Ferran Adrià hace un llamamiento a no olvidar la calidad de la educación como cuestión de Estado

El presidente de elBulliFoundation ha compartido su visión inspiradora en HIP 2024 sobre la situación actual de la gastronomía española y hacia dónde debe dirigirse

HIP 2024 ha dedicado la primera jornada a analizar las tendencias de la hostelería con el foco puesto en el 'delivery', los productos ecológicos y el incremento de la restauración organizada

La primera jornada de la cumbre también ha contado con Jeffrey García, alcalde de noche de Nueva York, quien ha resaltado su papel conciliador y de atracción de inversión en la ciudad

Madrid, 19 de febrero de 2024. – La primera jornada de [HIP – Horeca Professional Expo](#), que ha abierto hoy sus puertas, ha comenzado a recibir a los líderes del sector y profesionales de la industria que se reunirán durante este jueves en IFEMA Madrid con el objetivo de acelerar la competitividad de sus negocios a partir de las tendencias soluciones y tecnologías que han surgido en los últimos años.

En una de las ponencias más esperadas del día, **Ferran Adrià**, Presidente de elBulliFoundation, ha puesto el foco en la variedad de establecimientos y la necesidad de ampliar y redefinir el concepto de calidad en la restauración, *“en España hay 300.000 establecimientos de hostelería, de los que 70.000 son restaurantes. Según la Guía Michelin, hay 1.333 restaurantes recomendados en España, pero pongamos que en realidad hay 5.000. ¿De 70.000 solo 5.000 son denominados de calidad en España? Esta diferencia nos debe llevar a alcanzar un consenso con los términos gastronómicos.”* Adrià ha continuado afirmando que, *“he visto nacer más de 300 restaurantes en mi vida y siempre he observado que si das calidad en la oferta (esto no solo atiende a la comida, sino al servicio, el espacio, o la experiencia) tu restaurante no cierra, porque tu plan de negocio y conceptualización ha sido adecuado”*.

En cuanto a la innovación, como referente mundial, el presidente del elBulliFoundation ha afirmado que *“no todos los restaurantes necesitan innovar. Otra cosa es que adaptes modelos de éxito o incorporar diferentes tecnologías, pero eso no es innovar. Tunear no es innovar. Lo importante es la actitud innovadora y estar abierto al cambio, pero desde la calidad absoluta. A veces es mejor ofrecer calidad que meterse en la alta innovación, que es algo muy complejo. La cocina española ha estado abierta al cambio en los últimos años y esa es la clave de su éxito. Los criterios de calidad absoluta están claros, la cocina creativa, sin embargo, está sujeta a la interpretación de cada uno”*.

Otro de los 'game changers' del sector de los últimos años, **Glovo**, ha estado presente en este primer día de HIP 2024 de la mano de su co-Fundador **Sacha Michaud**. Una compañía que con nueve años de vida ha cambiado la realidad de la industria con una estrategia clara. En este

sentido, Michaud ha explicado que *“los primeros siete años nos enfocamos en el crecimiento, para lo que necesitamos un gran volumen y márgenes pequeños. Así pudimos lograr una gran escalabilidad a nivel geográfico y de negocio. Después, durante los dos últimos años nos hemos ido consolidando en los mercados más maduros al mismo tiempo que nos seguimos expandiendo en el este de Europa y África. Ahora estamos ya presentes en 26 países de todo el mundo”*.

En cuanto a su modelo reconoce que *“el reto más difícil fue demostrar que podíamos competir con los gigantes del mercado. Nuestro objetivo es crear experiencias para nuestros partners, ya sean grandes cadenas o pequeños establecimientos, de hecho, el 90% de ellos con pymes. Glovo supone unos ingresos suplementarios al negocio, se trata de encontrar el equilibrio para ganar en todas las áreas de negocio globalmente. Nosotros solo somos una parte del todo”*.

