vinetur

Madrid estrena un bar de joyería, gastronomía y cócteles en Jorge Juan

Acorazada by Elena Estaun abre en el hotel Wipton con tienda monomarca y propuesta para compartir

lunes 18 de mayo de 2026


JEWERLY BAR
ACORAZADA
ACORAZADA
ACORAZADA

Madrid suma desde este miércoles un nuevo espacio que mezcla joyería conceptual, gastronomía y coctelería de autor en un mismo lugar. Se llama Acorazada by Elena Estaun y abre en el Hotel Wipton by Petit Palace, en el número 17 de la calle Jorge Juan, con una propuesta pensada para el aperitivo, la comida informal y el afterwork.

La iniciativa se presenta como el primer Jewelry Bar Experience de la capital. El proyecto nace con la idea de unir una tienda de joyería con un bar y una oferta gastronómica diseñada para compartir, en un entorno que busca ser relajado y también creativo. El espacio funcionará de 12.00 a 23.00 y las reservas se harán a través de WhatsApp en el 683244725.

Elena Estaun sitúa esta apertura como una forma distinta de entender el lujo. La diseñadora explica que quería crear un lugar en el que las personas pudieran conectar, descubrir piezas únicas, disfrutar de la gastronomía y vivir una experiencia alrededor de la creatividad y el diseño. La propuesta se apoya en esa idea de tiempo compartido y disfrute pausado que la marca quiere asociar al nuevo local.

Acorazada no será solo un bar ni solo una joyería. También será la primera y única tienda física monomarca de Elena Estaun en Madrid. En ella se podrán ver y comprar sus colecciones y piezas exclusivas, con una línea creativa que la firma define como escultórica e industrial. La diseñadora se ha consolidado como una de las creadoras españolas más singulares del panorama contemporáneo, y sus piezas se elaboran artesanalmente entre España e Italia.

La colección masculina tendrá también un papel propio dentro del espacio. Pulseras, anillos, collares y piezas metálicas de inspiración industrial y escultórica formarán parte de una oferta pensada para hombres que entienden la joyería como una extensión de su identidad y de su estilo personal. La marca quiere abrir así el acceso a nuevos públicos y ampliar la forma de acercarse a la joyería contemporánea.

La parte gastronómica se articula en un menú para compartir con nombres como Nigiri del Cantábrico, La Gilda Hayworth, Croqueta de Oro Líquido, Pepito de Oro y El Lingote. A esa oferta se suma una carta de coctelería de autor inspirada en el universo Acorazada, con referencias como Llave Maestra, Código 7, La Bóveda y Cámara 01.

El concepto se apoya en una misma línea estética y emocional, con piezas únicas, detalles cuidados y una experiencia que mezcla diseño, moda, gastronomía y socialización. La intención es que el cliente pueda pasar por el local a cualquier hora del día y encontrar una propuesta que combine compra, consumo y encuentro en un mismo entorno.

La apertura se produce en el Hotel Wipton by Petit Palace, un establecimiento situado en una de las zonas comerciales y de ocio más transitadas de Madrid. Petit Palace enmarca esta colaboración dentro de su estrategia de hoteles boutique urbanos en localizaciones prime de varias ciudades de España y Portugal. Tras su alianza estratégica con Soho Boutique Hotels, la compañía afirma que gestionará más de 50 hoteles, cerca de 3.300 habitaciones y un equipo de más de 900 personas, con una facturación anual superior a los 180 millones de euros.

La firma hotelera sostiene además que su modelo se basa en una hospitalidad cercana y en una oferta dirigida a un cliente diverso e intergeneracional. En ese marco se sitúa la llegada de Acorazada, que añade una capa comercial y experiencial al hotel y refuerza la presencia de Elena Estaun en Madrid con un espacio propio en el que la joyería deja de limitarse al escaparate tradicional.