

HORECA

MAGAZINE

HOTELES

RESTAURANTES

CAFETERÍAS



COME | BEBE | DISFRUTA | DESCANSA

BODEGAS SAN VALERO PRESENTA

El Match perfecto

IV MES DEL CHULETÓN



DEL 1 AL 31 DE OCTUBRE

Disfruta de los mejores chuletones acompañados
de nuestro vino tinto 8.0.1 edición limitada

ORGANIZA

BSV BODEGAS
SAN VALERO
DESDE 1944

PATROCINA

**ARAGÓN
SABOR
DE VERDAD**

COLABORA

 **GUSTO**
MEAT & PRIME FOODS

CONSULTA
PARTICIPANTES



Edición, redacción, dirección creativa, diseño gráfico & contenido

STONNE COMPANION S.L

Publisher

STONNE COMPANION S.L
(Stonne) - Calle Coso 31, 5ª Planta,
50003 Zaragoza

Impresión

FIESTA PRINT S.L



Visítanos

www.revistahoreca.es

Publicidad

revistahoreca@stonne.es

Teléfono de redacción

616 70 86 59

Octubre 2026 - nº07

© 2026 HORECA
MAGAZINE 07.

Todos los derechos reservados. Queda prohibida la reproducción total o parcial de los datos, textos y fotografías sin autorización expresa del editor. STONNE COMPANION S.L no se responsabiliza de las opiniones de sus colaboradores.

Depósito legal: Z159 - 2026

Revista HORECA llega a octubre con un número que recorre el Matarraña, se asoma al Pilar y conoce al equipo de ROTO Zaragoza. La gastronomía, el turismo y la actualidad del sector comparten espacio con el chocolate a la taza y las herramientas digitales para mejorar el negocio. Historias, destinos e iniciativas que acompañan el otoño de la hostelería aragonesa.



04 NOMBRES PROPIOS
PilarGastroWeek, el encuentro con Bruno Hallé y la actualidad de CEHTA marcan la actualidad del sector.

10 LATIDOS DEL TERRITORIO
El Matarraña invita a descubrir pueblos, paisaje y gastronomía en una escapada de otoño.

16 EL TERMÓMETRO
Los viajes de los españoles y su gasto turístico ponen el foco en el peso del alojamiento y la restauración.

18 DETRÁS DE LA BARRA
Conocemos al equipo de ROTO Zaragoza y su forma de entender la cocina, el ambiente y la vida del establecimiento.

25 NUEVOS SOCIOS
Nuevas incorporaciones se suman a HORECA y refuerzan la red de profesionales y empresas del sector.

26 ENTRE COPAS Y TAZAS
El chocolate pide sitio: cacao, textura y acompañamientos para una taza con personalidad.

30 ASOCIACIONES PROVINCIALES
Actualidad, iniciativas y proyectos de Zaragoza, Huesca y Teruel.

40 HABITACIÓN CON VISTAS
Hotel Pilar Plaza: Zaragoza al otro lado de la ventana, con la basílica como protagonista.

45 EL ALIADO DIGITAL
Qué cuentan las reseñas de tu negocio: la inteligencia artificial ayuda a convertir las opiniones en mejoras.

NOMBRES PROPIOS

Bruno Hallé analiza las oportunidades del sector hotelero en Zaragoza y Aragón



Horeca Hoteles Zaragoza celebró el pasado 22 de septiembre un nuevo encuentro del ciclo «Café con...» en el **Hotel ILUNION Romareda**, con la participación de **Bruno Hallé, Partner y Co-Head of Hospitality Spain de Cushman & Wakefield**. La sesión reunió a profesionales del sector para analizar la situación del mercado hotelero y las oportunidades y retos que se presentan para Zaragoza y Aragón.

Hallé destacó el buen momento de la inversión hotelera en España y el interés que sigue despertando el sector entre distintos perfiles de inversores. También abordó la evolución del hotel como activo de inversión y el peso de las operaciones de compra, reforma y reposicionamiento de establecimientos.



Buena parte del encuentro se centró en el **potencial de crecimiento de Zaragoza y Aragón**. Entre las prioridades, señaló el impulso del turismo de reuniones y congresos, la mejora de la conectividad aérea, la captación de cliente internacional y la colaboración público-privada.



Participantes en el encuentro «Café con Bruno Hallé», organizado por Horeca Hoteles Zaragoza en el Hotel ILUNION Romareda. Fotografía realizada por Cristina Martínez – Agencia Almozara

Asimismo, subrayó el valor estratégico de Zaragoza como enclave logístico y las oportunidades vinculadas a la actividad económica y los eventos.

La sesión abordó también el papel de las marcas internacionales y los diferentes modelos de gestión hotelera. Su aportación en posicionamiento, distribución y fidelización debe valorarse, según explicó Hallé, en función del coste, el retorno esperado y el riesgo que quiera asumir cada empresario.

El intercambio con los asistentes permitió tratar cuestiones como la restauración hotelera, la viabilidad de determinados servicios y el futuro de los hoteles pequeños y familiares.

La sostenibilidad, la eficiencia, la tecnología y los nuevos modelos de negocio completaron un debate en el que se puso de relieve la necesidad de adaptar las decisiones a la realidad de cada establecimiento.



PilarGastroWeek lleva el producto aragonés a la mesa durante las fiestas

Con más de diez años de trayectoria, PilarGastroWeek ofrece a vecinos y visitantes una forma de acercarse al producto aragonés durante las fiestas. Para la hostelería de la capital y la provincia, supone también una oportunidad de dar a conocer su cocina dentro de la programación del Pilar.

PilarGastroWeek regresa del **10 al 18 de octubre** a los bares y restaurantes de Zaragoza y provincia. Organizada por Horeca Restaurantes Zaragoza, la cita gastronómica oficial de las Fiestas del Pilar propone disfrutar de la cocina y los alimentos aragoneses en los establecimientos participantes.

La edición mantiene sus dos modalidades, ambas a precio libre. El menú «**Lo mejor de Aragón en la mesa**» estará elaborado con alimentos aragoneses de calidad diferenciada reconocidos por el Gobierno de Aragón e incluirá bebida.

Por su parte, **La Vermutada** ofrecerá una combinación de tapa y bebida para quienes prefieran sumarse a la celebración con un aperitivo.

PILAR
GASTROWEEK





Los cachirulos en los establecimientos y la ruta de jotas acompañarán las propuestas gastronómicas, a las que se añadirán regalos de bienvenida para los comensales.

CEHTA traslada las prioridades del sector al Gobierno de Aragón

La Confederación de Empresarios de Hostelería y Turismo de Aragón (CEHTA) mantuvo el 17 de septiembre un encuentro con el consejero de Medio Ambiente y Turismo, Luis Biendicho, y la directora general de Turismo y Hostelería, María Nogueras, para **trasladar las principales prioridades del sector y reforzar la colaboración con la Administración autonómica.**

La reunión permitió presentar la dimensión de una organización que reúne a asociaciones de las tres provincias y representa a la hostelería, la restauración, el alojamiento, los campings, las agencias de viajes, los balnearios y el turismo rural.

Durante el encuentro se abordaron cuestiones como la **formación y profesionalización, la simplificación administrativa, la promoción turística y la sostenibilidad**, junto con el uso de datos sectoriales y la contribución del turismo a la cohesión territorial. CEHTA defendió una participación continuada de las empresas en la definición de las políticas turísticas, que permita anticipar necesidades y concretar actuaciones útiles para los negocios y los destinos aragoneses.



Representantes de CEHTA junto a los responsables de Medio Ambiente y Turismo del Gobierno de Aragón durante el encuentro institucional.

El presidente de la Confederación, Fernando Martín, reivindicó el valor de trabajar desde una posición compartida: «Cada asociación conoce mejor que nadie su territorio y su actividad, y precisamente esa diversidad es la que hace más fuerte al conjunto cuando trabajamos unidos».

Este primer encuentro abre una vía de diálogo con los nuevos responsables de Turismo para avanzar en una agenda común que contribuya a mejorar la competitividad del sector.

Horeca Zaragoza conecta los planes de la ciudad con una agenda inteligente

Horeca Zaragoza ha lanzado la **Agenda Inteligente Horeca Zaragoza**, una herramienta que utiliza la inteligencia artificial para reunir y acercar la oferta cultural, gastronómica y de ocio de la ciudad a ciudadanos y visitantes. El proyecto cuenta con el apoyo de la **Consejería de Economía, Transformación Digital y Transparencia del Ayuntamiento de Zaragoza**.

La iniciativa permite encontrar conciertos, exposiciones, festivales y propuestas gastronómicas sin tener que consultar numerosas páginas y plataformas. El sistema recopila información de distintas fuentes digitales, identifica actividades, las clasifica por categorías, detecta duplicidades y mantiene los contenidos actualizados.

