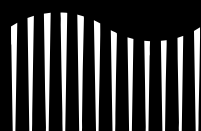


HORECA SAPIENS

RANKING TOP 100 BARRA DE IDEAS 15º ANIVERSARIO

Las 100 ideas más transformadoras en gestión de hostelería




Balcó
Gastronòmic


PORT OLÍMPIC
BARCELONA

mimcook®
PAELLAS DE ALTA PRECISIÓN

Colaboran



PREVINTEGRA
Servicios integrales en seguridad y salud laboral

 cookdata

Organizan

BARRA DE IDEAS

+CUOTA

mimcook

PAELLAS DE ALTA PRECISIÓN



Paellas siempre perfectas, cocine quien cocine

Crea un modelo de negocio automatizado de arroces y garantiza la rentabilidad y el éxito. Evita errores, reduce la dependencia de personal y consigue resultados previsibles, sin margen de error.

MIMCOOK

El paellero inteligente que automatiza al 100% la cocción

ROS FOOD SOLUTIONS

Preparados naturales para paella con sofrito, caldo y proteína listos para usar



Solicita una demostración de nuestros productos:

@mimcook.paella | mimcook.com | hola@mimcook.com

@rosfoodsolutions | rosfoodsolutions.com | hola@rosfoodsolutions.com

Powered by  **EFC**
Electronic fire control

Copyright © Mimcook

El Ranking Top 100 HORECA SAPIENS

Hace más de tres mil años que existe la gastronomía de la que hemos conocido épocas y desarrollos muy distintos en la historia: desde los Thermopolia de Grecia y Roma, los primeros bouillons franceses, los desarrollos de Escoffier y por supuesto la aparición de las cadenas de fast-food. Aunque parezcan realidades tan dispares todas tienen mucho en común, servir a las personas en una necesidad absolutamente primaria que es comer. Hoy en día ya es claramente una industria, aunque muy particular, de hecho, una de las industrias más grandes globalmente, que da empleo a decenas sino cientos de millones de personas.

Es una industria diferente por estar intrínsecamente ligada a las personas. Personas que dan de comer a personas. Tan cerca de las personas que se ha ocupado de recoger la enorme diversidad de nuestras distintas culturas con soluciones increíblemente auténticas en distintos lugares del mundo. Y nunca va a dejar de sorprender por su enorme fragmentación y por sus dispares evoluciones como industria. Pero la tecnología actual permite que cada vez más las distintas soluciones se integren, las distancias se reduzcan, las costumbres se compartan y tengamos acceso a distintas experiencias de todo el planeta, para personas muy distintas que comparten esta necesidad básica de comer y se emocionan al hacerlo.

Y como todas las industrias tenemos el reto de mejorar cada día y acumular conocimiento como activo principal para que cada nueva generación de personas que lleguen a esta industria tengan una base de desarrollo. Pero para esta industria tan nuestra, este no es un reto cualquiera. Porque tenemos que desarrollar conocimiento haciendo convivir ciencia y tecnología avanzando a gran velocidad con una actividad primaria que nos define como personas. Necesitamos encontrar esas fórmulas que nos permitan conservar la magia de aquella comida que despierta nuestra emoción y que ha formado parte de nuestro entorno familiar dando respuesta a los retos que nos exige un mundo moderno que precisa de una eficiencia que no es fácil de casar con nuestros sentimientos.



Pere Taberner

VP Sales & Marketing
EMEA en Welbilt
Presidente de Hostelco

Estos son nuestros Sapiens.

Las personas que día a día viven profundamente la gastronomía y con ilusión se inspiran para encontrar soluciones que hacen nuestra vida mejor, y nos dan mucho más que comida, nos transmiten emociones.

España, con más de 5 restaurantes por cada 1000 habitantes, y una concentración de cadenas por debajo del 20% es el indiscutible paraíso de los “foodies”, reconocido a nivel global. Consistentemente tiene 5 restaurantes entre la lista de los mejores del mundo. Pero por este mismo motivo es también es uno de los entornos más competitivos que existen. Es muy recomendable tener esto en cuenta y diseñar negocios que se distingan por su oferta, calidad, servicio, y no deje a los clientes indiferentes.

Defender esta posición privilegiada es fundamental, pero a largo plazo será imprescindible diseñar y mantener una industria que mantenga todo estos enormes activos e incorpore valores que hagan de nuestros restaurantes los más sanos, los más sostenibles, los más eficientes, y sobre todo los más humanos. Esto solo lo conseguiremos con más personas cada día que vivan los restaurantes de una forma especial, sin miedo, sin limitaciones y dispuestos a arriesgar a innovar y a crear.

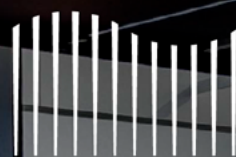
Por esto es no solo conveniente, si no absolutamente necesario, crear espacios donde el talento, las buenas prácticas, el riesgo y el conocimiento se reconozca, se comparta y se empuje. El Ranking Top 100 HORECA SAPIENS es un proyecto fundamental que llega con dos objetivos a destacar: El reconocimiento a todas las personas que han hecho de los restaurantes su proyecto personal y trabajan cada día para hacer de esta una industria mucho mejor y plasmar de forma documentada todo ese Know-How reconocible expresado en forma de los proyecto más relevantes.

Es no solo un placer, sino una oportunidad única para ayudar a las personas de esta industria, las de hoy y las de mañana, poder presidir el Jurado de esta edición, por lo que estoy inmensamente agradecido.

Pere Taberner

VP Sales & Marketing EMEA en Welbilt
Presidente de Hostelco





Balcó
Gastronòmic

UNA EXPERIENCIA PARA TODOS LOS SENTIDOS

EL DELMAR
HERMANOS TORRES

 **faborit**

NUARA

EL TRIBUT

SUPERLOCAL

K
KRESALA
— PASOS AL SOC —
OF. BARCELONA 19-20


las muns
TALLERES PAUL CAYARD

**CASA
CARMEN**
RESTAURANT DE ATILLOS

El Cangrejo  *Loco*
RESTAURANT


PORT OLÍMPIC
BARCELONA



Ajuntament de
Barcelona

BSM

Contenidos

Ranking Top 100 Horeca Sapiens | noviembre 2025

Las diez mejores ideas de:

- La idea del Año by Barra de Ideas (+)
- Concepto gastronómico (+)
- Eficiencia (+)
- Emprendimiento (+)
- Experiencia (+)
- Innovación (+)
- Marketing y comunicación (+)
- Soluciones digitales (+)
- Sostenibilidad (+)
- Restaurador del año (+)
- Talento (+)

BARRA DE IDEAS

Dirección de contenidos
Elena Carrascosa Vela

Dirección estratégica
Jon Fernández

Redacción
Raquel Santos

Grabación y edición
Pablo Marchello

Grafismo y diseño web
Pablo J. Peinado

Tu empresa merece más que una hoja de cálculo

Bienvenido a la **generación data-driven**
donde los datos te anticipan el futuro

**Integración 360°
de sistemas**

Vistas por rol operativo

Soluciones personalizadas

Servicios a medida de tu empresa

**Análisis predictivos
de datos**

Soluciones basadas en
IA y Machine Learning



Así es el jurado de HORECA Sapiens

Para elaborar el nuevo ranking HORECA SAPIENS 2025, Barra de Ideas valoró, en colaboración con los miembros del jurado de los Premios DUX —presidido por Pere Taberner, Vice-President Sales & Marketing EMEA en Welbilt Inc. Hostelco—, los siguientes criterios fundamentales:

- Novedad e innovación de la iniciativa (35%)
- Resultados en la organización (25%)
- Impacto en el sector horeca (25%)
- Divulgación e inspiración (15%).



Estos criterios permitieron identificar proyectos con un equilibrio real entre creatividad, resultados tangibles y capacidad de transformación dentro del sector hostelero. El jurado de HORECA SAPIENS 2025 está formado por profesionales que viven y sienten la hostelería: chefs, directivos, expertos en sostenibilidad, innovación, comunicación y gestión. Entre ellos, nombres como Pere Taberner (Vice-President Sales & Marketing EMEA en Welbilt Inc. Hostelco), que preside el jurado; Nino Redruello (La Ancha, FACYRE); Sergio Gil (Asociación Restaurantes Sostenibles); Boris Olivas (wine communicator & consultant); Alejandra Ansón (Ansón&Bonet); Leticia Palomo (KO by 99 Sushi Bar); Itziar Ortega (Madrid Food Innovation Hub); Pilar Hermida (Grupo DIA y LaGastrónoma.com); Carmen González (Sinestesia); Iván Frutos (The Burnout Project); Adriana Bonezzi (Marcas de Restauración); Ignacio González (Grupo Colibrí); Olga Cerezo (Port Olímpic de Barcelona, BSM) y Jon Fernández (Barra de Ideas).

Un jurado diverso y exigente que entiende la hostelería desde todos sus ángulos —la cocina, la gestión, la sostenibilidad, el marketing, el bienestar y la experiencia de cliente— para garantizar que las ideas seleccionadas no solo brillen por su creatividad, sino por su impacto real y transformador en el sector.

Miembros del jurado



Pere Taberner
VP Sales & Marketing
EMEA en Welbilt
Presidente de Hostelco
Presidente del jurado



Nino Redruello
Presidente de Facyre y
cocinero en La Ancha



Sergio Gil
Presidente Asociación
Restaurantes
Sostenibles



Boris Olivas
Wine Communicator
and Consultant



Carmen González
Consultora en Gestión
y Dirección de Sala



Ivan Frutos
CEO The Burnt
Chef Project



Adriana Bonezzi
Directora General
Marcas de restauración



Ignacio González
CEO Grupo Colibrí



Alejandra Ansón
CEO Ansón&Bonet



Leticia Palomo
Subdirectora de
Operaciones en el
restaurante KO by
99 Sushi Bar



Itziar Ortega
Responsable del hub de
la empresa adjudicataria
del contrato de Madrid
Food Innovation



Pilar Hermida
Chief Communications
& Sustainability
Officer Grupo Día y
fundadora de www.



Olga Cerezo
Directora del
Port Olímpic de
Barcelona (BSM)



Sergi Escolá
Chef y Propietario
de Mimcook



Jon Fernández
Director de estrategia
Barra de ideas
y consultor.



Flor Medeot
Redactora
Barra de ideas
Secretaría del jurado



Impulsamos a las personas
y a las organizaciones.

FORMACIONES | CONTENIDOS | EVENTOS

Estamos **aquí** para facilitar
el **bienestar** de tus **equipos**



mascuota.com

“CANAL **CEO**

Si empresa es
SALUDABLE

Menudas
EMPRESAS

mascuota.com

BARRA DE **IDEAS**

+ **DIVERSITY**

Abarike, la idea del año 2025: cuando la sostenibilidad se convierte en cultura gastronómica



abarike
GASTRONOMIA S.L.

En la primera edición del ranking Horeca Sapiens, Barra de Ideas ha reconocido a Abarike como Idea del Año 2025. Un proyecto nacido en Gijón que demuestra que la innovación, el talento y la sostenibilidad pueden convivir en perfecta armonía cuando la cocina se entiende como un acto de compromiso con el entorno y con las personas.

