

ESPECIAL HOSTELERÍA, proveedores y distribuidores

La hostelería en la encrucijada: entre la modernidad y la tradición

LA FALTA DE PERSONAL, LA EVOLUCIÓN DE LAS TENDENCIAS DE CONSUMO, LA INCORPORACIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS Y LA CRECIENTE DEMANDA DE SOSTENIBILIDAD ESTÁN REDEFINIENDO EL MODELO DE NEGOCIO TRADICIONAL

ALBERTO ÁLVAREZ

Cambiar no siempre equivale a mejorar, pero para mejorar, hay que cambiar". La frase que se atribuye a Winston Churchill sirve para explicar la encrucijada donde se encuentra la hostelería segoviana, entre mantener un modelo que ha funcionado bien hasta ahora, y la necesidad de buscar nuevos caminos para crecer.

El motor de la economía de la región enfrenta importantes retos, desde la falta de profesionales, a la necesaria transformación; desde la implantación de nuevos modelos de negocio, a la producción ecológica y sostenible. Llega el buen tiempo y las perspectivas del sector son prometedoras, pero junto a las luces también asoman nubarrones que convendría despejar. Estos son los retos y oportunidades que asoman por el horizonte.

Falta personal

Los empresarios claman desde hace años por la falta de profesionales, y sostienen que las condiciones laborales han mejorado considerablemente en los últimos años, pero la necesidad de personal cualificado sigue siendo uno de los grandes problemas del sector. Existe un desajuste entre el mundo laboral con la oferta formativa. En los últimos años la matriculación en los ciclos de hostelería ha disminuido un 25% en Castilla y León, y urgen estrategias que atraigan a los jóvenes a formarse y también incentivos empresariales para atraer profesionales.

El aumento del SMI, la subida de los costes laborales y la reducción de jornada que se plantea no ayudan a los empresarios a mejorar las condiciones actuales.

Digitalización

La transformación digital se ha convertido en una necesidad imperante para los establecimientos hosteleros. La implementación de sistemas de gestión integrados y soluciones basadas en inteligencia artificial permite una mejor previsión de la demanda y optimización de recursos, pero aún generan problemas como la anulación de reserva sin contraprestación.

Sostenibilidad

La sostenibilidad ya no es una opción, sino cada vez más una exigencia del cliente actual. Los establecimientos que adopten prácticas responsables, como la economía circular, la reducción de la huella de carbono y la gestión eficiente de residuos, no so-

PESE A LA FALTA DE PERSONAL, EN LOS ÚLTIMOS AÑOS LA MATRICULACIÓN EN LOS CICLOS FORMATIVOS DE HOSTELERÍA HA DISMINUIDO UN 25%

lo mejorarán su reputación, sino que también optimizarán costes y fidelizarán a una clientela comprometida con el medio ambiente. La cocina de kilómetro cero y el uso de ingredientes locales y de temporada son tendencias al alza que permiten ofrecer una propuesta auténtica, diferenciadora y sostenible.

Nuevos modelos

Los clientes cambian. El auge de la comida para llevar ha impulsado la aparición de nuevos modelos que operan exclusivamente para la venta a domicilio. Este modelo permite reducir costes y adaptarse a la creciente demanda de este tipo por parte de los consumidores. Los restaurantes híbridos que combinan servicio en sala y comida para llevar están ganando terreno.

El cochinillo y el cordero son la bandera, pero la demanda de alimentos saludables diseñados para mejorar el bienestar físico y mental seguirá creciendo en adelante. Los establecimientos que integren menús adaptados a preferencias nutricionales específicas obtendrán una ventaja competitiva en un mercado cada vez más segmentado.

La globalización ha llegado a Segovia para quedarse. Los consumidores buscan experiencias culinarias innovadoras, donde se fusionen sabores tradicionales con técnicas internacionales. La capacidad para ofrecer una oferta multicultural, que respete la autenticidad pero la presente de manera moderna y adaptada al paladar actual, se convertirá en un factor diferenciador.

Venderse mejor

Las redes sociales, especialmente plataformas como TikTok e Instagram, se han convertido en canales clave para la captación y fidelización de clientes. El video marketing y el contenido generado por usuarios serán fundamentales. Además, la implementación de herramientas de inteligencia artificial permitirá ofrecer experiencias personalizadas, desde menús interactivos hasta recomendaciones dinámicas, y ahí queda mucho camino por recorrer.

Apoyo institucional

El sector hostelero y gastronómico de Segovia se enfrenta en 2025 a un entorno dinámico y desafiante. La atracción de profesionales cualificados y en buenas condiciones laborales, la digitalización, la sostenibilidad, la diversificación de la oferta y la colaboración público-privada se presentan como pilares fundamentales para afrontar los retos y aprovechar las oportunidades que se presentan. Con una estrategia clara y un compromiso firme con la calidad y la autenticidad, Segovia puede consolidarse como un referente en la hostelería y la gastronomía, ofreciendo experiencias únicas que atraigan tanto a locales como a visitantes.



La hostelería segoviana debe conjugar tradición y modernidad para adaptarse a los nuevos tiempos.

WWW.LACRUZDEHIERRO.ES
699 890 018

La Cruz de Hierro

GARBANZO CALIDAD GOURMET

Garbanzo de Labajos

Alimentos DE SEGOVIA

La inflación y los costes laborales aprietan a los bares y restaurantes

LA HOSTELERÍA CRECE A BUEN RITMO Y LAS PREVISIONES DE CARA AL RESTO DE TEMPORADA SON BUENAS, PERO LOS EMPRESARIOS SE QUEJAN DE QUE LA INFLACIÓN Y LOS COSTES LABORALES REDUCEN EL BENEFICIO

ALBERTO ÁLVAREZ

En las cocinas de Segovia no solo se cuecen guisos y asados: también se enfrentan a un cóctel de costes crecientes que amenaza la estabilidad del sector. A las dificultades del mundo rural, como la despoblación o la estacionalidad, se ha sumado en los últimos años una combinación explosiva: inflación, subida del precio de la energía, encarecimiento de las materias primas y aumento de los costes laborales.

Los bares, cafeterías y restaurantes de la provincia viven en 2025 un momento de incertidumbre. Algunos han optado por resistir como pueden; otros, por adaptarse y reinventarse. Pero todos coinciden en una cosa: el margen es cada vez más estrecho.

Uno de los principales golpes para los negocios hosteleros ha sido la escalada del precio de la electricidad y del gas. A pesar de ciertas bajadas coyunturales, los costes energéticos siguen muy por encima de los niveles previos a la crisis de 2021-2022.

Los hornos de leña, las cámaras frigoríficas, los sistemas de climatización y los turnos extendidos hacen que el consumo energético de los restaurantes sea elevado y difícil de reducir sin comprometer la calidad del servicio.

El aumento del coste de los ingredientes es el otro gran dolor de cabeza para los hosteleros. El resultado es una presión constante sobre los márgenes de beneficio.



Los empresarios se debaten entre la subida de precios o la moderación de beneficios.

PIXABAY

Muchos restaurantes han optado por reducir la carta, ajustar las raciones o rediseñar menús. Otros recurren a alianzas con productores locales para garantizar el suministro a costes más estables.

Costes laborales

En cuanto a las relaciones laborales, a la falta de profesionales cualificados se suma la mejora del salario mínimo interprofesional y la amenaza de la reducción de jornada, aunque necesarias

**LA MEJORA DEL
SALARIO MÍNIMO
Y LA AMENAZA DE
LA REDUCCIÓN DE
JORNADA, SUPONEN UN
RETO PARA MUCHOS
NEGOCIOS**

para dignificar el empleo, también han supuesto un reto económico para muchos negocios,

especialmente los pequeños.

En la provincia, donde muchos establecimientos cuentan con plantillas reducidas y una fuerte dependencia del trabajo familiar, la subida de cotizaciones sociales y salarios ha tensado aún más el equilibrio.

Frente a este escenario, los empresarios han adoptado distintas estrategias para sobrevivir, desde inversiones en iluminación LED, mejor aislamiento térmico, equipos de bajo consu-

mo o placas solares, hasta menús que cambian según el precio de mercado o la temporada, todo intentando que los precios no se disparen. El precio medio de una comida completa en Segovia ha subido un 12% desde 2022.

Apoyo institucional

Algunos establecimientos han solicitado subvenciones para eficiencia energética o modernización tecnológica, dentro de programas promovidos por la Junta de Castilla y León y los fondos europeos Next Generation.

Desde las asociaciones se reclaman medidas que ayuden al sector a capear el temporal, como una estrategia de formación profesional, bonificaciones fiscales por inversión en eficiencia energética, facilitación de microcréditos para modernización de equipamiento, programas de formación digital y financiera para pequeños negocios, o el fomento del consumo local y del turismo interior.

