

BEDDING by PIKOLIN magazine

TERCER CUATRIMESTRE 2024- NÚMERO 49 www.pikolin.com



Premios Eficacia

Pikolin vuelve a ver reconocida la efectividad de su campaña 'La ilusión es el despertador que suena más fuerte'

Sostenibilidad

El certificado ISCC y el cumplimiento de la CSRD confirman la estrategia integral de la compañía

pikolin

Haz algo que
te quite el sueño.

Centro de Servicio al Cliente

902 220 023

Fax 902 102 088

e-mail: csc@pikolin.com

pikolin

**Haz algo que
te quite el sueño.**



Foto: Miguel Fuentes

Álvaro Soláns
Presidente Grupo Pikolin

A medida que nos acercamos al final de este año, quiero compartir con vosotros un mensaje de optimismo y energía renovada para afrontar juntos los retos y las oportunidades que nos traerá el 2025. Nos preparamos para un nuevo año lleno de posibilidades de crecimiento, en el que seguiremos colaborando con el mismo impulso y pasión que hemos compartido hasta ahora.

Este año, hemos visto los desafíos que ha enfrentado la región de Valencia tras el paso de la DANA. Algunos de nuestros clientes y amigos se han visto directamente afectados, y todos hemos sentido el impacto de las pérdidas. Sabed que contáis con el apoyo de toda la familia Pikolin. Unidos, como la gran sociedad solidaria que hemos demostrado ser, superaremos las adversidades y saldremos fortalecidos.

Con la vista puesta en el futuro, Pikolin está comprometido a seguir desarrollando soluciones y servicios que impulsen vuestro crecimiento y competitividad. Estamos aquí para ayudaros a fortalecer vuestros negocios, ofreciándoos herramientas y productos que respondan a las necesidades de un mercado que no para de cambiar.

Desde el corazón de esta gran familia que formamos juntos, os deseamos unas felices fiestas y un próspero Año Nuevo. Que este tiempo de descanso y celebración os llene de energía y esperanza para que, unidos, hagamos de 2025 un año lleno de éxitos compartidos. ¡Feliz Navidad y nos vemos en el camino hacia un futuro brillante!

pikolin**Haz algo que
te quite el sueño.**



Staff / Número 49

Tercer cuatrimestre 2024

DEPARTAMENTO COMUNICACIÓN
PIKOLIN

COORDINACIÓN: Nerea Arizmendi.

PIKOLIN
Ronda del Ferrocarril, 24.
50197 Zaragoza
Tel. 976 300 030
www.pikolin.com

EDITA ARAGÓN MEDIA LAB
REDACCIÓN: Carolina Iglesias.
MAQUETACIÓN: Noemí Auria
y Cristina Guallar.

ARAGÓN MEDIA LAB
Paseo Independencia, 29.
50001 Zaragoza
Tel. 976 765 039
www.aragonmedialab.com

DEPÓSITO LEGAL
Z 1201-2018

Edición especial para España y Portugal
Publicación cuatrimestral

Todos los derechos reservados. Queda totalmente prohibida la reproducción total o parcial de los datos, textos y fotografías sin autorización expresa del editor. La empresa editora no se responsabiliza de las opiniones.



ACTUALIDAD

06_ NUEVO RECONOCIMIENTO EN LOS PREMIOS EFICACIA 2024

Pikolin ha recibido el Oro en la categoría de 'Mejor Campaña de Producto/Servicio Existente' en la prestigiosa gala anual de la publicidad, gracias a 'La ilusión es el despertador que suena más fuerte'.

CORPORATIVO

12_ NUEVOS HITOS EN LA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

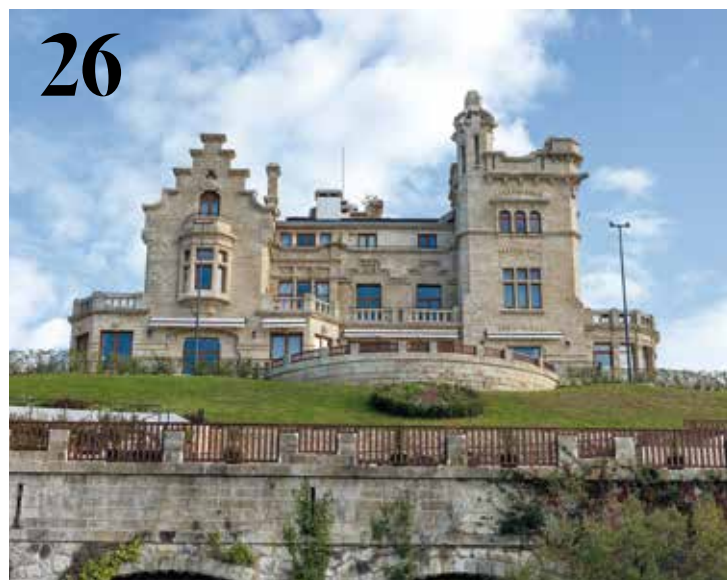
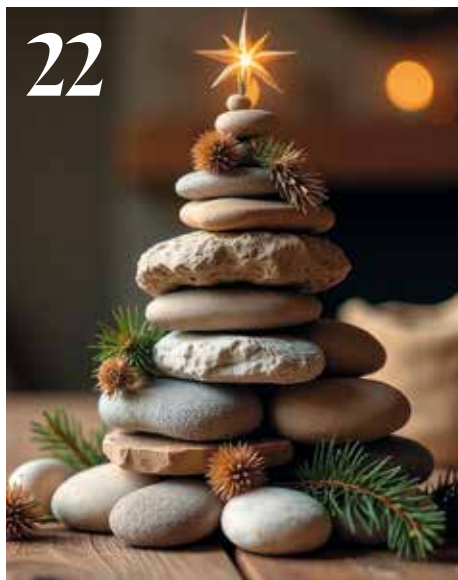
Pikolin obtiene la certificación ISCC que confirma su responsabilidad medioambiental y se suma al cumplimiento de la Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD).

PRODUCTO

16_ EN EL DESCANSO, ¿FIBRA O PLUMA?

Cada material aporta ventajas específicas que responden a diversas preferencias de confort y necesidades fisiológicas, ¡descubre cuál es la que más te conviene!



**ESTUDIO****18_ EL DESCANSO COMBATE EL ENVEJECIMIENTO**

Los investigadores confirman que el sueño profundo en las personas mayores contribuye a una vida más saludable y longeva.

ENTREVISTA**20_ ALEJANDRO TOQUERO, PERIODISTA GASTRONÓMICO**

"Alimentarse bien es poner las bases para una buena calidad de vida y no hacer demasiadas visitas al médico".

DECORACIÓN**22_ MINIMALISMO Y SOSTENIBILIDAD**

Estas Navidades las tendencias recuerdan que 'menos es más' cuando se busca la armonía y la estética en el hogar.

TÉCNICAS DE VENTA**24_ CÓMO MEJORAR LAS VENTAS EN EL ENTORNO ACTUAL**

Entrevista con Rafael Machín, director de la Escuela Universitaria de Ventas y del Área Académica de la Asociación Española de Retail y CEO de Fuerza Comercial.

HOTEL**26_ PALACIO ARRILUCE HOTEL**

Este hotel cinco estrellas de Getxo, levantado en un antiguo palacio, prepara con mimo múltiples sorpresas por la llegada de la Navidad.

CLIENTES**28_ ¿CUÁNTO SE DEBERÍA DORMIR?**

La respuesta está en la biología, que determina las horas recomendadas para cada persona, en la que inciden los factores genéticos y ambientales.

LITERATURA**30_ LECTURAS AL CALOR DEL HOGAR**

De cara a las próximas vacaciones de invierno, salen a la venta sugerentes títulos para disfrutar con sofá y manta.

**Haz algo que
te quite el sueño.**

Premios Eficacia 2024

Pikolin cosecha otro éxito con su última campaña

'LA ILUSIÓN ES EL DESPERTADOR QUE SUENA MÁS FUERTE' DE PIKOLIN, UNA APUESTA ESTRATÉGICA QUE HA CELEBRADO LOS 75 AÑOS DE LA MARCA, HA SIDO RECONOCIDA EN LA 26ª EDICIÓN DE LOS PRESTIGIOSOS PREMIOS EFICACIA GALARDONADO CON EL ORO EN LA CATEGORÍA DE 'MEJOR CAMPAÑA DE PRODUCTO EXISTENTE'



LA ÚLTIMA CAMPAÑA DE PIKOLIN HA SIDO SELECCIONADA A NIVEL NACIONAL ENTRE LOS 284 CASOS PRESENTADOS Y LOS 103 FINALISTAS DE LOS PREMIOS EFICACIA 2024

pikolin Haz algo que te quite el sueño.



