

REVISTA

# HOSTELERÍA.com

DESIGN, EQUIPMENT, FOOD SERVICE &amp; BEVERAGE

## SELECCIÓN DE PROYECTOS

Pablo  
La Zambra

Ocean Drive Sevilla / Circolo Popolare /  
Paraíso de los Pinos / Niko

## EQUIPAMIENTO

EL INFORME / Rehabilitación y sostenibilidad

EL INFORME / Accesibilidad

EL INFORME / Equipamiento exterior

TENDENCIAS / Higiene y limpieza

## FOOD SERVICE & BEVERAGE

EL MERCADO / Bebidas analcohólicas

TENDENCIAS / Postres



# Next level – para balcones y fachadas

Menos perfil, más insonorización



# REVISTA HOSTELERÍA.com

DESIGN, EQUIPMENT, FOOD SERVICE & BEVERAGE

## ¡NOS VEMOS EN LAS FERIAS!

En los últimos años el mundo ferial ha vivido una importante evolución, pero la idea de intercambio y comunicación personal que preside estas convocatorias, en esencia, sigue siendo la misma. A pesar del auge creciente de los entornos digitales para el desarrollo empresarial, las compañías no renuncian a asistir a eventos en los que la experiencia directa es insustituible.

El carácter presencial de las ferias impulsa el clima de confianza y la naturalidad para hablar de negocios, facilita las relaciones y ofrece una buena radiografía de los valores de un sector. En HOSTELERÍA, además, estamos convencidos de que en nuestro contexto sectorial la importancia de las ferias es todavía mayor, si cabe, por la oportunidad de poder ejercitar en ellas, en toda su extensión, los cinco sentidos.

Desde un punto de vista estratégico, las plataformas feriales siguen favoreciendo las oportunidades para los negocios, fomentan alianzas, incrementan la visibilidad de las compañías y refuerzan su imagen. Estos eventos son ocasiones únicas para contactar con muchos compradores, proveedores y especialistas del sector en un periodo corto de tiempo y en un solo lugar. Son encuentros claves en el desarrollo comercial y favorecen los procesos de venta como escaparate para los que ya son clientes y fuente de ampliación de la red de contactos. Además suponen una buena oportunidad para

mostrar tanto las referencias más consolidadas como el despliegue innovador en productos y servicios. Y, sin duda, suponen el gran termómetro para tomar el pulso al mercado, conocer tendencias y evaluar lo que hace la competencia.

Los distintos encuentros feriales que han tenido lugar en lo que llevamos de año relacionados con nuestro ámbito informativo, tanto en Madrid como en Barcelona, Valencia o Málaga, han vuelto a evidenciar la vitalidad del negocio de la hostelería y sus sectores afines. Así, las últimas ediciones de Fitur, Madrid Fusión, HIP, H&T, Alimentaria & Hostelco, Cevisama o el Salón Gourmets, primeras paradas dentro del extenso panorama ferial español en los que nuestra publicación ha estado presente, han vuelto a demostrar el poder de atracción, para expositores y visitantes; revalorizando su papel como foros indispensables en los segmentos a los que se dirigen. Y son solo el anticipo de lo que todavía nos deparará 2024. Para los próximos meses la agenda ferial de nuestra revista sigue llena de grandes convocatorias en las que seguiremos participando activamente. En Madrid no faltaremos a la cita con Architect&Work, Organic Food Iberia, Interihotel, Guext o Fruit Attraction. Mientras, en Barcelona recorreremos la oferta de Construmat, la de Habitat en Valencia y en Sevilla participaremos en Auténtica, entre otras convocatorias. ¡Nos vemos en las ferias! **C.M.**

REVISTA  
HOSTELERÍA.com  
DESIGN, EQUIPMENT, FOOD SERVICE & BEVERAGE

info@revistahosteleria.com

 **versys**  
EDICIONES TÉCNICAS

C/ Invierno, 17  
28850 Torrejón de Ardoz (Madrid)  
Teléfono: 91 297 20 00

DIRECTORA EDITORIAL: Carmen Méndez - carmen.mendez@revistahosteleria.com

REDACCIÓN: Mónica Martínez, Rafa Gallego, David Borja y Lola Marlina

MAQUETACIÓN: Eduardo Delgado

DIRECTORA COMERCIAL ÁREA DE DISTRIBUCIÓN: Mercedes Álvarez - mercedesalvarez@revistahosteleria.com

EJECUTIVAS/OS DE CUENTAS: M<sup>a</sup> Ángeles Martín - angeles.martin@revistahosteleria.com, Lola Rubio - lola.rubio@revistahosteleria.com (Design & Equipment), Ana López - ana.lopez@revistahosteleria.com, Julio José Martínez Ruiz - julio.martinez@revistahosteleria.com (Food Service & Beverage)

CEO: José Manuel Marcos Franco de Sarabia | DIRECTORA DE OPERACIONES: Esther Crespo

DIRECTOR DE EXPANSIÓN Y DESARROLLO: José Manuel Marcos de Juanes

Copyright: Versys Ediciones Técnicas, S.L.

La suscripción a esta publicación autoriza el uso exclusivo y personal de la misma por parte del suscriptor. Cualquier otra reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta publicación sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares. En particular, la Editorial, a los efectos previstos en el art. 321 párrafo 2 del vigente TRLPI, se opone expresamente a que cualquier fragmento de esta obra sea utilizado para la realización de resúmenes de prensa, salvo que cuente con la autorización específica. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar, escanear, distribuir o poner a disposición de otros usuarios algún fragmento de esta obra, o si quiere utilizarla para elaborar resúmenes de prensa ([www.cedro.org](http://www.cedro.org); 91702970/932720447).

Las opiniones y conceptos vertidos en los artículos firmados lo son exclusivamente de sus autores, sin que la revista los comparta necesariamente.

Impime: Gama Color. Dpto. Legal: M-25889-98 - ISSN: 2530-965X - ISSN (internet): 2630-9668 - Copyright: Versys Ediciones Técnicas, S.L.

Fotografía de portada: Restaurante Pabblo



# SUMARIO



## Noticias

- 06 Mercado hotelero
- 08 Canal hostelería

## Diseño

- 10 Pabblo / Un 'todo en uno' que combina gastronomía y espectáculo
- 16 La Zambra / Un refugio exclusivo, bohemio y cool
- 22 Ocean Drive Sevilla / Espíritu cosmopolita y corazón sevillano
- 24 Circolo Popolare / Decoración atrevida y llamativa para una cocina italiana auténtica
- 26 Paraíso de los Pinos / Un paraíso secreto en Formentera en el que desconectar en plena naturaleza
- 28 Niko / Respeto por la tradición

## Equipamiento

- 30 El Informe / Rehabilitación y sostenibilidad
- 38 El Informe / Accesibilidad
- 44 El Informe / Equipamiento exterior
- 50 Tendencias / Higiene y limpieza
- 56 Selección Decó
- 60 Empresas y Productos

## Food Service & Beverage

- 64 El Mercado / Bebidas analcohólicas
- 68 Tendencias / Postres
- 72 Premios / Los 12 productos SABOR DEL AÑO RESTAURACIÓN 2024
- 74 Pasarela Food Service & Beverage
- 76 Empresas y Productos

## Mesa Reservada

- 78 Rafael Ansón, Presidente de la Real Academia de Gastronomía de España: "Madrid, Capital Europea de la Cultura Gastronómica 2024"
- 79 Marta Ruiz, Directora de Calidad, PRL y Sostenibilidad de Mediterránea Group: "Innovación, sostenibilidad y renovación de la oferta: las 3 claves del crecimiento de la restauración colectiva en 2024"
- 80 Francesc Escolà, Consejero Delegado de Ecospirits España: "La economía circular, una necesidad para la hostelería"
- 81 Silvia Martínez, VP Customer Development de Coca-Cola Europacific Partners: "La gastronomía española: un pilar de innovación y riqueza"





**TM** / LEADER  
CONTRACT

LA ZAMBRA RESORT · MIJAS (MÁLAGA) ESPAÑA.

FABRICACIÓN Y EQUIPACIÓN DEL HOTEL CON **MOBILIARIO A MEDIDA.**



## ROOM MATE HOTELS ESPERA CERRAR EL AÑO CON 150 MILLONES DE EUROS DE VENTAS

Room Mate Hotels, presidida por Kike Sarasola, acaba de cerrar el año con cero deuda, un crecimiento del 37% en ventas y

una facturación normalizada de 106,5 millones de euros; lo que supone un EBITDA normalizado de 15,7 millones de euros, con un margen sobre ventas cercano al 15%. Además, la compañía espera terminar este ejercicio 2024 con un EBITDA normalizado de 24,1 millones de euros, esto es un crecimiento del EBITDA respecto de los datos reales del 2023 de 8,5 millones de euros (53,5% en términos relativos) con un ratio de conversión a caja operativa prácticamente equivalente en una proporción 1 a 1; y aspira a alcanzar una cifra de ventas en torno a los 150 millones de euros, una vez estén todos los hoteles reformados y abiertos al 100%.

En este contexto, la cadena anuncia además del rebranding de su marca matriz el lanzamiento de Room Mate Collection para hoteles de 4 estrellas Plus, que surge como una evolución de la propia marca Room Mate y que define como hoteles de menos de 80 habitaciones con la misma esencia de la marca, pero con una decoración más serena y elegante y una atención al cliente más personalizada, sin perder las otras cualidades insignia de la cadena como son la localización en el centro de la ciudad o la tranquilidad de estar como en casa, señas de identidad de Room Mate. De todos los actuales, de momento, dos pasarán a ser parte de Room Mate Collection: Gerard (66 habitaciones) en Barcelona y Giulia (85 habitaciones) en Milán. Además, la cadena está estudiando todas las operaciones que le llegan ubicadas en centros de ciudad -ya sea en forma de compra, alquiler o gestión-, y en negociaciones para incorporar nuevas unidades a finales de 2024 o primeros de 2025 en Reino Unido (Londres), Francia (París), Italia (Sicilia, Roma y Milán) y Alemania (Berlín, Hamburgo o Múnich) con el foco puesto en crecer en Europa principalmente. Un crecimiento que está apoyado por diversos fondos americanos, europeos y de Middle East que quieren comprar inmuebles para que sean gestionados por la compañía. Room Mate Hotels encara esta nueva etapa con un rebranding de marca que irá acompañado de nuevas unidades que se sumarán para finales de año, así como renovaciones en los actuales, nuevas ideas de atención al cliente o mejoras tecnológicas. La cadena española cuenta en la actualidad con 22 (cerca de 1.700 habitaciones) repartidos en 5 países: 12 de ellos ubicados en España (principalmente Madrid y Barcelona) y 10 en el extranjero; siendo 6 en Italia (Venecia, Florencia, Roma y Milán), 2 en Países Bajos (Ámsterdam y Rotterdam), 1 en UK (Londres) y 1 en Turquía (Estambul).

Room Mate empezará 2025 con una imagen renovada, acorde a su filosofía y valores (urbano, diseño ecléctico y personalizado y vocación al cliente) que habrá plasmado en hoteles como Capo d'Africa que se va a convertir en el futuro Room Mate Mía de Roma. Además, aspira a crecer hasta 35 hoteles en los próximos 18 meses y pasar de 1.700 habitaciones a 3.600, lo que supone un crecimiento exponencial que casi duplica su capacidad, para lo que cuenta con una inversión prevista de más de 16 millones.

## NUEVO TANDEM SOLERA EN JEREZ DE LA FRONTERA

Eurostars Hotel Company, el área hotelera de Grupo Hotusa, consolida su apuesta por la marca Tandem Suites con la apertura de su decimosegundo establecimiento: el Tandem Solera, en Jerez de la Frontera. Este nuevo Tandem Suites se erige sobre un edificio de arquitectura burguesa jerezana de la segunda mitad del siglo XIX. En su estructura de casa-patio destaca la composición de la fachada de dos plantas; realizada en sillería de piedra arenisca al estilo tradicional. El inmueble ha sido recuperado y,

tras un trabajo de restauración, alberga ahora 20 suites decoradas con coloridas imágenes de bodegas locales que permitirán a sus huéspedes conectar con la tradición y la historia locales. Con este, ya son 12 los alojamientos de la marca: 5 en Cádiz, 1 en Málaga, 2 en Córdoba, 2 en Alicante, 1 en Lisboa y 1 en Jerez de la Frontera.



## EASYHOTEL EXTIENDE SU PRESENCIA EN ESPAÑA

easyHotel ha anunciado la adquisición del terreno para iniciar la construcción y el desarrollo de un nuevo hotel en Alicante, extendiendo así, su presencia en España. Con esta nueva apertura, serán un total de seis los hoteles de easyHotel en nuestro país: los que ya se encuentran operativos en Málaga, Madrid y Barcelona (en la Fira), junto a las próximas aperturas anunciadas de un segundo hotel en Barcelona (en Meridiana) y Valencia, a los que se unirá este nuevo de Alicante. Esta nueva apertura se enmarca dentro de la estrategia de crecimiento y expansión de easyHotel en toda Europa, especialmente en Francia y España, basada en el conocimiento del grupo en el sector de los viajes.

Ubicado en la Avenida de Alcoy, junto al Parque del Tossal, el nuevo hotel de Alicante con 2.900 metros cuadrados, contará con 97 habitaciones bajas en carbono, diseñadas por easyHotel para combinar principios y materiales de construcción sostenibles con la comodidad de los huéspedes.

La propiedad se construirá utilizando materiales reciclables y sostenibles, optimizando el espacio y la superficie con un diseño inteligente de las habitaciones que permitirá minimizar los materiales de construcción y reducir la huella de carbono. Todos estos factores harán que el edificio sea catalogado como "Muy Bueno" por Breeam en materia de sostenibilidad.

easyHotel estima que el nuevo hotel de Alicante abra sus puertas en 2026 y genere alrededor de 15 puestos de trabajo directos e indirectos. Con una cartera de 47 hoteles en toda Europa, easyHotel ha establecido su presencia en España, a través de sus hoteles en Málaga, Madrid y Barcelona ya operativos, a la vez que tiene previsto nuevas aperturas en la Ciudad Condal y Valencia, ambos en 2025. Asimismo, la marca de bajo coste también abrirá un cuarto hotel en Zurich y su primer hotel en Marsella, a finales de este año.



## ESTIMAR HOTELS AFIANZA SU EXPANSIÓN CON NUEVOS PROYECTOS

Estimar Hotels, anteriormente Sol y Mar Hoteles, amplía su porfolio con la apertura de tres nuevos establecimientos. La compañía actualmente posee dos hoteles en la ciudad de Calpe, SolyMar Gran Hotel y Estimar Calpe Suitopía, así como un bloque de apartamentos.

Estimar Valencia, será el primer hotel urbano del grupo, abierto al público en mayo 2024. De concepto boutique, destaca por su ubicación, a unos pasos de lugares emblemáticos. En cuanto a interiorismo y diseño de espacios, el estudio Rosa Roselló ha sido el seleccionado. Este hotel de categoría cuatro estrellas, contará con 65 habitaciones, un restaurante, una zona de terraza abierta al público en su azotea y servicios enfocados al bienestar, incluyendo un spa e instalaciones fitness.

En lo que a la propuesta gastronómica se refiere, se apostará por un concepto culinario propio, enfocado en la gastronomía nacional mediterránea, reafirmando su compromiso basado en la riqueza de las raíces valencianas de la compañía. Por otro lado, la terraza-rooftop del hotel "The Coin", contará con una propuesta de coctelería elaborada por el coctelero Patxi Troitiño, que cuenta con galardones internacionales como el Premio 'Gourmand' en Francia.

En segundo lugar, ubicado en primera línea de playa de La Poble de Farnals (Valencia), se sitúa Estimar Marina Farnals, un hotel de enfoque vacacional que prevé su apertura este verano 2024. Contará con 130 habitaciones, un restaurante, un rooftop con vistas al mar, y un gimnasio equipado con



máquinas fitness de última generación. El diseño será mediterráneo y contemporáneo, proyectado por el estudio de interiorismo de Zdenka Lara, cofundadora de la empresa de transformación hotelera Eco-One, por lo que contará con un componente sostenible en la implementación de los distintos espacios del hotel, haciendo hincapié en los materiales de origen natural. Por último, a mediados de 2025 se inaugurará Estimar Benicasim. Concebido por el estudio valenciano de arquitectura de Fran Silvestre, el diseño del edificio será moderno y de líneas puras, haciendo hincapié en la decoración minimalista y los espacios abiertos. El complejo contará con 106 habitaciones, zona de spa con cabinas para tratamientos, piscina y un restaurante en su planta baja, una azotea con piscina abierta al público y servicio de restauración, así como una sala de convenciones. El hotel, que se encuentra actualmente en construcción, promete ser el primer complejo hotelero en España con el sello Well Building Standard.

## GRAND HYATT BARCELONA ABRE SUS PUERTAS

Hyatt Hotels Corporation ha anunciado la apertura del Grand Hyatt Barcelona, el primer hotel urbano Grand Hyatt en España. Esta apertura es el quinto hotel Grand Hyatt en Europa y refleja el acelerado crecimiento de Hyatt en España. Situado en la zona de Alta Barcelona, el hotel cuenta con 465 habitaciones, incluyendo 49 suites y un ático. Inspiradas en el Art Decó, cada una de estas habitaciones ofrece las últimas comodidades, como productos cosméticos de Natura Bissé.



El hotel también cuenta con 4 destinos gastronómicos que ofrecen una fusión de sabores que combinan la inspiración local y la influencia internacional. Entre ellos destaca Maymanta, el restaurante peruano situado en la azotea de la planta 19, que ofrece unas vistas de 360 grados de Barcelona. Dirigido por el chef Omar Malpartida, Maymanta invita a los comensales a un viaje culinario por los paisajes sudamericanos de Perú y sus sabores.

Por su parte, Leña, el asador dirigido por Dani García, que abrirá sus puertas a finales de este año, combina innovación y tradición.

Mientras, Sofía Bar & Tapas ofrece una mezcla de cocina mediterránea y tapas maridadas con cócteles de autor, que se podrán degustar en su terraza. Además, los amantes de los dulces, la fruta fresca y las ensaladas, podrán disfrutar de Philosophia, cafetería boutique que cuenta con una terraza al aire libre con vistas a la Avenida Diagonal y la Alta Barcelona. Oasis Spa by Natura Bissé, mientras, ofrece una piscina y cascada de 75 metros cuadrados, una zona de vapor turco, una sauna y cabinas privadas para tratamientos exclusivos de Natura Bissé. Además, el hotel cuenta con una piscina al aire libre con terraza, tumbonas, bar y restaurante. También alberga 22 salas de reuniones que abarcan 3.400 metros cuadrados.

## GRUPO HOTUSA MEJORÓ UN 23% SUS INGRESOS EN 2023

Grupo Hotusa cerró 2023 con unos ingresos que se situaron en 1.418 millones de euros, cifra que supone un aumento del 23% respecto a 2022. Asimismo, el Ebitda de enero a diciembre se elevó un 51% en comparación con el año anterior, alcanzando los 202 millones de euros. La consecución de estos resultados se sustenta, según la compañía, en una consolidada y sostenida política de expansión que ha permitido el crecimiento del portfoli de hoteles en una veintena de establecimientos; Una buena gestión basada, principalmente, en un exhaustivo control de costes; y la favorable evolución de la demanda a lo largo del año, que ha redundado en la recuperación de todos los segmentos, ratificando, una vez más, la fortaleza del sector.

Amancio López Seijas, presidente de Grupo Hotusa.





## RUAR STREET BURGER ABRIRÁ CINCO ESTABLECIMIENTOS EN ESPAÑA

Ruar Street Burger ha revelado su plan de expansión: abrir un total de 5 establecimientos más en lo que queda de año. Así lo ha indicado Fabio Souza, CEO y Founder de Ruar, durante la presentación de su nuevo branding e imagen. Souza ha afirmado que la próxima apertura será en Madrid, el mes de mayo.

El nuevo branding pretende resaltar más los valores que caracterizan a la marca, como la elaboración propia de todos los productos, las técnicas de alta cocina y artesanales de los procesos de cocina y la esencia y cultura Street. De la mano de esta nueva imagen, fuertemente vinculada a la cultura hip-hop y graffiti, Ruar ha presentado también su nueva carta, con la que debutará el próximo mes de mayo en Madrid.



Jaime Arteaga y Diego Pérez Crespo, socios fundadores de Do Eat!

## DO EAT! CIERRA 2023 CON UNA FACTURACIÓN DE 13 MILLONES DE EUROS

Do Eat! ha conseguido un crecimiento notable en 2023. La compañía cerró el ejercicio pasado con una facturación de 13 millones de euros, cinco millones más que el año anterior, y prevé cerrar 2024 con un crecimiento superior al 20%, hasta alcanzar los 16 millones de euros. En 2023, la compañía amplió en un 20% su plantilla, incorporando alrededor de 60 profesionales a sus restaurantes de toda España, y este año tiene previsto un crecimiento del 40% de su plantilla, hasta alcanzar los 400 trabajadores.

A lo largo de 2023, Do Eat! ha abierto un restaurante en Madrid en UAX Arapiles y dos nuevos en las residencias de estudiantes Nido Aravaca y Student Experience Pozuelo. Este año, la compañía prevé nueve aperturas más.

La cadena de restauración ha desarrollado también un nuevo modelo de colaboración con Carrefour, con el objetivo de llevar las ensaladas y productos frescos diarios a varios establecimientos de Carrefour Markets en Madrid. Y, para este nuevo año, ha llegado a un acuerdo con Alliance Vending (Arbitrade) para introducir, de forma pionera en centros empresariales y colivings, máquinas de vending inteligentes de última generación con producto fresco elaborado diariamente en las instalaciones de la cadena.



## GRUPO SUSHITA SIGUE CRECIENDO CON LA APERTURA DEL OCTAVO RESTAURANTE EN MADRID

Sushita Cabana ha abierto sus puertas en Aravaca. Con esta nueva apertura, el Grupo Sushita sigue creciendo con su octavo restaurante en Madrid para consolidar su

presencia en la ciudad. Este último restaurante, amplio y luminoso, cuenta con un salón en el que destaca una chimenea de mármol rojo proveniente del Mercado de Las Pulgas de París. El ambiente está adornado con piezas únicas, como dos grandes jarrones de bambú italiano de los años 70, adquiridos en la tienda de antigüedades Slou, lámparas de bambú importadas de Italia y jarrones procedentes de Siena. Sushita Cabana cuenta con un mural pintado a mano por Johina García Conchoso. El restaurante tiene también un espacio privado diseñado como una jaima de lino con tintes naturales, decorado con papeles que muestran jardines.

Para crear su oferta gastronómica, el equipo de chefs emprendió un extenso viaje a Hong Kong y otras regiones de China, donde se inspiraron en los sabores y técnicas culinarias de la cocina cantonesa y del sudeste asiático. Y la vajilla del restaurante ha sido diseñada por Sandra Segimón, presidenta de Sushita, en colaboración con el equipo de Marketing de la marca.

El logotipo, que evoca la imagen de una jaima, también ha sido concebido por este equipo. Sushita Cabana cuenta con un espacio dedicado a la exposición y venta de las piezas más destacadas de vajillas y complementos de Eugenia & Sushita.

## STARBUCKS INAUGURA SU LOCAL NÚMERO 200 EN EL CORAZÓN DE MADRID

Starbucks ha alcanzado ya las 200 tiendas en toda España. La ciudad elegida para inaugurar la última tienda de la compañía ha sido la ciudad madrileña. Además, lo hace en un lugar céntrico de la ciudad, ya que está en la Plaza Santa Cruz, nº6, a pocos pasos de la Plaza Mayor.

El nuevo local tiene una extensión de 164 metros cuadrados y tiene capacidad para 48 clientes. Asimismo, dará empleo a 15 personas que pasarán a ser partners de Starbucks. Con esta nueva inauguración, que supone el local número 56 en la Comunidad de Madrid, la compañía consolida su apuesta por seguir abriendo nuevos establecimientos en la capital. Ya que hace apenas dos semanas, la marca inauguró otro restaurante en la calle Serrano.



## DITALY LLEGA A ALBACETE

Albacete, la capital más oriental de Castilla-La Mancha, es el lugar escogido por Ditaly, la marca más joven del Grupo La Mafia se sienta a la mesa, especializada en cocina italiana al horno, para abrir su nuevo restaurante.

Para esta apertura se ha encontrado un local en la calle Madres de la Plaza de Mayo número uno, a menos de cinco minutos de la galería comercial Pasaje de Lodaes. Un espacio a diferentes alturas, donde poder ser partícipes del trabajo de los pizzaiolos al tener la cocina a la vista, siendo el horno el principal protagonista.







## AREAS SIGUE DESARROLLANDO SU OFERTA DE RESTAURACIÓN EN MADRID-BARAJAS

Areas sigue desarrollando su oferta de restauración en el aeropuerto de Madrid-Barajas. Así ha inaugurado tres nuevos establecimientos que promueven el concepto de comida saludable. Se trata de las marcas La Place, Flax & Kale, y Chia, como parte de la consolidación de la compañía tras ganar el macro-concurso convocado por Aena en 2023 para la restauración en dicho aeropuerto. En total, la compañía española se adjudicó 35 de los 55 locales disponibles.

En primer lugar, Areas ha apostado por La Place, conocido por su concepto "cool y trendy" y servicio ágil, que ofrece una selección de productos en formato Grab&Go. La Place está presente en 90 ubicaciones en todo el mundo, destaca en los principales aeropuertos, incluyendo Schiphol en Ámsterdam, el Aeropuerto Pearson de Toronto y el aeropuerto de Barcelona-El Prat. El nuevo establecimiento, con una superficie de 242 metros cuadrados y capacidad para 120 pasajeros, ofrece

una experiencia culinaria natura elaborada con ingredientes frescos y de temporada. Areas sigue las principales tendencias de mercados internacionales y por eso incorpora a su oferta a la marca Flax & Kale, pionera en gastronomía saludable y flexitariana, que brinda una experiencia gastronómica a través de bowls y ensaladas, así como opciones calientes. Todos ellos se preparan al momento en una cocina a la vista, utilizando productos frescos y de temporada. Su oferta también incluye opciones plant-based, producidas en sus propias plantas productivas en España. Ubicado en la zona comercial de embarque de la Terminal T4, el establecimiento abarca una superficie de 292 metros cuadrados y tiene capacidad para 94 comensales.

Areas ha inaugurado también Chia. Bajo el claim "healthy food as never before" que presentan una carta diseñada para aquellos viajeros, cada vez más numerosos, que no quieren descuidar su salud cuando están fuera. Apostando por un concepto gastronómico centrado en la comida no procesada, alimentos sostenibles y locales, y una alimentación basada en ingredientes naturales. Ubicado en la Terminal T2, en la zona de embarque puertas D, el

establecimiento cuenta con una superficie de 235 metros cuadrados y tiene capacidad para atender a 83 clientes.

Igualmente, Areas ha inaugurado recientemente dos nuevos establecimientos con concepto cervecero y sabor local: La Barra de la Bientirada (Grupo Lalala) y Bareto (Grupo Barbillón). Bareto ya tenía presencia en la T2 del aeropuerto y ahora aterriza en la T4. La cervecería cuenta actualmente con 7 establecimientos en la ciudad de Madrid, situados en Alcalá, Atocha, La Moraleja, Chamberí, Ifema Madrid y el aeropuerto Adolfo Suárez Madrid - Barajas. El nuevo establecimiento es una recreación del bar tradicional. El local, de 630 metros cuadrados y capacidad para unas 200 personas, está situado junto al hall de llegadas de la T4 y abre 24h.

Por su parte, La Barra de la Bientirada destaca por su cocina castiza e informal. Con una decoración cuidada y una gran barra cervecera como protagonista, este establecimiento de 303 metros cuadrados, fusiona lo tradicional con elementos más innovadores. El espacio, habilitado para 116 personas, está situado zona de embarque – puertas B.

## WOK TO GO LLEGA A BARCELONA CON SU PRIMERA APERTURA INTERNACIONAL



Después de consolidarse en Países Bajos con más de 30 restaurantes, la cadena de comida oriental Wok To Go da el salto internacional y aterriza en España con la apertura de un local en pleno centro de Barcelona. La marca neerlandesa abrió su primer restaurante en el año 2003. Dos décadas después, Mike Leussink, propietario de Wok to

Go, explica por qué han elegido a España, y concretamente Barcelona, como el país para iniciar su expansión: "Barcelona, al igual que Ámsterdam, donde tenemos cuatro locales en funcionamiento, es una ciudad multicultural y abierta, muy orientada hacia el turismo". La inauguración de esta nueva propuesta culinaria en Barcelona, que estará ubicada en Ciutat Vella, en la Calle de Ferrán número 5, a escasos metros de La Rambla, está prevista para los meses de verano. La intención de la empresa es continuar creciendo en España y abrir entre tres y cinco restaurantes más en Barcelona; y después en otras ciudades del país. La cadena neerlandesa cuenta con una cocina central en Países Bajos, donde elaboran todos los platos antes de incorporarlos a cada uno de sus restaurantes, un proceso con el que pretenden seguir creciendo internacionalmente.

## UDON PREVÉ ALCANZAR 85 LOCALES EN 2024

Udon Asian Food, compañía de comida asiática en España, celebra su 20 aniversario. En 2004, Udon Asian Food nació en Barcelona como negocio familiar, y abrió su primer noodle bar en el centro de la ciudad Condal, en el barrio de El Born.

Hoy la enseña cuenta con 70 restaurantes y más de 850 trabajadores en las principales ciudades de la península, pero también con presencia a nivel internacional en países como Puerto Rico, Andorra, República Dominicana, Portugal y Estados Unidos.

La compañía cerró 2023 facturando más de 51 millones de euros, cumpliendo con el objetivo marcado a finales del año pasado. De manera que, la empresa ha conseguido incrementar en un 13% su facturación con respecto a 2022, cuando logró alcanzar los 45 millones de euros en facturación. Sin embargo, su afán de crecimiento le hace tener una visión positiva e incrementa sus estimaciones de facturación a cierre de su año fiscal 2024 hasta los 55 millones de euros.

El 20 aniversario de Udon se produce en un contexto de expansión de la empresa tanto nacional como internacional. Udon Asian Food tiene como objetivo alcanzar los 85 locales en 2024. Entre ellos, destacan hasta diez restaurantes situados en territorio nacional y cinco a nivel internacional.

Su estrategia apuesta fuertemente por Estados Unidos y Latam, con dos nuevas aperturas en Miami (situadas en Dedealand Mall y Aventura Mall) previstas para el último trimestre del año. Además, sigue creciendo a nivel nacional, en junio abrirá en la Orihuela Playa con el que será su restaurante más grande hasta el momento, con más de 800 metros cuadrados. A su expansión nacional se suman otras aperturas destacadas, una en el centro comercial Parque Corredor en Madrid; y cuatro locales más ubicados en el Aeropuerto Adolfo Suárez-Madrid Barajas.

