

La importancia de la marca y su definición, el éxito en los negocios de la hostelería actual

La cumbre ha llevado sobre la mesa la expansión de las ‘smash burgers’ de la mano Goiko o Vicio, quien ha anunciado la apertura de 15 nuevos locales en 2025

Amancio López, Presidente del Grupo Hotusa, y Ramón Aragonés, CEO de NH Hotel Group, predicen un buen 2024 en el turismo pero advierten de un posible cambio de ciclo

Amancio López, Presidente del Grupo Hotusa, ha recibido el Premio a la Trayectoria Empresarial 2024 en HIP

Madrid, 20 de febrero de 2024. – La segunda jornada de [HIP – Horeca Profesional Expo](#), la mayor cumbre de innovación Horeca, ha recibido a los principales líderes de los modelos de negocio están marcando un antes y un después, y que han cambiado las reglas del juego del sector en los últimos años.

Uno de estos casos de éxito que ha presentado su visión en HIP ha sido el del **Grupo La Mafia se Sienta a la Mesa**. **Javier Floristán, CEO del Grupo**, ha puesto de relieve la necesidad de construir marcas con un posicionamiento claro con vistas a garantizar el futuro del negocio. *“En 2008, a causa de la crisis económica, las ventas bajaron un 35% de golpe, y cuando tienes una marca que no está consolidada, esto es muy complejo. En aquel momento decidimos seguir solo con La Mafia, porque vimos que el resto de marcas no tenían futuro.”* Por su parte, **Loli Riquelme**, Directora General del Grupo La Mafia se Sienta a la Mesa, ha reconocido que *“nosotros empezamos a consolidar la firma cuando llegamos a los 40 establecimientos. Ahí comenzamos a sentirnos más cómodos, dimos un salto exponencial y encaminamos el futuro de La Mafia. Sin embargo, con diez establecimientos una marca ya se puede afianzar”*.

Ambos han admitido que, para ellos, la pandemia fue *“un punto de inflexión”*. *“La marca se transformó, y marcamos un hito. Cambiamos el producto, el servicio, la decoración, y también implementamos la digitalización en nuestros establecimientos”*, han explicado.

Las “smash” ya no necesitan apellido

Uno de los segmentos que ha experimentado una transformación más notable ha sido el de las hamburguesas, a causa del incremento del concepto de las ‘smash burgers’. En una categoría que parecía ya copada por multitud de variantes, se ha abierto un nicho de mercado que ha demostrado tener una gran acogida por un público objetivo muy definido, que, en algunos casos, más que consumidores han devenido fans de marca.

El mayor exponente de este fenómeno es, sin duda, **Vicio**, una firma con una fuerte personalidad que ha sabido trazar el camino recto hacia la reinención de las hamburguesas. **Miguel Pérez, su COO & CPO**, ha asegurado en HIP que *“las smash Burger no son una moda. Han llegado a España para quedarse”*. Además, Pérez ha anunciado que el año que viene la cadena de ‘food delivery’ abrirá 15 locales entre Madrid, Barcelona y el resto del país, y que de cara a 2026 su objetivo es llegar a los 100 millones de facturación.

En cuanto a las claves de su concepto Pérez ha señalado que son *“un conjunto de tecnología, branding y producto. Nuestro propósito es crear una experiencia holística pensada para nuestro público, queremos impactar en el consumidor. Tenemos una estrategia de marketing basada en el awareness, queremos que nos conozcan”*. Y para ello Vicio realiza actividades de todo tipo, como “controles policiales” en las puertas de una discoteca o multas en los coches aparcados en la calle, “acciones buenas, rápidas y notorias”, explica el directivo.

Otro de los grandes actores de este segmento, **Goiko**, con más de 120 millones de volumen de ventas en el último ejercicio, ha acudido a la cumbre para compartir perspectiva. **Amir Kremer**, CEO de la compañía, ha expuesto que su reto ahora es *“convertir una cadena boutique en una institución. Para ello apostaremos por el talento interno, algo que ya venimos haciendo desde el principio. Nosotros desarrollamos carreras, no es un trabajo para un mes o un año, gran parte de los empleados en puestos de gerencia han sido antes camareros o cocineros. Somos una universidad para la industria.”* En cuanto a sus planes de futuro, Kremer ha constatado que *“creemos que en España caben más de 200 Goikos, vamos a pelear por llegar al 1,5 millón de euros de facturación por local”*.

