

Burger King continua imparable como referente entre las apps de restaurantes y comida a domicilio

La pandemia de la Covid-19 está provocando cambios en el sector de la restauración y la comida a domicilio está representando una oportunidad con una demanda que no para de crecer

Burger King mantiene su liderazgo entre las apps de restaurantes y comida a domicilio con un reach del 42,2%, un 15,3% más que el trimestre anterior, según el Índice IGMobile de la consultora Smartme Analytics correspondiente al tercer trimestre de 2020. Le sigue McDonald's, con el 37,5%, un 11,9% más que en el segundo trimestre y Uber Eats, con un 24,3%, si bien pierde un 5,5% respecto al trimestre anterior.

El Top10 se completa con TOOGOODTOGO, con un 24,1% y una mejora de su reach del 25,5%; Just Eat con un 21,2% un una pérdida de 4,9% del reach respecto al trimestre anterior; Glovo, con un 18,3% y una bajada del 23,4%; El Tenedor, con un 7,9% y una mejora de su reach del 92,7%; Telepizza, con el 7,4% y una bajada del 10,8%; KFC, con el 7% y un aumento del reach del 70,7% y Club VIP's, que logra un 6,7% y una mejora de su reach del 39,6%. Por su parte, el reach del sector en el conjunto de app móviles, pasa del 29,6% al 34,6%, lo que demuestra una recuperación del sector. Mejora que están sabiendo aprovechar especialmente los restaurantes asequibles y la comida a domicilio.

El IGMobile realizado por Smartme Analytics, analiza cada trimestre la cuota de mercado de las empresas en el canal móvil y la de sus competidores. Se ha convertido en referente del sector de restauración y muestra con carácter trimestral y gracias a la tecnología observacional, su cuota de mercado y la de las organizaciones más cercanas. Lo novedoso es que los datos se basan en monitorización de clientes de todas estas empresas a los que se monitoriza bajo su consentimiento y de manera anonimizada 24/7 identificando el uso digital que hacen de los distintos servicios. Con este big data el IGMobile de Smartme Analytics reproduce la cuota de mercado de cada empresa y su evolución.

“Es evidente -explica Lola Chicón, CEO de SmartMe Analytics- que la pandemia de la Covid-19 está provocando cambios rápidos en el sector de Restauración y Comida a Domicilio, con hábitos de comportamiento muy diferentes. Analizar estos cambios repentinos mediante el seguimiento de todos los journeys de miles de clientes nos permite identificar y anticipar tendencias y seguir su evolución. Dimensionar el tirón que está experimentando la comida a domicilio y cómo cada enseña está aprovechando esa oportunidad es uno de los principales aprendizajes”.

Además del IGMobile, Smartme Analytics cuenta con otro algoritmo, denominado Smartme Flash Index (SFIx), que muestra el crecimiento y decrecimiento porcentual de las principales compañías de restaurantes y delivery en el mercado español y da información fidedigna de las empresas con mejores y peores rendimientos.

El Flash Index (SFlix) de este sector correspondiente al tercer trimestre de 2020, que analiza a las apps con mejor comportamiento -Best performers- está encabezado por TOOGOODTOGO, con SFlix de 0,29 y un reach del 24,2%. Le siguen Burger King, con un SFlix de 0,27 y un reach de 42,2%; El Tenedor.es con un 0,27 y un 7,9%; KFC con un 0,20 y un 7%; y Foster's Hollywood con un 0,16 y un 5,7% respectivamente.

Por su parte, el ranking de apps con peor comportamiento -worst performers- lo encabeza Glovo, con un SFlix de -0,59 y un reach de 18,3%; seguido de Uber Eats, con un -0,26 y un 24,3%; Just Eat con un -0,22 y un 21,2%; Deliveroo, con un -0,17 y un 5,3%; y Telepizza con un 0,14 y un 7,4% respectivamente.

“El SFlix refleja qué enseñas se están recuperando y cuáles no consiguen satisfacer estos cambios de comportamiento de los consumidores de restauración y delivery” explica Lola Chicón.

Datos de contacto:

Smartme Analytics

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional Marketing E-Commerce Restauración Dispositivos móviles](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>