El plan de sostenibilidad de la compañía se puso en marcha en 2017, el programa ASAP (As Sustainable As Possible). Desde sus inicios, Udon ha tenido la finalidad de ser una empresa respetuosa con el entorno. Este compromiso le ha llevado, por un lado, a recibir en 2021 el Premio a la Sostenibilidad que otorga la Asociación Marcas de Restauración, y recientemente el Premio a la Franquicia de Cataluña 2023 en la categoría mejor política de RSC y/o política del medio ambiente. Además, Udon forma parte de la Fundación Restaurantes Sostenibles y ha recibido el Premio Comercio del Año y Mejor Franquicia del Año 2024. En este sentido, la compañía ha publicado este año su primera Memoria de Sostenibilidad.



# UN 'TODO EN UNO' QUE COMBINA GASTRONOMÍA Y ESPECTÁCULO

En Pabblo conviven diferentes zonas y estilos que tienen como fin proporcionar una comida mediterránea de calidad, pero también una experiencia única, ya que, a medianoche, el centro del restaurante se convierte en una pista de baile. Entonces comienza el otro Pabblo. Todo ello con una impresionante puesta en escena, donde el interiorismo, obra de Hurlé & Martín, apuesta por la sofisticación y cierto aire retro que atrapa con sus tonos tierra, sus columnas o sus butacas de terciopelo verde.



2

**1y2.-** Pabblo es la última apuesta del grupo Carbón en Madrid. Un restaurante con 2.000 metros cuadrados en un edificio único de doble altura, situado en una de las zonas de moda de la capital: la Torre Picasso. Completando el espacio, dos terrazas en la plaza Pablo Ruiz Picasso y un *rooftop* de 500 metros cuadrados con vistas al paseo de la Castellana y a la avenida del General Perón, que abrirá este verano.



1







**3.-** Distribuido en dos plantas, su epicentro es una gran abertura en forma de óvalo que conecta ambos niveles, otorgando al espacio una marcada personalidad. En su interior se establecen diferentes zonas, con su propia autonomía, unidas, sin embargo, por una decoración sorprendente con cierto aire retro. Los colores claros se mezclan con pinceladas sutiles en dorado y con los globos de cristal opaco de la iluminación del techo.

**4.-** Hurlé & Martín es el estudio responsable del espectacular proyecto de arquitectura y diseño de Pabblo, concebido con una mezcla de materiales cálidos y una iluminación meticulosa, creando un espacio abierto lleno de matices. Un interiorismo al que se suman telas decorativas, azulejos vibrantes y una paleta de colores terracota que infunden vitalidad y dinamismo, así como una majestuosa escalera helicoidal que une la dualidad de conceptos en distintos espacios y atmósferas.





**5-** Desde Hurlé & Martín lo tienen claro: “el interiorismo mejora la experiencia del cliente y, por lo tanto, aporta valor al negocio”. Por eso, en Pabblo hay una puesta en escena perfecta, donde se conjugan varios ambientes con distintos estilos en un amplio espacio, que tienen sentido tanto solos como en visión de conjunto. Así, la decoración crea un ambiente confortable, limpio visualmente, sin estridencias y agradable.



5



6

**6.-** Una de las máximas del estudio de Alba Hurlé y Alicia Martín, que también cumplen en Pabblo, es crear interiores únicos y llenos de personalidad, “buscando siempre el equilibrio entre la elegancia y la funcionalidad”. Así, estos espacios diáfanos se transforman y enriquecen con una dosis de imaginación, mesura en la mezcla, coherencia en las proporciones y pasión por los matices en el uso de materiales y en la combinación de colores.

## La paleta de colores terracota, con rojos y naranjas, infunden vitalidad y dinamismo a los distintos ambientes

**7.-** La riqueza de materiales, texturas y tonalidades persigue una imagen de lujo sin ostentaciones, que se concibe como una mezcla de materiales, elementos decorativos y acabados que sorprendan. Por eso, además de en el mobiliario, en Pabblo hay que mirar al techo y a las paredes, donde revestimientos insospechados aportan la nota más personal.



7





8



9

**8 y 9.-** Otro aspecto destacado del diseño interior son las numerosas mesas redondas distribuidas por el local, concebidas para facilitar encuentros entre amigos y propiciar conversaciones grupales, sin la necesidad de limitarse a interactuar únicamente con la persona más cercana. Vestidas de blanco, destacan como pequeñas islas en un gran espacio, resaltando de esta manera, la importancia de la cocina.

**Una cuidada iluminación junto con la mezcla de materiales y texturas proporciona una atmósfera envolvente llena de matices**



10

**10.-** Cada zona es única y especial, la del reservado, con capacidad para 40 personas sentadas, destaca con sus imponentes columnas y la claraboya octagonal en el techo. Una estética evocadora, que recuerda a los años 70 y permite viajar en el tiempo.

**ESTABLECIMIENTO.** Pablo. | **INTERIORISMO.** Hurlé & Martín. | **INTENCIONALIDAD Y FILOSOFÍA DEL PROYECTO.** Crear un interiorismo que aporte valor al espacio y que busque siempre el equilibrio entre elegancia y funcionalidad. | **PRINCIPALES PAUTAS DECORATIVAS.** Una mezcla de materiales cálidos, texturas y colores con una iluminación meticulosa que acompañe y matice cada ambiente. Un interiorismo que infunda dinamismo y fuerza, en el que no falte el efecto sorpresa.



## GASTRONOMÍA

Tras su paso por Pandelujo o Nodo, y tras dirigir durante cuatro años la cocina de Fanático, su chef Óscar Horcajo ha creado junto con Mariano Barrero, director gastronómico del grupo, una propuesta que combina grandes clásicos mediterráneos, coctelería y postres artesanales.

En el apartado gastronómico, Pabblo propone una vuelta a la nostalgia gastronómica con una carta que hace honor a los grandes clásicos de la gastronomía mediterránea. Abren la carta una cuidada selección de entradas como su actualización del clásico cóctel de gambas, una tarrina de *foie gras entier* casera, crujientes buñuelos de carabinero o sus inconfundibles croquetas de jamón ibérico y huevo duro. Además, sorprende una propuesta de entrepánes y bocados para comer con las manos de lo más apetitosa, donde destacan los *blini* de salmón ahumado y caviar, un *brioche* tostado de anchoa de la escala y mantequilla artesana montada o un delicioso *Croque Monsieur de prosciutto cotto gratinado*, sin olvidarse de la fineza de los mariscos como las ostras francesas aliñadas con picada ácida y picante, navajas gallegas gratinadas a la leña o mejillones abiertos al carbón con salsa marinera.

Continúan el menú recetas como el arroz de langosta mediterránea al horno de leña o su *ratatouille* de verduras, además de una selección de pescados como el rape de tripa negra asado a la parrilla o la lubina de estero a la sal en horno de leña. Entre las carnes, chuleta de lomo alto de vaca madurada o un sabroso escalope Wiener Schnitzel de ternera doble. El broche final del menú lo ponen sus postres clásicos, tartas artesanales y helados recién mantecados, como su afamada tarta de queso cremosa.



## EMPRESAS PARTICIPANTES

### MATERIALES, MOBILIARIO, DECORACIÓN

- **Moquetas:** Gancedo
- **Papeles pintados:** Tres Tintas y Élitis (diseño de Hurlé & Martín)
- **Murales:** Johina García-Conchoso
- **Rafia:** Naturtex



## REFERENCIAS

Establecimiento: RESTAURANTE PABBLO

Dirección: Plaza Pablo Ruiz Picasso, 1. Madrid | Teléfono: 910 88 22 01 | <https://grupocarbon.es/restaurante-pabblo/>

Arquitectura e interiorismo: Hurlé & Martín



# Finsa

## ¿Diseñamos el futuro?

Tenemos claro que la madera es el material del futuro. El potencial que ofrece esta materia prima sostenible y reciclable es inmenso y, gracias a todas sus posibilidades de transformación, podemos ofrecer todo tipo de soluciones. Te invitamos a conocerlas: desde los tableros técnicos y decorativos a la madera de exterior o el suelo laminado.

¿Lo imaginamos?



**Finsa**  
Tech

**Finsa**  
Design

**Finsa**  
Process

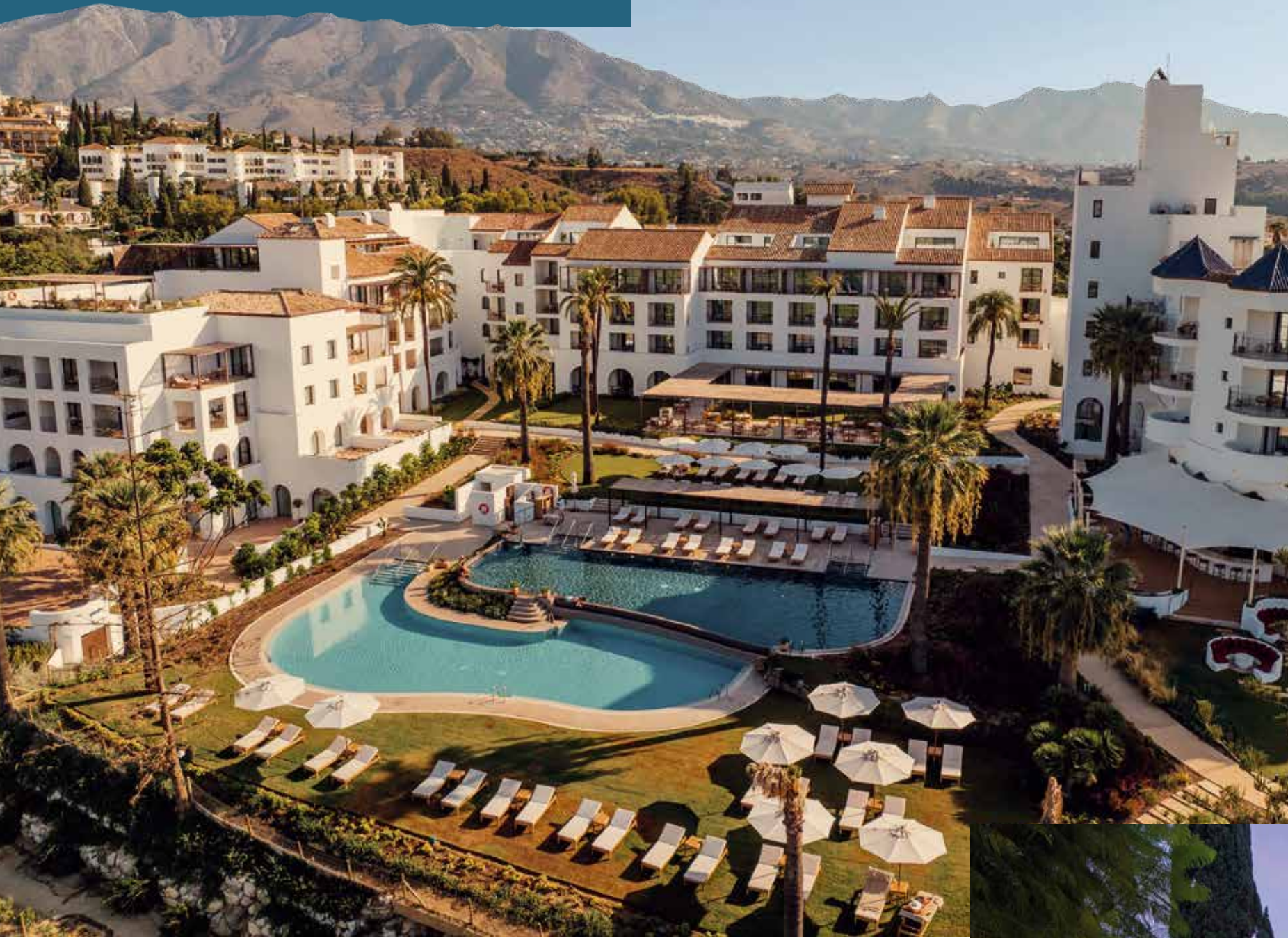
**Finsa**  
Flooring

**Savia**<sup>®</sup>  
Una marca de Finsa

#connectingwood

in p f y t finsa.com





# UN REFUGIO EXCLUSIVO, **BOHEMIO** Y *COOL*

En La Zambra el concepto de hotel de lujo se renueva, adquiriendo un matiz más libre y hedonista, gracias a su ubicación privilegiada en plena sierra andaluza, su oferta de *wellness* y entretenimiento y, especialmente, su interiorismo. El estudio Esteva i Esteva logra con el uso de materiales naturales, los tonos suaves y la artesanía crear ambientes acogedores, que invitan a la desconexión y la relajación.



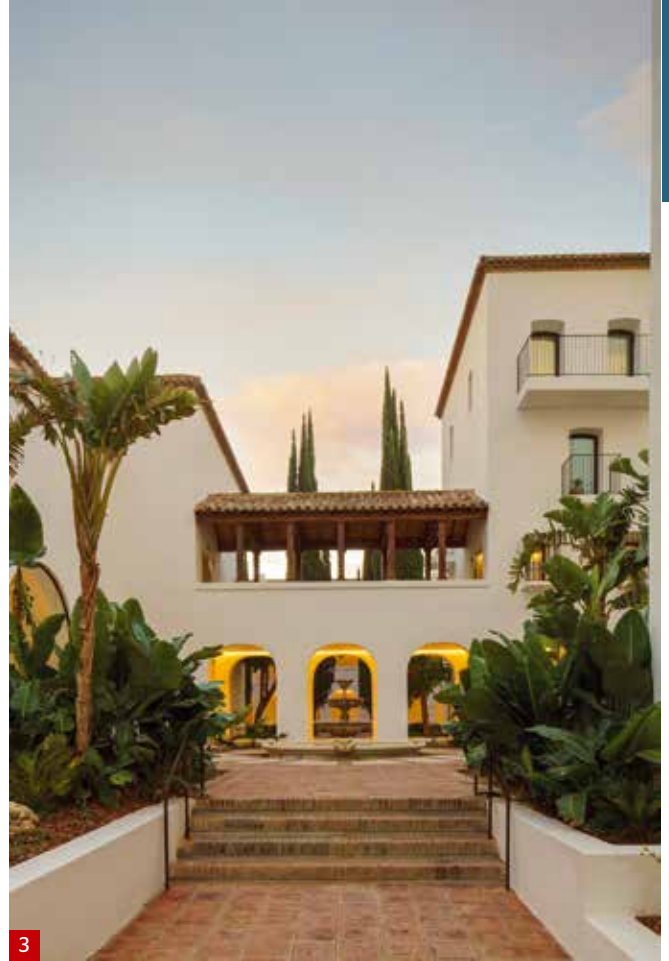




1

**1 y 2.-** En La Zambra el lujo adquiere otra dimensión. Una más hedonista y e intimista en la que predomina lo que contribuye a nuestro bienestar más que las apariencias, donde la belleza se ve, pero no se etiqueta, y donde la artesanía y la autenticidad son los mejores aliados. Así, este enclave de lujo, desconexión y diversión ofrece a los huéspedes la oportunidad de sentirse libres y seguir su propio ritmo, lejos del caos. Para conseguirlo, un diseño a medida cuidadoso y respetuoso y un enclave único, como el de la sierra de Mijas.

2



3

**3.-** La Zambra, que debe su nombre a la danza flamenca que enamoró a figuras como Lola Flores o Carmen Amaya, se ubica en pleno corazón de la sierra andaluza (Mijas), surgiendo con sus características torres azules como un oasis donde descansar y reconectar en un ambiente exclusivo y bohemio. Totalmente reformado, mantiene, sin embargo, el legado de elegancia y exclusividad que caracterizó al legendario hotel Byblos, un icono de la década de los 80 y 90, elegido por reconocidas figuras nacionales e internacionales como lugar de retiro e inspiración.



4

**4.-** Tras el interiorismo se encuentra la firma del estudio de arquitectura Esteva i Esteva, que logra imprimir el sello distintivo de la arquitectura española-mediterránea en cada uno de los espacios, así como también el reconocido estudio de Sandra Tarruella para dar vida a los espacios gastronómicos.



5

**5.-** Tras el interiorismo se encuentra la firma del estudio de arquitectura Esteva i Esteva, que logra imprimir el sello distintivo de la arquitectura española-mediterránea en cada uno de los espacios, así como también el reconocido estudio de Sandra Tarruella para dar vida a los espacios gastronómicos.



**6 y 7-** En el exterior del hotel, gestionado por Marugal, destacan dos elementos del Bibblos, que los diseñadores han respetado y potenciado: los torreones azules que se ven desde la distancia y la piscina principal, un icono en su tiempo. Además, hay otras dos piscinas, varias salas para eventos, una discoteca privada, pistas de padel o dos campos de golf de clase mundial.



6



7



8

**8 y 9-** Amplias y llenas de luz natural, las 196 habitaciones y suites invitan a descubrir la sencillez de la arquitectura andaluza, a través de sus característicos tonos blancos, tejidos naturales y elementos artesanales. En ellas convive el diseño tradicional, con paredes decoradas con artesanías locales y obras de arte, con los servicios actuales más exclusivos. Además, cada habitación es única y esconde algo especial, ya que todas poseen terrazas o balcones privados, en los que se ha apostado por la sostenibilidad, con las mejores vistas a las montañas de Mijas o a patios ajardinados.



9





**10 y 11.-** El trabajo de interiorismo de Esteva i Esteva logra imprimir el sello distintivo de la arquitectura española-mediterránea en cada uno de los espacios de manera natural, para mantener esa esencia fresca y sin artificios, lo que ha implicado un reconocimiento a la labor del artesano, normalmente, local. A través de materiales cálidos, tonos suaves y mobiliario artesanal, el estudio ha creado un ambiente acogedor y armonioso que invita a la relajación y el bienestar. Cada detalle, desde la disposición de los muebles hasta la iluminación cuidadosamente elegida, contribuye a la experiencia de transformar un hotel en un refugio de serenidad.



**Uno de los grandes retos de este enclave único a los que se enfrentó el estudio Esteva i Esteva fue reinterpretar el estilo andaluz, sin perder su esencia, pero trayéndolo al siglo XXI con las últimas comodidades tecnológicas**



**12.-** En este nuevo concepto del lujo, se ubica la suite Penthouse La Zambra. Un oasis privado situado en la planta superior del hotel. Más de 360 metros cuadrados ofrecen el refugio perfecto para aquellos que buscan la exclusividad y la comodidad. 240 metros cuadrados son de la terraza, que cuenta con tres espacios diferenciados, piscina privada y zona de descanso.

**ESTABLECIMIENTO.** La Zambra. | **INTERIORISMO.** Esteva i Esteva y estudio de Sandra Tarruella/ Penthouse La Zambra: Room1804. |

**INTENCIONALIDAD Y FILOSOFÍA DEL PROYECTO.** Diseñar un retiro, en el que haya espacio para la gastronomía, la diversión y el *wellness*, donde escapar de lo cotidiano y tener la oportunidad de sentirse libre en un ambiente que invita a la relajación y el bienestar. | **PRINCIPALES**

**PAUTAS DECORATIVAS.** Una reinterpretación del estilo andaluz, con su paleta cromática, sus elementos arquitectónicos típicos, sus paredes encaladas o su carácter artesanal, que incorpore, además, las últimas tecnologías y comodidades actuales.



13

**13.-** Diseñada por el estudio Room 1904, el hilo conductor del diseño de esta espectacular suite fueron los años 80 marbellíes, donde se celebra el lujo, la cultura local y contemporánea, la herencia y las raíces del pasado, con un trasfondo hedonista donde la relajación y diversión desdibujan sus límites.



14

**14.-** El estudio buscó transformar el contenedor neutro y mediterráneo del que partían en espacios que destacaran por su vivacidad y sofisticación. Para ello, se incluyeron elementos escultóricos rotundas y piezas especiales que proporcionan un ambiente único. Con los diferentes aportes de color, patrones y mobiliario de inspiración de los 80, se consiguió un espacio sexi y juguetón para disfrutar y desconectar.



15 16

**15 y 16.-** Para completar esta experiencia de lujo y relajación, La Zambra cuenta con una amplia oferta de servicios de *wellness* y entretenimiento, entre los que cabe destacar Mood Spa, uno de los centros de bienestar más grandes la Costa del Sol. Con 2.000 metros cuadrados cuenta con varios jacuzzis, una lujosa piscina, saunas, un *hammam*, cabinas de tratamientos y un estudio de yoga y pilates.





## GASTRONOMÍA

El espíritu genuino y la riqueza gastronómica malagueña protagonizan la oferta culinaria de este resort. Este establecimiento cuenta con cuatro zonas que armonizan tradición e innovación. Cada uno de ellas cuenta una historia distinta sobre la cultura sureña, consiguiendo sumergir a los comensales en una travesía culinaria donde las recetas tradicionales se fusionan con creaciones vanguardistas.

Ubicado en la entrada principal del hotel, **Picador** contagia la esencia local a huéspedes y visitantes y les invita a compartir los sabores andaluces con un toque innovador, maridando sus elaboraciones con una exclusiva carta de al menos 90 etiquetas de vino. En **Palmito** todos los momentos del día encuentran su momento. Desde el desayuno hasta la cena, los toques de la cocina mediterránea cautivan los paladares de sus comensales, con un claro acento en arroces y carnes y pescados a las brasas. **Bamboleo** embauca a quienes abren sus puertas a través de un viaje en el tiempo a la época de máximo apogeo del Byblos. Se trata del bar principal del hotel, el lugar que antaño sirvió de pista de baile. Finalmente, los alojados en La Zambra pueden disfrutar durante el verano de **La Bartola**, un chiringuito informal para un relajado día de piscina.



## EMPRESAS PARTICIPANTES

### MATERIALES, MOBILIARIO, DECORACIÓN

- **Milesi:** Barnices madera
- **Eliurpi:** Sombreros paredes
- **Joan Peix:** Cuadros
- **Studio.fi:** telas y textiles
- **Bonadona Terrissers:** cerámica
- **Regina Dejiménez:** murales textiles
- **Gerrería Pere Col:** cerámica
- **Sagarminaga Atelier:** esculturas ratán
- **Grupo TM:** mesas madera



## REFERENCIAS

Establecimiento: La Zambra

Dirección: Avenida Louison Bobet, 9 Urbanización Mijas Golf, 29650 Mijas (Málaga) | Teléfono: 34 951 311 234 | [www.lazambrahotel.com/es](http://www.lazambrahotel.com/es)

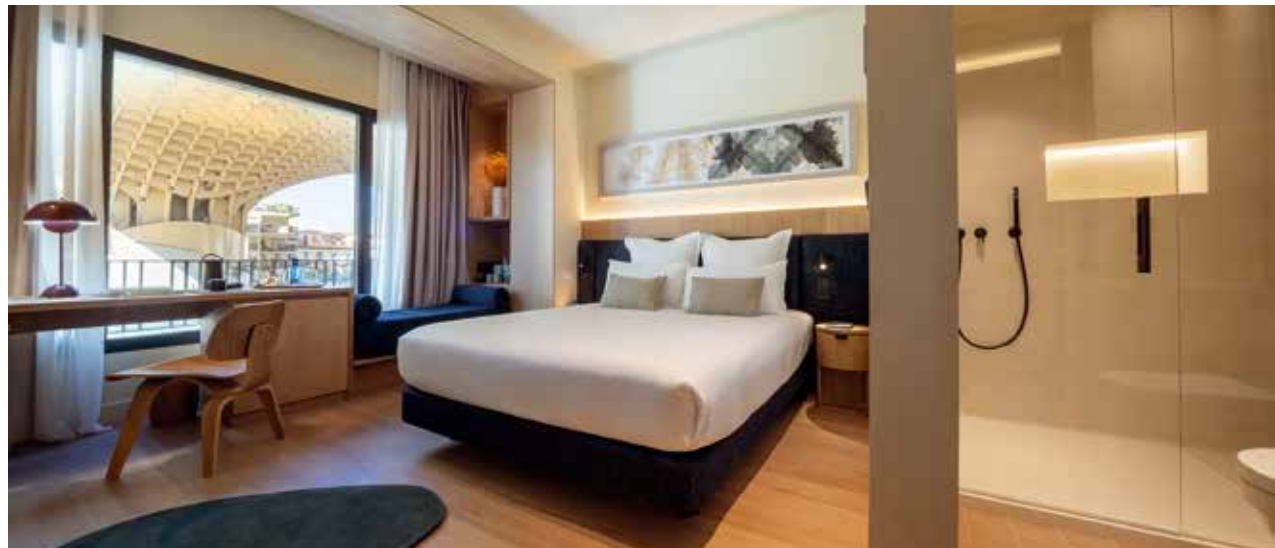
Interiorismo: Esteva i Esteva y estudio de Sandra Tarruella/ Penthouse La Zambra: Room1804





# ESPÍRITU COSMOPOLITA Y CORAZÓN SEVILLANO

La fresca mediterránea se fusiona con el diseño más actual en este nuevo hotel del centro histórico de Sevilla. El proyecto, obra de Daar Arquitectura y del equipo de interiorismo del grupo Ocean Drive Hoteles, combina la elegancia y la funcionalidad contemporánea con la tradición y el encanto de la ciudad.







La ubicación de este hotel, que acaba de abrir las puertas, es toda una declaración de principios ya que está situado en Encarnación-Regina, uno de los barrios más *cool* de Sevilla, concurrido tanto por turistas como por autóctonos. Por eso, el Ocean Drive fusiona con soltura el espíritu mediterráneo con la sobriedad y la elegancia del estilo contemporáneo. ¿Su objetivo? Ofrecer una experiencia acogedora que resalte los encantos de la ciudad y cree recuerdos duraderos para los huéspedes. Una de las máximas del grupo OD Hotels, al que pertenece este establecimiento, es ubicarse en el centro neurálgico de las ciudades, para que los huéspedes puedan formar parte de la vida del lugar. El Ocean Drive Sevilla se erige donde anteriormente estaba el Hotel



Ducal, junto a la plaza diseñada por el arquitecto berlinés Jürgen Mayer, un emplazamiento emblemático que permite a los huéspedes integrarse en el entorno. Los artífices de esta transformación han sido el estudio de arquitectura *Daar* quien ha dado vida a su arquitectura, y el equipo *in-house* de Ocean Drive Hoteles, que se ha encargado del interiorismo.

Nada más traspasar sus puertas, el visitante se sumerge en una atmósfera donde la tradición local de la arquitectura sevillana se entrelaza armoniosamente con elementos mediterráneos. La forma de configurar los diferentes espacios, sus aperturas a la calle y al patio central y su disposición logran capturar la frescura andaluza fusionada con la rica tradición arquitectónica sevillana. A su lado, una paleta de colores cálidos y luminosos y el encanto del estilo mudéjar se dejan sentir en sus rincones.

Al tratarse de una transformación total, cada uno de los ambientes destila este estilo fusión. De manera que los patios andaluces clásicos se encuentran dentro de la propia arquitectura del hotel para ofrecer luz natural y aire fresco en todas las habitaciones y su lobby, diáfano con suelos y pavimentos adoquinados y grandes ventanales plegables, dan paso al restaurante que presenta una oferta gastronómica tradicional con ingredientes locales y aires de costa.

Sus 49 habitaciones, en formato Superior, Deluxe y Suite, se han decorado con mobiliario y piezas de artesanía local, materiales nobles como la madera, la cerámica, la piedra y la vegetación para simular la frescura del mediterráneo y, así, rebajar las altas temperaturas locales. El diseño y el arte también están muy presentes, dejando su impronta, pero sin entorpecer el conjunto. De esta manera, se incluye un mobiliario moderno, con piezas de autor, y diferentes piezas de arte se integran de forma natural en sus espacios, imprimiendo un punto *arty*, tan importante en los hoteles actuales, ya que además de personalidad y calidad, proporcionan esa sensación de estar en casa.

Ocean Drive Sevilla



OCEAN DRIVE SEVILLA  
 Plaza de la Encarnación, 19 41003 Sevilla  
<https://www.od-hotels.com/es/hotel-ocean-drive-sevilla/hotel-ocean-drive-sevilla/>  
 Arquitectura: Daar Arquitectura Interiorismo: Equipo Ocean Drive Hoteles





# DECORACIÓN ATREVIDA Y LLAMATIVA PARA UNA COCINA ITALIANA AUTÉNTICA

Perteneciente al grupo Big Mamma, más que un restaurante al uso, se ha concebido como un lugar en el que disfrutar de una experiencia, donde comida, espacio y compañía van de la mano. Estos casi 800 metros cuadrados celebran la autenticidad italiana con un espíritu abierto y una decoración, obra del Studio Kiki, que fomenta los encuentros en un ambiente festivo y relajado.





**D**ivertido, atrevido y auténtico, así es Circolo Popolare, el nuevo restaurante del grupo Big Mamma en Madrid, donde la cocina italiana de calidad es la excusa para compartir bellos momentos y crear recuerdos inolvidables. Situado en la emblemática Torre Picasso, este espacio rinde un especial homenaje a su homónimo londinense, diseñado para transportarte a una atmósfera de generosidad y autenticidad italiana, en una experiencia sensorial. Para conseguirlo, desde animadas mesas largas perfectas para reunir a grandes grupos, hasta un menú 100% casero con platos reconfortantes perfectos para compartir, como la pizza al metro, o cócteles XXL para una noche interminable.

Un espacio de 760 metros cuadrados, inmenso y acogedor al mismo tiempo, distribuido en dos plantas con techos de más de 3 metros de alto, con una iluminación hecha a mano en Murano, repleto de pequeños detalles para que los comensales se sientan como en casa. El responsable del interiorismo es Studio Kiki, el estudio de diseño londinense responsable de otros restaurantes del grupo. La decoración rinde tributo al deseo de pasárselo bien y de compartir con el color rojo como base, el estampado como nexos de unión, los neones, el terciopelo y botellas de colores para vestir las paredes.



Así, el viaje retrofuturista comienza en la planta baja, con dos mesas comunales para unas 30 personas y un bar abierto que deja entrever sus mejores intenciones. Muebles inspirados en Saarinen, obras de arte de Olivetti y revistas Domus de los 50 visten las paredes, en las que destaca el cartel de los años 70 con la palabra CIAO, que rescata un teatro en Procida (Italia). En la primera planta, más de 2.000 botellas vintage iluminan las paredes, una cocina abierta deja ver el show de los chefs y más de 200 metros de tela de leopardo cubre suelos, sillas y banquetas. Sin olvidar la terraza, llena de coloridas flores permite viajar a un rincón de Italia desde sus cómodos sillones. Nada más traspasar las puertas de los bajos de Torre Picasso, el espectacular local conquista al visitante, después la carta cumple todas las expectativas. Así, con una lista de 170 proveedores italianos y locales que abastecen de productos frescos dos veces por semana, se lleva a cabo una cocina italiana moderna, auténtica y generosa, donde se hace tanto la pasta como los dulces.

El amor por la pasta fresca y las recetas más tradicionales están en el corazón del chef Luigi Venturo y su equipo, donde destacan sus *casarecce all'arrabbiata* o la *girella* rellena de rabo de toro, en un mix perfecto de Italia y España. Junto a ellos, su tiramisú de pistacho como broche de una comida perfecta y su última creación: la pizza al metro, una delicia de 80 cm de largo con una base crujiente.

