro países que muestran incrementos más moderados, se encuentran los tres en los que más importante es el gasto por habitante: Estados Unidos, Japón y Canadá. Parece por tanto, como venimos comentando a lo largo del estudio, que en los próximos años, los crecimientos más relevantes llegarán de países emergentes, aunque eso es algo que analizaremos en detalle más adelante. **España es el país industrializado, detrás de Francia, en el que más crece el gasto por habitante en este periodo, casi un 18%.**

Si se analiza la variación en el último año, son precisamente los tres países con mayor relevancia en gasto por habitante, los que muestran crecimientos más modestos, EEUU, Japón y Canadá, con incrementos entre el 0% y 2% aproximadamente. Por el contrario, los tres emergentes más grandes en población y en PIB, son los países en los que aumenta de mayor manera el gasto por habitante entre 2009 y 2010: China (8,56%), India (7,52%) y Brasil (5,18%). España es un caso también muy interesante, al colocarse justo detrás de estos tres países con un crecimiento del 4,60%. **Nuestro país muestra un gasto moderado en comida rápida respecto al resto del mundo, si bien, es el país industrializado en el que crece con más fuerza en el último año.**

IV. PERSPECTIVAS EN EL GASTO EN COMIDA RÁPIDA EN EL MUNDO

¿Qué deparan los próximos años? ¿Cómo van a comportarse los países emergentes en este sector? ¿Y los industrializados? ¿Vendrá el crecimiento desde Oriente? A continuación se analizan previsiones para este sector realizadas para el periodo 2010 – 2014.

TABLA 5
Previsión de gasto de comida rápida en millones de euros

	2010	2011	2012	2013	2014	% sobre el total	% PIB	Variación 10 - 14
Alemania	4.452	4.607	4.767	4.931	5.092	2,95%	0,18%	14,38%
Australia	1.857	1.926	1.994	2.062	2.130	1,23%	0,24%	14,72%
Brasil	5.299	5.613	5.936	6.266	6.591	3,82%	0,40%	24,38%
Canadá	3.971	4.095	4.208	4.316	4.427	2,57%	0,39%	11,50%
China	19.657	21.461	23.453	25.655	27.717	16,07%	0,50%	41,01%
EEUU	51.800	52.300	53.100	53.800	55.700	32,29%	0,32%	7,53%
España	1.004	1.051	1.098	1.145	1.192	0,69%	0,10%	18,75%
Francia	4.813	5.031	5.261	5.506	5.742	3,33%	0,29%	19,30%
India	6.713	7.232	7.760	8.283	8.809	5,11%	0,65%	31,23%
Italia	1.809	1.858	1.900	1.937	1.977	1,15%	0,11%	9,27%
Japón	21.529	21.614	21.710	21.819	21.920	12,71%	0,56%	1,81%
México	4.941	5.159	5.376	5.592	5.808	3,37%	0,73%	17,55%
Reino Unido	5.851	6.087	6.329	6.573	6.816	3,95%	0,40%	16,50%
Total mundo	149.300	154.400	159.900	165.700	172.500	NA	NA	15,54%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos procedentes de la Base de Datos Datamonitor

Nota: Los países presentes en la tabla suponen el 89,23% del gasto total previsto. La cifra de total mundo engloba el gasto realizado en Canadá, México, Estados Unidos, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Venezuela, Bélgica, Dinamarca, Francia, Alemania, Italia, Holanda, Noruega, España, Suecia, Reino Unido, República Checa, Hungría, Polonia, Rumanía, Rusia, Ucrania, Australia, China, India, Japón, Singapur, Corea del Sur y Taiwán.

China pasará del tercer al segundo puesto como mayor consumidor de comida rápida en euros, entre 2010 y 2014. Estados Unidos se mantendrá como líder de este sector con un gasto previsto para 2014 de 55.700 millones de euros, un 32% del consumo mundial para esta fecha, algo menos de lo que supone en 2010. Se prevé que China aumente su importancia mundial de una manera destacable, suponiendo el 13,6% del total en 2010 y en 2014 el 16%. Japón por su parte, perderá fuste, y se prevé que concentre el 13% del consumo total en 2014, mientras que esta cifra era del 15% en 2010. Es decir, el incremento en importancia del mercado chino de comida

rápida previsto para 2014 viene acompañado de una caída de los mercados estadounidense y japonés. Los países en los que el consumo de comida rápida será menor en 2014 son los mismos que en 2010, **España, Italia y Australia con gastos de 1.192, 1.977 y 2.130 millones de euros respectivamente**. Lo que estos países representan en el consumo mundial apenas sufre variaciones entre 2010 y 2014.

¿En qué países se prevén mayores crecimientos entre 2010 y 2014? Tres emergentes son esos países: China, India y Brasil con incrementos del 41,01%, 31,23% y 24,38% respectivamente. En el lado opuesto se encuentran mercados maduros como Japón, Estados Unidos e Italia con una previsión de crecimiento del 1,81%, 7,53% y 9,27% respectivamente. Un detalle muy interesante es el hecho de que España es el país industrializado, de nuevo detrás de Francia, en el que hay mayor previsión de crecimiento con un 18,75%. ¿Será esto una muestra de que es cierto que los españoles están perdiendo la cultura de la dieta mediterránea? España es el único país industrializado, junto al Reino Unido y Francia, en el que el crecimiento previsto entre 2010 y 2014 supera el previsto para el conjunto del mercado mundial (15,54%).

TABLA 6
Previsión de transacciones llevadas a cabo en la venta de comida rápida en millones de unidades

	2010	2011	2012	2013	2014	% sobre el total	Variación 10 - 14
Alemania	2.374	2.404	2.434	2.466	2.501	1,01%	5,34%
Australia	1.158	1.179	1.197	1.217	1.236	0,50%	6,73%
Brasil	8.110	8.358	8.597	8.597	8.597	3,46%	6,01%
Canadá	2.876	2.907	2.926	2.943	2.962	1,19%	2,98%
China	69.315	70.957	72.670	74.455	76.192	30,64%	9,92%
EEUU	40.800	41.300	41.800	42.400	42.900	17,25%	5,15%
España	453	460	466	471	482	0,19%	6,34%
Francia	795	814	836	858	879	0,35%	10,62%
India	57.005	62.085	67.194	72.283	77.386	31,12%	35,75%
Italia	660	670	677	684	691	0,28%	4,74%
Japón	9.564	9.630	9.706	9.792	9.871	3,97%	3,21%
México	5.083	5.213	5.336	5.464	5.589	2,25%	9,97%
Reino Unido	2.764	2.794	2.822	2.846	2.873	1,16%	3,96%
Total mundo	216.100	224.300	232.600	240.700	248.700	100,00%	15,09%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos procedentes de la base de datos Datamonitor

Nota: Los países presentes en esta tabla representan el 93,35% de todas las transacciones previstas. La cifra de total mundo engloba el gasto realizado en

Canadá, México, Estados Unidos, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Venezuela, Bélgica, Dinamarca, Francia, Alemania, Italia, Holanda, Noruega, España, Suecia, Reino Unido, República Checa, Hungría, Polonia, Rumanía, Rusia, Ucrania, Australia, China, India, Japón, Singapur, Corea del Sur y Taiwán.