Pikolin ha recibido el Oro en la categoría de 'Mejor Campaña de Producto/Servicio Existente' en la 26ª edición de los Premios Eficacia que, organizados por la Asociación Española de Anunciantes, se han consolidado como un referente en el reconocimiento de la efectividad publicitaria en España. En esta ocasión se ha visto distinguida, entre los 284 casos presentados y los 103 finalistas, la campaña 'La ilusión es el despertador que sueña más fuerte', que ha celebrado los 75 años de la marca y ha puesto en valor la importancia de la ilusión como motor de vida.

Con una propuesta única, Pikolin diseñó una campaña en la que la mirada infantil se erigió como protagonista, resaltando cómo la ilusión puede cambiar la forma en que se perciben y

viven las experiencias cotidianas. Bajo esta premisa, Pikolin contó con el trabajo creativo de las agencias Oriol Villar y Tango, además de la colaboración estratégica de Arena Media.

OBJETIVO. CONTAR HISTORIAS

Ana Robledo Pascua, directora de Marketing y Comunicación de Pikolin, explicó que el objetivo de la marca es contar historias de manera honesta y cercana, como un vehículo eficaz para captar la atención y generar impacto. "En Pikolin nos gusta contar historias para amplificarlas", señaló Robledo.

Según los datos del 'case study', esta estrategia ha permitido a Pikolin mejorar significativamente su posición en el mercado: la marca lidera el 'top of mind' en su categoría con un 47%

de notoriedad, marcando una diferencia de 20 puntos sobre su competidor más cercano. Además, consolida su relevancia en el sector y su conexión con el consumidor.

La campaña de Pikolin fue reconocida por su creatividad y su efectividad, ya que contribuyó a fortalecer la construcción de marca a largo plazo y a posicionar a Pikolin como un referente en el mundo del descanso.



Descubre más...

■ Con este código QR, es posible conocer más acerca de la gala de los Premios Eficacia 2024, la ineludible cita para los profesionales del ámbito de la publicidad y la comunicación a nivel nacional, en la que se ponen de manifiesto la efectividad de los mensajes de las marcas al llegar al consumidor.





Historias con corazón

Una llamada a la infancia para recuperar la ilusión

EL PREMIO EN LA GALA EFICACIA 2024 REPRESENTA UN RESPALDO A LA VISIÓN DE PIKOLIN DE SEGUIR INNOVANDO Y OFRECIENDO PROPUESTAS QUE VAYAN MÁS ALLÁ DE UN PRODUCTO PARA CONECTAR EMOCIONALMENTE CON EL PÚBLICO. ESTA CAMPAÑA, Y SUS SEIS HISTORIAS PROTAGONISTAS, SON UN CLARO EJEMPLO

Pikolin diseñó la campaña 'La ilusión es el despertador que suena más fuerte', en la que la mirada infantil se erigió como protagonista, resaltando cómo la ilusión puede cambiar la forma en que se perciben y viven las experiencias cotidianas.

El protagonismo recayó en niños y niñas que invitaban a la sociedad a poner la vista en el futuro. De este modo, los menores se convirtieron en un equipo editorial que visitaron distintos medios de comunicación y soportes informativos en los que ofrecían su visión de la realidad bajo el prisma de la ilusión.

En esta iniciativa, niños como la joven actriz Luna Fulgencio participaron activamente, compartiendo sus pensamientos y opiniones en medios como el programa de radio 'Más de Uno' en Onda Cero, dirigido por Carlos Alsina. Durante varios días, los niños aportaron al programa una perspectiva auténtica y esperanzadora, generando una conexión especial con la audiencia adulta. Esta mirada infantil también se extendió a otros espacios de difusión, in-

cluyendo el Mini-Informativo de Ángel Martín, donde los niños compartían noticias de su interés, ofreciendo una alternativa fresca, original y optimista.

Además, Pikolin colaboró con el diario 'ABC' en una acción especial donde un niño redactó una columna de opinión sobre temas tan actuales como la inteligencia artificial, en la que expresaba sus impresiones sobre este fenómeno desde su particular visión.

Igualmente, en el canal de crianza respetuosa @relajateyeduca, la experta Amaya de Miguel también abordó el estudio elaborado por Pikolin y animó a los adultos a seguir ilusionándose.

ILUSIÓN BASADA EN HECHOS REALES

Precisamente con el estudio 'Situación del estado de la ilusión en España 2024', Pikolin armó su estrategia de 'branded content'. Para ello, se basó en una encuesta 'online' durante el mes de enero en la que participaron adultos españoles de 35 a 75 años de edad y niños de 9 a 13 años. Con ella se quería comprobar si, con la



edad, la ilusión se destruye o solo se transforma porque el día a día no lo pone fácil.

Los resultados fueron reveladores. En el sondeo, 2 de cada 3 adultos envidiaba la ilusión con la que viven los niños. No obstante, el 80% de los mayores creía que la ilusión es una actitud personal y que hay que pelear por ella. Al mismo tiempo, el 90% de los niños encuestados afirmaba vivir con mucha ilusión.

A tenor de estos resultados, Pikolin lanzaba con su campaña un mensaje a la sociedad para invitarla a luchar contra el pesimismo, la apatía y la negatividad, responsables de la falta de motivación y el desaliento, especialmente entre los más pequeños.



**LOS MENORES SE
CONVIRTIERON EN UN
EQUIPO EDITORIAL QUE
VISITÓ DISTINTOS
MEDIOS DE COMUNI-
CACIÓN Y SOPORTES INFOR-
MATIVOS EN LOS QUE
OFRECÍAN SU VISIÓN DE
LA REALIDAD BAJO EL
PRISMA DE LA ILUSIÓN**

75 AÑOS
pikolin



Con nombre propio

Relatos y mensajes que **calan** en los adultos



La campaña 'La ilusión es el despertador que suena más fuerte' se compone de varias piezas audiovisuales en las que se descubren las ilusiones de siete niños con el objeto de que el espectador pueda reconectar con las suyas propias.

En total son seis las historias reales contadas desde la mirada de siete niños, en las que se incluyen pasiones e ilusiones que miran al futuro. Ellos son Alejandro, de 10 años, al que le encanta tocar el piano; Urvy, de 9 años, que es judoca; Ginebra, de 12 años, que adora montar a caballo; los hermanos Aniol y Genís, de 8 y 11 años, que disfrutaban de la belleza de las montañas al amanecer; Manuel, de 11 años, que es un

magnífico dibujante; y Martín, de 11 años también, al que le encanta bailar nada más levantarse por las mañanas.

Los relatos, cuidadosamente elegidos, buscan enamorar a la audiencia, a través de su emisión y su impacto en los distintos medios de comunicación. Cada uno de ellos compone una conmovedora escena, en la que se introducen los productos de Pikolin sin robar protagonismo a los niños.

pikolin Haz algo que te quite el sueño.

Resultados destacados

El galardón en los Premios Eficacia representa un respaldo a la visión de Pikolin de seguir innovando y ofreciendo propuestas que vayan más allá de un producto para conectar emocionalmente con el público.

■ **Impacto.** En el mini-informativo de Ángel Martín del canal de Youtube, la intervención de los niños de Pikolin que transmitían mensajes sobre la importancia de la ilusión duplicó las visitas.

■ **Innovación.** Los contenidos digitales sobre el por qué perdemos la ilusión cuando nos hacemos mayores fueron leídos por más de 1,6 millones de usuarios a los que les llegó el mensaje.



“EN PIKOLIN NOS GUSTA CONTAR HISTORIAS Y AMPLIFICARLAS”, EXPLICA ANA ROBLEDO DE MARKETING

Recursos Humanos

Pikolin recibe el distintivo **DIVEM** por su compromiso

ESTE RECONOCIMIENTO, QUE FORMA PARTE DEL PROGRAMA DIVEM, DESTACA EL ESFUERZO DE EMPRESAS SOCIALMENTE RESPONSABLES EN EL DESARROLLO DE ESTRATEGIAS QUE FOMENTAN LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES Y PREVIENEN LA DISCRIMINACIÓN

Pikolin fue reconocida con el distintivo DIVEM, otorgado por Accem, en reconocimiento a su compromiso y liderazgo en la gestión de la diversidad cultural y la promoción de un entorno laboral inclusivo. Este distintivo, que forma parte del programa DIVEM, destaca el esfuerzo de empresas socialmente responsables en el desarrollo de estrategias que fomentan la igualdad de oportunidades y previenen la discriminación.