La aventura del joven grupo Big Mamma comenzó en 2015 con la apertura del primer restaurante en París, East Mamma. Desde entonces, han abierto 25 *trattorias* en cinco países, Reino Unido y España entre ellos. En Madrid, Circolo Popolare se suma al conocido Bel Mondo y al Villa Capri, un local con alma de hermano menor.

**CIRCOLO POPOLARE**

Plaza Pablo Ruiz Picasso, 1. Madrid - [www.circolopopolare.com](http://www.circolopopolare.com)  
Interiorismo: Studio Kiki [www.studiokiki.design](http://www.studiokiki.design) | Fotos: Jérôme Galland





# UN *PARAÍSO SECRETO* EN FORMENTERA EN EL QUE DESCONECTAR EN PLENA NATURALEZA

En un enclave único entre bosques autóctonos, campos de labranza y antiguas calzadas que llevan al mar se esconde este pequeño y exclusivo complejo de arquitectura mediterránea. Aquí la calma se alía con las construcciones blancas que contrastan con el azul del mar y las contraventanas, mientras que en el interior son los colores suaves y los materiales naturales los que se encargan de crear la atmósfera perfecta.

Resultado de un equilibrio entre un buen diseño y su entorno, la situación de Paraíso de los Pinos es idónea para disfrutar y descubrir la esencia de la isla desde el confort y la exclusividad de un enclave natural donde no falta nada. Un refugio de esencia mediterránea con paredes encaladas que contrastan con las flores autóctonas, el intenso azul de las contraventanas, las maderas nobles o el verde de la vegetación.

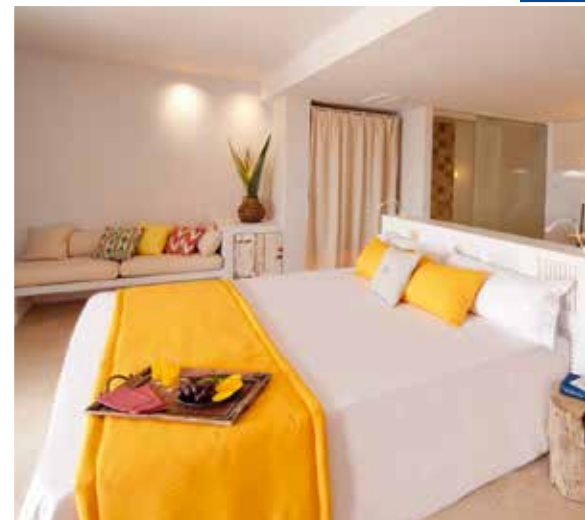
Con personalidad de hotel boutique, mantiene el inconfundible estilo balear de su construcción, reinterpretando los espacios interiores de manera contemporánea, pero respetando la tradición y la historia.

Gracias a ello se logra un paraíso secreto en el que se respira una atmósfera tranquila y regeneradora, idónea para desconectar y recargar el cuerpo y la mente, alejado del mundanal ruido.

Detrás de este exclusivo complejo se encuentra Lina Bustos. Una emprendedora nacida en Formentera que, tras una trayectoria profesional en multinacionales, decidió volver y transformar esta propiedad de los años 70 en uno de los resorts más deseados de la isla, destino de artistas y actores reconocidos que quieren disfrutar de unos días de paz en el anonimato que les brinda el lugar. Para ello, en 2011 transformó este terreno en 29 suites y seis villas de lujo.

Dos piscinas (una de adultos y otra infantil), solárium, pista de tenis, una haima y una zona de relax son algunos de los servicios comunes que Paraíso de los Pinos ofrece junto con un servicio de *concierge* 24 horas o experiencias personalizadas, que incluyen visitas guiadas por la isla para que la estancia sea inolvidable. Con la playa a tan solo 500 metros, el complejo goza de una ubicación a salvo de las miradas indiscretas, pero cercano a lo necesario.

Su paradisiaca ubicación está ligada a una apuesta por la sostenibilidad con unos criterios de responsabilidad firmes y un mayor respeto a los recursos naturales. Su compromiso se cumple desde sus insta-







laciones a su filosofía con el objetivo de minimizar lo más posible la huella de carbono de sus visitantes y poder, así, preservar la naturaleza única de su entorno. Pautas como el uso exclusivo del papel reciclado, la eliminación de todos los plásticos (y sustitución por cristal y materiales biodegradables), así como la gestión sostenible del agua son algunas de las indicaciones incluidas en su decálogo para intentar preservar este paraíso lo mejor posible.

Completa esta experiencia el restaurante 'Es Mal Pas', que representa el compromiso de Paraíso de los Pinos con la cocina creativa, sin dejar de lado la esencia de la tradición mediterránea y, en concreto, local. En pleno corazón de la isla, totalmente integrado en su singular entorno, este establecimiento toma su nombre de la zona rural en la que se encuentra y quiere ser consecuente con ello también en su propuesta gastronómica. Platos como el *carpaccio* de gamba roja con papada ibérica, el tomate glaseado con agridulce de soja y sopa fría de sus jugos, la merluza negra con escabeche de verdura o el arroz meloso con pulpo y gambas representan lo mejor de la fusión más regional con un toque distintivo, que le otorgan también las verduras y hortalizas procedentes de su propio huerto.

#### PARAÍSO DE LOS PINOS

Urb. Paraíso de los Pinos, 07860. Sant Francesc, Formentera

Teléfono: +34 971 322 613 - [www.paraisdelospinos.com](http://www.paraisdelospinos.com)

Interiorismo: Héctor Fernández de Azulazulete





# RESPECTO POR LA *TRADICIÓN*

Con vistas al mar Mediterráneo, este nuevo restaurante japonés se apoya en los colores suaves, la artesanía, los elementos inspirados en la cultura nipona y el entorno que lo rodea para crear una atmósfera minimalista, cálida y moderna, al mismo tiempo, que refleja la cultura de ese país.

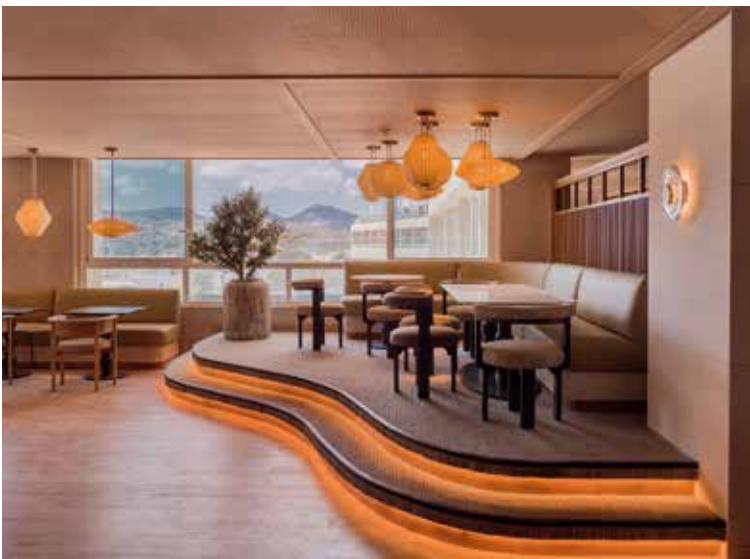
Ubicado en la Cala Llonga de Ibiza, Niko cuelga literalmente sobre el mar Mediterráneo, ofreciendo espectaculares vistas. “Hemos diseñado una isla dentro de otra isla, ya que hemos conjugado la cultura nipona con la esencia ibicenca y su privilegiado enclave”, comentan de Cuarto Interior, el estudio encargado del diseño de este nuevo restaurante japonés.

Discreto, moderno y de carácter minimalista, así es Niko. “La premisa era crear un restaurante japonés que reflejara la tradición, cultura y valores de ese país”, explican desde el estudio. Por eso, las celosías de madera oscura, inspiradas en la arquitectura nipona, recubren sus paredes y dejan entrever la belleza de jardines japoneses. A este escenario se incorpora un elemento puramente mediterráneo, ‘el olivo’, que actúa como puente de unión entre culturas. Para ello, se ha distribuido el mobiliario en torno a este árbol, convirtiéndolo así y, casi sin querer, en protagonista.

Este minimalismo cálido que se respira en todo el local se apoya en una paleta cromática suave en paredes y mobiliario, que se nutre de tonalidades beige y verde oliva. Al igual que las formas redondeadas de las sillas, mesas y bancadas contribuyen a conseguir un espacio sumamente acogedor, evitando en todo momento que la sencillez decorativa resulte fría o poco comfortable.

El proyecto de diseño va ligado a un profundo respeto por el entorno





natural, social y medioambiental de la isla. Para ello, el estudio de interiorismo ha incluido en el proyecto la arquitectura, la artesanía, los oficios y el trabajo de artistas locales. Así, para recrear esa atmósfera ha apostado por incorporar diferentes obras de arte realizadas en la técnica de *paper clay* de la artista española Esther Rosa y destacar en la barra de cócteles, una instalación artística de diferentes vasijas pintadas a mano por el artista Fran Aniorte, donde la artesanía rinde tributo a las antiguas botellas de sake.

Junto a estos, hay otro elemento esencial en el interiorismo de Niko: la naturaleza. Por una parte, está presente en el olivo de la sala y en el uso de materiales naturales, como la piedra que viste la barra de sushi, donde el comensal puede ver cómo se elaboran los platos. Mientras que, por otra, los ventanales ofrecen unas magníficas vistas de la Cala Llonga, consiguiendo que esta adquiera el papel de obra de arte, como si de un cuadro natural se tratase.

No es la primera vez que Cuarto Interior tiene como escenario de sus proyectos la Cala Llonga, ya que se ha encargado del interiorismo de los hoteles Mondrian Ibiza y Hyde Ibiza, que abrieron el pasado verano y suman una gran oferta lúdica, que incluye nueve restaurantes, entre los que se encuentra Niko, bares con zonas de piscina, vida nocturna y locales de música.

NIKO

C/ Atalaya, 20 Cala Llonga. 07849 Ibiza - <https://es.hydehotels.com/ibiza/>  
Interiorismo: Cuarto Interior - [www.cuartointerior.com](http://www.cuartointerior.com) | Fotos: Javier de Paz





**LA MODERNIZACIÓN DE ESPACIOS OFRECE DIFERENCIACIÓN Y GARANTIZA EXPERIENCIAS DE CALIDAD**

# LA COMPETITIVIDAD, COMODIDAD Y SEGURIDAD IMPULSAN LA REHABILITACIÓN

En un mercado tan competitivo, la rehabilitación de hoteles y restaurantes permite diferenciarlos de su competencia y ofrecer entornos más atractivos y adaptados a las necesidades cambiantes de los clientes. La inversión en la mejora de las instalaciones garantiza experiencias de calidad que impulsan el éxito a largo plazo. Además, un espacio desactualizado puede desencadenar problemas de salud y seguridad, afectando a la reputación del establecimiento.

La falta de rehabilitación de un edificio puede tener impactos significativos en la salud y en la seguridad de sus ocupantes. Estos riesgos varían dependiendo de la antigüedad del inmueble, su estado de mantenimiento y otros factores. En un país como España, donde el 90% de los edificios son anteriores a la aprobación del Código Técnico de la Edificación (CTE), la rehabilitación es esencial para garantizar entornos habitables y seguros. Entre estos riesgos se encuentran la proliferación de mohos y hongos, que pueden desarrollarse debido a la acumulación de humedad. La exposición a esporas de



moho puede desencadenar problemas respiratorios y alergias. Además, la calidad del aire interior también se ve comprometida por sistemas de ventilación obsoletos o insuficientes, que acumulan polvo, alérgenos y otros contaminantes, afectando así a la salud de los ocupantes. La presencia de sustancias peligrosas como el plomo y el amianto, aunque ya no estén permitidas, sigue siendo un riesgo si no se lleva a cabo una rehabilitación adecuada. Asimismo, la integridad estructural de los edificios se ve amenazada por problemas como grietas en las paredes, techos o cimientos, aumentando el riesgo de colapsos parciales o totales, lo que representa una seria amenaza para la seguridad. Igualmente, el exceso de ruido debido a un mal aislamiento contribuye a la contaminación acústica, lo que puede causar trastornos psicofisiológicos en los ocupantes.

Otro aspecto preocupante es la ineficiencia energética, ya que la exposición prolongada a temperaturas inadecuadas afecta negativamente a la salud y al bienestar de quienes ocupan los establecimientos. Del mismo modo, los riesgos de incendio se ven exacerbados por sistemas obsoletos o defectuosos de fontanería, electricidad y calefacción, así como por la falta de sistemas de seguridad pasiva y de detección y extinción de incendios.

#### **LA REHABILITACIÓN CONTRIBUYE A LA SOSTENIBILIDAD**

“La rehabilitación, al abordar estos riesgos, no solo protege a los ocupantes, sino que también contribuye a la sostenibilidad a largo plazo. Edificios más seguros y efi-

## **LA FALTA DE REHABILITACIÓN DE UN EDIFICIO PUEDE TENER IMPACTOS SIGNIFICATIVOS EN LA SALUD Y EN LA SEGURIDAD DE SUS OCUPANTES**

cientos energéticamente no solo reducen la probabilidad de accidentes, sino que también disminuyen el impacto ambiental asociado con el consumo excesivo de recursos”, sostiene Miguel Ángel Gallardo, presidente de la Asociación de Fabricantes Españoles de Lanar Minerales Aislantes (Afelma).

Sin embargo, rehabilitar un edificio no es tarea fácil y presenta diferentes desafíos. Para Loli Moroño, directora creativa y socia-fundadora de PF1 Interiorismo, uno de los principales obstáculos es, sin duda, “el cumplimiento y las adaptaciones de normativas. En ocasiones, incluso es necesario realizar un cambio de uso que nos complica todo un poco. No se nos puede olvidar que el edificio ha sido concebido para otro fin y ahora lo queremos utilizar con un objetivo diferente. El propio edificio nos obliga a buscar soluciones en cuanto a zonificaciones, dado que debemos ajustarnos a la propia volumetría de ese espacio”.

De la misma manera, en CM4 Arquitectos consideran que “habitualmente, cuando nos enfrentamos a una rehabilitación, el edificio albergaba anteriormente un uso diferente, estaba deshabitado o en ruinas, por lo que



Hotel Catalonia Donostia.



tenemos que trabajar codo con codo con los técnicos de urbanismo, cultura o turismo para asegurarnos de que el nuevo uso cumple con toda la normativa necesaria y que el proyecto se mantiene fiel a su diseño”.

Y es que la gestión burocrática y la lentitud de los procesos, en teoría tan sencillos como la obtención del Libro del Edificio o la solicitud de subvenciones o licencias, es el mayor escollo que encuentra el sector en comparación con otros países de nuestro entorno. La Asociación Nacional de Distribuidores de Materiales para la Construcción, Rehabilitación y Reforma (Andimac), por ejemplo, reclama a las distintas administraciones públicas más agilidad y transparencia en el programa de ayudas a la rehabilitación, en general, y la elaboración del Libro del Edificio, en particular.

La patronal muestra su preocupación por el déficit estructural que en materia de rehabilitación caracteriza a nuestro país. En este sentido, recuerda que los edificios y los materiales también acusan el paso del tiempo, y alerta de que ese déficit estructural puede llegar a implicar graves amenazas para la seguridad de los hogares debido a la antigüedad de los edificios en España.

Las normativas actuales representan una limitación significativa para el uso de soluciones innovadoras debido a su antigüedad y las restricciones que imponen; la incertidumbre de la coyuntura actual, la falta de estandarización y la ausencia de masa crítica de proyectos están ralentizando todo el proceso.

Según Sebastián Molinero, secretario general de Andimac, “los ayuntamientos deberían aprovechar la llegada de los fondos europeos para impulsar los informes de evaluación de edificios (IEE) o ser sancionados por ello. Estos informes serían determinantes para lograr los objetivos marcados por el Gobierno en materia de vivienda y rehabilitación”. Por todo ello, Andimac reitera la importancia de alcanzar un acuerdo de Estado que permita revertir el déficit estructural en materia de rehabilitación edificatoria.

Más allá de las trabas legales, otro reto al que se enfrenta el sector a la hora de abordar estas operaciones es la dificultad de la obra: “Suelen ser complejas, ya que se llega a trabajar con edificios protegidos donde hay que conservar elementos estructurales al mismo tiempo que se construye de nuevo. A este trabajo se suma también la ubicación, la mayoría de los proyectos en los que tra-

## LA PRESERVACIÓN DEL CARÁCTER HISTÓRICO O CULTURAL DE UNA CONSTRUCCIÓN DURANTE SU REHABILITACIÓN ES PRIMORDIAL PARA MANTENER VIVA SU IDENTIDAD Y SU CONEXIÓN CON EL PASADO



Hotel Catalonia Donostia.

bajamos están localizados en cascos históricos, lo que dificulta los accesos, horarios y convivencia en general con el día a día”, recalcan en CM4 Arquitectos.

Adicionalmente, durante el proceso de rehabilitación, los establecimientos se enfrentan a una serie de desafíos comunes que pueden incluir la coordinación de diferentes equipos y proveedores y la minimización de las molestias para los clientes y empleados durante la ejecución del proyecto, siendo el proceso de preparación de la obra fundamental para garantizar que se cumplan los plazos. “En el caso de las puertas, es muy importante que se sirvan terminadas, así como su bajo peso y la facilidad de manipulación en la obra. A este tenor, la facilidad de instalación de las soluciones, combinada con instaladores acreditados, aumenta la rapidez y la confianza durante todo el proceso de instalación”, opina Pedro Miguel Silva, administrador en Vicaima.

Como comenta Patricia von Arend, socia fundadora del estudio de interiorismo Denys & von Arend, en la rehabilitación de hoteles y negocios de hostelería: “Los desafíos son los mismos que cualquier otro proyecto de obra nueva, pero añadiendo algunos problemas más complicados, ya que se tienen que cumplir normativas de seguridad, de instalaciones, etc. La rehabilitación implica la dificultad de encontrarnos con un edificio ya construido que requiere de las mismas comodidades que un edificio





## LOS RIESGOS DE INCENDIO SE VEN EXACERBADOS POR SISTEMAS OBSOLETOS O DEFECTUOSOS DE FONTANERÍA, ELECTRICIDAD Y CALEFACCIÓN, ASÍ COMO POR LA FALTA DE SISTEMAS DE SEGURIDAD PASIVA Y DE DETECCIÓN Y EXTINCIÓN DE INCENDIOS

de nueva planta. Algunas veces, por ejemplo, no es nada fácil crear una red de aire acondicionado en techos con antiguos artesonados o implementar vías de evacuación en un antiguo castillo con escaleras que no cumplen en anchura, pero que se han de respetar”.

### ¿POR QUÉ IMPULSAR LA REHABILITACIÓN DE HOTELES Y RESTAURANTES?

Un hotel bien rehabilitado no solo proporciona un lugar para alojarse, sino un refugio donde los clientes pueden relajarse, trabajar y disfrutar de momentos especiales. Del mismo modo, un restaurante renovado ofrece no solo comida de calidad, sino una experiencia gastronómica completa que deja una impresión duradera en los comensales.

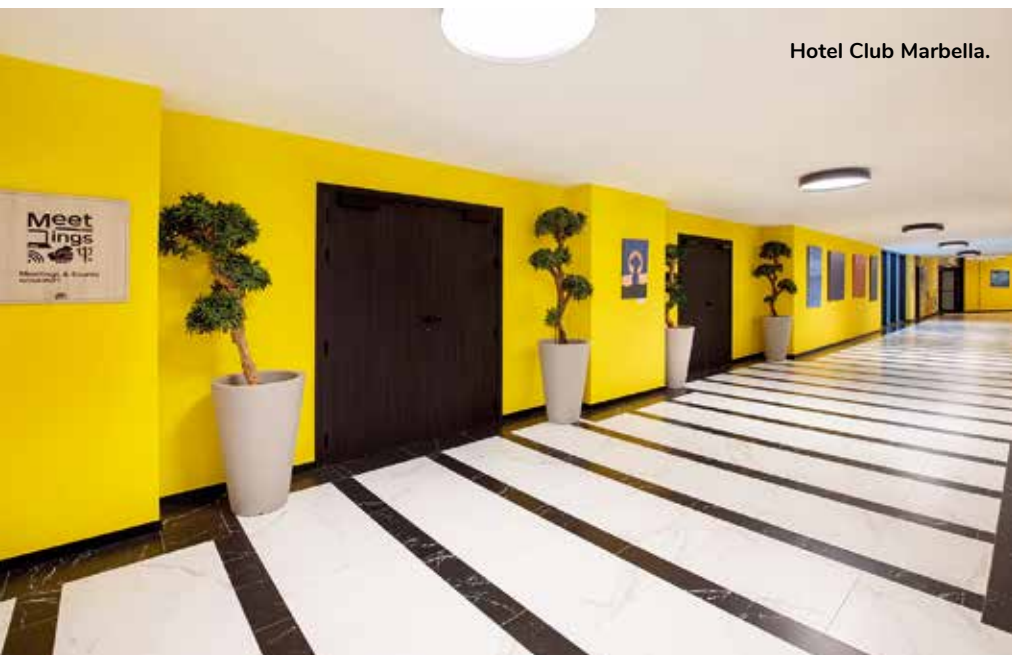
“La rehabilitación de un hotel puede afectar positivamente la experiencia del usuario de varias maneras. Estos procesos de renovación son oportunidades para mejorar el rendimiento de las soluciones instaladas, sobre todo en términos de protección contra incendios, aislamiento acústico o coeficiente térmico. Estos vectores son decisivos para el huésped, diseñando una experiencia más segura, cómoda y acogedora en todo momento durante su estancia”, confirma Pedro Miguel Silva.

La necesidad de optimizar la eficiencia operativa y energética son otros motivos también para la realización de

proyectos de rehabilitación, ya que las nuevas tecnologías y materiales ayudan a reducir los costes a largo plazo y mejorar la sostenibilidad ambiental de los edificios. “Cada huésped necesita y quiere algo diferente, pero hay unos imprescindibles: buenas instalaciones, dormitorios de calidad, una fantástica recepción y lobby, con personas que les atiendan en su experiencia”, aportan desde Denys & von Arend, quienes apuestan “por un interiorismo que haga sentir cómodo al usuario final y facilitar el trabajo del equipo. Por supuesto que son imprescindibles unas magníficas instalaciones de diseño, pero no olvidemos que los mejores embajadores de un hotel son las personas, quienes hacen que la estancia en el establecimiento sea una experiencia inolvidable”. En CM4 Arquitectos subrayan que “el principal factor para realizar una rehabilitación es la necesidad o el objetivo de recuperar y de implantar la actividad en un inmueble existente, que bien sea por su ubicación, por sus características históricas o arquitectónicas hacen que sea necesario adaptar ese edificio al nuevo uso o al nuevo negocio. Por otra parte, para una nueva implantación, si el inmueble ya era un hotel con anterioridad, los trámites administrativos suelen ser más cortos, permitiendo así que todo se haga con más rapidez. Por último, también nos encontramos con hoteles que precisan de una actualización o ampliación de sus instalaciones, por lo que deciden acometer una rehabilitación o reforma”.

Desde otro punto de vista, Miguel Silva indica que la rehabilitación de un espacio es necesaria por “la necesidad de mantenerse competitivos en el mercado. Esto implica no solo ofrecer servicios de calidad, sino también mantener un ambiente atractivo y funcional que satisfaga las expectativas cambiantes de los clientes”. Asimismo, Loli Moroño asume que el factor determinante para la rehabilitación es la demanda del mercado: “Anteriormente, las propuestas estéticas tardaban mucho más en caducar, pero debido a la velocidad de consumo en todas las industrias, cada vez jugamos con menos plazos de vigencia estética. Otro factor suele ser la propuesta que busque el hotelero o restaurador en





cuestión, dado que es vital acompañar con un lenguaje estético acorde a todo el conjunto de la experiencia”.

#### PRINCIPALES TENDENCIAS

Las preferencias más recientes en diseño y decoración que se están incorporando en proyectos de rehabilitación abrazan la simplicidad, la sostenibilidad, la diversidad y la tecnología. Estas tendencias no solo están transformando la estética de los espacios, sino que también están mejorando su funcionalidad, eficiencia y confort. Al adoptar estas modas emergentes, los proyectos de rehabilitación ofrecen entornos más atractivos, inspiradores y adaptados a las necesidades y deseos de sus usuarios. Yendo al ejemplo concreto, la principal tendencia en diseño en la que está trabajando actualmente CM4 Arquitectos está relacionada con la experiencia del cliente: “Estamos diseñando espacios en consonancia con la temática del hotel o del restaurante. Ahora trabajamos en un hotel donde la relación con la naturaleza y el entorno es muy importante, por lo que el diseño se basa en materiales naturales, como la cal o el barro, tonos tierra en combinación con verdes, que se ve reflejado en alicatados artesanales esmaltados, la vegetación o los textiles”.

Patricia von Arend, afirma que en Denys & von Arend diseñan “pensando en espacios muy especiales que el usuario no tenga ni en su domicilio ni en otros lugares. Nos gusta crear áreas ‘instagrameables’ que fomenten la aparición en redes sociales, multipliquen la comunicación y repercutan en la buena reputación del establecimiento. Nuestro ‘concept design’ está concienzudamente pensado y trabajado a partir del análisis del lugar, la historia, el cliente y otras premisas”.

Pero si hay una tendencia al alza, esa es la sostenibilidad: “Creo que cada vez más los hoteleros comprenden que

## LA GESTIÓN BUROCRÁTICA Y LA LENTITUD DE LOS PROCESOS, EN TEORÍA SENCILLOS COMO LA OBTENCIÓN DEL LIBRO DEL EDIFICIO O LA SOLICITUD DE SUBVENCIONES O LICENCIAS, ES EL MAYOR ESCOLLO QUE ENCUENTRA EL SECTOR EN COMPARACIÓN CON OTROS PAÍSES DE NUESTRO ENTORNO

los hoteles han de reflejar un modelo de sostenibilidad y de buena gestión medioambiental. Hay muchos establecimientos privilegiados, por estar ubicados en enclaves naturales, que se convierten en un ejemplo a seguir. Y ya que se benefician de la naturaleza, trabajan para protegerla y devolverle lo que obtienen de ella. Por otra parte, los hoteles urbanos también evolucionan hacia modelos de gestión de los residuos y priorizan los criterios de sostenibilidad. Todo ello se traduce en una tendencia hacia el interiorismo sostenible que muchas veces no es palpable a simple vista, pero tras él hay un exhaustivo estudio de materiales para que cada pieza sea además de funcional y estéticamente bella, respetuosa con el medio ambiente”, considera Patricia von Arend.

Por tanto, la tendencia más clara en cualquier lenguaje estético a utilizar es la realización de un interiorismo lo más sostenible posible en la utilización o aplicación de productos eco-friendly y durante todos los procesos de un proyecto. “Durante estos últimos años, debido a la globalización, se ha perdido un poco la diferenciación en las diferentes ofertas de dichos canales (hospitality-horeca). De ahí, que muchos profesionales estemos trabajando en la ansiada diferenciación de nuestros establecimientos, realizando colaboraciones reales con grandes artesanos y artistas, además de poner en valor las propias singularidades de las edificaciones y entornos”, valora Loli Moroño.

Tal y como explican en CM4 Arquitectos, la principal encargada de que un hotel o un edificio sea sostenible es la arquitectura: “Si desde el proyecto se han tenido en cuenta aspectos como la orientación, la sombra o la ventilación natural, la sostenibilidad del edificio ya se sitúa en un punto de partida muy ventajoso. En Andalucía en concreto, la arquitectura ha sido tradicionalmente muy sostenible, por los materiales empleados o por nuestra propia forma de construir. A día de hoy, vemos cómo edificaciones centenarias consumen muy pocos recursos. Pues bien, ahora tenemos la oportunidad de incorporar nuevos materiales y tecnologías que lo complementen”.



Por otra parte, cada vez es más fácil y menos costoso tomar las medidas adecuadas para cumplir con requisitos sostenibles en los hoteles. “Nuestro estudio es sensible con el control energético, por ello apostamos por reducir, reciclar y respetar el medio ambiente. Por ejemplo, incorporamos iluminación led, griferías con aireadores o priorizamos proveedores que tengan un sello de reciclaje y sostenibilidad. El respeto por el planeta es algo que valoramos todos cada vez más, interioristas, hoteleros y los usuarios del hotel, y eso es algo que se ve reflejado en los proyectos de rehabilitación”, asevera Patricia von Arend.

En cuanto a los beneficios económicos derivados de la sostenibilidad, la implementación de medidas de eficiencia energética y gestión de recursos puede resultar en ahorros significativos, incluyendo reducciones en los gastos de energía, agua y mantenimiento. Esta es una de las principales razones de la gran demanda de soluciones con un alto coeficiente de transmisión térmica, evitando las transferencias de calor entre diferentes áreas del edificio.

Desde una óptica ecológica, la reducción del consumo de recursos naturales y la minimización de residuos y emisiones contaminantes contribuyen a la protección del medioambiente y a la conservación de los ecosistemas locales, lo que a su vez puede significar un impacto positivo en la salud y el bienestar de la comunidad. Cabe destacar aquí la importancia de las certificaciones de organizaciones internacionales, como el FSC, que garantizan el tratamiento correcto y responsable de las materias primas.

“En el caso de las puertas de interior, las medidas de rehabilitación sostenible aplicadas pueden contribuir significativamente a la creación de entornos más saludables y respetuosos con el medioambiente, al tiempo que generan ahorros económicos a largo plazo. La instalación de puertas con altos estándares de aislamiento térmico y acústico puede mejorar la eficiencia energética del edificio, reduciendo así el consumo de energía y las emisiones de carbono asociadas”, asegura Pedro Miguel Silva.

Francisco Diéguez, director del ITeC, señala sobre este tema: “La digitalización y la sostenibilidad serán los ejes básicos de esta transformación, pero es necesario acompañarlos con metodologías que busquen la mejora de la eficiencia de los procesos. La metodología Lean aplicada a la construcción es fundamental en esta búsqueda de mejora de la eficiencia. Y la rehabilitación, como ámbito de actuación que tendrá el máximo protagonismo en las próximas décadas, no se podía quedar fuera de esta onda transformadora que llega a la obra nueva”.

También es muy importante tener en consideración los materiales utilizados para una rehabilitación sostenible. Según Rita Gasalla CEO de Galów Arquitectura Saludable y presidenta del Observatorio de Arquitectura Saludable (OAS), “los más indicados son los materiales naturales con baja emisión de compuestos orgánicos volátiles

y que dan respuesta a las necesidades estéticas, de resistencia y de aislamiento. El uso de muchos de estos materiales nos ayuda a promover la economía circular”. Muchas de las industrias con las que trabaja PF1 Interiorismo están haciendo grandes inversiones en I+D, además de cuidar toda su cadena de valor, para ofrecer productos totalmente sostenibles y aportar las certificaciones pertinentes. “Estamos ante el reto de gestionar adecuadamente los residuos, además de cuidar al máximo nuestras nuevas intervenciones. En PF1 Interiorismo realizamos una gran apuesta de investigación, estudiando nuevas fórmulas, tanto en cuanto a manipulaciones y elaboraciones de nuevos productos, como revisando su durabilidad y nuevas transformaciones. Dichos procesos están aún muy en sus inicios y eso hace que tengamos dudas en cuanto a la logística, terminaciones o su comportamiento ante el paso del tiempo y su adecuado desgaste”, consideran.