Los tres países para los que se prevé mayor número de transacciones son India, China y Estados Unidos con 77.386, 76.192 y 42.900 millones, en 2014, respectivamente. En el lado opuesto, se encuentran, **España, Italia y Francia con una previsión de transacciones para el año 2014 de 482, 691 y 879 millones respectivamente**. Es decir, que en 2014, más del 60% de las transacciones llevadas a cabo en el sector de comida rápida en el mundo se realizarán en India y China, algo muy parecido a lo ya ocurrido en 2010, año en el que ambos países aglutinan el 58% de las transacciones mundiales. Las transacciones estimadas para China en 2014 son 1,8 veces superiores a las norteamericanas, aún líderes en gasto en 2014, y más de 160 veces por encima de las esperadas para España, que se queda, una vez más, como farolillo rojo de la tabla.

El crecimiento esperado para el mundo en el número de transacciones, entre 2010 y 2014 es del 15,09%. Sólo un país está por encima de esta cifra, India con un incremento estimado en el 35,75%, un aumento 3,6 veces superior al de otros emergentes como México y China o prácticamente seis veces por encima del de Brasil. Los tres países en los que se espera mayor crecimiento en el número de transacciones entre los años 2010 y 2014 son India, Francia y México, todos ellos, con incrementos por encima del 9%. Canadá, Japón y Reino Unido son los países para los que se estiman aumentos más modestos, todos ellos entre el 3% y 4% aproximadamente. ¿Y qué ocurre con España? Se prevén crecimientos en el número de transacciones, un 6,34% entre 2010 y 2014.

TABLA 7
Previsión de ticket medio en euros a nivel internacional

	2010	2011	2012	2013	2014	Variación 10 - 14
Alemania	1,88 €	1,92 €	1,96 €	2,00 €	2,04 €	8,57%
Australia	1,60 €	1,63 €	1,66 €	1,69 €	1,72 €	7,49%
Brasil	0,65 €	0,67 €	0,69 €	0,73 €	0,77 €	17,33%
Canadá	1,38 €	1,41 €	1,44 €	1,47 €	1,49 €	8,27%
China	0,28 €	0,30 €	0,32 €	0,34 €	0,36 €	28,28%
EEUU	1,27 €	1,27 €	1,27 €	1,27 €	1,30 €	2,27%
España	2,22 €	2,28 €	2,36 €	2,43 €	2,47 €	11,68%
Francia	6,05 €	6,18 €	6,30 €	6,42 €	6,53 €	7,85%
India	0,12 €	0,12 €	0,12 €	0,11 €	0,11 €	-3,33%
Italia	2,74 €	2,77 €	2,81 €	2,83 €	2,86 €	4,32%
Japón	2,25 €	2,24 €	2,24 €	2,23 €	2,22 €	-1,35%
México	0,97 €	0,99 €	1,01 €	1,02 €	1,04 €	6,89%
Reino Unido	2,12 €	2,18 €	2,24 €	2,31 €	2,37 €	12,07%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos procedentes de base de datos Datamonitor y Fondo Monetario Internacional

Los países en los que se prevé que mayor sea el ticket medio en 2014 son tres países mediterráneos y miembros de la Unión Europea: **Francia, Italia y España con 6,53€, 2,86€ y 2,47€ respectivamente**. Tres emergentes ocupan el lado opuesto, India, China y Brasil, todos ellos con cifras inferiores a 1€. Parece por tanto, que, si bien se prevén crecimientos económicos muy importantes en todos los emergentes en los próximos años, las diferencias económicas en sus sociedades seguirán presentes. Tanto es así, que todos los emergentes presentan cifras inferiores a las de los países industrializados, para 2014. Como muestra, el ticket medio italiano es más de 25 veces superior al indio. Algo que resulta muy interesante es como el ticket medio se comporta de una manera muy diferente entre los países que presentan mayor gasto y los que menos. Así, se observa como franceses, italianos y españoles, que muestran cifras de gasto, como total país, muy modestas, presentan los tickets medios más altos, mientras que países como EEUU, India o China, se quedan, como hemos comentado, muy por debajo. Es decir, los países en los que más bajo es el gasto, son los que más gastan cada vez que realizan una compra y viceversa.

Las variaciones previstas entre 2014 y 2010 son también muy interesantes. Dos potencias en lo que al gasto en comida rápida se refiere, presentan previsiones de decrecimiento en su ticket medio: en Japón cae un 1,35%, mientras que en India esta caída es del 3,33%. Es decir, se prevé que japoneses e indios gasten menos en cada

compra. En el lado contrario se encuentran China, Brasil y Reino Unido con crecimientos del 28,28%, 17,33% y 12,07% respectivamente. ¿Y qué ocurre con España? Se coloca justo por debajo de Gran Bretaña con un crecimiento esperado cercano al 12%. Es decir, se prevé que los españoles gasten más en comida rápida, que aumenten el número de ventas y además, que cada vez que compren gasten más. La pregunta ahora es ¿Quién gastará más por persona en el año 2014?

TABLA 8
Previsión de gasto en comida rápida por habitante en euros

	2010	2011	2012	2013	2014	% PIB per cápita	Variación 10 - 14
Alemania	54,56 €	56,57 €	58,65 €	60,79 €	62,90 €	0,20%	15,30%
Australia	83,53 €	85,55 €	87,48 €	89,36 €	91,18 €	0,22%	9,16%
Brasil	27,42 €	28,79 €	30,21 €	31,64 €	33,04 €	0,42%	20,49%
Canadá	116,52 €	118,72 €	120,53 €	122,13 €	123,88 €	0,36%	6,32%
China	14,65 €	15,92 €	17,31 €	18,84 €	20,25 €	0,63%	38,22%
EEUU	166,94 €	166,96 €	167,91 €	168,51 €	172,82 €	0,49%	3,52%
España	21,81 €	22,77 €	23,74 €	24,69 €	25,65 €	0,11%	17,62%
Francia	76,44 €	79,54 €	82,81 €	86,27 €	89,55 €	0,29%	17,14%
India	5,52 €	5,87 €	6,21 €	6,54 €	6,87 €	0,77%	24,43%
Italia	30,05 €	30,65 €	31,14 €	31,54 €	32,01 €	0,12%	6,52%
Japón	169,03 €	169,93 €	170,96 €	172,14 €	173,32 €	0,54%	2,54%
México	45,49 €	47,02 €	48,51 €	49,96 €	51,38 €	0,74%	12,96%
Reino Unido	94,03 €	97,17 €	100,36 €	103,54 €	106,66 €	0,39%	13,43%