En el reciente encuentro empresarial 'Del compromiso corporativo al impacto social', organizado por DIVEM, Pikolin participó junto a empresas destacadas como Shiseido, Atlas Copco y Cultivos Araba. En una mesa abierta, Isabel Banzo, de Pikolin, subrayó que la diversidad cultural ha impulsado la rentabilidad de la empresa y fortalecido su capacidad para atraer talento.

Gracias a su participación en el programa DIVEM, Pikolin ha desarrollado una estrategia



Recepción de la distinción por parte de Pikolin.

integral de diversidad cultural que no solo mejora su entorno laboral, sino que también alinea sus prácticas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030, reforzando así su papel como actor socialmente responsable, que va más allá de la sostenibilidad económica y medioambiental para alcanzar también la

social. El evento, en el que Pikolin y otras empresas compartieron sus experiencias, forma parte de la campaña 'No hay color', que busca sensibilizar y motivar a más organizaciones a adoptar la inclusión cultural como un valor estratégico y una fuente de nuevas oportunidades de negocio.

GRACIAS A SU PARTICIPACIÓN EN EL PROGRAMA DIVEM, PIKOLIN HA DESARROLLADO UNA ESTRATEGIA INTEGRAL DE DIVERSIDAD CULTURAL QUE NO SOLO MEJORA SU ENTORNO LABORAL, SINO QUE TAMBIÉN ALINEA SUS PRÁCTICAS CON LOS ODS DE LA AGENDA 2030

75 AÑOS
pikolin

Sostenibilidad

Otro hito en responsabilidad y transparencia

**LA CERTIFICACIÓN ISCC
DISTINGUE A PIKOLIN COMO
PIONERO EN SU CATEGORÍA DE
FABRICANTES, CONSOLIDANDO
SU LIDERAZGO EN LA
INDUSTRIA DEL DESCANSO
Y DEMOSTRANDO SU
COMPROMISO POR POR LA
INNOVACIÓN Y
LA SOSTENIBILIDAD**

Pikolin anuncia la obtención del certificado ISCC (International Sustainability and Carbon Certification). Este reconocimiento marca un avance significativo en el compromiso de la compañía con la responsabilidad medioambiental y la transparencia en sus procesos de fabricación. El certificado ISCC es un estándar globalmente reconocido que garantiza prácticas sostenibles en toda la cadena de suministro, promoviendo la economía circular, la reducción de la huella de carbono y la transparencia en el uso de recursos, así como los derechos humanos y las buenas prácticas en la gestión.

certificación ISCC cubre varias áreas esenciales: la producción sostenible de biomasa, la trazabilidad de materiales a través de toda la cadena de valor, y el cumplimiento de estándares que impulsan una economía baja en carbono.

Su implementación en empresas de sectores industriales y químicos ha permitido a las compañías transformar sus prácticas, reducir sus emisiones y mejorar el reciclaje y aprovechamiento de recursos. En Pikolin, este certificado validará un compromiso tangible con el uso responsable de materias primas y el fomento de un impacto ambiental positivo en sus operaciones.



**Haz algo que
te quite el sueño.**

¿QUÉ ES EL CERTIFICADO ISCC?

El sistema ISCC fue fundado en Alemania y es uno de los programas de certificación de sostenibilidad más reconocidos a nivel mundial. La

SOSTENIBILIDAD EN LA INDUSTRIA

El certificado ISCC ha sido adoptado por líderes industriales como Nurel, Dow, Repsol y Covestro, quienes han aplicado estos principios

¿Por qué certificarse?

■ La sostenibilidad en la forma de producción y consumo ha adquirido una mayor relevancia en los últimos años. Garantizar dicha sostenibilidad en todos los productos, mercados y cadenas de suministro contribuye a:

- Protección de tierras biodiversas o con alto contenido de carbono
- Cadenas de suministro libres de deforestación
- Cumplimiento de los derechos humanos, laborales y de la tierra
- Cumplimiento con el mercado de biocombustibles de la UE
- Monitoreo de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)



en áreas clave de producción, incluyendo el reciclaje mecánico y la creación de materiales a partir de recursos renovables. Pikolin se une ahora a este grupo con la visión de impulsar iniciativas que reduzcan la dependencia de materiales fósiles y aumenten la proporción de insumos reciclados y sostenibles en sus productos. Para el sector del descanso, esto se traduce en una mayor responsabilidad en cada etapa del ciclo de vida de los productos, desde su diseño hasta su disposición final, momento en el que llegan al consumidor.

¿QUÉ SIGNIFICA PARA PIKOLIN?

Con la certificación ISCC, Pikolin ha logrado validar que la fabricación de su espuma de poliuretano, utilizando materiales como TDI, polioliol y CO₂, cumple con estrictos criterios de sostenibilidad internacionalmente reconocidos. Esta certificación destaca a Pikolin como pionero en su categoría como fabricantes al introducir este tipo de espuma innovadora y más sostenible. La obtención de este certificado refleja un avance significativo hacia la fabricación de productos cada vez más respetuosos con el medio ambiente, impulsando el uso de materiales renovables de manera eficiente.

Esta certificación es un hito que refuerza el liderazgo de Pikolin en la industria del descanso, subrayando su compromiso con la innovación y la sostenibilidad en cada etapa de su cadena de suministro.



Más allá del medioambiente

■ La certificación de sostenibilidad ISCC promueve, además, los derechos humanos, laborales y de la tierra; así como las buenas prácticas para su gestión. Asegura una cadena de suministro libre de deforestación y la protección de tierras con biodiversidad y stock de carbono. Además, este estándar proporciona la metodología para verificar las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones de emisiones.

EN PIKOLIN, ESTE CERTIFICADO VALIDARÁ UN COMPROMISO TANGIBLE CON EL **USO RESPONSABLE DE MATERIAS PRIMAS** Y EL FOMENTO DE UN IMPACTO AMBIENTAL POSITIVO

Excelencia

Una sólida estrategia con todas las garantías

GRUPO PIKOLIN SE SUMA AL CUMPLIMIENTO DE LA CORPORATE SUSTAINABILITY REPORTING DIRECTIVE (CSRD), UNA NORMATIVA DE LA UNIÓN EUROPEA QUE, DESDE EL 5 DE ENERO DE 2023, ESTABLECE NUEVOS ESTÁNDARES PARA LOS INFORMES DE SOSTENIBILIDAD, LO QUE EXIGE TENER QUE REPORTAR DE MANERA DETALLADA Y TRANSPARENTE SU IMPACTO AMBIENTAL, SOCIAL Y DE GOBERNANZA (ESG)

Desde hace tiempo en Grupo Pikolin hemos estado trabajando activamente para adaptar nuestra estrategia empresarial y estar preparados ante los nuevos requerimientos, reafirmando nuestro compromiso con la sostenibilidad en todas sus vertientes. Ahora, en línea con ese esfuerzo continuo, nos sumamos al cumplimiento de la Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), una normativa de la Unión Europea que, desde el 5 de enero de 2023, establece nuevos estándares para los informes de sostenibilidad. Este marco exige a las empresas reportar de manera detallada y transparente su impacto ambiental, social y de gobernanza (ESG).

¿QUÉ ES LA CSRD?

La CSRD reemplaza la anterior Non-Financial Reporting Directive (NFRD) y se extiende a un mayor número de empresas. Este cambio no solo exige más datos, sino que los reportes

sigan normas específicas del European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG), y sean auditados externamente para garantizar su autenticidad. Con esta directiva, se busca no solo la divulgación de la información, sino que las empresas integren la sostenibilidad en su estrategia y operaciones.

Los estándares de informes CSRD ayudarán a las empresas a medir y gestionar mejor su exposición a los riesgos relacionados con el medio ambiente, la sociedad y la gobernanza (ESG), así como a convertirse en mejores ciudadanos corporativos al medir, divulgar y gestionar los impactos de sostenibilidad que crean. Estos estándares abarcan las cuestiones relacionadas con el medio ambiente, el desarrollo social y las buenas prácticas empresariales.

UN OBJETIVO DE GRUPO

Para el Grupo Pikolin, cumplimentar la CSRD significa compartir de manera detallada cómo sus actividades en Europa, Asia y América afec-

tan al planeta y a las personas. Esto incluye explicar sus objetivos, las medidas adoptadas y los riesgos de sostenibilidad a los que se enfrenta. Este enfoque colectivo se traduce en un cambio cultural relevante, demostrando un compromiso real de todas las empresas del grupo hacia la sostenibilidad.

UN PASO MÁS

Cumplir con la CSRD es crucial para alinear las operaciones de las empresas con estándares globales de sostenibilidad y fomentar la confianza de clientes y socios. Para el Grupo Pikolin, este paso representa una oportunidad de liderar con el ejemplo y de reforzar su compromiso con un crecimiento sostenible, logrando que la transparencia y la responsabilidad social sean pilares fundamentales de su modelo de negocio. A su vez, refuerza su posición de liderazgo dentro del sector del descanso con una estrategia sólida que se adelanta a las exigencias de los nuevos tiempos.