#### **EQUILIBRIO ENTRE MODERNIDAD E HISTORIA**

La preservación del carácter histórico o cultural de una construcción durante su rehabilitación es primordial para mantener viva su identidad y su conexión con el pasado. Estos edificios no solo son testigos de la historia, sino que también son parte integral de la identidad y la herencia de una comunidad. La conservación de elementos arquitectónicos, detalles ornamentales y características distintivas ayuda a mantener viva la memoria colectiva y a transmitir la riqueza cultural a las generaciones futuras. Sin embargo, la modernización también es esencial para garantizar la funcionalidad y la sostenibilidad a largo plazo del edificio. La incorporación de tecnologías energéticamente eficientes, sistemas de seguridad actualizados y comodidades modernas no solo mejora la habitabilidad del edificio, sino que también lo hace más atractivo y competitivo en el mercado actual.

El desafío radica en encontrar el equilibrio perfecto entre la preservación del carácter histórico o cultural y la modernización del edificio. Esto requiere un enfoque holístico que tome en cuenta tanto los aspectos históricos y culturales del edificio como las necesidades contemporáneas de sus usuarios.

Tomando como base estas consideraciones, en Vicai- ma entienden que “es esencial garantizar la integridad y autenticidad del edificio. En el caso de las puertas de interior, esto puede implicar el estudio, desarrollo de soluciones y materiales que no solo cumplan los requisitos de resistencia al fuego y aislamiento acústico, sino que también se integren en la decoración interior y respetuosa con su entorno histórico o cultural. En última instancia, mantener este equilibrio es clave para preservar la identidad y el valor patrimonial del edificio, al tiempo que se mejoran sus condiciones para satisfacer las necesidades de los usuarios actuales”.

En la misma línea, Loli Moroño sostiene que “el carácter histórico es la personalidad del edificio, nuestra arma de



diferenciación en muchos de los casos, de ahí que tengamos un especial cuidado en protegerla e incluso empoderarla. La modernización es clave para que se aprecie un producto actualizado, resaltando valores como el confort y la sostenibilidad”.

Denys & Von Arend son especialistas en la rehabilitación de Paradores de Turismo, adjudicándose numerosos concursos para modernizar estos hoteles. De esta experiencia destacan: “Hemos tenido que lidiar con el reto de remodelar interiores de antiguos castillos, monasterios y villas históricas, pero no por ello carecen de tecnología, sostenibilidad y belleza. Analizamos muy profundamente al cliente, lo que quiere transmitir, a qué usuario quiere llegar, pero, a su vez, tenemos muy en consideración el lugar, el edificio o la zona.

Por último, para CM4 Arquitectos, es crucial que “se reconozca la historia del edificio por sí misma y cómo el proyecto la potencia. No solemos realizar diseños historicistas o que imiten realidades de otras épocas, pero sí que interpretamos o ponemos en valor los espacios que consideramos importantes, materiales o elementos originales”.

#### EJEMPLOS DE REFORMAS Y RENOVACIONES

Vicaima ha participado en sucesivos proyectos de rehabilitación en España, algunos de los cuales implican importantes reformas y renovaciones de edificios históricos. Un ejemplo de ello es la Cataluña de Donosti, un antiguo convento en San Sebastián de los siglos XVII y XVIII que se ha convertido en el primer hotel de la cadena Catalonia en el País Vasco. En el edificio se integraron diferentes opciones de Portaro, en particular, soluciones con resistencia al fuego (hasta 30 minutos) y aislamiento acústico (hasta 44 decibelios). También en el Hotel Catalonia Santa Justa, en el centro de Sevilla, Vicaima participó en el proceso de renovación con diferentes soluciones

**LAS PREFERENCIAS MÁS RECIENTES EN DISEÑO Y DECORACIÓN QUE SE ESTÁN INCORPORANDO EN PROYECTOS DE REHABILITACIÓN ABRAZAN LA SIMPLICIDAD, LA SOSTENIBILIDAD, LA DIVERSIDAD Y LA TECNOLOGÍA**



Portaro, contribuyendo a la seguridad, comodidad y sofisticación del espacio.

Otro importante proyecto de renovación para esta empresa fue el Círculo Artístico 1991 Hotel Boutique, que resulta de la transformación de un edificio histórico datado del principio del siglo XIX, en Murcia. Varias son las soluciones Portaro instaladas en este proyecto e incluyen, entre otras, puertas cortafuego 30 minutos con aislamiento acústico de hasta 41 decibelios y puertas correderas.

En el caso de CM4 Arquitectos, están trabajando actualmente en la rehabilitación de un antiguo edificio de apartamentos de alquiler para convertirlo en un hotel. En este proyecto, además de realizar una nueva distribución, se está renovando por completo el aislamiento del edificio y el sistema de instalaciones. “Con un trabajo en equipo entre cliente, ingeniería y arquitectura, hemos conseguido reducir notablemente el número de máquinas que existían en el edificio, ganando nuevos espacios para el uso y disfrute del huésped, además de reducir el impacto visual, ruidos, etc.”, apuntan.

Un ejemplo más es el de PF1 Interiorismo, que trabaja a día de hoy en el proyecto SuitesNature Ecocamp, con el ecoturismo como seña de identidad. “En este momento nos encontramos en una primera fase. Actualmente funciona parcialmente, pero en cuanto el proyecto esté finalizado, se podrá disfrutar de cabañas y zonas de restauración para tener una experiencia de desconexión total”, certifican.

Para concluir, Denys & von Arend ha llevado a cabo recientemente la rehabilitación del Parador de Aiguablava, “un claro ejemplo de rehabilitación exitosa tanto a nivel ambiental como sostenible”, según destacan desde la empresa.



# vicaima

UNEXPECTED HARMONY

 Soluciones Portaro® Cortafuego y Acústico

## ¿Busca Alto Rendimiento y Diseño Innovador?





Databraile.

## LA SUPERACIÓN DE LOS DESAFÍOS ECONÓMICOS Y LEGISLATIVOS, PRINCIPALES BARRERAS

# LA TECNOLOGÍA POTENCIA LA ACCESIBILIDAD

El progreso tecnológico ha supuesto un papel decisivo para impulsar la accesibilidad universal, transformando radicalmente la forma en que las personas con discapacidad interactúan con el mundo que les rodea. Desde innovadoras soluciones en señalización hasta aplicaciones móviles y dispositivos de comunicación alternativa, la tecnología está allanando el camino para hoteles y restaurantes en este sentido. Sin embargo, la superación de los desafíos económicos y legislativos supone una de las principales barreras para conseguir una inclusión plena.

La accesibilidad universal contribuye a hacer efectivo el derecho al ocio, la cultura y al turismo, aportando muchas ventajas para las empresas y destinos: incrementa la cuota de mercado; permite incluir a clientes con discapacidad y a personas mayores con requerimientos de accesibilidad (ambos grupos suponen el 30% de la población española); mejora la calidad de la oferta turística, gracias a espacios y servicios más fáciles de utilizar y confortables, y refuerza la imagen y la reputación de la empresa o destino.

Asimismo, los viajeros con requerimientos de accesibilidad tienen hábitos de consumo que benefician al sector del turismo. Por un lado, según Illunion, favorecen la desestacionalización, son multiclientes —el 96% viajan acompañados y planifican estancias más largas en el destino—, compran experiencias confeccionadas espe-

cíficamente para ellos y son prescriptores de la oferta accesible.

Sin embargo, casi el 80% de las personas con movilidad reducida tiene importantes dificultades para andar o moverse. Para solucionar esta problemática, el informe 'Accesibilidad y movilidad: mejorando la calidad de vida de las personas con discapacidad', elaborado por la Fundación Mutua de Propietarios, desvela que el 73% de ellas requiere de la ayuda de familiares y amigos.

En concreto, este análisis destaca que un 60% de las personas con movilidad reducida se sienten mal con ellas mismas, una percepción más acentuada entre los mayores de 70 años, quienes, además, afirman quedarse muchos días sin salir de casa.

Los datos que maneja Alberto Badás, Marketing Manager de Stannah España, confirman que en torno al 10% de la población global vive con algún tipo de discapacidad: "A pesar de tratarse de un porcentaje bajo, es de suma importancia trabajar la igualdad entre todos los colectivos para mejorar la inclusividad".

Según el representante de esta empresa, entre las principales necesidades de las personas que cuentan con alguna discapacidad motriz se encuentra la adaptación de los accesos y la corrección de los desniveles entre plantas para mejorar la accesibilidad física en estos espacios. Para ello, los accesos deben contar con una anchura de unos 90 centímetros para facilitar el paso de las sillas de ruedas. Igualmente, para evitar escale-

## DESDE INNOVADORAS SOLUCIONES EN SEÑALIZACIÓN HASTA APLICACIONES MÓVILES Y DISPOSITIVOS DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVA, LA TECNOLOGÍA ESTÁ ALLANANDO EL CAMINO PARA HOTELES Y RESTAURANTES EN ESTE SENTIDO

ras, se puede optar por diferentes soluciones, como las rampas, que deben tener una inclinación que no supere el 12%, y contar con pasamanos a ambos lados para ayudar en la subida.

También se pueden evitar las escaleras con elementos eléctricos. En este caso, las sillas salvaescaleras o plataformas elevadoras son una alternativa de instalación sencilla y apenas consumen electricidad.

Databraille es una compañía que desde el año 2000 realiza proyectos de accesibilidad, lanzando al mercado productos innovadores como las etiquetas autoadhesivas transparentes con información en código Braille, que permiten adaptar o complementar elementos ya existentes, o las etiquetas en aluminio. Los planos hápticos, si bien no son realmente una novedad, sí que son un elemento especialmente útil. Esta empresa también destaca por la reciente incorporación de encamina-



Plataforma elevadora Stannah España.



Silla salvaescaleras Stannah España.





Silla salvescaleras Stannah España.

mientos podotáctiles para la adaptación de entornos construidos. Para Raúl Rodríguez, director de Proyectos de Databraille, las principales demandas y necesidades de los usuarios con discapacidad en hoteles, bares y restaurantes pasan por “poder disfrutar, como cualquier otro cliente, de sus servicios de una manera lo más autónoma posible. Quizás lo que más se visualiza está enfocado a los problemas de movilidad, pero no son los únicos, también podemos añadir el acceso a la información (incluidos los menús), la señalización correcta de escalones o peldaños, la iluminación o la altura de algunos elementos de uso, como mesas y mostradores”.

**PRINCIPALES AVANCES**

La accesibilidad es un aspecto fundamental para garantizar que todos podamos disfrutar plenamente de los espacios y servicios de restaurantes y hoteles. Desde la señalización inteligente hasta los sistemas de comunicación de alertas, se están implementando innovaciones creativas para mejorar esta accesibilidad en una variedad de entornos. Uno de los avances más significativos es la implementación de señalización inteligente. Estos sistemas ofrecen información en varios formatos para garantizar que llegue a cualquier usuario. Por ejemplo, en una habitación de hotel, se pueden encontrar car-

**LAS PRINCIPALES DEMANDAS Y NECESIDADES DE LOS USUARIOS CON DISCAPACIDAD EN HOTELES, BARES Y RESTAURANTES PASAN POR PODER DISFRUTAR, COMO CUALQUIER OTRO CLIENTE, DE SUS SERVICIOS DE UNA MANERA LO MÁS AUTÓNOMA POSIBLE**

teles con información en texto, braille, pictogramas y un código QR que redirige a un PDF accesible. Además, se instalan balizas que permiten tener acceso a los mismos datos a través de un smartphone, facilitando así la tarea a las personas con discapacidad visual. En Databraille, por ejemplo, “nos centramos en la señalización accesible, tanto para ciegos y personas con deficiencias visuales como con limitaciones cognitivas. Para ello, utilizamos pictogramas de fácil comprensión que ayuden a identificar las diferentes salas y su uso, pero también elementos tacto-visuales para encaminamientos”, subrayan. De la misma manera, se observa una creciente tendencia hacia el desarrollo de sistemas de alerta diseñados

**EN TORNO AL 10% DE LA POBLACIÓN GLOBAL VIVE CON ALGÚN TIPO DE DISCAPACIDAD**

## ASEOS CON ACCESORIOS TAMBIÉN ACCESIBLES

Todo lo que envuelve a la Ley de accesibilidad está vivo y siempre en proceso de mejora. Desde 2003, e incluso antes, existían unas Leyes que obligaban a todos los edificios públicos a disponer de aseos accesibles “sin más”; posteriormente distintas Leyes y R.D han mejorado y precisado este ámbito. Y en 2010 se define cómo han de ser esos aseos o zonas accesibles, así como el campo de ampliación, y se integran en el CTE (Código Técnico de Edificación) en el que se indica cómo proceder para las obras de nueva construcción, ampliación, rehabilitación, entre otros aspectos.

El no cumplimiento de estas normas acarrea sanciones. No obstante, tal como explica José Luis Rumbo, prescriptor de CISA Cerraduras (Allegion): “Siempre existirán establecimientos que por propia estructura constructiva de los edificios o antigüedad no han tenido obligación de disponer de zonas adaptadas y hoy sería imposible reacondicionarlos para uso adaptado, lo que obligaría a ubicar estas soluciones fuera de sus zonas de aseo. Este problema lo encontramos también en los anchos de las aceras de muchos lugares, por ejemplo”. Rumbo indica que los estándares de accesibilidad están muy bien definidos cuando se trata de nuevos proyectos de ejecución, pero que donde se generan grandes “gaps” es en los proyectos de reforma y adecuación donde el factor clave lo encontramos a nivel estructural y no a nivel de opciones de producto. Para entender esto solo hay que imaginar un aseo ubicado en un sótano o en una zona “estrecha” en donde originalmente existía únicamente “baño de hombres” y “baño de mujeres”.

El prescriptor de CISA Cerraduras detalla que las demandas actuales de hoteles y restaurantes pasan porque todo el recorrido de acceso hasta llegar a las zonas de aseo esté perfectamente identificado y libre de obstáculos; y que otra demanda pasa por la “humanización” de los baños adaptados. Por ejemplo si la estética general de los baños del establecimiento incluye grifería y accesorios en acabado negro, que los elementos de ayuda también sean en estos acabados. Rumbo destaca también que, en cuanto a diseño, la tendencia en los baños es seguir consolidando la ergonomía de los accesorios, así como los acabados. Mientras que, a nivel de integración en proyectos, la tendencia pasa por eliminar e invisibilizar todos los elementos de fijación, que en el corto plazo son los primeros en degradarse.

José Luis Rumbo hace hincapié también en que las tecnologías emergentes generan grandes oportunidades de desarrollo y



funcionalidades en los productos para poder ser integrados en un conjunto funcional mayor (domótica). De esta forma indica: “Nosotros estamos en continua búsqueda de implementación de mejoras no solo a nivel de prestaciones a usuario, sino también de prestaciones”. El objetivo es diluir al máximo las barreras y esto pasa no solo por los accesorios en sí, sino también por el conjunto de elementos que conforman estas zonas, desde las puertas a los grifos, por ejemplo, buscando una integración de múltiples niveles. “Este objetivo se complementa con los nuevos modelos de industrialización en la construcción”, asegura el prescriptor de CISA Cerraduras. En cuanto a ejemplos de buenas prácticas en la implementación de tecnología accesible en el sector, Rumbo explica que en el desarrollo de nuevos proyectos trabajan ya en la implementación de las soluciones técnicas y estéticas junto con el equipo de arquitectura y la propiedad del futuro edificio, independientemente del mercado vertical al que pertenezca. “Creemos que esa es la fase, pues visión de tecnología de accesibilidad es una visión muy holística en donde conjugamos, técnica electrónica, técnica funcional y técnica estética”. “Sin entrar en ejemplos concretos, podemos afirmar que existe una concienciación muy grande para incluir todo lo descrito anteriormente, partiendo de los arquitectos, decoradores o bien los oficios vinculados a instalación y prestaciones del producto”, concluye Rumbo. Aunque cada mercado vertical tiene sus peculiaridades y también sus soluciones, pues la misma familia base de producto, puede cambiar con respecto a uso en un hotel o en una clínica; para mejorar la accesibilidad en entornos hoteleros, de restauración y de ocio, toda la gama de producto que desarrollan desde CISA Cerraduras desemboca en dos ramas: accesorios mecánicos y accesorios conectados.

CISA Cerraduras tiene varios productos estrella, entre los que se encuentra Cavere FlexCare, una gama modular de accesorios, complementarios a la gama Cavere, instalados en un raíl fijado a pared y en el se pueden instalar toalleros, bandejas, jaboneras o soportes para muletas. Alguno de los accesorios es proyectante, lo que facilita el acceso a los utensilios que estén ubicados en el mismo. Además, los acabados quedan perfectamente integrados con los de la gama Cavere, armonizando y humanizando el conjunto.

para personas con discapacidad auditiva. Estas innovaciones transforman sonidos cotidianos, como el de una alarma, en señales visuales (destellos de luz intermitente), o incluso en mensajes de texto que se muestran en smartphones o pulseras inteligentes. Esta tecnología asegura que las personas con discapacidad auditiva puedan recibir información muy relevante de forma efectiva y oportuna, lo que contribuye significativamente a su seguridad y bienestar en diversos entornos.

Actualmente, existen “apps móviles que proporcionan información detallada sobre la accesibilidad de un lugar, incluyendo presencia de rampas, baños acondicionados, ascensores o sillas salvaescaleras, entre otros”, certifica Badás, quién especifica que hay “disponibles soluciones para personas con discapacidad visual, como los sistemas de navegación indoor, que les ayudan a orientarse en espacios interiores, proporcionando indicaciones auditivas o táctiles sobre la ubicación de áreas claves



## SI BIEN LOS RETOS EN LA BÚSQUEDA DE ACCESIBILIDAD SON SIGNIFICATIVOS, TAMBIÉN HAY UNA CRECIENTE CONCIENCIA Y COMPROMISO CON LA INCLUSIÓN EN LA SOCIEDAD

como recepción, baños, etc. Otra opción son los auriculares con bucle de inducción, ya que proporcionan una mejor calidad de sonido en los entornos más ruidosos de bares y restaurantes”.

El bucle de inducción magnética es un sistema que permite que la información recogida por un micrófono se transmita directamente a los audífonos. Esto elimina las barreras de comunicación y garantiza que todas las personas, independientemente de su capacidad auditiva, puedan participar plenamente en conversaciones y recibir información importante en tiempo real.

En el caso de clientes con discapacidad comunicativa, existen dispositivos de ‘comunicación alternativa’, que cuentan con aplicaciones de comunicación aumentativa y alternativa (CAA). “Esta tecnología permite que el consumidor pueda expresarse y comunicarse de manera efectiva”, declaran en Stannah España.

El marketing manager de esta compañía también hace referencia a la tecnología cuando analiza las tendencias del sector: “Juega un papel fundamental, pues muchas soluciones están diseñadas específicamente para conseguir un espacio más accesible y, no menos importante, para que el personal de los establecimientos esté capacitado y pueda proporcionar un servicio inclusivo. Esto se consigue organizando formaciones sobre la mejor manera de interactuar con personas con discapacidad, utilizando tecnologías de asistencia y adaptando el servicio para satisfacer estas necesidades individuales”.

Y es que la tecnología también es un elemento clave, pero “no solo en cuanto a domótica se refiere (como la apertura automática de puertas), sino también en el caso de los muy habituales códigos QR y su versión de lectura a larga distancia, como los códigos NaviLens. Aunque no hay que olvidar que el uso de nuevas tecnologías es un elemento complementario y no sustitutivo de otras ayudas y elementos de accesibilidad, ya que debe ser universal para que la tecnología no se convierta en una barrera más por la posible dificultad de acceso a la misma”, suscribe Rodríguez.

Por su parte, en Stannah también hablan de un diseño universal, “con el objetivo de crear entornos que puedan ser usados por la mayoría de las personas, independientemente de sus condiciones físicas o psíquicas. Se parte de la eliminación de todas las barreras

arquitectónicas para proporcionar espacios que sean fáciles de recorrer, a la par que se suman materiales y tecnologías accesibles para todos”.

Para complementar este diseño universal y crear un entorno más favorable, el diseño de interiores cobra especial relevancia mediante el uso de colores, texturas y contrastes que sean fáciles de distinguir para aquellas personas con discapacidad visual, así como mobiliario y disposiciones que permitan su movilidad y comodidad.

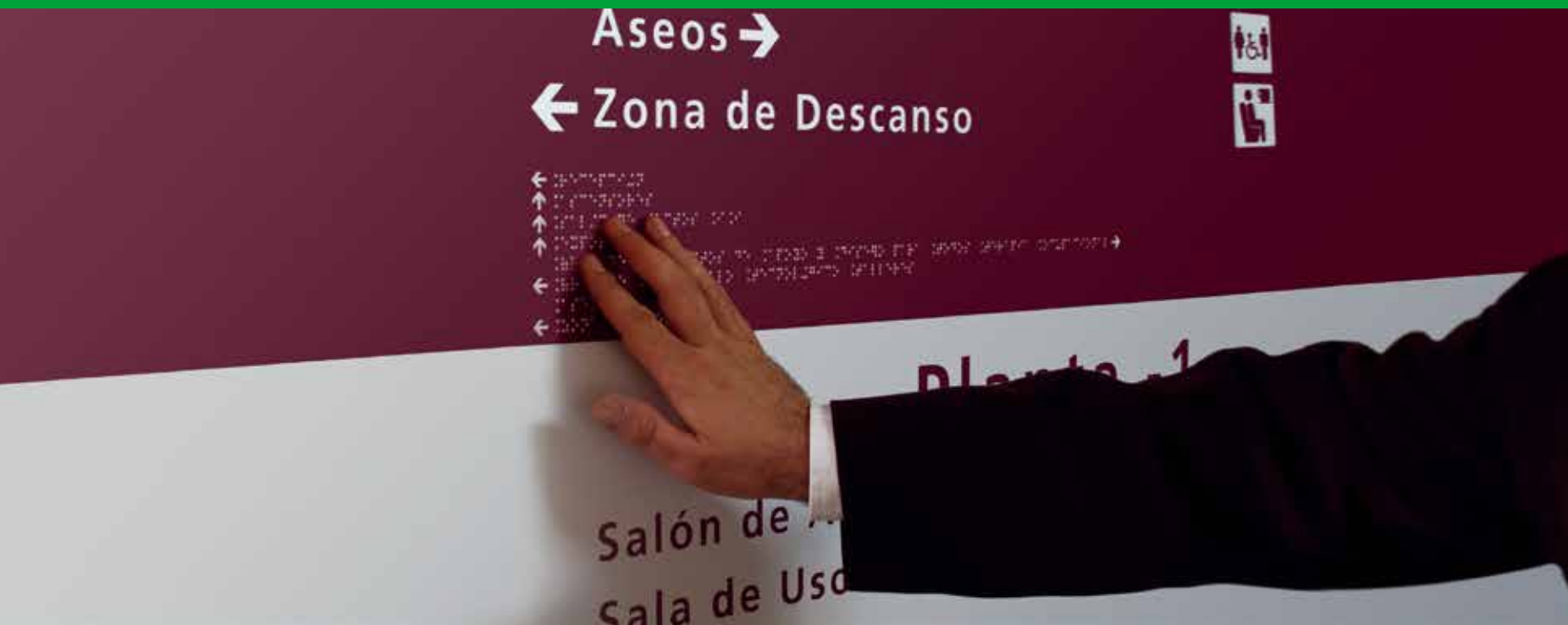
### DESAFÍOS ACCESIBLES

Si bien los retos en la búsqueda de accesibilidad son significativos, también hay una creciente conciencia y compromiso con la inclusión en la sociedad. Al abordar los desafíos de infraestructura, financieros, conciencia y capacitación, los establecimientos están dando pasos importantes hacia la creación de entornos que promueven la igualdad de oportunidades y la participación de todas las personas en la vida social, económica y cultural de la comunidad.

En el sector de la hostelería cuentan, en la mayoría de los casos, con un factor restrictivo, ya que estos los establecimientos se ubican en edificios ya construidos y operativos, “por lo que es frecuente que cualquier modificación requiera de una parada temporal de los servicios. Lo que complica la implantación de la mejora de la accesibilidad”, asegura Rodríguez. El director de Proyectos de Databrille asume que “posiblemente el desconocimiento y el enfoque como gasto sean los mayores desafíos. Aunque no hay que olvidar que existen diferentes normativas que en ocasiones chocan, como en el caso de edificios con especial protección, o incluso alguna legislación no muy clara”.

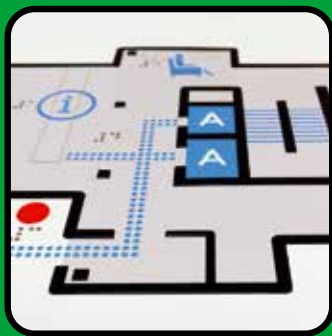
Sin embargo, la situación es ahora más positiva que en el pasado: “Hasta hace unos años, el principal desafío era la falta de conciencia de la existencia de un problema real para las personas con discapacidad, pero, afortunadamente, hemos dejado atrás este reto y ahora el foco está puesto sobre otros aspectos, como las limitaciones arquitectónicas que presentan algunos espacios, lo que dificulta la implementación de medidas de accesibilidad sin comprometer la integridad del edificio”, opina Badás.

Hay que tener en cuenta también que todo cambio conlleva un desembolso económico y no todos los propietarios pueden acometerlo. Afortunadamente, muchos gobiernos regionales ofrecen subvenciones para ayudar a costear las adaptaciones necesarias. Tal y como señalan en Stannah España, “más que como un gasto, este desembolso debe considerarse como una inversión, puesto que adoptar mejoras en pro de la igualdad y de la integración de todos contribuye a enriquecer la imagen de la empresa, ya que está evitando las limitaciones de acceso de sus servicios para ciertos colectivos”.



# Señalización Accesible

con Altorrelieve y Braille



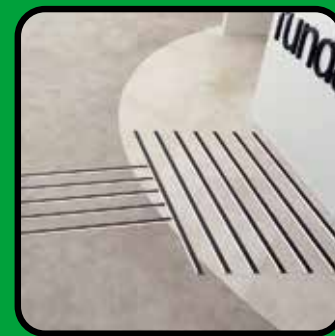
Planos hápticos



Atriles accesibles



Señalización



Encaminamientos





MATERIALES RESISTENTES AL SOL, A LA HUMEDAD Y A LOS CAMBIOS DE TEMPERATURA

# LA NATURALEZA INSPIRA EL DISEÑO DE EXTERIORES

La fusión entre naturaleza y diseño redefine la experiencia en espacios al aire libre. Desde muebles de alta resistencia hasta soluciones de diseño y materiales innovadores, cada elemento se adapta al entorno, creando un ambiente acogedor y funcional para hoteles y restaurantes.

La naturaleza no solo sirve como inspiración cuando se diseñan espacios al aire libre en hoteles y restaurantes, sino que también ofrece soluciones de equipamiento que reflejan la eficiencia y la belleza de la misma mediante opciones funcionales que generan experiencias reseñables.

La fusión con el entorno es un principio fundamental en los diseños de exteriores, creando una continuidad visual que invite a los visitantes a sumergirse en una experiencia natural. Para Nuria Costa, CEO de Bambó Blau, “a la

hora de iniciar este tipo de proyectos, es decisivo seleccionar los materiales adecuados, ya sea aluminio, sintéticos de alta calidad o maderas como la teca, asegurándose de que cuenten con el tratamiento necesario para mantener sus propiedades. Realizar un mantenimiento adecuado contribuye significativamente a prolongar la vida útil de los productos”.

Esta integración se extiende a la incorporación de vegetación autóctona y elementos geológicos que celebran la singularidad del lugar y añaden un toque de autenticidad. De esta manera, los jardines, cada vez más utilizados en hoteles y en algunos restaurantes, son, tal y como los conciben, por ejemplo, en la empresa Diabla: “espacios donde la naturaleza y el diseño se unen en un paraíso escondido en el corazón de la ciudad”. Como expresión de creatividad y diseño, esta compañía utiliza la innovación y el ingenio para aprovechar al máximo el espacio disponible y crear un entorno verde y armonioso.



## LA FUSIÓN CON EL ENTORNO ES UN PRINCIPIO FUNDAMENTAL EN LOS DISEÑOS DE EXTERIORES, CREANDO UNA CONTINUIDAD VISUAL QUE INVITE A LOS VISITANTES A SUMERGIRSE EN UNA EXPERIENCIA NATURAL

Así, la colección Ploid, del estudio Romero & Vallejo para Diabla, está concebida para estructurar ambientes acogedores en jardines urbanos. Con su diseño versátil, se crean combinaciones adaptables a cualquier espacio exterior. Con tan solo tres elementos, una pieza de esquina, un asiento individual con respaldo y una pieza multifuncional en forma de puf, se configuran múltiples tipos de asientos y ambientes.

Asimismo, los esquineros Ploid son especialmente útiles para aprovechar al máximo cada rincón del jardín, ya que ofrecen la alternativa de situarse tanto a la izquierda como a la derecha. De la unión de dos de estos módulos se obtiene un pequeño sofá loveseat de dos plazas, perfecto para espacios reducidos. Con la adición de un solo asiento con respaldo, el sofá se amplía según sea necesario. Incluso se pueden utilizar los módulos individuales sin elementos de esquina para armar un sofá más informal.

“El jardín es uno de los lugares donde me gusta cultivar ideas y creatividad. Su interconexión perfecta entre la espontaneidad de la vegetación que crece libremente y el rigor de la vegetación moldeada por la mano del hombre refleja la imagen de nuestro ser más profundo. El jardín es el lugar donde coexisten la espontaneidad y el control”, señala Barnaba Fornasetti, director artístico de Fornasetti. En este sentido, las sillas Capitellum y las mesas Ara Solis de la compañía conforman comedores al aire libre, mientras que los sofás y sillones Insoliti Salotti están diseñados para crear rincones de relajación en los que sumergirse junto con la vegetación.

Gracias a su forma, la silla exterior Capitellum se apila y su asiento puede hacerse más cómodo con la adición de cojines decorativos para exteriores. Las tres variantes de color van desde los tonos más clásicos de blanco y negro hasta los tonos más brillantes de amarillo, aplicados mediante barniz mate.

La mesa de jardín Ara Solis también está disponible en tres colores, con una base que recuerda a las ranuras de las columnas clásicas y una superficie con uno de los populares soles de Fornasetti.

Por último, los Fuegos de Jardín de la empresa Butsir han sido concebidos como una colección de hogueras y mesas con fuego que transforman jardines y terrazas en

### GALERÍA



**GROSFILLEX.-** De líneas limpias y curvas, Cannes, diseñado en especial para el sector contract, ofrece una combinación para la zona lounge de cafeterías y restaurantes y es una solución rápida de instalar sin necesidad de montaje.



**PEDRALI.-** Las colecciones outdoor de la firma presentan soluciones de diseño optimizadas caracterizadas por sofás y asientos con acolchados suaves e hidrorrepelentes.



