



# ALICIA GARCÍA CABRERA

Y EL EFECTO CASA DECOR

---

# ALICIA GARCÍA CABRERA

## Y EL EFECTO CASA DECOR

Desde 2017, Alicia García Cabrera es la directora general de Casa Decor, un cargo que conlleva mucha responsabilidad, y de cuyos éxitos habla en plural porque para ella, el prestigio nacional e internacional de esta institución, se debe al trabajo en equipo. En esta entrevista nos desvela curiosidades y entresijos de una plataforma que fomenta la innovación, sostenibilidad, creatividad y las relaciones entre profesionales del hábitat, y que, 59 ediciones después, sigue teniendo un futuro prometedor.

Fotografías: Casa Decor 2024. Alicia García Cabrera y Palacio de la Trinidad

**A**licia, gracias por su presencia en el primer ejemplar de la revista **Diseñando, Interiorismo y Decoración**.

Un placer, claro que sí.

**¿Cada edición de Casa Decor representa un nuevo comienzo o una continuidad?**

Bueno, cada edición tiene diferentes desafíos. Es verdad que hay un principio que une todas las ediciones, que es la búsqueda de la excelencia en todos los procesos. Pero dicho esto, cada edición es un lienzo en blanco porque cada edificio es diferente al anterior. Nosotros no somos una feria, somos una exposición, es un evento único y eso ya nos sugiere la complejidad que conlleva, ¿no? Cada edificio al que llegamos es nuevo, no hemos estado en él anteriormente, ni sabemos cómo lo vamos a abordar. Entonces, partimos de cero.

**¿Cuáles han sido los retos de la última edición celebrada en primavera de 2024?**

Diría que el jardín. Tener tanto exterior y querer involucrarlo de manera natural al interior, con tres zonas diferenciadas, como son el exterior, el palacete y el pabellón de invitados, y que todo esto dialogase. Diría que esto es lo que más esfuerzo y estudio ha conllevado. Y bueno, que sea un edificio histórico también, porque aunque ya estamos acostumbrados a ello, en Casa Decor nunca hay nada fácil, no podemos dar nunca nada por hecho.

**¿Y en qué consiste su labor como directora general de Casa Decor?**

Una dirección general lo que supone es aunar todos los departamentos para que todos funcionen a la perfección, para que todos se consoliden, que cada uno haga sus tareas de manera independiente, pero a la vez cohesionados. Eso por la parte interior. Por la parte de la gestión de clientes, significa trabajar de media con 200 participantes entre profesionales que tienen diferentes estudios del sector hábitat, más todas las marcas que se incorporan, las que ya tenemos y las nuevas que están. Toda esa gestión, validación y la supervisión de todas esas etapas y colaboradores es lo que corresponde a una dirección. Y por supuesto, la estrategia, porque cuando llegamos a la casa nosotros ya tenemos mucho trabajo hecho, no sólo de documentación comercial, sino de comunicación, de marketing y de proyecto. Toda esa estrategia se tiene que elaborar desde una dirección, sobre el terreno y, siempre lo digo, sin microgestionar, estando en todo, pero sin estar, yo creo que es lo más relevante. Pero vamos, que aquí estamos todo el día ocupados, porque si no, no llegaríamos a tiempo para algo tan importante. →

**<< En Casa Decor nunca hay nada fácil, no podemos dar nunca nada por hecho >>**





Entre las funciones de la directora general de Casa Decor, están la coordinación de equipos y la creación de estrategias de trabajo, de marketing y de comunicación.