CUMPLIR CON LA CSRD ES CRUCIAL PARA ALINEAR LAS OPERACIONES DE LAS EMPRESAS CON ESTÁNDARES GLOBALES DE SOSTENIBILIDAD Y FOMENTAR LA CONFIANZA DE CLIENTES Y SOCIOS



Haz algo que te quite el sueño.

¿Por qué es importante?

■ La CSRD es un paso importante hacia una economía más sostenible y justa. Al exigir a las empresas que sean transparentes sobre su impacto, la CSRD ayuda a los consumidores, inversores y otros actores a tomar decisiones más informadas. Además, incentiva a las empresas a innovar y desarrollar soluciones sostenibles. La CSRD es una nueva normativa europea que obliga a las empresas a ser más transparentes sobre su impacto ambiental y social. Esta regla es fundamental para avanzar hacia un futuro más sostenible.

ESG

Fibra o pluma

La ciencia y el **confort** que nos acompañan en el descanso

LOS MATERIALES DE DESCANSO, COMO LA PLUMA Y LA FIBRA, JUEGAN UN ROL FUNDAMENTAL EN LA CALIDAD DEL SUEÑO Y, EN CONSECUENCIA, EN LA SALUD Y EL BIENESTAR GENERAL. CADA MATERIAL APORTA VENTAJAS ESPECÍFICAS QUE RESPONDEN A DIVERSAS PREFERENCIAS DE CONFORT Y NECESIDADES FISIOLÓGICAS

pikolin Haz algo que
te quite el sueño.



Rellenos nórdicos

■ CONFORT Y ADAPTABILIDAD PARA TODO EL AÑO

El relleno nórdico, con origen en las frías regiones de Escandinavia, ha evolucionado de ser una solución artesanal a un imprescindible en los climas de inviernos largos y húmedos de Europa. Desde sus primeros usos en el norte, donde los habitantes desarrollaron métodos de abrigo usando plumón de aves acuáticas, esta técnica de descanso se extendió al resto del continente.

Hoy en día, Pikolin incorpora esta tradición de confort en su gama de rellenos nórdicos, diseñados tanto en pluma natural como en fibras sintéticas avanzadas, mejoradas con tratamientos que ofrecen soluciones personalizadas para mejorar la calidad del sueño.

Pikolin apuesta por la optimización de la funcionalidad de sus rellenos nórdicos con tratamientos dermatoprotectores de Aloe Vera, que ofrece beneficios calmantes para la piel; tratamientos antiácaros, ideales para mantener una cama libre de alérgenos; y el tratamiento Triple Barrera, que protege contra ácaros, bacterias y hongos. Estos tratamientos no solo brindan un confort adaptado a las necesidades individuales, sino que también aseguran un entorno de descanso saludable, contribuyendo a un sueño profundo y reparador en cualquier estación.



Funda de colchón antiparásitos de Pikolin.

En Pikolin, estos materiales se emplean en productos clave como almohadas, protectores acolchados, edredones o toppers, cada uno con sus beneficios particulares. Comprender las propiedades de la fibra y la pluma, y el impacto que estos materiales pueden tener en el sueño, ayuda a tomar decisiones informadas sobre el descanso.

LA PLUMA: AISLAMIENTO NATURAL Y DURABILIDAD

La pluma y el plumón se mantienen entre los materiales más apreciados en la industria del descanso, especialmente por su excelente capacidad para retener el calor. La estructura tridimensional de las plumas permite crear pequeñas cámaras de aire, lo que actúa como aislante natural y ayuda a mantener una temperatura confortable sin causar sobrecalentamiento. Estudios recientes muestran que los productos de plumón pueden ofrecer hasta un 30% más de retención de calor que las fibras sintéticas, lo que hace que este material sea especialmente adecuado para climas fríos.

A nivel de sostenibilidad, la pluma y el plumón son opciones duraderas. La demanda de plumón ético y de fuentes responsables ha crecido en los últimos años; en la actualidad, un 60% de los consumidores globales en el sector textil valoran los materiales naturales y sostenibles, lo cual impulsa el interés en productos de plumón certificados por su trazabilidad y su bajo impacto ambiental.

LA FIBRA: LIGEREZA, TRANSPIRABILIDAD Y MANTENIMIENTO

En contraste, los rellenos de fibra, especialmente las microfibras y fibras huecas de poliéster, ofrecen una alternativa popular, tanto por su ligereza como por su alta transpirabilidad. Estos materiales permiten la circulación de aire constante, lo que ayuda a reducir la acumulación de humedad y a mantener la cama fresca, incluso en las noches más calurosas. Según datos de la Sociedad Española de Alergología e Inmunología Clínica (SEAIC), la fibra es una opción ideal para personas con alergias, ya que es naturalmente hipoalérgica y resistente a los ácaros.

La fibra también destaca en términos de facilidad de cuidado y durabilidad. Los rellenos de fibra pueden lavarse con frecuencia, lo cual es una gran ventaja para quienes buscan una opción de bajo mantenimiento. En España, los estudios muestran que el 48% de los consumidores prefieren productos de fibra en sus almohadas y protectores de colchón debido a su resistencia a la deformación y al uso frecuente, lo que los convierte en una elección popular en la categoría de descanso.



Beneficios para la salud

Un sueño reparador, clave contra el **envejecimiento**

EL DESCANSO NO SOLO ES ESENCIAL PARA REPONER ENERGÍA Y MANTENER LA MENTE ACTIVA, TAMBIÉN CONTRIBUYE A UNA VIDA MÁS LONGEVA Y SALUDABLE. POR ESO, LOS INVESTIGADORES CONFIRMAN QUE LA FALTA DE SUEÑO PROFUNDO EN LAS PERSONAS MAYORES AUMENTA EL RIESGO DE ENFERMEDADES Y EL DETERIORO COGNITIVO

LOS EXPERTOS CONCLUYEN QUE TENER PATRONES DE SUEÑO IRREGULARES SE ASOCIA CON UNA ACELERACIÓN DE LA DEGRADACIÓN CELULAR DEL ORGANISMO Y MAYOR RIESGO DE ENFERMEDADES

Según un reciente estudio realizado por la Universidad de Augusta de Georgia, Estados Unidos, la calidad del descanso nocturno es determinante para mantenernos jóvenes y vitales, ya que interviene en la ralentización del proceso de envejecimiento celular.

Para llegar a esta conclusión, los investigadores analizaron datos de más de 6.000 adultos con una edad promedio de 50 años que participaron en la Encuesta Nacional de Examen de Salud y Nutrición de EEUU entre 2011 y 2014. A todos ellos se les distribuyó un reloj de actividad física que emplearon de 4 a 7 días, para evaluar tanto su nivel de ejercicio como el envejecimiento biológico a partir de un conjunto de marcadores clínicos. Para ello, también se realizó un análisis previo de las muestras de

sangre de los participantes para estimar sus edades biológicas, teniendo en cuenta factores de salud clave como la diabetes, la hipertensión, enfermedades hepáticas y renales o los niveles de colesterol.

Los resultados arrojaron que las variaciones en el ciclo de sueño y vigilia se asociaban con un envejecimiento biológico más acelerado. Es decir, aquellos que mostraban diferencias sustanciales en la hora de acostarse y la duración del sueño durante los días laborables y los fines de semana o los que sufrían interrupciones durante el tiempo de descanso tenían la edad biológica más alta. Según los datos del estudio, que fue publicado en la revista 'Sleep Health', estas personas eran casi un año más mayores, biológicamente hablando, que los que dormían bien habitualmente. Así, los investigadores su-



Haz algo que te quite el sueño.



¿Por qué hay que dormir bien?

■ Estudios científicos han demostrado que el sueño resulta clave en procesos cognitivos como la memoria, la atención y la resolución de problemas. Durante las horas de descanso, el cerebro trabaja para consolidar recuerdos, procesar información y formar nuevas conexiones neuronales que optimizan su rendimiento. Igualmente prescinde de aquellas sinapsis que no le sirven.

■ Dormir bien está íntimamente ligado a nuestra salud mental, pues contribuye a mantener el equilibrio emocional y psicológico, ya que ayuda a regular el estado de ánimo y preve-

nir cambios bruscos de humor. Las personas que sufren algún trastorno del sueño duplican los riesgos de desarrollar depresión en comparación con quienes duermen adecuadamente.