Detrás de Abarike está la chef Lara Roguez, una profesional que ha sabido transformar su cocina en una plataforma de cambio. Su proyecto no es un restaurante más: es un ecosistema donde la gestión del talento, la circularidad y la creatividad funcionan como ingredientes esenciales de un modelo que ya está inspirando a otros hosteleros en toda España.

BARRA DE IDEAS ha valorado especialmente su enfoque descentralizado, su capacidad para impulsar el medio rural y el protagonismo del talento femenino en puestos de liderazgo. Pero también su coherencia: en Abarike, los resultados respaldan el discurso. La retención de personal supera el 50% de la media sectorial, el 90% de los clientes se declaran “muy satisfechos” y el ahorro en recursos no sostenibles alcanza el 50%.

En un momento en que el sector hostelero busca respuestas ante la falta de talento y la presión por ser más sostenible, Abarike propone un camino distinto: poner a las personas en el centro. Su modelo de gestión horizontal rompe jerarquías, fomenta la corresponsabilidad y convierte la formación continua, la igualdad y el bienestar en pilares estratégicos. La chef asturiana impulsa además la colaboración interdisciplinar con expertos en trazabilidad y sostenibilidad, integrando en su equipo perfiles diversos y fomentando el aprendizaje cruzado entre sala, cocina y proveedores.

El impacto ambiental del proyecto es tangible. Abarike trabaja exclusivamente con productos de la zona FAO 27, con trazabilidad certificada por AENOR, y ha desarrollado una línea pionera de vajilla natural fabricada con caparzones y conchas marinas. Un gesto que va más allá de la estética: representa la esencia de su gastronomía regenerativa, que devuelve al mar más de lo que toma. Además, la reutilización de algas en coctelería circular y la colaboración con pescadores locales refuerzan una cadena de valor sostenible, rentable y replicable.

Abarike también destaca por su labor divulgativa: participa activamente en congresos gastronómicos, encuentros de sostenibilidad y foros universitarios, donde comparte su modelo de liderazgo y formación continua como motor del cambio en hostelería. Su colaboración con universidades y centros formativos contribuye a crear cantera, acercando a los futuros profesionales a una visión del sector más consciente, creativa y sostenible.

En paralelo, Lara Roguez ha sabido construir una comunicación honesta y cercana en redes sociales, donde muestra tanto el proceso como el propósito: la cocina, el equipo, el producto local y el impacto positivo de cada acción. Su forma de comunicar —auténtica, inspiradora y educativa— convierte a Abarike en una marca con alma, capaz de conectar con profesionales, clientes y jóvenes talentos.

Para Barra de Ideas, el proyecto de Roguez encarna la visión que guía Horeca Sapiens: una hostelería que no solo innova en el plato, sino en la manera de entender el liderazgo, el talento y la relación con el entorno. Su capacidad para integrar concepto, formación, comunicación diferencial y experiencia sensorial convierte a Abarike en un ejemplo vivo de cómo la sostenibilidad puede ser motor de competitividad.

Abarike no es una idea pasajera: es una hoja de ruta hacia el futuro de la restauración. Desde su cocina del Cantábrico, Lara Roguez está demostrando que la excelencia nace de cuidar lo que nos rodea. Y por eso, este 2025, su nombre se escribe en mayúsculas como la idea más inspiradora del año.

Ganador – Concepto Gastronómico –



Bagá

Pedro Sánchez, fundador



Pedro Sánchez,
fundador de Bagá

Con una Estrella Michelin y tres Soles Repsol, Bagá consolida un concepto gastronómico propio que reivindica el valor de la identidad local, la sencillez y la autenticidad.

En un espacio íntimo en pleno centro de Jaén, su chef y propietario, Pedro Sánchez, ha construido una propuesta donde el producto local es el eje central, situando la ciudad en el mapa gastronómico nacional e internacional con humildad y propósito.

Bagá nace así para reivindicar el valor de un modelo empresarial que se desenvuelve en un espacio reducido e íntimo y que se asienta en la construcción de una propuesta basada en el lema “Sentir Jaén”, donde la cocina combina técnica depurada y pocos ingredientes, priorizando el sabor, el origen y la coherencia.

Bagá representa, por ello, una visión contracorriente: crecer no es ampliar, sino profundizar en la esencia. Demuestra que la coherencia

y el propósito pueden ser tan rentables como la expansión, y constituye un modelo inspirador para la hostelería independiente en base a foco, identidad y sostenibilidad. No en vano, la propuesta ha sido merecedora del 4º OAD Top 100 Europa 2025.

Una joya culinaria e íntima

Esta “joya culinaria, que se ha convertido en un punto de peregrinación obligado, junto a la basílica de San Ildefonso, para los gastrónomos más avezados”, tal y como reza la Guía Michelin, hace gala de productos autóctonos de temporada que pueden degustarse a través de un menú creativo y que mimra las materias primas empleadas en extremo.

Pedro Sánchez y su equipo, convertidos en una referencia absoluta del panorama gastronómico andaluz, ofrecen así una experiencia gastronómica sencilla pero intensa en sabores y texturas que cambia de manera frecuente, al compás de las estaciones y los ciclos naturales, ofreciendo una experiencia única y diferente cada vez.

Por eso, Bagá no es un restaurante convencional, tampoco lo es por el aforo máximo que contabiliza, de tan solo 15 comensales; ni por su bodega, con los mejores vinos de España y Europa. Es una referencia gastronómica en Andalucía, capaz de conquistar grandes objetivos con una cocina que destila orgullo y que recibe reconocimiento gracias a una cocina que, con muy poco, logra mucho.



Finalistas – Concepto Gastronómico –

La Mesedora

LA MESEDORA

De tradición valenciana a un modelo con pasión y visión

► La Mesedora ha convertido el esmorzar valencià en una experiencia gastronómica con alma y gestión. De la mano de Sergio, Jaume y Gerardo Santamaría, este “templo del esmorzar” premiado con el Cacao d’Or, el Mejor Cremaet Creativo y finalista al Mejor Bocata de España, eleva el bocata, las olivas y el cremaet con producto local, técnica y narrativa de marca. Tras superar la DANA que destruyó su local original, renació con más fuerza, uniendo tradición, branding y visión estratégica sin perder la autenticidad.

Lera

LERÁ

La cocina de caza como patrimonio de la España rural

► Con una Estrella Michelin e impulsado por Luis Alberto Lera, este proyecto, especializado en cocina cinegética, producto local y recetas tradicionales, ha logrado reinterpretar la memoria gustativa de Tierra de Campos, manteniendo viva una cultura culinaria en riesgo de desaparecer. Arraigado en una de las zonas más despobladas de España, actúa como motor de desarrollo rural, trascendiendo del plato al territorio y a la cultura como pilares de un modelo de futuro.

Santoku

SAN-TOKU

Un modelo omakase cercano, accesible y profundamente humano

► Santoku revoluciona la experiencia gastronómica gracias a la iniciativa de Gabriel Suárez, sociólogo autodidacta y exrepartidor, y a un equipo joven y comprometido. Ofrece un menú omakase variable de 6 o 13 pases, servido en una única mesa para 8 a 13 comensales. Toda una experiencia inmersiva donde el chef cocina, narra y conecta directamente con cada cliente: el diálogo sustituye al espectáculo en una hostelería independiente, creativa y consciente.

Finalistas – Concepto Gastronómico –

Grupo Tándem

Gestión empresarial avanzada y modelo de escalabilidad no clónica

► Candidato a los Premios Nacionales de Hostelería 2022 y finalista en el Concurso Nacional de Pinchos 2025, Tándem demuestra que la hostelería independiente puede escalar y profesionalizarse sin perder alma ni coherencia gastronómica. Impulsado por Enrique “Kike” Júlvez y Carlos Vallejo, este ecosistema, formado por seis restaurantes en Zaragoza, ofrece experiencias completas gracias a una gestión empresarial avanzada y a un modelo de escalabilidad no clónica.



Don Giovanni

Cocina italiana auténtica

► Basada en el respeto a la producto, la tradición y la emoción del oficio, la cocina de Don Giovanni, impulsada por Andrea Tumbarello y su equipo, ha obtenido una Estrella Michelin y dos Soles Repsol gracias a un concepto centrado en ingredientes de denominación de origen italiana y elaboraciones artesanales, y una hospitalidad familiar, cercana y auténtica. De hecho, este proyecto ha dignificado la cocina italiana en España, llevándola a la alta gastronomía.



Grupo Nola

La creatividad no es un adorno, sino el motor de un modelo

► El Grupo Nola, fundado por Álex Viñal, se articula como un universo gastronómico con identidad propia. Compuesto por tres conceptos: Nola Gras (cocina de autor creativa), Nola Smoke (burgers de autor cocinadas en kamado) y Mak Dürüm (reinterpretación del kebab desde la alta cocina), su propuesta transforma productos humildes en experiencias sensoriales completas, donde cada detalle —desde la música hasta la presentación del plato— está diseñado para emocionar.



Finalistas – Concepto Gastronómico –

Nuara

NUARA

**Una visión moderna del Mediterráneo,
equilibrando tradición y vanguardia**

► Nuara actualiza la cocina mediterránea desde el producto y la técnica, ofreciendo una experiencia moderna, coherente y accesible. Impulsado por la Familia Nuri, combina producto local y de temporada con una ejecución contemporánea y cuidada. Son platos emblemáticos el caldoso de bogavante, la paella de gamba roja o el mar y montaña con calamar a la brasa y panceta ibérica.

Mena, La Finca Gran Café

M&NA

Experiencias completas que van más allá de la comida

► Mena, La Finca Gran Café fusiona gastronomía, cafetería y cultura en un mismo espacio, ofreciendo. Impulsada por Pedro López Mena, integra alta cocina, café de especialidad y programación cultural en un entorno elegante, luminoso y acogedor. Promueve además charlas, exposiciones y música en vivo como parte natural de su propuesta gastronómica, combinando calidad, estética y comunidad en un espacio vivo, donde gastronomía y cultura se retroalimentan.