**BUTSIR.-** Los Fuegos de Jardín de esta empresa han sido concebidos como una colección de hogueras y mesas con fuego que transforman jardines y terrazas en un lugar más acogedor.



**GAN.-** La serie Mangas se inspira en la estética de los jerséis de lana tejidos a mano, pero ha evolucionado a través de la incorporación de nuevos materiales para explorar nuevas opciones en exteriores.

un lugar más acogedor. Una nueva solución de calefacción, decoración y mobiliario exterior para disfrutar de atardeceres alrededor del fuego con las ventajas del gas propano: alto poder calorífico, llama regulable y ni rastro de humo ni cenizas. Además, por su diseño minimalista y acabados se integran con cualquier estilo decorativo.

### TENDENCIAS Y MATERIALES

Dentro del contexto del diseño para exteriores, la idea de fluidez y compartición está redefiniendo el propio concepto de las áreas contract para hoteles y restaurantes. La tendencia hacia una mayor apertura de los espacios refleja una idea de comodidad sin límites, donde los ambientes interiores y exteriores se fusionan, creando una experiencia única y atractiva.

En este sentido, desde hace más de sesenta años, Pedrali se ha dedicado a ofrecer confort tanto en espacios interiores como exteriores. Sus colecciones outdoor presentan



**GALERÍA**

**BAMBÓ BLAU.-** Esta temporada la empresa ha añadido varias piezas específicas para exterior a su catálogo. Entre ellas destacan:

El Sillón BIG, muy grande (280 cm) y cómodo, combina una estructura de caña natural superresistente, con unos cojines XXL.

El Sillón Tokio, hecho con madera de teca y una rejilla de tejido sintético, es perfecto para disfrutarlo en interior y en exterior.

El Sillón Copenhague, ya sea en la zona de recepción o en un chill out exterior, es una pieza cómoda y estilosa fabricada con madera de teca y cordado de tejido sintético.

El Sillón Riga es elegante y resistente. Perfecto para exterior. Está fabricado con un trenzado de tejido sintético, al que se da forma envolvente que lo hace muy cómodo.

El Sillón Londres es una pieza que destaca por su aspecto cálido y acogedor. Se fabrica con aluminio en acabado madera y tejido sintético en acabado ratán. Un sillón ligero y resistente, apto para interior y exterior.

Y la bonita población mallorquina da nombre al Sillón Sóller. Una promesa de paz, relax y largas sobremesas.



**AGORA FABRICS.-** Esta empresa destaca como la marca de referencia en la excelencia de tejidos de exterior ya que ha desarrollado un tejido que desafía al clima y resiste el paso del tiempo con materiales respaldados por una garantía de 5 años contra la pérdida de color. Con Agora Armonias ofrece una gama de tejidos elaborados con hilo acrílico 100% tintado en masa. La colección invita a sumergirse en la sinfonía de la naturaleza, creando una atmósfera acogedora que ofrece una experiencia funcional, amena y reconfortante. Inspirada en conceptos como ikigai, hygge y lagom, fusiona los placeres simples con una moderación elegante, permitiendo que los sentidos se calmen y se deleiten mientras se disfruta de la comodidad en su máxima expresión.



**VICAL.-** Con la mirada puesta en el diálogo directo de la materia con su entorno, las piezas de las colecciones Pure, Corba y Trena se nutren de materiales nobles como la madera de teca reciclada artesana para construir espacios tan confortables como perdurables.

La colección **Pure** destaca por sus líneas limpias y diagonales que han sido diseñadas para proporcionar la inclinación perfecta para el descanso.

La serie **Corba** se compone de muebles de formas sinuosas y orgánicas que envuelven a las piezas en un fluir constante de la forma.

Y **Trena** está compuesta por sillones, sofás y chaises longues, acompañadas de mesas de centro, con toda la ligereza y frescura de las fibras naturales y la contundencia de las tarimas de teca reciclada artesanal, que los sostiene y eleva.



**FORNASETTI.-** Las sillas Capitellum y las mesas Ara Solis de la compañía conforman comedores al aire libre, mientras que los sofás y sillones Insoliti Salotti están diseñados para crear rincones de relajación en los que sumergirse junto con la vegetación.

soluciones de diseño optimizadas caracterizadas por sofás y asientos con acolchados suaves e hidrorrepelentes. Tal es el caso de Reva Cocoon. Proyectada por el diseñador francés Patrick Jouin, es un sistema de asientos lounge caracterizado por líneas suaves y dimensiones generosas. Fabricado con materiales resistentes a los agentes atmosféricos, ofrece la libertad de componerse en diferentes configuraciones, adaptándose a las necesidades de cada espacio. Los respaldos altos, en acero inoxidable y recubiertos con un entramado de cuerda de polipropileno, garantizan un confort óptimo y un ambiente protegido. El entramado, realizado por artesanos italianos, refuerza la privacidad, manteniendo el mobiliario ligero y permeable al aire y a la luz.

A su vez, Nolita sofa, de CMP Design, se revela por sus formas simples, con una estructura de tubo de acero que le confiere ritmo visual y solidez. Evocando los orígenes históricos de Mario Pedrali en 1963, y de sus primeras sillas de jardín de metal, este sofá conserva transparencia y ligereza, con suaves cojines protegidos por una funda impermeable y revestidos con tejidos de polipropileno para uso en exteriores. Su versatilidad permite combinar diferentes módulos, lineales o angulares.

Respecto a los materiales, la apuesta por la naturaleza continúa de la mano del fabricante GAN: "Abordamos Mangas outdoor como un nuevo viaje juntos, con empatía y el deseo de crecer. Queríamos desarrollar espacios que se integraran perfectamente con la naturaleza y donde la funcionalidad se encontrara con la estética. El desafío era lograrlo utilizando materiales adaptados a espacios exteriores. GAN hizo un trabajo extraordinario y logró una pieza con el mismo volumen y comodidad que la versión de interior", señala la diseñadora detrás de este concepto, Patricia Urquiola.

La serie Mangas se inspira en la estética de los jerséis de lana tejidos a mano, pero ha evolucionado a través de la incorporación de nuevos materiales para explorar nuevas opciones en exteriores. El resultado es una nueva línea de pufs, alfombras y piezas modulares que complementan espacios decorados con muebles contemporáneos y minimalistas, añadiendo un toque de calidez, pero también se integran fácilmente en espacios informales y coloridos.

El mobiliario y los accesorios de la serie Mangas están diseñados para resonar con el entorno natural. Esto garantiza que cada pieza de equipamiento exterior no solo

(agora)<sup>®</sup>



Disfruta al aire libre, escoge nuestros tejidos acrílicos 100% tintados en masa.



cumpla una función práctica, sino que también contribuya a la sinfonía visual del espacio. “Utilizamos colores cálidos y terrosos como terracota, gris piedra, blanco y otros tonos que hacen eco del paisaje natural. También incorporamos toques de color, como el azul lavanda, para añadir interés visual”, según explica Urquiola.

Siguiendo con esta estela de novedades, Nuria Costa comparte las últimas incorporaciones al catálogo de Bambó Blau: especialmente diseñado para espacios exteriores, el Sillón BIG es un sofá amplio con una estructura de caña natural y cojines XXL. Con unas dimensiones de 280 cm, ofrece comodidad y estilo en grandes proporciones.

Del mismo modo, destaca el Sillón Tokio, fabricado en madera de teka y tejido sintético. Estos mismos materiales se encuentran en el Sillón Copenhague, ofreciendo un espacio cómodo y estiloso para zonas de descanso al aire libre.

Conjuntamente, Bambó Blau presenta también el Sillón Riga, diseñado con un trenzado de tejido sintético que garantiza durabilidad y confort en exteriores, y el Sillón Londres, confeccionado con aluminio en acabado madera y tejido sintético en ratán para ofrecer un aspecto cálido y acogedor. Por último, la población mallorquina de Sóller da nombre a otro de los nuevos sillones de Bambó Blau, “una promesa de paz, relax y largas sobremesas”, comenta Costa.

Por su parte, Grosfillex anuncia su nuevo sofá Cannes. Se trata de un conjunto de exterior con líneas limpias y curvas, diseñado en especial para el sector contract, que ofrece una combinación para la zona lounge de cafeterías y restaurantes. Un área que se ha convertido en imprescindible para terrazas de restaurantes, bares, bordes de piscina e incluso para zonas de relax especialmente habilitadas en empresas o durante eventos.

Cannes es una solución rápida de instalar sin necesidad de montaje. Este conjunto de cuatro plazas, con mesa de centro se presenta en dos colores: Terracotta y Havane y los asientos y respaldo en color Gris chiné. El producto está fabricado en aluminio, al que se le aplica un recubrimiento en polvo de poliéster Tiger Drylac para uso exterior y cuenta con 5 años de garantía. Los cojines son desenfundables y lavables (con cremallera) y el tejido es resistente a los rayos UV y 4-5 a la decoloración.

#### UN NUEVO MODO DE HABITAR EL EXTERIOR

Por su parte, las nuevas colecciones outdoor de Vical invitan también a experimentar un nuevo modo de habitar el exterior. Con la mirada puesta en el diálogo directo de la materia con su entorno, las piezas de las colecciones Pure, Corba y Trena se nutren de materiales nobles como la madera de teka reciclada artesana para construir espacios tan confortables como perdurables. De la mano del diseñador Pep Gramage, la materia es la verdadera protagonista de unos espacios que se rinden a un proceso enteramente artesanal. Piezas sencillas y

## LOS MATERIALES RESISTENTES A LA INTEMPERIE, COMO EL ALUMINIO, EL ACERO INOXIDABLE Y LOS TEJIDOS DE ALTO RENDIMIENTO, ESTÁN GANANDO POPULARIDAD POR SU CAPACIDAD PARA SOPORTAR CONDICIONES ADVERSAS

contundentes, funcionales y sostenibles, que reconectan con la naturaleza para habitar el momento. Así, la marca aboga por un proceso de elaboración que ofrezca la posibilidad de seguir disfrutando de un exteriorismo sostenible el máximo tiempo posible.

Y es que si algo caracteriza a las nuevas colecciones outdoor de Vical es la relación que establecen entre la materia y el espacio. Cada una de sus piezas es un puente que va desde el origen, la fuente –en este caso la madera de teka reciclada artesana– hasta el entorno con el que se funden. Son muebles elaborados no solo para resistir en el medio externo, sino para convertirse en él.

Materia y artesanía en un diálogo directo con el exterior. Así ocurre con la colección Pure, cuyas líneas limpias y diagonales han sido diseñadas para proporcionarnos la inclinación perfecta para el descanso. Sillones, sofás, tumbonas simples y dobles, acompañados de mesas de centro y auxiliares, en un juego sobrio de equilibrios. Asientos sencillos y contundentes para el relax que requieren los exteriores más exigentes.

Las líneas curvas son otro camino directo al confort. Y así lo demuestran las piezas de la serie Corba, pensadas para crear una atmósfera de estático movimiento. Muebles de formas sinuosas y orgánicas que envuelve a las piezas en un fluir constante de la forma. La madera desnuda su naturaleza y muestra su textura, trabajada con esmero, invitando a reposar en unos sofás, sillones y tumbonas acompañados de mesas de centro y auxiliares. Piezas de formas sencillas que descansan firmes sobre su propia estructura y abrazan.

Bonitos recuerdos de veranos eternos y salados, mientras, traen los asientos trenzados de la colección Trena, que ahora también forman parte del mobiliario más moderno de exterior de Vical. En cada nudo de la cuerda, por cada rejilla del ratán, se cuela una historia de tradición y pertenencia que ata a una tierra y a una cultura. Una serie de sillones, sofás y chaises longues, acompañadas de mesas de centro, con toda la ligereza y frescura de las fibras naturales y la contundencia de las tarimas de teka reciclada artesanal, que los sostiene y eleva, aportando una sensación de ingravidez delicada y sutil. A su vez, cabezal y respaldo se muestran

como una única pieza envolvente, que abraza todo el conjunto, creando un espacio íntimo.

### CONSERVAR EL EQUIPAMIENTO

El equipamiento exterior está preparado para afrontar diversas condiciones climáticas, garantizando su longevidad y funcionalidad a lo largo del tiempo. De esta manera, los clientes valoran cada vez más la durabilidad y la resistencia de estos productos, por lo que los materiales resistentes a la intemperie, como el aluminio, el acero inoxidable y los tejidos de alto rendimiento, están ganando popularidad por su capacidad para soportar condiciones adversas.

Además, la atención al detalle en términos de durabilidad y resistencia garantiza que los espacios al aire libre mantengan su atractivo visual y su funcionalidad a lo largo de los años, incluso en entornos climáticos desafiantes. Esto no solo mejora la experiencia del usuario, sino que reduce la necesidad de reemplazar o reparar constantemente el equipamiento, lo que puede generar ahorros adicionales a largo plazo.

Según Nuria Costa, "la exposición directa al sol, la humedad y los cambios de temperatura afectan de manera dis-

tinta a cada material. Por eso, en Bambó Blau siempre recomendamos para uso en exteriores nuestra colección de aluminio con ratán sintético de alta calidad, que se adapta bien a diferentes climas. Además, recoger y resguardar el material durante las temporadas en las que no se utilice ayuda enormemente a prolongar la vida del mobiliario".

En lo que a las telas se refiere, la empresa Agora Fabrics ha desarrollado un tejido que desafía al clima y resiste el paso del tiempo con materiales respaldados por una garantía de 5 años contra la pérdida de color.

La nueva colección de Agora Armonias, ofrece una gama de tejidos elaborados con hilo acrílico 100% tintado en masa. Con una selección cuidadosamente curada de tonos pastel suaves y tonos oscuros profundos, la compañía mantiene que "Armonias celebra el equilibrio entre la estética y la funcionalidad, manteniendo las mismas características técnicas que diferencian a la marca. Desde texturas suaves y adaptables hasta estructuras elegantes, esta colección brinda opciones versátiles para una fácil coordinación, inspirando proyectos personalizados que reflejen la influencia profunda que los colores y las texturas tienen en la percepción del confort al aire libre", según detallan desde la firma.



## VENTA Y ALQUILER DE MANTELERIA PARA EVENTOS

Elegir la mantelería adecuada puede transformar instantáneamente su evento y crear una impresión duradera en sus clientes.

Calle del Haya, 3D planta baja 28044 - Madrid  
Teléfonos: 606 834 079 911 690 657  
info@diamantel.es  
www.Diamantel.es





## ENFOQUES INNOVADORES PARA UNA LIMPIEZA COMPLETA EN HOTELES Y RESTAURANTES

# COMPROMISO DE PRIMER NIVEL

La satisfacción del usuario y la reputación del negocio dependen en gran medida de las condiciones de higiene que presentan los establecimientos. Tanto los hoteles como restaurantes, con nuevas tecnologías y enfoques innovadores, consiguen elevar sus estándares de limpieza promoviendo entornos saludables para clientes y trabajadores.

**E**l advenimiento de la era digital ha empoderado a los consumidores, brindándoles acceso inmediato a información detallada. Las plataformas en línea, las redes sociales y los sitios de reseñas permiten a los usuarios compartir sus experiencias de manera eficaz y desarrollada. Aquellos establecimientos que demuestran un compromiso firme con la higiene y la seguridad tienen más probabilidades de recibir reseñas y recomendaciones favorables. Sin embargo, cualquier descuido en estos aspectos puede difundirse rápidamente y afectar la reputación del negocio. La percepción de limpieza influye considerablemente en las críticas positivas y las recomendaciones, por lo que es esencial que los negocios inviertan en protocolos sólidos y comuniquen claramente estos esfuerzos a sus clientes. En la industria hotelera y de restaurantes, la higiene y la sanidad son aspectos que no deben subestimarse. Asimismo, los empleados que interactúan regularmente con los usuarios, preparan alimentos o gestionan espacios compartidos desempeñan una función capital en la seguridad y el bienestar de los huéspedes y comensales.

### SOLUCIONES EFICACES Y PRODUCTOS SOSTENIBLES EN HOTELES

En el caso de los hoteles, son lugares donde la limpieza y la higiene garantizan una experiencia positiva. La capacitación adecuada de los empleados que administran la higiene es fundamental, al igual que contar con los suministros necesarios: toallas de mano, jabones, desinfectantes y papel higiénico.

Los clientes demandan, cada vez más, soluciones eficaces y productos realmente sostenibles. De hecho, según *Tork*, el 54% de los consumidores a nivel mundial han aumentado sus exigencias en relación a las empresas en materia de sostenibilidad, por lo que la compañía está desarrollando productos que se adaptan a una sociedad circular. Sus jabones, por ejemplo, están diseñados para reducir el impacto medioambiental en torno al consumo de agua o la generación de residuos.

No seguir los protocolos de higiene puede acarrear consecuencias graves. Además de la propagación de enfermedades, los hoteles pueden afrontar una pérdida de confianza por parte de sus ocupantes y daños a largo plazo en su reputación. La satisfacción del usuario está estrechamente relacionada con la percepción de la limpieza y la higiene en las instalaciones.

Desde los vestíbulos hasta las áreas preparadas para eventos, cada rincón debe someterse a una minuciosa limpieza y desinfección. Esto implica el uso de productos especializados para ofrecer una higiene efectiva en todas las superficies.





Tork.



Tork.

Sin embargo, una de las áreas más críticas son las habitaciones de los huéspedes. Por ello, después de cada check-out es imprescindible prestar una especial atención a los objetos de alto contacto como los interruptores de luz, pomos o mandos a distancia. Además, se deben lavar las sábanas y las toallas a altas temperaturas para eliminar cualquier rastro de bacterias.

Pero la limpieza no se detiene en las habitaciones. Las zonas comunes como los ascensores, las escaleras y los gimnasios también requieren de una atención constante. Es fundamental garantizar que estas localizaciones estén limpias e higienizadas regularmente para reducir el riesgo de propagación de enfermedades.

Por último, se tiene que mostrar un interés aún mayor en entornos compartidos con mascotas. Utilizar productos específicos de limpieza para ello es una buena manera de conseguir los efectos deseados. Una limpieza superficial puede resultar insuficiente en este caso, generando quejas por parte de los huéspedes, especialmente si son personas alérgicas.





## ES ESENCIAL QUE LOS NEGOCIOS INVIERTAN EN PROTOCOLOS SÓLIDOS DE HIGIENE Y COMUNIQUEN CLARAMENTE ESTOS ESFUERZOS A SUS CLIENTES

### LIMPIEZA DEL ENTORNO Y LOS EQUIPOS EN LOS RESTAURANTES

Los comensales mantienen unas expectativas muy altas cuando se trata de la limpieza y la seguridad en los establecimientos donde consumen alimentos. En este sentido, la percepción de la higiene afecta directamente a la satisfacción del cliente y su decisión de volver.

Los restaurantes siempre han tenido protocolos y listas de verificación para prevenir enfermedades transmitidas por alimentos. Estos incluyen prácticas de higiene en la cocina, manipulación segura de alimentos y limpieza de áreas de servicio. Cumplir con estas directrices es necesario para proteger la salud de los comensales y asegurar la integridad del establecimiento.

En este sector, se aplican normas específicas de higiene para prevenir la contaminación de los alimentos. Pero además de seguir prácticas básicas de sentido común, es necesario adherirse a criterios impuestos por la ley para evitar sanciones y garantizar la seguridad de los clientes. Por otra parte, la higiene personal es de suma importancia. Quienes manipulan el producto siguen estrictas normas de higiene, que van desde el lavado meticuloso de manos hasta el uso adecuado de uniformes limpios y la observancia de prácticas seguras durante la manipulación de alimentos.

A su vez, la conservación adecuada de los alimentos deberá preservar su frescura e integridad. Esto implica mantener una cadena de frío ininterrumpida para aquellos productos que lo requieran, controlar las fechas de caducidad y rotar correctamente los productos para evitar que se estropeen. Además, mantener una estricta separación entre alimentos crudos y cocidos evitará la contaminación cruzada.

La limpieza y desinfección del entorno y los equipos de trabajo son aspectos vitales para minimizar la contaminación de alimentos. Eliminar cualquier residuo y grasa que pueda acumularse es un primer paso, ya que estos pueden convertirse en caldo de cultivo para bacterias y otros microorganismos nocivos. Igualmente, hay que prestar especial atención a la limpieza de áreas de difícil acceso, como rincones y grietas, donde los residuos pueden acumularse y ser difíciles de detectar.

### BIENESTAR DE LOS EMPLEADOS

El bienestar de los empleados es un motivo más de preocupación cuando se habla de higiene. Y es que no solo se trata de garantizar la satisfacción de los clientes, sino también de crear un entorno laboral positivo que fomente la productividad y la lealtad del personal. La limpieza y la organización del lugar de trabajo desempeñan un papel significativo en este aspecto, ya que influyen directamente en la percepción y el confort de los trabajadores. La empresa Tork dispone de datos reveladores sobre la relación entre la limpieza del entorno laboral y la satisfacción de los empleados. La información que maneja muestra que más del 85% de los trabajadores considera que la limpieza es esencial para un ambiente de trabajo óptimo. Específicamente, los aseos son áreas sensibles, ya que el 67% de los empleados son propensos a que-

jarse de un baño sucio. Este enfoque en la limpieza y la higiene refleja no solo el compromiso con la salud y el bienestar del personal, sino también la calidad del servicio ofrecido a los huéspedes.

Para abordar estas preocupaciones, Tork ha lanzado Tork Workflow, un servicio de consultoría diseñado para la industria de la hostelería. Esta prestación ofrece orientación y recursos para mejorar los flujos de trabajo en materia de higiene. Desde la limpieza de la cocina hasta la gestión de residuos y el mantenimiento de los aseos, Tork Workflow proporciona soluciones prácticas para garantizar una situación laboral saludable.

Riccardo May, director de Marketing Regional de Horeca de Tork, enfatiza la importancia de un entorno laboral bien organizado: "La limpieza es primordial en cualquier cocina, pero puede resultar desafiante en un entorno mal estructurado". May señala que las interrupciones en el flujo de trabajo pueden afectar negativamente la experiencia del cliente, lo que subraya la importancia de una gestión eficiente de la higiene en el lugar de trabajo.

Además de la limpieza y la organización, Tork ofrece recomendaciones prácticas para mejorar la eficiencia y la comodidad en el lugar de trabajo. Desde sistemas de dispensación controlados hasta productos de limpieza versátiles y respetuosos con el medio ambiente, Tork

## AQUELLOS ESTABLECIMIENTOS QUE DEMUESTRAN UN COMPROMISO FIRME CON LA HIGIENE Y LA SEGURIDAD TIENEN MÁS PROBABILIDADES DE RECIBIR RESEÑAS Y RECOMENDACIONES FAVORABLES

Workflow proporciona herramientas para optimizar las operaciones diarias y mejorar la experiencia tanto de los empleados como de los clientes.

En última instancia, invertir en la seguridad y el bienestar de los empleados no solo beneficia al personal, sino que también tiene un impacto positivo en la reputación y el éxito general del negocio.

### ALTERNATIVAS INNOVADORAS

Existe una tendencia emergente en la industria de la limpieza que busca alternativas innovadoras para acabar con la suciedad. Una de estas soluciones es el uso de desinfección con ozono. Este método es altamente efectivo para eliminar gérmenes y otros agentes, llegando incluso a los rincones más difíciles.



ALFOMBRAS  
Y MOQUETAS  
RUGS & CARPETS

ARCHITECT  
@WORK  
MADRID

IFEMA Madrid  
8 & 9 mayo 2024  
Te esperamos  
STAND 63

Nueva Colección de alfombras

Parallel  
by edeestudio







Otra preferencia es el uso de agua ionizada, obtenida a través de procesos de electrólisis. Este producto es especialmente eficaz para limpiar superficies en contacto con alimentos, como cocinas, áreas de buffet y mostradores de bar, así como habitaciones y zonas comunes de hoteles y restaurantes. A su vez, también están en boga los rociadores electrostáticos.

Asimismo, se están empleando robots equipados con luz UV en los pasillos de los hoteles para desinfectar de una manera más eficaz. No obstante, esta tecnología presenta algunos inconvenientes, ya que la luz UV puede degradar los materiales rápidamente y no alcanza lugares de difícil acceso.

Además, en ocasiones se designan especialistas en saneamiento en diversos establecimientos, cuya responsabilidad es desinfectar regularmente las superficies y objetos de alto contacto durante todo el día.

En cuanto a la restauración, se están implementando nuevos protocolos para proteger tanto a los empleados como a los clientes. Por ejemplo, algunos restaurantes han establecido procedimientos específicos, como el lavado obligatorio de manos después de manejar dinero en efectivo o ciertos alimentos, con el fin de reducir el riesgo de contaminación. Por ello, una opción cada vez

**CUALQUIER  
DESCUIDO EN  
ESTOS ASPECTOS  
PUEDE DIFUNDIRSE  
RÁPIDAMENTE  
Y AFECTAR LA  
REPUTACIÓN DEL  
NEGOCIO**

más común son los guantes de nitrilo, especialmente diseñados para operaciones de preparación y limpieza en cocinas y comedores.

No obstante, el lavado de manos es una práctica fundamental para mantener la hi-

## **LA LIMPIEZA Y LA ORGANIZACIÓN DEL LUGAR DE TRABAJO DESEMPEÑAN UN PAPEL SIGNIFICATIVO, YA QUE INFLUYEN DIRECTAMENTE EN LA PERCEPCIÓN Y EL CONFORT DE LOS TRABAJADORES**

giene en cualquier situación. A este tenor, Tork cuenta con un amplio surtido de jabones, en formato líquido y en espuma, dermatológicamente probados y certificados con la etiqueta ecológica de la UE. Los ingredientes han sido elegidos cuidadosamente para proteger la piel y satisfacer las diferentes demandas de los clientes. El producto se presenta en botellas de un litro, selladas con una válvula de un solo uso, que proporcionan un lavado de manos limpio e higiénico y ayudan a reducir el riesgo de contaminación cruzada. Las botellas se van comprimiendo a medida que se utiliza el contenido, lo que ayuda a reducir el volumen de residuos en un 70%. Son compatibles con una gran variedad de dispensadores Tork Skincare (Sistema S4), cuyo diseño sencillo de usar facilita la dispensación sin contacto mediante un sensor, de manera intuitiva.

En concreto, el jabón líquido Tork Odor-Control ayuda a evitar la transferencia de residuos de alimentos a través de las manos, al tiempo que facilita la eliminación de los olores, como el del pescado y el ajo. Es suave para las manos y está diseñado para un uso frecuente, sin causar daños o irritaciones en la piel. Por su parte, el jabón en espuma para el lavado de manos Tork Clarity ayuda a promover un lugar de trabajo saludable e higiénico: el 99% de los ingredientes son de origen natural y están diseñados pensando en la sostenibilidad.

# TORK REDISEÑA LA EXPERIENCIA GLOBAL DE HIGIENE PARA MEJORAR EL RENDIMIENTO COMERCIAL

La higiene ya no es sólo una cuestión básica. De hecho, la pandemia y la crisis climática han provocado que los clientes, con una marcada orientación hacia la sostenibilidad, sean más exigentes que nunca con la higiene y su experiencia personal. Según estudios internos de la marca Tork, 6 de cada 10<sup>1</sup> personas afirman que la limpieza es más importante desde la epidemia mientras que el 90% también considera clave un enfoque más sostenible.

**H**oy en día la higiene se ha convertido en una forma de mejorar el rendimiento comercial. Tork, la marca de higiene profesional de la multinacional Essity, lleva más de 50 años rediseñando la experiencia global de la limpieza profesional para optimizar el negocio, mejorar la satisfacción en el lugar de trabajo y aumentar la eficacia de los procesos higiénicos.

## Optimizar el negocio

Tork, líder mundial en higiene profesional, va un paso por delante para que el negocio prospere, ofreciendo un servicio integral, con los conocimientos, productos y servicios adecuados, que ayuden a mejorar los resultados comerciales. En este sentido, ha presentado recientemente Tork Workflow™, un nuevo servicio de consultoría profesional para restaurantes y negocios hosteleros que ayuda a garantizar un entorno higiénico y sostenible desde la cocina hasta los aseos, pasando por la zona comunes de atención al público, al tiempo que mejora la eficacia operativa y reduce los costes.

## MEJORAR LA SATISFACCIÓN EN LUGAR DE TRABAJO

En Tork sabemos que el bienestar es fundamental para el funcionamiento de una organización. La higiene, la salud y el bienestar están estrechamente ligados. Invertir, por tanto, en la



mejora de la higiene en el negocio y asumir el compromiso de cuidar a los trabajadores permite contar con un equipo de profesionales más saludables y motivados, con menos bajas por enfermedad, así como clientes y visitantes más satisfechos.

**Tork tiene el objetivo** de elevar los estándares de higiene para todos sus públicos. Su programa Tork Clean Care ayuda a mejorar la higiene de manos en el lugar de trabajo. Se trata de un tema importante para la marca, que desde hace varios años lleva a cabo campañas de sensibilización para mejorar el lavado de manos. Una buena higiene de las manos es, en efecto, un factor clave en la lucha contra las infecciones y la transmisión de virus.

## AUMENTAR LA EFICACIA DE LA LIMPIEZA

Tork garantiza una limpieza de calidad, asegurando un nivel de higiene constante, con sistemas fáciles de reponer de gran capacidad, como Tork PeakServe®, que impide que el papel se acabe y da servicio a más usuarios entre recambio y recambio. Por otro lado, utilizando la limpieza basada en datos, con Tork Visión Limpieza, el personal puede saber cuándo y dónde es necesario limpiar y reponer. De hecho, reduce las quejas hasta en un 80%<sup>2</sup>.

## ... Y todo desde un punto de vista más sostenible

La sostenibilidad afecta cada vez más a las decisiones que toman los consumidores en su vida cotidiana. De hecho, existe

una correlación positiva entre las actividades sostenibles y sociales y los resultados financieros de las empresas. En base a esta premisa, Tork afronta el abordaje de la sostenibilidad desde tres pilares fundamentales:

- El bienestar, hacer más con menos y la circularidad.
- La vocación de asesoramiento a nuestros clientes para que mejoren sus resultados en materia de sostenibilidad. Los productos y servicios de Tork facilitan a los clientes una gestión sostenible de la higiene al reducir el impacto medioambiental en todo el ciclo de vida del producto: materiales y embalaje, producción, producto en uso y residuos.
- La creación de valor para Tork, como empresa, para nuestros empleados, los clientes y la sociedad, en general.

**Desde Tork nos hemos fijado** ambiciosas metas que hacen especial hincapié en contribuir al bienestar, el consumo responsable y una sociedad circular. Y lo hemos hecho utilizando la innovación como palanca para el desarrollo de productos y servicios, orientados al bien común, que son mejores para el negocio y para el planeta. Al adoptar un enfoque circular, desde Tork diseñamos soluciones para reducir la huella de carbono y los residuos – como los dispensadores Carbono Neutro, o los Tork SmartOne® o Tork Reflex®, que reducen el consumo de papel hasta un 40%<sup>3</sup>.

## Fuentes

<sup>1</sup>Junio de 2022 Behaviorally - Investigación cualitativa y cuantitativa del segmento de oficinas con más de 600 encuestados en Norteamérica y Europa.