La agenda apuesta por facilitar el acceso a través de canales cotidianos. Los usuarios podrán consultar y recibir propuestas mediante **web, WhatsApp, correo electrónico y Wallet**, sin necesidad de descargar una nueva aplicación. Esta última opción permite incorporar un pase digital al teléfono y acceder a parte de la información incluso sin conexión a internet.



Además de facilitar la búsqueda de planes, el proyecto busca **generar nuevas oportunidades para la hostelería y favorecer el consumo local**, conectando los eventos de la ciudad con el descubrimiento de restaurantes, cafeterías, hoteles y otros establecimientos.

Para los asociados a Horeca, la agenda se plantea como un servicio de valor añadido sin coste, dirigido a dinamizar el consumo y mejorar la experiencia de sus clientes.

+ INFORMACIÓN

Los interesados pueden suscribirse a través de:

revistahoreca.es/agenda-digital-horeca-zaragoza/

o escaneando el código QR,

y darse de alta para recibir información mediante los canales disponibles.



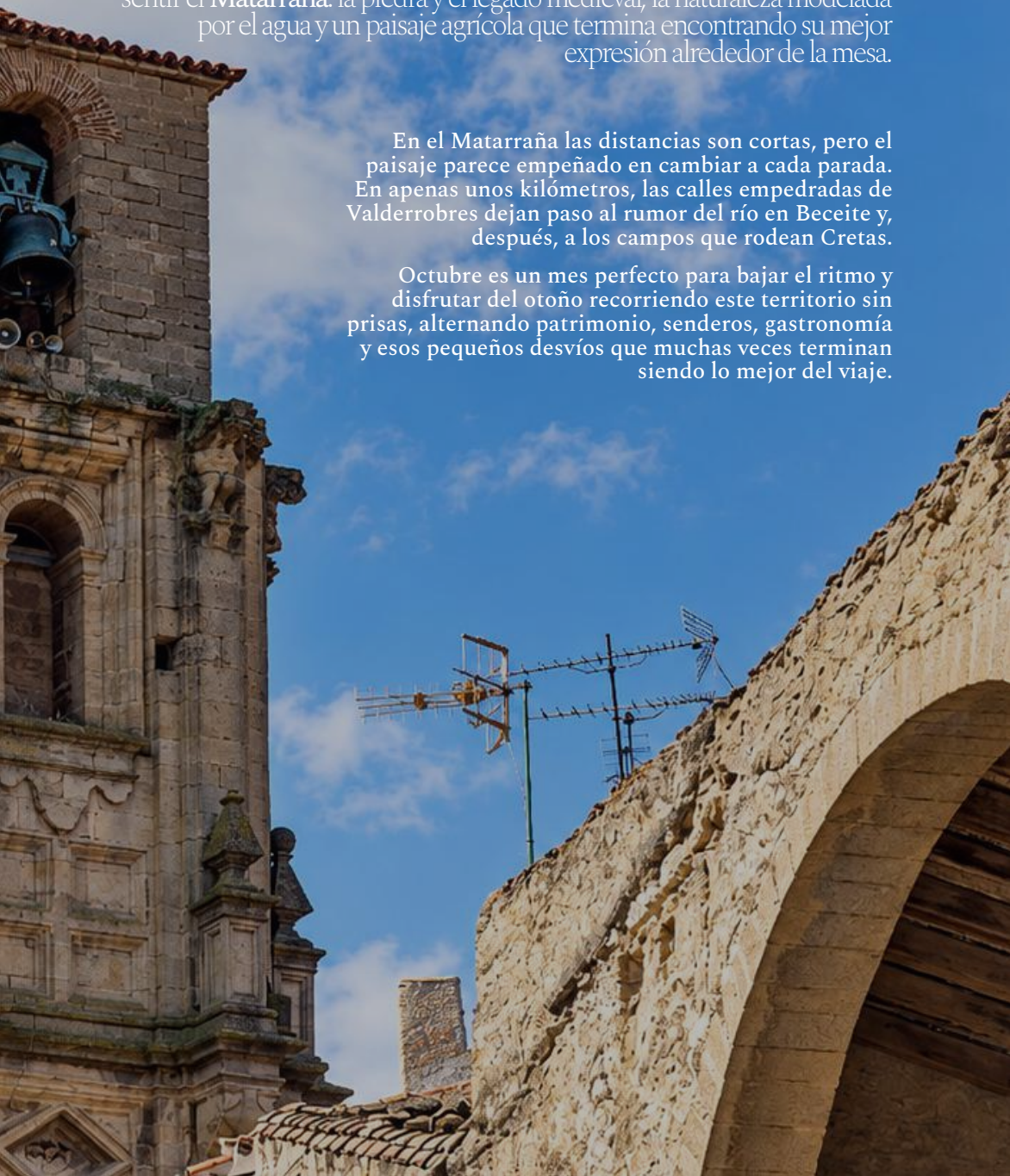


Matarraña: una ruta entre piedra, río y mesa

Valderrobres, Beceite y Cretas dibujan una escapada por tres maneras de sentir el **Matarraña**: la piedra y el legado medieval, la naturaleza modelada por el agua y un paisaje agrícola que termina encontrando su mejor expresión alrededor de la mesa.

En el Matarraña las distancias son cortas, pero el paisaje parece empeñado en cambiar a cada parada. En apenas unos kilómetros, las calles empedradas de Valderrobres dejan paso al rumor del río en Beceite y, después, a los campos que rodean Cretas.

Octubre es un mes perfecto para bajar el ritmo y disfrutar del otoño recorriendo este territorio sin prisas, alternando patrimonio, senderos, gastronomía y esos pequeños desvíos que muchas veces terminan siendo lo mejor del viaje.





Valderrobres, la entrada monumental

Comienza la ruta en Valderrobres, donde el río Matarraña marca una de las estampas más reconocibles de la comarca. El puente de piedra, levantado en el siglo XIV y formado por cuatro arcos, conduce hasta el portal de San Roque, antigua entrada al recinto amurallado. Cruzarlo es casi una transición entre dos tiempos: detrás queda la carretera y la modernidad; delante aparecen las calles estrechas y empedradas que ascienden hacia el corazón histórico.

El paseo, sacado de cuento, lleva hasta la plaza del pueblo y continúa hacia el castillo y la iglesia de Santa María la Mayor, que dominan el caserío. Pasadizos, fachadas de piedra y rincones en pendiente permiten imaginar cómo la localidad fue creciendo alrededor de la ladera. Y en lo alto, el castillo conserva todavía espacios como las caballerizas, la sala capitular, el salón de las chimeneas o la antigua cocina.

Después de caminar, llega el momento de descansar y llevar el territorio al plato. El restaurante OAK, dirigido por Kike Micolau, trabaja una cocina vinculada al producto local y de temporada. Aceite, almendra y otros ingredientes de proximidad construyen una propuesta contemporánea que mantiene los pies en la comarca. El restaurante fue ganador del Concurso Provincial de Tapas Jamón de Teruel 2025.



Beceite, donde el agua explica el pueblo

A pocos kilómetros, Beceite transforma por completo el tono del viaje. Aquí el agua es protagonista del paisaje y durante siglos fue energía, trabajo y sustento. El río movió molinos y alimentó una importante industria papelera que, entre los siglos XVIII y XIX, alcanzó notable relevancia. De sus fábricas salió papel de gran calidad, utilizado incluso para obras de Goya y para los naipes de Fournier.

El casco urbano conserva portales de origen medieval, el puente de piedra, la iglesia de San Bartolomé y antiguos lavaderos. Pero Beceite parece empujar inevitablemente hacia las afueras, allí donde el pueblo se diluye y comienzan los senderos.

Su recorrido más conocido, El Parrizal, es el camino que acompaña al río entre pasarelas y paredes de roca hasta aproximarse a los Estrechos, donde el paisaje se comprime y la piedra parece ganar terreno al agua. A día de hoy, el acceso está regulado y requiere entrada, por lo que conviene consultar previamente horarios y disponibilidad.



Cretas, el final más pausado

Después de la intensidad del agua y la montaña, Cretas propone otro ritmo. Su plaza Mayor, la calle Mayor, la iglesia de la Asunción y las antiguas puertas de la muralla permiten recorrer a pie un casco histórico en el que todavía permanecen visibles distintas capas de su pasado. La iglesia, construida en el siglo XVI, combina elementos góticos y renacentistas. Y cerca, edificios como Casa Turull recuerdan la importancia que tuvieron algunas familias locales en el desarrollo del pueblo.

Pero el viaje no termina. Para conocer otra parte esencial del Matarraña hay que ir fuera del núcleo urbano, donde aparecen olivos, almendros y viñedos, un paisaje trabajado durante generaciones. Lo que se contempla durante el camino acaba llegando también a la mesa: aceite de oliva (especialmente el elaborado con empeltre), vinos, quesos, miel, almendras, ternasco y repostería tradicional.