**Cuéntenos, ¿quiénes son los profesionales que hacen posible Casa Decor?**

Pues diría que son personas apasionadas. Para estar en Casa Decor tienes que serlo. Siempre digo que todo lo demás se puede aprender, se puede mejorar, pero tienes que ser apasionado y, sobre todo, tener una gran capacidad de adaptación con un perfil multidisciplinar para ayudar en donde se necesite, aunque tenemos muy muy claro que cada uno tiene su cometido. Y son personas dedicadas, apasionadas, que puedan apoyar a otros y tener resiliencia. Esa es la verdad. También tienen que ser personas que no se asusten ante los retos, que tengan valor y garra, que sean experimentadas... La media de edad de casa Decor es bastante alta. Es algo que podemos decir con orgullo. Diría que de las más jóvenes estamos todas cerca de los 50, pero la mayoría es mucho más mayor que nosotros. Y esa experiencia es un auténtico grado para nosotros. Luego, es un equipo mayoritariamente de mujeres. No es algo que hayamos buscado, es que siempre ha sido así en Casa Decor, y creo que eso ha sido un plus. Desde luego, no nos importaría incorporar más talento masculino, estoy segura que nos ven-

**<< La pasión para salvar los retos... es lo más importante para trabajar bien, y la excelencia. Pero la parte fresca lo da el edificio >>**

dría muy bien. Pero las mujeres experimentadas, que llevan muchísimo tiempo haciendo esta labor, creo que han llevado a Casa Decor donde está.

**Entonces, ¿la pasión es la clave del éxito de cada edición, lo que hace que los visitantes salgan con ganas de renovar su casa?**

Ese es “el efecto Casa Decor”, como lo llamamos. (Risas).

Yo diría... La pasión para salvar los retos, que es lo más importante para trabajar bien, y la excelencia. Pero la parte fresca lo da el edificio. Y tener la visión de querer hacer algo diferente cada año. Como cada sede de Casa Decor es diferente, es imposible que hagamos algo igual aunque es verdad que con tantos años de Casa Decor (porque llevamos 32 años, vamos a hacer la 60 edición) a veces a sido complicado, y hay que reconocerlo.

El Palacio de La Trinidad data del año 1928. Fue construido por encargo de D<sup>a</sup> Ángeles Gutiérrez Suárez, por el arquitecto Luis Alemany Soler, bajo inspiración sevillana y estilo regionalista tardío.

Según Casa Decor, la edición de 2024 ha sumado 49.150 visitantes. En cuanto a la exposición, se han decorado 3.600 m<sup>2</sup>, divididos en 46 espacios en los que han intervenido 133 firmas, 77 profesionales y 25 artistas y artesanos. Además, el 53% de los participantes eran españoles.

Casa Decor siempre es arriesgado, pero había que arriesgar más teniendo clara nuestra visión de buscar algo diferente, comensurar una experiencia y conseguir la excelencia. Y eso comienza con la parte embrionaria de un edificio nuevo cada año.

**¿Cuánto tiempo necesitáis para preparar cada edición?**

Un año, de los cuales unos seis meses somos visibles. Pero el resto, seguimos trabajando porque con todo lo que nosotros movemos en Casa Decor es imposible que se hiciese en unos meses. ¿Y por qué digo que seis meses somos visibles? Porque en diciembre damos el campanazo: anunciamos

que Casa Decor ya tiene casa, tiene nueva ubicación, tiene nueva sede. Todos los medios los recogéis. Y en enero presentamos la edición. Pero incluso al cierre, nosotros estamos elaborando informes, desmontando la exposición y, a la vez, ya estamos trabajando en la edición 2025 preparando toda la documentación, la estrategia y todo lo que vamos a implementar, porque cada año implementamos nuevas cosas.

Como paramos en agosto, en junio y julio pisamos el acelerador para tenerlo todo preparado y así, al volver en septiembre, reunirnos con los posibles participantes para hacer la prospección de profesionales, de marcas y llegar a diciembre con el edificio estudiado. Es entonces cuando podemos empezar con la parte visible, cuando ya todo el gran público, tanto profesional como final, nos ve. Y ya llegamos justos en realidad.

