

Las 10 claves para entender la hostelería de 2025

HIP 2025, la mayor feria de soluciones Horeca de Europa, ha definido las principales cuestiones que definirán el sector en los próximos meses a partir de las 707 voces expertas que se han citado en su congreso

Diferenciación y gestión del negocio se alzan como los pilares con los que asegurar la competitividad en el entorno actual

Madrid, 30 de abril de 2025 –. El conjunto de la hostelería se ha reunido en la novena edición de **HIP**, la mayor feria de soluciones para el canal Horeca en Europa, por la que han **pasado 56.793 directivos y profesionales**. Todos ellos han descubierto las últimas innovaciones del mercado, que han presentado **817 firmas expositoras**, y las tendencias que están definiendo el sector, de la mano de **703 ponentes internacionales**. Este conocimiento compartido se ha materializado en 10 claves que contribuyen a entender la industria actual y a tratar de responder a sus desafíos y oportunidades:

1. La hostelería crece ante un consumidor cauto

Según cifras compartidas en HIP 2025, el canal Horeca en España **crecerá un 4% en 2025**, mientras que Circana estima un **aumento del 0,2% en el *foodservice*** a nivel nacional. Esta moderada expansión se debe a la reducción de visitas en los establecimientos hosteleros y a la disminución del gasto por parte de los consumidores. Por ello, el sector se está enfocando en la **gestión** y la **diferenciación** para atraer clientes, además de la **innovación en los surtidos**.

2. Experiencias, ¿hiperpersonalizadas?

La creación de experiencias es crucial para la hostelería en 2025. Construir recuerdos más allá de la oferta gastronómica impulsa los negocios, cuidando el diseño, el menaje, el servicio y la comunicación.

Lo más relevante para los consumidores es la **hiperpersonalización**, como cafés que imprimen el rostro del cliente en la espuma, si bien es complicado de lograr a raíz de los altos costes. Por este motivo, las tendencias mayoritarias son la **personalización** y el **micromarketing** –en este último caso, propuestas para comunidades concretas como, por ejemplo, una cafetería para amantes de los gatos–.

3. Bienestar para fortalecer el equipo

La hostelería enfrenta una falta de talento que favorece la aparición de estrategias para cuidar a los equipos y mitigar la alta rotación. En HIP 2025 se ha destacado la importancia de equilibrar las demandas del negocio con las necesidades de los trabajadores, especialmente **en jornadas partidas y horarios irregulares**.

Conocer a los trabajadores en el *onboarding* o trabajar con una **Propuesta de Valor del Empleado**, que permita entender sus preferencias para ofrecerles beneficios personalizados que trasciendan lo económico, son iniciativas para mejorar esta situación. Eulalia Solís, Neuropsicóloga del Instituto Guttmann Barcelona, ha señalado en el evento que el éxito laboral debe cumplir con tres pilares: seguridad psicológica, sentimiento de pertenencia y sentido del trabajo.

HIP es un evento de:

4. Choque generacional

La edad media de los empresarios hosteleros en España es de cincuenta años, lo que crea una brecha con los jóvenes, que **no conectan con los valores ni la visión de las empresas**. Marc Roca, de El Celler de Can Roca***, ha explicado este fenómeno en HIP afirmando que *“el cocinero del XXI prioriza el bienestar y la sostenibilidad”*. Para reducir esta distancia generacional, los expertos proponen ofrecer formación para profesionales emergentes, aumentar sus responsabilidades y dejarles adaptar su jornada laboral.

5. Efecto de la reducción de la jornada laboral

La industria enfrenta **dificultades para adaptarse** a la reducción de la jornada laboral debido a la falta de mano de obra, los retos que emergen de la conciliación y la estacionalidad del turismo. La medida podría **minimizar la facturación** unos 5.100 millones de euros anuales. Además, la poca flexibilidad contractual y la desaparición de “la obra y servicio” complican la gestión del personal, limitando las nuevas incorporaciones.

6. España, líder europeo en inversión hotelera

España está siendo la cuna europea del *hospitality*. Todo apunta a que el **país mantendrá este año su liderazgo en cuanto a interés inversor**, destacando Málaga y Barcelona. El auge de la demanda viene dado por la **prioridad de viajar**, especialmente entre jóvenes, hecho que apunta a que los **precios sigan aumentando**. La tendencia actual pasa por la inclinación hacia alojamientos de lujo, resorts y hoteles boutique, desapareciendo los dos estrellas.

7. Más experiencias, lujo y menos impacto

La industria hotelera expone que lo que busca el huésped son experiencias únicas y más ricas. Para ello, las estrategias que se están siguiendo son la **integración de propuestas gastronómicas de alto nivel y de servicios añadidos** como *spas*, bares en azoteas o campos de golf. Por otra parte, el **impacto climático** es un eje que define el cliente hoy en día. Según cifras compartidas en HIP, el 74% de los visitantes prioriza la sostenibilidad a la hora de diseñar su viaje.

8. No comer como en casa

El consumidor de 2025 sale por razones como socializar, relajarse o celebrar, por lo que la comida no es el principal motivo. Por esta razón, hay un **auge en la inversión en conceptos WOW**, donde se apuesta por la sala, el servicio y los elementos digitales para compartir la vivencia en redes sociales. En este sentido, también se detecta un aumento de propuestas ligadas a la **fantasía**, al **lujo asequible** y a **las fusiones sin límites**, tanto de producto como entre marcas (**cobrandings**). Asimismo, se constatan más visitas en las salas y la disminución del *delivery*, aunque el **delivery telefónico** sigue siendo importante en áreas sin agregadores.

9. La IA para el equipo y el cliente

Más del 70% de los negocios buscan mejorar su propuesta mediante la tecnología. La IA es clave para **atender individualmente al cliente y crear experiencias únicas**, además de facilitar el ahorro energético y mejorar el rendimiento comercial. Por lo tanto, ya llega en todas las áreas.

Juan Gil, Travel & Hospitality Director en Microsoft, ha afirmado que *“la industria turística es donde la inteligencia artificial puede tener un mejor impacto”*. Entre las razones se encuentran que **6 de cada 10 viajeros esperan experiencias personalizadas** o que **el 72% de ellos leen**

HIP es un evento de:

reseñas antes de decidirse. Otro ejemplo de éxito expuesto en HIP 2025 se relaciona con programas de gestión de reservas que conocen los alérgenos y preferencias del cliente, **incrementando las repeticiones.**

10. Marcas auténticas

La necesidad de diferenciarse hace que las marcas apuesten por la autenticidad y por la creación de contenido cotidiano, mostrando su cara más genuina. Las redes sociales son una pieza clave, **estando al alza los videos donde consumidores y trabajadores comparten experiencias y conocimientos.** Según Metricool, YouTube es la plataforma más fácil para crecer desde cero este año, y la estrategia de *multiposting* maximiza la difusión del contenido.

HIP – Horeca Professional Expo (16-18 de febrero de 2026, 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 10 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 de: