

## La tradición y el futuro del mantecado se fusionan en un Centro de Innovación que se ubicará en Estepa



### Noticias

Este espacio tiene el objetivo de destacar el valor de la pastelería navideña, favorecer su innovación y atraer a nuevas categorías de consumidores

**La Agrupación de Empresas Innovadoras del Mantecado de Estepa (AEI Estepa)** ha presentado el proyecto de diseño de su nuevo Centro de Innovación del Mantecado que pretende convertir en realidad para la campaña navideña del año que viene. Se trata de un espacio en el que se mezclarán la historia, las posibilidades de innovación y la búsqueda de más interacción con los consumidores de los tradicionales pasteles navideños. El objetivo es crear un recurso educativo y promocional que mejore el posicionamiento de las empresas del sector, favorezca su innovación y capte la atención de los clientes.

El Centro Tecnológico Andaluz de Diseño, Surgenia, ha sido el encargado de la investigación y el desarrollo del proyecto de diseño de este espacio que destaca por su capacidad de ofrecer a los visitantes una experiencia a través de la historia, los sabores, los ingredientes y las emociones del mantecado, recogiendo al mismo tiempo sus deseos y necesidades.

El Centro de Innovación del Mantecado será a la vez un recorrido museográfico a través de los cinco siglos de tradición de la pastelería navideña, un laboratorio para investigar sobre cómo innovar en este sector, organizar talleres o presentar productos, y una tienda en la que se podrán degustar, comprar los dulces e indicar deseos sobre nuevos sabores o nuevos pasteles. Con este proyecto, la AEI Estepa quiere crear un espacio de referencia para el mantecado en el que se estreche la relación con los consumidores. De esta forma, las empresas podrán conocer sus nuevas demandas y nuevos hábitos de consumo, y así innovar y producir dulces que encajen con los deseos de quienes los consumen.

En este sentido, cabe destacar que el 90% de los mantecados españoles se producen en Estepa. Sin embargo, el sector de la pastelería de navidad sufre las consecuencias de la estacionalidad de sus productos (que se consumen casi exclusivamente en las Navidades) y los cambios en las formas de consumir de las personas. Sin contar la necesidad de innovar en los formatos de los dulces que es difícil vender en sus tradicionales cajas grandes, debido a que el tamaño de las familias se está reduciendo considerablemente.

El objetivo de la AEI Estepa es adaptarse a los cambios que está experimentando el mercado y hacer una apuesta por la innovación para llegar con sus productos a nuevos canales y nuevos consumidores. “Queremos un espacio de referencia para el sector, que le abra posibilidades de innovación y que favorezca la cooperación entre los fabricantes”, explica Germán Rodríguez, técnico de la AEI Estepa, quien destaca que ya se están buscando posibilidades para ejecutar este proyecto, que se ubicará en una parte del antiguo Convento de Santa Clara de Estepa.

### El proyecto de diseño del Centro de Innovación del Mantecado

“Este espacio pretende ser un lugar de referencia que destacará por su multifuncionalidad y diseño innovador y a la vez capaz de dar valor al carácter tradicional y artesano del sector del mantecado”,

explica Juan José Guerrero, responsable de proyectos de Surgenia. El Centro Tecnológico Andaluz de Diseño se ha encargado de la investigación y del desarrollo de este espacio. En primer lugar, ha llevado a cabo una investigación en tendencias de diseño para identificar a qué público dirigirlo y así poder desarrollar un proyecto capaz de conectar con sus usuarios potenciales. Gracias al trabajo del Observatorio de Tendencias de Surgenia, se ha identificado un nuevo eje de consumidores, los "Artesanosumers" que aprecian el carácter tradicional y artesanal de las cosas, pero sin renunciar a cierta sofisticación y vanguardia.

Así Surgenia ha marcado la hoja de ruta que el diseño tenía que seguir para llegar a ese público. Ha definido las características del espacio, del recorrido expositivo, de los equipamientos interactivos, de los espacios para la venta y del estilo de comunicación que había que utilizar para el proyecto. Para la fase de diseño, Surgenia ha contado con un equipo integrado por profesionales de distintas disciplinas: expertos en gestión de espacios museísticos, en comunicación e interacción, en cocina y restauración, en I+D+i y Ecodiseño, en tendencias, en diseño de interior, y usuarios de diferentes segmentos de consumo. Ha formado parte del equipo el estudio de diseño TANNHAUSER, que se ha encargado de la creatividad del espacio.

El Centro de Innovación del Mantecado está integrado por diferentes salas, conectadas entre ellas a través de un recurso tangible: unas tuberías que parten de los "tubos de los deseos" colocados en la tienda, donde los visitantes pueden dejar cartas con sus opiniones, expectativas y propuestas, y que recorren todas las estancias del espacio expositivo. Así el visitante tiene la sensación de encontrarse en una fábrica de ideas, en la que, como suele pasar en la época navideña, los deseos se convierten en realidad.

En la tienda se exponen los productos en cápsulas, que protegen los dulces. "Hemos querido destacar que el mantecado es algo único, hay que protegerlo y tratarlo como una joya", explica Carlos Fernández, del estudio Tannhauser. De la tienda, el visitante pasa al patio, donde se encuentran los ingredientes naturales utilizados para elaborar los dulces. De allí se accede al taller, un espacio multifuncional dotado de elementos modulares y pensado para organizar actividades, conferencias o presentaciones.

El visitante llega entonces a la sala dedicada a la historia del mantecado en la que se cuentan los V siglos de tradición e innovación que abalan a esta cultura. "Allí se ha planteado el uso de varios recursos", sigue Carlos Fernández, "como audiovisuales, audio ambiental y cápsulas manipulables por el visitante para que interactúe con los olores de los dulces o sus ingredientes".

Para el estudio Tannhauser ha sido un reto la creatividad de un espacio que al mismo tiempo albergara tantos elementos distintos como una tienda, un recorrido museístico, un laboratorio y un taller. "El público no es consciente de todo el proceso y el mundo que está detrás del mantecado", sigue Carlos Fernández, "Así que este espacio tiene que mostrarle que detrás de estos dulces, además de sus ingredientes naturales, están otros ingredientes no tangibles: la historia, el pueblo de Estepa y su cultura".

RETA