Y quizá ahí esté el verdadero hilo de esta ruta. **Valderrobres pone la piedra; Beceite, el agua; Cretas, la tierra.** Tres paisajes muy próximos y, sin embargo, diferentes. Recorrerlos uno detrás de otro permite descubrir un Matarraña que no cabe en una sola fotografía: hay que caminarlo, escucharlo y, por supuesto, probarlo.

PILAR GASTROWEEK

DEL 10 AL 18
DE OCTUBRE
DE 2026



Menú / **Vermutada**
GASTRONÓMICO www.pilargastroweek.com

ORGANIZA



saboreazaragoza



PATROCINA



cmg



Coca-Cola



El Criollo



PATROCINA



quatra



AJ CASH

Daxia

makro



bonÀrea



CAMPO DE BORJA



DIPUTACIÓN DE ZARAGOZA

GOBIERNO DE ARAGON

Zaragoza

Alojamiento y restauración concentran más de la mitad del gasto del turismo nacional

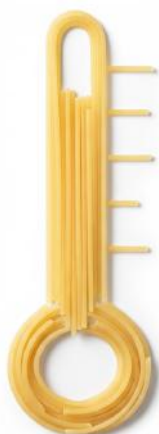
Más de uno de cada dos euros gastados en desplazamientos correspondió al alojamiento y al consumo en bares y restaurantes.

El alojamiento y los bares y restaurantes concentraron el **52,6 % del gasto de los residentes en sus viajes dentro de España durante el segundo trimestre de 2026**. Así se desprende de la Encuesta de Turismo de Residentes del INE, publicada en septiembre y recogida por Hostelería de España. El dato sitúa a ambas actividades en el centro de la economía del viaje.

El alojamiento representó el 27,3 % del desembolso y los bares y restaurantes, el 25,3 %. Más de uno de cada dos euros gastados en estos desplazamientos correspondió, por tanto, al alojamiento y al consumo en bares y restaurantes.

Entre abril y junio, los residentes realizaron **41,6 millones de viajes por el territorio nacional**, un 1 % más que en el mismo periodo de 2025. El gasto asociado aumentó un 5,5 %, con un crecimiento del 6,5 % en alojamiento y del 2,5 % en bares y restaurantes.

Estas cifras ayudan a dimensionar la aportación de los establecimientos a los destinos. La actividad turística se concreta en reservas de habitaciones, desayunos, comidas y cenas que generan negocio durante la estancia. Detrás de cada desplazamiento hay decisiones de consumo que alcanzan a empresas de distintos tamaños y perfiles.



41,6 millones de viajes
por el territorio nacional

Para el sector, estos datos invitan a trabajar la relación entre alojamiento y restauración. Una recomendación desde recepción, una propuesta gastronómica vinculada al producto local o una experiencia que combine estancia y cocina pueden facilitar que el visitante descubra la oferta del entorno.

En Aragón, esa colaboración tiene recorrido tanto en las escapadas urbanas como en los destinos rurales y de montaña. Integrar la gastronomía en la información que recibe el viajero y conectar los establecimientos con las actividades de cada zona son formas concretas de construir una oferta más completa.

Los porcentajes corresponden al conjunto de España y no pueden trasladarse directamente a la comunidad. Tampoco el aumento del gasto supone una mejora equivalente de la rentabilidad, que depende de los precios y los costes de cada negocio.

Su valor está en mostrar qué lugar ocupan el alojamiento y la restauración en el presupuesto del viajero. Ambos deben tener un papel relevante en la planificación y promoción turística: atienden necesidades esenciales durante la estancia y concentran más de la mitad del gasto de estos desplazamientos.

52,6 %

del gasto en
viajes nacionales
corresponde
a alojamiento y
restauración.



27,3 %

se destina
al alojamiento.



25,3 %

se destina a bares y
restaurantes.

DETRÁS DE LA BARRA

SHARON FUENTES
DIEGO BERNARD

ROTO ZARAGOZA

"ROTO es algo diferente, es comer con fiesta, con alegría, conocer gente".



En pleno Parque Grande, ROTO Zaragoza lleva dos años abriéndose un hueco en la ciudad. Hablamos con Sharon, directora-gerente y Diego, jefe de cocina, sobre el concepto, el reto de que todo conviva y el oficio de la hostelería.

¿Cómo surge la oportunidad de traer el concepto ROTO a Zaragoza?

SHARON: Ha sido complicado, como todas las aperturas; eso lo sabemos en hostelería. Poco a poco hemos ido mejorando y diferenciándonos.

En ROTO se lleva mucho el **comer y cenar con fiesta**, y meter eso en Zaragoza es muy difícil, porque aquí la gente no está de vacaciones, no viene relajada, no trae ese “me permito un poco más porque he trabajado todo el año”. Aquí eso cuesta. Pero lo estamos consiguiendo cada día más: después de **dos años** la gente ya nos conoce y dice “vamos a ROTO, pasamos un buen rato, comemos, hay DJ, hay música en vivo”.

Es algo diferente a lo que encuentras en Zaragoza, más un estilo tipo Madrid. La idea es romper con la comida tranquila y la música relajante y hacer algo de comer con fiesta, gente joven, conocer gente.

Entraste a mitad del proyecto ¿qué te encontraste y qué pensaste que se podía cambiar?

SHARON: Cuando llego me encuentro la típica plantilla de casi todos los restaurantes hoy: muy saturada de trabajo.

Estar de cara al público es muy complicado; yo siempre digo que la hostelería es muy sacrificada y muy poco reconocida. Me encontré gente ya quemada. Había equipo, pero no había familia. Y yo lo que busco es eso: que más que un número dentro de una empresa, seamos una gran familia, porque al final Diego y yo pasamos más tiempo aquí juntos que con nuestras propias parejas o familias.

En hostelería sabes cuándo entras, pero no cuándo sales. Eso fue lo que me encontré, y fue complicado. Hoy creo que lo estamos consiguiendo, tanto en cocina como en sala.

Hemos cambiado, y a día de hoy te puedo decir que somos una familia: vamos todos a una, nos apoyamos, nadie está con el móvil ni destacando por su cuenta. Si uno necesita ayuda, el otro está, aunque no sea su rango. Si hay que meter horas, se meten; si no hay faena, se van antes. Queremos que vengan a gusto, porque así todo sale mejor, y eso se nota mucho cuando entras a un sitio.

Tenéis restaurante, terraza, DJs, coctelería... ¿cómo hacéis para que todo conviva?

SHARON: Que convivan es complicado, no te vamos a engañar. En un mismo día puedes tener cuatro eventos, el restaurante abierto y la terraza a tope. Estamos en el parque, un entorno familiar, y a veces la gente más clásica no entiende el concepto y te pide bajar la música.

Lo tenemos ya bastante estudiado: la música va por zonas, así que podemos bajar el volumen o cambiar el estilo en un espacio y no en otro. Tenemos dos salones arriba independientes, el restaurante abajo, un club de copas y el jardín, y vamos distribuyendo: los eventos que no se mezclan arriba, la fiesta al jardín, las cenas más tranquilas. Requiere mucha plantilla y formarla bien, pero al final tenemos un equipo que es familia y sale todo bien.



Este espacio era antes el Flandes y Fabiola, que llevaba mucho cerrado. ¿Habéis notado a esa clientela de siempre?

DIEGO: Sí, estaba aquí antes y la gente lo recuerda mucho, sobre todo los mayores. Muchos vienen y dicen “pero esto era el Flandes y Fabiola”.

Antes era un sitio más tipo quiosco de parque: te sentabas a tomar unos refrescos, unas cervezas y algo de picoteo, no era un restaurante como tal. De hecho, la dirección quiso rendirle un pequeño homenaje: tenemos varios cuadros con fotos antiguas en blanco y negro de lo que era, incluso una con los antiguos dueños, para no olvidarnos de los orígenes. Y, si no me equivoco, la antigua dueña vino cuando se abrió; yo no estaba, pero me lo contaron: les invitaron a comer y a cenar y se emocionaron mucho al verlo.

SHARON: Mucha gente viene y dice “esto es un monstruo que habéis hecho aquí”, y yo le digo “sí, es un monstruo”, porque comparado con lo de antes, que era un quiosco... Ahora limpias pescados, sirves arroces, paletillas... Es un restaurante completamente distinto, pero la gente lo recuerda con cariño.



¿Qué tipo de cocina se quería hacer y cómo ha cambiado desde que tú entraste?

DIEGO: Hemos hecho unos cuantos cambios.

Es una cocina de temporada, casi de mercado. Desde que entré hay platos que ya son icónicos de ROTO Zaragoza; algunos son heredados de ROTO Ibiza, porque somos la misma marca y esa es nuestra seña de identidad, y otros los hemos incorporado propios de aquí, con producto de la tierra, como el ternasco.

Vamos cambiando con la temporalidad: en invierno tiramos más de cuchara, consomé, lentejas, setas, sopa de ajo... y en verano pasamos a gazpacho, tiradito, ensaladas de tomate, cosas más frescas.