La hostelería segoviana atraviesa una de las etapas más complejas de su historia reciente, y sin embargo, en medio de la presión, hay espacio para la esperanza: la innovación, la vuelta a lo local, el apoyo mutuo y la voluntad de mantener viva una parte esencial del alma segoviana. Porque en cada plato servido, en cada café de pueblo, late no solo una economía, sino una forma de estar juntos.

En Huevos Velasco somos de dar siempre un poco más de lo que nos piden



Huevos Velasco

Calidad y pico

Villacastín (SEGOVIA) www.huevosvelasco.com 921 028 200



“La falta de profesionales nos está obligando a modificar los negocios”

EL PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DE ALOJAMIENTO, HOSTELERÍA Y TURISMO DE SEGOVIA, HOTUSE, REPASA LOS PROBLEMAS PRINCIPALES A LOS QUE SE ENFRENTA EL SECTOR Y LAS POSIBLES SOLUCIONES A LA FALTA DE PERSONAL CUALIFICADO

ALBERTO ÁLVAREZ

El presidente de Hotuse, Jesús Castellanos, compatibiliza la chaqueta y corbata propias de su cargo con el delantal de cocinero en el restaurante del Centro de Transporte que regenta. Es un ejemplo de la capacidad para salir adelante que tienen los empresarios hosteleros.

- ¿Tan grave es la falta de personal?
- Yo lo hago por decisión propia, pero existe un problema estructural y es que no encontramos personal.
- ¿Cómo lo arreglamos?
- La solución está en la formación, en formar buenos profesionales, especializados, que quieran desarrollar una carrera en este campo y puedan llegar a cobrar buenos sueldos. La hostelería debería ser un trabajo para una vida. Pero hemos aprendido a capear el

problema y estamos adaptando los negocios al número de personas que vamos a encontrar para trabajar: salas para 300 personas dejarlas en 150, o terrazas para 40 mesas, dejarlas en 30.

- La Escuela de Hostelería y Turismo se creó para eso, ¿No?
- Si, pero no tiene demasiada aceptación. Y eso que los chavales que se animan salen todos con buenos trabajos, pero no hay mucha demanda.
- ¿Las condiciones son tan malas?
- Las condiciones de la hostelería segoviana son seguramente las mejores de Castilla y León.
- ¿Cuanto se gana?
- El sueldo base de un ayudante de camarero, al que hay que formar, está por encima de los 1.200 euros al mes, con 14 pagas y 40 días de vacaciones al año.

La hostelería ofrece carreras con futuro. Es de los pocos trabajos donde puedes entrar en una

empresa de ayudante de cocina y acabar de jefe de sala, que es como un directivo, y sin cambiar de la empresa.

- ¿Los alojamientos turísticos son una batalla perdida?
- Es una batalla muy dura. Los apartamentos piratas crecen al mismo ritmo que los legales. Nosotros denunciemos los que encontramos, pero en Segovia solo hay un inspector para toda la provincia, y así no se puede.
- El nuevo registro de viajeros también complica las cosas.
- Mucho, y creemos que es completamente innecesario. No entendemos la razón de la medida, y se contradice con las normas de confidencialidad de datos personales.
- ¿Es aplicable la reducción de jornada que propone el Gobierno?
- Cobrando lo mismo por supuesto que no. Nuestro trabajo es presencial. A mí que me expliquen cómo puedo pagar lo mis-



Jesús Castellanos se plantea ceder el relevo en Hotuse.

mo a un empleado que trabaja 10 horas menos al mes.

- Plantea un relevo en la presidencia de Hotuse. ¿Se irá satisfecho?
- Después de 5 años creo que hemos hecho un buen tra-

bajo. Hotuse tiene hoy más socios que nunca y más representatividad institucional. Hoy Hotuse es independiente, libre y propiedad de sus más de 300 socios. Esa es su mayor fortaleza.

GUÍA DE PROVEEDORES HOTUSE 2025

ALIMENTACIÓN		PROPER		EL ADELANTADO	
CONGELADOS DE SEGOVIA		QUITRACO		REPSOL	
GRANJA AVÍCOLA MONTARELO		MUÑOZ HOSTELERÍA		CAIXABANK	
CÁRNICAS TABLADILLO		SERVICIOS		WASH'N DRY	
DIALSE		FUNDACIÓN CAJA RURAL		INDEXO ENERGÍA	
HUEVOS VELASCO		RADIO SEGOVIA		SIEMPRE EN LAS NUBES	
BOLLERIA J.SANCHEZ E HIJOS		SENFACCO		LEXUS COMPUTERS	
ÚNICO		NOVALUZ		DE PABLOS CORREDURÍA	
EL COCHINILLO SEGOVIANO		ALODA		DE SEGUROS	
BEBIDAS		ATISAE		CAJA VIVA CAJA RURAL	
MAHOU/SAN MIGUEL/ALHAMBRA		EXTINTORES SEGOVIA		FORMACIÓN	
DISTRIBUIDORES DE COCA-COLA		COMPRA TU CASA		HOTUSE Y GRUPO GALI	
GRANDES SUPERFICIES		NOVAHIGIENE		CAMPUS HOSTELERÍA	
TOP CASH		APADEFIM		DE ESPAÑA	
DIHOSE		ALIMENTOS DE SEGOVIA		DEPARTAMENTO JURÍDICO,	
EQUIPAMIENTOS		GLOBALES		LABORAL Y FISCAL HOTUSE	
ABSOTEC		CLÍNICA MEDICA GOYA		ISMAEL FDEZ. ABOGADO	
BUTANO SEGOVIA		EL NORTE DE CASTILLA		ASESORÍA PEÑALARA	
MUNDO LABORAL		GRUPO INPREX			
		RABALÁN			
		WATIO CONSULTORÍA			
		ENERGÉTICA			
		ENTELIA			
		COPE			

HOTUSE apuesta por dinamizar, innovar y hacer que los socios se sientan más partícipes de sus proyectos

HOTUSE
SEGOVIA

HOTUSE es la asociación líder en asesoramiento al sector turístico, tanto del alojamiento como de la hostelería segoviana, con más de 300 empresas asociadas (entre hoteles, restaurantes, casas rurales, apartamentos turísticos, bares, ocio nocturno...), desarrollando múltiples actividades tanto en el ámbito de la promoción, como de la gestión, aumentando considerablemente su número de socios.

HOTUSE realiza un trabajo de interlocución, negociación y control de las diferentes administraciones. Este pasado año participó en la negociación de la nueva ordenanza de terrazas de Segovia y de otros municipios, luchó contra la competencia desleal (alojamientos ilegales, etc.) y también, junto con CEHAT, presentó alegaciones al nuevo decreto de registro de viajeros, y con Hostelería de España a otro real decreto que regula los requisitos de higiene en la producción y comercialización de alimentos en establecimientos minoristas, y están pendientes de la próxima ley sobre desperdicios alimentarios y otras cuestiones que afectan al sector.

Sus diferentes departamentos jurídico, laboral y fiscal han asesorado a más de **370 empresas en diferentes asuntos, atendiendo más de 700 consultas dentro del proyecto con Diputación "Plan Emprende en Hostelería y Turismo. Más que bares, sin bares no hay pueblos"**.

También están a pleno rendimiento otros departamentos, como el inmobiliario, con su bolsa de locales en venta, alquiler, traspaso junto con la revisión de contratos y puesta en marcha del negocio. Otro muy importante es el de la formación, con más de **200 personas formadas** que, junto con la bolsa de empleo, han facilitado **más de 1.000 currículum a las empresas asociadas, dando trabajo a más de 90 personas**. Por último, el de marketing



Gala III Premios Provinciales de Hostelería y Turismo de Segovia.

gastronómico el cual hace gratuitamente un diagnóstico sobre la empresa para ver si está utilizando correctamente sus recursos para ser más visible y eficiente.

Siguen realizando la Guía de Proveedores de Hostelería, una herramienta de consulta muy importante para los hosteleros, la revista de menús de Navidad, revista digital informativa del sector y eventos, así como rutas y concursos de tapas, jornadas gastronómicas y formativas, y participando en los concursos regionales y nacionales de tapas. Además, asisten a eventos nacionales e internacionales con **SABOREA ESPAÑA, SABOREA SEGOVIA** (Fitur, Intur, Madrid Fusión...) como socios junto al Ayuntamiento de Segovia y colaboran en los eventos que se realizan tanto en Segovia como en provincia de la mano de la Diputación de Segovia, como el Menú KM 0 y las degustaciones populares, la concentración de La Leyenda Continúa en Cantalejo, Buddy and Garage en San Rafael y El Espinar, eventos deportivos, conciertos, fiestas populares, etc.