Fuente: Elaboración propia a partir de datos procedentes del Fondo Monetario Internacional y Base de Datos Datamonitor

Sería lógico pensar que aquellos países en los que se den menores diferencias socioeconómicas sean los que muestren cifras de gasto por habitante previstas más altas y viceversa. ¿Es esto así? Si se echa un vistazo a la parte alta de la tabla, parece que así es. Japón, Estados Unidos y Canadá son los países para los que se prevé un gasto medio por habitante más alto con 173,32€, 172,82€ y 123,88€ respectivamente. Sin embargo, al analizar el lado contrario de la tabla, parece que la regla comentada anteriormente no se cumple. España aparece como el tercer país con el gasto medio por habitante más bajo en 2014, con 25,65€. Le acompañan en esta parte de la tabla India y China con 6,87€ y 20,25€ respectivamente. Es decir, **España es el país industrializado con el gasto por habitante en comida rápida más bajo en 2014**, tal y como ya sucediera en 2010.

Si se estima que un menú en un restaurante de comida rápida tenga un precio de 6,5€, esto supone que un español medio consume en 2010, tres menús al año, con una previsión para 2014 de prácticamente cuatro. Siguiendo esta estimación, en el año 2010, **cada japonés consumió 26 menús anuales** (más de 8 veces más que los españoles) y **cada estadounidense 25**. La previsión de estos países es de 26 menús para ambos casos, muy por encima de lo esperado para España. La cifra para italianos y franceses, otros países con fuerte cultura mediterránea, gastronómicamente hablando, en 2010 es de 4 y 11 menús respectivamente, mientras que en 2014 se prevé que consuman 5 y 13 respectivamente.

Tres países emergentes son los que presentan mayores tasas de crecimiento esperadas entre 2010 y 2014 en su ticket medio, China, India y Brasil, con incrementos del 38,22%, 24,43% y 20,49% respectivamente. Son nuevamente mercados muy maduros los que presentan menores previsiones de crecimiento, Japón, Estados Unidos y Canadá, todos ellos con incrementos por debajo del 6,5%. ¿Y España? Es el país industrializado que presenta mayor previsión de crecimiento. Se estima que el gasto medio por habitante en comida rápida en nuestro país crezca un 17,62% entre 2010 y 2014. Es decir, España consume poca comida rápida en comparación con otros países, si bien, cada vez consume más, y este consumo crece a un ritmo más rápido que el de otros países industrializados.

V. GASTO EN COMIDA RÁPIDA A NIVEL AUTONÓMICO

El mercado español de comida rápida muestra cifras de crecimiento nada desdeñables en los últimos años. Así, pasa de tener un tamaño en 2005 de 780 millones de euros aproximadamente a 955 millones en el año 2009. Esto supone un crecimiento acumulado del 22% y un crecimiento medio anual del 5,2%. En cuanto al volumen de transacciones, este ha crecido, si bien, de una forma más modesta que el gasto, pasando de las 411 millones en 2005 a los 445 millones aproximadamente en 2009, esto es, un incremento acumulado del 8% y un crecimiento medio anual del 2%²⁰.

En cuanto a los canales de venta de este producto, su importancia es parecida a la que ya hemos visto a nivel mundial: los vendedores callejeros²¹ suponen un 4,8% del mercado, los locales de “comprar y llevar”²² un 10,4%, los locales localizados en lugares de ocio²³ un 15,1% y Restaurantes de Servicio Rápido (RSR)²⁴ el 69,8%

²⁰ Según cifras de base de datos Datamonitor.

²¹ A efectos de este estudio, se entiende como vendedores callejeros aquellos stands o furgonetas que ofrecen una variedad limitada de comida fresca preparada así como bebida.

²² Definición de “comprar y llevar”: locales en los que se venda comida fresca preparada y en los que al menos el 80% de los ingresos provienen de clientes que consumen la comida fuera del local.

²³ Se entiende como tales a aquellos locales que venden comida fresca para su consumo inmediato en lugares relacionados con el ocio como cines, teatros, hipódromos, etc. que son propiedad de y son explotados por el local de ocio (el cine, el teatro, etc.).

restante²⁵. Es decir, al igual que ocurriera a nivel mundial, este tipo de restaurante siguen siendo la clave en la distribución de este tipo de producto, algo que, como hemos comentado, tiene todo sentido, al haber sido este tipo de establecimientos los clásicos del sector.

¿Cuánto supone España en el mercado mundial de la comida rápida? Tal y como refleja la tabla 1, España es apenas el 0,69%. ¿Y a nivel Europeo? ¿Cuánto supone España para el mercado europeo²⁶ de *fast food*? España es el 3,9% de este mercado, en el que Reino Unido es el líder con una cuota del 22,8%, seguido de Francia con un 18,8%, Alemania con un 17,7% e Italia con un 7,1%. El resto del continente se reparte el 30% restante²⁷.

Una vez analizado la situación del consumo de comida rápida a nivel internacional, y vistas las características del mercado nacional, procedemos a analizar el gasto en España, a nivel autonómico.

²⁴ Definición de RSR: locales donde la función principal es la venta de comidas pero donde no se ofrece servicio en mesa.

²⁵ Cifras de base de datos Datamonitor.

²⁶ Se entiende a efectos de este estudio como mercado europeo de comida rápida los siguientes países: Bélgica, Dinamarca, Francia, Alemania, Italia, Holanda, Noruega, España, Suecia, Reino Unido, República Checa, Hungría, Polonia, Rumanía, Rusia y Ucrania.

²⁷ Cifras de base de datos Datamonitor.

TABLA 9
Número de locales de comida rápida por Comunidad Autónoma

	2006	2007	2008	2009	2010	Habitantes por local
Total	3.422	3.557	3.772	4.008	4.237	11.098
Andalucía	606	630	669	710	751	11.146
Aragón	66	69	73	78	82	16.428
Asturias	63	65	69	74	78	13.902
Baleares	190	197	209	222	235	4.707
Canarias	223	232	246	261	276	7.676
Cantabria	44	46	49	52	55	10.768
Castilla León	157	163	173	184	194	13.193
Castilla la Mancha	104	108	115	122	129	16.266
Cataluña	627	651	691	734	776	9.681
Valencia	217	226	239	254	269	19.003
Extremadura	39	40	43	45	48	23.067
Galicia	217	226	239	254	269	10.400
Madrid	551	573	607	645	682	9.470
Murcia	95	99	105	112	118	12.390
Navarra	34	35	37	40	42	15.165
País vasco	162	168	178	189	200	10.892
La Rioja	14	14	15	16	17	18.966
Ceuta	6	6	6	7	7	11.511
Melilla	7	8	8	9	9	8.448

Fuente: Elaboración propia a partir de datos procedentes de Páginas Amarillas e Instituto Nacional de Estadística (INE)

En España existen 4.327 locales dedicados a la comercialización de comida rápida²⁸. Las Comunidades Autónomas que presentan un mayor número de ellos, son lógicamente, las más pobladas y las de mayor relevancia en cuanto a su aportación al PIB nacional: **Cataluña, Andalucía y Madrid, que aglutinan más de la mitad de estos locales.** Las Comunidades en las que mayor es la concentración por habitante de este tipo de locales son **Baleares y Canarias**, donde hay 4.707 y 7.676 habitantes respectivamente por cada local, con concentraciones más altas que otras regiones mucho más pobladas como Cataluña, C. Valenciana, Madrid o Andalucía.