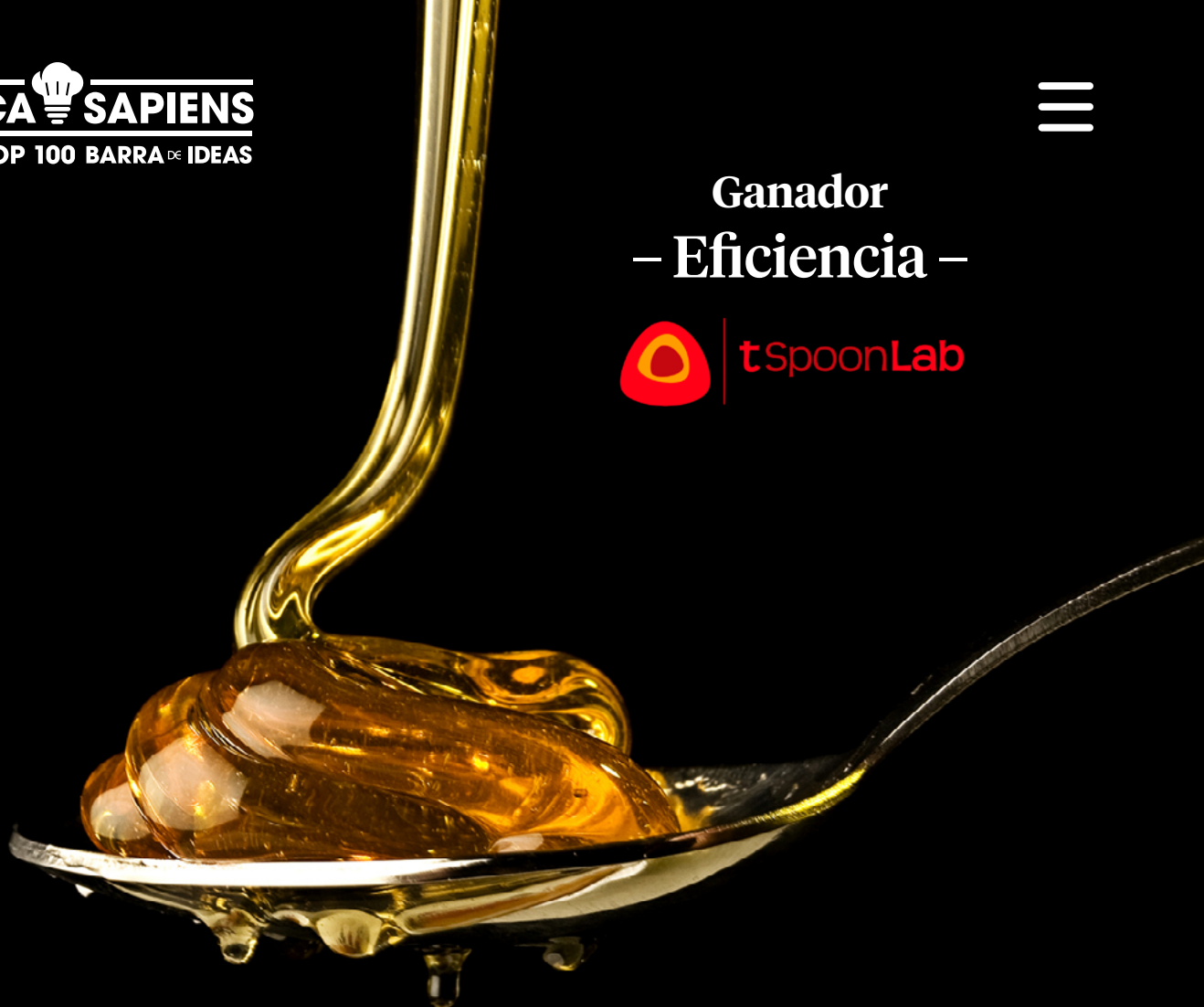
Brunch It

BRUNCH IT EST. 2015

**Un punto de encuentro cosmopolita, de
comunidad y de pertenencia**

► Brunch It convierte el brunch en una experiencia gastronómica completa y sostenible, que fusiona cocina saludable, diseño y estilo de vida urbano. Impulsado por el equipo fundador en Málaga, actualmente con presencia en Marbella y Madrid, reinterpreta el formato brunch como concepto gastronómico estable, no como moda pasajera. Ofrece una carta basada en producto fresco, elaboraciones sencillas y café de especialidad.

Ganador
– Eficiencia –



tSpoon Lab

Rafel Tuges, CEO



Rafel Tuges,
tSpoon Lab

Impulsado por Rafel Tuges, tSpoon Lab ofrece una solución práctica y accesible para mejorar la eficiencia operativa en restauración. Su propuesta se basa en herramientas que permiten desarrollar fichas técnicas, calcular costes y gestionar compras de forma clara y eficaz. A diferencia de otros softwares complejos, tSpoon Lab traduce metodologías de gestión a un lenguaje operativo comprensible para cocineros, gestores y personal de sala, democratizando el acceso a la gestión profesional.

La solución tSpoonLab está diseñada específicamente para el sector de la hostelería y restauración (restaurantes, hoteles, catering, etc.), y ofrece un conjunto integral de herramientas para gestionar la operación gastronómica, controlar costes y tomar decisiones basadas en datos.

Pero el cambio que propicia no es sólo tecnológico: la implantación exige acompañamiento, revisión de procesos y adopción por parte del equipo. Así, la formación y el cambio cultural son clave, sin ello, la herramienta no alcanzaría el éxito para el que ha sido diseñada. Por eso, la solución se adapta a la realidad del negocio, con el fin de maximizar el retorno.

Así, Tspoon Lab facilita la estandarización de procesos (recetas, escandallos, producción, etc.) y la digitalización en el sector de la hostelería, pero también los procesos de formación y acompañamiento para propiciar esa transformación necesaria a través de la tSpoonAcademy para clientes, y la asignación de un asesor personal para la fase de implementación.

Soluciones frente a los puntos débiles del sector

La iniciativa responde a una debilidad estructural del sector: la falta de control sobre procesos y costes. En un entorno donde los márgenes son cada vez más ajustados, muchos negocios carecen de herramientas eficaces para tomar decisiones basadas en datos reales. Tspoon Lab atiende esta necesidad con una solución escalable, útil tanto para pequeños proyectos familiares como para grandes grupos de restauración.

El objetivo es mejorar la rentabilidad, sostenibilidad y capacidad de decisión de los negocios hosteleros sin sacrificar calidad.

La herramienta ha sido implementada con éxito en grupos de restauración de gran tamaño, lo que demuestra su aplicabilidad y escalabilidad. Su diseño operativo facilita la integración en equipos diversos, convirtiéndose en un aliado más que en una carga.

Tspoon Lab transforma la gestión operativa al ofrecer transparencia, control y eficiencia en un formato accesible. Su enfoque pragmático permite a los negocios ser más sólidos y preparados para el futuro.



Finalistas – Eficiencia –

Areas

Efectividad donde el tiempo es limitado y la rotación de clientes, constante

► La propuesta de valor de Areas, liderada por Mathieu Herrero, adapta la restauración a entornos de alta exigencia como son los aeropuertos. Su modelo combina planificación avanzada, control de inventarios y organización de equipos donde la gestión tradicional no es suficiente para garantizar rapidez, calidad y rentabilidad. El objetivo: reducir tiempos de espera, mejorar el uso de recursos y aumentar la productividad gracias al análisis de datos a la operativa diaria.



Makeat

Redefinir la eficiencia no como rapidez, sino como modo de trabajar en cocina

► Fundado en Barcelona por Juan Manuel Umbert y Adrià Colominas, Makeat es un centro de innovación gastronómica que integra creatividad, ciencia, tecnología y diseño para transformar la operativa Horeca. Su metodología Food Thinking permite desarrollar productos, herramientas y experiencias que optimizan procesos, reducen desperdicios y elevan la rentabilidad.

makeat

Winterhalter Ibérica

Lavado más rápido, eficiente y respetuoso con el medio ambiente

► Empresa líder en tecnología de lavado industrial para hostelería, ha desarrollado sistemas de lavado inteligentes que integran eficiencia energética, sostenibilidad y digitalización. Ofrece, de hecho, soluciones que optimizan el uso de agua, energía y productos químicos, reduciendo costes operativos y mejorando la rentabilidad de los negocios Horeca. La iniciativa responde a una necesidad crítica: mejorar la limpieza sin comprometer la calidad ni la sostenibilidad.



Finalistas – Eficiencia –

La Mafia se sienta a la mesa

Digitalización total de la gestión y un equipo de más de 1500 personas

► Lo que comenzó como una trattoria en Zaragoza se ha convertido, bajo el liderazgo de Javier Floristán, en uno de los grupos más rentables de España. La clave: convertir la restauración italiana en un sistema replicable, donde cada restaurante funciona como una unidad de producción perfectamente engranada. Desde el diseño interior hasta el flujo de cocina y servicio, todo responde a un manual operativo único, garantizando una experiencia homogénea y rentable.



Nomo Moto

Eficiencia y excelencia culinaria en un servicio delivery

► Liderado por Borja Molina Martell, Nomo Moto no es un servicio de delivery convencional, sino que ha desarrollado un modelo propio que combina agilidad, sostenibilidad y cuidado extremo del producto. Su propuesta de valor reside en mantener la esencia de la cocina japonesa de calidad en el formato de entrega a domicilio, optimizando recursos y logística sin comprometer la experiencia gastronómica. Es decir: ofrece delivery de alta calidad sin perder eficiencia operativa.



Mindchef

IA generativa y automatización inteligente para recetas, precios y costes

► Herramienta digital diseñada para restaurantes, caterings y escuelas de hostelería, Mindchef simplifica la gestión y estandarización de recetas, así como el cálculo de escandallos y costes de materias primas. El fin es optimizar los procesos diarios en restauración, integrando en una sola herramienta esas tres funciones clave. A diferencia de otras soluciones, MindChef no requiere conocimientos contables ni técnicos: su enfoque está pensado para el entorno real de cocina.



Finalistas – Eficiencia –

Gastrolean

La democratización del acceso a la mejora continua

► Gastrolean surge para resolver una carencia estructural en la hostelería: la falta de herramientas digitales para diagnosticar, medir y mejorar la eficiencia operativa frente a procesos manuales ajenos a datos objetivos y sistemas de mejora continua. Esta solución evalúa más de 400 indicadores clave, generando diagnósticos automáticos personalizados y planes de acción que han demostrado una reducción de costes operativos de entre un 15 y 20%.



IRINOX

Mayor control de los procesos de conservación y producción

► IRINOX se posiciona como referente en eficiencia operativa gracias a sus abatidores de temperatura diseñados para pastelería, restauración y panadería. Su propuesta de valor combina eficiencia energética, durabilidad y uso de gas ecológico R290. La iniciativa trata de reducir el consumo energético, mejorar la planificación y garantizar la seguridad alimentaria en un entorno donde los costes energéticos y la gestión del tiempo impactan directamente en la rentabilidad.



FCSI Iberia

Conocimiento, experiencia y asesoramiento especializado

► FCSI Iberia nace con el objetivo de profesionalizar y fortalecer el sector de la restauración en la península ibérica. Agrupa a expertos que aportan una visión integral e independiente sobre todos los aspectos que intervienen en la operación y gestión de negocios de hostelería, un enfoque que permite a estos tomar decisiones informadas y estratégicas, basadas en criterios sólidos y adaptados a sus necesidades concretas.



Ganador
– Emprendimiento –



Veneno Concept

Alejandra Mérit, CEO



Alejandra Mérit, CEO
Veneno Concept

Veneno House es un multiespacio gastro-cultural donde se dan cita cocina, eventos, música, talleres y mercado, y donde la participación de la comunidad online resulta decisiva.

Su carta, diseñada por Sergio Llinares, reinterpreta platos españoles con toques internacionales.

Así, no es solo otro restaurante, es la prueba de cómo una nueva generación, con las redes sociales en la sangre, puede dar una vuelta de tuerca a esta herramienta y usarlas con inteligencia para crear algo distinto. Su comunidad, más de 100.000 seguidores, participa activamente en la evolución del concepto.

Alejandra Mérit lidera con honestidad y flexibilidad este nuevo proyecto, adaptándolo con resiliencia, es decir, en función de lo que demanda la sociedad. De hecho, cuenta con una carta volátil: los platos van a cambiar con frecuencia según lo que funcione. Esa flexibilidad

permite mantener fresca y apuntalar ese mix entre gastronomía y eventos culturales, que configura múltiples fuentes de ingreso más allá del simple plato.

