vinetur

HIP 2026 reúne a los líderes de la hostelería y anticipa las tendencias clave del sector

La feria destaca la importancia de equipos sólidos y bienestar para el crecimiento y la competitividad

martes 17 de febrero de 2026



La segunda jornada de HIP 2026, celebrada en IFEMA Madrid, ha reunido a figuras destacadas de la hostelería y la restauración para analizar los principales retos y oportunidades que afronta el sector. Entre los participantes han estado chefs

reconocidos como Joan Roca y Gastón Acurio, así como directivos de empresas como Restaurant Brands Europe, Baldoria Group y Focacciamo. Todos han coincidido en que el crecimiento sostenible de los negocios depende de contar con equipos fuertes y de priorizar el bienestar de las personas.

El evento ha puesto el foco en la gestión de marcas y la necesidad de diferenciarse en un entorno marcado por la inflación, la entrada de nuevos actores como el retail y los cambios en los hábitos de los consumidores. Ciro Cristiano, cofundador y CEO de Baldoria Group, ha explicado que su grupo multimarca se centra en diseñar sensaciones más que restaurantes, situando la experiencia del cliente en el centro del proyecto. Según Cristiano, el servicio cercano, el producto cuidado y una cocción precisa, junto con el diseño, son elementos clave para lograrlo.

Roberto Violante, fundador de Focacciamo, ha señalado que la visibilidad no es suficiente si no existe un propósito claro y un concepto sólido detrás. Ha insistido en que el número de seguidores no es lo determinante, sino la coherencia del mensaje y la elección de embajadores alineados con los valores del proyecto. Los eventos y las colaboraciones, según Violante, son herramientas fundamentales para reforzar la marca.

Gastón Acurio, chef y fundador de Acurio Restaurantes, ha compartido su experiencia al frente de un grupo con más de 70 restaurantes en 11 países. Acurio ha subrayado la importancia de dejar atrás viejas inercias y adaptarse a las nuevas generaciones, diseñando políticas y herramientas acordes a la realidad actual. Ha defendido que liderar implica combinar experiencia e inspiración para ofrecer oportunidades reales de crecimiento a los equipos.

Joan Roca, chef ejecutivo y cofundador de El Celler de Can Roca, ha destacado la necesidad de mantener la excelencia para lograr la sostenibilidad del negocio. Roca ha defendido la consistencia en el servicio y la importancia de contar con un equipo altamente preparado y comprometido. Ha afirmado que la marca se construye desde el compromiso con el equipo y con un propósito claro, en su caso, mantener las tres estrellas Michelin. Para Roca, cuidar a las personas y hacer que se sientan valoradas influye directamente en la experiencia del cliente.

Borja Hernández de Alba, CEO de Restaurant Brands Europe y copresidente de HIP, ha coincidido en la importancia de la excelencia constante para construir y mantener una marca. Hernández de Alba ha explicado que en las marcas que gestiona la compañía en España, como Burger King, Tim Hortons y Popeyes, el objetivo es ofrecer una experiencia rápida y perfecta, centrada en un producto de calidad. Ha identificado tres pilares para lograrlo: las personas, con una cultura de superación; los procesos, con la automatización de los aspectos clave; y la calidad de los productos, con estándares que abarcan tanto los procesos internos como los de los proveedores.

Durante la jornada también se han presentado las tendencias de consumo que marcarán los próximos meses en la hostelería. Edurne Uranga, vicepresidenta en Europa de Foodservice en Circana, ha señalado que en Europa se ha registrado una contracción de la demanda en restauración con un -0,9% de visitas, aunque España y Alemania han conseguido mantener el tráfico. Uranga ha destacado que el consumidor español es muy exigente con la experiencia y que es necesario incentivar el consumo en un momento de cautela.

Enrique Porta, socio responsable de consumo y retail de KPMG, ha indicado que la restauración sigue siendo una de las partidas de gasto protegidas por las familias, que reservan un 10% para experiencias hosteleras. Porta ha advertido que el sector debe adaptarse a una población cada vez más diversa, con cambios en las dietas y un mayor impacto de las intolerancias. Además, ha resaltado el papel de la inteligencia artificial, cuya aplicación en el sector ha pasado de un 42% el año anterior a un 74% este año, como herramienta para conectar con los clientes y mejorar la experiencia.

Ricardo Fernández, ex director de Calidad en Carrefour, ha apuntado que el consumo y la forma de alimentarse están cambiando, especialmente en las grandes y medianas ciudades. El consumidor busca conveniencia para ahorrar tiempo, pero el precio y la competencia con la cocina casera y los menús de restaurante siguen siendo factores determinantes.

La agenda de HIP 2026 continuará con la participación de otros líderes del sector, que compartirán sus estrategias para escalar negocios sin perder identidad ni calidad. Además, se abordarán las oportunidades del marketing y el papel de las redes sociales en la construcción de marcas más cercanas y genuinas. La feria cerrará con el anuncio

de la llegada de HIP a Bolonia, Italia, donde se celebrará una edición anual a partir de este año.