**A la hora de afrontar el proyecto, ¿nunca se trabaja más de una edición a la vez?**

Muchas veces trabajamos en paralelo dos ediciones. Por ejemplo, el palacete, nosotros lo empezamos a estudiar en 2021 y como somos muy organizados, cada departamento tiene su hoja de ruta. Y luego hay una hoja de ruta general donde dividimos seis meses que dedicamos solamente a esta edición y que tenemos que estar súper presentes, atender a los medios, a los clientes, a los participantes, a los visitantes... Estamos ahí. Y otros seis meses que tenemos que trabajar la edición siguiente, en paralelo con otras posibles porque como vamos a edificios diferentes, cada edificio nos exige cosas diferentes. Y bueno, una readaptación al medio. Eso es algo muy bueno porque nunca estamos en un área de confort, nunca podemos hacer nada igual.

**¿Y cómo consiguen estas casas tan especiales? ¿Tienen profesionales investigando, contactan las inmobiliarias...?**

Esto es algo bidireccional: nos llega y nosotros llegamos. Es verdad que ya llevamos muchos años haciéndolo y hemos tejido relaciones de confianza con muchas de las propiedades que ya han estado en Casa Decor, y con las cuales hemos repetido. Es decir, que si repetimos es porque les interesa. Si Casa Decor es una campaña comercial, de marketing y comunicación para cualquier participante, pues para la propiedad aún más.

Realmente, no son edificios que estén vacíos, hay edificios que están con un cambio de uso, que están pendientes de un →



proyecto, que están utilizándose para otro tipo de cosas, pero que no se veía. ¿Qué hace Casa Decor? Destacarlo sobre la oferta inmobiliaria de la capital y ponerlos en valor, poner el sello Casa Decor: si Casa Decor ha pasado por ahí es que es un edificio interesante.

Para una inmobiliaria, el hecho de que pase Casa Decor y muestre un edificio en un entorno de innovación y diseño es venta segura, ¿no? O un edificio que tú quieras alquilar o vender por completo, Casa Decor es el agente necesario para que eso pase. Entonces, tanto nosotros estudiamos posibilidades y estamos pendientes de todo lo que pasa en el sector, como el sector está pendiente de nosotros. Así que es un trabajo bidireccional, largo y arduo, donde no todo sirve. En eso estamos.

**¿Ha ocurrido el tener más de un candidato?**

Sí, por supuesto, siempre tienes diferentes posibilidades pero no porque hay un edificio peor o mejor que otros, sino porque hay proyectos mejores que otros. O sea, el proyecto a realizar, en general, es el que tiene que importar. También la ubicación. Todos los edificios tienen posibilidades, tienen brillo, y lo que hay que hacer es trabajarlos, estudiarlos y ver todas las posibilidades técnicas y operativas para ello. Y la parte artística, por supuesto, la experiencia que vamos a generar también es algo que nos mueve mucho para tomar la decisión.

**En última instancia, ¿quién toma esa decisión?**

Bueno, el equipo técnico de proyectos de Casa Decor, que se compone de interioristas, de arquitectos técnicos, de arquitectos, de ingenieros de la edificación y calculistas, ya sean colaboradores internos o freelance. Con ellos es con quien lo definimos. Es verdad que desde la dirección general yo quiero crear una experiencia, no yo como Alicia, sino yo como Casa Decor. Lo que pretendemos es contar historias nuevas cada año y no hacer siempre lo mismo. Es decir, si hemos hecho un edificio muy clásico un año, a lo mejor nos gusta ir a uno racionalista o a uno industrial. No siempre se puede porque también te interesa que tenga un buen recorrido, buena situación... Pero cada año quieres crear cosas nuevas a pesar de las circunstancias. Por ejemplo, el edificio de 2021, Canalejas, que estábamos con Omicrón, había muchos eventos que todavía no habrían... Pues queríamos un edificio tan bonito que la gente se quedase totalmente ilusionada, que dijese, “esto lo tengo que conocer”. O en 2022, Goya. Dijimos, vamos a un sitio donde haya mucho tráfico,



mucha gente, donde el propio barrio anime la exposición y creemos un proyecto en un edificio menos histórico, pero que sea a la vez muy motivador. Bueno, pues cada año buscamos también esa experiencia que también es parte de Casa Decor.