■ Mientras dormimos, se activan procesos de reparación celular, eliminación de toxinas y fortalecimiento del sistema inmunológico. Un sueño adecuado contribuye a sanar y proteger el corazón y los vasos sanguíneos, además de regular las hormonas que controlan el metabolismo y el apetito. En definitiva, fortalece las defensas y aumenta la resistencia del cuerpo a las enfermedades.

gieren que las desviaciones en nuestro reloj biológico interno probablemente interrumpen los mecanismos centrales que gobiernan el envejecimiento.

Por todo ello, concluyen los expertos que tener patrones de sueño irregulares estaría asociado con una aceleración de la degradación celular del organismo y, en último caso, aumentando nuestras probabilidades de enfermedades y una muerte más temprana.

APRENDIENDO A DORMIR

El cambio de un sueño profundo y consolidado en la juventud a un sueño irregular e insuficiente puede comenzar desde una edad temprana, lo que contribuirá a generar dolencias cognitivas y físicas en la mediana edad, por lo que es importante la prevención.

Es cierto que los patrones de sueño tienden a cambiar a medida que envejece. La mayoría de las personas encuentran que el proceso de envejecimiento los lleva a tener dificultades para conciliar el sueño. Es probable que se despierten con más frecuencia durante la noche y que se levanten más temprano por la mañana, disminuyendo el tiempo total que dedica al descanso. Especialmente se reduce el sueño profundo, la fase en que en mayor medida se produce la regeneración celular. Además, la transición entre el sueño y la vigilia con frecuencia puede ser más abrupta, lo que hace que las personas mayores sientan que tienen un sueño más ligero que cuando eran jóvenes. Otras causas incluyen la necesidad de levantarse a orinar, o la ansiedad, incomodidad que se genera por enfermedades prolongadas.

Para mejorar la calidad del sueño, tanto en la edad avanzada como en el resto de la población que encuentre dificultades para su conciliación, los expertos recomiendan seguir una buena higiene del sueño. Esto incluye mantener un horario regular para acostarse y levantarse, crear un ambiente de sueño cómodo y relajante en la habitación, evitar la cafeína y el alcohol antes de dormir, y limitar el uso de dispositivos electrónicos inmediatamente antes de acostarse, entre otros hábitos.

Del mismo modo, mantener una vida equilibrada, en la que se incluya el ejercicio físico moderado, una dieta nutritiva y saludable, así como incorporar técnicas de relajación en el día a día pueden conseguir que el sueño se regule y se optimice el descanso, favoreciendo el bienestar físico y psicológico.

Periodista gastro, agro, eco... Un poco de todo. Así se define en su cuenta de Instagram, ¿podría decir que quizá está todo un poco unido?, ¿el campo, con la comida, con el apego al entorno local...?

Así es. De alguna forma es lo que he querido transmitir: mi interés por el producto local y de cercanía, donde está el origen, y por un trabajo en el campo lo más natural y ecológico posible. Esto garantiza buenas materias primas que son la base de unas propuestas gastronómicas de calidad. A partir de ahí ya entran en juego el gusto, el aprendizaje y otros factores que en cada persona determinan cómo se relaciona con la comida. Todo me interesa: desde el trabajo en el campo al punto hedonista del bocado más delicado.

Con una dilatada trayectoria periodística, ¿qué ha supuesto el alcance de las redes sociales en tus contenidos?

Sobre todo, la posibilidad de llegar a mucha más gente. Casi siempre he trabajado en medios tradicionales -especialmente en prensa escrita- y la llegada de las redes sociales me ha acercado a un público más amplio. Resulta muy agradecido comprobar cómo gente joven que nunca ha leído un periódico se interesa por un restaurante que he reseñado o por una receta.

¿No siente mucha responsabilidad al recomendar un plato o un restaurante?, ¿alguna vez le han reprochado un mal consejo en este sentido?

Siento bastante responsabilidad y no es de las cosas que más me gusten. Tengo media docena de establecimientos de referencia que estoy convencido de que nunca fallan y los suelo sugerir, pero advirtiéndole de que lo que para mí está bien, igual otra persona no lo percibe de la misma forma. En cualquier caso, el nivel de la restauración en Aragón está muy alto y hay muchísimos sitios recomendables. Y sí, alguna vez me han reprochado algún consejo, pero hay que entender que un restaurante no es una fábrica de tornillos. Puede tener días buenos, regulares y malos.

Con las redes sociales también se incentiva ese improvisado y creciente periodismo ciudadano que surge de tener un móvil siempre a mano, ¿no le parece?

La inmediatez es uno de los rasgos característicos de lo noticioso. Eso es algo que todos los periodistas llevamos dentro: intentar ser los primeros en contar algo, dar una primicia o una exclusiva que nadie tiene. Pero claro, de ahí a que una persona con un móvil, solo por estar en un determinado escenario, se convierta en periodista, va un trecho. La noti-

“Alimentarse bien es poner las bases para una buena calidad de vida y no hacer demasiadas visitas al médico”

Alejandro Toquero

Periodista gastronómico

Foto: Aránzazu Navarro

cia para ser tal necesita ser contrastada, hace falta un contexto que la arrope, validarla a través de las fuentes... Ese es el trabajo del profesional. Lo otro entraría dentro del terreno del chascarrillo o la improvisación.

¿Cómo decidió que quería ser periodista?, ¿y cómo fue lo de especializarse en el ámbito gastronómico, ¿fue algo vocacional o surgió por casualidad?

Desde muy niño veía a mi padre leer el periódico y ese fue mi primer enganche. Ya de adolescente, la curiosidad, el querer saber más del mundo que me rodea y firmas como la del crítico taurino Joaquín Vidal en 'El País' me terminaron de animar. No me gustan los toros, pero sus críticas me parecían verdaderas joyas. Yo quería escribir como él. Lo de centrarme en la gastronomía fue pura casualidad. Empecé a trabajar en una agencia de comunicación especializada en estos temas hace más

de 25 años y desde entonces ahí sigo, intentando dejar mi sello.

Podría decirse que la gastronomía sigue vi- viendo un 'boom' social y mediático, ¿hasta qué punto cala el mensaje de que hay que disfrutar de una comida saludable y respetuosa con el entorno?

Desde hace tiempo hay mucho interés por la gastronomía. Lo que haría falta es que llegase a los más pequeños, que incluso en los colegios hubiese una asignatura que incidiese en la importancia de una buena alimentación. Al final, alimentarse bien es poner las bases para tener una buena calidad de vida y no hacer demasiadas visitas al médico. Y eso solo se conseguirá si es información llega a los niños. Ese también será el momento en que, de verdad, cale el mensaje de lo importante que es disfrutar de una alimentación saludable y respetuosa con el medio ambiente.

Pinceladas bio

• **FORMACIÓN ACADÉMICA.** Estudié la carrera de Periodismo en la Universidad del País Vasco y tengo el máster de Periodismo de El Correo Español-El Pueblo Vasco.

• **ACTIVIDAD PROFESIONAL.** Mi vinculación más estrecha con la gastronomía va de la mano de HERALDO DE ARAGÓN, donde ejerzo de periodista gastronómico desde 2010. Antes había trabajado en la agencia de comunicación Adico como jefe de redacción de las revistas 'Sabor de Aragón' y 'Viajar por Aragón'.

Desde 2021 colaboro con la Guía Repsol elaborando reportajes vinculados a la gastronomía y al turismo, sobre todo en Aragón, pero también en otras zonas de España. También soy colaborador de la revista '7 Caníbales' del grupo Vocento, Premio Nacional de Gastronomía 2018. Además, soy el responsable de la coordinación de la revista HORECA (Hostelería y Turismo de Aragón). Durante unos años, también gestioné la revista del Mercado Central de Zaragoza. Por último, colaboro asiduamente con la Asociación de Periodistas Agroalimentarios de España generando contenidos de calidad para varios medios.

Soy académico de número de la Academia Aragonesa de Gastronomía y cofrade de honor de la Cofradía de la Borraja y el Crespillo de Aragón. He recibido el premio a la mejor labor gastronómica de la Asociación de Cocineros de Aragón.

afortunadamente se está perdiendo: los callos de El Candela, las lechecillas de Qué prisa llevas, las madejas de Cabuchico o las manitas de A Fartalla.

¿Es un cocinillas?

Por supuesto. Me gusta cocinar e improviso bastante. Me relaja mucho meterme en la cocina con un buen vaso de vino y preparar un arroz o un asado para compartir con amigos o con la familia. La cocina la entiendo como uno de los actos de amor más bonitos.

Por último, ¿algún proyecto profesional entre manos que quiera contarnos?

Aunque estoy muy centrado en contar a los aragoneses lo bueno y rico que se cocina en esta tierra, me apetece dar el salto de contar fuera de Aragón lo que pasa aquí. Creo que ya va siendo hora de hacerlo. Colaboro en tres medios nacionales y quiero seguir ampliando horizontes.

pikolin Haz algo que te quite el sueño.