Cuando lo digital y físico se retroalimentan

A sus 29 años, Mérit dejó atrás su puesto de marketing para crear algo con alma: comida, cultura, comunidad y mucha autenticidad en una nave de estilo brutalista de unos 400-405 m² en Valencia. El nombre de su propuesta no es casualidad, Alejandra quería “despertar el veneno de toda una generación”, y lo hizo sin manual ni guión. Construyó Veneno casi en directo: contando cada paso en redes, escuchando a su comunidad, probando y corrigiendo sobre la marcha. Una de sus jugadas maestras fue una colecta en Instagram que reunió 300.000 € en apenas treinta días, dinero que destinó a reformar la nave, limpiar, pagar arquitectos y permisos. A eso se sumaron acuerdos de empresas cerveceras, distribuidoras de vino y marcas de refrescos, mundialmente conocidas, que pocos promotores pueden conseguir sin avales, históricos o grandes respaldos.

Asomarse a Veneno House, en el barrio de Ruzafa, es hacerlo a una experiencia distinta y a una atmósfera de “movimiento” que llama a la creatividad.

De hecho, su comunidad se convirtió en auténticos fans porque participaban del “por qué” del proyecto, no sólo del “qué”. Esto genera implicación emocional que, unido a ese espacio de vida vibrante (gracias a talleres, arte en directo, sesiones de DJ, brunch, etc.), generan un ambiente que invita a quedarse y una narrativa que comulga con toda una generación, y que ayuda a diferenciarse en un mercado competitivo.

VENENO

Finalistas – Emprendimiento –

Cañitas Maite

Cocina de proximidad y talento joven en zonas rurales

► Cañitas Maite ha roto esquemas desde un pequeño pueblo de Albacete: ha creado una marca con proyección global y ha demostrado que la alta gastronomía no está limitada a grandes ciudades. Este proyecto atiende la necesidad de crear propuestas culinarias innovadoras desde el territorio, con identidad propia y respeto al producto local. Su objetivo: impulsar un modelo gastronómico contemporáneo, basado en la investigación culinaria, la creatividad y el respeto por la tradición.



Balbisiana

La pastelería artesanal como fenómeno nacional

► Esta firma de repostería premium, creada en 2017 por Paula Babiano, ha revolucionado el mercado con un modelo de negocio innovador: tartas y dulces artesanos de máxima calidad, elaborados sin conservantes, que se venden directamente online y llegan al consumidor en menos de 48 horas. Con una estética muy cuidada y un concepto claro de “lujo accesible”, Balbisiana ha logrado acercar la alta pastelería a los hogares de toda España.

BALBISIANA

Mamá Heladera

El consumo de helado como una experiencia emocional y sensorial

► Mamá Heladera atiende la necesidad de crear vínculos significativos entre producto, memoria y comunidad en un sector tradicional que demanda innovación con propósito. El objetivo: transformar la heladería en un espacio de co-creación emocional, donde cada helado nace de un recuerdo compartido por el público. A través de la neurogastronomía, se busca que el sabor evoque historias personales, generando fidelización, conversación orgánica y una marca con alma.



Finalistas – Emprendimiento –

Myka Greek Yogurt

Una alternativa natural en un mercado saturado de opciones industrializadas

► Myka Greek Yogurt nace de la convicción de que un producto tradicional y universal como el yogur griego puede reinventarse como protagonista de una experiencia gastronómica contemporánea. Natalia Morales y Javier Ezquerro han transformado un alimento cotidiano en el eje de un concepto de restauración diferencial, que revaloriza un producto cotidiano como el yogur griego, una experiencia gastronómica saludable, artesanal y contemporánea.



Origen Carcaixent

Raíces, memoria y una forma de entender la gastronomía ligada a la tierra

► Origen nace en Carcaixent con una visión clara: reivindicar la cocina de cercanía y el territorio de la Ribera Alta desde un restaurante joven, honesto y valiente. Pretende así demostrar que en un municipio como Carcaixent también se puede hacer excelencia con identidad propia. Su equipo, altamente comprometido, adopta este modelo desde la coherencia y el trabajo diario, la sala se convierte en parte fundamental de la experiencia, con un trato cercano y auténtico.



Sucre Cremat

La crema catalana como eje de un modelo de negocio escalable

► Sucre Cremat es una apuesta valiente por convertir la crema catalana en un modelo de negocio especializado, escalable y con identidad propia. En un mercado saturado de conceptos genéricos, Sucre Cremat apuesta por la especialización como vía para destacar y conectar con nuevas generaciones. Desde el estudio de mercado hasta el diseño de packaging, Sucre Cremat busca posicionarse como referente en la reinterpretación de lo clásico.



Finalistas – Emprendimiento –

La Caníbal

Democratizar el producto artesano

► De carácter gallego pero abierto a la experimentación, La Caníbal es uno de los bares de vino que más ha despuntado en Madrid en el panorama post-pandémico, por su ambiente, su oferta de vinos de poca intervención para todos los bolsillos, sus cervezas artesanas y sus quesos con nombre y apellidos. En la capital, ha sido pionero en implementar el concepto de vino artesano en grifo en un ambiente lúdico y cercano.



Brobot5

Convivir y colaborar con los robots

► En un contexto de escasez de personal y alta rotación, este modelo permite mantener la calidad del servicio sin depender exclusivamente del factor humano. Su objetivo es optimizar la gestión del restaurante mediante inteligencia artificial y robótica, automatizando tareas como la toma de pedidos, el servicio en mesa y el cobro. Esto libera al equipo humano para centrarse en la atención personalizada, aumentando la satisfacción del cliente y la rentabilidad del negocio.



Sabolé

Un sueño convertido en método.

► En plena pandemia, dos venezolanos afincados en Alicante, William Dugarte y María Alejandra Cedeño, decidieron emprender en restauración sin experiencia previa. Apostaron por compartir en abierto su proceso de creación, generando confianza y comunidad antes de abrir sus puertas, y transformándolo en un caso ejemplar de aprendizaje, disciplina y visión empresarial. Ahora, Sabolé es una marca gastronómica con identidad propia, inspirada en la cocina venezolana.



Ganador
— Experiencia —

DESDE 1911



DESDE 1911

Abel Valverde, Ceo



Abel Valverde, CEO

Desde 1911 nació con la vocación de redefinir la experiencia gastronómica desde la autenticidad y la excelencia en un momento en que la alta cocina parecía centrarse en el espectáculo más que en el cliente. Abel Valverde recupera el protagonismo del servicio de sala, atendiendo la necesidad de una experiencia integral que no termina en el plato, sino que lo envuelve y lo eleva. El objetivo: crear una experiencia coherente, completa y centrada en el cliente, donde cada elemento —producto, espacio, ritmo, atención— esté al servicio del disfrute.

Desde el menú, con platos fijos y selección de entrantes, hasta la atmósfera del restaurante, todo está diseñado para que la experiencia fluya con naturalidad y elegancia, sin artificios innecesarios.

Desde 1911 es innovador porque rompe con la espectacularización de la alta cocina y propone una experiencia basada en la armonía entre cocina y sala.

Una experiencia a la que se suma una oferta de pescado y marisco de la máxima calidad, procedente directamente de las lonjas gallegas, donde los comensales perciben frescura, pureza de sabor y un respeto absoluto por el origen del producto.

Además, la propuesta gastronómica es deliberadamente sencilla en ejecución pero precisa en técnica. Se cocina “lo justo” para realzar el producto, sin distracciones ni artificios. Ese purismo genera una experiencia culinaria auténtica y memorable. Las personas sienten que participan de una experiencia con identidad, no de un restaurante más.

Una apuesta por la autenticidad y el servicio

El liderazgo de Abel Valverde se traduce en una coreografía invisible pero precisa en sala, donde cada miembro del equipo entiende su papel como parte de una obra compartida. La experiencia se vive como un ballet: todo está medido, pero se percibe espontáneo. Esta visión ha devuelto valor al oficio de sala y ha influido en la formación de profesionales que entienden el servicio como arte.

Tanto es así que, en términos de talento, el personal no sólo “sirve mesas”, sino que representa una marca de excelencia que exige formación, cultura de servicio premium, coordinación muy fina por ejemplo entre pesca/distribución/producto/venta... Además, la carta cambiante exige flexibilidad, adaptación, creatividad del equipo: no es un menú “fijo y repetitivo”, lo que constituye un elemento motivador para perfiles con orientación al aprendizaje.

Y es esa experiencia de cliente conectada al equipo la gran diferenciación de Desde 1911, que está no solo en el producto sino en la experiencia global: el equipo es embajador clave de la marca. Involucrar al personal en la narrativa, en la historia del negocio, en la visión..., ha fortalecido, de hecho, la fidelidad del equipo y ha consagrado la calidad del servicio.

La propuesta de Abel Valverde ha marcado así tendencia al reivindicar el papel del servicio como parte esencial de la experiencia gastronómica. Su enfoque demuestra que la verdadera innovación está en la coherencia, en el respeto al cliente y en la capacidad de emocionar sin artificios.

DESDE 1911

Finalistas – Experiencia –

Tradición by Ramón Freixa

Un homenaje a la cocina española tradicional

► En un momento en que la alta gastronomía tiende a la sofisticación y la fusión, este restaurante responde a la necesidad de volver al origen, a la autenticidad del producto y a los sabores que forman parte de la memoria colectiva. Ramón Freixa propone un espacio donde la tradición no se replica, sino que se celebra, devolviendo al cliente la sensación de comer en familia, de compartir y de disfrutar de lo esencial.

RAMÓN FREIXA
TRADICIÓN

Angelita

Una experiencia gastronómica completa y coherente

► Angelita combina cocina honesta, cultura del vino y coctelería de autor en un solo espacio. Propone una vivencia integrada que conecta con el cliente desde el producto, el entorno y el trato. Una experiencia sensorial y emocional, basada en la calidad, la cercanía y la excelencia gracias a su cocina —con ingredientes de su propio huerto en Zamora— a una coctelería sostenible y una bodega con más de 800 referencias.

Angelita
MADRID

Azotea Grupo

Vivencias memorables que fidelizan

► Azotea Grupo transforma cada visita a un restaurante en una experiencia completa, que combina gastronomía, diseño, ambiente y servicio. En un sector donde la diferenciación es clave, su propuesta genera vivencias memorables que fidelizan al cliente y posicionan la marca como referente de excelencia. Bajo el liderazgo de José Manuel García, Azotea Grupo ha consolidado un modelo donde cada detalle está pensado para sorprender y conectar.

AZOTEA
GRUPO

Finalistas – Experiencia –

Time Out Market Barcelona

Alta cocina como vivencia compartida

► Un espacio gastronómico que combina calidad, diversidad y cultura en un entorno accesible y experiencial. En una ciudad con gran oferta turística y local, el proyecto ofrece una alternativa que democratiza la alta cocina y la convierte en una vivencia compartida, abierta y dinámica. El objetivo: transformar la forma de vivir la gastronomía en Barcelona, integrando restauración, ocio y cultura en un solo espacio ubicado en la terraza del Maremagnum.