¿A qué puede deberse esto? Es el turismo quien tiene la respuesta a esta pregunta. Este sector tiene una gran importancia para la economía española en general y para la economía canaria y la de Baleares en particular. Tanto es así que Baleares y

²⁸ Estos son los locales registrados como tal en Páginas Amarillas.

Canarias son la segunda y tercera Comunidad respectivamente que más cantidad de turistas extranjeros recibieron en el año 2010²⁹. El 40% de los turistas que llegaron a España en 2010 eran alemanes o británicos³⁰, quienes, como hemos visto, son los países europeos con cifras de gasto en comida rápida más altas.

TABLA 10
Transacciones en la venta de comida rápida en millones de unidades en España

	2006	2007	2008	2009	2010
Total	419	428	436	445	453
Andalucía	74	76	77	79	80
Aragón	8	8	8	9	9
Asturias	8	8	8	8	8
Baleares	23	24	24	25	25
Canarias	27	28	28	29	30
Cantabria	5	6	6	6	6
Castilla León	19	20	20	20	21
Castilla la Mancha	13	13	13	14	14
Cataluña	77	78	80	81	83
Valencia	27	27	28	28	29
Extremadura	5	5	5	5	5
Galicia	27	27	28	28	29
Madrid	67	69	70	72	73
Murcia	12	12	12	12	13
Navarra	4	4	4	4	4
País vasco	20	20	21	21	21
La Rioja	2	2	2	2	2
Ceuta	1	1	1	1	1
Melilla	1	1	1	1	1

Fuente: Elaboración propia a partir de datos procedentes de base de datos Datamonitor

Nota: Estas cifras son aproximaciones

Aquellas Comunidades Autónomas en las que mayores cifras de transacciones se registraron en 2010 son las tres de mayor relevancia desde el punto de vista de aportación al PIB español: **Cataluña, Andalucía y Madrid** con 83, 80 y 73 millones respectivamente. Estas tres comunidades suponen más de la mitad de las transacciones llevadas a cabo en España. Las Comunidades con las cifras más bajas

²⁹ Según cifras del Instituto Nacional de Estadística (INE).

³⁰ Según cifras del Instituto Nacional de Estadística (INE).

son Ceuta, Melilla y La Rioja con cifras entre 1 y 2 millones. El promedio de transacciones en nuestro país es de 24 millones por Comunidad Autónoma. Por encima de esta cifra se encuentran las ya mencionadas Andalucía, Cataluña y Madrid, así como Baleares, C. Valenciana, Galicia y Canarias. Por debajo de esta cifra, se encuentran País Vasco, Castilla – León, Murcia, Aragón, Asturias, Cantabria, Extremadura y Navarra, además de las tratadas con anterioridad, Ceuta, Melilla y La Rioja.

TABLA 11
Gasto en comida rápida en millones de euros en España

	2006	2007	2008	2009	2010
Total	810	856	807	956	1.004
Andalucía	144	152	143	169	178
Aragón	16	17	16	18	19
Asturias	15	16	15	18	18
Baleares	45	47	45	53	56
Canarias	53	56	53	62	65
Cantabria	11	11	10	12	13
Castilla León	37	39	37	44	46
Castilla la Mancha	25	26	25	29	31
Cataluña	148	157	148	175	184
Valencia	51	54	51	61	64
Extremadura	9	10	9	11	11
Galicia	51	54	51	61	64
Madrid	130	138	130	154	162
Murcia	23	24	22	27	28
Navarra	8	8	8	9	10
País vasco	38	40	38	45	47
La Rioja	3	3	3	4	4
Ceuta	1	1	1	2	2
Melilla	2	2	2	2	2

Fuente: Elaboración propia a partir de datos procedentes de base de datos Datamonitor.

Nota: Estas cifras son aproximaciones

El gasto en comida rápida muestra una distribución muy parecida a la del número de transacciones, siendo las Comunidades más relevantes Cataluña, Andalucía y Madrid con 184, 178 y 162 millones, lo cual tiene su lógica si se tiene en cuenta que son las más pobladas del país. La media de gasto por Comunidad es de 53 millones de euros. Por encima de esta media se encuentran, las ya comentadas Cataluña, Andalucía y Madrid, Canarias, Valencia, Galicia y Baleares. Como hemos comentado con anterioridad en este estudio, entre estas CCAA se encuentran las más pobladas, pero también las que mayor cantidad de turistas reciben. Las Comunidades que reciben mayor cantidad de turistas son, por este orden, Cataluña, Baleares, Canarias, Andalucía y Comunidad Valenciana. Todas ellas se encuentran entre las

Comunidades Autónomas en las que mayor es el número de locales de comida rápida y en las que más alto es el gasto. Pero, ¿hasta qué punto afecta realmente la visita de turistas al consumo de comida rápida? La próxima tabla responde de una manera clara a esta pregunta.