No es cocina de fusión, pero sí muy variada; tenemos algún plato fusión, como la tempura de langostino con mayonesa y salsa coreana, que es de los que más gustan. Y hemos querido meter la parte aragonesa: paletilla de ternasco, tortillas de ternasco, chistorra...

Está pensado para el perfil que viene: el fin de semana, más gente joven, grupos, parejas y amigos que buscan el ambiente de fiesta con DJ y música en directo; pero también familias que vienen con el abuelo y los niños. Por eso el menú abarca de todo: sushi, brasa, pasta, risotto, arroces secos, paellas, caldos... Es ecléctico para que en una misma mesa disfrute todo el mundo.

No somos el típico sitio solo de sushi al que no puedes ir con cierta parte de la familia; aquí damos variedad.





¿Qué parte de tu esencia has dejado en ROTO y cómo es volver a Zaragoza con la dirección de la cocina?

DIEGO : A mí me gusta la cocina de cuchara, de guiso, con toques modernos. He pasado por tres restaurantes con estrella Michelin La Table des Frères Ibarboure (Bidart), el Tatau en Huesca y Cancook en Zaragoza y por otros muchos, como El Sella (hoy Hábitat Sella) o el Náutico. Los Michelin me marcaron en técnica, sabores y fondos.

Pero quien pretenda hacer cocina de estrella en un sitio de a pie se equivoca: ni el volumen ni el público son los mismos. Aquí hago una cocina de sabor y trabajada, pero viable para este número de comensales, y todo casero: los fondos, las croquetas, todo. Estoy a gusto porque tengo dos facetas, la carta donde desarrollo la parte más técnica y los eventos bodas, comuniones, cenas de empresa, y conocer las dos caras me viene muy bien para formar al equipo, que hoy, con lo difícil que es encontrar personal, es lo más valioso.

¿Cómo habéis encajado la coctelería? ¿Va de la mano de la cocina o es algo aparte?

SHARON: Aquí hay de todo un poco. Viene mucha gente a cenar que quiere empezar con un Bloody Mary y luego te pide unas croquetas o una tempura. Está el que termina de cenar y, en vez del típico café, te pide un Espresso Martini; o a quien no le apetece postre le ofreces un cóctel. Y luego el tardeo, con DJ, donde piden Margarita, Paloma, mojito... muchísimo de eso.

Cuando yo llegué ya teníamos coctelería, con un coctelero que hacía todos los cócteles de autor, pero no lo queremos limitar a comidas o cenas: en cualquier momento que vengas a ROTO puedes pedirte un cóctel y te lo hacemos. Como antes dependíamos mucho del coctelero, hemos formado a mucha plantilla; hoy todos sabemos hacer cócteles, unos mejor que otros, pero lo tenemos disponible siempre.

La decoración es muy vistosa. ¿Viene impuesta por la marca ROTO o tuvisteis libertad creativa, y cómo se traslada eso a la comunicación y las redes?

SHARON: Lo de la reforma no sabría respondértelo porque yo no estaba, pero he estado en el ROTO de Ibiza y se parece mucho a este: las estanterías, las vitrinas llenas de botellas con luces, las cristaleras... todo pensado para que se vea el ambiente de fuera.

Lo más típico de ellos es elegir un sitio en el que, en cuanto entras, dices “¡guáu!”: el de Ibiza está sobre una roca junto a un embarcadero, este lo han metido en pleno Parque Grande y tienen otro en la montaña con vistas a la nieve.

Más que imposición, es mantener el mismo estilo de ROTO para que la gente lo identifique: entras y, como en Ibiza sientes que estás en el mar, aquí sientes que estás dentro del parque.

Y con la comunicación igual: tenemos nuestra propia área de marketing, pero siempre lo hablamos con ROTO Ibiza —los colores, que el tipo de publicación se parezca al de ellos—, porque no puedes subir cualquier cosa que no tenga que ver con la marca. Estamos constantemente comunicados, hasta las pegatinas de ROTO las usamos iguales; vamos a la par, nos apoyamos mucho, y lo que vemos que gusta a los clientes lo traemos aquí.

¿Hubo un momento en que sentisteis que ROTO Zaragoza ya tenía vida propia, su identidad?

SHARON: Yo no estaba desde el principio; vi el sitio en construcción y luego vine de cliente. Quizá tampoco me ha hecho falta estar desde el inicio, porque muchos clientes vienen y te dicen “¡jo, cómo ha cambiado, da gusto que te atiendan así, con una sonrisa”.

Antes había muchos camareros y cada fin de semana era uno distinto. Este fin de semana tuvimos cuatro eventos, carta y terraza, y se fueron todos muy contentos, porque vamos de forma más organizada: antes cometíamos el error de dejar todo abierto y que la gente se sentara donde fuera, y con tanta faena no sabías si esa mesa ya estaba servida; ahora los hacemos entrar de forma pausada, los sentamos, los atendemos. La cocina también ha mejorado, y los clientes se van encantados: “el año que viene volvemos para la comunión de mi hijo”.

Hemos mejorado muchísimo, y claro que se puede seguir mejorando; yo siempre lo digo, siempre se puede aprender.





DIEGO: A mí me pasó lo mismo, y tampoco estuve en los inicios. Mí pareja y unos amigos vinieron al principio y los comentarios eran que estaba bien, pero que faltaba un poco de rodaje.

Es normal: es como cuando te compras un coche nuevo, hasta que le pillas el punto no sabes cómo responde. Un proyecto nuevo, una carta nueva, un equipo nuevo... cuesta coger la dinámica. Ha cambiado mucho: desde que entré hace más de un año hemos evolucionado en todo, ya lo tenemos mucho más cogido de la mano, en sala y en cocina.

Y es que se aprende más de los errores que de los aciertos: no recuerdo tanto las veces que me han dicho "qué bien ha salido esto" como las pocas que hemos fallado. Aquel día que pasó algo con un arroz ya no vuelve a pasar, porque se te queda tan marcado que a partir de ahí siempre miras ese detalle.

Si alguien viene por primera vez, ¿qué debería pedir para vivir la experiencia ROTO al completo?

SHARON: Nosotros tenemos lo que llamamos "el chivato", el cover, que te dice cuántas veces ha venido ese cliente o si es la primera vez.

Cuando es primera vez le damos la bienvenida, nos presentamos y le explicamos el concepto: ROTO es comer con fiesta, con alegría, conocer gente. Y le recomendamos el matrimonio, un aperitivo de brioche con mantequilla de oveja, anchoa y boquerón que sale fresquito, brutal; la tempura de langostino, que es nuestro plato estrella, la gente dice "otra tempura más", pero no es la típica: lleva una salsa con un toque picante y lima y un guacamole natural que hacemos nosotros; y la burrata, que no es la típica de lechuga y tomate: lleva tomatito, higo, pistacho y salsa de trufa.

Les dices todo eso y flipan. Para terminar recomendando siempre la oblea ROTO, que es mascarpone en una oblea gigante; la gente dice "no, déjalo", la prueban y es el broche de oro. El cliente no viene una vez y ya está: viene y vuelve.

DIEGO: De principales, los pescados salen buenísimos y los arroces también: tenemos hasta seis arroces secos distintos más el caldoso de bogavante.

En pastas, alguna clásica como el papardelle con salsa de trufa y otras de fusión, como unos rigatoni con magret de pato y toque oriental, teriyaki, jengibre, ajo, pak choi, para compartir. Hemos metido también un tiradito con leche de tigre, canchitas crujientes, puntillas, cilantro y cebolla roja, muy fresco; y, tirando al rollo aragonés, una coca escalibada con bacalao ahumado que gusta mucho en verano, tan fresquita que la tenemos hasta en versión de cóctel, la escalibada, con higo y pistacho.

Está todo muy bueno, de verdad: las hamburguesas, las alcachofas... Muchas veces no sabes ni qué recomendar, depende de lo que le guste a cada uno.

Para terminar, ¿cuál es el mejor recuerdo que tenéis trabajando aquí, y qué le diríais a quien aún no conoce ROTO?

DIEGO: Yo tengo muchos, porque me dedico a esto porque me gusta; ya disfrutaba cocinando en casa para mi familia. Me encanta que venga alguien ya sean amigos, familiares o gente que no conoces... y te diga “qué gusto, qué bien he comido”.