En este sentido, y como testigo de la evolución de la gastronomía en los últimos años, ¿van a comer diferente las nuevas generaciones?, ¿hay riesgo de perder recetas tradicionales que ya no van a acordarse al estilo de vida actual?

En general, ya están comiendo diferente. Cada vez se cocina menos en casa y eso se traduce en una mayor presencia de productos precocinados y de quinta gama. En el sector hostelero, lo que se está notando en los últimos años es una tendencia a la homogeneización, a ver elaboraciones parecidas en muchos sitios. En ese sentido, sí que hay un cierto riesgo de que el recetario tradicional pierda protagonismo. Pero al mismo tiempo, esta situación es una oportunidad, porque el que sea capaz de verla encontrará un hueco.

Esta misma semana he leído un artículo sobre la alimentación del futuro, ¿insectos,

carnes 3D, pastillas que equivalgan a una comida...?, ¿qué le parece?, ¿todo esto es más ficción que una probable realidad?

Esta realidad existe. En el mundo hay cerca de dos mil especies de insectos comestibles y en los supermercados ya hay bandejas de beicon y de algunas elaboraciones de carne artificial. Otra cosa es que lo veamos en un futuro más o menos cercano. Lo que es seguro es que dentro de poco tiempo será complicado que haya tantas vacas y cerdos como para alimentar a 10.000 millones de personas en el mundo. Pero no me atrevo a vaticinar cuándo se producirá un cambio tan radical.

A ver si se moja... ¿con qué regiones españolas se quedaría a la hora de planear o recomendar una escapada meramente gastronómica?

No me voy a ir lejos. Me quedo en Zaragoza animando a redescubrir la casquería, que des-



EL VERDADERO ESPÍRITU NAVIDEÑO LLEGA A LOS HOGARES SIN EXCESIVAS ORNAMENTACIONES NI ESTRIDENCIAS, APOSTANDO POR MATERIALES NATURALES Y TEXTURAS ORGÁNICAS, RECORDANDO QUE SOMOS PARTE DE UNA ECONOMÍA SOSTENIBLE Y CIRCULAR

Minimalismo y sostenibilidad

Estas navidades menos es más

Es mucho más que una tendencia, es una filosofía y una forma de entender nuestro sitio en el mundo. El desarrollo sostenible y el respeto por el entorno lo impregna todo, hasta la decoración del hogar y la forma de celebrar las fechas más señaladas. Por eso, esta Navidad no escapa a los dictados sociales y hace de la apuesta por el minimalismo y el medio ambiente una máxima indiscutible de puertas para adentro.

Para ello se requiere una vuelta a lo auténtico, prescindiendo de lo superfluo y ornamental para quedarse con lo esencial. Son las líneas clásicas y geométricas las que marcarán las estancias de la vivienda, con predominio de la sencillez. Por tanto, el mobiliario se reduce a la mínima expresión y combinará con paredes y

suelos en suaves tonalidades, que comprenderán desde la gama de los blancos y crudos hasta la de grises, pasando por los colores beis y maderas que contribuirán, además, a ofrecer ese toque de componente orgánico tan acorde a la corriente minimalista.

LO NATURAL, LO MÁS BELLO...

No hay nada mejor que inspirarse en la naturaleza para estar a la última en estilo y optar por los espacios donde la luz y la vegetación están perfectamente integrados. Es una decoración que apuesta por materiales y texturas orgánicas como madera, piedra, troncos, mimbres... el textil del hogar también huye de los sintéticos para acoger tejidos naturales como lana, algodón, lino, seda, pelo...



pikolin Haz algo que te quite el sueño.



Los aportes vegetales se hacen un sitio en las estancias mediante especies características de la temporada invernal. Las plantas y macetas aportan frescura y belleza, al tiempo que permiten regular el ambiente y contribuir a una mayor calidad del aire.

... Y LO MÁS RESPONSABLE

Con el 'menos es más' de la filosofía minimalista, se combate el exceso de la ornamentación típicamente festiva para crear y acondicionar rincones confortables y cálidos. Además, el movimiento entra en consonancia con la disminución de recursos y la reducción de los residuos que marca el desarrollo sostenible, también con la apuesta por la reutilización de materiales y el reciclaje, así como con la adop-

ción, en definitiva, de un modelo de consumo más responsable que también debe reflejarse en la decoración del hogar. Al utilizar materiales naturales, de bajo impacto ambiental, la decoración sostenible se suma a la protección del entorno y a la mitigación del cambio climático y genera espacios más saludables.

Por otra parte, se prioriza la eficiencia energética mediante la utilización de sistemas de iluminación y climatización eficientes, así como el diseño de espacios que aprovechan la luz natural y la ventilación.

Todo ello a través de una decoración que permite asumir una amplia variedad de opciones estéticas y estilos de diseño, lo que propicia espacios únicos y personalizados en el hogar que conjugan lo bello con lo responsable.

Cuestión de moda

- **MOBILIARIO REICLADO.** Los muebles con materiales reciclados son una manera económica y funcional de contribuir al medio ambiente. Una opción recurrente es el uso de palés, bidones o toneles que pueden crear ambientes distintos.
- **TOQUES DEL BOSQUE.** Es momento de aprovechar los frutos de los bosques como las piñas, el musgo, las hojas de los abetos y las flores de Pascua, tan característicos del invierno y de las navidades.
- **COMPLEMENTOS ARTESANALES.** Alfombras, sillas, cabeceros, lámparas o cortinas... son muchos los elementos hechos a mano que pueden incorporarse a la decoración del hogar con materiales naturales como la madera y distintas fibras como el esparto, el mimbre, la lana y el algodón. Armonizan con una moda ecológica y duradera donde cada pieza es única.



“Necesitamos llevar la adaptación al cliente a un nivel perfecto”

La transformación digital se ha convertido en una realidad global. Hoy hablamos de teletrabajo y de formación 'online' en un mundo hiperconectado repleto de dispositivos inteligentes. Hemos dado un salto de tres décadas. Los modelos actuales de trabajo, las formas que tenemos de relacionarnos e incluso de disfrutar de nuestro ocio siguen cambiando. Vivimos en uno de los entornos VUCA (Volatility, Uncertainty, Complexity y Ambiguity) más importantes de nuestra historia moderna, probablemente por su impacto, por su alcance, absolutamente global, y por el reto que supone para todas las comunidades. En medio de la transformación y la incertidumbre, surgen algunas dudas y preguntas que consultamos con el experto.

¿Cómo cree que influirá internet, las redes sociales y las nuevas tecnologías en el mundo de las ventas en los próximos años?

Yo no diría que influirá, sino que ya está influyendo y de forma decisiva en el logro de resultados comerciales. Pero para entender los cambios disruptivos que se están produciendo en la venta hay que ir a los básicos y pensar que en un proceso de compraventa hay dos circuitos, el físico, donde se entrega un producto o servicio que se ha comprado y donde se entrega a cambio su contraprestación en dinero; y dos, el circuito de la información, el del comprador que comunica su intención de comprar y el del vendedor que le comunica su oferta.

Permíteme que haga un poco de historia de esa relación para entender el mundo actual. Hasta la aparición del primer PC, producido por la empresa italiana Olivetti en 1964, toda la información de compraventa se tomaba a mano en papel y hasta la aparición en 1969 de internet (Arpanet) la comunicación de esa información era por carta, y aunque ya existía la televenta (venta a distancia), donde uno de los precursores fue Benjamin Franklin en 1886 con su venta por catálogo, lógicamente era muy limitada. Luego había un 'potencial de compra' del cliente y una 'potencia de venta' del vendedor, limitados en su comunicación por los sitios que se podían visitar físicamente o alcanzar por correo. Hoy, esa limitación no existe ya que la gestión de información es universal, ubicua, e instantánea, lo que hace que el potencial de compra sea casi ilimitado y el de venta también.



Esto unido a una revolución logística del circuito físico, tanto en transporte internacional como de la última milla, hace que fenómenos como el de Amazon o para el mundo de la empresa, Amazon Business, sean amenazas reales para toda empresa que quiera competir, sin contar con que nuestros competidores de toda la vida y los nuevos a nivel mundial, también tienen hoy acceso a nuestros clientes. Por todo ello, si queremos seguir siendo elegidos por un cliente que ahora tiene todo el poder de compra (la era del súpercliente), cada vez más formado, informado, digital e infiel debemos ofrecer al cliente 'soluciones, personalizadas y únicas' de alto valor.

¿Qué cambios ha habido en el trabajo diario de los comerciales?