<sup>2</sup> En función de los resultados documentados obtenidos por tres clientes de Tork Visión Limpieza, registrados antes y después de la implementación de Tork Visión Limpieza.

<sup>3</sup> Basado en un estudio de mercado externo en los Estados Unidos y Europa, 2020.





01  
**LÁMPARA ATEMPORAL PARA LEDSC4**  
Perlina by Nina Mair

Perlina es el primer diseño de Nina Mair para LedsC4. Una luminaria que se inspira en una joya natural para ofrecer una perla iluminada que juega con la esencia de la circunferencia, redonda y perfecta, dando sentido al minimalismo de lo básico. La opción con IP44, proporciona un efecto de luz tamizada a través de la esfera que transmite un sentimiento de calma llenando el espacio con naturalidad. La luz cálida aporta a la estancia una sensación de confort y un ambiente agradable. En palabras de Nina Mair: "Cuando el producto es honesto y funcional pasa a ser atemporal. Para mis diseños de iluminación me suelo inspirar en la naturaleza. Con Perlina quise capturar las atmósferas luminosas que se pueden observar en diferentes momentos del día".

Las novedades de LedsC4 para este año están incluidas en su catálogo Decorative Collection.



02  
**CALMA OUTDOOR REVIVE LA ELEGANCIA VINTAGE**  
Boomerang by André Ricard

Calma outdoor cuenta entre sus propuestas con el sillón Boomerang, una pieza que rinde homenaje al diseñador André Ricard y su visión atemporal. Este sillón, originalmente concebido en 1952, ha sido cuidadosamente rediseñado y relanzado por Calma debido a su inigualable calidad y comodidad. De diseño vanguardista con un toque retro, el Boomerang es mucho más que un simple asiento y reposapiés. Su característica más distintiva es el elemento en forma de "boomerang" que no solo sostiene el asiento y el respaldo, sino que también le confiere una personalidad única. André Ricard, conocido por su creatividad y visión vanguardista, logró combinar estilo clásico con líneas modernas en esta obra maestra.

Realizado con materiales de primera calidad, el asiento, respaldo y patas están fabricados en madera de roble de color natural y el acabado está trenzado a mano con polímero de celulosa, todo protegido por un barniz transparente que realza su belleza intrínseca. El respaldo cuenta con un dispositivo interno que permite ajustar la inclinación de forma natural, adaptándose a las posturas más cómodas y ergonómicas.

La fusión perfecta entre tradición y modernidad, la pieza es válida tanto para espacios exteriores como interiores.



03  
**LA SILLA RECIBE EL RED DOT AWARD, RECONOCIENDO SU EXCELENCIA**  
Baga by Musola Design Team

La silla Baga de Musola ha sido galardonada con el premio Red Dot Award en la categoría de Product Design. Este reconocimiento internacional distingue a Baga, conceptualizada por el Musola Design Team, por su excepcional calidad de diseño e innovación. La pieza se ha presentado en sociedad en el Salone del Mobile Milano y en Terrazza Milano 2024, evento de exteriorismo.

Baga es un ejemplo del compromiso de Musola por crear mobiliario de exterior de diseño y funcional. La silla cuenta con una elegante estructura de acero inoxidable apilable y un asiento desmontable fabricado con espuma de poliuretano resistente al agua y fibra de polipropileno. El respaldo está fabricado en cordaje de poliéster, con nudos sencillos pero resistentes. Está disponible en una variedad de colores, tanto la estructura como el cordaje, lo que le da muchas combinaciones posibles.

Paco Juan, CEO de Musola, ha explicado: "Este premio es una prueba del arduo trabajo y la dedicación de nuestro equipo de diseño, que ha creado una silla que es a la vez elegante y cómoda".



04

### COLECCIÓN MOBILIARIO CONTEMPORÁNEO DE VONDOM Luna by Ramón Esteve

La colección de mobiliario Luna de Vondom, diseñada por Ramón Esteve, rinde homenaje a la estética revolucionaria de diseñadores emblemáticos como Verner Panton y Joe Colombo. Inspirándose en su audacia e innovación, Esteve crea una colección contemporánea que refleja esa misma creatividad. Durante el auge del diseño industrial en la segunda mitad del siglo XX, hubo una democratización del diseño, permitiendo que fuera accesible para un público más amplio. El uso de nuevos materiales como el plástico y la fibra de vidrio, junto con la producción en masa, impulsó la creación de piezas innovadoras. La colección Luna de Vondom continúa esta tradición de vanguardia al utilizar materiales innovadores y formas atrevidas para crear piezas que son tanto funcionales como estéticamente impactantes.

Con líneas suaves y curvas orgánicas, la colección Luna evoca la serenidad y la armonía, mientras que su estructura robusta garantiza durabilidad y resistencia en cualquier entorno. Estos elementos se combinan para ofrecer una experiencia única y elegante que eleva cualquier espacio a nuevas alturas de sofisticación y belleza.

05

### DISPONIBLE CON BIOETANOL Y UN QUEMADOR FABRICADO POR IGNISIAL PARIS Gyrofocus by Focus

La nueva versión de la icónica Gyrofocus, de Focus, está ahora disponible con bioetanol y diseñada para ser autosuficiente gracias a su funcionamiento con baterías. Esto hace posible que se pueda tener una Gyrofocus en cualquier espacio, ya que no necesita ningún conductor al exterior, incluidos los proyectos contract y de hostelería.

El quemador, seguro y electrónico, se usa con mando a distancia y ha sido fabricado por Ignisial Paris, especialista francés en quemadores de etanol de alta gama. Y como gran innovación, dicho quemador se ha diseñado para poder adaptarse a la Gyrofocus abierta de leña como una solución medioambiental válida para aquellos países donde los cambios en la legislación restringen la combustión de madera. El relleno electrónico anti-desbordante, la imposibilidad de rellenar y volver a encender después de su funcionamiento mientras la chimenea está caliente y un sensor de CO2 integrado lo convierte en un equipo completamente seguro. La línea de las llamas se ha dimensionado para ocupar el espacio interior del Gyrofocus y estar en armonía con la apertura de la chimenea, haciendo que el conjunto estético formado por las llamas, los troncos de cerámica y las falsas brasas simulen un auténtico fuego de leña.



06

### DEDON EXPLORA LA FUSIÓN ENTRE LA ARTESANÍA Y LA LUZ Scoora by Hoffmann & Kahleyses Design

Dedon explora la fusión entre la artesanía y la luz adentrándose en el mundo de Scoora, su última colección de iluminación diseñada por Hoffmann & Kahleyses Design. En el corazón de Hamburgo, Birgit Hoffmann y Christoph Kahleyses emprendieron un viaje creativo para concebir la luminaria Scoora, inspirada por la belleza de la naturaleza. Birgit Hoffmann explica que: "Scoora unifica motivos encontrados en la naturaleza para crear una espléndida experiencia de iluminación. Nombrada como una variación de "Zora", que significa cielo, sol, amanecer o concha en varios idiomas, Scoora emerge refinada pero juguetona, asemejándose a una concha abierta hacia el cielo. Las luminarias artesanales presumen de una silueta orgánica y un tejido intrincado, inspiradas en los motivos de la naturaleza y con el objetivo de capturar la tranquilidad y armonía de los entornos exteriores en su diseño.

La colección proporciona la atmósfera adecuada para reuniones cenar, tomar algo o bailar por la noche. Scoora se siente igual de cómoda en un patio de jardín como en una terraza de hotel.





# VANGUARDIA SOSTENIBLE: LA ECONOMÍA CIRCULAR SE REAFIRMA EN LOS TEXTILES HOTELEROS

La economía circular en la industria textil hotelera es ya toda una realidad. Además de contribuir a la reducción del impacto medioambiental, se trata de una práctica que promueve la innovación y la sostenibilidad en el proceso de producción.

Los datos hablan por sí solos: un establecimiento hotelero de unas 300 plazas puede llegar a generar de media más de una tonelada de residuos textiles año, en torno a 100 kilos al mes y 0,3 kilos por habitación. Son cifras que maneja Resuinsa, compañía internacional líder en textiles para el sector hotelero, ya que está coordinando la **recogida selectiva de dichos residuos a nivel industrial.**



Esta iniciativa pionera es el resultado de una destacada labor que Resuinsa ha desarrollado previamente a nivel laboratorio, llevando a cabo una I+D+i real para dar una respuesta eficaz al hotelero

De esta manera, Resuinsa ofrece una solución al hotelero de cara a la entrada en vigor de la Directiva Europea EU 2018/851 el próximo 1 de enero de 2025. Esta norma forma parte del paquete de medidas sobre economía circular y refuerza las leyes sobre prevención de residuos. Concretamente, en lo que respecta a la generación de los desechos textiles, los Estados miembros de la Unión Europea deben realizar una recogida selectiva de los mismos y establecer unos objetivos relativos a la preparación para la **reutilización y el reciclado**.

La compañía lleva casi un año facilitando la recogida de los residuos textiles de los clientes para después incorporarlos en la cadena de fabricación. Todo un proceso de economía circular que pretende ser respuesta a una normativa que implica a hoteles y cadenas hoteleras, pues deben contar con un plan para gestionar y proporcionar una segunda vida a las toneladas de residuos textiles que producen anualmente.

### **INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN EL PROCESO DE ECONOMÍA CIRCULAR**

En este sentido, esta iniciativa pionera es el resultado de una destacada labor que Resuinsa ha desarrollado previamente a nivel laboratorio, llevando a cabo una **I+D+i real** para dar una respuesta eficaz al hotelero.

Al respecto, el director general de Resuinsa explica que **la experiencia e innovación tecnológica** “han resultado claves para que podamos desarrollar la economía circular dentro del propio sector hotelero, el cual está siendo consciente de la importancia de la entrada en vigor de la directiva europea, tanto por su implicación logística como por la sostenibilidad medioambiental que conlleva”.

Por tanto, el objetivo no es otro que el cuidado y el compromiso del planeta. Una apuesta decidida de Resuinsa que ha impulsado gracias a las diversas líneas de investigación y a la innovación que está efectuando desde hace años. “Contamos con productos cada vez más sostenibles que dan solución a los nuevos desafíos del sector hotelero. La economía circular no debe detenerse y en este impulso seguimos esforzándonos cada día, logrando artículos de calidad que alargan su vida útil en el mercado”.

**Resuinsa**

Av. Mare Nostrum, 50 | 46120 Alboraya (Valencia)  
Tel.: 963 916 805 | [www.resuinsa.com](http://www.resuinsa.com) | [www.resuinsaclub.com](http://www.resuinsaclub.com)





### CATÁLOGO DE SOLUCIONES DE REFRIGERACIÓN, COCCIÓN Y HELADERÍA 2024

#### Horeca Global Solutions

Horeca Global Solutions, empresa del Grupo Eurofred especializada en soluciones de hostelería, heladería y refrigeración, presenta su Catálogo 2024. La compañía ha especializado sus gamas para cubrir todos los segmentos del mercado y responder a las necesidades de cualquier tipo de negocio. En esta nueva edición, Horeca Global Solutions incluye más de 1.000 referencias de equipamiento profesional y recambios de refrigeración, hostelería, heladería y pastelería, siendo 70 de ellas totalmente nuevas. La nueva edición del catálogo, que ya está disponible en el portal de compra de Horeca Global Solutions, incluye desde armarios expositores y de servicio, mesas frías, cámaras y equipos frigoríficos, congeladores horizontales y máquinas de hielo, hasta equipos de lavado y cocción, fuentes de agua y envasadoras, así como equipamiento profesional para pizzerías, heladerías, supermercados y negocios food service. El Catálogo 2024 de Horeca Global Solutions también incluye una amplia propuesta de servicios que cubren todas las fases del proyecto, desde el planteamiento hasta la postventa, y que complementan el asesoramiento integral, experto y personalizado que ofrece a sus clientes. Así, la compañía proporciona servicios de puesta en marcha en la instalación de sus equipos profesionales; formación en instalación, montaje y reparación de sus productos; asegura la disponibilidad de los recambios, con envíos en menos de 24 horas y asesoramiento; asistencia técnica frente a cualquier incidencia desde la recepción de los equipos; y la posibilidad de realizar compras online a través de su e-commerce.



### PAVIMENTO PARA ENTORNOS ALIMENTARIOS HIGIÉNICOS

#### Sika

Sika presentó en Alimentaria & Hostelco 2024 todas sus novedades y soluciones en pavimentos para entornos alimentarios higiénicos, sostenibles y duraderos. Su principal novedad es el pavimento industrial Sika Ucrete que presenta una composición en la que predomina la resina de poliuretano. Sika Ucrete crea una superficie impermeable que previene la proliferación de bacterias y hongos, un factor crítico en este sector, que demanda estándares de higiene y seguridad muy altos para el correcto mantenimiento, producción y conservación de los alimentos y bebidas. Los pavimentos industriales Sika Ucrete aportan significativas ventajas diferenciales. Además de sus altas prestaciones técnicas, y dar cumplimiento a los requerimientos más exigentes de seguridad e higiene de la industria de alimentación y bebidas, ofrece rapidez de puesta en servicio, minimizando paradas productivas.



### PUERTAS DE ALTA PRESTACIÓN EN ST. REGIS HOTELS & RESORTS

#### Vicaima

Ya sea en la selección de 83 habitaciones y 17 suites con balcones privados con vistas al mar, en las zonas comunes o en la distintiva Royal Suite, Vicaima ha sido seleccionada para el proyecto hotelero de lujo en el recién inaugurado The St. Regis La Bahía Blanca Resort, en Tamuda Bay, Marruecos. Un proyecto que no sólo destaca la elegancia y el refinamiento, reflejados en el Portaro Interior -conjunto compuesto por puerta, cerco y accesorios en una única pieza-, sino que también eleva los estándares de protección y confort. La amplitud de prestaciones de la cartera de Vicaima se refleja en productos que combinan eficazmente la resistencia al fuego con altos niveles de aislamiento acústico, a través del Portaro® FD30 AC35dB, FD30 AC33dB y FD60 AC34dB - proporcionando un ambiente donde la suave brisa mediterránea se combina con la serenidad en las habitaciones. La protección contra el fuego es especialmente importante en las soluciones aplicadas, destacándose el Portaro FD30, FD60 y FD90 como una gama completa que garantiza el cumplimiento de los más estrictos requisitos de seguridad. El Portaro Corredora Interior es otra de las opciones de Vicaima integradas en el proyecto, contribuyendo para la optimización de los espacios y una amplitud visual que exalta la elegancia de cada detalle. La cultura y la historia locales se celebran a través de innumerables toques de color y arte en el diseño ligero y sobrio que se extiende por la urbanización. Un estilo que el revestimiento Lacdor Blanco RAL 9003, personalizado para el proyecto, y el Dekordor HD Blanco de Vicaima incorporan a la perfección, sumergiendo las soluciones de la marca en una arquitectura y decoración que transmiten exclusividad.



## IDA DESIN AWARDS Y EUROPEAN PRODUCT DESIGN AWARD PREMIAN SUS SILLAS

### TM/Leader Contract

Las sillas de TM Leader Contract han sido premiadas internacionalmente por los IDA Desin Awards y los European Product Design Award. En el caso de la silla Nagano, ha sido premiada como “Bronze in Home / Home: Furniture” en los IDA Desin Awards 2024. Su diseño está inspirado en las ramas de los árboles, y en cómo adquieren ese volumen suave y sinuoso tan característico cuando están cubiertas por la nieve. Nagano es un ejercicio de líneas cuidadosamente pensadas, que da como resultado una pieza de apariencia sutil, natural y orgánica.

En las dos versiones, con y sin brazos, las formas surgen orgánicamente del suelo, abrazándose, formando asiento, brazos y respaldo y dando forma a un diseño cautivador, escultórico y compacto. Para su fabricación ha sido necesario vincular múltiples procesos, tanto industriales como tradicionales.

Por su parte, Gotland ha sido reconocida como “Winner in HOME (Household Products)/Home Furniture: Interior” en los European Product Design Award. La silla sigue los cánones y la estética del estilo nórdico y los simplifica en un ejercicio de síntesis formal, dando como resultado una silla en la que la forma queda definida por la función del propio producto. Es un producto de formas amables y redondeadas, muy ligero y visualmente equilibrado.

La silla es arrastrada por la estructura de tubos metálicos, que la recorre y sirve a su vez de soporte para asiento y respaldo. Ha sido diseñada para su uso en espacios públicos, ya que son fáciles de manipular gracias a su apilabilidad y su reducido peso.

## GAMA DE AMENITIES DE ALQVIMIA CON FORMULACIÓN VEGANA

### Groupe GM

Groupe GM lanza una nueva gama de Amenities de la marca española Alqvimia. En línea con el programa de sostenibilidad de Groupe GM (Care About Earth) la nueva gama hotelera, con una formulación vegana, está disponible en dosificador de gran capacidad como el Ecopump (300ml), de plástico reciclado con bomba en bioresina, y el Ecofill (300ml). Se presenta en Champú, Acondicionador, Gel para Manos y Cuerpo y Loción para Manos y Cuerpo. El sistema Ecofill, un dispensador de gran capacidad, tiene características como recargas selladas y trazabilidad del producto, seguridad y facilidad de manejo y ecodiseño sostenible centrado en la reutilización y la reciclabilidad. Un jabón de 25 gr con certificación RSPO Mixta (Roundtable on Sustainable Palm Oil), envasado en papel plisado, completa la gama.

## PRESENTACIÓN DE EQUIPAMIENTOS Y DEMOSTRACIONES

### Welbilt

La pasada Alimentaria & Hostelco ha sido testigo de la incorporación de las máquinas de envasado totalmente automatizadas Zero de Welbilt a su Sistema FIT Kitchen. Zero se suma a otras piezas como los hornos mixtos Convotherm, los hornos de cocción acelerada Merrychef, los abatidores Delfield, o las freidoras Frymaster, entre otros, así como la línea de lavavajillas que promueve el ahorro energético WMAXX o las máquinas de hielo gourmet Crystal Tips.

Además, durante la feria se presentó la asociación de Welbilt con Makeat, el “food design Studio” con sede en Poblenou, Barcelona. Makeat no fue la única que se alió a Welbilt para mostrar las ventajas de la tecnología en las soluciones WBT. La chef Carlota Claver de La Gormanda llevó a cabo una demostración en la que ha cocinado junto al chef Ignasi Céspedes algunas de sus recetas con el Sistema FIT Kitchen. Tal es el caso de Caprichos del Paladar con el chef Miguel García y Mediterranean Food Solutions, que con su marca Paellalia demostró cómo cocinar un arroz con un resultado uniforme y homogéneo con un grano patentado en colaboración con Welbilt. Welbilt fue protagonista con su participación en la final del Concurso Cocinero Del Año, donde el chef ganador Toño Rodríguez del restaurante La Era de los Nogales usó los hornos Convotherm, que fueron parte del equipamiento de las cocinas del concurso. La empresa también destacó en el Congreso Club Food & Beverage y fue finalista en los Hostelco Awards en la categoría mejor solución para la gestión del negocio, gracias a sus hornos Merrychef conneX. Además, Welbilt realizó demostraciones en vivo y mostró por primera vez en una feria las freidoras Frymaster, las planchas Garland y el horno de cinta Lincoln.





## EL CHEF MARC RIBAS MUESTRA LAS POSIBILIDADES DEL HORNO PROFESIONAL

### Mychef

Mychef, empresa especializada en el diseño, desarrollo y fabricación de equipos de cocción inteligente, participó en Alimentaria & Hostelco 2024. En este evento, el chef Marc Ribas, colaborador de Mychef y propietario de La Taverna del Ciri, llevó a cabo un showcooking llamado "Cocina de cerca" en el que elaboró uno de los clásicos de su restaurante haciendo uso de productos de proximidad: panceta de cerdo a baja temperatura con salsa agrídulce. Marc Ribas, junto al chef corporativo de Mychef Sergi Urgell, se apoyó en la tecnología del horno profesional Mychef iCook. A lo largo del showcooking, Ribas explicó el proceso de elaboración paso a paso, tanto a nivel de ingredientes como de procesos de cocción y programación del equipo.

El horno profesional Mychef iCook presenta tecnologías patentadas MultiSteam y TSC (Thermal Stability Control), "convirtiéndolo en el horno más rápido en generar vapor dentro de la cámara y en el único con una estabilidad térmica inigualable", aseguran desde la empresa. Además, cuenta con numerosas tecnologías de cocción inteligente que garantizan que el resultado sea siempre el deseado.

Gracias a su patentada tecnología Impingement, un sistema de distribución del aire ciclónico 3D, el horno Quick garantiza resultados totalmente homogéneos y tostados en cuestión de segundos. Otra de las ventajas que ofrece es la posibilidad de hacer cocciones simultáneas para optimizar el proceso y reducir los tiempos de espera. De esta forma, los profesionales de la cocina pueden realizar cocciones que empiezan al mismo tiempo y terminan progresivamente y viceversa, recibiendo un aviso de cuándo y qué bandeja sacar.

## NUEVA IMAGEN

### Morgui

Morgui, empresa familiar en el campo de la ventilación industrial y diseño de sistemas de extracción de humos para la hostelería, ha lanzado nueva identidad visual.

El renovado logotipo de la marca, presentado en el escenario de Alimentaria & Hostelco, refleja la visión futurista de la empresa, así como su dedicación a la innovación en cada aspecto de su negocio.

Asimismo, Morgui presentó en Barcelona una campana extractora. Su diseño y fabricación con acero inoxidable AISI 304 de color negro y efecto espejo demuestra la capacidad de personalización y acabados que puede ofrecer la marca.

Además, en la feria se expusieron dos modelos de cajas de ventilación homologadas 400/2h, la UNIC 400 de Morgui y la ruck MPS, de palas a reacción y compuerta abatible para facilitar su limpieza y mantenimiento. También tuvieron su espacio otros productos como los convertidores de frecuencia, filtros, equipos de medición y control y otros accesorios.

## FACTURA 88 MILLONES DE EUROS EN 2023, CERCA DE UN 12% MÁS

### Actiu

Actiu ha experimentado un incremento en su facturación en 2023 próximo al 12% y situado su cifra de negocio en torno a los 88 millones de euros, superando los datos prepandemia. Este hito económico se acompaña de acciones estratégicas. Además, Actiu ha llevado a cabo un saneamiento de sus cuentas, reduciendo considerablemente el endeudamiento de entidades de crédito y fortaleciendo así su posición financiera. Con todo ello, el incremento del resultado de explotación supera el 12%. Con la visión de ser la industria más sostenible de Europa en su sector, se ha trabajado en un Plan Estratégico, liderado por un comité interno de sostenibilidad, para la automatización, la circularidad, el alineamiento de toda la cadena de producción y la certificación de productos en base a criterios de sostenibilidad. Todo ello acompañado por una transformación digital integral, basada en la cultura del dato, que ha supuesto la revisión y el rediseño de todos los procesos productivos, materiales empleados y productos. Muestra de ello es el propio Parque Tecnológico Actiu, cuya sede corporativa recientemente ha sido recertificada Well y Leed en categoría Platino.

Con presencia en cerca de 90 países en los cinco continentes, la actividad comercial de Actiu se sitúa en un 56% de las ventas realizadas en España y un 44% en mercados internacionales. Este año, la empresa además tiene como objetivo potenciar su presencia en Alemania. Esto se llevará a cabo mediante la apertura de dos nuevos showrooms en Frankfurt y Berlín. Además planifica la renovación de algunos de sus showrooms en Europa así como la apertura de un segundo showroom Actiu en Madrid, consolidando su presencia a nivel nacional e incrementando su presencia a nivel internacional.

# FeriaHábitat València

30 Sep. – 3 Oct. 2024

feriahabitatvalencia.com



Feria Internacional del  
Mueble e Iluminación  
de València.

Valencia International  
Furniture & Lighting Fair.

Coincidiendo con  
Coinciding with

**Textilhogar**  
HOME TEXTILES PREMIUM

ESPACIO  
COCINA SICI

IBERFLORA

EUROBRICO



FERIA VALENCIA



INNOVACIÓN, SALUD Y RESPETO MEDIOAMBIENTAL IMPULSAN LA DEMANDA DE BEBIDAS ANALCOHÓLICAS

# BEBER SIN ALCOHOL ESTÁ DE MODA



El consumo de bebidas analcohólicas en España muestra una clara inclinación hacia las opciones bajas en calorías y un aumento en el uso de estas bebidas durante comidas y momentos de relajación. Con más de 2.000 variedades disponibles en el mercado, el sector continúa adaptándose a las preferencias cambiantes de los consumidores, consolidándose como una elección popular en distintos contextos y momentos del día.

**E**l panorama del consumo en España de bebidas analcohólicas, que incluyen los refrescos y las bebidas energéticas, isotónicas y funcionales, está experimentando un aumento notable en la preferencia por opciones bajas o sin calorías, así como hacia una adaptación a los nuevos hábitos de vida pospandemia. Según el informe de Kantar Worldpanel, “Radiografía del consumidor de refrescos 2023”, estos cambios se reflejan tanto en los patrones de consumo como en las preferencias de los consumidores a nivel nacional.

En términos geográficos, mientras que en el norte del país y en la metrópoli de Madrid los refrescos están más asociados a momentos de relax y desconexión, en el centro, sur y este peninsular predominan durante las comidas y cenas. Estos últimos momentos representan el principal instante de consumo, concentrando alrededor del 40% de la cuota total de bebidas refrescantes.

El informe también destaca que, tras la pandemia, los españoles han modificado sus hábitos, con un incremento en actividades diurnas y encuentros sociales que favorecen el consumo de refrescos. Actualmente, ocho de cada diez españoles eligen estas bebidas durante las comidas y cenas en compañía de amigos y familiares.

Además, el interés por la salud y el bienestar personal está influyendo en las decisiones de compra, con un cre-

cimiento del 4,4% en la adquisición fuera del hogar de refrescos bajos o sin calorías, especialmente entre consumidores de 35 a 50 años, según datos del MAPA. Este aumento en la demanda de productos más saludables refleja una mayor conciencia sobre la importancia de mantener estilos de vida activos y dietas equilibradas. Según las mismas fuentes, el sector de bebidas no alcohólicas ha experimentado un notable crecimiento en la pospandemia, impulsado por la recuperación de la hostelería, la innovación en productos y un enfoque renovado hacia la sostenibilidad y salud. Por ejemplo, solo en 2022, la industria de bebidas no alcohólicas aumentó un 26% las ventas de isotónicas, tés y refrescos con y sin gas. Este crecimiento se atribuye a una combinación de factores como un equilibrio mejorado entre el sabor y la calidad, precios competitivos, y una creciente aceptación en mercados internacionales.

A nivel de mercado, el dinamismo se mantuvo constante, con un crecimiento sostenido tanto en volumen como en valor en todas las categorías. Las bebidas isotónicas y las frutas sin gas destacaron particularmente, beneficiándose de la entrada de nuevos competidores y la introducción de productos innovadores.

El foco en la salud y el bienestar continuó definiendo las tendencias del sector, con un aumento en la demanda de

## LAS TENDENCIAS EN EL CONSUMO DE REFRESCOS EN ESPAÑA SE DEFINEN POR LAS OPCIONES MÁS SALUDABLES

productos con mayor contenido de zumo de fruta, ingredientes naturales y funcionales. Este cambio refleja una preferencia creciente de los consumidores por opciones más saludables, que fue evidente en el lanzamiento de productos reformulados y en las nuevas variedades introducidas en el mercado.

En cuanto a la innovación de productos, el relanzamiento de líneas existentes con nuevas imágenes y sabores subrayó la adaptación de la industria a las tendencias digitales actuales y a una comunicación más eficaz de las características del producto.

### EL SECTOR SE REFRESCA SALUDABLEMENTE

Las bebidas no alcohólicas están experimentando una transformación profunda, con un enfoque en la salud, el bienestar y la sostenibilidad, a medida que los consumidores, especialmente los millennials, demandan productos más respetuosos con el medioambiente y beneficiosos para la salud.

Esto se ha traducido en un crecimiento notable en los últimos años, sobre todo de las bebidas funcionales como las enriquecidas con colágeno, vitaminas y extractos energizantes, que prometen beneficios para la salud. Asimismo, la personalización de los productos y su alineación con estilos de vida específicos, como el vegetarianismo y el veganismo, son tendencias cada vez más prevalentes. Las alternativas sin alcohol también están en alza, con crecimientos significativos en productos que van desde refrescos hasta cervezas sin alcohol.

La sostenibilidad es otro pilar fundamental para las marcas dentro de este mercado. Muchas compañías ya están produciendo envases completamente reciclables y se prevé que para 2025 al menos el 70% de los componentes de todos los envases serán reciclables.

Además de las bebidas fermentadas y funcionales, los productos que combinan sabores cítricos y dulces están encontrando un balance perfecto que satisface los paladares modernos, mientras que las bebidas con bajo contenido alcohólico o sin alcohol continúan escalando posiciones entre los consumidores jóvenes que priorizan la salud.

Con un crecimiento anual en el entorno del 18% en los últimos tres años, el mercado español de bebidas sin alcohol está experimentando una notable expansión, impulsada por la creciente demanda de opciones saludables y la diversificación de productos que incluyen vinos y licores desalcoholizados.

Esto último supone un giro interesante en los hábitos de consumo de bebidas sin alcohol, tradicionalmente

## PROHIBIDO A MENORES

En un esfuerzo por uniformizar las medidas de protección de la salud pública en todo el territorio español, el Gobierno ha anunciado su apoyo a una posible prohibición estatal sobre la venta de bebidas energéticas a menores de edad. Esta declaración se produce tras la medida adoptada por la Xunta de Galicia, que ha sido bien recibida por el Ministerio de Sanidad.

Un marco legal unificado aseguraría que los jóvenes de todas las regiones estén protegidos de manera igualitaria. Además, este marco regulatorio no solo facilitaría la implementación de las medidas, sino que también potenciaría la efectividad de las políticas de salud pública a nivel estatal.

Asimismo, España está avanzando en la regulación que limita la publicidad de alimentos y bebidas considerados insalubres para los menores, entre los que se encuentran los refrescos y bebidas azucaradas, abordando la creciente preocupación por la obesidad infantil.

De hecho, España enfrenta uno de sus mayores desafíos de salud pública con una tasa alarmante de obesidad infantil. En consecuencia, se ha reactivado una normativa previamente estancada que prohíbe la promoción de alimentos y bebidas poco saludables dirigidos a menores. Este proyecto de ley, retomado de la legislatura anterior, busca frenar el impacto de la publicidad en la dieta infantil. La normativa propuesta establece restricciones estrictas en la publicidad a menores de bebidas energéticas, así como la de chocolates, barritas energéticas, pasteles, galletas, y helados, independientemente de su contenido nutricional. Adicionalmente, productos fuera de estas categorías podrán ser publicitados solo si cumplen con límites específicos de grasas, azúcares y sal.

Otro aspecto clave de esta ley es la restricción en el uso de influencers y figuras públicas en la promoción de estos productos, particularmente aquellas que puedan influir significativamente en el público infantil y juvenil. La regulación también aborda la exposición de estos anuncios en plataformas digitales, exigiendo a las redes sociales y servicios de intercambio de vídeos implementar sistemas que impidan que estos anuncios lleguen a los niños.