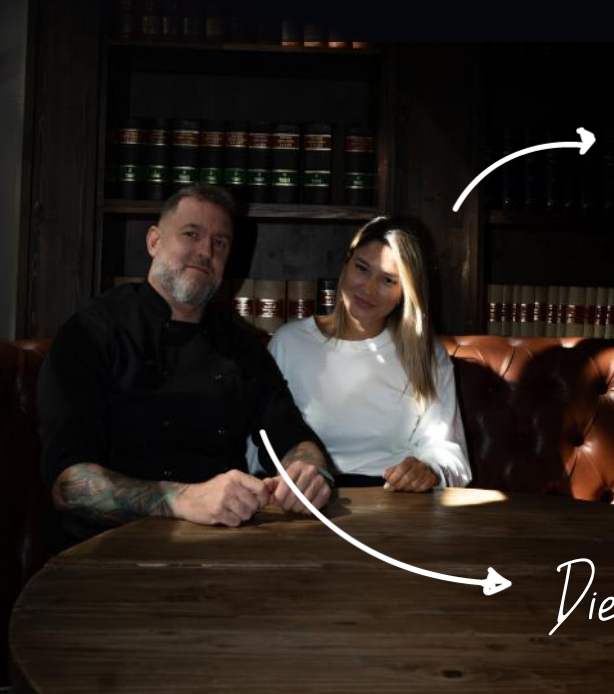
Pero uno especialmente especial fue el de la final del Mundial: como ROTO abre los 365 días del año, estábamos trabajando, dando de cenar a la gente que vino a vivirlo con nosotros; al final del partido salimos toda la plantilla aquí fuera a verlo con familias, niños, gente mayor... y cuando ganó España fue una locura.

Yo no soy especialmente futbolero, pero esas cosas las sientes igual. Y a todo el que no haya venido, le invito a que lo conozca: muchas veces se dice que es más caro, pero es un precio que hoy, en cualquier sitio donde comas medianamente bien, está dentro del margen.

SHARON: A mí me encanta trabajar a gusto y sentir que esto es mío, el sentido de pertenencia. Mi mejor momento fue el día del aniversario: muchísima gente, todos felices, los compañeros a gusto, éramos una familia y el sitio estaba increíble.

Ese “¡jo, lo hemos conseguido, qué guay!”. Y esos momentos nos los da ROTO también como empresa: viene el cantante y nos ponemos a cantar, o el DJ y bailamos con los clientes; en Nochevieja acabamos haciendo la conga con la gente por todo el restaurante. Trabajar, pero también disfrutar.

A quien haya venido y no haya tenido una buena experiencia, que nos dé una segunda oportunidad y vuelva, que no le vamos a defraudar: es un sitio que merece la pena, las vistas sorprenden siempre, no parece que estés en la ciudad. Vais a pasar un buen rato, a disfrutar y a comer bien.



Sharon

Diego

Cafetería · Centro

CAFETERÍA LAS VEGAS

Cafetería a pie de calle en pleno Paseo de la Independencia: cafés, bollería y churros, con detalles actuales como el café para llevar y una barra de jamón con D.O. Teruel.



Bar de tapas · Casco Histórico

AZARINA FUSIÓN

Propuesta de cocina de fusión en la calle Ramón Pignatelli, en pleno Casco Histórico. Su carta lleva el formato de tapa y ración a otros terrenos, con influencias de distintas cocinas en platos desenfadados pensados para picar y compartir.



Pollería · Universidad

POLLO KANALLA

Nueva incorporación en la calle San Juan de la Cruz especializada en pollo frito y de elaboración propia. Una propuesta informal que hace del pollo, en sus distintas preparaciones, el protagonista absoluto de la carta.



Bar / Tapas · Las Fuentes

LA LONGANIZA

Nuevo establecimiento en el Paseo de Longares, en el barrio de Las Fuentes, especializado en longaniza. Un local que convierte uno de los productos más nuestros en su seña de identidad.

Chocolate como bebida de autor

Ligado a churros y meriendas de invierno, el chocolate a la taza tiene mucho más que ofrecer. Cacao, textura y acompañamientos le dan carácter propio en la carta.

Al pedir un café, es habitual precisar cómo se quiere: solo, cortado, largo, con leche. Con el chocolate, la conversación suele ser más corta. Se da por hecho que llegará caliente, dulce y espeso. Sin embargo, entre una taza y otra puede haber tanta distancia como entre dos cafés.

Esa diferencia merece atención. El chocolate ocupa un lugar familiar en la hostelería, aunque a menudo se reserva para determinados meses o se ofrece como acompañamiento de los churros. Mirarlo como una bebida con criterio propio permite plantearse qué sabor se busca, qué consistencia resulta agradable y con qué apetece tomarlo.



EL SABOR ANTES QUE EL ESPESOR

La densidad es lo primero que se percibe al mover la cucharilla, pero no debería decidir por sí sola la calidad. Una textura demasiado pesada puede cansar a los pocos sorbos; una mezcla demasiado ligera decepciona a quien espera cierta cremosidad.

Interesa encontrar un punto que permita beber y mojar sin que el chocolate pierda fluidez.

El porcentaje de cacao orienta, aunque no cuenta toda la historia. También importan la composición del producto, la proporción de líquido y la elaboración. Conviene probar el resultado antes de añadir azúcar por costumbre. Si se incorporan canela, vainilla o una nota de naranja, el cacao debería seguir reconociéndose.



ENTRE

CON QUÉ TOMARLO

Los churros tienen ganado su sitio: el contraste entre la masa crujiente y el chocolate explica buena parte del atractivo del conjunto. También encajan un bizcocho poco dulce, una pieza de bollería sencilla o pan tostado. El acompañamiento puede elegirse según la intensidad de la bebida, evitando que todo resulte igual de dulce.

La ración merece el mismo cuidado. Un chocolate intenso puede disfrutarse mejor en una taza pequeña; una preparación más suave admite otro formato.



UNA TAZA CON ACENTO LOCAL

En Zaragoza, el chocolate forma parte de la tradición de cafeterías, pastelerías y churrerías. Las mañanas de Pilares ofrecen una ocasión reconocible para pedirlo, pero su sitio se extiende a los desayunos de fin de semana y a las meriendas de los meses frescos.

Para un establecimiento, trabajar una receta propia y mantenerla regular puede darle una especialidad por la que merezca la pena volver. También permite recomendar con fundamento: explicar si es más intenso o suave, cómo se prepara y qué le va bien al lado. El cliente debería poder elegir su chocolate con la misma naturalidad con la que elige su café.

COPAS Y TAZAS

DISEÑAR EL CONFORT

Soluciones acústicas y de arquitectura textil
que mejoran el confort acústico y visual de
tus espacios **sin obras ni interrupciones**

ESCUCHAR LA DIFERENCIA

www.acustium.com

 **ACUSTIUM**
Diseñando el sonido

CONTRATO DE FORMACIÓN EN ALTERNANCIA

LA SOLUCIÓN A TUS PROBLEMAS LABORALES

FORMA HOY AL TALENTO QUE TU NEGOCIO NECESITA



**JÓVENES
DESEMPLEADOS**
menores de 30 años
**SE FORMAN
TRABAJANDO
EN TU EMPRESA**

VENTAJAS PARA TU EMPRESA



**AHORRO EN
COSTES LABORALES**

Seguridad Social
bonificada:

-119€

sobre la cuota fija
mensual



**FORMACIÓN
100% BONIFICADA**

La formación que
recibe el trabajador
está bonificada
al 100%



**TUTORÍA
BONIFICADA**

60€/mes
empresas con
5 o más trabajadores
80€/mes
empresas con
menos de 5
trabajadores



**AYUDAS POR
CONVERSIÓN
A INDEFINIDO**

1.500€/año (hombres)
1.800€/año (mujeres)
durante 3 años

COMPARATIVA DE COSTES ANUALES

Contratando a un/a ayudante de camarero o cocinero (26h)



**AHORRA HASTA
4.465€
AL AÑO**

PUESTO CONTRATADO:	CONTRATO NORMAL (26h)	CONTRATO EN ALTERNANCIA (26h)	AHORRO ANUAL
 JORNADA LABORAL ANUAL CONV. COLECTIVO (ZARAGOZA)	1.154 Horas / Año	1.154 Horas de trabajo (65%) + 622 Horas de Formación (35%)	—
 SALARIO BRUTO ANUAL	13.056,84 €	12.906,24 € (65% del SMI + pluses)	150,60 €
 COSTE DE SEGURIDAD SOCIAL ANUAL	4.197,84 €	842,76 €	3.355,08 €
 COSTE TOTAL ANUAL	17.254,68 €	13.749,00 €	3.505,68 €
 OTRAS AYUDAS (Tutorías)	0 €	Empresas menores de 5 trabajadores (80€/Mes): -960,00 € Empresas mayores de 5 trabajadores (60€/Mes): -720,00 €	720 € - 960 €
 COSTE TOTAL ANUAL CON AYUDAS	17.254,68 €	Menores de 5 trabajadores: 12.789,00 € Mayores de 5 trabajadores: 13.029,00 €	4.225,68 € 4.465,68 €
 COSTE HORA TRABAJADOR	14,95 €	Menores de 5 trabajadores: 11,08 € Mayores de 5 trabajadores: 11,29 €	3,66 € 3,86 €



INCORPORA, FORMA Y FIDELIZA AL TALENTO DEL MAÑANA

Mejora tu equipo. Mejora tu negocio. **Asegura tu futuro.**

Hablemos

 Para ampliar información y/o solicitarnos candidatos
(EN EXCLUSIVA) para contrato de alternancia con HORECA:

 Envía WhatsApp al **622336023 (Carolina)**

 mail: **comercial@horecazaragoza.com**

www.horecazaragoza.com



ASOCIACIONES PROVINCIALES

ZARAGOZA CIERRA AGOSTO CON UN 69 % DE OCUPACIÓN Y SUPERA TODAS LAS PREVISIONES

El verano deja buen sabor para la hostelería zaragozana. Zaragoza capital cerró agosto con un **69 % de ocupación hotelera**, **3,7 puntos** por encima del mismo mes de 2025 y muy por delante de la previsión inicial, que apuntaba a un **62,8 %**, según la encuesta que Horeca Hoteles Zaragoza realiza entre sus establecimientos asociados.