Saddle & Israel Ramírez

La hospitalidad como valor

► Esta es una apuesta por revalorizar el servicio de sala como parte esencial de la experiencia gastronómica, en un contexto donde la cocina ha acaparado el protagonismo. Su enfoque demuestra que la hospitalidad no es un complemento, sino un arte que debe cultivarse. En Saddle, restaurante con estrella Michelin en Madrid, Israel Ramírez ha consolidado un modelo de sala multidisciplinar que combina técnica, emoción y precisión.



UDON

Rapidez y autonomía con un toque humano

► UDON ofrece una experiencia gastronómica ágil, auténtica y personalizada, adaptada a los hábitos de consumo actuales. En un entorno donde la rapidez y la autonomía son clave, especialmente en franjas de alta demanda, la marca ha desarrollado un sistema de autopedido que optimiza tiempos y mejora la gestión operativa sin perder el valor humano del servicio. El objetivo: mejorar la experiencia del cliente combinando tecnología, hospitalidad y sostenibilidad.



Finalistas – Experiencia –

Saiti

Reinterpretación de la tradición y excelencia en el servicio

► Saiti nace para reivindicar la tradición gastronómica valenciana desde una mirada contemporánea, en un contexto donde la experiencia en sala suele quedar eclipsada por la cocina. Vicente Patiño propone una vivencia integral que va más allá del plato, devolviendo protagonismo al servicio y a la armonía entre cocina, sala y bodega. Una experiencia gastronómica que no busca seguir modas, sino la reinterpretación sensible de la tradición, la honestidad y la excelencia en el servicio.



El del mar

Cada visita, un viaje sensorial

► El del Mar redefine la cocina casual, llevándola a un nivel de excelencia inspirado en la alta gastronomía, pero manteniendo su carácter accesible y cercano. Ante una experiencia gastronómica que tiende a fragmentarse, El del Mar ofrece una vivencia completa, coherente y memorable, que sitúa al cliente en el centro y que combina creatividad culinaria, respeto por el producto, excelencia técnica y una bodega excepcional.



Grupo Puro Beach

Un modelo de restauración aspiracional

► Espacios de restauración que integran bienestar, ocio y gastronomía en un entorno natural, ofreciendo una experiencia completa y aspiracional. Esa es la apuesta de Grupo Puro Beach, que trata de consolidar el concepto propio de “beach club experiencial”, donde gastronomía mediterránea, música, diseño sensorial y eventos de marca se combinan para generar una experiencia global bajo el liderazgo de Beltrán Álvarez de Estrada y Andrés Zahínos.

Purobeach



Ganador
– Innovación –

Dragon Experience Factory

Diego Cabrera, Socio Fundador



DIEGO CABRERA,
SOCIO FUNDADOR

Dragon Experience Factory surge para resolver una limitación habitual en el sector: la dificultad de ofrecer coctelería de autor en espacios sin infraestructura especializada, personal formado o recursos suficientes. Esta necesidad afecta a hoteles, restaurantes, eventos y locales de ocio que desean elevar su oferta sin comprometer calidad ni consistencia.

Su enfoque combina creatividad, eficiencia y visión estratégica, permitiendo a cualquier modelo de negocio hostelero incorporar valor añadido sin depender de talento especializado. Dragon Experience Factory redefine así los estándares del sector, ampliando horizontes y elevando la experiencia del cliente desde la innovación en procesos.

La democratización de la coctelería

El proyecto, liderado por Diego Cabrera, busca democratizar la coctelería de autor mediante el desarrollo de batch cocktails que mantienen la complejidad organoléptica y el sello creativo del bartender, permitiendo su servicio en cualquier contexto con estándares profesionales. Además, se complementa con iniciativas como la producción de hielo de alta calidad, cuidando cada detalle de la experiencia.

Y es que, la calidad del hielo en coctelería es un factor diferenciador: en bloques, en esferas grandes, transparentes, de dilución lenta..., cada pieza de hielo contribuye a elevar la experiencia del cóctel. De hecho, las barras premium cada vez comunican con mayor ahínco que el hielo es parte del “ingrediente invisible” del trago. Por otro lado, en coctelería, el hielo aporta una “narrativa líquida” más emocional.

En el contexto del espacio de I+D Guru Lab, Cabrera ha trabajado técnicas de hielo, producción, experimentación, etc, para dar lugar a esta nueva forma de entender la coctelería. El hecho de que se trate de un “centro de producción” y “laboratorio” implica cultura de innovación, experimentación, formación continua.

Gracias a su sistema estandarizado, Dragon Experience Factory permite que cualquier miembro del equipo, incluso sin formación específica en coctelería, pueda servir cócteles de alta gama con precisión y consistencia. Esto facilita la adopción en negocios con alta rotación de personal o sin estructura de barra, integrando la coctelería como parte natural de la operativa. La propuesta transforma el acceso a la coctelería de autor, convirtiéndola en una experiencia replicable y escalable.



Finalistas – Innovación –

Alma Nomad Bakery

Revalorizar lo artesanal en el ámbito de la restauración

► Este proyecto demuestra que la panadería tradicional puede ser sinónimo de excelencia, creatividad e innovación. En un contexto donde lo cotidiano tiende a estandarizarse, esta iniciativa transforma productos básicos como el pan y la bollería en experiencias gastronómicas excepcionales. Su propósito es elevar la calidad y el valor percibido de la panadería artesanal mediante una propuesta que fusiona tradición, oficio y espíritu creativo.



Basque Culinary Center

Redefiniendo el papel de la educación gastronómica

► El BCC transforma la educación gastronómica tradicional en un motor de innovación, conectando la cocina con la ciencia, la tecnología y el emprendimiento. En un sector que demanda constante evolución, el BCC crea un ecosistema que impulsa soluciones disruptivas y sostenibles para la restauración, posicionando la gastronomía como un eje estratégico de desarrollo económico, cultural y científico.



Sin Gluten de Grosso Napoletano

Experiencia sin restricciones alimentarias

► La iniciativa surge en favor de la accesibilidad gastronómica: permitir que personas con intolerancia al gluten puedan disfrutar de una auténtica pizza napolitana sin barreras. Grosso Napoletano detecta que la oferta sin gluten en el sector suele estar limitada o despersonalizada, y decide actuar para ofrecer una experiencia completa y segura. El objetivo: integrar la línea Sin Gluten dentro de la propuesta gastronómica sin comprometer sabor, calidad ni autenticidad.



Finalistas – Innovación –

Go Waste Zero

Reducir el impacto ambiental del sector hostelero

► Disminuir la generación de residuos y el uso de envases de un solo uso en un contexto de transición hacia la economía circular, ese es el compromiso con el que arrancó este proyecto, ofreciendo soluciones concretas para avanzar. Liderado por Martí Morató, facilita a las personas, empresas y ayuntamientos el camino hacia una gestión sostenible mediante la transformación de los hábitos de consumo y promoviendo la reutilización y la reducción de residuos.



Kresala

La restauración como vehículo de cultura, identidad y evolución

► En un mercado saturado y competitivo, Kresala busca diferenciarse mediante una cocina con identidad, que conecta con las raíces y se adapta a las exigencias contemporáneas del cliente. Iñaki López de Viñaspre consolida un modelo gastronómico que combine tradición vasca con innovación técnica y conceptual, y ofrece una experiencia culinaria que trascienda lo sensorial y se convierte en un acto cultural, social y patrimonial, elevando el valor de la restauración como disciplina.



FoodRadar

Un aliado estratégico para detectar oportunidades

► Plataforma de inteligencia artificial especializada en la detección y análisis de tendencias gastronómicas, pensada para apoyar a restaurantes, caterings y empresas del sector en la toma de decisiones estratégicas basadas en datos reales. Su misión es clara: transformar la información en conocimiento útil para que los profesionales de la hostelería puedan innovar con criterio y adelantarse a las necesidades y preferencias de sus clientes.



Finalistas – Innovación –

Escuela de Hostelería de Leioa

Formar talento en necesidades emergentes

► La Escuela de Hostelería de Leioa adapta la formación profesional en hostelería a los nuevos retos del sector: digitalización, automatización, sostenibilidad y precisión técnica. El centro busca integrar la innovación en la enseñanza gastronómica mediante la incorporación de metodologías tecnológicas y sostenibles. Su objetivo es preparar a los futuros profesionales para entornos reales de trabajo, combinando formación técnica con experiencia práctica en I+D.



Grupo Abrasador

Un producto exclusivo, rentable y sostenible

► Garantía de calidad, trazabilidad y coherencia en toda la cadena de valor. Esa es la esencia de este grupo, que destaca por la transparencia en los procesos y personalización del producto final. Su modelo “del campo a la parrilla”, liderado por Mari Carmen Ramírez desde el área de I+D Cárnico, trata de transformar la cadena de valor cárnica en hostelería mediante un sistema integrado que abarca desde la producción ganadera hasta la experiencia final en sala.



The Champions Burger

Competición itinerante de hamburguesas gourmet

► The Champions Burger surge para dar visibilidad a proyectos de restauración independiente en un contexto donde la competencia es alta y el acceso a grandes audiencias, limitado. ¿Cómo? Mediante una plataforma que conecta talento local con el gran público, dinamizando el sector. El objetivo: transformar la hamburguesa gourmet en un vehículo de innovación gastronómica y cultural a través de un formato de competición itinerante que recorre múltiples ciudades.



Ganador
– Marketing y comunicación –

VICIO

*Te damos lo tuyo
a domicilio.*

www.ganasdevicio.com
Teléfono: 833 587 455



Vicio

Aleix Puig, CEO de Vicio



Aleix Puig, CEO
de Vicio

VICIO ha convertido el marketing gastronómico en una forma de entretenimiento cultural. Con campañas como “El juicio más picante del año” y “H* y Milf(Shakes)”, ha fusionado provocación, storytelling y estética pop para posicionarse como una marca de lifestyle. Ha demostrado que una hamburguesa puede convertirse en un fenómeno cultural.

Su propuesta de valor se basa en crear experiencias virales y narrativas inmersivas, que trascienden el producto y conectan emocionalmente con la audiencia, especialmente la Generación Z.

La marca responde así a la necesidad de diferenciarse en un mercado saturado, donde la atención del consumidor es limitada y la fidelización exige autenticidad.

El objetivo ha sido romper con los códigos tradicionales del marketing de restauración, generando conversación cultural, notoriedad orgánica y una comunidad digital activa, sin depender de publicidad convencional.

Una estrategia transversal

Las campañas se desplegaron en todos los puntos de venta físicos (31 tiendas), ecommerce y plataformas de delivery como Glovo. Una coordinación transversal entre equipos de marketing, operaciones y atención al cliente, garantizando una experiencia coherente entre lo digital y lo presencial.

Así, en lugar de lanzar simplemente un “nuevo menú”, la campaña empleó un evento teatral que convierte al cliente en espectador/actor del relato de la marca. Esa dimensión experiencial es poco habitual en restauración “masiva”. Y es que, la mezcla de humor, teatralidad, espectáculo y comunidad (influencer, convocatoria, fans) rompe con la comunicación tradicional de restauración, que normalmente se limita a mostrar producto, precio, ubicación. Aquí, se genera expectación, tensión narrativa y un “momento” que la audiencia quiere compartir.

