vinetur

BDP entra en el top 25 mundial y confirma el momento de la escena burger española

La marca española alcanza el puesto 21 de The World’s Best Burgers y consolida el crecimiento internacional de un sector cada vez más competitivo y mediático

viernes 8 de mayo de 2026

ESCRITO POR ALBERTO SANZ BLANCO



La marca española **BDP** acaba de entrar en el **puesto 21 de The World's Best Burgers**, uno de los rankings internacionales con mayor repercusión dentro del universo burger y una referencia seguida tanto por aficionados como por medios especializados de distintos países. La clasificación sitúa a **BDP** como la cuarta

propuesta española mejor valorada de la lista y vuelve a colocar a España dentro de uno de los mercados más competitivos del sector.

Más allá del dato, la entrada refleja también un cambio evidente en la percepción internacional de la escena burger española. Lo que durante años ocupó un espacio más asociado al consumo rápido o informal ha terminado evolucionando hacia un terreno donde producto, técnica, identidad visual y construcción de marca pesan tanto como en otras categorías gastronómicas.

En el caso de **BDP**, gran parte de la atención gira alrededor de la "**Nicky Jam**", una burger que lleva tiempo formando parte de la carta pero que durante los últimos meses ha multiplicado su presencia en redes sociales y plataformas especializadas. La propuesta combina carne de vacuno madurada durante 45 días, bacon crujiente, mermelada de bacon, salsa picante y pan tostado con mantequilla. Una construcción pensada para jugar entre el dulzor, el ahumado y el picante, con una lectura directa y reconocible desde el primer bocado.



El impacto visual de la burger ha contribuido a convertirla en uno de los productos más comentados de la marca, aunque el fenómeno también tiene relación con otro factor importante dentro del mercado actual: la capacidad de construir recetas fácilmente identificables en un entorno cada vez más saturado de propuestas similares.

Rankings como **The World's Best Burgers** funcionan hoy como auténticos escaparates internacionales. La repercusión ya no se limita únicamente al reconocimiento gastronómico; también influye en tendencias, visibilidad digital y turismo gastronómico. Ciudades y marcas que hace unos años apenas tenían recorrido fuera de su mercado local han terminado entrando en circuitos globales donde la competencia es constante y la exposición mediática, inmediata.

La presencia de **BDP** dentro del top mundial vuelve a reforzar además el crecimiento de las marcas independientes españolas, capaces de competir de tú a tú con operadores internacionales en una categoría que se ha profesionalizado enormemente durante la última década. España lleva tiempo consolidándose como uno de los países europeos con mayor proyección dentro de la cultura burger y la aparición de nuevas cadenas especializadas, modelos híbridos y conceptos cada vez más definidos confirma esa evolución.



Detrás de **BDP** aparece también un modelo muy centrado en el control del producto. El grupo, fundado en 2018 bajo el impulso de Pedro Francés, fue una de las primeras hamburgueserías españolas en desarrollar una estructura ligada a ganadería propia. Actualmente opera distintos locales en la Comunidad de Madrid, con Coslada como sede original y aperturas posteriores en Alberto Alcocer, Rivas Vaciamadrid, Getafe e Infantas, además de trabajar con dos líneas diferenciadas: **BDP Burger** y **BDP Smash**.

La entrada en el **ranking internacional** llega en un momento especialmente competitivo para el sector burger, convertido ya en una categoría gastronómica propia, con códigos, públicos y dinámicas muy alejadas de la idea tradicional de hamburguesería que dominaba hace apenas unos años.