En el conjunto de la provincia, la ocupación se situó en el **70,5 %**, **frente al 79,75 %** del año anterior. La estancia media fue de dos días en la capital y de día y medio en la provincia, con un visitante **mayoritariamente nacional**.

La excepción del mes llegó con el **eclipse total de Sol del 12 de agosto**, que disparó la demanda y atrajo un perfil marcadamente más internacional: entre los viajeros vinculados al fenómeno, el **57 % procedía del extranjero**.

Desde Horeca Hoteles Zaragoza subrayan el papel de los **grandes acontecimientos** como motor para atraer viajeros y defienden una **programación capaz de sostener la actividad durante todo el año**, más allá de las fechas señaladas. La asociación reconoce, además, el esfuerzo de los profesionales del sector para mantener la calidad del servicio en un verano especialmente exigente por las altas temperaturas.

El reto, como cada temporada, no está solo en llenar unos días señalados, sino en convertir esa afluencia puntual en **un pulso constante** que llegue a hoteles, restaurantes y al conjunto del territorio.



Foto: Agencia Almozara / Cristina Martínez.

CATAS CON GARNACHA CELEBRA SU CUARTA CITA EN EL HOTEL VINCCI ZARAGOZA ZENTRO

El **Hotel Vincci Zaragoza Zentro** acogió en septiembre la cuarta cita de la segunda edición de Catas con Garnacha, el ciclo divulgativo que impulsa Horeca Hoteles Zaragoza junto a su patrocinador, **Grandes Vinos y Viñedos**.

La iniciativa acerca la **garnacha aragonesa** al público a través de encuentros en distintos establecimientos hoteleros de la ciudad. Cada sesión invita a conocer mejor esta variedad y la cultura vitivinícola del territorio, con los hoteles convertidos en espacios de encuentro en torno al vino.

El recorrido continuará **en octubre en el Hotel Ibis Styles Zaragoza Centro** y en **noviembre en el Hotel Palafox**, dos citas que **cuentan ya con el aforo completo** y que dan continuidad al paso del ciclo por los hoteles zaragozanos durante 2026.

Esta segunda edición **mantiene, además, su compromiso solidario: la recaudación** de las catas **se destinará** a los programas de inserción laboral de la **Fundación Down Zaragoza**.

Una fórmula que une producto local, hospitalidad y causa social, y que confirma a los hoteles de la ciudad como algo más que un lugar donde alojarse.



Asistentes a la cuarta cata del ciclo Catas con Garnacha en el Hotel Vincci Zaragoza Zentro.



HORECA ZARAGOZA TRAMITA LAS TERRAZAS Y VELADORES DE 2027 CON UN 40 % DE BONIFICACIÓN

Los establecimientos hosteleros de Zaragoza pueden presentar hasta el 23 de octubre sus solicitudes de terrazas y veladores para 2027 a través de Horeca Zaragoza.

La tramitación se enmarca en el convenio de colaboración suscrito con el Ayuntamiento para el periodo 2026-2029, que permite a los establecimientos adheridos beneficiarse de una **bonificación del 40 % sobre la tarifa de la tasa municipal**.

Las solicitudes se realizan a través de **veladoreszaragoza.com**, donde debe aportarse la documentación necesaria: modelo de representación, solicitud cumplimentada, licencia de funcionamiento —o su solicitud— y plano acotado de la terraza con el correspondiente certificado técnico.

Cuando proceda, se requerirán también las autorizaciones de los locales colindantes o para el uso de suelo privado de uso público. Horeca Zaragoza acompañará a sus asociados durante todo el proceso, con asesoramiento para preparar la documentación y tramitar las solicitudes ante el Ayuntamiento.

Un trámite que, año tras año, ayuda a los locales a sacar el máximo partido a la terraza, uno de los grandes activos de la hostelería de la ciudad.



HOSPITALIDAD 2026 ABRE LAS PUERTAS AL FUTURO DEL SECTOR HOTELERO



Horeca Hoteles Zaragoza impulsa una nueva edición de **Hospitalidad**, que del 28 de septiembre al 2 de octubre acerca el funcionamiento de los alojamientos a escolares de Primaria y estudiantes de Formación Profesional.

El programa reúne a escolares del **Colegio Sagrada Familia de Zaragoza** y del **Colegio Hermanas Mercedarias de Ejea**, además de a estudiantes del **Grado de Alojamiento del IES Miralbueno**. Para estos últimos, las visitas permiten conocer de cerca las salidas profesionales del sector y conectar su formación con la realidad de los establecimientos.

Como novedad, la **Escuela de Turismo de la Universidad de Zaragoza** se suma para presentar su oferta formativa y las posibilidades de continuar los estudios en este ámbito. Una incorporación que refuerza el propósito de Hospitalidad: dar visibilidad al trabajo hotelero y despertar nuevas vocaciones.

Una iniciativa que mira al relevo del sector allí donde empieza: en las aulas, mostrando a los más jóvenes que detrás de cada estancia hay un oficio que se puede aprender y del que vivir.



Participan el Hotel Oriente, el Hotel ILUNION Romareda, el Hotel Reina Petronila, el Hotel Ciudad de Ejea y Don Jaime 54. A través de recorridos y actividades prácticas, los alumnos descubren las tareas de recepción, habitaciones o cocina y la importancia del trabajo en equipo en la atención al huésped.



CURSO GRATUITO DE COCINA

Formación parcial del certificado profesional H0TR0408 • Nivel 2

**LA HOSTELERÍA
TAMBIÉN CONSTRUYE
GRANDES FUTUROS**

 **Información para entidades sociales y de inserción laboral**

*Tu futuro profesional
empieza en la cocina*

La hostelería es una profesión de futuro: las empresas necesitan personal formado. Una oportunidad real para iniciar una carrera profesional con opciones de inserción laboral.



**340
horas**



**13
plazas**



**Presencial
en Zaragoza**



**Curso
gratuito**

Formación práctica. Profesionales. Oportunidades reales.



Objetivo de la formación

Adquirir las bases para preparar y conservar alimentos, organizar el aprovisionamiento y trabajar con seguridad e higiene, mejorando las oportunidades de inserción laboral.



Principales contenidos

- Seguridad, higiene y protección ambiental en hostelería – 60 h
- Ofertas gastronómicas sencillas, aprovisionamiento y control de consumos – 70 h
- Preelaboración y conservación de vegetales, setas, pescados, mariscos, carnes, aves y caza – 190 h
- Formación complementaria – 20 h



A quién va dirigida

Principalmente a personas desempleadas: al menos el 80 % de quienes inicien la formación deben estar desempleadas e inscritas en un Servicio Público de Empleo.

Además, las personas participantes deben encontrarse en situación o riesgo de exclusión social o laboral y pertenecer al menos a uno de estos colectivos:

- 1 Personas con discapacidad igual o superior al 33 %
- 2 Personas con arraigo para la formación
- 3 Perceptoras del IMV, prestación aragonesa complementaria o subsidios por desempleo, y miembros de su unidad de convivencia
- 4 Personas que no pueden acceder a esas prestaciones o las han agotado
- 5 Jóvenes procedentes de tutela, determinadas personas internas en centros penitenciarios, en libertad condicional o exreclusas
- 6 Personas en proceso de rehabilitación o reinserción por drogodependencia u otras adicciones
- 7 Personas procedentes de centros de alojamiento alternativo autorizados
- 8 Menores extranjeros no acompañados
- 9 Personas de minorías étnicas en situación o riesgo de exclusión social
- 10 Personas refugiadas, solicitantes o beneficiarias de protección internacional, apátridas o con protección temporal
- 11 Víctimas de violencia de género
- 12 Personas procedentes de servicios de prevención e inserción social



Requisitos de acceso al nivel 2

Además de pertenecer a uno de los colectivos anteriores, es necesario acreditar **UNA** de estas vías:

- ✓ ESO o equivalente para el acceso, o Técnico Básico
- ✓ Certificado profesional de nivel 2, o de nivel 1 de Hostelería y Turismo
- ✓ Certificado de competencia incluido en esta oferta formativa
- ✓ Curso preparatorio autorizado o prueba de acceso a grado medio superados
- ✓ Prueba de acceso a la universidad para mayores de 25 o 45 años superada
- ✓ Competencias clave de nivel 2 en lengua castellana y matemáticas



Si no se acredita ninguna vía, consulta la posible comprobación o prueba de acceso que determine el INAEM.