Con acciones como un falso juicio viral en el Colegio de la Abogacía de Barcelona, colaboraciones con creadores como Nil Ojeda y Lola Lolita, y una narrativa que mezcla realidad y ficción, ha redefinido el marketing gastronómico. Además, su enfoque es replicable en cualquier modelo hostelero que quiera conectar con nuevas audiencias desde la creatividad, el humor y la autenticidad.

Es más, la alianza con Nil Ojeda (y su marca MILF SHAKES) aportó autenticidad, alcance social media, y conectó con un público más joven, más digital y predispuesto a viralizar contenido. Esto reforzó la marca empleadora, la cultura interna (equipo viviendo una campaña “gran show”) y la atracción de talento que busca estar en proyectos «rompedores».

No sólo se vendió una hamburguesa: una edición limitada, figura coleccionable, batido especial... Se vendió un concepto a través de un enfoque de “drop” que hizo que el producto se sintiera más premium, más exclusivo y que impulsaba a la urgencia.

VICIO

*Te damos lo tuyo
a domicilio.*

www.ganasdevicio.com
Teléfono: 633 587 455

Finalistas

– Marketing y Comunicación –

The Food Manager

Divulgador con impacto real en el negocio

► Paco Cruz traduce la complejidad de la gestión de restaurantes en contenidos accesibles, rigurosos y aplicables, tanto en redes sociales como a través de formación especializada. No es solo un influencer: es un formador, asesor y divulgador con impacto real en el negocio. La iniciativa responde a una necesidad estructural del sector: la falta de formación empresarial entre muchos profesionales de la hostelería.



KFC

A la conquista de audiencias jóvenes hiperconectadas

► En colaboración con Netflix, Ibai Llanos y la agencia PS21, KFC lanzó en 2024 una campaña sin precedentes: La Prueba del Menú, un evento híbrido que fusionó gastronomía, entretenimiento e interacción digital, inspirado en El juego del calamar. La propuesta de valor radica en convertir el lanzamiento de un menú temático en una experiencia inmersiva y culturalmente relevante, conectando con el público desde la emoción y la participación.



El Tribut

Una narrativa auténtica y un vínculo emocional

► El Tribut ha construido una identidad de marca única, inspirada en la figura de Antoni Gaudí, que se manifiesta tanto en el diseño del local como en su estrategia de comunicación visual. Esta propuesta convierte la experiencia gastronómica en un relato cultural inmersivo, conectando con la historia y el imaginario de Barcelona. La marca se posiciona así como un espacio donde la creatividad, la estética y la gastronomía se integran en una experiencia coherente y memorable.



Finalistas

– Marketing y Comunicación –

VIPS

Cómo recuperar relevancia en un mercado competitivo

► VIPS ha llevado a cabo una estrategia de comunicación que combina nostalgia y modernidad, reivindicando su legado como marca histórica de la restauración española mientras se adapta a las nuevas tendencias. A través de campañas como Modernidad controlada y El plato perfecto, la marca ha logrado reposicionarse con un tono fresco, cercano y contemporáneo, reforzando su identidad y conexión emocional con distintos públicos.



Viena Capellanes

La cocina como algo accesible, divertido y cotidiano

► La Escuela de Cocina de Viena Capellanes lanzó una campaña de contenido digital protagonizada por influencers jóvenes para posicionar la marca entre las nuevas generaciones. La propuesta combinaba educación culinaria tradicional con marketing de influencia y entretenimiento. El formato —una serie de vídeos tipo concurso— humanizaba la marca y transmitía sus valores (tradición, cercanía y calidad) mediante un lenguaje afín al público digital.



Mallorca

Un referente contemporáneo de esencia artesanal

► Mallorca, firma de pastelería y restauración con más de 80 años de historia, ha llevado a cabo una estrategia de comunicación que combina rebranding visual, presencia digital y colaboraciones gastronómicas, logrando reposicionar la marca como un referente contemporáneo sin perder su esencia artesanal. Su propuesta de valor reside en conectar tradición y modernidad, apelando tanto a la fidelidad de sus clientes históricos como al interés de nuevas generaciones.



Finalistas

– Marketing y Comunicación –

La Cachapera

Visibilización y posicionamiento de la gastronomía venezolana

► David Díaz Rojas transforma un recuerdo familiar en un concepto gastronómico que une tradición, sabor e innovación. Su propuesta se basa en ofrecer cachapas y arepas elaboradas con productos locales de calidad, técnicas tradicionales y una experiencia auténtica que conecta emocionalmente con el cliente. El relato personal y cultural es el eje de su diferenciación, reforzado por una identidad visual y narrativa coherente.



Manolo Bakes

Papa Johns

► Rejuvenecer la marca y conectar con públicos más jóvenes. Papa Johns ha transformado su estrategia de comunicación en España, pasando de un enfoque centrado en producto a uno basado en experiencias, cercanía y autenticidad. Su propuesta de valor se apoya en una narrativa que combina calidad (“Mejor masa. Mejores ingredientes.”) con un tono fresco, divertido y emocional, adaptado a las nuevas generaciones y canales digitales. El objetivo ha sido reposicionar Papa Johns como una marca moderna y cercana.

**Manolo
Bakes**

Ganador
– Soluciones –
yurest®



YUREST

Marcos Gómez Tamariz, CEO



Marcos Gómez
Tamariz, CEO

Yurest nace con una idea muy sencilla pero potente: ayudar a los restaurantes a organizarse mejor. Desde su concepción, se pensó como una herramienta creada por hosteleros para hosteleros, entendiendo a la perfección las dificultades y particularidades del sector.

Su objetivo, de hecho, no es ofrecer un software frío y distante, sino una solución cercana que acompañe al equipo en el día a día, tocando directamente los aspectos más críticos de la operativa diaria.

Para su CEO, Marcos Gómez Tamariz, la digitalización ya no es una opción, sino una necesidad, de hecho, para el negocio hostelero, la transformación digital es clave para adaptarse al mercado que se está configurando en la actualidad. Gómez ha señalado que, especialmente en restauración con múltiples puntos de venta, uno de los grandes

retos es “no perder control”, algo que Yurest contrarresta, al integrar, como herramienta modular, todas las necesidades de un restaurante.

El impacto del sistema en la rentabilidad de los restaurantes, la mejora de procesos y la escalabilidad es importante (se contabilizan ahorro en las compras de hasta un 12 % y de mejora de rentabilidad de entre el 9 y el 10 % en algunos casos). Un impacto que se siente ahora y que se percibirá a futuro. Pues la herramienta no sólo responde a necesidades actuales, sino que prepara el sector de hostelería para lo que viene.

Gestión ordenada de todas las áreas de un restaurante

El software integra en una sola plataforma la gestión de compras, control de almacén, seguimiento del personal y monitorización de costes, lo que permite a los responsables tener una visión completa y actualizada del negocio en tiempo real. Gracias a esta centralización, se reducen errores, duplicidades y pérdidas de información, facilitando decisiones más rápidas y precisas que impactan directamente en la eficiencia y rentabilidad del restaurante.

Uno de los puntos fuertes de Yurest es su enfoque práctico y humano. No busca complicar los procesos ni imponer metodologías rígidas; al contrario, está diseñado para adaptarse al ritmo y estilo de cada equipo, permitiendo que cualquier persona, independientemente de su experiencia tecnológica, pueda utilizarlo de manera intuitiva.

Esto se traduce en una mayor productividad, menos estrés operativo y una gestión más ordenada de todas las áreas del restaurante.

En esencia, Yurest no es solo una herramienta de control: es un aliado estratégico para la hostelería que combina tecnología, facilidad de uso y conocimiento sectorial. Permite que los restaurantes ganen eficiencia, visibilidad y control sobre todos los procesos críticos, mientras liberan tiempo y energía para centrarse en lo que realmente importa: la calidad del servicio y la experiencia del cliente.

yurest®

Finalistas – Soluciones –

CoverManager

Una interfaz intuitiva y una tecnología avanzada

► CoverManager ha revolucionado la gestión diaria de los restaurantes con una plataforma integral que digitaliza las reservas, optimiza la operativa de sala y mejora la experiencia tanto para el cliente como para el equipo. Su propuesta responde a una necesidad clave de gestionar la ocupación de forma eficiente y predecible, en un entorno donde cada mesa, cada turno y cada minuto cuenta.



Square

Mejorar la eficiencia en el punto de venta

► Square es una solución tecnológica integral diseñada para simplificar y optimizar la gestión de negocios de hostelería. Su plataforma centraliza herramientas que hasta ahora requerían múltiples sistemas, ofreciendo un ecosistema completo que abarca pagos, control de ventas, análisis de datos y gestión de inventario. Esto permite a los propietarios y responsables concentrar todas las operaciones clave en un solo lugar, ahorrando tiempo y reduciendo la complejidad operativa.



Haddock Agents

Agentes autónomos de inteligencia artificial para hostelería

► Haddock Agents automatiza tareas administrativas como la gestión de facturas, conciliaciones contables e incidencias con proveedores, integrando directamente con el software contable. Su propuesta de valor reside en liberar tiempo y recursos, democratizar la eficiencia operativa y permitir que restaurantes individuales trabajen con el control y profesionalización de grandes cadenas.



Finalistas – Soluciones –

Restoo

Optimizar la ocupación, reducir errores y mejorar la rentabilidad

► Restoo nace para dar respuesta a una de las mayores preocupaciones de la hostelería contemporánea: los No Shows y la gestión ineficiente de reservas. En un entorno marcado por la digitalización acelerada, la rotación de personal y la necesidad de ofrecer experiencias personalizadas, Restoo se posiciona como una herramienta integral que automatiza, centraliza y humaniza la gestión operativa del restaurante.



Shifty

Contratación legal integrada y pagos automatizados

► Shifty nace para resolver uno de los mayores retos actuales es la gestión flexible y eficiente del personal (alta rotación, la estacionalidad y la imprevisibilidad de la demanda). Es una plataforma digital de trabajo flexible que permite a hoteles, restaurantes, caterings, festivales y eventos encontrar en cuestión de minutos trabajadores verificados disponibles para cubrir turnos por horas, días o incluso semanas completas.



FitKitchen – Welbilt

Que los equipos disfruten de cocinar

► FitKitchen es una solución integral de cocina inteligente desarrollada por Welbilt Iberia, que combina tecnología, procesos y personas para transformar la operativa gastronómica. Su propuesta va más allá de la eficiencia: busca rediseñar la experiencia de trabajo en cocina, haciendo que los equipos disfruten de cocinar. A través de una metodología propia, FitKitchen convierte la cocina profesional en un entorno más ágil, sostenible y humano.



Finalistas – Soluciones –

Tableo

Plataforma unificada para un solo sistema de gestión

► Tableo nació para resolver uno de los mayores retos del sector hostelero: gestionar reservas, comunicación con clientes y operaciones diarias de forma eficiente, sin perder la calidad y el toque humano que define una buena experiencia gastronómica. Tableo ofrece una herramienta sencilla pero potente para centralizar reservas, reducir ausencias y automatizar tareas repetitivas, permitiendo a los equipos centrarse en lo esencial: el servicio.

The logo for Tableo, featuring the word "tableo" in a lowercase, sans-serif font, with a stylized "O" that has a horizontal line through it.

