

HIP 2026 cierra sus puertas con 61.917 profesionales y el anuncio histórico de su aterrizaje en Italia

La mayor feria de Europa de soluciones para la hostelería contará con su propia edición en Bolonia, del 19 al 21 de octubre, y será de carácter anual

El encuentro ha celebrado su décimo aniversario donde se ha apuntado que el futuro de la hostelería pasa por la gestión estratégica de los negocios, el bienestar de los equipos y la creación de marcas escalables y coherentes

Madrid, 18 de febrero de 2026 – **HIP – Horeca Profesional Expo** ha cerrado hoy las puertas de una edición histórica marcada por la celebración de su décimo aniversario. Por la mayor feria de soluciones de hostelería de Europa, que levantó el telón este lunes en IFEMA Madrid, han pasado **61.917 empresarios, directivos y profesionales del sector** que han conocido, de la mano de 1.024 firmas expositoras, las últimas innovaciones para impulsar la competitividad de sus negocios. El encuentro ha generado un impacto económico de **más de 102 millones de euros** y ha consolidado la capital como epicentro mundial de la innovación HORECA.

Asimismo, esta edición ha marcado un antes y un después en la trayectoria de HIP por el anuncio de su expansión internacional. Tras su afianzamiento en España, el evento de un paso más y aterriza en Bolonia, Italia, del próximo **19 al 21 de octubre**, y con un carácter anual. Este salto representa un hito en la proyección de la feria, que permitirá conectar los mercados nacional e italiano y promover la innovación HORECA en el país transalpino donde la industria hostelera es uno de los principales motores de su economía y referente, también, a nivel global.

Manuel Bueno, director de HIP, se ha mostrado ilusionado con el anuncio explicando que *“nuestro objetivo es acelerar la competitividad de la hostelería italiana a partir de nuestro modelo único mezclando conocimiento, las soluciones más pioneras del mercado y el networking. Después de diez años estando al lado de los hosteleros en España ahora queremos apoyar a los de Italia, los cuales han ayudado tanto a la definición del HORECA y de la gastronomía tal y como la entendemos ahora”*.

Marcas consistentes, clave para crecer entre el público joven

Durante las tres jornadas de HIP 2026, **712 líderes de la nueva hostelería** han abordado los principales retos a los que se enfrentan desde sus empresas para seguir siendo rentables, eficientes y sostenibles en el mercado actual, cada vez más exigente. En este sentido, los expertos han puesto en valor el bienestar de los equipos, para su fidelización y compromiso, un hecho fundamental con el que asegurar la competitividad de los negocios y la mejora de las experiencias. Igualmente, han destacado el potencial de crear marcas que sean diferenciales, con estrategias de expansión coherentes, y con la digitalización de procesos en el centro para fomentar el desarrollo y asegurar momentos memorables.

Precisamente el alcance actual de las marcas, y el diseño de comunidades, han sido asuntos examinados este miércoles en HIP 2026. **Aleix Puig**, Co CEO de Vicio, ha explicado que la firma

HIP es un evento de:

ha nacido *“en la era de las redes, por lo que rápidamente tuvimos que entender sus códigos. Lo que el cliente busca es coherencia: lo que ve en redes debe reflejarse en el punto de venta. No solo competimos con marcas de restauración, sino con todos aquellos que luchan por la atención de la comunidad”*.

Para **Beatriz Martínez**, Brand y PR Lead de KFC, la clave del éxito radica en mantener una identidad uniforme en todos los canales, ya sea en redes sociales, en un restaurante o en televisión. Martínez ha subrayado que, hoy en día, los clientes valoran más la innovación que las ofertas basadas en precio. Para terminar su intervención, su consejo para las empresas ha sido firme: *“encuentra una identidad clara, asegúrate de que sea consistente en todos los canales y, lo más importante, simplifica los mensajes. Los consumidores tienen una atención limitada, por lo que es crucial que el mensaje sea claro y directo.”*

En esta última jornada, **Dani García**, chef y empresario de Grupo Dani García, también ha puesto el foco en el concepto que ha construido, en su caso, alrededor de la democratización de la alta gastronomía. Su interés por otras industrias, como la moda y el marketing, lo ha llevado a estudiar cómo grandes marcas, como Inditex, logran hacer accesibles productos inspirados en el lujo. *“Cocinar no es solo preparar trufa o caviar, también es saber hacer un buen puré de patatas”*, ha afirmado García, destacando su obsesión por forjar marcas que lleguen a un público más amplio. A su vez, el conocido chef ha enfatizado en la importancia del marketing y de la armonización de marca. *“Si tú no te crees la marca, nadie más lo hará”*, ha concluido, destacando que las empresas deben tener una visión clara y un líder que guíe en la dirección correcta para mantener la cohesión y el rumbo del proyecto.

En la misma línea se ha expresado **Alejandro Fernández**, CEO de La Fresería, quien ha subrayado que en cualquier negocio que busca expandirse y perdurar, la clave no está solo en el producto, sino en el diseño de una firma sólida. *“Aunque en sus inicios La Fresería fue vista como una moda, hoy está asentada con establecimientos y con una alta tasa de repetición de clientes. Eso es lo que convierte una marca en un fenómeno”*, ha afirmado. Según él, los tres pilares fundamentales de la compañía son una firma sólida que no fluctúa, establecimientos *“cute e instagrameables”*, y un producto irresistible.

Por su parte, **Manuel Zamudio**, CEO de Krispy Kreme en España, ha aseverado que su marca se basa en *“multiplicar la alegría”*, creando experiencias compartidas que conecten emocionalmente con los consumidores. La marca, con su icónico glaseado original, ofrece una experiencia sensorial única en sus tiendas, donde los clientes pueden ver el proceso de elaboración en tiempo real. La estrategia de lanzamiento en España fue un éxito rotundo, con más de 27.000 medias docenas de rosquillas repartidas, generando un fenómeno viral en redes sociales, consolidándose como una *“love brand”*.

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

HIP es un evento de:



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:

NEBEXT
NEXT BUSINESS EXHIBITIONS