

MENÚ DEL FUTURO

Vol. 3



Tendencias globales en menús

VOL. 3 | 2025



Unilever
Food
Solutions



Descubre nuestros productos y compra online en ufs.com y www.pedidosahora.com

Como chef o profesional de la restauración, sabemos lo importante que es estar al día con las tendencias. Conocerlas te permitirá sorprender con platos únicos, atraer a nuevos clientes y hacer que los de siempre vuelvan una y otra vez. También es una oportunidad para expresar tu creatividad y diferenciarte. Si no sigues el ritmo, otros lo harán.

Pero sabemos que investigar nuevos ingredientes, técnicas y tendencias requiere tiempo, y en una cocina el tiempo es un lujo. Ahí es donde entra Menús del Futuro.

Nuestro equipo de 250 chefs en todo el mundo ha desarrollado recetas alineadas con las últimas tendencias, listas para inspirarte y ayudarte a renovar tu carta sin complicaciones. Con 5.000 años de experiencia combinada, entendemos lo que los clientes buscan hoy y lo hemos convertido en soluciones prácticas para tu negocio.

Cada día, trabajamos para que los clientes de Unilever Food Solutions ofrezcáis millones de platos en todo el mundo y hoy queremos ponértelo fácil.

“Nuestro equipo de chefs de Unilever Food Solutions, con presencia en todo el mundo, hemos creado recetas deliciosas y alineadas con las últimas tendencias para que las incorpores fácilmente a tu menú.”

Estas recetas son la manera de llevar las tendencias a tu menú. Cada una forma parte de las cuatro grandes tendencias que hemos identificado este año: **STREET FOOD CON IDENTIDAD, COCINA SIN FRONTERAS, RAÍCES CULINARIAS Y GASTRONOMÍA A MEDIDA.**

Hemos diseñado cada concepto teniendo en cuenta la operativa y los costes, para ofrecerte inspiración con sabores, cocinas y técnicas culinarias de todo el mundo. Aunque tienen una influencia global, son altamente adaptables para que encajen perfectamente en nuestra gastronomía.

Además, encontrarás información clave sobre estas cuatro tendencias y cómo están definiendo el sector de la restauración. Úsalas para mantenerte a la vanguardia y dar rienda suelta a tu creatividad, la combinación perfecta para sorprender a tus clientes.

Peio Cruz

Lead Chef
Unilever Food Solutions, España



COLABO- RADORES



PEIO CRUZ
Lead Chef
Unilever Food Solutions, España

Con amplia experiencia internacional, trabaja como Lead Chef Unilever Food Solutions España desde 2002. Con un gran conocimiento del mercado gastronómico y sus tendencias, Peio dirige un equipo experto de chefs cuya misión es aportar las recetas, soluciones e ingredientes profesionales más relevantes para cada cliente.

✉ Peio.Cruz@unilever.com



JAIME DRUDIS
Culinary Advisor, I+D Chef
Unilever Food Solutions, España

Con amplia experiencia en la alta restauración internacional. Inició su carrera en Unilever ocupando varias posiciones como experto en desarrollo e innovación a nivel global en el Centro de Excelencia en Alemania. Posteriormente ocupó diferentes posiciones de liderazgo en el equipo europeo de I+D. Actual responsable culinario y de innovación para el canal organizado, así como centros de producción y cocinas centrales.

✉ Jaime.drudis@unilever.com



SALVA GARCÍA
Chef Zona Mediterráneo
Unilever Food Solutions, España

De Barcelona, estudió su carrera y formación de chef en Manresa. Con tradición familiar hostelera, se forma profesionalmente en Cataluña y Francia. Con su visión profesional del sector, ayuda a crear productos y servicios adecuados al cliente final.

✉ Salvador.Garcia@unilever.com



PABLO GARCÍA
Chef Zona Norte
Unilever Food Solutions, España

Formado como chef en Santander, construye su carrera profesional en restaurantes de alta cocina del norte de España. Con experiencia en cocinas de gran volumen y semi industriales, en Unilever Food Solutions es especialista en la creación de recetas y protocolos donde los aspectos técnicos y nutricionales son muy relevantes.

✉ Pablo.Garcia@unilever.com



PATRICIA DIOS
Chef Zona Barcelona
Unilever Food Solutions, España

Estudió y se formó como chef en Barcelona, donde aprendió las bases de cocina tradicional y de vanguardia. Continúa su formación en restaurantes y hoteles de lujo, siendo además hoy, un soporte culinario y técnico para productos de innovación en Unilever.

✉ Patricia.Dios@unilever.com



JAVIER GUERRA
Chef Zona Sur y especialista Hotel
Unilever Food Solutions, España

Tras formarse como chef en París, Javier posee una amplia experiencia en primeras cadenas de hotelería mundial y restauración organizada. Traslada los procesos operativos, recetas y su implementación en sus diversas operativas. También da soporte comercial culinario en la zona de Andalucía, su zona natal.

✉ Javier.Guerra@unilever.com



DAVID DELGADO
Chef Zona Centro
Unilever Food Solutions, España

Tras su formación académica culinaria, adquiere gran experiencia en diversos restaurantes de alta cocina en País Vasco, Francia y en su propia ciudad, Madrid. Evolucionó su profesión hacia la gestión ejecutiva en varios grupos de restauración, añadiendo a su carrera la asesoría gastronómica a nuevos modelos de negocios como caterings o mercados gastro. Gestiona la zona centro acompañando a los clientes en gestión e innovación culinaria para sus negocios.