Documentación básica del candidato

- ✓ DNI/NIE o identificación
- ✓ Justificante de la vía de acceso
- ✓ Demanda de empleo, si está desempleado/a
- ✓ Documento acreditativo del colectivo

La entidad social puede acreditar el colectivo mediante certificado o informe. HORECA validará la admisión.



Los módulos superados permiten una acreditación parcial y acumulable.

*Formación que
abre puertas*



**¿Trabajas con personas que encajan en este perfil?
Proponed candidaturas.**

Colaboramos habitualmente con entidades como Cruz Roja, Secretariado Gitano, YMCA y otras fundaciones y organizaciones sociales.

Juntos por más oportunidades



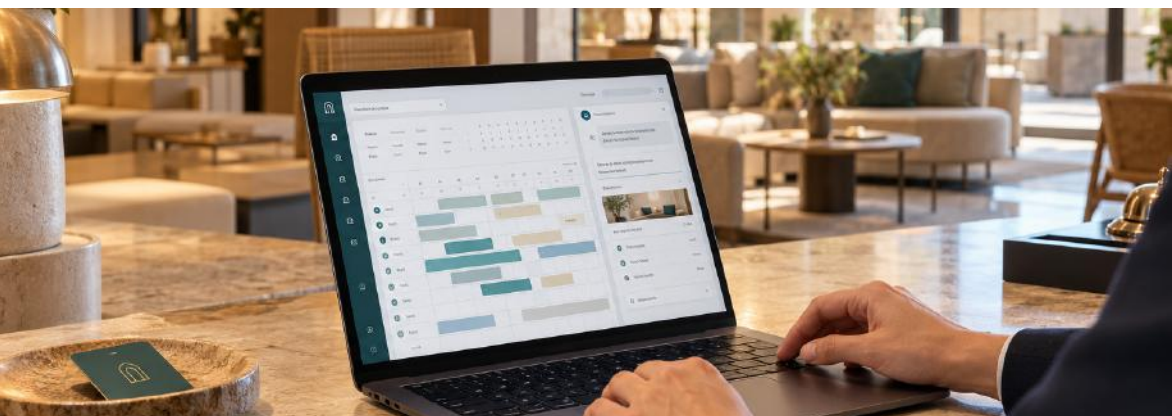
LA HOSTELERÍA OSCENSE ACERCA LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL A HOTELES Y ALOJAMIENTOS

La Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería y Turismo de Huesca celebró el 29 de septiembre, en el Hotel Pedro I de Aragón, una jornada sobre **inteligencia artificial aplicada a hoteles y alojamientos**. El encuentro formó parte del programa «Huesca, la Magia de la Hospitalidad» y se diseñó a partir de las necesidades trasladadas por los propios profesionales de la provincia.

La sesión abordó las posibilidades de la IA para mejorar la gestión, la comercialización y la atención al cliente. **Álvaro Carrillo de Albornoz, director general del Instituto Tecnológico Hotelero (ITH)**, abrió la jornada con una intervención sobre los cambios en la forma en que los viajeros buscan información, reciben recomendaciones y deciden sus reservas.

La parte práctica, a cargo de EVENING, se centró en herramientas y casos aplicables al trabajo diario de los establecimientos: desde la optimización de tareas y el ahorro de tiempo hasta el apoyo a la toma de decisiones. El programa incluyó una comida de trabajo para intercambiar experiencias y una sesión de tarde dedicada a analizar las necesidades de los asistentes y las posibles soluciones para sus alojamientos.

Con esta iniciativa, la Asociación acerca la formación tecnológica a la realidad del sector oscense, con un objetivo claro: que la inteligencia artificial pase de la teoría a la aplicación práctica en los establecimientos de la provincia.





**PEDRO AGUILERA ACERCA
A HUESCA LA COCINA DE
LA SIERRA DE CÁDIZ**

El chef **Pedro Aguilera**, al frente de **Mesón Sabor Andaluz**, protagonizó el 22 de septiembre una nueva sesión de los talleres «Huesca, la Magia de la Gastronomía», organizados por la Asociación Provincial de Empresarios de Hostelería y Turismo de Huesca en el CPIFP San Lorenzo.

Bajo el título «El Mesón en la Sierra de Cádiz», el encuentro acercó a los profesionales oscenses una cocina vinculada al territorio, al producto de temporada y a la relación directa con los pequeños productores.

El restaurante, situado en Alcalá del Valle y fundado por sus padres, José y Antonia, en 1996, cuenta con una estrella Michelin y dos Soles Repsol.

La sesión abordó la selección y el tratamiento del producto, el protagonismo de la huerta y la evolución del recetario familiar andaluz.

A través de la propuesta de Mesón Sabor Andaluz, el taller planteó cómo incorporar técnicas actuales sin perder el sabor, la memoria y la identidad de la cocina de origen.

La cita dio continuidad a un programa formativo que se desarrolla desde 2003 y que recibió en 2024 el **Premio Nacional de Hostelería a la Mejor Labor Formativa**. A lo largo de su trayectoria, los talleres han reunido a más de 7.000 participantes en más de 160 clases magistrales, acercando al sector distintas formas de entender y trabajar la gastronomía.

Una cita que confirma a estos talleres como una de las grandes escuelas vivas de la hostelería oscense, capaz de traer a Huesca la mirada de cocineros de toda España.



Recikla
adislař



Forma parte de nuestra red de reciclaje y
convierte tu aceite usado en una solución
para el medioambiente.

¡SÚMATE AL CAMBIO!

PURA CEPA VERMÚ CONQUISTA AL JURADO Y AL PÚBLICO DEL CONCURSO DE TAPAS JAMÓN DE TERUEL



«Ábrete sésamo», de Pura Cepa Vermú, ha ganado el premio a la Mejor Tapa Jamón de Teruel 2026 en la 23.ª edición del concurso provincial, organizado por Teruel Empresarios Turísticos y el Consejo Regulador del Jamón de Teruel. Los Jardines de San Pedro acogieron la entrega de premios, con los doce establecimientos finalistas, autoridades, jurados y patrocinadores.

La propuesta se llevó también el reconocimiento a la **Tapa Más Popular**, con **813 votos** y una valoración media de **4,83 sobre 5**, además del mayor número de «me gusta» en Instagram. El establecimiento recibió un premio de **500 euros** y la posibilidad de representar a Teruel en el **Campeonato Nacional de Tapas y Pinchos de España 2027**.



La final se celebró en la **Escuela de Hostelería y Turismo de Teruel**, ante un jurado presidido por **María José Meda**. Se valoraron el sabor, la creatividad, el protagonismo del Jamón de Teruel y el uso de productos de proximidad, junto a la vinculación con la temática de este año: el **40.º aniversario de la declaración del mudéjar turolense como Patrimonio Mundial**.



«Ábrete sésamo», de Pura Cepa Vermú, Mejor Tapa Jamón de Teruel 2026 y premio del público.



Las menciones especiales reconocieron a «**Cri-sol mudéjar**», del Portal de Guadalaviar, por el mejor maridaje con Viñas del Vero; a «**Tesoro mudéjar**», del Taller de Cocina de Teruel, por el maridaje con Cerveza Turia; y a «**La punta del Cimboggio**», del GastroBar Micelios de Alcañiz, como la tapa con más chispa Coca-Cola. El premio a la **mejor tapa apta para celíacos** recayó en «**Ajaraca**», del Hotel Andorra Sierra de Arcos.

El certamen reunió cerca de **4.000 votos** del público y contó con el patrocinio de Viñas del Vero, Cerveza Turia y Coca-Cola, junto al apoyo del Ayuntamiento de Teruel, Caja Rural, la Diputación de Teruel y el Gobierno de Aragón. La próxima cita serán las **Jornadas del Cerdo**, previstas para octubre y dedicadas a los establecimientos que incluyen **Cerdo de Teruel IGP** en sus cartas.

HOTEL PILAR PLAZA



Zaragoza, al otro lado de la ventana

En plena **plaza del Pilar**, este hotel permite descubrir el casco histórico a pie y contemplar la **basílica** desde algunas de sus habitaciones. Una ubicación íntimamente ligada a la ciudad, que en **octubre** cobra un protagonismo especial.

Alojarse en plena plaza del Pilar

Hay lugares que el viajero reconoce antes de llegar. **La plaza del Pilar** es uno de ellos, pero recorrerla durante una visita y **alojarse en ella** son experiencias distintas. Quedarse permite verla a primera hora, cruzarla varias veces al día y regresar cuando la iluminación nocturna cambia el aspecto de sus edificios.