**¿Y para 2025 ya tienen uno en mente?**

Tenemos varios en mente. (Risas). Esa es la pregunta del millón y es el secreto mejor guardado. Siempre estamos estudiando posibilidades. No nos limitamos a uno, ponemos varios candidatos y de ahí saldrá el mejor. A veces, también por tiempos llegamos más a uno que a otro, porque tenemos que salir en diciembre, y si abandonamos uno, volvemos a él otro año si es que se puede. Vamos ju- →

El diseño de joyas y los procesos comerciales internacionales forjaron los inicios profesionales de Alicia G. Cabrera. En 2014 comenzó a colaborar con Casa Decor, siendo 2017 el año en que asumió su cargo como directora general.



# Alta Decoración Impresa

Acompañamos a profesionales en el proceso de diseño y elección de materiales, ofreciendo un servicio ágil y personalizado con resultados de muestreo inmediato.

Especializados en **WallPapers** y **Tejidos Impresos con relieve** de alta calidad, sin límites en tiradas mínimas, sobre todos los soportes y con garantías de montaje.

T. 91 611 71 52 - [deco@naturprint.com](mailto:deco@naturprint.com)

**naturprint**  
comunicación gráfica



**<< Para estar en Casa Decor tienes que ser apasionado y sobre todo tener una gran capacidad de adaptación con un perfil multidisciplinar, todo lo demás se puede aprender >>**

gando un poco con lo que hay. Es un proceso muy interesante y muy enriquecedor y, sobre todo, compartir esto con los profesionales del sector inmobiliario, que es maravilloso cómo trabajan y lo que nos descubren en Madrid.

**¿Qué hay que hacer para participar como profesional? ¿Es un evento cerrado o abierto a todos?**

Es abierto. Es la otra pregunta del millón, y es importante que se sepa que esto no es un club privado. Siempre lo decimos. Casa Decor está abierto a todos los profesionales, pero es verdad que existe un proceso. El proceso es “apúntate a nuestra web, déjanos tus datos y nosotros lo que haremos es pedirte un portfolio y mirar el trabajo”. No nos importa que sea un trabajo extenso o no extenso, que tú puedes llevar 20 años en la profesión y nunca haber participado en Casa Decor, y nos interesas. O tener tres trabajos y también interesarnos.

No es una cuestión de eso, sino de que lo que veamos sea merecedor de estar en Casa Decor. Y cuando decimos ‘merecedor’ es que no nos sirve todo lo que aguanta el papel. Hacer un proyecto es tener un concepto, que todo tenga un hilo conductor, un porqué; que haya una base técnica y una base conceptual, artística... Es decir, un todo. Y no nos vale que nos digas: “bueno, voy a hacer una experiencia y voy a poner un mar”. No, explícanos cómo lo vas a hacer.

Eso todo parte de una excelencia donde no hablamos de opiniones personales. Es decir, a mí me puede gustar el rojo y a ti no, o al revés, sino de saber hacer un proyecto, de que haya buena factura, y que el proyecto tenga un sentido de principio a fin. Eso es lo que nos importa y eso es lo que vamos a valorar, más allá de que a uno le guste la piedra, a otro la madera, o que alguien sea muy profuso en detalles y otro sea minimalista. Eso no es lo importante. Lo importante es que

sepan hacer el proyecto de verdad, poder realizarlo.

**De hecho, a nosotros, por ejemplo, lo que nos llama la atención de Casa Decor, es aquello que no se ve. Lo que damos por hecho, pero que conlleva técnica, conocimiento y organización.**

Sí, es el reto. Es una Masterclass, hay cosas que hacen los participantes que nunca antes han hecho porque se retan a sí mismos (por eso también tenemos el departamento técnico, porque todo tiene que estar medido y calculado). Y Casa Decor es un gran laboratorio de ideas y consultoría de materiales para experimentar. Claro, no puede experimentar cualquiera porque también es un riesgo para nuestro nombre. Pero nos encanta que lo hagan siempre desde el máximo respeto y la seriedad. Luego, lo que pasa entre bambalinas es el “sufrimiento bueno” de algo que es como un parto, porque si ya estás metido en el tema, va a salir igual, quieras o no, porque hay que abrir.

**Y cómo se gestiona el tema económico de los participantes, ¿Casa Decor financia a los expositores o lo hacen ellos mismos?**

Casa Decor es una empresa privada y es una pyme. Es decir, nuestro negocio está en que la gente participe, nos visite y pague su entrada. Si no, pues Casa Decor no existiría porque no tenemos ningún tipo de ayuda estatal ni nada así; dependemos de nosotros mismos y facturamos una vez al año.

Dicho esto, Casa Decor sí promueve, hace una labor de mecenazgo y patrocina a espacios profesionales y de marca, porque nosotros tenemos dos tipos de espacios: los de marca hechos por un estudio, siendo ese estudio quien paga el espacio. Las marcas colaboran colocando y cediendo su producto. Entonces, participa gracias a una campaña asociada. Y a los profesionales que vienen de manera independiente a espacios profesionales, Casa Decor les patrocina con un precio especial, a mitad de precio, que Casa Decor asume para tener diversidad, cambio generacional y probar a nuevos profesionales, que es lo que nos interesa. →

Oficina y almacén:

P. Industrial Fuente del Jarro C/ Islas Baleares , 48A  
46988 Paterna / Valencia - España

✉ [oficina@topsurface.es](mailto:oficina@topsurface.es)

☎ 961 10 19 82

➡ WhatsApp 621 18 81 36

🌐 [www.topsurface.es](http://www.topsurface.es)

📷 [@topsurface.es](https://www.instagram.com/topsurface.es)

Suministramos una de las gamas más completas de productos de paneles a base de madera

# TopSurface®

PANEL TÉCNICO  
DE PARED PARA  
INTERIOR Y  
DECORACIÓN

## ROCKO

Tiles by Kronospan

SIN OBRA  
SIN ESCOMBRO  
SIN POLVO

70% de mármol  
Impresión digital  
Revestido de UV  
Fácil instalación

EXTRAORDINARIO  
GRAN FORMATO:

2800 x 1230

2 DÍAS  
ANTES





Dicho esto, es verdad que hay libertad creativa pero bajo el parámetro de que nosotros somos un gran proyecto colaborativo y hay que utilizar las marcas que participan porque, además, son una selección de lo mejor del sector.

#### **La amplia presencia española en 2024 es un dato positivo, ¿verdad?**

Sí, denota el buen momento que tiene el sector en España. Ahora mismo, ha adquirido una relevancia inusitada, sobre todo, la zona de Levante con un tejido industrial muy interesante y con productos nuevos, innovadores, sostenibles..., que muchas personas no saben que son producto cien por cien español. Además, es verdad que ha supuesto un 53% de marca, frente a 47% extranjeras.

Pero en estas españolas incluimos también a talleres artesanos. Es muy interesante esa confluencia que se da en España, de la

parte industrializada, incluso de casas modulares a, de repente, la artesanía de una empresa pequeñita que es lo que es España en sí mismo.

Creo que España está en un gran momento en el sector y se nota también en el emprendimiento. Producto español, sostenible y que provenga del emprendimiento nos interesa mucho. Y tenemos mucha empresa familiar, que eso también es España. Entonces, Casa Decor es un reflejo no sólo del sector sino de la parte empresarial nacional.