Localboss

Una app nativa e intuitiva

► Localboss es una app —y desde junio de 2024 también una web app— creada para transformar la gestión de reseñas en hostelería y comercio independiente, poniendo al alcance de restaurantes y negocios locales las herramientas que hasta ahora solo estaban disponibles para las grandes cadenas. Es decir: democratiza la gestión de la reputación online, un aspecto que impacta directamente en las ventas, la visibilidad y la experiencia del cliente.



Ganador – Sostenibilidad e Impacto Social –



Foodtopía

Jesús Pagán, Fundador



Jesús Pagán,
Fundador

Foodtopía es un proyecto de transición eco-social que redefine la restauración colectiva desde una perspectiva de sostenibilidad profunda. Su propuesta se basa en la creación de un sistema alimentario local, resiliente y de bajo coste, articulado en torno a los “termopolios”, dispositivos diseñados para cocinar grandes cantidades de comida de forma eficiente.

Esta tecnología permite ofrecer menús saludables y sostenibles a menos de 2 euros por ración, garantizando acceso universal a una alimentación digna.

El modelo de Foodtopía se ha implementado, por ejemplo, en el barrio del Cabañal (Valencia), donde se alimenta diariamente a más de 150 personas. La iniciativa integra producción agrícola, transformación y distribución de alimentos en un circuito de proximidad.

Se trata así de un modelo que promueve la alimentación saludable y un menor impacto ambiental, además de la reducción de residuos y envases.

Una respuesta a un desafío global

Foodtopía surge como respuesta a desafíos globales como el cambio climático, la desigualdad social, la escasez energética y el crecimiento demográfico. Su objetivo es claro: democratizar el acceso a la alimentación, reducir su coste final y garantizar el sustento de toda la población.

En un contexto de crisis sistémica, el proyecto plantea una alternativa viable y replicable para asegurar la soberanía alimentaria desde lo local a través de una fuerte implicación comunitaria y colaborativa, con un enfoque en la economía social y la participación activa de agentes locales en toda la cadena de valor.

Foodtopía representa así una innovación radical en el ámbito de la restauración colectiva. Su enfoque técnico (termopolios), su impacto social directo y su modelo de economía circular lo convierten en un referente transformador como proyecto de economía local resiliente, es decir, de fusión de producción agrícola, transformación y distribución de alimentos en un ámbito territorial reducido (por ejemplo un barrio o ciudad) con la intención de: reducir el precio de los alimentos, disminuir los efectos directos e indirectos de su producción mediante una drástica disminución del consumo de energía a lo largo de la cadena alimentaria, producir platos saludables, naturales y de origen local, atenuar el desperdicio alimentario así como la dependencia de envases plásticos y aminorar la logística de transporte.

En definitiva, Foodtopía trata de facilitar el acceso a alimentación de calidad a coste más bajo, contribuyendo también a la sostenibilidad social y ambiental. Implantar un modelo tipo Foodtopía requiere, de hecho, un cambio cultural por parte de los equipos de cocina, logística, compras y operaciones, que deben adaptarse a criterios de proximidad, menor escala de transporte o mayor coordinación con productores locales.

foodtopia

Finalistas

– Sostenibilidad e Impacto Social –

Barro & Surco

Redefinir la relación entre alta gastronomía y comunidad

► Unión de alta cocina, sostenibilidad y accesibilidad en un mismo ecosistema impulsado por Carlos Casillas, quién recupera una antigua harinera en Ávila, transformándola en tres espacios complementarios: restaurante gastronómico (Michelin + Estrella Verde), casa de comidas y coctelería, donde aplica prácticas pioneras: semana laboral de 4 días, eliminación de barreras entre cocina y sala, y promoción de sostenibilidad (huertos propios, recuperación de viñedos...).

BARRO

Umániko

Criterios ESG en toda la cadena de valor

► Umániko es una propuesta de restauración sostenible, inclusiva y accesible, que combina excelencia gastronómica con impacto social y ambiental. Su valor diferencial reside en un modelo operativo gestionado en un 90% por personas con discapacidad o en situación de vulnerabilidad. Umániko transforma la experiencia gastronómica en una herramienta de inclusión, sostenibilidad y rentabilidad, bajo el lema: “El sabor de la diversidad”.

umá
niko
by ILUNION Hotels

Fundación Mescladís

Itinerarios de inserción laboral dignos y sostenibles

► La Fundación Mescladís es un proyecto de economía social y solidaria que utiliza la gastronomía como herramienta de transformación social. Su propuesta de valor reside en generar derechos y oportunidades laborales para personas migrantes y en situación de exclusión, promoviendo una convivencia intercultural basada en la justicia, la empatía y la sostenibilidad. La cocina se convierte en un espacio de inclusión, formación y diálogo social.

fundació
mescladís
cuinant oportunitats

Finalistas

– Sostenibilidad e Impacto Social –

Infinito Delicias– Fundación Carasso

Objetivo: el edificio más sostenible de Europa

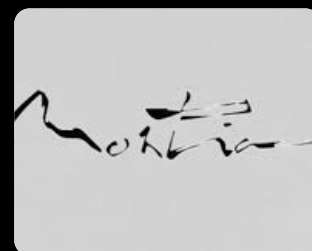
► Este proyecto integra arquitectura responsable, innovación gastronómica y apoyo al emprendimiento. Su propuesta de valor reside en crear un ecosistema donde conviven investigación, formación, divulgación y experiencia culinaria, todo ello bajo el paraguas de la alimentación sostenible. Es un modelo integral que trasciende la restauración para posicionarse como motor de transformación social, cultural y medioambiental.



Montia

Filosofía de kilómetro 0 radical

► Liderado por el chef Dani Ochoa, representa un modelo de alta cocina profundamente arraigado en el territorio, con una propuesta basada en el foraging, el naturalismo culinario y el uso exclusivo de productos biológicos y de proximidad. Su cocina se construye sobre una filosofía de kilómetro 0 radical, donde incluso la tierra de las verduras se reutiliza para infusiones. Esta visión convierte a Montia en un referente de sostenibilidad gastronómica, donde cada ingrediente cuenta una historia del entorno.



Too Good to Go

Conectados para combatir los excesos

► Esta empresa B Corp nacida en 2016 en Copenhague tiene una misión clara: luchar contra el desperdicio alimentario conectando a establecimientos con excedentes con consumidores dispuestos a rescatarlos mediante una app sencilla. Su propuesta de valor reside en convertir la tecnología en una herramienta de impacto ambiental y social, empoderando a millones de personas para que cada comida cuente.



Finalistas

– Sostenibilidad e Impacto Social –

La Tizná

Una herramienta de cambio social, un altavoz para el pequeño productor

► Repensar el modelo de hostelería actual, muchas veces insostenible, desvinculado del territorio, del bienestar laboral y del respeto al medioambiente. Ese es el propósito de La Tizná, demostrar que es posible un modelo alternativo que alimente de forma saludable, digna y respetuosa con el entorno en un espacio gastronómico que integra prácticas conscientes y regenerativa con una oferta 100 % andaluza, ecológica y de temporada.



Angelita

Coctelería desde una perspectiva sostenible, técnica y emocional

► Angelita redefine la coctelería. Su propuesta de valor se basa en aplicar el principio de residuo cero a la mixología, eliminando incluso el uso de hielo mediante vasos diseñados con gel refrigerante. Esta innovación no solo mejora la experiencia del cliente, sino que reduce el consumo de agua y energía. Además, la materia prima proviene de la huerta familiar en Zamora, lo que refuerza la trazabilidad, el vínculo con el territorio y la autenticidad del producto.



Restaurante Tramo

Una vuelta de tuerca al modelo de restauración urbana

► Nace en Madrid como una propuesta para redefinir el ocio gastronómico desde una perspectiva consciente. Su valor diferencial integra diseño, sostenibilidad, inclusión social y producción local. Impulsado por Felipe Turell y Javier Antequera (Proyectos Conscientes), junto al estudio Selgascano y el diseñador Andreu Carulla, convierte el restaurante en un espacio de impacto positivo, donde cada decisión busca generar valor ambiental y humano.



Ganador
– Restaurador del año –
Tigrane Seydoux
Fundador Grupo Big Mamma



Tigrane Seydoux ha revolucionado la restauración europea con un modelo que combina accesibilidad, autenticidad y espectáculo. Su propuesta de valor se basa en ofrecer cocina italiana de alta calidad, con ingredientes importados directamente de pequeños productores, en espacios únicos y vibrantes.

Cada restaurante del grupo Big Mamma es una experiencia sensorial completa, donde el diseño, la hospitalidad y la carta se integran en una narrativa coherente y memorable, pero también única y singular, diferenciada de otros locales de la propia marca.

Tigrane Seydoux ha demostrado así que la restauración puede ser masiva, rentable y profundamente creativa, inspirando a toda una generación de restauradores.

Su impacto en España con locales como Bel Mondo y Villa Capri en Madrid o Gloria en Barcelona lo consolidan como uno de los restauradores más influyentes de Europa.

Su modelo ha transformado la forma de entender la experiencia gastronómica contemporánea y su liderazgo, que se basa en la energía, la visión y la capacidad de ejecución, en que es posible escalar un enfoque claro en la sostenibilidad, la excelencia operativa y la experiencia del cliente.

Escalar sin perder singularidad

En un contexto donde la restauración tiende a la estandarización, Seydoux ha demostrado que es posible escalar sin perder personalidad ni calidad. Su objetivo ha sido claro: crear un modelo ambicioso y replicable que no renuncie a la creatividad ni a la autenticidad. De hecho, ha sabido responder a la demanda de experiencias gastronómicas diferenciales, elevando el estándar de lo que significa comer fuera de casa.

Por otra parte, el grupo Big Mamma ha profesionalizado cada aspecto de su operativa: desde la selección rigurosa de proveedores hasta la formación de equipos en la cultura de la hospitalidad italiana. Y cada detalle dentro de cada local, pues todos cuentan con un equipo propio de interiorismo y una identidad única, lo que refuerza el sentido de pertenencia y creatividad interna.

No en vano, Seydoux pone énfasis en la cultura interna. En 2023-2025, con motivo del décimo aniversario del grupo, enfatizó el bienestar como exigencia en el equipo. Y es que, llevar un modelo de “restauración italiana auténtica y experiencial” a múltiples países exige estandarización operativa, pero también flexibilidad cultural. Esto impacta en las estructuras de organización, en la selección de manager regionales y en la formación global/local. Un gran reto en la gestión del talento.

En 2025 el grupo está presente en varios países europeos y tiene más de 2.200 empleados. Además, en 2023 entró como socio mayoritario el fondo británico McWin Capital Partners.

BIG
MAMMA

Finalistas – Restaurador del año –

Minerva Tapial

Bienestar, estabilidad y crecimiento profesional

► Minerva Tapial lidera un modelo de negocio gastronómico que integra rentabilidad, eficiencia y desarrollo humano. Su propuesta de valor se basa en cuidar tanto la experiencia del cliente como la del equipo, apostando por un entorno inclusivo, formativo y emocionalmente sostenible. Rosi La Loca no es solo un restaurante, sino un espacio donde se enseña, se acompaña y se transforma a las personas desde dentro.