TABLA 12
Gasto en comida rápida por habitante en España

	2006	2007	2008	2009	2010	% PIB per cápita	Variación 06 - 10
Total	18,52 €	19,25 €	17,81 €	20,85 €	21,81 €	0,10%	17,77%
Andalucía	18,01 €	18,83 €	17,43 €	20,40 €	21,25 €	0,12%	18,01%
Aragón	12,28 €	12,78 €	11,77 €	13,74 €	14,42 €	0,06%	17,45%
Asturias	13,85 €	14,67 €	13,75 €	16,21 €	17,04 €	0,08%	23,00%
Baleares	44,89 €	46,08 €	41,70 €	48,38 €	50,33 €	0,20%	12,10%
Canarias	26,45 €	27,53 €	25,31 €	29,58 €	30,86 €	0,16%	16,68%
Cantabria	18,52 €	19,40 €	17,99 €	21,05 €	22,00 €	0,10%	18,80%
Castilla León	17,10 €	18,01 €	16,76 €	19,81 €	20,83 €	0,09%	21,83%
Castilla la Mancha	12,77 €	13,19 €	12,02 €	13,98 €	14,56 €	0,08%	14,05%
Cataluña	20,80 €	21,75 €	20,06 €	23,41 €	24,47 €	0,09%	17,63%
Valencia	10,70 €	11,13 €	10,18 €	11,91 €	12,46 €	0,06%	16,47%
Extremadura	8,45 €	8,90 €	8,33 €	9,82 €	10,27 €	0,06%	21,52%
Galicia	18,59 €	19,61 €	18,40 €	21,70 €	22,78 €	0,11%	22,52%
Madrid	21,71 €	22,66 €	20,70 €	24,08 €	25,01 €	0,08%	15,22%
Murcia	16,47 €	17,13 €	15,75 €	18,40 €	19,12 €	0,10%	16,09%
Navarra	13,35 €	14,01 €	12,89 €	15,02 €	15,62 €	0,05%	17,04%
País vasco	17,93 €	18,87 €	17,65 €	20,76 €	21,75 €	0,07%	21,32%
La Rioja	10,61 €	11,12 €	10,19 €	11,92 €	12,49 €	0,05%	17,69%
Ceuta	17,65 €	18,47 €	17,22 €	20,06 €	20,58 €	ND	16,60%
Melilla	25,74 €	26,19 €	23,98 €	27,63 €	28,04 €	ND	8,93%

Fuente: Elaboración propia elaborada a partir de datos del Fondo Monetario Internacional, Instituto Nacional de Estadística (INE) y base de datos Datamonitor
Nota: Estas cifras son aproximaciones

El gasto por habitante en España en el año 2010 es de 21,81€, es decir, un 17,77% más alto que en el año 2006. ¿Qué Comunidades muestran una cifra por encima de esta? **Baleares, Canarias, Melilla, Madrid, Cataluña, Galicia y Cantabria.** El dato que más llama la atención es el hecho de que sean Baleares y Canarias, dos Comunidades Autónomas pequeñas en extensión y en población quienes ostenten las cifras más altas, con 50,33€ y 30,86€ respectivamente. Estas cifras son 2,3 y 1,4 veces

superiores a la media nacional y son la 18º y la 13º Comunidad en España en población³¹.

Las Comunidades Autónomas que muestran las cifras más modestas de gasto por habitante en comida rápida son Extremadura, Valencia y La Rioja con 10,27€, 12,46€ y 12,49€ respectivamente. Comunidades como Andalucía o la recién comentada Valencia, se quedan por debajo de la media nacional, además de País Vasco, las dos castillas, Ceuta, Murcia, Asturias, Navarra y Aragón, mientras que Canarias o Baleares, con una menor importancia en extensión, población y aportación al PIB muestran una cifra muy por encima.

¿A qué se debe esto? Una vez más, el turismo tiene la respuesta. ¿Qué quiere decir esto, que a mayor número de turistas, más alto es el gasto medio por habitante? No parece que esto sea del todo así, ya que Andalucía y la Comunidad Valenciana son dos potencias turísticas en España. Lo que sí parece relevante es, además del número de turistas extranjeros, el número de estos respecto a la población de la Comunidad Autónoma. Como ya hemos comentado, Baleares y Canarias son la segunda y tercera Comunidad en número de turistas extranjeros en España en el año 2010, con aproximadamente 9.200.000 el primero y 8.600.000 el segundo³².

TABLA 13
Ratio turista extranjero – población en España

	Población	Turistas extranjeros	Turista / Población
Total	46.667.412	52.677.186	1,13
Andalucía	8.370.975	7.437.435	0,89
Aragón	1.347.095	332.766	0,25
Asturias	1.084.341	178.866	0,16
Baleares	1.106.049	9.177.781	8,30
Canarias	2.118.519	8.610.573	4,06
Cantabria	592.250	274.531	0,46
Castilla – León	2.205.896	992.439	0,45
Castilla la Mancha	2.098.373	151.694	0,07
Cataluña	7.512.381	13.176.628	1,75
C. Valenciana	5.111.706	5.023.947	0,98
Extremadura	1.107.220	187.750	0,17
Galicia	2.797.653	688.601	0,25
Madrid	6.458.684	4.634.289	0,72
Murcia	1.461.979	676.709	0,46
Navarra	636.924	175.177	0,28
País Vasco	2.178.339	905.692	0,42
Rioja	322.415	52.308	0,16

³¹ Según el Instituto Nacional de Estadística (INE).

³² Según cifras del Instituto Nacional de Estadística (INE).

Fuente: elaboración propia a partir de datos procedentes del Instituto Nacional de Estadística (INE)

Esta tabla muestra como el ratio turistas extranjeros – población de cada Comunidad Autónoma es significativamente más alta en los casos de Baleares y de Canarias. En el caso de las islas del mediterráneo, al cabo del año, hay más de ocho veces más turistas extranjeros que personas residiendo en ellas, mientras que en el caso de las Islas Canarias, hay cuatro turistas extranjeros por cada habitante. ¿De donde son estos turistas? Británicos, franceses y alemanes suponen el 56% de estas visitas³³. ¿Qué efecto tiene esto en el consumo por habitante de comida rápida? Si tenemos en cuenta que el consumo por habitante en Reino Unido es de 94,03€, en Alemania de 54,56€ y en Francia de 76,44€, mientras que el español se queda en los 21€ aproximadamente, en aquellas regiones en las que el ratio turista extranjero – población es muy elevado, la cifra de gasto medio por habitante sube considerablemente, como ocurre en Baleares y Canarias.

Volviendo a la tabla 12, **las Comunidades en las que más ha crecido el gasto medio por habitante en comida rápida, entre 2006 y 2010, son Asturias, Galicia y Castilla – León** con incrementos del 23%, 22,52% y 21,83% respectivamente. Por su parte, Melilla, Baleares y Castilla la Mancha son las CCAA en las que menos crece esta cifra con incrementos del 8,93%, 12,10% y 14,05% respectivamente. De las cuatro CCAA más importantes en cuanto a población y aportación al PIB nacional, únicamente Andalucía (18,01%) crece más de lo que lo hace la media nacional (17,77%), Cataluña, C. Valenciana y Madrid quedan por debajo con incrementos del 17,63%, 16,47% y 15,22% respectivamente. Las dos Comunidades con las cifras de gasto por habitante más altas, Baleares y Canarias muestran unos crecimientos del 16,68% y 12,10%.

³³ Según cifras del Instituto Nacional de Estadística (INE).

VI. PREVISIÓN DE GASTO EN COMIDA RÁPIDA EN ESPAÑA

¿Cómo se presentan los próximos años para este sector? En este apartado analizamos lo que sucederá en el sector hasta el año 2014.