Este esfuerzo legislativo se suma a las acciones de España para combatir la obesidad infantil, un problema que afecta a cerca del 40% de los niños entre 6 y 9 años en el país. Con estas medidas, el gobierno espera reducir la exposición de los menores a mensajes publicitarios que promueven opciones alimenticias poco saludables, contribuyendo a un entorno más sano para el desarrollo infantil.

dominado por zumos y refrescos. Sin embargo, la innovación en el sector ha llevado a la introducción de cervezas sin alcohol, que ya son comunes en la vida cotidiana de los españoles, y a la expansión hacia otras categorías menos conocidas como vinos y licores sin alcohol, que aún no han alcanzado su base previsible de aceptación.

El crecimiento en este segmento responde a un cambio en los hábitos de consumo, con un enfoque cada vez mayor en la salud y el bienestar. De acuerdo con la Encuesta Nacional de Salud, un 32% de los españoles mayores de 18 años ha reducido su consumo de alcohol en los últimos dos años, optando un 45% de ellos por alternativas sin alcohol.

La adaptación de la oferta a estos cambios también se observa en la hostelería. La Federación Española de Hoste-





lería informa que el 72% de los establecimientos ha ampliado su oferta para incluir bebidas sin alcohol, aunque la presencia de vinos y licores sin alcohol en las cartas todavía es limitada en una mayoría de restaurantes de nuestro país.

En resumen, a medida que la tendencia hacia la salud y la sostenibilidad gana terreno entre los consumidores, el mercado de bebidas sin alcohol en España muestra un potencial de crecimiento robusto. Con una mayor conciencia sobre los beneficios de reducir el consumo de alcohol, se espera que la disponibilidad y popularidad de estas alternativas continúen aumentando, siguiendo los pasos de otros mercados internacionales.

#### **NO TODO ES ROSA**

Con todo, el sector de las bebidas analcohólicas también está sometido a las mismas tensiones que el resto del consumo. Por esta razón, 2023 ha sido el primer año pospandemia en el que la ingesta de bebidas en bares, cafeterías y restaurantes en España experimentó una caída del 1,4% debido al incremento de precios, según NielsenIQ.

Este retroceso en el consumo se hizo más evidente en las cafeterías, donde la demanda cayó un 3,3%, y en los hoteles y restaurantes con una reducción del 1,6%. A

### **DESCIENDE EL CONSUMO DE BEBIDAS EN ESTABLECIMIENTOS DE HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN POR PRIMERA VEZ EN LA POSPANDEMIA**

pesar de la caída en el volumen de ventas, las empresas han visto un aumento en la facturación gracias al efecto de los precios elevados. Este fenómeno refleja cómo las fluctuaciones económicas están comenzando a impactar los hábitos de consumo de los españoles, quienes optan por moderar sus salidas, especialmente en contextos deportivos y eventos sociales.

Esto tiene sin duda una importante repercusión en el tejido empresarial del sector, en el que las pequeñas y medianas empresas representan el 60% de la industria y desempeñan un papel crucial en la economía y la cultura locales. No en vano, más del 90% de los refrescos consumidos en España se fabrican dentro de nuestras fronteras.

Esta industria no solo es un pilar para la economía local por su aporte de más de 10.700 millones de euros en valor añadido bruto, sino que también es un significativo generador de empleo con más de 176.000 puestos de trabajo creados directa e indirectamente. Además, con 148 centros de actividad distribuidos a lo largo de la geografía española, el sector fomenta la dinamización incluso en las zonas rurales, con un 15% de estos centros ubicados en ellas.

En este contexto, los hábitos de consumo de refrescos y bebidas no alcohólicas están evolucionando notable-





mente, con un incremento en la actividad social diurna y una preferencia creciente por bebidas bajas en calorías. Según Kantar Worldpanel, las comidas y cenas siguen siendo los momentos predominantes para el consumo de refrescos, representando aproximadamente el 40% de la cuota total de consumo. Este cambio se ha intensificado después de la pandemia, con un notable aumento en los encuentros sociales durante el día, conocidos popularmente como “el tardeo”.

El informe también señala que, además del tradicional componente social, los refrescos están siendo cada vez más elegidos por motivos relacionados con el bienestar personal y emocional. Un 20% de los consumidores españoles ahora disfrutan de sus refrescos de manera individual durante momentos de relax y desconexión, especialmente en el norte del país y en la metrópoli de Madrid.

Paralelamente, la demanda por refrescos sin calorías está en ascenso, registrando un aumento del 4,4% en las compras fuera del hogar en el último año. Esta tendencia es particularmente fuerte entre los consumidores de 35 a 50 años, quienes están optando cada vez más por variantes más saludables. Este movimiento hacia bebidas más sanas se ve reforzado por un creciente interés en mantener estilos de vida saludables, con un 65% de los consumidores reportando una rutina regular de ejercicio y una dieta equilibrada.

Con todo, uno de los retos significativos para la industria ha sido la legislación emergente en torno a los materiales de embalaje, como el PET y el rPET, así como la implementación de tapones adheridos a las botellas, que



podrían redefinir los hábitos de consumo y las operaciones de producción.

La gestión de residuos industriales en España está experimentando una evolución significativa gracias a la implementación y expansión de los Sistemas Colectivos de Responsabilidad Ampliada del Productor (SCRAP). Estos sistemas, que permiten a las empresas delegar la gestión de sus residuos a entidades especializadas, han visto un crecimiento considerable en los últimos años, particularmente en sectores como el vidrio, plástico, papel, cartón y productos agrícolas.

Desde la introducción del real decreto de envases y residuos de envases en 2022, que formalizó la obligación de las empresas de asumir los costos de gestión y tratamiento de residuos de envases industriales y comerciales, ha habido un auge en la creación de nuevos SCRAP. Estos organismos no solo se encargan de la recogida y reciclaje, sino que también aseguran la reutilización y valorización energética de los residuos.

Organizaciones como Ecoembes, que opera desde 1996, han sido pioneras en este campo, gestionando residuos de envases domésticos ligeros y promoviendo la circularidad de estos materiales. Con el nuevo marco regulatorio, tanto entidades ya establecidas como nuevas están expandiendo sus servicios para cubrir una gama más amplia de materiales y sectores.

En resumen, el futuro del sector parece optimista pese a enfrentarse a la incertidumbre económica provocada por factores como la inflación y las nuevas restricciones al plástico. La primavera de este 2024, que se antoja bastante cálida y con temperaturas veraniegas, así como la proximidad de la temporada estival apuntan a un aumento en la demanda de refrescos, potenciando así las oportunidades de crecimiento.

## EL CONSUMO DE ANALCOHÓLICAS EN ESPAÑA AUMENTA EN MOMENTOS DE OCIO Y RELAJACIÓN INDIVIDUALES





OPCIONES MÁS SALUDABLES Y ALTERNATIVAS VEGETALES A LA HORA DEL POSTRE

# LA REVOLUCIÓN VERDE, EN MARCHA

En un escenario de costes de producción crecientes y desafíos como la sequía o los cambios en los hábitos de consumo, el subsector de postres que agrupa también el yogur y las alternativas vegetales en España ha logrado mantener una notable estabilidad. Sin embargo, una mirada más atenta revela ganadores y perdedores dentro de las cartas y menús de la restauración de nuestro país.

**E**n medio de la turbulencia económica actual, el sector de postres, yogur y alternativas vegetales en España ha buscado maneras innovadoras de aliviar la presión tanto sobre los consumidores finales como de sus aliados en la hostelería y la restauración, no menos afectados por los crecientes precios de energía y las materias primas. En este contexto, las empresas lácteas y sus asociaciones han tomado medidas de calado para absorber parte de estos costos adicionales, manteniendo así precios acces-

bles para productos esenciales como el yogur y las leches fermentadas, pilares en la dieta española y parte fundamental en cualquier carta o menú de hostelería.

Un punto central en esta estrategia es la propuesta de la Asociación Española de Fabricantes de Yogures y Postres Lácteos Frescos (AEFY), que ha sugerido importantes modificaciones en la política fiscal del país. La asociación ha propuesto una reducción del IVA aplicado a estos productos del 10% al 4%. Esta propuesta, dirigida al Gobierno y a los grupos parlamentarios, busca fomentar un mayor consumo.

## LAS INNOVACIONES EN POSTRES VEGETALES ESTÁN PENETRANDO DECIDIDAMENTE EN LA RESTAURACIÓN

En el contexto de la hostelería y la restauración, estos cambios tendrían un impacto significativo. La reducción del IVA no solo beneficiaría a los consumidores, sino que también podría influir positivamente en los menús de restaurantes y cafeterías, donde estos productos se utilizan frecuentemente.

Paralelamente, el sector ha experimentado una notable evolución en las últimas décadas, con un enfoque cada vez más inclinado hacia la innovación y la adaptación a las demandas de un consumidor orientado a un estilo de vida más saludable. El compromiso con la investigación y el desarrollo ha permitido ofrecer una variedad de nuevos sabores y texturas, satisfaciendo las necesidades de un mercado dinámico y manteniendo altos estándares de calidad y seguridad.

Esta dualidad entre innovación y regulación es palpable en la dinámica del sector, donde la capacidad de adaptarse y responder a los desafíos económicos y de salud pública será clave para su futuro en el ámbito de la hostelería y restauración. Con estos desafíos y oportunidades, el sector de postres, yogur y alternativas vegetales en España se encuentra en un punto crítico, buscando equilibrar las demandas comerciales y las necesidades de los consumidores en un entorno cambiante.

### LA ALTERNATIVA VEGETAL

En el sector de la hostelería y restauración, una revolución verde está en marcha con las alternativas vegetales liderando la vanguardia en el mercado de postres. La tendencia, impulsada por un cambio en las preferencias de los consumidores hacia opciones más saludables y sostenibles, está transformando el panorama de los postres tradicionales, con ingredientes como la avena, la almendra y la soja emergiendo como protagonistas. Las estadísticas apuntan a una recepción entusiasta de estas alternativas entre los consumidores, muchos de los cuales perciben los productos derivados de plantas como superiores a los lácteos convencionales en términos de beneficios para la salud y el bienestar. Esta percepción ha catalizado no solo un aumento en la demanda, sino también una disposición a pagar más por productos que se alineen con valores personales y ecológicos. Dentro del sector culinario, las innovaciones en postres vegetales como mousses y gelificados están cobrando impulso. Estos productos están capturando el interés de restauradores y comensales sin comprometer los principios de salud y sostenibilidad. Este creciente interés se refleja en las cifras de ventas, señalando un terreno fértil para que los fabricantes expandan y diversifiquen sus ofertas.

### LA INNOVACIÓN, CLAVE DEL PLANT-BASED

La creciente inclinación hacia las dietas basadas en plantas está transformando la industria alimentaria, especialmente en el sector de postres, yogur y alternativas vegetales, un ámbito crucial para la hostelería y la restauración. Ante un aumento constante en la demanda global, los fabricantes se enfrentan al desafío de elevar el sabor, la textura y el valor nutricional de estos productos para captar a un mercado cada vez más exigente.

Un estudio de Innova Market Insights revela que el 27% de los alimentos y bebidas de alto contenido proteico lanzados en 2022 incluyeron proteínas vegetales. Sin embargo, la aceptación de estos productos en el mercado aún se ve limitada por barreras significativas relacionadas con su sabor y textura.

Las tecnologías de hidrólisis de proteínas vegetales se presentan como una solución innovadora para superar estos obstáculos. Estos hidrolizados, que mejoran la solubilidad y la estabilidad térmica, además de las propiedades de aireación, están permitiendo a la industria confitera crear alternativas veganas como malvaviscos y gomitas sin recurrir a proteínas de origen animal, manteniendo la alta calidad y textura deseada.

El impacto de estas innovaciones es notable, con un crecimiento anual compuesto del 25% en la confitería basada en plantas. La funcionalidad única de los hidrolizados de proteínas vegetales está capacitando a los fabricantes para no solo responder a la demanda creciente de productos basados en plantas, sino también para ofrecer opciones que son sostenibles, nutricionalmente superiores y agradables al paladar.

Esta evolución en la oferta de productos basados en plantas refleja una oportunidad significativa para la hostelería y la restauración. Adaptarse a las preferencias cambiantes de los consumidores no solo responde a un nicho de mercado en expansión, sino que también posiciona a estos establecimientos en la vanguardia de la sostenibilidad y la innovación culinaria, atrayendo a clientes conscientes de la salud y el medioambiente que valoran tanto la calidad como la ética de los alimentos que consumen.

Contrastando con esta tendencia ascendente de lo vegetal, los postres lácteos tradicionales y ciertos tipos de yogures están viendo una disminución en sus ventas, un claro indicativo de la evolución del mercado hacia alternativas que los consumidores consideran más beneficiosas. Esta transformación en las preferencias no solo está impulsada por la búsqueda de salud, sino también por el deseo de disfrute y una conexión emocional más profunda con los alimentos, manifestada en la exploración de nuevos sabores y texturas. La hostelería y restauración, en respuesta, está adoptando estos cambios introduciendo menús que reflejan tanto la innovación como la tradición, y satisfaciendo tanto el paladar como los valores personales y medioambientales de los consumidores. En este período de transición, la industria láctea y el mercado de alternativas vegetales enfrentan desafíos y oportunidades significativas. Los consumidores, cada vez más informados y exigentes, no solo buscan satisfacer sus necesidades dietéticas, sino que también demandan





que los productos que consumen se alineen estrechamente con sus valores personales y ecológicos, un requerimiento que los restaurantes y cafeterías no pueden ignorar si quieren mantenerse relevantes en un mercado extremadamente competitivo como el español.

#### BLANCO COMO EL YOGUR

La clave de este cambio en las preferencias de los consumidores reside también en la capacidad de innovación en sabores y texturas, que busca conectar emocional y sensorialmente. Las alternativas vegetales ya no se ven solo como opciones saludables o ecológicas, sino como interesantes y divertidas, rompiendo con las percepciones tradicionales, lo cual supone una ventaja competitiva en restauración.

Entre las innovaciones más significativas se encuentran los hidrolizados de proteínas vegetales, que mejoran la solubilidad, estabilidad al calor y propiedades de aireación de los alimentos. Estos avances no solo benefician la calidad de productos como confitería y bebidas refres-

## LA CRECIENTE PREFERENCIA POR ALTERNATIVAS VEGETALES IMPULSA CAMBIOS PROFUNDOS EN LA OFERTA DE LA RESTAURACIÓN

cantes, sino que también ofrecen ventajas nutricionales como mejor digestibilidad y biodisponibilidad, esenciales en sectores como la nutrición deportiva y clínica.

La atracción hacia estos productos está particularmente marcada entre las generaciones más jóvenes, como los Alphas, sucesores de la Generación Z, que valoran la sostenibilidad y buscan activamente productos que sintonicen con sus ideales éticos y comunitarios. La integración de ingredientes novedosos y la combinación de texturas conocidas están abriendo nuevas vías para que los restauradores experimenten sin alejarse de sus gustos tradicionales.

Con un crecimiento anual compuesto del 25% en confitería basada en plantas, según Innova Market Insights, la funcionalidad única de los hidrolizados de proteína vegetal está permitiendo a fabricantes y restauradores satisfacer la creciente demanda de productos que no solo son sostenibles, sino también nutricionalmente superiores y agradables al paladar.

#### UN PILAR HOSTELERO

En el corazón de la cultura gastronómica española y sus prácticas dietéticas en la hostelería y restauración, los lácteos como la leche, el yogur y los quesos siguen siendo pilares fundamentales de una dieta equilibrada y saludable. Reconocidos por su rica oferta de nutrientes esenciales, estos productos desempeñan un papel crucial en la salud muscular y ósea, respaldados por la opinión unánime de expertos en nutrición.

Los productos lácteos son naturalmente abundantes en proteínas de alta calidad, calcio, y vitaminas vitales como la B2 y la B12, indispensables para el mantenimiento de los dientes y la masa muscular. Durante etapas críticas como el embarazo y la lactancia, la demanda de estos nutrientes aumenta considerablemente. Además, el consumo regular de lácteos es una estrategia efectiva para prevenir enfermedades relacionadas con el envejecimiento, como la osteoporosis y la sarcopenia, que implica la pérdida de masa muscular.

Desde la perspectiva de la seguridad y calidad, los hosteleros españoles pueden confiar en que los productos lácteos disponibles en el mercado cumplen con los más altos estándares establecidos por la Unión Europea. Estas normativas no solo garantizan la calidad higiénica de la leche, sino que también aseguran el bienestar animal y la protección del medioambiente.

Finalmente, más allá de su valor nutricional, los postres lácteos son esenciales por su rol en las cartas de los restaurantes españoles. Numerosos expertos recomiendan la ingesta de entre dos y cuatro raciones diarias de lácteos para mantener una alimentación equilibrada y rica en nutrientes esenciales. Esta tradición alimentaria no solo refleja un legado histórico, sino que también subraya la importancia de los postres lácteos en la hostelería y la restauración modernas, jugando un papel indispensable en la oferta culinaria del continente.



**COMPRA MÁS**

**PAGA MENOS**

JORGE GONZÁLEZ  
Pescadero

**makro**



**TAN SEGUROS  
DE NUESTROS  
PRECIOS QUE NOS  
LOS TATUAMOS.**

**makro**



# RECONOCIMIENTO OTORGADO POR CHEFS QUE VA MÁS ALLÁ DEL SABOR LOS 12 PRODUCTOS SABOR DEL AÑO RESTAURACIÓN 2024



El edificio de La Pedrera, en Barcelona ha acogido la entrega de premios de la sexta edición de Sabor del Año Restauración, donde se han desvelado los productos distinguidos por un jurado de chefs. 12 productos que han obtenido el distintivo, destacando así la calidad de tres marcas del sector de la hostelería.

Las croquetas Gastrobar de Audens Food se alzan con el reconocimiento en seis referencias: la Ibérica, la de Corral, la del Mar, la Islandesa, la del Bosque y la Zamorana. Por su parte, Makro ha sido premiado con la Mayonesa Extra Metro Chef, un producto que ha conquistado a los chefs por “su textura perfecta y sabor extraordinario” que eleva cualquier creación culinaria. Además, la gama especial hostelería de Central Lechera Asturiana Hostelería, compuesta por Grand Crème, La Original, Sin lactosa, Cero % y Leche Maestra, ha conquistado también el paladar del jurado. Sabor del Año Restauración no solo destaca el sabor de los productos, sino que también

subraya la relevancia de los productos y de las empresas que los producen. Las marcas ganadoras destacan por su liderazgo en sus categorías y demuestran con este galardón que conectan de forma única con los profesionales de la hostelería. El jurado, compuesto por maestros culinarios de distintas partes de España, dirigidos por la máster chef del premio Àngels Puntas, formadora y directora de la escuela de cocina La Patente, evalúan los productos valorando criterios como el interés, practicidad, sabor y satisfacción global imprescindibles a la hora de escoger productos en hostelería. Solo los productos que alcanzaron la puntuación más alta en sus categorías han sido los premiados.



El jurado estuvo compuesto por maestros culinarios de distintas partes de España, dirigidos por la máster chef del premio Àngels Puntas, formadora y directora de la escuela de cocina La Patente.



### CENTRAL LECHERA ASTURIANA HOSTELERIA GAMA LECHE HOSTELERIA

La gama especial hostelería de CENTRAL LECHERA ASTURIANA HOSTELERÍA, compuesta por Grand Crème, La Original, Sin lactosa, Cero % y Leche Maestra, conquistó el paladar del jurado. La marca destaca por su continua innovación y compromiso con la excelencia en cada producto, en especial con la referencia Maestra donde además ha obtenido el reconocimiento por su innovación.

En Central Lechera Asturiana siguen trabajando para ofrecer a sus clientes del canal Horeca, productos de calidad que den respuesta a sus necesidades como profesionales. Fieles a su propósito y valores de marca, han dado un paso adelante, con el objetivo de apoyar y reforzar el valor de la leche en Hostelería.

En España, un 80% de los cafés que se consumen fuera del hogar, son CON LECHE. Central Lechera Asturiana quiere que sus clientes ofrezcan la mejor experiencia en torno a un buen café con leche. Y para ello, han especializado su gama Hostelería, para conseguir las combinaciones de "LECHE CON CAFÉ" más equilibradas y deliciosas. Porque la leche también importa, se incorpora al surtido la nueva LECHE MAESTRA, perfecta para la variedad de café 100% arábica y que presenta una proporción de grasa y proteína específica, que se adapta perfectamente a la nota de cata de este tipo de café.

La gama de leche para Hostelería más completa ahora permite a los profesionales disponer de la leche idónea según el tipo de café que se esté consumiendo.



### MAKRO MAYONESA METRO CHEF

MAKRO, ha sido premiado con la Mayonesa Extra Metro Chef, un producto que conquistó a los chefs por su textura perfecta y sabor extraordinario. Un producto esencial que eleva cualquier creación culinaria.

Desde Makro España, en su afán por tener un surtido competitivo y

diferenciador en sus productos de Marca Propia, se ha trabajado durante muchos meses para desarrollar una nueva receta exclusiva: la nueva "Mayonesa Metro Chef Extra Consistencia y Sabor". Esta nueva receta exclusiva para Makro se ha logrado tras realizar numerosos testeos de forma real con clientes. Todos los cambios sugeridos se han tenido en cuenta hasta dar con la formulación adecuada. La receta final tiene una coloración, textura y densidad idóneas que consigue competir con las marcas líderes del mercado.



### AUDENS FOOD CROQUETAS GASTROBAR

Gastrobar, las croquetas más crujientes y doradas gracias a su rebozado con pan Panko, se alzaron con el reconocimiento en seis exquisitas referencias: la Ibérica, la de Corral, la de Mar, la Islandesa, la del Bosque y la Zamorana. Han sido distinguidas por su sabor, practicidad y su capacidad para sorprender a los paladares más exigentes. Esta gama de croquetas de alta cocina está elaborada con una delicada bechamel, siempre cocinada con leche fresca y con abundantes tropezones de materia noble

que les proporcionan un intenso sabor. La gama está formada por:

La Ibérica, con tacos de paletilla ibérica de bellota y jamón ibérico; la de Corral, con tropezones de pollo nacional alimentado básicamente con cereales; la del Mar, con el característico sabor del fumet de gambas y tropezones de gambón; la Islandesa, con tropezones de bacalao del Atlántico Norte; la del Bosque, con tropezones de champiñones e inconfundibles boletus y la Zamorana, con intenso sabor a queso añejo zamorano de oveja.





## EMPLATADO SOSTENIBLE DE IBÉRICOS Dehesa Las Cumbres

Dehesa Las Cumbres apuesta por la innovación y el cuidado del medioambiente presentando su nueva modalidad de emplatado sostenible de producto ibérico. Este nuevo diseño cuenta con una reducción del 90% del plástico y es apto para presentaciones directas en mesa porque mantiene en todo momento la temperatura óptima para su consumo. Desde su producción hasta su consumo final, mantener un control preciso de la temperatura es esencial para garantizar la frescura, textura y sabor óptimos de estos preciados alimentos; y con este nuevo sistema de emplatado se garantiza, además de la temperatura, la preservación y calidad del producto ibérico. El proceso de curación del producto ibérico de Dehesa Las Cumbres se extiende por un período de tres a cuatro años, lo que conlleva una inversión significativa que requiere una rigurosa atención en cada etapa, para garantizar su óptima conservación. Cada fase del proceso está sujeta a estrictos requisitos de temperatura, indispensables para alcanzar la excelencia en un producto de alta calidad.

## NUEVOS LANZAMIENTOS Ybarra

Ybarra lanza "Ybarra Experience", gama de 4 salsas de autor en formato 500 ml PET. Las de Chipotle Ahumado, Jalapeño Asado, Trufa y Cebolla Caramelizada son recetas adaptadas a todo tipo de cocinas que brindan sabor, innovación y versatilidad. Estas salsas están elaboradas sin conservantes, sin lactosa, sin gluten y son aptas para veganos. La salsa de Chipotle Ahumado es una explosión de sabores, versátil y perfecta para tacos, carnes a la parrilla o hamburguesas. La de Jalapeño Asado cuenta con la armonía de picante moderado entrelazada con la frescura de cítricos, creando un sabor ideal para realzar ensaladas, tacos o todo tipo de carnes. La de Trufa cuenta con matices que evocan a frutos secos y es perfecta para diferenciar platos de pasta, risottos, carnes o tostas. Y la salsa de Cebolla Caramelizada fusiona la dulzura de la cebolla y lo salado. Ybarra ha lanzado también una nueva mayonesa vegana en formato vidrio 300 ml y cubo para hostelería de 1,8 L, ambos con el aval del certificado V-Label de productos veganos. La Vegana Ybarra se puede mezclar con otros ingredientes gracias a su textura consistente y está elaborada con aceite de girasol, sin conservantes, sin gluten, sin

## BECHAMEL LISTA PARA USAR Président Professional

Lactalis Foodservice, la unidad de negocio de hostelería y restauración de Lactalis, amplía su gama de natas de cocina con un preparado de bechamel listo para usar. La bechamel Président Professional, en formato de brik de 1L, es una opción para los profesionales que buscan una alternativa sencilla de usar, pero sin renunciar al sabor de una bechamel tradicional. Con textura ligera y cremosa, permite su congelación y es ideal para lasañas, canelones u otras elaboraciones. La marca apuesta por la innovación de sus productos y ha ido ampliando el porfolio de aquellos productos específicamente concebidos para los profesionales de la cocina.

## OCHO NUEVOS HELADOS La Menorquina

La Menorquina presenta su cartel del 2024 con ocho novedades. Entre las propuestas destaca el helado "Ibiza Sea Salt Roll", que mezcla el sabor dulce con el salado al impregnar el chocolate que lo recubre con sal de Ibiza. La Menorquina recupera también el nombre del "Truficono" y denomina al polo de menta "Mint Lolly". Entre los nuevos sabores está el polo bombón "Kikos" con maíz de Aragón o el "Roll" de avellanas de Tarragona. Y en la oferta también se introducen el helado en barrita "Peanut Crik" a base de cacahuets y el "Choco Gol". A estas creaciones se suman dos referencias. Con Donettes, La Menorquina ha creado la minirosquilla helada, mientras que para Danonino se ha diseñado el "Heladino", con un 40% menos de azúcares. Además, La Menorquina mantiene la colaboración con Lacasitos, Chupa Chups, Granini, Cacaolat, Trina y Donuts. Y continúa el helado Farggi de dulce de leche. El resto del cartel se completa hasta un total de 29 helados: siete bombones (Almendrado, Nata, Blanco, Kikos, Farggi, Hazel Roll e Ibiza Sea Salt Roll), seis cucuruchos (Truficono, Cookies, Sin Azúcares, XL, Chupa Chups y Lacasitos), cuatro snacks (Stracciatella, Almond Crak, Peanut Crik, Sandwich Lacasitos), cuatro infantiles cremosos (Donettes, Donuts, ChocoGol y Cacaolat) y ocho refrescantes (Danonino, Granini, Mint Lolly, Mini Polos, Polo Sandía, Polo Up Limón, Polo Up Fresa y Trina).



## CERVEZA SIN FILTRAR SIN NECESIDAD DE DARLE LA VUELTA

### Cervezas Ambar

Cervezas Ambar vuelve a sus orígenes con su último lanzamiento: Ambar 1900 Sin Filtrar, una cerveza lager a la que no es necesario darle la vuelta. Esta cerveza, con tres variedades diferentes de lúpulo recién molido, ofrece una bebida más sensorial, con cuerpo y un líquido turbio que no es necesario agitar para disfrutar.

Esta elaboración permite encontrar en el tanque de guarda dos zonas diferenciadas. En la zona inferior se forma el poso con la levadura que ha caído, mientras que en la parte superior se encuentra la cerveza que mantiene la levadura en suspensión. Es de esta parte de la que se extrae el líquido para Ambar 1900 Sin Filtrar, donde la levadura se mantiene en suspensión y sin poso. Esta es una de las claves para el máximo aprovechamiento de los matices organolépticos en amargor y sabor. Esto hace que no se necesite voltear la botella de Ambar 1900 Sin Filtrar para su consumo, sin más ritual que el de abrir y disfrutar.

Ambar 1900 Sin Filtrar tiene una graduación de 5,8% alc. Su temperatura ideal de consumo está entre los 4-6°. Con una espuma cremosa y bien mantenida, produce un ligero burbujeo en boca y sensaciones frescas y amargas. El lúpulo recién molido le otorga un aroma suave.



## UNA NUEVA MAGNA Mahou San Miguel

Este 2024 Mahou San Miguel ha presentado su nueva Magna bajo la propuesta “la cerveza distinta entre las normales”. Una cerveza del día a día, “pero con un toque no habitual”. Para ello, han mantenido el nombre y el líquido, ya que el consumidor los valora “muy positivamente”, pero han renovado su imagen, su pack y su comunicación.

Una cerveza en cuya elaboración se sigue un proceso de lupulación en 3 tiempos que aporta su sabor con matices, además de la incorporación de maltas de Múnich que aportan su característico color dorado. El resultado es un líquido cotidiano pero distinto, con un punto más de intensidad para disfrutar del día a día.

Bajo el claim “Una rubia distinta”, Magna en su nueva campaña invita a romper con lo esperado para hacer del día a día y del universo cervecero algo diferente: “con más diversión, más disfrute y más sabor”.



## ST. PETRONI APERITIVO, CON ALMA DE SPRITZ Pernod Ricard España

Pernod Ricard España lanza St. Petroni Aperitivo, su nueva referencia con alma de Spritz. Así, St. Petroni Aperitivo se incorpora al portafolio de Pernod Ricard España, completando su oferta con un nuevo aperitivo no vínico. Esta nueva propuesta nace como respuesta a las tendencias actuales de los consumidores, donde predomina la copa tranquila y donde el aperitivo se está convirtiendo en uno de los momentos de consumo más populares y de moda en nuestro país.

El lanzamiento coincide con la celebración del X Aniversario de St. Petroni, marca de Vermutería de Galicia que forma parte del portafolio de Pernod Ricard España desde 2020, cuando la compañía adquirió de forma mayoritaria la marca con el objetivo de entrar por primera vez en la categoría del vermut y en una nueva apuesta por el producto local, siendo la segunda marca nacional que tiene la compañía con procedencia Galicia, junto con Ruavieja.



## SINGLE VINTAGE 2008, DE LA GAMA PRESTIGE Ron Diplomático

Ron Diplomático presenta Single Vintage 2008, una referencia que hace homenaje al tiempo con las mejores reservas de ron de la casa. Se trata del último lanzamiento de su gama Prestige, una edición elaborada a partir de una selección especial de rones que han madurado de manera única. Todos ellos son elegidos y reservados para dar como resultado un sabor y aroma únicos, reflejando la esencia que caracteriza a Diplomático y un carácter excepcional que brilla con un perfil especial.

Desde su primera añada en 1997, sólo se han producido ocho añadas más en cantidades limitadas hasta esta última edición de 2008. Así, Single Vintage 2008, se distingue por su exquisita redondez y suavidad, con aromas afrutados y notas de madera, chocolate amargo, ciruela seca y toques de roble, que conducen a un final duradero y aterciopelado.