Por otro lado, la parte más social de HOTUSE, consiste en colaborar con organizaciones como Cruz Roja, Cáritas, Banco de Alimentos, Hermanitas de los Pobres, Restaurantes contra el Hambre, etc. además

de jornadas formativas y prácticas en empresas, como en recogida de alimentos, etc.

Por último y no menos importante, negocian acuerdos con multitud de empresas para que sus socios se beneficien de condiciones especiales y descuentos. En general, su función es apoyar al sector turístico, tanto autónomos como empresas, para facilitarles la gestión diaria de su actividad y proyectos de futuro.

HOTUSE es la única asociación que representa al sector del alojamiento, la hostelería y el turismo de Segovia que forma parte del comité ejecutivo y de las juntas directivas de las patronales más importantes del sector, como **HOSTELERÍA DE ESPAÑA (CEHE)**, la **CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA de HOTELES y ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS (CEHAT)**, la **FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE ALOJAMIENTO, HOSTELERÍA Y TURISMO DE CASTILLA Y LEÓN (HOSTURCYL)**, **SABOREA ESPAÑA** y la **MESA PROVINCIAL DE TURISMO DE SEGOVIA**.

HOTUSE apuesta por dinamizar, innovar y hacer que los socios se sientan más partícipes de los proyectos de su patronal y en los diferentes proyectos que continuamente desarrollan.

SERVICIOS HOTUSE

ASESORÍA JURÍDICA

- ▶ Abogado
- ▶ Consultas sobre Derecho en general
- ▶ Gestión acerca de impagos, revisión de contratos
- ▶ Pliegos de descargo y recursos ante las Administraciones
- ▶ Defensa del asociado en materia jurídico laboral
- ▶ Competencia desleal
- ▶ Resolución dudas jurídicas relacionadas con el sector
- ▶ Licencias, horarios, ruidos, SGAE, etc.

ASESORÍA LABORAL

- ▶ Gestión de nóminas y contratos
- ▶ Información del Convenio Colectivo de Hostelería
- ▶ Asesoramiento general
- ▶ Intervención en actos de conciliación laboral, juicios en el Juzgado de lo Social, despidos, conflictos y negociación colectiva
- ▶ Servicio Asesoramiento de Seguros

ASESORÍA FISCAL

- ▶ Asesoramiento en materia económica financiera y fiscal dentro del ámbito empresarial - Estudios de viabilidad, Contabilidad, Análisis de Balances y legislación fiscal
- ▶ Constitución de Sociedades Mercantiles y Comunidad de Bienes.
- ▶ Asesoramiento en IAE, IRPF, IVA, Impuesto de Sociedades, etc.
- ▶ Información y tramitación de subvenciones y ayudas
- ▶ Asesoramiento sobre creación de empresas

REPRESENTACIÓN Y NEGOCIACIÓN CON INSTITUCIONES

- ▶ Asesoramiento y gestión en la apertura de nuevos establecimientos
- ▶ Negociación de la normativa aplicable al sector
- ▶ Negociación Convenio Colectivo Hostelería
- ▶ Intermediación con Instituciones y agilización de trámites
- ▶ Solicitud de permisos especiales, eventos, ampliación del horario de cierre: Navidades, Fiestas patronales, Carnaval, etc.

TURISMO

- ▶ Altas, bajas y cambios de titularidad
- ▶ Hojas de Reclamaciones
- ▶ Facilitamos la placa identificativa de bar, cafetería, restaurante, etc.
- ▶ Cartelería obligatoria (Horario, aforo...)

TERRAZAS

- ▶ Gestión de autorización o modificación de ocupación de vía pública
- ▶ Gestión y solicitud de tasa y solicitud de fraccionamiento de la tasa.

FORMACIÓN

- ▶ Plan formativo obligatorio según convenio

- ▶ Protocolo de acoso en el ámbito laboral
- ▶ Cursos gratuitos, bonificados y de pago.

- ▶ **CAMPUS HOSTELERÍA:** cursos específicos del sector (manipulador alimentos, cocina, sumiller, etc.)
- ▶ Cursos genéricos (informática, inglés, etc.)

BOLSA DE EMPLEO

- ▶ Recepción de currículum para ofertas y demandas
- ▶ Publicación de ofertas en web y redes sociales

ACUERDOS PREFERENCIALES Y DESCUENTOS PARA EL ASOCIADO CON

- ▶ SGAE, AGEDI, APPCC, Proveedores, Bancos, Aseguradoras, Seguros médicos, etc.

PUBLICACIONES

- ▶ Web: www.hosteleriayturismodesegovia.es
- ▶ Revista digital HOTUSE
- ▶ Instagram: [hosteleriayturismodesegovia](https://www.instagram.com/hosteleriayturismodesegovia)
- ▶ Twitter: @hotusesg
- ▶ Facebook: HOTUSE.SG
- ▶ Circulares informativas de interés para el sector (Normativas, leyes, etc.)
- ▶ Hosteleriadigital.es y Revista CEHE

ACTIVIDADES PROMOCIONALES

- ▶ Organización de la SEMANA DE COCINA SEGOVIANA
- ▶ Organización la ruta de Tapas y cocteles por Segovia
- ▶ Organiza y colabora en eventos GASTRONÓMICOS
- ▶ Edición de guías gratuitas promocionales para socios
- ▶ Asistencia a Ferias: INTUR, FITUR, MADRID FUSIÓN...
- ▶ Colaboración con Guías de Bares, Alojamiento, Restaurantes, Ocio Nocturno y Turismo Rural de Segovia
- ▶ Apoyo a iniciativas de los asociados publicándolas en nuestra web, redes sociales, etc.

PRESENCIA EN ORGANISMOS

- ▶ Confederación Española de Hostelería (CEHE) HOSTELERÍA DE ESPAÑA
- ▶ Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT)
- ▶ Confederación de Empresarios de Hostelería y Turismo de Castilla y León (HOSTURCYL)
- ▶ Mesa provincial de Turismo
- ▶ CRV Centro de Recepción de Visitantes
- ▶ PRODESTUR Diputación
- ▶ Saborea España Saborea Segovia
- ▶ Confederación Segoviana de Empresarios (CONFERSE).

La Diputación de Segovia y la Asociación de Empresarios de alojamiento, Hostelería y Turismo de Segovia HOTUSE, ponen en marcha el proyecto

"PLAN EMPRENDE EN HOSTELERÍA Y TURISMO, SIN BARES NO HAY PUEBLOS"

para dar apoyo al sector turístico, empresarial y de emprendimiento de nuestra provincia.

Para que todos los autónomos y empresas dedicados al sector turístico de la provincia puedan recibir un servicio de asesoramiento personalizado y profesional a coste cero.

Para más información en email

hotuse@hosteleriayturismodesegovia.es

☎ 921 43 30 31

HOTUSE
Asociación de Empresarios de Alojamiento,
Hostelería y Turismo de Segovia



Diputación
de Segovia

El huevo segoviano esquivo las incertidumbres del sector

LA AVICULTURA SEGOVIANA SE REFUGIA EN EL CONSUMO LOCAL PARA AFRONTAR LA ESCALADA DE PRECIOS Y LA INCERTIDUMBRE QUE PRODUCE LA GRIPE AVIAR EN ESTADOS UNIDOS Y EUROPA

ALBERTO ÁLVAREZ

El huevo está de moda. En los últimos años ha logrado posicionarse como uno de los alimentos mejor valorados por los consumidores españoles, y una de las proteínas de referencia de origen animal en nuestro país. Pero su precio se ha disparado en los últimos meses. Según la OCU, en el mes de marzo los huevos de todas las marcas de categoría 'M', los más baratos del supermercado, habían subido de media hasta situar el precio de la docena en los 2,6 euros como referencia de la mayoría de las cadenas españolas, si bien solo dos semanas antes costaban entre 2,07 y 2,10 euros. En el caso de los huevos 'L', los precios han crecido un 15,4% de media; los de gallinas sueltas, un 20,2%; los camperos, un 16%; y los ecológicos, un 6,8%.

Las razones de esta subida están en la gripe aviar, que ha obligado a sacrificar a 150 millones de gallinas en Estados Unidos, y 15 millones en países del norte de Europa, lo que ha desestabilizado los precios.

Los productores segovianos no son ajenos a estos movimientos en el mercado del huevo, pero las exportaciones de huevo españolas a Estados Unidos son prácticamente testimoniales. La Federación Española de Empresas del Sector de la Producción de Huevos y Ovoproductos (Federo) recuerda que no están arreglados los trámites burocráticos para poder exportar a EEUU por parte de nuestro país, más que de la categoría huevo cáscara.

