vinetur

Nuria Hernández presenta las tendencias que marcan la restauración

Unilever Food Solutions analiza la Generación Z, la migración y la inestabilidad económica en su informe anual

miércoles 13 de mayo de 2026



La CEO global de Unilever Food Solutions, Nuria Hernández, participó este miércoles, 13 de mayo, en el 23º Congreso AECOC de Horeca, celebrado en Madrid, donde presentó las conclusiones de la cuarta edición de Menús del Futuro 2026. El informe

repasa las principales tendencias gastronómicas que están cambiando el sector de la restauración y ofrece claves para que los profesionales adapten sus cartas y conceptos a un consumidor más informado y digital.

El estudio, elaborado cada año por Unilever Food Solutions, se apoya en datos propios, estudios internacionales y la experiencia de más de 250 chefs profesionales en 75 países. Con esa base, la compañía busca identificar las tendencias gastronómicas más relevantes para la hostelería y seguir la evolución de los hábitos de consumo en distintos mercados.

Hernández explicó ante los asistentes que el sector está condicionado por varios factores. Entre ellos citó la llegada de la Generación Z, que gana peso en las decisiones de consumo, así como la diversidad impulsada por la migración y el turismo internacional. A ello se suma una inestabilidad económica que está modificando la forma en que los clientes eligen dónde y qué comer.

Según el informe, los consumidores priorizan ahora la autenticidad, la conveniencia, el valor y las experiencias gastronómicas más personalizadas. Esa evolución obliga a los establecimientos a ajustar su oferta para seguir conectando con una clientela más exigente, digitalizada y consciente de sus elecciones.

Durante su intervención, la directiva señaló que los chefs deben adaptar sus menús para responder mejor a ese nuevo perfil de cliente. También subrayó la necesidad de seguir de cerca los cambios sociales, económicos y culturales que están influyendo en las preferencias gastronómicas.

Menús del Futuro 2026 no se limita a describir tendencias. El informe también plantea pautas prácticas para que los profesionales de la restauración adapten sus cartas y sus conceptos. Hernández resumió esa orientación en tres objetivos: generar tráfico, crear conexión emocional y asegurar relevancia cultural en un mercado cada vez más exigente.

Entre las tendencias que recoge el documento figura la gastronomía a medida, que gana peso porque muchos consumidores buscan participar de forma activa en la creación de su plato. El informe también señala el avance de las raíces culinarias, con

chefs que reinterpretan recetas tradicionales desde una mirada actual para ofrecer una experiencia ligada a la cultura de origen.

Otra línea que aparece en el estudio es el street food con identidad, que deja de ser solo una opción rápida para convertirse en una propuesta gourmet de calidad, con creatividad, accesibilidad y elementos locales. A ello se suma la cocina sin fronteras, impulsada por la globalización y el auge del turismo, que favorece la fusión respetuosa de sabores y técnicas de distintas culturas.

Unilever Food Solutions presentó además su papel como socio para los chefs, a los que dice acompañar en las exigencias diarias de la cocina. La compañía trabaja con marcas como Knorr Professional y Hellmann’s, con productos que buscan mejorar la eficiencia en cocina y ayudar a mantener la consistencia de los platos, al tiempo que permiten incorporar sabores nuevos.

La empresa también ofrece en su web una selección de recetas únicas y clásicas para facilitar la creación de menús inspiradores y rentables. Hernández afirmó que la compañía trabaja de forma constante para apoyar a los chefs y al sector de la restauración.

La directiva añadió que su enfoque digital y su red internacional de más de 250 chefs de cocina les permite seguir de cerca las tendencias y ofrecer formación continua, desde seguridad alimentaria hasta cocinas del mundo. Según explicó, ese trabajo se orienta también a mejorar el ambiente de trabajo y la cultura en las cocinas profesionales.