### **NUEVOS DESAFÍOS DEL MUNDO DULCE PARA HORECA Puratos y BCC Innovation**

BCC Innovation, centro tecnológico en gastronomía de Basque Culinary Center y Puratos han presentado los resultados de un proyecto de investigación cuyo objetivo ha sido identificar tendencias, oportunidades y retos que permitan establecer una estrategia para configurar el presente y futuro de la partida dulce del canal Horeca.

La colaboración se enmarca en el convenio establecido por ambas entidades el año pasado, con el objetivo de investigar en el sector de la pastelería con la innovación y formación como ejes centrales. Otro de los ámbitos que conforman este acuerdo se basa en la innovación de técnicas culinarias que permitan reducir la presencia de determinados componentes que modifiquen la estructura y la funcionalidad de los ingredientes. A partir de dicho análisis, se han definido diez tendencias asociadas en torno al mundo del postre: postres más ligeros con combinación de texturas; énfasis en el sabor y temporalidad de los ingredientes; recuperación de los postres clásicos, pero renovados; incorporación de vegetales y verduras; postres aptos para todo el mundo; digitalización; aumento de ingredientes como el caramelo, caramelo salado, pistacho y nuevos ingredientes de otros países como el yuzu; sostenibilidad; el consumo inmediato en el restaurante permite la incorporación de texturas y elaboraciones más delicadas, incluso la posibilidad de jugar con diferentes temperaturas y, por último, experiencia de disfrute buscando postres especiales y únicos, que ofrezcan algo diferente a lo que podrían preparar en sus casas. Gracias a las tendencias identificadas, se hace una propuesta de 5 aplicaciones. Las conclusiones obtenidas del estudio han servido como inspiración para la creación de 5 aplicaciones gastronómicas dulces: Calabaza, queso y miel; Mediterráneo, almendra y cítricos, Orígenes de chocolate, Selva negra y Baba de San Juan.

### **ÁLEX CAÑADA, COMO CHEF GASTRONÓMICO, COLABORARÁ CON DANNY HAWTHORN Campofrío Smart Solutions**

El chef Álex Cañada colaborará con Danny Hawthorn como chef gastronómico para Campofrío Smart Solutions, la división de Campofrío especializada en el sector hostelero y sociosanitario. Cañada fue el tercer finalista del programa Masterchef Junior en 2015 y desde entonces es una de las grandes promesas gastronómicas de España con una trayectoria firme en el ámbito de la restauración.

Con veinte años ha trabajado como segundo de cocina en el restaurante Ermita de Burgués (Gavá, Barcelona) y como aprendiz de chef al equipo del restaurante Hoffmann (Barcelona) que cuenta con una Estrella Michelin. Tras quedar finalista en la undécima edición de Masterchef, trabajó como jefe de partida en el restaurante homónimo de Madrid, además de ofrecer un showcooking en la feria Alicante Gastronómica.

El acuerdo de Cañada como chef gastronómico supone una importante apuesta de Campofrío Smart Solutions por el talento joven y el desarrollo intergeneracional. La compañía ha destacado siempre por trabajar muy de cerca con sus clientes y ofrecer constantemente propuestas innovadoras para los segmentos de ocio, restauración o colectividades.

Una de estas innovaciones ha sido precisamente la creación, en 2019, de la figura del chef ejecutivo, un especialista que nos ayuda a entender mejor las necesidades culinarias de nuestros clientes de restauración y del sector sociosanitario para aportarles valor añadido a través de la mejora de la experiencia gastronómica.

Danny Hawthorn ofrece asesoramiento culinario profesional e imparte talleres para los clientes de restauración y del sector sociosanitario de la compañía.

### **SOLUCIONES INTEGRALES PARA LOS RESTAURADORES Maheso Profesional**

Maheso, compañía proveedora de soluciones de alimentación en ingredientes y platos preparados para el mercado nacional e internacional, aprovechó su 45 aniversario para presentar la división Maheso Profesional, redoblando así su apuesta para diseñar soluciones a medida para los restauradores y el sector de la alimentación en general. Su principal objetivo es agrupar bajo un mismo sello todas las unidades de negocio de la compañía que trabajan para el canal profesional y darle un impulso aunando sinergias. A través de la puesta en marcha de este canal, el proyecto permite la personalización de cada demanda cubriendo las distintas necesidades de los profesionales y adaptándose a las nuevas tendencias del mercado.

Maheso cuenta con un porfolio en constante evolución de más de mil referencias, que se adapta a las nuevas tendencias del mercado y se nutre también con la incorporación de productos estacionales a lo largo del año. La compañía ha presentado una reinención del churro tradicional elaborado con masa de patata, aterrizando en un nuevo momento de consumo "el picoteo", muy típico de la gastronomía española. Y, por otro, los "calabacín fries", 'sticks' de calabacín rebozado, una alternativa más saludable y vegana a las tradicionales patatas fritas, creados para complementar múltiples creaciones gastronómicas. Se pueden servir como aperitivo o como guarnición para platos principales, añadiendo un toque de color y frescura a cualquier menú.



Baldoria, ideó una pannacotta tradicional.



David Martínez Fontano, CEO de Makro España, junto a Josep Guasp, CEO de Pro a Pro España, durante la presentación de los planes de la empresa.

## LAS MANZANAS, PRESENTES EN EN BALDORIA, LA CARNAZA Y MAMAQUILLA

### Pink Lady

La marca de manzanas Pink Lady vuelve a impulsar la tendencia por la fruta y hacerla realidad de la mano de tres de restaurantes madrileños, con propuestas jóvenes: Baldoria, conocido por su animado ambiente y su cocina italiana; La Carnaza, con hamburguesas de carne y "alma rockera", y MamaQuilla, de cocina latina. Cada uno de ellos ha creado un postre en el que, con las Pink Lady como protagonistas, ensalzó el potencial de la fruta fresca, así como con mínimas manipulaciones culinarias.

Ciro Cristiano, chef ejecutivo y propietario de Baldoria, ideó una pannacotta tradicional -muy ligera, sin gelatina- que se acompañaba de unos dados de Pink Lady, levemente caramelizada, y servida junto a una suave mermelada hecha con ellas, unos gajos al natural de estas manzanas y un crujiente crumble.

En MamaQuilla, Jorge Velasco y Joaquín Serrano ofrecieron una versión dulce del ceviche. Se trata de una base de Pink Lady con hilos de caramelo, acompañada de diferentes frutas de temporada en una "leche de tigre" de lima y recortes de estas frutas. Una ligera nube de algodón de azúcar coronaba el conjunto. En La Carnaza, mientras, doblaron la ración y sirvieron Pink Lady natural junto a una variante de la clásica apple pie americana. Para su elaboración, las manzanas (500 g por cada pastel) se doran en una pequeña cantidad de mantequilla con apenas 60 gramos de azúcar. El pastel, de masa quebrada, se sirvió con manzana Pink Lady fresca y una bola de helado artesano de mantecado Regma.

## RESPALDO A LA ALTA RESTAURACIÓN

### Royal Bliss

Royal Bliss, la gama de mixers premium de The Coca-Cola Company, ha entregado las placas de los "Restaurantes Recomendados" en la Guía Michelin España 2024 a 783 establecimientos de todo el territorio nacional. Los establecimientos "Recomendados" situados en la zona Centro de España pudieron recoger su placa en un acto público celebrado en WAH, en el recinto ferial de Ifema, que fue conducido por la periodista Ainhoa Arbizu. La cita contó con la participación de Mario Sandoval, chef y propietario del restaurante Coque (Madrid), que cuenta con dos Estrellas Michelin y una Estrella Verde; Antonio Naranjo; Miguel Pereda, director comercial de Michelin Experiencias España y Portugal; Rubén Casado, director de Desarrollo de Negocio de Coca-Cola Europacific Partners; y Miguel Mula, director comercial de Área Centro de Coca-Cola Europacific Partners.

Royal Bliss ha colaborado durante los últimos siete años con la Gala de presentación de la Guía Michelin, cuya última edición se celebró el pasado mes de noviembre en Barcelona.

## IMPULSO DE LAS OPERACIONES EN ESPAÑA

### Pro a Pro

Pro a Pro, distribuidor food service para hostelería organizada y perteneciente al grupo alemán Metro, al igual que Makro, Metro Markets y Metro Food Sourcing, contará con un sólido plan de inversiones en España hasta 2030. En 2023 la compañía alcanzó unas ventas de 50,4 millones de euros, más de un 25% de crecimiento respecto al año anterior. España es uno de los mercados prioritarios para el grupo alemán Metro por su gran potencial de crecimiento. Las inversiones que llevará a cabo en el sector de la distribución a hostelería organizada a través de Pro a Pro, reforzarán el buen comportamiento que el grupo viene desarrollando en el mercado nacional gracias a la sólida posición de Makro, su otra filial en España y líder en distribución mayorista multicanal a hostelería independiente.

Pro a Pro, antes Davigel España y que fue adquirida por Metro a principios de 2021, se convertirá en el principal operador en España, con plena capacidad de oferta y distribución en todo el territorio español y dará respuesta a la necesidad de la hostelería organizada de contar con un proveedor multitemperatura y con capilaridad completa en la configuración de su oferta gastronómica.

Todo ello pasará por la construcción de cinco almacenes multitemperatura a lo largo del territorio nacional, el primero de ellos ya programado en Andalucía, concretamente en Sevilla, y que estará operativo a partir de 2025; y por el desarrollo de una cadena de suministro y distribución propia en los próximos años. Los otros cuatro almacenes está previsto se sitúen en las Islas Canarias (Gran Canaria), Mallorca (Islas Baleares), Barcelona y Madrid.



# MADRID, CAPITAL EUROPEA DE LA CULTURA GASTRONÓMICA 2024

Por Rafael Ansón, Presidente de la Real Academia de Gastronomía de España

Madrid, en unos años, ha conseguido convertirse en líder mundial en turismo y en gastronomía. Probablemente, lo que más ha influido es que ha sabido incorporar a su oferta gastronómica las demandas de la Nueva Gastronomía del siglo XXI, que es y tiene que ser cada vez más saludable, solidaria, sostenible y satisfactoria.

Exigencias que deben instaurarse a lo largo de toda la cadena alimentaria, desde la producción agroalimentaria, a la industria, la distribución y comercio y la hostelería, con prácticas más sostenibles, alimentos y bebidas saludables, ecológicos y de cercanía. Además, Madrid ha sido gran impulsora de la Cocina de la Libertad en el mundo, es decir, de la cocina creativa e innovadora. Y, en lo que se refiere a hostelería y hostelería, es un modelo único de variedad, calidad y diversidad territorial.

Por todo ello, la Comunidad Europea de la Nueva Gastronomía acaba de declarar a la Comunidad y la ciudad de Madrid, la "Capital Europea de la Cultura Gastronómica 2024".

## HOTELERÍA Y HOSTELERÍA

Quiero destacar la armonía que existe en Madrid entre la hostelería y la hostelería. Tanto los pequeños y medianos hoteles como las grandes cadenas que se están instalando en Madrid, se han dado cuenta de la importancia que tiene la oferta gastronómica como motivación fundamental para el viajero o turista.

En general, la mayoría de los hoteles responden ya a las exigencias mínimas de calidad que exige el mercado. Por eso, uno de los signos distintivos es la parte gastronómica.

Y es aquí donde muchos han mejorado su oferta general, el room service, la posibilidad de tomar unas copas o un aperitivo en cualquiera de las instalaciones... Incluso algunos han incorporado restaurantes con el sello de chefs reconocidos, como es el caso del Hyatt Regency Hesperia, donde Dani García dirige el restaurante Leña y el Smoked Room, o el Four Seasons, también con Dani García; el Mandarin Oriental Ritz, que cuenta con cinco espacios diseñados por Quique Dacosta; el Hotel Único, con Ramón Freixa; o el NH Eurobuilding, donde se encuentra el 3 estrellas madrileño DiverXO, de David Muñoz.

## PRESENCIA DE IBEROAMÉRICA EN MADRID

Madrid ya fue declarada la Capital Iberoamericana de la Cultura Gastronómica. La presencia de Iberoamérica en Madrid es extraordinaria, en todos los sentidos. Muchos iberoamericanos se han instalado en Madrid en los últimos años, han abierto restaurantes y creado o invertido en empresas españolas.

La música latina está presente en muchos locales de la capital, también en espectáculos y comedias musicales. Y, en general, cada vez es más frecuente oír hablar en español con acento de Argentina, de Venezuela, México, Colombia, Brasil o Perú.

Es muy fácil encontrar guacamoles, arepas o ceviches en los restaurantes, y, por supuesto, los grandes cócteles iberoamericanos: el mojito, el daiquiri, la caipiriña, la margarita o el pisco sour (últimamente, se ha puesto de moda el mezcal).

## MADRID, CAPITAL EUROPEA DE LA CULTURA GASTRONÓMICA 2024

Ahora Madrid, durante doce meses, se convertirá en el escenario de la cultura gastronómica de Europa. Y no solo va a exhibir la excelencia de su oferta gastronómica, desde la producción agroalimentaria y la industria, pasando por los mercados y tiendas gourmet, hasta los grandes restaurantes, las casas de comidas o la multitud de bares y tabernas, sino que también va a ser el lugar donde los diferentes países de Europa van a poder expresar y dar a conocer todas sus posibilidades desde el punto de vista gastronómico. España, y Madrid, se convertirán en un escaparate de la gastronomía de los países bálticos, de los países nórdicos, de los centroeuropeos y, por supuesto, del Mediterráneo.

## LA NUEVA GASTRONOMÍA EN MADRID

La Comunidad Europea de la Nueva Gastronomía va a tratar de impulsar, durante todo el año, los valores de la Nueva Gastronomía saludable, solidaria, sostenible y satisfactoria en los cuatro eslabones de la cadena alimentaria. Siempre apostando por la innovación, por la Cocina de la Libertad, y por todo lo que representa la Nueva Hostelería, que no solamente es la cocina, sino que tiene que dar una especial importancia a la sala, a la bodega, a la recepción y al escenario en su conjunto.

Estoy convencido de que Madrid sabrá cumplir ese papel y que, durante doce meses, se van a representar las obras maestras y las obras más singulares del teatro de la gastronomía, en el escenario de la Capital de España.



### Rafael Ansón

Rafael Ansón nació en San Sebastián y estudió en el colegio del Pilar de Madrid. Licenciado en Derecho, es diplomado de la Escuela Nacional de Administración Francesa (ENA) y técnico superior de Información y Turismo del Estado por oposición y Doctor Honoris Causa por la Universidad Alfonso X el Sabio. Fue director general de Radiodifusión y Televisión, director general de RTVE en el primer gobierno de Adolfo Suárez y asesor del presidente.

Es fundador y en la actualidad presidente de la Fundación de Estudios Sociológicos (Fundes), profesor asociado del Instituto de Empresa (IE), director de la cátedra de la Real Academia de Gastronomía de la Universidad Alfonso X El Sabio, promotor de la Academia de las Ciencias y las Artes de la Televisión y de la Asociación de Directivos de Comunicación (Dircom). Además de presidente de la Real Academia de Gastronomía de España, es fundador y presidente de honor de la Academia Internacional, presidente de la Academia Iberoamericana, de la Academia Europea y de la Comunidad Europea de Cultura Gastronómica.

Colaborador en diversos periódicos y revistas, ha recibido las grandes cruces de Isabel La Católica, del Mérito Civil de Alfonso X el Sabio, del Mérito Naval y de la Seguridad Social. Asimismo, la Medalla de Oro de la Ciudad de París, la Medalla de Oro al Mérito Turístico y la de Caballero de la Orden del Mérito de la República Italiana.

# INNOVACIÓN, SOSTENIBILIDAD Y RENOVACIÓN DE LA OFERTA: LAS 3 CLAVES DEL CRECIMIENTO DE LA RESTAURACIÓN COLECTIVA EN 2024

Por Marta Ruiz, Directora de Calidad, PRL y Sostenibilidad de Mediterránea Group

A finales del año pasado, KPMG publicó la última edición del 'Observatorio de la Restauración de Marca' de la mano de Circana y Marcas de Restauración. En líneas generales, el informe prevé un prometedor curso para el conjunto de la industria, con un crecimiento superior al 10% para 6 de cada 10 empresas. En sintonía con esta buena corriente, el segmento de las colectividades también experimentará un crecimiento estable; representando más del 35% del gasto que los españoles realizarán en alimentación y bebidas estos 12 meses.

Un desempeño al alza apoyado en el alto nivel de adaptación y flexibilidad del Foodservice español. Una capacidad de resiliencia que puso de manifiesto en el momento más duro del confinamiento y que tendrá que volver a demostrar para continuar satisfaciendo las demandas del consumidor y responder a las últimas necesidades de todos los clientes. En esta ocasión, priorizando la innovación, la sostenibilidad y la renovación de la oferta gastronómica como las grandes claves con las que mejorar la experiencia de usuario y, por ende, fomentar la expansión del negocio. En lo referente a la transformación tecnológica, resulta vital acelerar el desarrollo e incorporación de los avances más punteros en materia de Inteligencia Artificial y Machine Learning para la personalización del servicio. Por ejemplo, para seguir impulsando canales de venta como el pedido online. Formatos con los que llegar al consumidor y que se alinean con el objetivo de facilitar el acceso a una gama más amplia de opciones de consumo gestionando de forma rápida y eficiente la demanda. Asimismo, las aplicaciones para móviles se consolidarán como vía de comunicación con el usuario final y se crearán interfaces cada vez más atractivas para una navegación más intuitiva y que añadirán servicios complementarios.

Adicionalmente, cuando hablamos de innovación debemos considerar la llegada de funcionalidades disruptivas como los algoritmos de recomendación, el diseño de menús y dietas, la automatización de la gestión y análisis del 'big data', así como las grandes cantidades de información. También destacará el uso de medidores de ocupación en los comedores de empresa para mejorar el flujo de comensales y que estos pueden destinar a la alimentación el tiempo que precisa sin cortapisas.

En lo referente a la sostenibilidad, las estrategias específicas que actúan en esta materia continuarán desempeñando un papel determinante dentro de la actividad del sector. Entre las principales acciones está el aumento progresivo de la oferta de productos de origen vegetal, lo que conlleva una reducción del impacto en el entorno, al mismo tiempo que

se siguen poniendo en valor las dietas equilibradas y los productos saludables y sostenibles. Como resultado, ingredientes como las legumbres ganarán peso fuente proteica, y también se aumentará la presencia de los frutos secos, las semillas y las verduras.

Sumado a la oferta gastronómica más sostenible, se adoptarán nuevos modelos de gestión verde. El sector demostrará su compromiso implementando fórmulas responsables más respetuosas con el medioambiente. Se incentivarán opciones que hagan un uso menos invasivo de todos los recursos naturales -sustituyendo los productos químicos por otros de gama eco-, reduzcan la huella de carbono en toda la cadena de valor -con partners de km0, flotas sostenibles y fuentes de energía renovable- y que minimicen el desperdicio alimenticio -en línea con las distintas acciones que se proponen en el marco europeo y que van encaminadas a hacer una mejor gestión de los pedidos y el stock o la donación de excedentes a bancos de alimentos, así como la venta de sobrantes aptos para el consumo-.

Ligado a tecnología y sostenibilidad, la innovación gastronómica será otra de las tónicas de este año. Primero, por el cambio de paradigma en torno a la evolución de las colectividades de un servicio de alimentación a una experiencia única. La actividad ya no se limitará a lo puramente culinario, sino que primarán cada vez más propuestas innovadoras que hagan que la comida trascienda a los alimentos para construir momentos inolvidables.

Un punto en el que también juega un papel trascendental reinventar los espacios de alimentación para incrementar la interacción física y emocional en torno a la mesa y generar así mayores lazos sociales y vínculos afectivos y, en el caso del comedor de empresa, fomentar el compañerismo y trabajo en equipo. Una forma de entender la actividad del sector que también comprende acompañar al cliente en hitos relevantes, organizar jornadas temáticas y celebrar fechas señaladas en las que la oferta gastronómica, el servicio y el comedor se transformarán para la ocasión. En definitiva, la conjunción de avances tecnológicos, sostenibilidad y renovación de la oferta gastronómica traerá consigo una mejora notable en las operaciones del sector español de las colectividades. Una industria que seguirá haciendo de la adaptación y la flexibilidad la base del servicio para ofrecer una experiencia de alimentación más cómoda y personalizada, basada en ingredientes de calidad y sostenibles y que responde eficientemente a las demandas y necesidades de un consumidor cada vez más cambiante.



**Marta Ruiz**

Marta Ruiz es directora de Calidad, PRL y Sostenibilidad de Mediterránea Group. En sus 15 años de experiencia dentro de la empresa, ha desempeñado funciones relacionadas con su actual puesto, como la Coordinación del Departamento de Calidad, Medio Ambiente y Seguridad Alimentaria. Además, ha sido pieza clave en las aperturas de servicios en nuevos centros de cliente, labores de gestión documental y el desarrollo de ofertas.



# LA ECONOMÍA CIRCULAR, UNA NECESIDAD PARA LA HOSTELERÍA

Por Francesc Escolà, Consejero Delegado de Ecospirits España

Ha pasado de ser una moda a una necesidad imperiosa. Las pruebas son más que evidentes y se traducen en realidades que vivimos y sufrimos cada vez más a menudo: crisis climáticas, sequías prolongadas, riadas asombrosas o temperaturas extraordinarias. Sí, es hora de que todas las industrias nos lo tomemos en serio y hagamos, y no solo hablemos, algo más por el planeta. La sostenibilidad se ha convertido en algo urgente para todos.

Y la economía circular tiene mucho que decir en todo esto. Es imprescindible que tomemos y hagamos tomar conciencia de la necesidad de que todos cambiemos nuestra forma de pensar y actuar. Necesitamos pasar de la economía lineal en la que hemos vivido hasta ahora, basada en la fabricación de productos que acaban convirtiéndose en residuos y se tiran a la basura, a una economía circular que mira hacia el futuro, en la que los productos sean duraderos, reutilizables, reparables y reciclables.

Toda esta introducción, que es válida para casi cualquier sector, también lo es, y con mayor motivo, en el caso de la hostelería. Sobre todo, si nos referimos a uno de sus grandes problemas: los residuos que se generan con los envases de vidrio. Y no es para menos, ya que los datos apuntan que el sector de la hostelería es la responsable de producir alrededor de la mitad de los residuos totales de envases de vidrio.

Según un estudio de Deloitte, en 2020, se produjeron alrededor de 689.000 millones de unidades de envases de vidrio de un solo uso, de las que 70.000 millones correspondieron a botellas de vino y de bebidas espirituosas. Todo ello trajo como consecuencia la generación de 39 millones de toneladas de CO<sub>2</sub>.

Llegados a este punto, ¿cuál es la solución? ¿Reciclar? Por poner algún ejemplo, cada año se recicla en el mundo tan solo el 32% del vidrio de los envases. Otro dato. El 75% de la energía necesaria para fabricar cada nueva botella de vidrio se utiliza para reciclarla. Parece que reciclar puede ayudar, pero no es la respuesta definitiva, ya que implica continuar con más de lo mismo: la economía lineal. Necesita, cuanto menos, ir de la mano con alguna solución más. El gran salto en cuanto a sostenibilidad en el mundo de la hostelería viene de la mano de la economía circular. Se trata de una revolución tecnológica que comenzó en 2019 en Singapur, ya está presente en 23 países y que acaba de llegar a España: ecoSPIRITS.

Esta tecnología de envasado circular permite transportar licores y vinos a gran escala a los mercados locales, donde se procesan en un envase de 4,5 litros reutilizable para su distribución en el canal Horeca. En cada región en la que se lanza dicho sistema, las bebidas espirituosas de circuito cerrado se procesan y distribuyen desde una planta, que ofrece un servicio de circuito cerrado para una zona geográfica concreta.

Las ventajas para bares, restaurantes y hoteles, sobre todo en un país como el nuestro, tan ligado al turismo, son claras, ya que se reduce en un 95% de los residuos diarios de vidrio y cartón producidos, a la vez que supone una disminución de entre el 30-50% del espacio de almacenamiento y que ayuda al hostelero en el proceso de transición ecológica.

A ello se suman las ventajas para el conjunto de la sociedad, ya que supone una reducción de entre el 60 y el 90% de la huella de carbono de los envases, la distribución y el consumo de bebidas espirituosas y vino. Y si hablamos en términos medioambientales, esta tecnología prevé convertir en España 10 millones de botellas de un solo uso en cinco años, lo que supondrá una reducción de 5,5 millones de kilogramos en la huella de carbono.

En definitiva, la economía circular en la hostelería sí es una solución a escala mundial para la crisis de los residuos de vidrio de un solo uso. Es el gran salto que el sector tanto necesitaba y sigue necesitando.

Y bien sea por la obligación de la Agenda 2030, por conciencia propia, por moda, por ahorro de costes o por el pensar en los gustos de sus clientes, cada vez son más los bares, restaurantes y hoteles que se suman a esta apuesta por la economía circular. Un mundo en el que se reducen los residuos de botellas de vino y licores de un solo uso es posible. El planeta, sin duda, lo agradecerá.



## Francesc Escolà

Francesc Escolà, Consejero Delegado del Ecosistema Escolà (grupo de varias compañías de distribución de vinos y destilados en España), es el responsable del aterrizaje de ecoSPIRITS en España. Con una trayectoria profesional que comenzó en 1993 en la compañía familiar Escolà y que ha estado ligada siempre al emprendimiento, a lo largo de estos más de 30 años de carrera ha ido desarrollando diferentes proyectos ligados a la distribución de vinos y bebidas espirituosas desde la perspectiva de la generación de valor para el sector y los profesionales que forman parte de él.

Licenciado en ADE por la European University de Barcelona, la sostenibilidad siempre ha sido un motor en la trayectoria profesional del consejero delegado de ecoSPIRITS España. Esta inquietud por la sostenibilidad también se refleja en su apuesta por invertir en diversos proyectos y firmas con un claro componente medioambiental.

# LA GASTRONOMÍA ESPAÑOLA: UN PILAR DE INNOVACIÓN Y RIQUEZA

Por Silvia Martínez, VP Customer Development de Coca-Cola Europacific Partners

La reciente entrega de las placas a los ‘Restaurantes Recomendados’ en la Guía Michelin 2024 a 783 establecimientos españoles no es un mero acto ceremonial. Es la conmemoración de la riqueza, la diversidad y la innovación que caracteriza a nuestra cocina y que la hace única en el mundo. Supone el reconocimiento de la excelencia y la versatilidad que define a la restauración española que, impulsada por su compromiso con la calidad, se ha convertido en verdadera dinamizadora de la economía y el turismo local, lo que fortalece el tejido social y empresarial de tantos municipios en los que está presente. En su conjunto, estos restaurantes son motores clave de la economía española.

La entrega de estas placas no solo permite destacar el trabajo y la dedicación de los hosteleros, sino que también sirve como un poderoso imán para atraer nuevos clientes, contribuyendo así al crecimiento sostenible de estos negocios. La Placa MICHELIN se erige como un símbolo de distinción, un faro que guía tanto a locales como a visitantes hacia experiencias culinarias memorables. Esta iniciativa, patrocinada por Royal Bliss, sirve, además, para que todos reflexionemos sobre el valor de nuestra gastronomía. España se enorgullece de contar con 783 establecimientos reconocidos con esta distinción, una cifra que subraya la riqueza, diversidad y variedad de una oferta gastronómica que sigue evolucionando y adaptándose a los nuevos tiempos sin perder sus raíces. La tradición y la modernidad conviven, dando lugar a una cocina que es, sin duda, referente a nivel mundial.

La gastronomía en España hace gala de estar abierta a las nuevas tendencias y experimenta con todos los formatos, tipos de cocina y técnicas para agradar a los diferentes tipos de cliente: el delivery, la alimentación sostenible, la

cocina tradicional reinventada o no, las técnicas artesanales, las brasas, la fusión con otras cocinas... son algunos ejemplos de cómo es capaz de satisfacer gustos diversos. No pasa desapercibida para nadie y eso es un patrimonio que no atesoran todos los países. Spain is different.

## COLABORACIÓN GUÍA MICHELIN Y ROYAL BLISS

La colaboración entre Royal Bliss y la Guía Michelin, materializada en el patrocinio de estas distinciones durante los últimos dos años, es un claro ejemplo de cómo la sinergia entre marcas puede potenciar la visibilidad y el reconocimiento de la alta gastronomía española. Royal Bliss, con su gama de productos innovadores y su apuesta por la calidad, refleja el espíritu de estos restaurantes que, día a día, buscan sorprender y deleitar a sus clientes.

La alianza de Royal Bliss con el sector hostelero subraya una visión compartida: la de ofrecer experiencias gastronómicas únicas que inviten a los consumidores a explorar nuevos horizontes. Este apoyo mutuo es fundamental para fomentar la innovación y adaptarse a los gustos cambiantes de los consumidores, características que Royal Bliss ha sabido encarnar a través de su variada oferta de mixers, ricos en matices.

En conclusión, la entrega de las placas de la Guía Michelin 2024 no es solo un hito en el calendario gastronómico español, es un momento para valorar la importancia de la cocina como arte y como pilar económico fundamental de nuestro país. Es una llamada a seguir innovando, a seguir soñando con nuevos sabores y experiencias, y a seguir compartiendo nuestra cultura culinaria con el resto del mundo. La gastronomía española está, sin duda, en un momento excepcional, y eventos como este no hacen más que confirmarlo.

### Silvia Martínez

Silvia Martínez es una experta en gestión comercial de grandes corporaciones tras haber desarrollado su carrera en distintas organizaciones del sector de bebidas. En la actualidad, es VP Commercial Development para España de Coca-Cola Europacific Partners (CCE), empresa en la que durante más de un lustro ha sido responsable de ventas, primero en el Área Este y luego a nivel nacional. Atesora una sólida trayectoria como artífice en el posicionamiento de marca en diferentes proyectos en el sector de bebidas.





REVISTA

# HOSTELERÍA.com

DESIGN, EQUIPMENT, FOOD SERVICE & BEVERAGE

¡NO PIERDAS  
ESTA  
OPORTUNIDAD!



## EDICIÓN ESPECIAL

# CADENAS HOTELERAS 2024

EVOLUCIÓN DE LAS PRINCIPALES CADENAS HOTELERAS QUE OPERAN EN ESPAÑA

[www.revistahosteleria.com](http://www.revistahosteleria.com)



Edición  
impresa  
y digital



Si quieres tener presencia  
en este especial, solicita  
más información  
[info@revistahosteleria.com](mailto:info@revistahosteleria.com)

SÍGUENOS EN



EXPERTOS EN TEXTILES Y COMPLEMENTOS  
PARA HOSTELERÍA

**¿Ya tienes preparado todo  
para la apertura?**

**35 AÑOS**  
DE EXPERIENCIA  
EN EL SECTOR HOSTELERO

[GRUPOTOLEDO.COM](http://GRUPOTOLEDO.COM)



# VICAL

*living spaces*