España, que es el tercer país europeo en producción después de Alemania y Francia, es también un país excedentario que exporta un 20% del total de la



La salud y el bienestar de los animales está en el punto de mira de las empresas alimentarias.

PEXELS

LA GRIPE AVIAR HA OBLIGADO A SACRIFICAR 150 MILLONES DE GALLINAS EN EEUU Y 15 MILLONES EN EUROPA

producción de huevos con destino principalmente a estados de la UE como Francia, Alemania o Países Bajos.

El precio del huevo se fija entre los operadores comerciales, explican en un comunicado las Asociaciones de Productores de Huevos en España. Dependen del canal de venta, de la presentación, del tipo de huevos y de la oferta y demanda de cada uno en cada momento, por lo que no hay un precio único del huevo, sino varios. En situaciones de falta de oferta, hay un efecto de vasos comunicantes entre los diferentes canales, porque el huevo es un alimento básico y único, que no tiene fácil sustitución en la cocina, ni en las numerosas industrias alimentarias que lo emplean

como ingrediente. De ahí surge la actual tensión de precios del mercado, dado que cuesta cubrir la demanda, no solo en España sino también en otros países de nuestro entorno.

En Segovia se añade la circunstancia de que algunos productores están inmersos en el proceso de adaptación de las granjas. En

los nuevos sistemas sin jaulas se producen huevos con mayor coste, pero no en más cantidad. Y para ampliar el tamaño y capacidad de las granjas son necesarios permisos administrativos que suelen tardar varios años en emitirse, por lo que es una barrera temporal importante para el crecimiento del sector del huevo. Los empresarios reclaman que las administraciones consideren la posibilidad de agilizar estos plazos, teniendo en cuenta las aportaciones que hacen las granjas y centros de embalaje de huevos en una provincia como Segovia, con amplio espacio en áreas rurales muy poco pobladas. Son actividades que generan riqueza, empleo y actividad económica estable, de gran interés

en zonas con escasa población y desarrollo económico.

En 2024, el sector alcanzó una facturación récord y España consolidó su posición como el tercer mayor productor de huevos de la Unión Europea. Por regiones, Castilla-La Mancha, con 266 millones de docenas, continúa siendo la región líder en el mercado avícola de puesta, seguida por Aragón (202 millones) y Castilla y León (198 millones).

En 2024 los hogares españoles consumieron un total de 407 millones de kilos de huevos, lo que supone una ingesta per cápita de más de 137 huevos por persona al año (casi 3 a la semana), y gastaron una media de 28 euros en la compra de huevos.

Saludable

El consumo de huevos está aumentando en todos los países de la UE. Entre otras razones, por la buena imagen de producto como alimento, una proteína rica en nutrientes y vitaminas, según diferentes estudios. La Agencia Estadounidense de Alimentos y Medicamentos ha actualizado oficialmente su clasificación sobre el huevo, reconociéndolo como un alimento "saludable", dentro de sus nuevos criterios sobre qué productos pueden incluir esta declaración en su etiquetado.

Este cambio subraya la importancia del huevo dentro de una dieta equilibrada, y refleja los avances en la comprensión científica sobre su valor nutricional. Es considerado como uno de los alimentos más completos, fuente de proteínas de alta calidad, vitaminas esenciales y minerales, que aportan beneficios muy positivos para la salud física y cognitiva de las personas, en todas las etapas de la vida.

VISITA LA BODEGA

Severino Sanz

Enoturismo
Catas

Gastronomía

En el Parque Natural
Hoces del Río Riaza

CON
EL PRIMER
Y ÚNICO
Museo de
La Vega de
Lagar

RI
BE
RA
DUERO

Montejo de la Vega de la Serrezuela. Segovia

www.bodegaseverinosanz.es

CPP, un referente en investigación porcina

EL CENTRO DE PRUEBAS DEL PORCINO TRANSFIERE CONOCIMIENTO DE LOS INVESTIGADORES A LOS PRODUCTORES

ALBERTO ÁLVAREZ

En tierra de pinares, entre Cuellar y Cantalejo se encuentra un centro de investigación puntero en España, el Centro de Pruebas del Porcino, dependiente del Instituto Tecnológico Agrario de Castilla y León (ITACyL), que lleva más de 20 años investigando en bienestar animal y la mejora de los procesos productivos y transfiriendo su conocimiento a los productores locales.

Durante su andadura el centro ha desarrollado más de 250 ensayos y proyectos, en los que se ha colaborado con todo tipo de empresas del sector y con otros grupos de investigación tanto internos como instituciones nacionales y europeas, mejorando así todos los eslabones de la cadena, como la incorporación de nuevas materias primas, seguras y responsables; la mejora de la eficiencia alimentaria; la investigación de alternativas a los antibióticos; el bienestar animal; la monitorización automática del ganado; y la mejora de la calidad de la canal y de la carne.

Por poner un ejemplo de los trabajos que se realizan en el CPP, existe un proyecto para la mejora genética y de cultivo de leguminosas locales (guisantes de primavera e invierno, garbanzo negro y alverjón, por ejemplo), con vistas a su inclusión en los piensos, en sustitución de la soja, tanto en el caso del cerdo de capa blanca como en el Ibérico, que está dando muy buenos resultados.

El CPP cuenta con instalaciones de transición y cebo (intensivo y extensivo), con todas las garantías de bienestar y buenas prácticas. Asimismo, dispone de quirófano, sala de necropsias y laboratorios para muestreos, análisis de digestibilidad, sanguíneos y de marcadores de bienestar animal, y para el procesamiento y conservación de material genético. Cuenta con un banco de conservación de semen de verracos pertenecientes a diferentes estirpes y variedades de cerdo Ibérico.

Las actividades de investigación se completan con una labor permanente de divulgación y transferencia, a través de publicaciones, asistencia a congresos, organización de jornadas, así como de formación, mediante la oferta de prácticas, estancias, trabajos de fin de grado, tesis doctorales, etcetera.

A lo largo de su trayectoria, más de 120 empresas han encontrado, en el Centro de Prue-

bas de Porcino de ITACyL, el aval de un organismo público, es decir, independiente, de investigación. Y, al mismo tiempo, resultados en condiciones experimentales, controladas, fiables. Otro valor añadido es el conocimiento inmediato y evidente del rendimiento del producto que se evalúa (línea genética, aditivo, materia prima, vacuna...) por parte del posible cliente al que va destinado.



El CPP investiga para mejorar el bienestar animal y el proceso productivo del porcino.

PEXELS



**HUEVERÍA
MONTARELO**
Producción propia

¡Huevos frescos!
Directos de la **granja**
a su **casa**

Venta directa
en nuestra tienda de Segovia

**Calle Badajoz, 3 Barrio de La Albuera
(Junto al mercado municipal)**



**GRANJA AVÍCOLA
MONTARELO**

Producción y
distribución de huevos
de **nuestra granja**

Carretera de Escalona, km 3. (Aguilafuente) Segovia
www.granjaavicolamontarelo.es
615 20 55 68

GUÍA DE PROV



PANIFICADORA ARTESANA ÁNGEL MAROTO

Deliciosos productos de panadería: dulces artesanos, tortas, bizcochos y magdalenas

www.panificadoraartesanaangelmaroto.es
La Pasada, 5, 40422, Otero de Herreros
921 483 483 / 607 930 070



LA CRUZ DE HIERRO

Garbanzos Gourmet de Labajos, de calidad para la alta cocina

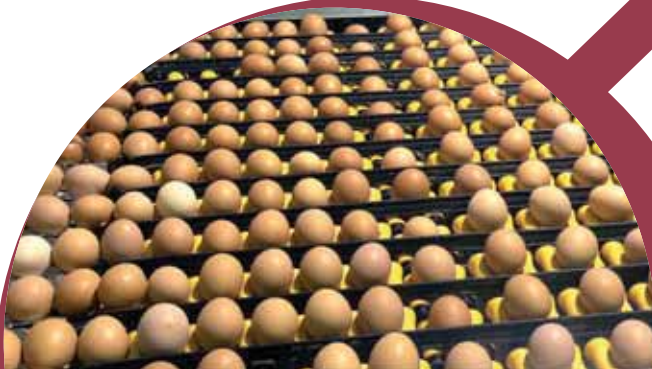
www.lacruzdehierro.es
Labajos (Segovia) 40146
699890018



HOSTELERÍA MUÑOZ

Todo el menaje de cocina y desechables: cuberterías, vajillas, cristalerías, mantelerías...

www.tiendaarticuloshosteleria.com
Gremio de los Caldereros, 16
Polígono Hontoria / 921 429 762



