

## Uno de cada tres euros consumidos en la hostelería en el último año son en negocios de restauración de marca

Así se lo ha revelado el informe de Ameba Research en HIP 2025, donde también se han compartido las macro tendencias del auge del *fast food*, de las experiencias personalizadas y del café de especialidad

La primera jornada del encuentro también ha puesto el foco en la reducción de la jornada laboral y en la gestión financiera de los negocios Horeca de la mano de los directivos del Grupo La Ancha, Coque World o Rosi La Loca World

**Madrid, 10 de marzo de 2025.** – La primera jornada de [HIP 2025](#) ha servido para tomar el pulso de cómo está viviendo la hostelería el comienzo de este año y cómo se prevén los siguientes meses. En este sentido, **Vicente Montesinos**, Socio Director de Ameba Research, ha presentado en exclusiva el informe Monitor Ameba de la restauración organizada en el que se apunta que 1 de cada 3€ en España consumidos en hostelería en el último ejercicio ya son en restauración de marca. Una cifra positiva a la que se debe de tener en cuenta *“las interferencias del entorno macroeconómico, que pueden afectarnos en cualquier momento”*, ha explicado Montesinos. Si bien, el experto ha apuntado que *“en el mercado organizado se mantendrá un incremento de ventas gracias, sobre todo, a los operadores independientes y a una propuesta de valor asequible y competitiva”*.

Por su parte, **Cristina García Fuente**, Directora de Foodservice y Restauración en Kantar Worldpanel, ha asegurado que *“estamos entrando progresivamente en un nuevo ciclo en el que la inflación ya no será protagonista”*, algo que aumentará la competencia. Por lo tanto, *“ahora hay que focalizarse en cómo capturamos los momentos de consumo y cómo se reparten. Estamos en un mercado muy dinámico con un canal ganador que es el ‘fast food’, donde también destacan los restaurantes temáticos porque saben cómo enganchar al consumidor”*. La analista, del mismo modo, explicó que *“debemos de ver qué hace nuestro cliente y qué hace el que todavía no es nuestro cliente para poder seguir creciendo”*.

Sobre la evolución del café en España, **Víctor Santos**, Iberia Regional Manager de Lavazza, ha indagado y ha asegurado que *“la cultura del café ha evolucionado de manera muy positiva, y el consumidor busca más calidad y experiencias que nunca. Como marca referente en el sector, Lavazza cuenta con una propuesta que cubre todas las necesidades de todo tipo de establecimientos en hostelería a la vez que cubre las necesidades de este consumidor más exigente que nunca, siempre fiel a su compromiso con la tradición, calidad, excelencia e innovación”*.

Con Santos, en el escenario de HIP estaba **Albert Adrià**, cocinero, pastelero y empresario, que ha compartido su visión sobre el segmento del café y la pastelería, *“si entendemos la gastronomía como un vestido, necesitamos tres complementos que cada vez toman más importancia: la coctelería, el pan y el café. Este último debe tener su momento, su ritmo, su excelencia. Lo que veo en el futuro es la especialidad, elige algo y sé el mejor. Esto te permitirá*

*una inversión menor, una conexión más directa y una mejor calidad. En cuanto a la pastelería, creo que el futuro pasa por la reducción de azúcares, la creatividad y tener en cuenta la emoción gustativa”.*

### **La reducción de la jornada laboral, a debate**

En la primera jornada de HIP 2025 ha habido un consenso en que el futuro de la hostelería pasa por un rediseño de la gestión de equipos. En este sentido, un tema que se ha debatido ha sido la afectación de la reducción de su jornada laboral. Al respecto, **Ismael Martín**, propietario de la conocida casa de comidas Hevia, ha reconocido que *“tendrá consecuencias económicas, pero yo soy partidario de que nuestro equipo esté lo mejor posible. Ahora mismo hay mucha rotación de gente joven que quiere aprender y conocer el sector, hay que intentar retener a este talento, que es lo más importante de nuestra empresa”.*

En la misma línea se ha pronunciado **Nino Redruello**, CEO de Grupo La Ancha, quien ha señalado que *“es una gran noticia que nos obliguen a hacer las cosas bien y poder transmitir que se puede ser feliz en la hostelería. Las personas en el sector van a condicionar los modelos de negocio, de modo que esto tiene que evolucionar. Por ejemplo, en mi próximo proyecto abriremos de lunes a viernes solo por la noche”.*

Por su parte, **Juan Diego Sandoval**, Director de Coque World, se ha alienado con lo comentado afirmando que *“el cliente interno es cada vez más importante. Hay que cuidarlo para que crezca, darle herramientas y formación, este es el camino que tiene que tomar la hostelería.”.*

### **La gestión marca la diferencia**

Un segundo gran desafío que se ha desgranado en los auditorios de HIP 2025 ha sido la necesidad de profesionalizar la gestión de las empresas hosteleras. A tal efecto, **Miguel Bonet**, Co-Fundador de la consultoría Ansón + Bonet, ha apuntado que *“el plan de negocio debe incluir dos patas: la conceptual y la que incluye los números, que tienen que ser conservadores y realistas. Hay que combinar la creatividad y la realidad desde una óptica conservadora”.*

Sobre esto, Redruello ha indicado que *“el futuro pasa por ser cirujanos de la gestión para conseguir darle un poco más a tu equipo. También pasa por la flexibilidad y por saber que lo que contamos hoy a lo mejor dentro de dos años ya no vale.”.*

Por su parte, **Minerva Tapial**, CEO de Rosi La Loca World, ha precisado que *“la receta para el crecimiento es tener un espíritu y alma de marca muy potente. Esto te lleva a la rentabilidad porque estás haciendo algo con pasión, innovador y diferenciador. Nosotros no elegimos la expansión a gran nivel con una sola marca, sino que preferimos ajustar más los márgenes pero invertir mucho en ser escalables en cuanto a la filosofía, no tanto en escalar la cuenta de explotación”.*

Por último, Sandoval ha hecho un alegato sobre la necesidad de elevar la sala, *“tiene que ser más brillante, con una puesta en escena más conmovedora, que se vea que hay un pensamiento detrás cuando se entre. No se trata solo de llevar el plato a la mesa, hay que hacer un discurso alrededor, con las luces, música o el aroma.”*

---

**HIP – Horeca Professional Expo (10-12 de marzo de 2025, 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 750 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.