Siguiendo con el segmento de la entrega a domicilio, **Aurea Carrión**, Chief Marketing Officer de Grosso Napoletano, ha indicado que *“la gastronomía ya no solo está fuera de casa, sino que el consumidor también quiere saber cómo hacer una buena pizza o un buen arroz en su domicilio. Por eso, el delivery es un punto fuerte”*.

Nuevas tendencias para un sector en crecimiento

Esta octava edición de HIP llega en un momento de expansión sostenida del Horeca, y más aún en el segmento de la restauración de marca. Un indicativo que confirma este auge es el que se desprende del último estudio de Ambea Research, presentado hoy en la cumbre, y que indica que en 2023 esta categoría aumentó un 12,5% sus ventas. Además, se abrieron un 3,1% más de establecimientos impulsados por el alza de las regiones periféricas y el desarrollo de las ubicaciones de calle.

Este contexto de bonanza siempre es un buen caldo de cultivo para la proliferación de nuevas tendencias, como la del consumo cada vez mayor de productos ecológicos. Para **Iñigo Arozarena**, jefe de cocina de la Escuela de Cocina A Punto, se trata de *“una vuelta a la tradición, a las raíces y al origen de la gastronomía española”*. Algo que ha confirmado **Sophie Pagnon**, Chief Communication, Marketing & Impact Officer de Veritas, *“el producto ecológico no es solo una moda, sino que ya es una imposición de la Unión Europea, que ha decretado que el 25% de la producción sea ecológica. Ahora todo va hacia la búsqueda de un alimento saludable, unos productos cuyo sobrecoste asumen principalmente los clientes con una mayor conciencia sobre la salud y el medio ambiente”*.

Nightlife, un segmento con sus propias normas

Por primera vez HIP acoge varias sesiones dedicadas al ocio nocturno con vistas a abordar la idiosincrasia de una área con sus propias características. Por ello, cada vez más ciudades se están planteando la posibilidad de instaurar la figura de un alcalde de noche, posición que ya ocupa Jeffrey García en Nueva York, el cual ha estado presente en HIP para ofrecer más detalles sobre su labor. Así, ha destacado que *“la oficina de ‘nightlife’ contribuye a un entorno de vida nocturna más vibrante, seguro y justo, en tanto que es una parte estratégica de la identidad cultural de una ciudad, además de un importante impulsor económico”*.

García ha hecho hincapié en la protección del ocio nocturno *“porque es un espacio de conexión, creatividad y crecimiento responsable, como también de diversidad e inclusión”*. Asimismo, el alto cargo ha puesto en valor el perfil exponiendo que *“tener a alguien que proteja la vida de noche es importante, ya que hace de enlace entre las autoridades, las necesidades de la sociedad y los negocios”*. Además, *“nuestra gestión favorece que los inversores quieran venir a abrir negocios de ocio nocturno en Nueva York. Ayudamos a los negocios desde su inicio, ya que en la ciudad que nunca duerme este proceso no es fácil, sobre todo en cuanto a los alquileres de los establecimientos”*, ha agregado.

Por su parte, **Helking Aguilar**, Presidente de Asociación Mexicana de Bares, Discotecas y Centros Nocturnos (AMBADIC), que es el país invitado de esta edición de HIP, ha compartido cómo afrontan en su país la gestión de un ocio que busca la seguridad y el cuidado de la salud de todos los que forman parte de ella.

HIP – Horeca Professional Expo (19-21 febrero 2024, IFEMA MADRID): es el mayor evento de innovación para profesionales de la hostelería y la restauración que reúne cada año en Madrid las últimas soluciones, tendencias y modelos de negocio para mejorar la competitividad de esta industria. Además, en el marco de HIP se celebra el congreso Hospitality 4.0 Congress, con 12 auditorios, más de 30 summits y más de 700 ponentes con una agenda específica para cada profesional con las últimas innovaciones para cada segmento de la industria: hotel, restaurante, bar, colectividad, delivery/take away y servicios al viajero. HIP es un evento en colaboración de NEBEXT – Next Business Exhibitions e IFEMA MADRID.