La facilidad de gestión de clientes con potentes CRMs y con valiosísima información disponible de los mismos de forma pública en sus webs y redes sociales, unido a la potencia de

comunicación que proveen metodologías de venta remota como la videoventa o el WhatsApp, hacen que cualquier vendedor sea un 'smarketer', es decir, un profesional que une 'sales' y marketing, aumentando su potencia de venta haciendo él sus propias campañas de marketing, en lo que se llama 'marketing de guerrilla'. Si además, para hacerlo de rápida y eficiente, utiliza herramientas de inteligencia artificial, multiplica su alcance a muchos más clientes en menos tiempo. Gracias a ello, cuando hasta hace solo 10 años era un estándar tener una cartera de 100 o 150 clientes, el 50% de ellos con compra, hoy, trabajando procesos comerciales híbridos, cualquier profesional puede doblar esa cifra y hacerlo desde su casa.

Nosotros creemos que la visita presencial física sigue siendo la reina del proceso comercial B2B, ya que no hay nada que sustituya una relación humana donde las emociones son tan importantes como la razón. Pero, como se puede apreciar en la matriz de proceso comercial



Habilidades de un líder de ventas

■ ¿Cuáles son las habilidades y competencias que diferencian a un súpercomercial?

Los factores que creen los hacen excepcionales son 8, 4 de Profesionalidad (Aptitud) y 4 de Vocación (Actitud), tal y como se desprende del estudio 'Supercomerciales', en los que durante cinco años han participado más de 500 directores comerciales. Destacamos los ocho siguientes, que forman parte de más de 100 factores mencionados, pero han sido los elegidos como diferenciales por el 72% de los encuestados.

PROFESIONALIDAD

- 1.- Venta consultiva: estudia, conoce y escucha a su cliente, utilizando la información que este le aporta para ofrecer Soluciones Personalizadas y Únicas de alto Valor y ROI.
- 2.- Método: tiene una sistemática diaria y semanal constante y estructurada.
- 3.- Organización: optimiza su tiempo. Trabaja mejor y se concentra en lo importante.
- 4.- Relación: es 'partner' del cliente y establece relaciones de largo plazo basadas en la confianza profesional y personal.

VOCACIÓN

- 5.- Pasión: disfruta de lo que hace, le apasiona vender y el trato con sus clientes.
- 6.- Valores: es honesto/a generando confianza en el cliente.
- 7.- Tenacidad: es tenaz y perseverante y difícilmente se da por vencido/a
- 8.- Mejora continua: es innovador/a buscando nuevas formas de satisfacer al cliente o de llegar a él.

Hibrido construida en la Escuela Universitaria de Ventas, consideramos que la visita presencial digital a través de videoventa, ha tomado protagonismo ya que tiene muchas ventajas.

Permite compartir información, conectar más personas, enseñar instalaciones remotas, hacer demos casi presenciales y todo ello con un coste tanto económico, como ecológico y de tiempo mucho más reducido. De hecho, es rara la empresa que hoy no utilice la videoventa para relacionarse con sus clientes y el reto es que se haga con la máxima calidad en la interacción para 'emular' a una venta presencial física y que de esta forma el cliente elija la nuestra y no la de la competencia. En definitiva, tenemos que crear un ecosistema de relación híbrido físico-digital con nuestros clientes ya que puede mejorar mucho nuestra productividad y permitirnos vender más en menos tiempo y con menor coste,

Para finalizar esta entrevista nos gustaría que se pudiera utilizar algo desde el mismo momento de terminar de leerla. ¿Qué consejo práctico y fácil de aplicar daría a un comercial que quiere mejorar sus ventas?

Ser líquido. La capacidad de adaptación de un vendedor a su cliente es el elemento esencial para ser elegido por este. Ser clientecentrista y conocer a fondo a cada cliente para 'conectar, empatizar y simpatizar' es esencial para que se sienta comprendido, en las mejores manos posibles y nos elija frente a la competencia.

Esa capacidad de adaptación tiene que estar hoy a un nivel muy superior, ya que en un mundo donde nuestro cliente ni siquiera necesita salir de casa para tener todo lo que precisa en 24 horas, donde competimos con empresas de todo el mundo, que se pueden conectar desde cualquier sitio en cualquier momento por videoconferencia para atenderles, que gracias a la información disponible en internet pueden saber tanto de su sector, su empresa y su vida como nosotros, si nos queremos diferenciar necesitamos llevar la adaptación al cliente a un nivel perfecto.

La 'adaptación líquida' es la que se da cuando conocemos perfectamente lo que hay en la mente de nuestro cliente y adaptamos nuestra propuesta de valor a su necesidad, su interés, como si fuera agua a un recipiente. Y no solo tenemos que entender al cliente, tenemos que ser el cliente, siendo en esta analogía el agua nuestra 'propuesta de valor' que adaptamos y el recipiente su 'interés'. Tenemos que ser el interés del cliente. Como diría el gran Bruce Lee: 'Be water my friend'.

pikolin Haz algo que te quite el sueño.



Palacio Arriluce Hotel

Distinción y exclusividad en la costa vasca

pikolin Haz algo que
te quite el sueño.

● **PALACIO ARRILUCE HOTEL**
Atxekolandeta, 15, Getxo (Bizkaia)
946 181 156
info@palacioarrilucehotel.com



Por su parte, Getxo, a tan solo 20 minutos de Bilbao, se alza como un destino de interés internacional que combina la belleza natural con la riqueza cultural del País Vasco. Este encantador municipio a orillas del mar cautiva a visitantes de todo el mundo con su elegante arquitectura, playas doradas y una atmósfera que invita a explorar. Un lugar que en el siglo XIX y principios del XX mostró su esplendor a través de un legado arquitectónico opulento que perdura hasta hoy en su paseo de las grandes villas de la 'belle époque'.

PLAN ESPECIAL PARA ESTA NAVIDAD

El icónico establecimiento cinco estrellas da la bienvenida a la Navidad con un programa variado de vibrantes actividades y experiencias culinarias que lo convertirán en el epicentro de la magia característica de estas fechas. Sus propuestas impregnarán todos los espacios del hotel con el espíritu navideño, transformando cada estancia en una experiencia inolvidable, donde huéspedes y visitantes podrán disfrutar de una atmósfera invernal, especialmente creada para celebrar junto a familia y amigos.

Así, Palacio Arriluce Hotel invita al encendido de su árbol navideño en una tarde de villancicos, espectáculo de luces y bebidas para disfrutar en familia, además de ofrecer experiencias culinarias únicas. De este modo, lanza su propuesta más novedosa en el restaurante Kupka, un plan de tardeo los viernes, para disfrutar con amigos de un aperitivo diferente al ritmo de la música en directo.

Para las comidas de Navidad y Reyes, el restaurante Delaunay ha ideado un menú que gira en torno a la materia prima de proximidad y temporada. Toda una celebración culinaria que captura el espíritu y el sabor de la Navidad y que tendrá su continuidad con los planes previstos para las fiestas de Nochebuena y Nochevieja, donde el protagonismo lo tendrá un menú de gala que combina lo mejor de la cocina contemporánea con costumbres vizcaínas en sus elaboraciones.



Construido en 1912 por el arquitecto bilbaíno José Luis Oriol y sobre el acantilado de la Bahía de Abra, se levanta el antiguo Palacio de Arriluce, una construcción de alto valor patrimonial que ofrece una vista panorámica incomparable al mar Cantábrico. Tras una reciente renovación, este icono de excelencia y exclusividad en el famoso barrio de Getxo, en el corazón del País Vasco, se ha transformado en un alojamiento de lujo que abraza el prestigio, el alma y el estilo vanguardista cien años después de su edificación, brindando un servicio excepcional a sus huéspedes manteniendo la esencia de su herencia y refinamiento aristócratas.

Cada rincón del hotel ofrece un diseño distintivo y moderno, la arquitectura e interiorismo junto al mobiliario e iluminación traerán al presente un ambiente contemporáneo y elegante. El estilo elevado continúa con el 'spa' de última generación y la innovadora experiencia gastronómica de Delaunay, de la mano de Beñat Ormaetxea.

**LA HERENCIA DEL
REFINAMIENTO
ARISTOCRÁTICO DE
HACE UN SIGLO INSPIRA
LA ATMÓSFERA DE
ESTE HOTEL CINCO
ESTRELLAS DE GETXO
QUE, ADEMÁS, PREPARA
CON MIMO Y MÚLTIPLES
SORPRESAS LA LLEGADA
DE LA NAVIDAD**



¿Cuánto se debería dormir?

