vinetur

La gastronomía en 2026 apuesta por menús más cortos y experiencias personalizadas

El chef Roberto Alcocer analiza el auge de bebidas sin alcohol, cenas temáticas y el solo dining en restaurantes

miércoles 28 de enero de 2026



La industria gastronómica está viviendo una transformación marcada por la búsqueda de experiencias más intencionadas y una reducción de los excesos tradicionales. El chef mexicano Roberto Alcocer, que cuenta con una estrella Michelin por su

restaurante Valle en San Diego y es socio de Hornos Vsuvio, observa estos cambios desde la gestión diaria de su local. Según Alcocer, el consumidor actual sale menos a comer fuera, pero cuando lo hace, busca que la experiencia realmente merezca la pena.

Uno de los cambios más visibles es la disminución en el consumo de bebidas alcohólicas. Los menús de bebidas están evolucionando hacia propuestas sin alcohol, como cócteles y mocktails que no se perciben como una opción secundaria, sino como creaciones con identidad propia. Alcocer señala que el consumo de alcohol está bajando y esto impulsa la creatividad en la coctelería sin alcohol. Ingredientes como el yuzu y el pomelo están ganando protagonismo en las cartas, y se espera que su uso siga creciendo durante el año.

Otra tendencia clara es la simplificación de los menús. Los restaurantes están optando por cartas más cortas, con menos rotación de ingredientes y una ejecución más precisa. Esta decisión responde tanto a la evolución del comportamiento del comensal como a la necesidad de controlar los costes de alimentos y personal. Alcocer explica que la gente sale menos a cenar y los restaurantes buscan menús más concisos para mantener la calidad y la coherencia en cada plato.

La experiencia en el restaurante se vuelve más relevante que nunca. Ante la menor frecuencia de salidas, los comensales esperan propuestas que justifiquen el desplazamiento. Por ello, las cenas temáticas, los menús de maridaje y los eventos especiales están en aumento. Este tipo de experiencias, que suelen tener mayor repercusión en redes sociales, refuerzan la idea de que hoy se comparte tanto la vivencia como el plato.

La inteligencia artificial también está entrando con fuerza en la gastronomía. Alcocer destaca que su uso se ha normalizado en la industria, no solo en la cocina, sino en todo lo que rodea a un restaurante. Herramientas de inteligencia artificial se emplean en el diseño de menús, la creación de logotipos, el desarrollo de la identidad de marca, la optimización de procesos y el análisis de datos. Esto permite a los restaurantes buscar eficiencia sin perder su personalidad.

El solo dining, o comer solo en el restaurante, es otra tendencia que gana terreno, especialmente en grandes ciudades. Alcocer comenta que cada vez recibe más comensales solitarios, lo que indica que la gente ya no se detiene si no encuentra compañía para salir. Este fenómeno está influyendo en el diseño de los espacios, con barras más activas y propuestas pensadas para quienes disfrutan de la comida a su propio ritmo.

Las tendencias gastronómicas de 2026 muestran una industria más consciente, tanto en la gestión de costes como en la propuesta de experiencias. Menos cantidad y más valor, menos ruido y más intención. Alcocer concluye que el restaurante que sepa entender al nuevo comensal, siendo flexible y honesto con su propuesta, será el que mejor conecte en esta nueva etapa.