“PINK’S o 200 establecimientos en 3 años”, así de elocuente era el título de la ponencia ofrecida por **Andrés Casanova**, Cofundador de la empresa, y que suponía una auténtica declaración de intenciones según él mismo, ya que creen que pueden lograr ese hito. Casanova también ha declarado que *“Pink’s!! nace con una propuesta sencilla: maximizar la calidad. La inversión inicial fue de unos 20.000 euros y la única razón por la que no tenemos ya 50 locales es porque no hemos querido captar fondos externos. Hemos abierto 11 locales en 2 años, y estamos facturando alrededor de 1.200.000 por local.”* En cuanto a sus planes de futuro ha admitido que *“aspiramos a ser la hamburguesería del barrio. Como nuestros locales son pequeños, su puesta en marcha y funcionamiento se dan de forma rápida. Esto facilita la expansión y la cercanía, pudiendo adaptar un establecimiento casi en cada barrio.”*

La industria hotelera lidera el cambio de paradigma

La ocupación hotelera en España no solo ha recuperado las cifras prepandemia, sino que las está superando. Un resurgimiento de la industria, que, según los últimos datos expuestos, ha supuesto casi el 13% del PIB nacional en el ejercicio de 2023 y ha contribuido en un 70% al crecimiento económico de España. Además, se está configurando un nuevo panorama hotelero en España protagonizado por la experiencia de cliente, el lujo y las nuevas fórmulas de alojamiento.

Para debatir sobre este contexto, ha acudido a HIP **Amancio López**, Presidente del Grupo Hotusa, y **Ramón Aragonés**, CEO de NH Hotel Group, dos de los grandes nombres del hotelero en el país. En cuanto a números, López ha admitido que *“2023 ha sido un buen año, y 2024 también lo será, aunque tendrá un crecimiento por debajo que el anterior, ya que 2023 ha sido extraordinario. Aun así, hay que estar preparados para cuando cambie la tendencia, que lo hará.”* *“Las empresas deben hacer estrategias de largo plazo cuando las cosas van bien”*, ha sentenciado.

Sobre la industria del turismo en España, el directivo ha declarado que *“los ciudadanos son conscientes de la importancia del sector de los viajes. España tiene muchos puntos fuertes en este sentido, como la seguridad, infraestructuras, estilo de vida, gastronomía, cultura y una*

leyenda favorable. Ahora el reto debe ser mejorar la competitividad, debemos de tener la capacidad de generar cultura propia basada en los valores, que son aquellas cosas sin precio: la integridad, la lealtad, el compromiso y pertenencia a largo plazo permiten establecer objetivos comunes y es positivo”.

Por su parte, **Ramón Aragonés**, ha precisado que *“hay que hacer un plan para salvaguardar la imagen turística de España como un destino de calidad. Herramientas como la IA son muy productivas para el negocio. Estamos desarrollando cosas que faciliten la estancia del cliente. Y es que para que el consumidor que se sienta en casa tenemos que hacer cosas como en casa. Por ello, hemos acordado con Amazon la incorporación de Alexa y ahora puedes preguntarle qué tiempo hace, clave de wifi, o pedir toallas. Ahora bien, la profesionalidad del chef, o la sonrisa del recepcionista eso no te lo va a dar, pero la IA puede ayudar en muchos otros aspectos”.*

Amancio López, premio a la Trayectoria Empresarial 2024

En el marco de HIP 2024, **Amancio López**, Presidente del Grupo Hotusa, ha recibido el premio a la Trayectoria Empresarial que la cumbre otorga anualmente a aquellos empresarios que han contribuido de una manera significativa al crecimiento socioeconómico de la hostelería del país y a situar España como destino turístico de referencia a nivel mundial.

Amancio López Seijas nació en la parroquia de Camporamiro, en la localidad lucense de Chantada. Cursó Estudios Empresariales y el PDG (Programa de Dirección General) de EADA (Escuela de Alta Dirección y Administración). Es presidente y consejero delegado de Grupo Hotusa, compañía a la que ha dedicado toda su carrera profesional y que dirige desde su fundación en 1977. Además, y entre sus múltiples compromisos profesionales, colaterales a la gestión de dicha organización, es Consejero de AENA, Presidente del Consejo Social de la Universidad Rey Juan Carlos y miembro del Consejo Consultivo de Foment del Treball.

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.

Para más información y material de prensa:

Elena Barrera | Rubén Santiago | Virginia Sánchez | press@expohip.com
T: 673 78 39 51 | T: 664 111 813 | T: 687 28 08 54 | www.expohip.com