En el **número 11** se encuentra el **Hotel Pilar Plaza**. Su emplazamiento sitúa al huésped en uno de los espacios que mejor explican Zaragoza: una plaza donde conviven el patrimonio, los paseos, las terrazas y los encuentros cotidianos. La ciudad monumental y la que utilizan sus vecinos comparten aquí el mismo escenario.

La ubicación tiene además una ventaja práctica: se puede salir a visitar el centro, volver un momento a la habitación y retomar el recorrido sin organizar grandes desplazamientos. El propio hotel se incorpora al paseo, con la libertad de decidir sobre la marcha cuánto tiempo dedicar a cada parada.

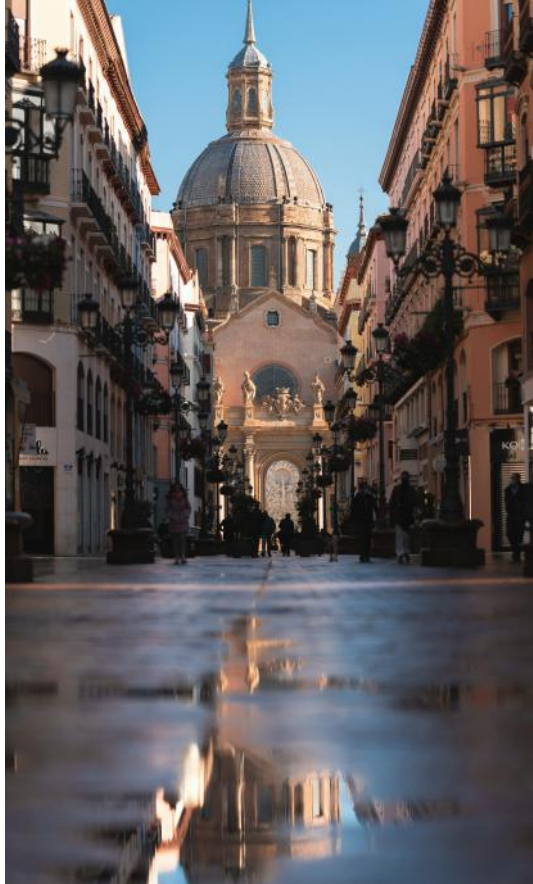


Una habitación frente al Pilar

Las **habitaciones con vistas a la basílica** son uno de los principales atractivos del establecimiento. Desde ellas, la fachada del Pilar adquiere una presencia poco habitual: el monumento que muchos visitantes contemplan desde la plaza forma parte de la vista desde la propia habitación.

Conviene distinguir estas habitaciones del resto de opciones del hotel, ya que **no todas comparten la misma orientación**. Para quien busca precisamente esa imagen al despertar, la elección de habitación es una parte importante de la reserva.

Los interiores presentan una decoración contemporánea, con predominio del blanco y líneas sencillas. En las estancias orientadas al Pilar, esa sobriedad deja espacio a lo que ocurre fuera: los detalles de la arquitectura, los cambios de luz y el movimiento de la plaza componen una escena que acompaña los distintos momentos del día.



EL CASCO HISTÓRICO, A PIE DE CALLE

Desde el hotel, el recorrido puede continuar hacia **La Seo y La Lonja**, acercarse al **Ebro** o adentrarse en las calles del casco antiguo. La proximidad entre estos espacios permite combinar las visitas culturales con una parada en un comercio, un café o una comida sin alejarse del alojamiento.

La **calle Alfonso**, el entorno del **Mercado Central** y las calles de tapeo amplían las posibilidades de una estancia que se disfruta caminando. Más que completar una lista de monumentos, alojarse aquí permite volver sobre los mismos lugares y descubrir cómo cambian entre la mañana y la noche.



Con el hotel tan cerca, resulta fácil volver a dejar las compras o descansar un rato antes de salir a cenar. Es una ventaja para quienes quieren **recorrer el centro a pie y aprovechar la estancia sin depender del coche**.

Esa relación con el entorno define la propuesta del Pilar Plaza: recorrer el centro desde la puerta del hotel y, al regresar a una de sus habitaciones con vistas, seguir teniendo la basílica delante.

Un palco sobre las fiestas

En **octubre**, las **fiestas del Pilar** llenan de actividad el entorno del hotel. La plaza reúne a vecinos y visitantes y acoge la **Ofrenda de Flores**, una de las citas más representativas de la celebración. Alojarse frente a ella permite vivir de cerca ese ambiente y contemplar, desde las **habitaciones orientadas al Pilar**, cómo se transforma uno de los escenarios más reconocibles de Zaragoza.

La estancia continúa al otro lado de la ventana: **el Pilar, la luz y la vida de la plaza también forman parte del viaje**.



LA DE SIEMPRE
LA DEL BARRIO

DESDE 1860

Del Rosario
LOTERIA DESDE 1860

LOTERIA
DESDE 1860

Del Rosario
LOTERIA
DESDE 1860

LOTERIA PARA EMPRESAS Y LOCALES
LOTERIADELROSARIO.ES
976 39 54 87

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL PUEDE AYUDAR A HOTELES Y RESTAURANTES A **DETECTAR PROBLEMAS RECURRENTE, RECONOCER SUS PUNTOS FUERTES Y COMPROBAR SI LAS MEJORAS LLEGAN AL CLIENTE.**

Una mesa que tarda en recibir la cuenta. Un desayuno que varios huéspedes describen como poco variado. La amabilidad de una recepcionista que reaparece en comentarios de semanas distintas. Las reseñas guardan detalles que merecen **una segunda lectura**, aunque en el día a día la atención suela centrarse en la puntuación y en responder la última crítica.

Leídas en conjunto, esas opiniones revelan coincidencias que pasan desapercibidas por separado. La inteligencia artificial puede facilitar ese trabajo (ordenar comentarios por temas, resumir lo más mencionado y señalar qué conviene revisar), siempre que se parta de **opiniones reales y se contrasten las conclusiones con los textos originales.**

DE LOS COMENTARIOS A LOS PATRONES

El primer paso es reunir las reseñas de un periodo concreto, conservando fecha y texto, **y retirar nombres y datos personales** innecesarios antes de introducirlas en la herramienta. Conviene incluir tanto las favorables como las críticas: quedarse solo con las peores ofrece una visión incompleta.

A partir de ahí se puede pedir a la IA que agrupe las menciones por asuntos —atención, tiempos de espera, limpieza, descanso, comida o relación calidad-precio—, que indique cuántos comentarios tratan cada tema y que muestre los fragmentos que respaldan cada clasificación.

Así, si varias reseñas elogian la cocina pero mencionan lentitud al pagar, esa coincidencia permite plantear una pregunta concreta al equipo: ¿qué ocurre entre que el cliente pide la cuenta y consigue abonarla? **El análisis orienta la revisión; descubrir la causa exige observar el servicio.**

TAMBIÉN INTERESA SABER QUÉ FUNCIONA

Las opiniones positivas señalan aquello que conviene conservar. Si los huéspedes destacan las recomendaciones de recepción o los comensales agradecen que se les explique la carta, el establecimiento tiene una pista sobre qué valora su clientela. Esa lectura sirve para **reconocer el trabajo del equipo**, compartir buenas prácticas y evitar que una virtud apreciada se pierda al cambiar la operativa.

COMPROBAR ANTES DE DECIDIR

Una vez aplicada una mejora, comparar periodos ayuda a ver si cambian los comentarios. Para hacerlo con criterio hay que tener en cuenta **cuántas reseñas se han recibido y en qué contexto**: una semana festiva y un mes de baja ocupación no son equivalentes. Además, quien escribe una reseña no representa a toda la clientela, sino a quienes deciden hacerlo.

La IA también puede preparar **borradores de respuesta, siempre revisados por alguien que conozca lo sucedido**. No debería inventar explicaciones, prometer compensaciones ni dar por resuelta una incidencia.

El valor de este trabajo se aprecia cuando una observación llega al responsable adecuado y **se convierte en una acción concreta**. Responder una reseña atiende a quien la escribió; revisar lo que señala puede mejorar la próxima visita.



¿TU EMPRESA EXISTE CUANDO TUS CLIENTES DECIDEN?

DURANTE AÑOS BASTÓ CON APARECER. HOY TU
CLIENTE TE ELIGE POR TU AUTORIDAD, NO POR TU
PRESENCIA.

9 DE CADA 10 CLIENTES TE INVESTIGAN ANTES DE HABLAR
CONTIGO. CUANDO LLEGAN A TI, YA HAN DECIDIDO SI CONFIAR.
TU AUTORIDAD HABLA ANTES QUE TÚ.

CONVIÉRTETE EN LA EMPRESA QUE RECOMIENDAN, TAMBIÉN LA IA.

DESCUBRE CÓMO TE VEN LOS QUE AÚN NO TE CONOCEN

comunicacion@stonne.es
www.stonne.es



Real Magic®