**¿Es cierto que debido al éxito de la exposición entre profesionales extranjeros, se ha incluido a Casa Decor en un circuito internacional de eventos relacionados con el interiorismo europeo?, ¿qué papel desempeña el certámen español?**

---

Una de las estancias vacías del Palacio de La Trinidad. Casa Decor se compromete a preservar los edificios que interviene, sin realizar modificaciones que alteren la estructura o elementos propios de las estancias o del propio edificio.



Sí, es verdad. Esto es muy interesante porque nosotros somos un evento singular, único en Europa, pero hay diferentes eventos en el continente también muy interesantes. Por ejemplo, nosotros estamos en primavera y el Salón de Milán también. Entonces, mucha gente, o bien antes de irse a Milán pasa por Madrid, o al revés, creando un circuito europeo para que norteamericanos y latinoamericanos, antes o después, nos visiten.

Además de eso, ahora mismo tenemos acuerdos con ferias internacionales como Maison&Objet, de comunicación y de visibilidad en nuestros canales. Pero Casa Decor también interesa mucho en otros países, no sólo europeos, por las marcas que participan y por la presencia institucional porque en los últimos años colaboramos con embajadas como la de Portugal, Bélgica, Dinamarca, Italia ahora también... Y empresas multinacionales que hacen acciones de marketing en otros países también se interesan por Casa Decor, siendo en muchos de los casos la única acción que hacen a nivel nacional en España.

#### ¿La interacción con los medios de comunicación es relevante para Casa Decor?

Por supuesto, porque con la ayuda de todos los medios de comunicación creando contenido de calidad, hacemos de media 11 millones de repercusión mediática cuando cerramos en octubre (tenemos medidores y trabajamos con todo tipo de auditorías, no lo contamos por contar). Nuestro contenido interesa y lo trabajamos todo el año, incluso creando estrategias de comunicación.

#### ¿Y en la era de la comunicación digital, se plantean nuevos retos o herramientas de difusión?

Sí. Por ejemplo, este año, la experiencia se ha ampliado con un mapeo de productos creando un panel de expositores virtuales que ha ayudado muchísimo a medios y visitantes, y que se sigue usando en nuestra web. Bueno, pues ese escaparate que se queda como histórico en nuestra web, es muy importante como sitio de consulta y de trabajo para vosotros, para nosotros y para todos los profesionales.

Cada año nos planteamos un reto digital que supone una inversión importante.

**<< Este año, la experiencia se ha ampliado con un mapeo de productos creando un panel de expositores virtuales >>**

#### ¿Y cómo ha evolucionado la presencia de la tecnología y la domótica en Casa Decor? Porque en esta edición parecía más accesible, y no tanto un recurso para viviendas de lujo.

Yo creo que la tecnología ha tenido un proceso. Fíjate, en 2018, Francisco de Rojas, me acuerdo perfectamente que decíamos: "la principal novedad es la integración en el ámbito doméstico de la tecnología"; los hogares conectados era algo que empezaba y era más estético. Bueno, pues desde el 18 al 24 ha habido una evolución: pasamos a que todo el mundo puede tener parte automatizada en su piso domotizando, por ejemplo, la luz (porque además tendrás eficiencia energética); o de conectar los productos que tienes, por ejemplo, en tu cocina (que la cafetera te vaya haciendo café a través del móvil). Eso es así. Pero ha sido un trabajo durante muchas ediciones de esa experimentación y ese laboratorio de ideas para integrar la tecnología de una manera natural, y conseguir que pueda estar en cualquier tipo de metraje y de presupuesto. ¿Que la domótica sigue siendo cara? Bueno, como todo, depende de lo que pongas, ¿no?

#### ¿En cuanto al perfil de los visitantes, son ahora más expertos que hace unos años?

Pues hemos notado muchísima evolución. Yo te diría que hemos ido de cero a cien. Nosotros empezamos en 1992, que fue un año de grandes efemérides, ¿no? Incluso yo diría que fue la modernización de España en muchos sentidos. ¿Pero quienes había? Pues personas que venían de Historia del Arte, de Bellas Artes, que tenían gusto, estaban viajadas y eran capaces de elegir textiles bonitos y de coordinarlos bien... Eso era decoración.