TABLA 14
Previsión de locales de comida rápida en España

	2010	2011	2012	2013	2014	Habitantes por local
Total	4.237	4.436	4.636	4.830	5.029	9.240
Andalucía	751	786	822	856	891	9.280
Aragón	82	86	90	93	97	13.678
Asturias	78	82	85	89	93	11.574
Baleares	235	246	257	268	279	3.919
Canarias	276	289	302	315	328	6.391
Cantabria	55	58	60	63	65	8.965
Castilla León	194	203	212	221	230	10.984
Castilla la Mancha	129	135	141	147	153	13.543
Cataluña	776	812	849	885	921	8.060
Valencia	269	282	294	307	319	15.821
Extremadura	48	50	53	55	57	19.205
Galicia	269	282	294	307	319	8.659
Madrid	682	714	746	778	809	7.885
Murcia	118	124	129	135	140	10.315
Navarra	42	44	46	48	50	12.626
País vasco	200	209	219	228	237	9.068
La Rioja	17	18	19	19	20	15.790
Ceuta	7	7	8	8	8	9.584
Melilla	9	9	10	10	11	7.034

Fuente: elaboración propia a partir de datos procedentes de base de datos Datamonitor, Páginas Amarillas y Fondo Monetario Internacional

La situación en 2014 se estima que será parecida a 2010. Cataluña, Andalucía y Madrid liderarían la tabla como las tres Comunidades Autónomas con mayor número de locales de comida rápida en España con 921, 891 y 809 respectivamente.

Las Comunidades españolas, en las que se prevé que haya una menor concentración de locales de comida rápida son Extremadura, C. Valenciana y La Rioja, donde hay

19.205, 15.821 y 15.790 habitantes por local respectivamente. En el lado opuesto se encuentran Baleares, Canarias y Melilla donde hay 3.919, 6.391 y 7.034 habitantes por local respectivamente. El número de habitantes por local de comida rápida en España previsto para 2014 es de 9.240. Además de las tres Comunidades mencionadas anteriormente, por encima de esta cifra se encuentran País Vasco, Cantabria, Galicia, Cataluña y Madrid. Andalucía se queda algo por encima de la media nacional con 9.280 personas por habitante. Por encima de las 9.500 personas por local, se prevé que estén Ceuta, Murcia, Castilla – León, Asturias, Navarra, Castilla la Mancha y Aragón, además de las ya comentadas, Extremadura, C. Valenciana y La Rioja.

TABLA 15
Previsión de transacciones en el sector de la comida rápida en España en millones de unidades

	2010	2011	2012	2013	2014
Total	453	460	466	471	482
Andalucía	80	82	83	83	85
Aragón	9	9	9	9	9
Asturias	8	8	9	9	9
Baleares	25	26	26	26	27
Canarias	30	30	30	31	31
Cantabria	6	6	6	6	6
Castilla León	21	21	21	22	22
Castilla la Mancha	14	14	14	14	15
Cataluña	83	84	85	86	88
Valencia	29	29	30	30	31
Extremadura	5	5	5	5	5
Galicia	29	29	30	30	31
Madrid	73	74	75	76	78
Murcia	13	13	13	13	13
Navarra	4	5	5	5	5
País vasco	21	22	22	22	23
La Rioja	2	2	2	2	2
Ceuta	1	1	1	1	1
Melilla	1	1	1	1	1

Fuente: Elaboración propia a partir de datos procedentes de Base de Datos Datamonitor y Páginas Amarillas

Son las Comunidades Autónomas más pobladas las que muestran una cifra mayor de transacciones para 2014, Cataluña, Andalucía y Madrid con 251 millones entre las tres, es decir, más de las mitad de las que se prevé habrá en España en el año 2014.

En el top ten aparecen de nuevo Canarias y Baleares, las dos Comunidades para las que se prevé una mayor concentración de locales por habitante, como ya hemos visto, con 31 y 27 millones respectivamente (un 12% del total nacional entre ambas). En este top ten aparecen también Galicia, C. Valenciana (otro de los principales motores de España), País Vasco y las dos Castillas. Son las Comunidades Autónomas con cifras más modestas de población las que cierran la tabla.

Como vemos, esta tabla presenta una lógica basada en la población de cada una de las Comunidades Autónomas y, nuevamente, basada también en el potencial turístico (sobre todo turismo extranjero), que presentan cada una de ellas. De hecho, como ya hemos visto, Baleares y Canarias no son Comunidades grandes ni en extensión ni en población, pero sí son auténticas potencias turísticas, lo que atrae inversión relacionada directamente con el ocio, como son los locales de comida rápida y el consumo que en ellos se realiza.

TABLA 16
Previsión de gasto en comida rápida en millones de euros

	2010	2011	2012	2013	2014
Total	1.004	1.051	1.098	1.145	1.192
Andalucía	178	186	195	203	211
Aragón	19	20	21	22	23
Asturias	18	19	20	21	22
Baleares	56	58	61	63	66
Canarias	65	68	72	75	78
Cantabria	13	14	14	15	15
Castilla León	46	48	50	52	55
Castilla la Mancha	31	32	33	35	36
Cataluña	184	192	201	210	218
Valencia	64	67	70	73	76
Extremadura	11	12	12	13	14
Galicia	64	67	70	73	76
Madrid	162	169	177	184	192
Murcia	28	29	31	32	33
Navarra	10	10	11	11	12
País vasco	47	50	52	54	56
La Rioja	4	4	4	5	5
Ceuta	2	2	2	2	2
Melilla	2	2	2	2	3

Fuente: Elaboración propia a partir de datos procedentes de base de datos Datamonitor y Páginas Amarillas

Al igual que ocurriera con el volumen esperado de transacciones, son Cataluña, Andalucía y Madrid las tres Comunidades para las que se estima un mayor gasto en

comida rápida en 2014 con 218, 211 y 192 millones respectivamente. Esto quiere decir que entre las tres supondrían más de la mitad del gasto español en comida rápida. Las tres Comunidades en las que esta cifra es más baja son Ceuta, Melilla y La Rioja. ¿Qué ocurre en los casos de Baleares y Canarias? Hasta el momento, estos han sido dos casos especiales. ¿Sigue siendo así en esta previsión? Ambas vuelven a estar en el top ten de las Comunidades en cuanto al gasto con 66 y 78 millones de euros respectivamente.

¿Cómo se distribuye la tabla? Al igual que sucediera con la tabla anterior, hay dos factores que influyen en el gasto estimado: el primero es la población. Son las Comunidades más pobladas las que presentan una mayor previsión de gasto en comida rápida. ¿Siempre? No. De hecho, una vez más, Canarias y Baleares surgen en los puestos altos de la tabla y no destacan por el tamaño de su población, sin embargo, como hemos visto con anterioridad tienen un volumen de turistas extranjeros muy importante, sobre todo, si comparamos esta cifra con su población.

