

Salsas sin sobre: el día que el ketchup nos obligó a repensar la mesa

A partir de agosto de 2026, la escena más cotidiana en un bar o un restaurante -pedir un par de sobres de ketchup, una **monodosis** de mayonesa o el azucarillo del café- empezará a desaparecer de la mesa. No es un capricho ni una guerra contra las salsas, sino la consecuencia directa del [Reglamento \(UE\) 2025/40](#), la nueva normativa europea sobre envases y residuos de envases que quiere atajar el exceso de plástico de un solo uso en la hostelería.

Y ese pequeño gesto de rasgar un sobre va a tener efectos en cadena sobre el negocio, la industria y la manera en la que comemos fuera de casa.

Hasta ahora, el sobre monodosis ha sido el aliado perfecto del bar: **barato, higiénico, dosificable y muy fácil de gestionar** en una operativa con poco personal. Un camarero puede dejar tres sobres en un plato en cuestión de segundos, el producto viene protegido desde fábrica y el control de costes es muy sencillo: se sabe cuántas unidades salen y a cuánto se compra cada caja. El problema aparece cuando, al final del día, se mira la otra cara del sistema: **kilos y kilos de pequeños envoltorios plásticos que van a la basura después de apenas unos segundos de uso.**



La UE ha decidido intervenir precisamente ahí. El reglamento establece que, en bares, cafeterías, restaurantes y hoteles, ya no se podrán utilizar determinados envases de plástico de un solo uso para **condimentos, salsas, azúcar, leche para café** y productos similares cuando el consumo sea en el propio local, es decir, “en sala”.

La intención es clara: reducir residuos, limitar el sobreenvasado y empujar al sector hacia soluciones reutilizables, recargables o de mayor capacidad, más fáciles de reciclar.

Desde el punto de vista del restaurante, el cambio va mucho más allá de sustituir un envase por otro. Obliga a repensar la puesta en mesa, la organización de la barra y el relato que se construye alrededor de algo que hasta ahora era casi invisible: las salsas y los complementos. Un local que deja de

repartir sobres y pasa a ofrecer botes rellenables, salseras individuales preparadas en cocina o aceites bien identificados en botella está cambiando el lenguaje del servicio tanto como cuando pasó de la servilleta de papel al mantel de tela.

Operativamente, supone nuevos retos. Los sobres garantizaban una ración exacta y un contacto mínimo del cliente con el producto; con dispensadores y **envases colectivos** será necesario establecer protocolos muy claros de rellenado, limpieza y conservación, integrados en los sistemas de autocontrol higiénico del local.

Habrá que cuidar la imagen -nadie quiere usar un dispensador que no se ve impecable-, ajustar cantidades para que no haya derroches y preparar al equipo para explicar al cliente por qué ya no se puede “coger un sobre más por si acaso”.

La industria que hay detrás también se enfrenta a un cambio de guion. Durante años, buena parte del negocio de fabricantes de salsas, azúcar o lácteos para café ha estado apoyado en ese formato individual: es práctico para el restaurador y funciona como [soporte publicitario](#), porque la marca viaja en cada sobre hasta la mesa. Con la nueva normativa, el foco se desplaza hacia otros territorios: **envases de mayor capacidad para canal profesional, soluciones diseñadas para dispensadores y materiales compostables que puedan encajar en los márgenes que deja la regulación.**

Al mismo tiempo, las marcas pierden visibilidad directa frente al comensal y tendrán que buscar otras vías para estar

presentes, desde acuerdos de co-branding con los locales hasta la mención explícita en la carta.



Para el consumidor, el cambio se va a notar, pero puede leerse de formas muy distintas según el tipo de cliente y el tipo de local. Para quien valora la rapidez y la sensación de **“todo empaquetado”**, la desaparición del sobre puede interpretarse de entrada como una incomodidad o incluso como una posible pérdida de higiene, si los recipientes colectivos no se perciben bien gestionados.

En cambio, para un público más atento a la gastronomía y a la sostenibilidad, ver un aceite identificado con denominación de origen, una salsa casera en un pequeño

cuenco o una sal de escamas en salero puede reforzar la idea de autenticidad y cuidado por el producto, justo lo contrario del sobre anónimo.

En la práctica, la sustitución de las monodosis seguirá caminos diferentes según el tipo de servicio. En un bar de menú del día, será habitual que el **kétchup** o la **mayonesa** aparezcan en botes dosificadores fáciles de limpiar, mientras que la sal y el aceite se presentarán en envases identificados, como ya sucede en muchas mesas desde la regulación de las aceiteras irrellenables. En locales con una **cocina** más marcada, es probable que el cambio sirva para **“gastronimizar”** el acompañamiento: aliolis caseros, emulsiones propias o salsas de autor que dejan de venir del sobre industrial para integrarse en el discurso del plato.

El segmento hotelero vivirá una transformación especialmente visible en los desayunos y en las habitaciones. **Los buffets tenderán a apostar por dispensadores de azúcar, cereales, mermeladas o leche, con sistemas de granel controlado que reduzcan envoltorios** sin renunciar a la comodidad.

En las habitaciones, el movimiento que ya se ve en muchos hoteles -pasar de las pequeñas botellitas de champú y gel a dispensadores recargables- se consolidará como norma más que como opción estética.

Hay, además, un matiz importante: la restricción se centra en el consumo en sala, pero deja margen para la comida para llevar y el reparto a domicilio. Es decir, los sobres seguirán teniendo vida en el delivery, al menos de momento, por cuestiones de seguridad alimentaria y practicidad durante el transporte. Sin embargo, la presión social y regulatoria sobre

el exceso de envases en los pedidos a domicilio también va en aumento, así que es razonable pensar que veremos, poco a poco, soluciones de envase más cuidadas también en ese terreno.



En este contexto, el reto para el restaurador es convertir una obligación en una oportunidad. Igual que hay casas de comidas que renuncian a la carta tradicional y llevan al comensal a la cocina para que elija directamente de las ollas, reivindicando la cercanía y la verdad del fogón, la desaparición del sobre puede ser la excusa para acercar aún más el producto al cliente, explicar de dónde viene ese aceite o esa salsa y reforzar el vínculo con productores locales.

Para la industria, el desafío pasa por acompañar este cambio con soluciones que simplifiquen la vida del hostelero y mantengan la confianza del consumidor, y

no solo por cambiar un tipo de plástico por otro.

Al final, lo que está en juego no es solo cómo servimos el ketchup, sino qué modelo de consumo queremos en la mesa: uno basado en envases que duran segundos o uno que asume que cada gesto tiene un coste ambiental y una historia detrás.

Y ahí, restaurantes, productores y clientes van a tener mucho que decir, aunque sea delante de algo tan aparentemente banal como una patata frita buscando su salsa.