Nosotros ahora hacemos interiorismo. El interiorismo es cómo nos relacionamos con el espacio interior y cómo lo distribuimos, saber cómo van a afectar los materiales en uno u otro sitio... Es decir, ya es otra cosa.

Igual que nosotros hemos evolucionado en la parte profesional, el participante ve que el visitante cada día está más informado por los medios de comunicación o las redes. Ahora tiene muchos canales, mucho input para informarse, o eventos como Casa Decor que le permiten ir y ver todo in situ y ver el producto contextualizado.

¿Dónde lo notamos sobre todo? En el espacio más votado por el público. Nosotros tenemos una votación popular del visitante final, y otra votación del jurado independiente, de nivel, que siempre está en Casa Decor. →

Bueno, pues lo que elige el jurado cada vez se parece más a lo que elige el público. Eso significa que todos estamos más informados sobre lo que queremos y lo que necesitamos para nuestros hogares. Para ello también ha influido la pandemia, que fue un cambio de paradigma total. Yo diría que fue el corte para aprender.

**Por cierto, una duda. ¿Casa Decor es marca España, o marca Madrid?**

Es marca España, es marca global y marca del mundo. Yo siempre digo que Casa Decor (que además ha estado en Barcelona desde 1994 hasta 2012, en Valencia, en Lisboa, en Oporto, en Miami, en Londres...), al final, tiene que ser hija de la ciudad donde nació, porque es la forma de crear algo muy bueno, el poder dedicar un año entero a la excelencia, sin dividir talento ni presupuesto. Dicho esto, es verdad que nosotros decimos que somos orgullosa marca Madrid, ¡pero de Madrid al mundo! Nos consideramos marca nacional porque nos visitan de todos los puntos de España, y de fuera.

Pero es verdad que creo que falta ese reconocimiento nacional de entender que esto no es solo decoración. Nosotros aunamos diseño en sí mismo, diseño industrial, arte, arquitectura, paisajismo, interiorismo. Es todo el sector. Y vienen marcas porque también es estilo de vida. Es un gran conglomerado donde impactamos a la ciudad de Madrid, pero también a nivel nacional. Casa Decor es pura sinergia, es negocios y es muchos meses de trabajar para crear muchos inventos, muchos lanzamientos comerciales que se realizan ex profeso para Casa Decor y se presentan por primera vez.

Todo eso pasa en Casa Decor y deberíamos valorarlo porque generamos contenido de valor durante muchos meses y años. Es más, son proyectos totalmente disruptivos e innovadores pero atemporales, que siguen teniendo relevancia uno o dos años después. Casa Decor genera todas las tendencias y negocios de los siguientes años, algo que yo creo que se debería valorar.

**Aprovechando la tesisura, ¿nos puede adelantar alguna tendencia para 2025?**

Sí, hay tendencias que ya están consolidadas, como son el trabajo con materiales naturales. “La piedra ha sido la reina”, decíamos este año, porque la gente cada vez se siente más a gusto teniendo materiales naturales en su casa. Tú, la piedra la tocas y está fría. La piedra, cuando sale de su extracción, está como muy fresca, pero luego va creando más vetas...



Aunque no ha desvelado cuál será el edificio de la edición 2025, Alicia G. ha dado una pista interesante: en cada edición se intenta cambiar de registro para ofrecer algo diferente. ¿Será un edificio moderno y funcional? Habrá que esperar a diciembre para saberlo.

En fin, tiene momentos, ¿no? Igual que la madera se va transformando. Bueno, pues esos materiales naturales, nobles han venido para quedarse y seguirán en 2025.