La respuesta está en la **biología**

1. Genética y cronotipos

Los cronotipos, es decir, la predisposición natural de una persona a ser 'madrugadora' o 'noctámbula', están determinados en gran medida por la genética. Los cronotipos afectan la fase de sueño y, en consecuencia, los requerimientos de descanso en diferentes etapas del ciclo circadiano. Además, ciertos genes, como el PER3, están vinculados con la necesidad de sueño y la resiliencia a la privación del mismo. Por ejemplo, las personas con variantes en estos genes pueden necesitar más o menos sueño que el promedio poblacional.

2. Ciclo circadiano y regulación del sueño

El ciclo circadiano es el reloj biológico de aproximadamente 24 horas que regula ritmos fisiológicos, incluyendo la producción de melatonina, la cual facilita el sueño. Las variaciones individuales en este ciclo pueden hacer que algunas personas experimenten somnolencia o alerta a distintas horas, afectando la cantidad de sueño que cada persona necesita para un funcionamiento óptimo. Los ciclos circadianos más cortos o más largos, observados en algunos individuos, pueden hacer que ciertas personas necesiten menos horas de sueño para alcanzar la restauración completa.

3. Calidad del sueño: profundo y REM

La calidad del sueño, particularmente la proporción y el tiempo que se pasa en el sueño profundo (fases 3 y 4) y en la fase de movimientos oculares rápidos (REM), también influye en la necesidad de sueño total. Las fases de sueño profundo son cruciales para la restauración física y metabólica, mientras que el sueño REM es esencial para la consolidación de la memoria y el procesamiento emocional. Las personas que alcanzan estas fases de manera más eficiente pueden requerir menos tiempo total de sueño, mientras que quienes experimentan sueño fragmentado o menos tiempo en estas fases tienden a necesitar más horas.

LOS CICLOS CIRCADIANOS MÁS CORTOS O MÁS LARGOS PUEDEN HACER QUE SE NECESITEN MENOS HORAS DE SUEÑO PARA ALCANZAR LA RESTAURACIÓN COMPLETA



EL REQUERIMIENTO DE HORAS DE SUEÑO VARÍA AMPLIAMENTE ENTRE PERSONAS, UN FENÓMENO QUE RESPONDE A UNA INTERACCIÓN COMPLEJA ENTRE FACTORES GENÉTICOS, BIOLÓGICOS Y AMBIENTALES. DESDE UN PUNTO DE VISTA BIOLÓGICO, ESTAS DIFERENCIAS SE DEBEN PRINCIPALMENTE A LOS SIGUIENTES CONCEPTOS

pikolin Haz algo que
te quite el sueño.

4. Factores de edad y desarrollo

Los requerimientos de sueño cambian considerablemente con la edad debido a modificaciones en la arquitectura del sueño y en la capacidad de regulación circadiana. En adultos mayores, por ejemplo, la fase profunda del sueño suele reducirse, lo que puede modificar la percepción subjetiva de las horas necesarias de descanso, aunque a nivel fisiológico las necesidades totales de sueño pueden ser similares o incluso menores.

5. Influencias de estilo de vida y salud general

Factores como la actividad física, el estrés y el estado de salud tienen un impacto directo en la cantidad de sueño necesaria. Las personas que realizan ejercicio físico intenso suelen necesitar más sueño para una adecuada recuperación muscular y reparación tisular, mientras que el estrés crónico puede fragmentar el sueño, aumentando la demanda de horas adicionales. Además, ciertas condiciones médicas, como la apnea del sueño, pueden reducir la eficiencia del descanso nocturno y, por lo tanto, incrementar las horas necesarias para compensar esa fragmentación.

La variabilidad en la necesidad de sueño entre individuos es un fenómeno multidimensional que involucra mecanismos biológicos y genéticos, así como factores psicológicos y ambientales. Comprender estos factores permite una perspectiva personalizada sobre el descanso, subrayando que, si bien existen rangos generales de horas recomendadas, la cantidad de sueño óptima es única para cada persona y debe adaptarse a su fisiología y estilo de vida.

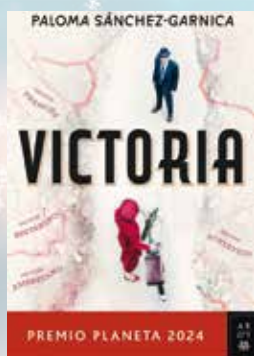
SI BIEN EXISTEN RANGOS GENERALES DE HORAS RECOMENDADAS, LA CANTIDAD DE SUEÑO ÓPTIMA ES ÚNICA PARA CADA PERSONA Y DEBE ADAPTARSE A SU ESTILO DE VIDA

Lecturas sugerentes para el calor del hogar

UN BUEN LIBRO ES UN PLAN PERFECTO PARA UNA VELADA INVERNAL Y UN REGALO IDEAL PARA LOS SERES QUERIDOS ESTAS NAVIDADES

'Victoria', de Paloma Sánchez-Garnica

• **TRAS LA POLÍTICA.** Recién terminada la Segunda Guerra Mundial, en un Berlín arrasado y sin futuro aparente, Victoria sobrevive cantando cada noche en el club Cassandra. Pese a tener una mente prodigiosa, capaz de crear un poderoso sistema de cifrado de mensajes, su hija Hedy y su hermana Rebecca dependen de ese mísero sueldo para sobrevivir. Un chantaje sin escrúpulos por parte de los rusos obligará a Victoria a viajar a Estados Unidos, donde, sin embargo, disfrutará del amor del capitán Norton. Allí descubrirá que la que parecía la sociedad más democrática del mundo esconde una rancia capa de racismo e injusticias de la mano del Ku Klux Klan y el senador McCarthy.



- **EDITORIAL:** Planeta
- **GÉNERO:** Novela histórica
- **Nº PÁGINAS:** 450

'Cuentos victorianos de fantasmas para Navidad', de varios autores

• **TRADICIONES DE MIEDO.** Durante la época victoriana se convirtió en tradición para los editores de periódicos y revistas imprimir historias de fantasmas durante la temporada navideña. La idea era que las familias pudieran leerlas en invierno junto a la chimenea o a la luz de las velas. Este libro recopila, por primera vez, trece de estos cuentos, que incluyen una amplia gama de historias de diversos autores, algunos tan conocidos como Conan Doyle, otros anónimos u olvidados. De manera que si tu única experiencia con las historias navideñas de fantasmas es leer 'Cuento de Navidad' de Dickens, coge una taza humeante, siéntate en tu sillón preferido y déjate asombrar por historias conmovedoras de otro siglo.



- **EDITORIAL:** Minotauro
- **GÉNERO:** Terror
- **Nº PÁGINAS:** 360

'El club de lectura de los que odian los libros', de Gretchen Anthony

• **HOMENAJE A LOS LIBREROS.** Solo se necesita escoger el libro adecuado para convertir a alguien que los odia en un amante de los libros. Eso era lo que creía Elliot, el copropietario de su amada librería Over the Rainbow, antes de su prematura muerte. Siempre tenía la sugerencia de lectura perfecta para los autoproclamados haters de los libros. Ahora su socia, Irma, afligida por el dolor, quiere vender la acogedora Over the Rainbow a alguna empresa inmobiliaria. Pero otros no abandonarán la librería sin luchar. Cuando Irma les da la noticia a sus hijas, Bree y Laney, y a la pareja de Elliot, Thom, todos se horrorizan. Over the Rainbow ha sido el refugio de la infancia de Bree y Laney, y Thom haría cualquier cosa para preservar el legado de Elliot. Juntos conspirarán para salvar la librería.



- **EDITORIAL:** HarperCollins
- **GÉNERO:** Humor
- **Nº PÁGINAS:** 336

Cuando llega la noche de Mikel Santiago

• **NOVELAS CORTAS.** Cuando llega la noche aparecen la tensión, el miedo y el suspense más oscuro. De eso tratan estas tres novelas cortas, reunidas por primera vez en un libro y que nos hablan de personajes al límite, enfrentados a los peligros y misterios que solo acechan si las sombras salen de sus escondites. 'Historia de un crimen perfecto' es la confesión en primera persona del asesino Eric Rot. A través de cien páginas redondas -en las que se adivinan ecos de Hitchcock y Poe-, este relato nos habla sobre el peso insoportable de algunos secretos. En 'Noche de almas', el lector acompaña a una pareja de mochileros que han medido mal sus fuerzas en una travesía por el desierto. Por último, 'Sycamore Avenue' nos presenta a un narrador insomne que pasa las noches en vela mirando por la ventana.



- **EDITORIAL:** Ediciones B
- **GÉNERO:** Suspense
- **Nº PÁGINAS:** 416

pikolin

Haz algo que te quite el sueño.



pikolin

Haz algo que
te quite el sueño.



Feliz Navidad

pikolin
grupo