HUEVOS VELASCO

Huevo fresco de gallina y ovoproductos; distribución de otras especialidades: huevo de codorniz, campero, omega y de oca

www.huevosvelasco.com
Carretera Nacional VI, Km. 84.600
Villacastín / 921 028 200



DISTRIBUCIONES ALIMENTARIAS SAN LORENZO

Con productos alimentarios de primera calidad desde 1990

<https://distribucionessl.wixsite.com/website>
Ctra. Soria ,72 40196 La Lastrilla
921 43 32 60 / 616 63 75 12



EL OVINO

Cordero y Cochinitillo de alta calidad Premium

www.elovinodesegovia.com
Carretera Soria-Plasencia, Km. 188
40196 La Lastrilla
921 42 47 91 / 921 42 47 11

PROVEEDORES 2025



HUEVOS MONTARELO

Tres generaciones dedicadas al sector avícola llevando nuestra producción al público, tiendas y hostelería
www.granjaavicolamontarelo.es
Ctra. de Escalona, Km. 3. Aguilafuente.
C/ Badajoz, 3. Segovia / 615 20 55 68



CONGELADOS DE SEGOVIA

Empresa fundada en 1993 con amplia experiencia anterior de varias generaciones
www.congeladosdesegovia.es
Pol. Industrial Nicomedes García
CL Sauce, 38 Valverde del Majano
669 852 575 - 921 424969



TABLADILLO EL COCHINILLO

Distribución y venta de cochinillo
www.tabladillo.es
Paraje de los Barreros, 19.
Tabladillo / 921 124 389



BODEGAS SEVERINO SANZ

Enoturismo para compartir nuestro amor por la tierra, a través del vino, la gastronomía y la arquitectura popular
bodegaseverinosanz.es
C. El Reguero, s/n 40542 Montejo de la Vega de la Serrezuela
680 252 902



HOTUSE

Asoc. de Empresarios de Alojamiento, Hostelería y Turismo de Segovia que vela por sus derechos
www.hosteleriayturismodesegovia.es
C/ de los Curtidores, 6, 40002
Segovia / 921 43 30 31

Hostelería 4.0: cómo la tecnología cambia la experiencia del comensal

CADA VEZ HAY MÁS RESTAURANTES QUE USAN INTELIGENCIA ARTIFICIAL, REALIDAD AUMENTADA, MENÚS DIGITALES O SISTEMAS DE RESERVA INTELIGENTES. LA TECNOLOGÍA ABRE NUEVOS HORIZONTES AL NEGOCIO

ALBERTO ÁLVAREZ

Entrar en un restaurante en 2025 ya no es lo que era. La transformación digital está dejando una profunda huella en la hostelería, desde menús digitales hasta reservas automatizadas y análisis de datos en tiempo real, los bares y restaurantes segovianos están abrazando una nueva era: la de la hostelería 4.0.

Lejos de ser un fenómeno exclusivo de las grandes ciudades, esta revolución tecnológica está empezando a calar en negocios de todas las dimensiones, incluso en municipios pequeños. Y lo hace como respuesta tanto a los nuevos hábitos de consumo como a la necesidad de eficiencia y diferenciación en un sector competitivo y cambiante.

Uno de los aspectos en los que los establecimientos han notado el cambio es en la gestión de reservas. Plataformas como CoverManager, El Tenedor o sistemas integrados con Google Maps han sustituido las tradicionales libretas de papel. Ahora, el comensal puede reservar mesa en segundos, elegir ubicación, y hasta indicar alergias o preferencias específicas desde su móvil.

Con el sistema de reservas digitales se evita el overbooking, se ajustan los turnos automáticamente y, además, se pueden anticipar cuántas raciones preparar, reduciendo el desperdicio alimentario hasta en un 20%. Si bien se producen problemas de reservas anuladas sin contraprestación que generan pérdidas. Estos ajustes vendrán con el tiempo, pero la tendencia es imparable.

Algunos restaurantes también están comenzando a integrar estas reservas con sistemas de gestión integral (ERP o PMS) que sincronizan cocina, sala, compras y



Las cartas y menús interactivos ya son una realidad que mejoran la experiencia del cliente.

recursos humanos. Este tipo de soluciones, antes impensables para un restaurante pequeño, se están volviendo accesibles gracias al software en la nube y al apoyo de programas institucionales como los fondos Next Generation.

Cartas interactivas

El papel ha dado paso a pantallas táctiles, códigos QR y experiencias interactivas. Tras la pandemia, muchos restaurantes adoptaron el menú digital como solución higiénica temporal. Hoy, se ha convertido en una herramienta de marketing y personalización.

El camino hacia el futuro pasa por implementar menús que se adaptan a la hora del día, el clima o incluso las elecciones anteriores del cliente gracias a sistemas de in-

EL FUTURO APUNTA A UNA GASTRONOMÍA HIPERPERSONALIZADA, DONDE CADA CLIENTE RECIBA UN TRATO ÚNICO GRACIAS AL ANÁLISIS DE DATOS

teligencia artificial. Cuando hace calor, el sistema destaca los platos más frescos o bebidas frías; si un cliente repite, se le sugieren opciones que no ha probado.

Un paso más adelante está la realidad aumentada que permite visualizar los platos en 3D o ver vídeos de su preparación escaneando el código con el móvil.

La cocina, epicentro de la opera-

ción hostelera, también se ha transformado. Sistemas como Kitchen Display System (KDS) han sustituido las comandas en papel. Las órdenes llegan automáticamente desde la sala a una pantalla, se priorizan por tiempos de cocción y se marcan digitalmente al completarse. Este sistema permite mayor coordinación, evita errores y se puede dedicar más tiempo a la presentación y la calidad del plato.

Una cara diferente

Otro de los ejes clave de esta transformación es el marketing gastronómico. La presencia en redes sociales ya no es un lujo: es una necesidad. Los restaurantes que dominan Instagram, TikTok y Google Business atraen más clientela que aquellos que

aún dependen del boca a boca.

Pero el verdadero salto está en el uso de inteligencia artificial y big data para la fidelización del cliente. Herramientas como Mailchimp, Glop o Zenchef permiten crear campañas personalizadas, enviar ofertas a medida o recordar una reserva pendiente. Esto permite segmentar a los clientes según sus visitas anteriores y enviar promociones de temporada.

Inversión, formación

A pesar de los beneficios, la digitalización en la hostelería también enfrenta importantes retos. El primero es la inversión económica. Muchos negocios, especialmente en entornos rurales, tienen recursos limitados para asumir estos cambios. Aunque existen ayudas públicas y subvenciones del Plan de Recuperación, no siempre son accesibles o conocidas.

El segundo obstáculo es la falta de formación. El uso de herramientas tecnológicas requiere capacitación. Según la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT), más del 40% de los propietarios de pequeños negocios no se sienten cómodos utilizando plataformas digitales sin ayuda externa.

El futuro apunta a una gastronomía hiperpersonalizada, donde cada cliente reciba un trato único gracias al análisis de datos. También se anticipa un auge en la sostenibilidad digital, con tecnologías que reduzcan el desperdicio, optimicen el uso energético y conecten a productores locales con restaurantes mediante aplicaciones de trazabilidad.

Pero lo que nunca podrá mejorar la tecnología es el sabor de un cochinitillo asado de la forma tradicional, a la vieja usanza.



Ángel Maroto
PANADERÍA-BOLLERÍA
Especialidad en Tortas y magdalenas

C/ La Pasada nº 10 | 921 48 34 83 | 607 93 00 70
OTERO DE HERREROS | beabaeza75@gmail.com

La felicidad a través del paladar, del asador a la experiencia sensorial

LA OFERTA GASTRONÓMICA DE LA PROVINCIA ES UNA DE LAS FORTALEZAS DE SU ECONOMÍA, Y SE RENUEVA PARA OFRECER, ADEMÁS DE CALIDAD, NUEVAS EXPERIENCIAS QUE ENRIQUEZCAN LA VISITA

ALBERTO ÁLVAREZ

Cándido se adelantó a su tiempo cuando decidió partir el cochinillo con un plato de cerámica delante de sus comensales. Aquello enriquecía la comida, y generaba valor añadido al producto. Anticipó lo que ahora se llaman experiencias gastronómicas.

En 2025 el cochinillo sigue reinando en las cartas de los restaurantes, pero la restauración actual también ofrece rutas y experiencias que combinan patrimonio, paisaje y cultura. Estos son algunas propuestas en las que la gastronomía es la excusa para disfrutar de experiencias diferentes en Segovia.

Visitar las numerosas bodegas y viñedos en la zonas de nuestra provincia como Nieva y Valtiendas, entre otras, puede ser una experiencia visual y sonora que recorre varios espacios diferentes en los que nos cuentan la historia y el proceso de elaboración de cada uno de sus caldos para acabar con una cata de los diversos vinos que dichas bodegas tienen en el mercado.