#### **¿Y qué nos puede decir del diseño biofílico, es algo pasajero o le queda recorrido?**

Creo que también se mantendrá en 2025. Es importante acercar la naturaleza ya sea a través de materiales naturales como la piedra, u orgánicos como la arcilla. Pero también a través de colores. El verde este año ha entrado con fuerza. Hemos pasado de años de colores muy claritos, paleta cromática relajada, a escenografías saturadas, con mucho color. También los vanos en arco y todas esas formas redondeadas creando mobiliario orgánico que es como más amigable frente a las puntas, los ángulos rectos que siempre son más agresivos. En fin, creo que todo eso se va a mantener y que se va a trabajar con colores saturados, creando un trabajo como es España, diverso y diferente.

#### **¿Cuál sería el sello del interiorismo español, si es que lo tiene?**

Pues diría que esa diversidad de trabajo y de colores. Porque tú ves el sello italiano o el sello nórdico, y trabajan con una paleta cromática o de líneas más depuradas o más trabajadas. En España hay de todo, hay diversidad. Ese conglomerado de tantas culturas que han pasado por aquí nos da mucho colorido o menos colorido, profusión de muchos materiales o menos materiales... ¡Diversidad! Ahora mismo tenemos de todo y somos muy valorados. Por ejemplo, nos han escrito de la televisión francesa porque quieren sacar interioristas españoles, y quieren saber qué está pasando en España porque está siendo muy relevante a nivel internacional el trabajo de grandes casas realizadas por interioristas españoles, cada vez más valorados. Eso es muy interesante.

#### **¿En España se acepta todo?**

Si. Y eso es lo interesante, porque aquí se trabaja todo, incluso el interiorismo artesanal, y eso es lo que creo que está gustando.

#### **Entonces, ¿la artesanía tradicional no desaparecerá en nuestro país?**

Se le da una visión contemporánea con legado artesano como ha pasado con la artesanía de Castilla la Mancha. Sus artesanos estuvieron presentes bajo la visión innovadora y contemporánea de un director de orquesta, es decir, de un profesional que les permita innovar, que les dé un futuro y crear un legado artesano.

#### **Alicia, ¿ha tenido o tiene algún edificio soñado para Casa Decor?**

Pues yo diría que más que un edificio, cuando llegué tenía una ambición. Yo quería estar en Serrano; allí nunca había estado Casa Decor, se resistía, porque allí no hay nada vacío. Solamente por las marcas que están y por ser el principal eje comercial de lujo de la capital, era imposible. Bueno, pues a mí me hacía muchísima ilusión estar en Serrano, y lo conseguimos el año pasado.

Otro sitio donde me apetece mucho estar es en Castellana, porque sí ha estado Casa Decor en alguna edición, pero yo no. Y en Velázquez. Pero a mí también me interesan edificios de esquina porque dan mucha luz..., y eso lo estamos consiguiendo.

¿Qué no he conseguido desde que estoy? No he conseguido estar en un edificio industrial porque, claro, nosotros buscamos que esté dentro de la almendra de Madrid... Pero una nave de estas antiguas, tipo Matadero, no me importaría nada. Siempre buscamos procesos nuevos. No sé, a ver, que no me importaría estar en el Palacio de Alba, o el Palacio Real. ¡Oye!, si me lo dejan... (Risas).

Y bueno, un palacete con jardines también era algo que apeteecía mucho, pero que veía como un reto mayúsculo, ¿no? Y así ha sido, porque te tienes que enfrentar contra todos los elementos meteorológicos, huir de la obiedad para no meter todo paisajismo, que haya otras cosas... Pero nos liamos la manta a la cabeza, como cada edición. Somos incapaces de hacerlo sencillo porque si no, no se conseguiría lo que conseguimos. Y eso también es bueno porque se van cumpliendo sueños. Lo que hay que ser es paciente y estar siempre atento. Que la suerte te pille trabajando, ¿no? Yo creo que esa es la frase para Casa Decor. #