

Kippel⁰¹

EMPRESA

De Just Eat a UberEats, quién se come el pastel online de la comida a domicilio en España

Desde 2011 a 2016, la cuota global de mercado de los grupos online de este sector pasó del 8% al 30%. En España, se estima que las compañías online de comida a domicilio generan entre 500 y 600 millones al año.

28 FEB 2017 — 05:00

POR AMELIA PIJUÁN



Llamar a **Just Eat**. Pedir un **Glovo**. Elegir, desde el sofá, qué se cenará hoy en casa a través de la app de **UberEats**. En España, la proliferación de negocios online dedicados a la comida a domicilio ha experimentado un *boom* desde 2015, año en el que empresas como **Deliveroo**, **Glovo**, o **Take Eat Easy** se lanzaron a la conquista del apetito español y se decidieron a plantar cara al rey del sector: **Just Eat**.

La falta de tiempo y la comodidad de poder comer en casa como en un restaurante propició la buena acogida de estas empresas en España, un mercado en el que el sector online de la comida a domicilio genera entre 500 y 600 millones de euros al año, según *Abc*.

Además, según las últimas estimaciones de **McKinsey**, las empresas online de comida a domicilio consiguieron una penetración del 30% en 2016 y se prevé que alcancen una cuota de mercado del 58% en 2020. En 2011, año en el que el *boom* de las aplicaciones móviles iba de la mano de la proliferación de *smartphones*, esta cuota era sólo del 11%.

1/3

<https://www.kippel01.com/empresa/de-just-eat-a-ubereats-quien-se-come-el-pastel-online-de-la-comida-a-domicilio-en-espana.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Kippel⁰¹

EMPRESA

En la actualidad, **Amazon** y **Uber** ya han captado el potencial de este negocio en crecimiento en el mercado español; del mismo modo que lo han hecho **Aloha24**, **Takeaway** o **Delivery Hero**. Pero, ante tanta competencia, ¿quién se lleva la mejor parte del pastel?

Just Eat, a por el trozo más grande

Just Eat mantiene sus dominios sobre el mercado español. La empresa, que inició su actividad en Dinamarca en 2001, entró en los restaurantes de España en diciembre de 2010, y en sólo dos años se comió a uno de sus competidores en el país: la plataforma **Sin Delantal**.

La empresa, con más de un millón de clientes activos y más de 6.000 restaurantes adscritos, opera en España bajo el paraguas de la matriz británica **Just Eat Holding**, que posee el 100% de las acciones de la subsidiaria española. Según los últimos datos disponibles, el negocio de **Just Eat** en España generó en 2015 unas ventas de 7,53 millones de euros, frente a los 3,95 millones de euros del ejercicio fiscal 2014, un 90,6% más.

Pero si el incremento de su facturación fue considerable, también lo fue el aumento de sus pérdidas. El grupo registró unas pérdidas de 10,20 millones de euros, un 66,3% más que el año anterior, cuando éstas se situaron en 6,13 millones de euros. Durante dicho ejercicio, el patrimonio neto de la empresa ascendía a 2,29 millones de euros, 3.006 de los cuales constituían el capital de **Just Eat España**.

La compra de La Nevera Roja por parte de Just Eat impulsó al grupo a la *pole position*

Si en los años previos **Just Eat** ya se consolidaba como uno de los reyes de la comida a domicilio, la compra de **La Nevera Roja** en 2016 terminó de propulsar la compañía a la *pole position*. El grupo compró la compañía a **Rocket Internet** (junto a otras tres empresas) por un valor de 125 millones de euros. Una vez la Comisión Nacional del Mercado de Valores (Cnmv) aprobó la operación de compra, **Just Eat** logró una posición dominante en el mercado.

Deliveroo, a la sombra de Just Eat

Deliveroo llegó de Reino Unido a España en 2015 para intentar robarle un pedazo de pastel a **Just Eat**. Y, si bien su primer ejercicio fiscal en España apunta a un nivel de facturación bajo, en 2016 la empresa recibió una inyección de 275 millones de dólares en una ronda liderada por Bridgepoint, DST Global, General Catalyst y Greenoaks.

El objetivo principal de la inversión recibida era despegar en los mercados en los que ya estaba presente, como el español, para plantar cara a rivales como **Just Eat**, **Uber** o **Amazon**. Según las últimas cuentas, la empresa facturó sólo 44.474 euros en el ejercicio fiscal 2015, e incurrió en unas pérdidas de 934.332,3 euros.

La sociedad española, domiciliada en Madrid y con sede en Reino Unido, opera bajo el nombre de **Roodfoods Spain**. En 2015, el endeudamiento del grupo ascendía a 1,43 millones de euros, debido sobre todo a las deudas con empresas del grupo y asociadas a corto plazo, que se situó en 1,21 millones de euros.

Kippel⁰¹

EMPRESA

En global, Deliveroo está presente en más de noventa ciudades de doce países

La mayor inversión de **Deliveroo España** en 2015 se dedicó a publicidad, propaganda y relaciones públicas, una partida en la que gastó 376.214 euros. Durante dicho periodo, el grupo operó en el mercado español con una plantilla fija de 17 trabajadores y una decena de empleados eventuales.

En la actualidad, el grupo británico, fundado por **Will Shu** y **Greg Orlowski** en 2013, está presente en más de 90 ciudades de 12 países, y gestiona una oferta de alrededor de 9.000 restaurantes en su lista.

Uber Eats y Amazon Prime, los nuevos ‘comensales’

Por si al mercado de la comida a domicilio le faltaban operadores, **Uber** y **Amazon** no se han quedado atrás en esta carrera. **Uber**, que hasta la fecha había optado por conquistar el sector de los taxis en España, anunció el mes pasado su entrada en el sector de la comida a domicilio con el servicio **UberEats**, que ya está disponible en siete ciudades europeas y en cincuenta ciudades globales.

Amazon, por su parte, aún se encuentra en plena fase de expansión de su servicio *Amazon Prime Now*, que inició el reparto de comida a domicilio en Estados Unidos en 2016 y a finales de año ya puso su primer pie en Londres. Con el servicio de entrega rápida en Barcelona y Madrid, cabrá ver si el gigante estadounidense finalmente se lanza a la conquista de los restaurantes en España.

Take Eat Easy, caída en picado por falta de financiación

Una de las compañías que no logró sobrevivir a la competencia de este sector en España fue la belga **Take Eat Easy**, que anunció su cierre tras admitir el impacto de operadores como **Uber** o **Amazon**. Tal y como indicó la compañía en su día, “los inversores temen comprensiblemente el impacto de dos gigantes como **Uber** y **Amazon** en el mercado”. Finalmente, en julio de 2016, **Take Eat Easy** echó el cierre tras su incapacidad por obtener financiación.

El tamaño del mercado de la comida a domicilio en España ha conseguido atraer a otros grupos como **Glovo** o **Stuart**, empresas especializadas en la entrega inmediata que se han hecho un hueco en este sector. En el tablero de la comida a domicilio también han movido ficha grupos como **Aloha24** o **Foodpanda**.

3/3

<https://www.kippel01.com/empresa/de-just-eat-a-ubereats-quien-se-come-el-pastel-online-de-la-comida-a-domicilio-en-espana.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.
