

Las marcas hosteleras se vuelven más emocionales y experienciales para atraer al nuevo consumidor

Del 16 al 18 de febrero en IFEMA Madrid, HIP 2026 abordará cómo los negocios Horeca están impulsando su ventaja competitiva a partir de la creación de firmas auténticas y con valores

Líderes de KFC, Krispy Kreme, Machaka Burger, La Fresería, Meliá Hotels, La Martinuca, The Champions Burger y Arzábal, entre muchos otros, explicarán las estrategias que has desarrollado para crecer y destacar en el mercado

Madrid, 13 de enero de 2026 –. La hostelería afronta un 2026 marcado por los factores económicos que seguirán impactando en su desarrollo. La inflación, los costes operativos y la moderación del gasto por parte de los consumidores son elementos que previsiblemente continuarán afectando a los negocios Horeca. Para lidiar con este desafío, las empresas del sector están apostando por la diferenciación con el objetivo de contar con una ventaja competitiva sólida y destacar en el mercado. Una de las soluciones que se está consolidando para lograr esta diferenciación es la creación de marcas únicas, que conectan emocionalmente con su público objetivo, apoyadas por estrategias de marketing y la digitalización.

En este contexto de innovación, **HIP 2026**, la mayor feria en Europa de soluciones para la hostelería, que tendrá lugar del **16 al 18 de febrero en IFEMA Madrid**, abordará la transformación que están llevando a cabo las compañías de la industria para conseguir el interés de la demanda. En sus tres jornadas, el encuentro mostrará cómo algunas de las marcas más atractivas del momento han sabido generar deseo, distinguirse y formar comunidad para reforzar su competitividad.

Este es el caso de **KFC** quien, de la mano de su Brand & PR Lead en España, **Beatriz Martínez**, compartirá las últimas campañas que han desarrollado a fin de sorprender sin perder su esencia y ser tendencia en redes sociales. Unas redes que también son parte del motivo de la expansión de **Krispy Kreme** a nivel internacional, pero también nacional, que este año seguirá creciendo con nuevas aperturas en Barcelona o Málaga. Su CEO nacional, **Manuel Zamudio**, ahondará en su recorrido como una firma viral, que se ha afianzado mediante sus experiencias emocionales. Asimismo, **Alfonso Ortega**, que bajo el usuario de Cocituber dispone de más de 1 millón de seguidores en redes sociales, pondrá encima de la mesa el poder que tienen los *influencers* gastronómicos en la reputación y facturación de las empresas de la industria.

Paralelamente, HIP 2026 será el escenario que recibirá a **Rai Recoder, Paulo Pusset, Alejandro Fernández, y José A. Morales**, fundadores de **Deleito, Machaka Burger, La Fresería y The Champions Burger**, los cuales indagarán en sus casos de éxito, que tienen en común una propuesta centrada en la experiencia del cliente, un plan de marketing bien definido y el desarrollo del monoproducto. Sobre producto igualmente profundizarán **Christopher Aguilar**, CMO en **La Martinuca**, e **Iván Morales**, fundador de **Arábal**, que expondrán las claves para potenciar lo local y contárselo a los consumidores.

HIP es un evento de:

¿Qué busca la demanda?

Según la encuesta de la Mesa de Participación de Asociaciones de Consumidores (MPAC), el 77% de los consumidores en España ha modificado sus hábitos de compra en 2025 debido al panorama económico. Esta transformación de la demanda será el centro del debate del chef y creador de conceptos, **Eugenio de Diego**, que cuenta con Ático Barcelona; y de **Andrea García**, Marketing & Sales Lead del espacio abierto de cocina e innovación, **Infinito Delicias**. Ambos analizarán en el encuentro qué prácticas tradicionales tienen sentido actualmente para captar clientes, cuáles se han quedado obsoletas y qué nuevas expectativas tienen. La misma cuestión, desde un punto de vista práctico, la estudiarán **Bernardo Castro**, CMO de Grosso Napoletano, y **Jesús Cubero**, que ha sido CMO de Vicio, Burger King y KFC.

Una de las características que definen este cliente es la búsqueda de experiencias auténticas que refuerzan su vínculo con la marca. La tendencia está sucediendo tanto en el ámbito de la restauración como en el hotelero, tal y como analizarán en HIP 2026, **Juanma Barea**, Brand Marketing Manager de **Meliá Hotels**; **Marta Iglesias**, creadora de contenido Horeca que cuenta con 70 mil seguidores en Instagram; y **Yamil Errasti**, fundador y Head of Strategy de la consultora **Everything Now**. Por su parte, **Roberto Martínez**, CEO y chef de **Tripea**, concepto que fusiona la cocina peruana y el sudeste asiático; y **Aldo Sebastianelli**, CEO y chef de **Gustoo**, que se especializa en el *street food* de alta cocina, desgranarán las preferencias de los consumidores y la manera de proporcionar vivencias distintas. Además, **Alberto Monedero**, director de marketing de **La Tagliatella**, explorará lo que está triunfando en la categoría del *delivery*.

Tecnología, datos e IA al servicio de la marca

Más allá de la creatividad y del relato de marca, HIP 2026 profundizará en las oportunidades de la tecnología para que los negocios hosteleros crezcan de un modo estratégico, tomen mejores decisiones y refuercen su competitividad. En este sentido, **Pedro Rodríguez**, uno de los creadores de la cadena de pollo frito, Roost Chiken, explicará el uso que hacen de las herramientas digitales en su negocio y que les está permitiendo ser más eficientes. A su vez, **Jorge Lurueña**, CEO de Mapal, y **Marcos Gómez**, CEO y fundador de Yurest, mostrarán las opciones de la IA y el análisis de datos en las empresas hosteleras. En el primer caso, Lurueña dará a conocer las soluciones que han trabajado para mejorar la formación en la restauración mientras que Gómez presentará una nueva tecnología basada en visibilidad en tiempo real, control de las áreas críticas y análisis continuo para la hostelería independiente.

Consigue [AQUÍ](#) tu pase de prensa para acudir a HIP 2026

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.