Cervezas artesanas con visitas guiadas que muestran el proceso de elaboración de la cerveza, cómo se sirve y cómo se cata, los estilos, los colores, los aromas, la espuma, la carbonatación, y poder probar y oler la malta y el lúpulo.



Cándido se anticipó a las experiencias gastronómicas partiendo el cochinillo ante los comensales.

Experiencia del cochinillo en Jose María, Segovia. Visita donde se explica la labor realizada en la granja de Gastronomía José María, donde se crían a los cochinillos desde su nacimiento. Se cuenta el proceso de asado del cochinillo en horno tradicional y la técnica exclusiva “A punto menos”, que permite la conservación tres meses sin perder sus propiedades organolépticas y así poder ser enviado a cualquier punto de España. Tampoco puede faltar el tradicional trinchado del cochinillo, patrimonio gastronómico inmaterial de Segovia y la degustación de un menú exclusivo elaborado para la ocasión y que incluye cochinillo.

Pese a los avances, el turismo gastronómico segoviano tiene aún retos importantes. La estacionalidad sigue siendo un problema, agrupando a la mayoría de viajeros en unas fechas determinadas. Por otra parte, muchos restaurantes tienen dificultades para encontrar cocineros y camareros formados, lo que afecta a la calidad del servicio y limita la capacidad de crecer.

Además, la conectividad digital y física de algunos pueblos sigue siendo deficiente, dificultando la promoción y el acceso a experiencias gastronómicas de alta calidad.

**LA ESTACIONALIDAD,
LA FALTA DE PERSONAL
Y LA CONECTIVIDAD
FÍSICA Y DIGITAL
DIFICULTAN EL
DESARROLLO DE ESTAS
INICIATIVAS**

judío de Segovia, por sus medievales y sinuosas calles

que ocupara la antigua aljama hebrea, con degustación de un menú sefardí.

Paseo Burlesco por la Muralla, Segovia. Una divertida visita teatralizada, amenizada con música en directo, que recrea las reuniones clandestinas que, en épocas pasadas, llevaban a cabo los hombres y mujeres de Segovia durante las noches de verano. Durante el recorrido se prueban algunas de las tapas más succulentas de Segovia.



NUESTROS ARGUMENTOS DE VENTA: “CALIDAD Y SERVICIO”
SERVICIO HOSTELERÍA Y COLECTIVIDADES

C/ Gremio de los Caldereros, 16
Parcela 46 · Polígono industrial
40195 HONTORIA - SEGOVIA

www.muñozhosteleria.es
info@tiendaarticuloshosteleria.com

Teléfonos: 921 42 97 62
921 42 96 02

Justo Muñoz, proveedor de hostelería: “La buena vajilla mejora los sabores”

HACE MÁS DE 60 AÑOS EL SEGOVIANO JUSTO MUÑOZ GIMÉNEZ CREO UNA EMPRESA QUE HOY ES REFERENCIA EN MENAJE DE HOSTELERÍA, SU HIJO JUSTO DIRIGE HOY LA EMPRESA Y LA TERCERA GENERACIÓN ESPERA EL RELEVO

ALBERTO ÁLVAREZ

Justo Muñoz Giménez era un empresario nato. Cuando nació su hijo decidió dejar la empresa de camiones que tenía y montar una perfumería droguería en la calle Cervantes. El negocio ha evolucionado, y ahora en manos sus hijos Justo y María José, ya en el Polígono de Hontoria, se ha convertido en una empresa de referencia como proveedor de menaje para hostelería. Con más de 40 años de experiencia, Justo Muñoz hijo conoce todos los entresijos del sector y sabe mejor que nadie cómo vestir una mesa para ocasiones especiales.

—¿Cómo ha evolucionado el menaje en 40 años?

—El mercado marca la dirección de los negocios. Como todo negocio, nos adaptamos a la demanda. Aquí quien tira del negocio son los grandes hosteleros, los grandes cocineros que marcan las tendencias. Ahora el mercado está globalizado y se pueden traer productos de todo el mundo.

—¿Sus proveedores son de Castilla y León?

—Desgraciadamente no. En Castilla y León no hay industria de esto, y en España prácticamente nada. La gran mayoría son fabricaciones de China, India Egipto y de otros países.

—¿Cuál es su producto estrella?

—Vendemos una gran variedad de productos, pero podría decirte que se vende muy bien una vajilla



El menaje es parte fundamental en una buena mesa.

PEXEL

inglesa de cerámica vitrificada de la marca Churchill.

—¿Los hosteleros qué valoran más?

—Se mira mucho el precio, aunque nosotros les intentamos convencer de que a la larga, la calidad merece la pena.

—Vamos a vestir bien una mesa. ¿La cristalería cómo debe ser?

—Depende del uso que le vayas a dar. las copas más resistentes son las tensionadas, aunque esto penaliza el tacto y el grosos del cristal. El

**EN CASTILLA Y LEÓN
NO HAY INDUSTRIA
DE ESTO, Y EN ESPAÑA
PRACTICAMENTE NADA.
LA GRAN MAYORÍA SON
FABRICACIONES
DE CHINA**

cristal más fino siempre es más agradable, pero más delicado.

—Si quieres resistencia hay co-

pas de cristal alemán de Schott que son más resistentes. Para el agua, la copa más de moda es la de burdeos, que tiene forma de u. De lo que no cabe duda es que una copa de cristal fino mejora los sabores del vino.

—¿Y a la hora de comprar una vajilla en qué hay que fijarse?

—En el grosor. Los grosores habituales de las cuberterías profesionales rondan entre los 2,5 y los 5mm, medidos en el mango del tenedor y la cuchara de mesa.

Un mayor grosor supone una mayor rigidez de la pieza y exige un pulido más preciso en los cantos. También es importante que sea de acero inoxidable 18/10, que son muy resistentes a la corrosión. Esto normalmente lo suelen poner detrás, aunque no siempre.

—¿Cómo debe ser un buen cuchillo jamonero?

—Muy flexible, que sea muy finita la hoja y a ser posible que no tenga punta, aunque eso es un tema más personal.

—¿Las perspectivas del sector hostelero son buenas?

—Si, aquí ya se sabe que Madrid es el foco que nos genera más movimiento y en cuanto viene el buen tiempo la gente viene mucho. El momento es bueno y tenemos muy buenas perspectivas, si.

—¿Vuestro mercado es Segovia o vendéis en toda España?

—Vendemos a Segovia principalmente, aunque también a algunos pueblos de la sierra como Guadarrama, Moralzarzal, Cerdecilla o Navacerrada. Pertenecemos a un grupo de compras a nivel nacional con asociados en otras provincias y tenemos, digamos que nuestros pactos de no agresión para no entrar unos en los terrenos de otros.

—¿Habrà tercera generación de Muñoz?

—Mi hija ya trabaja con nosotros y esperamos que sea la tercera generación y nos haga centenarios.

Cursos de formación para empresarios

DESDE LA DIPUTACIÓN DE SEGOVIA SE REALIZAN CURSOS PRESENCIALES Y ON LINE PARA EMPRESARIOS RURALES

ALBERTO ÁLVAREZ

La Diputación de Segovia es consciente de que la digitalización es un factor clave para mejorar la competitividad y sostenibilidad del sector, por lo que ofrece formación a los empresarios de alojamientos rurales que dotan a los participantes de conocimientos prácticos sobre marketing digital, estrategias de comercialización, sostenibilidad, accesibilidad e inteligencia artifi-

cial aplicada al turismo. El pasado mes de marzo dedesarrolló un programa formativo gratuito incluido en el Plan de Sostenibilidad Turística 'Hoces de Segovia', financiado con fondos Next Generation EU a través del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Gobierno de España y de la Junta de Castilla y León. Se han realizado cursos tanto on line como presenciales con temas como 'Promoción y comercialización en el sector tu-

ristico', 'Sostenibilidad ambiental', 'Marketing para destinos turísticos', 'Marketing turístico y estrategias de marketing' y 'Accesibilidad turística', 'Diseño y conceptualización de destinos turísticos', 'Comercialización de productos turísticos', 'Desarrollo turístico sostenible (prioridad de los destinos turísticos)', 'Comunicación turística efectiva', 'Herramientas TIC para mejorar la comunicación', 'Atención al viajero y Ecoturismo', 'Motivación y creatividad', 'Redes sociales (cómo manejarlas y herramientas disponibles)', 'Publicidad online e Inteligencia artificial (IA)', entre otros.

Todas las sesiones han sido grabadas y estarán disponibles durante, al menos, dos años, para que las personas que no hayan podido realizarlas en su momento puedan aprovecharlas en diferido.