TABLA 17
Previsión de gasto medio en comida rápida por persona en España

	2010	2011	2012	2013	2014
Total	21,81 €	22,77 €	23,74 €	24,69 €	25,65 €
Andalucía	21,25 €	22,67 €	23,63 €	24,58 €	25,54 €
Aragón	14,42 €	15,38 €	16,03 €	16,68 €	17,33 €
Asturias	17,04 €	18,17 €	18,95 €	19,71 €	20,48 €
Baleares	50,33 €	53,68 €	55,97 €	58,22 €	60,48 €
Canarias	30,86 €	32,91 €	34,32 €	35,70 €	37,09 €
Cantabria	22,00 €	23,46 €	24,46 €	25,45 €	26,44 €
Castilla León	20,83 €	19,15 €	19,97 €	20,77 €	21,58 €
Castilla la Mancha	14,56 €	15,53 €	16,19 €	16,85 €	17,50 €
Cataluña	24,47 €	26,10 €	27,21 €	28,30 €	29,41 €
Valencia	12,46 €	13,30 €	13,86 €	14,42 €	14,98 €
Extremadura	10,27 €	10,95 €	11,42 €	11,88 €	12,34 €
Galicia	22,78 €	24,29 €	25,33 €	26,35 €	27,37 €
Madrid	25,01 €	26,68 €	27,82 €	28,93 €	30,06 €
Murcia	19,12 €	20,39 €	21,26 €	22,12 €	22,98 €
Navarra	15,62 €	16,66 €	17,37 €	18,07 €	18,77 €
País vasco	21,75 €	23,20 €	24,19 €	25,16 €	26,14 €
La Rioja	12,49 €	13,32 €	13,89 €	14,45 €	15,01 €
Ceuta	20,58 €	21,95 €	22,88 €	23,80 €	24,73 €
Melilla	28,04 €	29,91 €	31,18 €	32,43 €	33,70 €

Fuente: Elaboración propia a partir de datos procedentes de base de datos Datamonitor, Páginas Amarillas e Instituto Nacional de Estadística (INE)

¿Dónde se prevé que se consuma mayor cantidad de comida rápida por habitante en España? ¿Y donde menos? Las tres Comunidades en las que más alta es esta previsión son Baleares, Canarias y Melilla con 60,48€, 37,09€ y 33,70€ respectivamente. En el lado contrario de la tabla se encuentran Extremadura, C. Valenciana y La Rioja con 12,34€, 14,98€ y 15,01€ respectivamente. La previsión para España es de un gasto por habitante de 25,65€ en 2014. Es decir que el gasto previsto en Baleares es un 236% más alto que la cifra para España. En el caso de Canarias y Melilla, el gasto previsto en estas Comunidades Autónomas es un 145% y un 131% más alto que en la media del país. ¿Cómo se comportan las Comunidades más relevantes en cuanto al aporte al PIB nacional se refiere?

Como hemos visto, C. Valenciana está entre las Comunidades con el gasto por habitante más bajo previsto para 2014. Madrid ocupa el cuarto lugar con 30,06€. Cataluña se encuentra justo por debajo de Madrid con un gasto por habitante de 29,41€ y Andalucía aparece por debajo de la media nacional con 25,54€. Aún por encima de la media nacional se encuentran, además de las Comunidades ya mencionadas, País Vasco, Cantabria y Galicia con cifras entre 26€ y 27€ aproximadamente. Es interesante el hecho de que de las cuatro Comunidades más importantes en España en lo referente a población y aportación al PIB, como hemos visto, dos quedan por encima de la media nacional y dos por debajo. Acompañando por debajo de la media nacional a las Comunidades ya mencionadas, se encuentran Ceuta, Murcia, Castilla – León, Asturias, Navarra, Castilla la Mancha y Aragón con gastos por habitante en comida rápida entre los 17€ y los 25€.

Nuevamente surgen Baleares y Canarias como las comunidades en las que más alto es el gasto medio por habitante en comida rápida previsto en 2014. Las perspectivas de gasto por persona en comida rápida para 2014, para los países que mayor relevancia desde el punto de vista de turismo extranjero tienen para nuestro país, son de 107€ para Gran Bretaña, 90€ para Francia y 63€ para Alemania. En España, esta cifra se queda en los 26€, es decir la mitad del consumo alemán, que es, a su vez, el más modesto entre nuestros principales visitantes.

VII. CONCLUSIONES

El presente estudio tiene los siguientes objetivos:

- 1º.- Entender tendencias de consumo en el sector de la comida rápida en el mundo.
- 2º.- Analizar los estereotipos existentes a nivel internacional en lo referente al consumo de comida rápida.
- 3º.- Analizar tendencias a futuro en el consumo de este tipo de producto tanto a nivel internacional como en España.
- 4º.- Analizar tendencias de consumo a nivel autonómico en lo referente a la comida rápida.

De lo analizado en este estudio, se llega a las siguientes conclusiones,

Estados Unidos es el principal consumidor de comida rápida con más del 35% del gasto a nivel mundial, mientras que España es el país que menos invierte en comida rápida

Los tres países en los que más se consume comida rápida (en euros) son: Estados Unidos, Japón y China, con 51.800, 21.529 y 18.017 millones de euros respectivamente. Es decir, que en Estados Unidos, el país en el que nació el sector, se consume más del 35% del consumo mundial de comida rápida, casi dos veces y media más que en Japón, segundo consumidor y 2,6 veces más que en China. Comparado con el gasto mundial, España supone un 0,69% del total.

Japón es el país con mayor gasto por habitante en comida rápida en el mundo, mientras que España es el país industrializado con el gasto por persona más modesto

Los tres países en los que mayor es el gasto en comida rápida por persona son Japón, Estados Unidos y Canadá, con 169,03€, 166,94€ y 116,52€ respectivamente. En el lado contrario se encuentran los dos países más poblados del mundo, India y China, y España, con 5,52€, 14,65€ y 21,81€ respectivamente.

Son países emergentes los que presentan mayores tasas de crecimiento de gasto en comida rápida en los últimos años.

Los países en los que se produce mayor crecimiento son todos emergentes: India, China, Brasil y México. De los cuatro países que muestran incrementos más moderados, se encuentran los tres en los que más importante es el gasto por habitante: Estados Unidos, Japón y Canadá.

España además de ser el país con menor gasto en comida rápida, es también, de entre los países industrializados, el país en el que crece de una forma más relevante el gasto por persona en comida rápida en el último año.

España es el país industrializado en el que más crece el gasto por habitante entre 2009 y 2010, casi un 5%.

Se estima que aumente el peso de los emergentes en el consumo mundial de comida rápida, y China pasará del tercer al segundo puesto entre 2010 y 2014.

