

La visión rompedora de Dabiz Muñoz contagia a los hosteleros en una jornada histórica para HIP

La cumbre ha contado con la participación de dos de los grandes referentes actuales en hostelería como son Dabiz Muñoz y Martín Berasategui, quienes coinciden en el impulso del talento como clave de éxito

HIP2023 presenta tendencias clave como la evolución del “delivery” hacia una experiencia en casa o la aplicación de IA o ChatGPT en el sector

Madrid, 07 de marzo de 2023.- Durante la segunda jornada de [HIP 2023](#) se han analizado algunos de los nuevos modelos que han irrumpido en los últimos años en la hostelería y que están evolucionando con rapidez. Un ejemplo de ello es el “delivery”, que actualmente no solo se concibe como un envío de comida a domicilio, sino de trasladar un producto de calidad y saludable dentro de una experiencia física en casa de los clientes.

Cristina García Fuente, Directora de Out Of Home, Foodservice & Restauración de Kantar Worldpanel, ha asegurado en la cumbre que *“desde el 2020 hemos asistido a unos cambios únicos, y el delivery ha crecido en casi todos los indicadores: nuevos clientes, ticket medio, o recurrencia. Además, ha pasado de ser un canal para gente joven a incorporar también a los seniors”*. Por su parte, **Javier Alfonso Avello**, CEO de Junk Burger, ha vaticinado que *“en 2023 y 2024 seguirá creciendo el delivery, pero solo se quedarán las marcas que lo entiendan bien. Para tener éxito es necesario estar en el ‘top of mind’ de los potenciales consumidores, disponer de buenas valoraciones, buenos tiempos reparto, o un producto caliente”*.

Un ejemplo de éxito en el segmento del food delivery es el de Vicio. **Aleix Puig**, CEO de la compañía, ha compartido en HIP las claves de su rentabilidad afirmando que *“nosotros hemos apostado por algo diferente: producto de calidad, apoyado en tecnología para escalar, con una inversión grande y una marca paraguas que lo engloba todo”*.

Las propuestas gastronómicas con más valor

Uno de los productos que más se reclama en el delivery es, sin duda, la hamburguesa. Precisamente el auge de esta propuesta gastronómica es la que se ha analizado en el CEO’s summit de HIP, donde se ha constatado que es un producto que vive su “edad de oro”. Así lo ha reconocido **Joaquín Capel**, CEO & Founder de SteakBurger, quien ha explicado que *“el mundo de la ‘burger’ está evolucionando muchísimo, antiguamente solo había un concepto de fast food y ahora estamos en el momento de la hamburguesa gourmet, o smash. Actualmente la hamburguesa es lo más vendido del mundo en las cartas de los restaurantes”*.

Para **Juan De la Rica**, Fundador & CEO de Juancho’s BBQs, *“el mundo de la ‘burger’ es el paradigma de la competencia máxima, de cómo un nicho puede mejorar tanto en tan poco tiempo. En este contexto de hiper competitividad la clave es la diferenciación y la calidad”*.

Los hoteles también se transforman con las nuevas tendencias de consumo

Este martes el sector hotelero también ha tenido su espacio de debate, en el marco de **Hotel Trends**. En el foro, se han dado a conocer los principales retos del sector, que actúan como dificultades para favorecer la transformación de la industria. Un viajero más cambiante, la

búsqueda de experiencias, la tecnología como herramienta de medición, la aplicación de IA o ChatGPT, el concepto de “all as a service” en la compra de productos, el calentamiento global o el contexto político son algunos de los asuntos que los hoteleros deben tener en cuenta para poder adaptarse y evolucionar.

En el caso de Viajes El Corte Inglés, **Pep Lluís Roig**, EVP Dynamic Experiences & Partnerships del grupo, ha expuesto que *“hemos apostado por una estrategia digital con programas, por ejemplo, que gestionan cambios o imprevistos del plan de viaje. Esto ha mejorado la eficiencia en operativa en un 32%, lo que se traduce en una mejor atención al cliente”*.

Dabiz Muñoz, Martín Berasategui y Toni Nadal dejan sus reflexiones

HIP 2023 es sinónimo de congreso donde grandes líderes hosteleros comparten cómo han logrado posicionar su propuesta y convertirla en un referente de éxito. El ejemplo por excelencia de ello es **Dabiz Muñoz**, Chef y Dueño de “UniverXO”, quien ha puesto de relieve la buena gestión del establecimiento para que sea rentable y se logren conceptos creativos. En este sentido, Muñoz ha hecho un llamamiento al desarrollo personal, a *“salir de la zona de confort”* y a tener una *“actitud de aprender, voluntad de seguir formándose, y capacidad de generar nuevas experiencias y conceptos”* a fin de ser diferente y *“apartarse del resto”*. Solo así *“se crea un valor intrínseco que te hace avanzar mucho más rápido”*.

A su vez, el chef ha hecho hincapié en la necesidad de contar con todo tipo de profesionales en un negocio HORECA, *“en el mundo XO hemos añadido talento externo, no solo en el restaurante, sino también back office y oficina. Uno de los grandes retos de la gastronomía mundial y nacional es profesionalizar los procesos de gestión, yo me he dado cuenta de que gracias a ese talento que no tiene que ver con la gastronomía podemos tener una visión diferente de muchas cosas. Por ejemplo, la carta de RabioXO la hemos hecho entre mi CMO y yo”*.

Otro de los grandes referentes de la gastronomía mundial que ha pasado por los escenarios de Hospitality 4.0 Congress ha sido **Martín Berastegui**. Berastegui ha dejado su visión sobre la problemática del talento a la que se enfrenta el sector, *“si transmitimos conocimiento y dejamos que se vaya, algo estamos haciendo mal. Tenemos unas generaciones de jóvenes que son impresionantes, no nos podemos conformar con lo conseguido hasta ahora en la cocina y de nada sirve si no les enseñamos a competir de una mejor forma. Y lo conseguiremos.”*

Por su parte, el que fue entrenador de Rafa Nadal, **Toni Nadal**, también ha puesto el foco en la gestión del capital humano en su sesión motivadora en HIP. *“Es difícil mantener talento si no les haces sentir que son importantes, por lo contrario, el profesional no se siente a gusto. Te dediques a lo que te dediques, le tienes que poner pasión. La verdadera pasión nace de marcarse retos e intentar alcanzarlos. Lo que marca la diferencia es la voluntad de evolucionar y de hacer las cosas mejor”*.

Igualmente, Nadal ha subrayado el papel de la tecnología, *“que nos ayuda, pero también nos distrae”*. La excesiva presencia del dato *“hace que le demos mucho valor a lo que es secundario y le restamos valor a lo que es esencial”*. Del mismo modo, el entrenador ha dado valor a la preparación, la actitud y la perseverancia como elementos fundamentales para alcanzar los retos.