vinetur

Kevin Bacon: de hamburguesa a emblema de GOIKO

Más de 11 millones de unidades vendidas y 1,2 millones solo en 2025 consolidan a la Kevin Bacon como la burger más reconocible de GOIKO.

miércoles 11 de marzo de 2026

ESCRITO POR ALBERTO SANZ BLANCO



En **GOIKO** hay muchas hamburguesas, pero hay una que ocupa un lugar propio. La **Kevin Bacon** no es solo una de las más pedidas: es, en muchos sentidos, la hamburguesa que define a la marca.

La carne llega bien marcada en la plancha, con un interior tierno que conserva su jugosidad. El bacon aporta el contrapunto crujiente y salino, mientras el queso termina de redondear el conjunto. Parte de esa personalidad reside en la forma de trabajar la carne: picada a diario directamente en la plancha y cocinada dentro de un aro metálico con un marcado en cruz durante la plancha, una técnica que determina la textura final de la hamburguesa y que, con mérito propio, se ha convertido en uno de los rasgos más reconocibles de la casa.

Las cifras ayudan a entender el alcance del fenómeno. Desde su creación en 2013 se han vendido más de 11 millones de **Kevin Bacon**, convertida desde entonces en la hamburguesa más solicitada. Hoy salen alrededor de 3.000 cada día en España. El consumo aumenta durante los meses de invierno —especialmente en Navidad—, una pauta que refleja hasta qué punto se ha consolidado dentro de la carta.

> Ver esta publicación en Instagram
> Una publicación compartida de GOIKO (@goiko)

El origen de una receta fundacional

Merece la pena detenerse en sus orígenes. Nació en el primer local que Andoni Goicoechea abrió en la calle María de Molina, un espacio donde comenzó a definirse una manera muy concreta de entender la hamburguesa. Aquella primera cocina también fue el punto de partida de GOIKO. Lo que era entonces un pequeño proyecto familiar en Madrid en 2013 ha terminado creciendo hasta superar los 120 restaurantes en España y dar el salto internacional con su llegada a Andorra. Parte de ese recorrido también se explica por el papel del equipo que da vida a la marca: más de 2.000 empleados que, dentro de la cultura interna de GOIKO, funcionan casi como embajadores de la casa y comparten una forma muy concreta de entender la hospitalidad, marcada por ideas como el buen rollo o el espíritu de disrupción.

El nacimiento del universo Kevin

La **Kevin Bacon** no tardó en dejar de estar sola. Alrededor de la receta original empezó a formarse una pequeña saga de hamburguesas que juega abiertamente con el universo de su nombre. Aparecieron la **Kevin Chingona**, la **Kevin Beast** o la **Kevin Costner**, a las que se suman la **Chick Norris** o la **Kevin Porke**r. Más que simples variaciones, funcionan como guiños cómplices para el cliente habitual y amplían un imaginario que la marca ha sabido cultivar con bastante sentido del humor. Ese juego con los nombres revela algo interesante: la **Kevin Bacon** terminó convirtiéndose en una especie de personaje dentro de GOIKO. No es extraño encontrar en muchos de sus locales cartelería propia dedicada a esta hamburguesa, integrada también en la comunicación visual del restaurante. Un detalle de continuidad y de apuesta sostenida alrededor de una receta cuidada a largo plazo.

> Ver esta publicación en Instagram
> Una publicación compartida de GOIKO (@goiko)

Pero la historia no termina ahí. La **Kevin Bacon** también ha acompañado el crecimiento de la marca fuera de la cocina. En 2022 protagonizó su primera gran campaña exterior con el lema "En Madrid, Kevin Bacon es una hamburguesa", junto a la voz de doblaje del actor que da nombre al plato. Un año después celebró su décimo aniversario con el GOIKO Day, una jornada en la que se llegaron a regalar 10.000 en toda España. En 2024 volvió a aparecer en la campaña "Más Burgers, Menos Dramas", esta vez junto al futbolista Nico Williams. Señales que confirman una idea clara: más que una hamburguesa concreta, la **Kevin Bacon** ha terminado funcionando como uno de los emblemas de GOIKO.