EL OVINO DE SEGOVIA

Carretera Soria - Plasencia, Km 188. C.P: 40196 La Lastrilla - Segovia
Telfs: 921 42 47 91 - 921 42 47 11 Fax: 921 43 81 05
info@elovinodesegovia.com
www.elovinodesegovia.com

La revolución que trae la IA, renovarse o morir

LA INTRODUCCIÓN DE LA IA EN EL NEGOCIO ES UNA OPORTUNIDAD HISTÓRICA E INELUDIBLE PARA REDISEÑAR LOS SERVICIOS, LA GESTIÓN Y LA CREACIÓN DE EXPERIENCIAS MEMORABLES PARA EL CLIENTE

ALBERTO ÁLVAREZ

El mundo vive una ola de transformación impulsada por la tecnología de la que aun no somos conscientes en absoluto. El sector hostelero no es ajeno a esta tendencia y tiene el viento a favor para aprovechar esta coyuntura. El vertiginoso avance de nuevas tecnologías, especialmente en el ámbito de la inteligencia artificial, la automatización y la sostenibilidad, abre oportunidades reales y tangibles para personalizar, e incluso, reinventar la experiencia del cliente, optimizar recursos, fortalecer al equipo humano y hacer más sostenibles los modelos de negocio.

Una de estas tecnologías, los modelos de lenguaje de gran escala (LLM) permiten ofrecer atención inmediata, contextual y multicanal, mejorando radicalmente la experiencia del huésped desde el primer contacto hasta el recuerdo de la misma. Estas soluciones, todavía incipientes, pero evolucionando a gran velocidad, no solo reducen tiempos de espera, sino que permiten una atención más próxima, eficaz y adaptada a las necesidades de cada huésped.

Además, la evolución de la IA generativa abre grandes oportunidades para la proliferación de mensajes, imágenes, videos y música personalizadas y adaptadas al perfil del cliente, que ya no serán elementos de personalización muy caros, serán accesibles para cualquiera y su uso se extenderá. Este contenido



En unos años no será extraño ver robots sirviendo en las mesas o atendiendo comandas.

PIXABAY PEXEL

**ESTAMOS ANTE
UNA ACELERACIÓN
EXPONENCIAL Y UNA
CONVERGENCIA DE
INNOVACIONES QUE SE
POTENCIAN ENTRE SÍ**

dinámico permite ir más allá de la mera comunicación y facilita la creación de experiencias tangibles y reales de alto valor añadido.

Combinada con la realidad virtual, esta tecnología permitirá ir más allá, y profundizar en las áreas de la formación y la gestión del talento. La posibilidad de enseñar al personal en entornos virtuales inmersivos, que simulan situaciones reales de atención al cliente, resolución de conflictos o procedimientos operativos, acorta tiempos de

aprendizaje, eleva la calidad del servicio y aumenta la motivación del equipo.

La IA revoluciona la automatización de los procesos internos (reservas, servicios de limpieza y mantenimiento, gestión energética) y la forma de comunicarse con el cliente. Así se mejora la productividad y se reducen errores. El tiempo que se gana con la automatización de procesos se puede dedicar a lo más importante: generar valor mejorando la experiencia del cliente.

Otra innovación es el uso de drones combinados con inteligencia

artificial e para tareas de mantenimiento preventivo, seguridad perimetral o inspección de infraestructuras, lo que reduce riesgos y costes.

Por último, el desarrollo de robots humanoides de propósito genérico (no diseñados para tareas específicas), que integran gran parte de las tecnologías anteriores, nos permiten anticipar grandes cambios y oportunidades futuras para nuestro sector debido a su alta dependencia de mano de obra especializada. Todas estas tecnologías tienen dos cosas en común: su incipiente y una rápida evolución.

Estamos ante una aceleración exponencial y una convergencia de innovaciones que se potencian entre sí. Si bien muchas aún presentan una alta complejidad técnica y requieren inversiones, el ritmo de maduración y su accesibilidad creciente están generando una democratización de estas soluciones. Por lo tanto, las expectativas de los clientes se elevan porque esperan experiencias más personalizadas, eficientes y conectadas.

La hostelería siempre ha sido un sector orientado a las personas. La tecnología no viene a sustituir esa esencia, sino a amplificarla. Estamos ante una oportunidad histórica para rediseñar el modelo. Aprovecharla con inteligencia y responsabilidad marcará la diferencia entre quienes lideren esta nueva etapa y quienes solo la vean pasar.



TABLADILLO
EL COCHINILLO

**¿QUIERES TENER
COCHINILLO TABLADILLO
EN TU RESTAURANTE?**

¡Contáctanos! 921 124 389 | Síguenos @tabladillo_es | www.tabladillo.es

La cerveza supera al vino como bebida preferida por los españoles

EL 75% DE LOS ESPAÑOLES PREFIERE LA CERVEZA AL VINO, LA MITAD BEBE CERVEZA VARIOS DÍAS A LA SEMANA, Y EL 15% LO HACE TODOS LOS DÍAS. LA GENERACIÓN X (DE 43 A 58 AÑOS), LOS MÁS CERVECEROS

ALBERTO ÁLVAREZ

Según los datos de un estudio elaborado por la consultora Appinio, más del 75% de los españoles consume cerveza, convirtiéndose en su bebida favorita frente a otras opciones como el vino tinto (53%), vino blanco (46%) y destilados como Vodka o Whisky (51%).

Los hombres son los que más tienden a consumir cerveza (82%), frente al 71% de mujeres. En cuanto a generaciones, la Generación X, comprendidos entre los 43 y 58 años, son los que más beben cerveza habitualmente (82%); seguidos de cerca por los Boomers, de 59 a 65 años, con un 81%; de los Millennials, entre los 27 y 42 años, con más de un 78%; y, por último, la Gen Z, de 18 a 26 años, que consumen esta bebida en un 51% de los casos.

En cuanto a las razones que llevan a los españoles a elegir esta bebida frente a otras opciones, destacan que el 51% considera que esta es más refrescante, al casi 50% le gusta más su sabor, el 33% piensa que por ser una bebida social y porque le sienta mejor que otras, el 32% por tradición o hábito, y un 21% por ser la opción más barata; frente a 1% que afirma no preferir la cerveza a otras bebidas.

Los españoles consumen más cerveza nacional que internacional, así lo afirma el casi 90% de encuestados, frente al 11% que consume más cerveza internacional. De esta manera, la cerveza española es la que más gusta consumir a los españoles, junto a la alemana (41%). Por consiguiente, las nacionalidades menos consumidas son la china, japonesa, colombiana, francesa e italiana.

A la hora de elegir la marca de esta bebida tan consumida en Es-



La cerveza rubia es la preferida por los españoles.

PEXELS

**EL 51% DE
LOS ENCUESTADOS
RECONOCE BEBER
CERVEZA VARIAS VECES
POR SEMANA, Y EL 15%
AFIRMA QUE LO HACE
DIARIAMENTE**

paña, las opciones son muchas, y aunque depende del gusto personal de cada uno, lo cierto es que el estudio tiene una marca de cerveza ganadora, que se posiciona como la favorita en España. Se trata de Estrella Galicia, que acapara el primer puesto en cuanto a la cerveza nacional más consumida, según el 64% de encuestados; seguida muy de cerca por Mahou (56%), y a continuación por Alhambra (39%), Cruzcampo (38) y San Miguel (36%). En cuanto a marcas internacionales, destacan Heineken como la cerveza preferida por el 58% de españoles, Corona (38%), y Amstel (36%).

Aunque los sabores de la Rubia, Ámbar, Tostada y de Trigo son los más consumidos: el 64% suele con-

sumir cerveza rubia, seguido del casi 50% que prefiere la Ámbar o Tostada y el 40% la cerveza de Trigo. Cerca del 80% de los consumidores está muy interesado en probar nuevas variedades de cerveza, con sabor más exótico e inusual, frente a un 6% que no lo estaría.

Respecto a estas innovaciones en cerveza, serían los nuevos sabores frutales el aspecto que más

les gustaría ver al 40% de amantes de la cerveza, así como que incorporasen más ingredientes locales y/o regionales o que fueran envejecidas en barrica; seguido de que estas fueran bajas en calorías (35%), producidas con hierbas o plantas medicinales (20%) o sin gluten (18%).

En cuanto a la frecuencia de consumo de cerveza, destacar que el 51% de encuestados suele consumir cerveza varias veces por semana, el 15% lo hace diariamente, y el 2% raramente. Los hombres son más dados a beber este tipo de bebida de forma diaria (19%), frente al 9% de mujeres. Así, destaca que el 13% de los hombres encuestados suele comprar cerveza diariamente para tenerla en casa, frente a la mitad de mujeres (6%).