Ramón Freixa

Un modelo que reivindica el legado culinario español

► Ramón Freixa ha creado con Tradición un espacio donde la alta cocina contemporánea se encuentra con el recetario clásico español. Su propuesta de valor reside en reinterpretar platos tradicionales con técnica, estética y emoción, generando una experiencia gastronómica que conecta pasado y presente. Cada plato es un homenaje a la memoria culinaria, ejecutado con precisión y creatividad, y pensado para emocionar sin perder autenticidad.



Bruno González

Crecer y adaptarse sin perder la esencia

► Bruno González, Partner & Managing Director de Grosso Napoletano y vicepresidente de Marcas de Restauración, lidera con una visión que combina tradición artesanal y gestión moderna. Su propuesta de valor se basa en ofrecer una experiencia auténtica de pizza napolitana, cuidando cada detalle del producto y del servicio, y manteniendo la coherencia de marca en cada apertura. Bajo su liderazgo, Grosso se ha consolidado como un referente de calidad y autenticidad.



Finalistas – Restaurador del año –

Javier Estévez

Cuando romper estigmas significa ampliar el imaginario gastronómico

► Javier Estévez ha transformado la casquería —una cocina tradicionalmente marginal— en una propuesta de alta gastronomía. Su visión consiste en reivindicar productos humildes mediante técnicas contemporáneas, presentaciones elegantes y un servicio de sala cuidado. El resultado es un concepto culinario único que une tradición, sostenibilidad e innovación, y que ha sido reconocido con una estrella Michelin, validando su excelencia y originalidad.



Fernando Moret

La excelencia puede surgir desde el territorio

► Fernando Moret lidera Ambivium como un proyecto integral de hospitalidad donde cocina, vino y sala se entrelazan en un discurso único en el municipio de Peñafiel. Su visión va más allá de la gastronomía: propone una experiencia emocional y cultural que comienza antes de cruzar la puerta y permanece en la memoria del comensal. Ha convertido Ambivium en un espacio donde la gastronomía es identidad, territorio y emoción.



Bittor Arginzoniz

Dignificando la cocina de producto y de fuego

► Bittor Arginzoniz ha elevado la parrilla a la categoría de alta cocina internacional en su Asador Etxebarri. Su visión se basa en una obsesión por la excelencia del producto, el dominio absoluto del fuego como técnica y una fidelidad inquebrantable a la tradición vasca. Ha creado un modelo único que combina ancestralidad e innovación, donde cada ingrediente es tratado con respeto y precisión, y donde el fuego no es solo método, sino lenguaje culinario.



Finalistas – Restaurador del año –

Jordi Vilà

Cocina de calidad, identidad catalana y cercanía con el cliente

► Jordi Vilà lidera un proyecto gastronómico integral que combina alta cocina, tradición catalana y diversificación inteligente. Su propuesta de valor se basa en ofrecer experiencias gastronómicas diferenciadas, desde la sofisticación de Alkimia (estrella Michelin y 3 soles Repsol) hasta propuestas más accesibles como Al Kostat, Vivanda o Va de Cuina. Cada línea de negocio responde a un contexto distinto, pero todas comparten una misma filosofía.



Nataly Rodríguez

Calidez, cercanía y autenticidad

► Nataly Rodríguez, junto a Balázs Menyhard, ha creado en A Coruña un restaurante tipo bistró que combina cocina francesa, húngara y gallega con una propuesta íntima, honesta y profundamente humana. Su visión se basa en hacer las cosas muy bien, sin artificios, apostando por el producto local, la estacionalidad y una experiencia que trasciende lo gastronómico: 55 Pasos es un lugar donde el cliente se siente como en casa.



Carlota Claver

Un proyecto personal y familiar que va más allá

► Carlota Claver ha creado un modelo de restaurante que reivindica la cocina catalana tradicional desde una mirada contemporánea, con producto de proximidad, temporalidad y creatividad. La Gormanda es un proyecto personal y familiar que combina excelencia gastronómica con calidez, honestidad y sostenibilidad, tanto en el plato como en la gestión del equipo y del espacio.



Ganador – Talento –



Udón

Jordi Pascual, Cofundador y CEO



Jordi Pascual,
Cofundador y CEO

UDON ha creado una escuela de talento en restauración donde la rentabilidad se mide también en compromiso, motivación y cultura. Y la gran ventaja es que su modelo es replicable en cualquier negocio hostelero que quiera evolucionar hacia una gestión más humana, eficiente y sostenible.

La estrategia para la gestión de personas promovida por UDON responde a la necesidad de profesionalizar, motivar y fidelizar al talento en un sector marcado por la alta rotación y la escasa inversión en desarrollo humano. UDON detecta que el crecimiento sostenible solo es posible si se pone a las personas en el centro del negocio.

El objetivo de la marca es construir una cultura organizativa basada en el bienestar, la formación continua y el orgullo de pertenencia. UDON busca así que cada empleado, desde su incorporación hasta su

salida, viva una experiencia laboral enriquecedora, con oportunidades reales de crecimiento y reconocimiento.

Acciones personalizadas para talentos concretos

Dicha estrategia se materializa en acciones como UDON University, un programa formativo integral con itinerarios personalizados; el plan estratégico People First, centrado en la felicidad laboral, y el Índice de Felicidad, que mide el clima interno al evaluar la satisfacción de los empleados y favorecer un clima interno positivo.

En su modelo, UDON apoya su cultura de empresa en valores como la honestidad, el respeto, la auto-exigencia, la transparencia y el compromiso. En la práctica, esto se traduce en un proceso de selección de personas y de capacitación “con actitud”, formación personalizada, planes de carrera y mecanismos de reconocimiento.

Además, el concepto de “partners” garantiza igualdad de estándares y formación en todos los locales. Dado que UDON opera un modelo de franquicia, su estrategia de talento incluye tanto al equipo interno como al ecosistema de franquiciados: por ejemplo, en la sección de franquicias se hace hincapié en que “el factor humano es fundamental” y que la marca apoya al franquiciado en “seleccionar y formar al personal de tu restaurante”. Además, la estrategia de RRHH debe transmitir los valores del espíritu de la marca hacia todos los niveles operativos, incluidas las unidades franquiciadas.

También la formación específica vinculada a sostenibilidad y valores resulta fundamental, así refuerza la preparación de los y las profesionales no solo en lo operativo sino también en lo cultural. Este aspecto permite alinear la estrategia de talento con los valores corporativos y con la identidad de la marca, algo que refuerza el employer branding de la misma.

La adopción de estas iniciativas por parte de la plantilla ha sido activa, gracias a un liderazgo cercano y coherente por parte de su cofundador y CEO, Jordi Pascual.

UDON demuestra así que el éxito empresarial puede ir de la mano del bienestar del equipo.



Finalistas – Talento –

World Central Kitchen

Iniciativa conjunta que amplía el impacto social y formativo de la gastronomía

► El talento culinario puede ser una herramienta de transformación global. José Andrés, que utiliza la gastronomía como vehículo de ayuda humanitaria en crisis globales, y Carlos Tejedor, que impulsa la formación técnica avanzada y el conocimiento en cocina de precisión, empoderan a las personas desde la cocina, ya sea en contextos vulnerables o entornos de alta exigencia profesional.



Estimar / Amar

Crecimiento personal y profesional

► La iniciativa de Rafa Zafra ofrece a los jóvenes profesionales de la hostelería un entorno motivador, formativo y humano, en un sector donde la presión y la falta de oportunidades han sido históricamente barreras para el desarrollo del talento. Su objetivo es crear espacios de trabajo donde el talento se escuche, se impulse y se valore. Zafra busca que sus restaurantes no solo sean referentes gastronómicos, sino también lugares donde las personas puedan crecer.



Kabo

Formación, dinámicas emocionales y retos creativos

► Cuidar la salud emocional y el bienestar del equipo en un entorno laboral altamente exigente. Esa es la motivación de Kabo, que reconoce que la técnica no es suficiente para construir un equipo sólido, y que el desarrollo humano debe estar en el centro de la gestión del talento. A través de un programa anual de bienestar emocional, Kabo busca reforzar la cohesión, fomentar la autonomía y mejorar la calidad de vida de sus profesionales, sin renunciar a la excelencia gastronómica.



Finalistas – Talento –

SoyCamarero

Humor, crítica constructiva y divulgación en defensa del sector

► Dignificar y dar voz a los profesionales de sala y cocina, tradicionalmente invisibilizados y poco reconocidos. En un entorno marcado por precariedad, Soy Camarero se convierte en un altavoz para reivindicar derechos, fomentar el respeto y profesionalizar el oficio a través de una comunidad digital que conecta trabajadores y empresarios, impulsa la formación, canaliza denuncias y promueve una hostelería más humana, justa y eficiente.



Perla by Grupo Goa

Herramientas eficaces, humanas y digitales para gestionar el talento

► En un entorno donde la innovación suele centrarse en cocina o experiencia de cliente, Grupo GOA detecta la necesidad de transformar la gestión interna, fortaleciendo el vínculo entre empresa y equipo. Apuesta así por digitalizar, conectar y humanizar la gestión laboral en hostelería. Más que un software, es una plataforma que centraliza la información, automatiza tareas administrativas, garantiza cumplimiento normativo y promueve el bienestar del equipo.

grupogoa

La Tagliatella

El crecimiento profesional es posible

► Ofrecer oportunidades reales de desarrollo profesional dentro del sector de la restauración organizada, donde tradicionalmente los puestos operativos no han estado vinculados a planes de carrera. La Tagliatella apuesta por construir una cultura que valore y potencie el talento interno, por crear un ecosistema laboral en el que cada empleado pueda evolucionar desde posiciones operativas (sala o cocina) hasta roles de gestión o dirección.

La Tagliatella

Finalistas – Talento –

Mundo Magoga

Transformar la gestión del talento para ganar en solidez y bienestar

► Mundo Magoga busca que cada miembro del equipo no solo crezca profesionalmente, sino también a nivel personal, con herramientas para cuidar cuerpo, mente y emociones. En definitiva, quiere que sus profesionales se sientan protagonistas de un proyecto común, con oportunidades reales de formación, crecimiento y equilibrio emocional, fomentando una comunidad basada en valores compartidos.



Maxi Guerra

Hacia una cultura organizacional sólida

► Su iniciativa (podcast Gastropolítica) responde a la necesidad de reducir la alta rotación laboral, mejorar la fidelización del personal y cerrar la brecha entre oferta y demanda de profesionales cualificados. La gestión del talento se convierte en un eje estratégico para la competitividad, por eso, su propuesta incluye acciones como planificación estratégica de RRHH, procesos de selección transparentes, programas de formación actualizada y sistemas de evaluación del desempeño.



Grupo Abrasador

Fortalecer el desarrollo profesional de los equipos

► Grupo Abrasador sabe que el crecimiento sostenible solo es posible si se invierte en las personas que forman parte del negocio, por eso busca crear un entorno inclusivo, diverso y formativo que potencie las habilidades de los asociados y mejore la operatividad de los restaurantes. A través del Máster Abrasador, programas de mentoría y concursos, profesionaliza la gestión, fomenta el liderazgo y consolida una cultura organizativa basada en el reconocimiento y la mejora continua.



BARRA ^{DE} IDEAS

+ CUOTA

Gestión y marketing para restaurantes

FORMACIONES | CONTENIDOS | EVENTOS



barradeideas.com

Una iniciativa de Más Cuota