Estados Unidos se mantendría como líder de este sector con un gasto previsto para 2014 de 55.700 millones de euros. Se prevé que China aumente su importancia mundial de una manera destacable, suponiendo el 13,6% del total en 2010 y en 2014 el 16%. Japón por su parte, pierde importancia, al caer del segundo al tercer puesto, suponiendo el 13% del consumo total en 2014, mientras que esta cifra era del 15% en 2010.

España seguirá siendo el país con menor consumo en comida rápida en el mundo en el año 2014, si bien presenta una alta tasa de crecimiento entre 2010 y 2014.

Los países en los que el consumo de comida rápida será más bajo en 2014 son España, Italia y Australia con gastos de 1.192, 1.977 y 2.130 millones de euros respectivamente. España es el país industrializado, por detrás de Francia, en el que hay mayor previsión de crecimiento con un 18,75%.

España es el país industrializado con el gasto por habitante en comida rápida más bajo en 2014, pero para el que se espera un mayor crecimiento en este ratio entre 2010 y 2014

España consume poca comida rápida en comparación con otros países, si bien, cada vez consume más, y este consumo crece a un ritmo más rápido que el de otros países industrializados.

Cataluña, Andalucía y Madrid son las Comunidades Autónomas con mayor gasto en comida rápida.

Las Comunidades más importantes en lo que se refiere al gasto en comida rápida son Cataluña, Andalucía y Madrid con 184, 178 y 162 millones, es decir, las más pobladas del país. La media de gasto por Comunidad es de 53 millones de euros. Por encima de esta media se encuentran, Cataluña, Andalucía, Madrid, Canarias, Valencia, Galicia y Baleares.

Son las Comunidades con mayor cantidad de turistas extranjeros en relación a su población, Baleares y Canarias, las que muestran mayor gasto por habitante en comida rápida.

En Baleares, al cabo del año, hay más de 8 veces más turistas extranjeros que personas residiendo en el territorio, mientras que en el caso de las Islas Canarias, hay 4 turistas extranjeros por cada habitante. Estos turistas son principalmente británicos, franceses y alemanes, quienes tienen gastos medios por habitante en comida rápida de 94,03€, 76,44€ y 54,56€ respectivamente, mientras que el español se queda en los 21€ aproximadamente.

No hay cambios entre las Comunidades más relevantes en lo se refiere a gasto en comida rápida y a gasto por habitante entre 2010 y 2014.

Son Cataluña, Andalucía y Madrid las tres Comunidades para las que se estima un mayor gasto en comida rápida en 2014 con 218, 211 y 192 millones respectivamente. Esto quiere decir que entre las tres supondrían más de la mitad del gasto español en comida rápida. Las tres Comunidades en las que más alta es la previsión de gasto por habitante en 2014 son Baleares, Canarias y Melilla con 60,48€, 37,09€ y 33,70€ respectivamente.

VIII. ANEXOS

Las cifras mostradas a nivel autonómico son aproximaciones desarrolladas por el Strategic & Research Center de EAE Business School en base a los datos de gasto y transacciones en el mercado de la comida rápida en España, proporcionados por la base de datos Datamonitor, y a las cifras de locales de comida rápida registrados en Páginas Amarillas. Se ha entendido a la hora de llevar a cabo las aproximaciones mostradas, que a mayor cantidad de locales de comida rápida, mayor gasto y número de transacciones en comida rápida. El gasto por habitante resulta de dividir el gasto por CCAA entre los habitantes de la misma, cifra proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística (INE).

El cálculo de las aproximaciones que se han llevado a cabo para las previsiones hasta 2014, ha seguido la misma lógica explicada en el párrafo anterior, excepto para el cálculo del gasto por habitante y Comunidad Autónoma. El número de habitantes se ha calculado en base a las previsiones llevadas a cabo por el Fondo Monetario Internacional, y su distribución por CCAA se ha realizado suponiendo que esta no cambia entre 2010 (cifras del Instituto Nacional de Estadística) y 2014.

IX. BIBLIOGRAFÍA

Comida rápida global. Perfil de industria. Código de referencia: 0199 – 2230. Septiembre 2010. Datamonitor.

Comida rápida en Europa. Perfil de industria. Código de referencia: 0201 – 2230. Septiembre 2010. Datamonitor.

Comida rápida en Asia – Pacífico. Perfil de industria. Código de referencia: 0200 – 2230. Septiembre 2010. Datamonitor.

Comida rápida en Alemania. Perfil de industria. Código de referencia: 0165 – 2230. Septiembre 2010. Datamonitor.

Comida rápida en Australia. Perfil de industria. Código de referencia: 0125 – 2230. Septiembre 2010. Datamonitor.

Comida rápida en Brasil. Perfil de industria. Código de referencia: 0076 – 2230. Septiembre 2010. Datamonitor.

Comida rápida en Canadá. Perfil de industria. Código de referencia: 0070 – 2230. Septiembre 2010. Datamonitor.

Comida rápida en China. Perfil de industria. Código de referencia: 0099 – 2230. Septiembre 2010. Datamonitor.

Comida rápida en Estados Unidos. Perfil de industria. Código de referencia: 0072 – 2230. Septiembre 2010. Datamonitor.

Comida rápida en España. Perfil de industria. Código de referencia: 0180 – 2230. Septiembre 2010. Datamonitor.

Comida rápida en Francia. Perfil de industria. Código de referencia: 0164 – 2230. Septiembre 2010. Datamonitor.

Comida rápida en India. Perfil de industria. Código de referencia: 0102 – 2230. Septiembre 2010. Datamonitor.

Comida rápida en Italia. Perfil de industria. Código de referencia: 0171 – 2230. Septiembre 2010. Datamonitor.

Comida rápida en Japón. Perfil de industria. Código de referencia: 0104 – 2230. Septiembre 2010. Datamonitor.

Comida rápida en México. Perfil de industria. Código de referencia: 0071 – 2230. Septiembre 2010. Datamonitor.

Comida rápida en Reino Unido. Perfil de industria. Código de referencia: 0183 – 2230. Septiembre 2010. Datamonitor.

Andersen, M. M., Poufelt, F. (2006). *Discount Business Strategy*. John Wiley & Sons. ISBN: 13 978-0-470-03353-1 (HB).

Noren, D.L., Bryman, A., Stillman, T., Eckhart, G.M., Houston, M.J., Livesey, S.M., Lashley, C., Boje, D., Driver, M., Cai, Y. (2007). *El estilo Mc Donald's*. Ediciones Deusto. ISBN: 84-234-2480-4.

Pendergarst, M., Vrontis, D., Sharp, J., Mok, V., Dai, X., Yeung, G., Taylor, M., Mohn, C., Dana, L.P., Oldfield, B. M. Paine, J.L.(2007). *El estilo Coca – Cola*. Ediciones Deusto. ISBN: 84-234-2468-5.