El tipo de bebida varía dependiendo del momento, y algunos de los momentos de consumo de cerveza más socorridos y habituales son los sociales. Así lo demuestra el 73% de encuestados que tiende a beber cerveza los fines de semana, el 63% que lo hace en reuniones sociales, alrededor del 50% aprovechando ocasiones especiales como cumpleaños, celebraciones y vacaciones, el 47% entre semana y en eventos deportivos el 32%.

El hogar se ha convertido en un espacio de preferencia de consumo, quizás motivado por la subida de precios en la hostelería o simplemente por una evolución en la forma de consumir. En la actualidad, según este estudio, cerca del 30% de españoles consume cerveza en casa, superando en porcentaje a los que lo hacen en bares/pubs, restaurantes y discotecas. De hecho, el 94% de españoles suele tener cerveza en casa, frente a un 6% que no.

El 72% de los españoles considera importante que se apliquen prácticas de producción sostenible. Los españoles encuentran en la sostenibilidad un aspecto muy relevante a tener en cuenta durante la producción de las cervecerías. Así, el 72% de los españoles considera importante que se apliquen prácticas de producción sostenible, frente al 7% que no le resulta un aspecto a tener en cuenta.

Respecto a las prácticas de sostenibilidad más valoradas destaca el reciclaje de desechos (52%), el uso eficiente del agua (50%), comercio justo (49%) y la energía renovable (47%). En esta línea, el 60% de encuestados en España estaría dispuesto a pagar más por una cerveza producida de manera sostenible, frente al 17% que no lo haría.

EL ADELANTADO

DE SEGOVIA

Descubre todos nuestros
SUPLEMENTOS en

www.eladelantado.com/suplementos



El nuevo viajero rural quién es, qué busca, cuánto gasta

SEGOVIA TIENE UNA VENTAJA ESTRATÉGICA PARA CAPTAR AL VIAJERO RURAL EMERGENTE EN BUSCA DE NUEVAS EXPERIENCIAS, PERO TAMBIÉN UN RETO: NO PERDER EL ALMA POR EL CAMINO

ALBERTO ÁLVAREZ

El turismo rural ha dejado de ser una opción secundaria para convertirse en una de las palancas más relevantes de dinamización económica, social y cultural de la provincia. Pero no es solo el destino lo que está cambiando. También lo está haciendo el viajero: ya no es aquel turista ocasional que buscaba un fin de semana tranquilo en el campo, sino un perfil cada vez más definido, diverso y exigente.

¿Quién es hoy el turista que elige alojarse en una casa rural o un pequeño hotel de interior en Segovia? ¿Qué valora, cómo planifica su estancia y cuánto está dispuesto a invertir?

Con cerca de 500 alojamientos rurales registrados, según datos de Turismo de Castilla y León, Segovia es una de las provincias más activas en turismo rural. Su cercanía a Madrid, la riqueza patrimonial de sus pueblos, la presencia del Parque Nacional Sierra de Guadarrama y la gastronomía local, la convierten en un destino ideal para escapadas cortas, estancias familiares o retiros de desconexión.

El perfil del visitante actual, sin embargo, se ha diversificado. Ya no hay un solo tipo de viajero rural. Hoy conviven varios segmentos que configuran una demanda compleja pero también llena de oportunidades. En líneas generales, el nuevo viajero



Los nuevos viajeros rurales buscan experiencias e integración con el entorno.

PIXABAY

**EL GASTO MEDIO
DIARIO POR PERSONA
EN ESTANCIAS CORTAS
ESTÁ ENTRE LOS 90
Y LOS 160 EUROS,
CON ALOJAMIENTO,
ACTIVIDADES Y
COMIDAS**

atraen a Segovia como destino son la naturaleza y aire puro; el patrimonio histórico y cultural;

la gastronomía de calidad, el trato humano y la cercanía; y la desconexión digital.

El nuevo viajero rural organiza su estancia mayoritariamente por internet, aunque el boca a boca y las recomendaciones siguen siendo influyentes. Los canales de reserva más utilizados son, por este orden, las plataformas como Booking o Airbnb; las webs especializadas en turismo rural; Instagram y Google Maps; y páginas web propias: cada vez más

alojamientos invierten en tener una web con pasarela de pago directa, evitando intermediarios.

Según la patronal CEAT el gasto medio diario por persona en estancias cortas (1-3 noches) en Castilla y León está entre los 90 y los 160 euros, incluyendo alojamiento, actividades y comidas. En estancias largas (más de 5 noches) el gasto se modera, pero aumenta en servicios como visitas guiadas, masajes, cenas especiales.

Segovia participa en el Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destinos (SICTED) un programa que certifica la calidad en empresas y servicios turísticos, asegurando que cada establecimiento ofrezca estándares de excelencia.

Hasta ahora, han adquirido este sello de garantía de calidad los establecimientos, Áurea Convento de los Capuchinos; hostel El Gato en la plaza del Salvador; Hotel Eurostars de la Plaza del Acueducto; Hotel Exe Casa de Los Linajes; Hotel Recordis Infanta Isabel, en la Plaza Mayor; y Hotel San Antonio el Real.

El nuevo viajero rural en Segovia ya no es un visitante pasivo. Es un consumidor informado, activo, con sensibilidad estética y ambiental, que busca ser parte de un territorio, y no solo dormir en él. Esto obliga a los alojamientos rurales a profesionalizarse, innovar y generar valor local, sin perder autenticidad.

**DISTRIBUCIONES
SAN LORENZO**

Telf. 921 43 32 60
Móvil: 616 63 75 12
info@distribucionessanlorenzo.com

Ctra. Soria-Plasencia, Km 188
40196 LA LASTRILLA (Segovia)

El futuro de ONU Turismo se decide en Segovia

LA CAPITAL Y EN EL REAL SITIO DE SAN ILDEFONSO LUCIRÁN COMO ESCAPARATE MUNDIAL DONDE ONU TURISMO DECIDIRÁ EL CANDIDATO A PRESIDIR LA ORGANIZACIÓN LOS PRÓXIMOS AÑOS

ALBERTO ÁLVAREZ

Segovia y el Real Sitio de San Ildefonso acogen los días 28, 29 y 30 de mayo de 2025 la 123ª reunión del Consejo Ejecutivo de ONU Turismo. Este destacado foro internacional reunirá a 45 delegaciones procedentes de Estados Miembros, Miembros Afiliados y observadores, consolidándose como uno de los eventos más relevantes en la agenda global del turismo.

Como acto institucional de apertura, el Ayuntamiento de Segovia ofrecerá una recepción oficial el 28 de mayo en el Alcázar de Segovia, enclave histórico y símbolo del patrimonio y la identidad de la ciudad.

Uno de los momentos más decisivos de esta edición será la votación para la propuesta de candidato al cargo de Secretario General de ONU Turismo para



Palacio de La Granja en el Real Sitio de San Ildefonso.

PEXEL

el período 2026-2029, una elección estratégica que influirá en el rumbo de la organización ante los desafíos actuales de sostenibilidad, transformación digital y

recuperación del sector turístico a escala mundial.

Tras retirar su candidatura, Zurab Pololikashvili, el actual secretario general de ONU Turismo,

se mantienen en la carrera Gloria Guevara, por México; Harry Theoharis, por Grecia; Shaikha Al Nowais, por Emiratos Árabes Unidos, Muhammad Adam, por

Ghana, y Habib Ammar, por Túnez, y son los tres primeros quienes están llevando a cabo una batalla más visible, difundiendo su programa tanto en los medios de comunicación como en determinados encuentros, mientras los otros dos mantienen un perfil más discreto.

Se prevé la participación de alrededor de 300 asistentes, que se alojarán en la ciudad y tendrán la oportunidad de descubrir Segovia a través de un programa de visitas culturales como parte del programa social del evento.

Las sesiones oficiales se celebrarán en el Centro de Convenciones y Congresos Guardia de Corps, donde tendrán lugar las reuniones plenarios y los comités de trabajo.

La elección de Segovia como sede del Consejo Ejecutivo pone de manifiesto no solo su capacidad y hospitalidad como destino de congresos internacionales, sino también el compromiso de Segovia con un modelo de turismo sostenible, inclusivo e innovador.

ONU Turismo es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos que aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental.

CONGELADOS DE SEGOVIA

AENOR

GESTIÓN DE LA CALIDAD

ISO 9001

Polígono Industrial Nicomedes García - CL Sauce, 38 - 40140 Valverde del Majano (Segovia)

Teléfonos: 669 85 25 75 - 921 42 49 69 | televenta@congeladosdesegovia.com

www.congeladosdesegovia.com