✉ David.Delgado@unilever.com



CONTENIDOS



INTRODUCCIÓN 2
COLABORADORES 4
SOBRE UFS 11
¿CÓMO HEMOS LLEGADO HASTA AQUÍ? 13

STREET FOOD CON IDENTIDAD 16

Sobre la tendencia **18**
Mapa mundial del street food **22**
Influencia indonesia **24**
El auge de la influencia oriental **30**
Bolitas de arroz rellenas de birria con alioli de guajillo y ajo **36**
Tacos de pescado estilo Baja California **38**

COCINA SIN FRONTERAS 42

Sobre la tendencia **44**
La clave de la cocina sin fronteras **48**
Rollito de langosta estilo Bánh M **52**
Lasaña crujiente **54**

RAICES CULINARIAS 58

Sobre la tendencia **60**
Identidad a través de la comida **64**
Pollo en escabeche asiático sobre berenjena a la parrilla **68**
Ensalada Niçoise con botarga y crumble de aceituna negra **70**

GASTRONOMIA A MEDIDA 74

Sobre la tendencia **76**
Un plan para la personalización **78**
Expectativas en evolución **80**
Mi Maki **84**



#PREPARADOS PARA EL MAÑANA CON UNILEVER FOOD SOLUTIONS



#Preparados para el mañana

Unilever Food Solutions (UFS), que representa el 20% del Grupo de Negocios de Alimentos de Unilever, opera en más de 75 países como proveedor especializado para la industria de la restauración. En esencia, somos un negocio de chefs para chefs. La experiencia de nuestra red global de más de 250 chefs internos guía todo lo que hacemos, estableciendo nuestra estrategia en torno a tres pilares clave: productos de alta calidad, inspiración para la industria y servicios de primera clase.

Sabemos las altas exigencias que los chefs profesionales tienen sobre los productos e ingredientes para optimizar las operaciones en la cocina. Nos especializamos en productos de calidad que mejoran la rentabilidad, incrementan la consistencia y ayudan a introducir sabores de tendencia. Nuestro portafolio de vanguardia incluye marcas líderes como Knorr Professional y Hellmann's. Nos destacamos por crear recetas que rinden de manera excepcional en las cocinas profesionales y superan a la competencia.

Mantener los menús actuales e inspiradores es un reto constante para los chefs, especialmente con las influencias cambiantes de las tendencias en redes sociales, las demandas del consumidor y los factores económicos. Nuestra iniciativa anual Menús del Futuro destaca las principales tendencias culinarias globales, mostrando cómo los chefs pueden llevar esas tendencias a sus propias cocinas, potenciando tanto la creatividad como la rentabilidad. Además, nos esforzamos por apoyar a los chefs ofreciendo una selección creciente de recetas únicas y clásicas disponibles en nuestra [página web](#).

Entendemos la presión y las habilidades necesarias para dirigir una cocina exitosa. Nuestros programas de formación culinaria proporcionan a los chefs servicios de primera clase y herramientas de la industria alimentaria para profesionales del sector de la restauración. Desde lo básico sobre Seguridad Alimentaria hasta Cocinas del Mundo más avanzadas, lo tenemos cubierto. También buscamos mejorar los entornos de trabajo en las cocinas fomentando una cultura positiva.

En UFS, estamos continuamente innovando para servir mejor al sector de la restauración adoptando un enfoque digital primero. Nuestra misión es fomentar relaciones globales con chefs profesionales y comunidades culinarias, alentando el crecimiento y la creatividad.



¿CÓMO HEMOS LLEGADO HASTA AQUÍ?

El panorama culinario de 2025 está marcado por fuerzas macro como el enfoque único de la Generación Z hacia la comida y la bebida a medida que llegan a la mayoría de edad, remodelando las tendencias junto con los intercambios culturales impulsados por la migración y el turismo. Estamos frente a una comida que nos mueve: del oeste al este, del pasado al futuro, y profundamente en las historias detrás de cada plato.

La crisis del coste de la vida empuja a los consumidores hacia el lujo accesible, mientras que la integración tecnológica, desde la inteligencia artificial hasta la realidad aumentada, revoluciona las cocinas y mejora la experiencia para los clientes. Las redes sociales siguen siendo fundamentales, con TikTok e Instagram impulsando las tendencias, y la sostenibilidad se convierte en una expectativa en constante evolución. Las personas de la Generación Z no solo buscan opciones asequibles, convenientes y deliciosas, sino que se sienten conmovidos por las historias detrás de los conceptos de los restaurantes e inspirados por narrativas que hacen que cada bocado sea significativo.

Los cambios culinarios incluyen el auge de experiencias personalizadas, la influencia global de la cocina asiática y la revolución de la comida callejera que inspira la alta gastronomía. El mundo está en un estado de transformación. Las nociones tradicionales de la comida se están remodelando y redefiniendo a medida que evolucionan las dinámicas culturales, sociales y medioambientales. Estos cambios hablan de cómo la comida nos mueve, no solo físicamente, sino también emocional y culturalmente.

Estas fuerzas macro nos han llevado a identificar cuatro tendencias clave para el próximo año: STREET FOOD CON IDENTIDAD, COCINA SIN FRONTERAS, RAICES CULINARIAS y GASTRONOMIA A MEDIDA, las cuales explorarás en las páginas de este libro. Utilizando un equipo de investigadores de clase mundial, estas tendencias se han descubierto mediante el seguimiento de términos de búsqueda a nivel internacional y regional, entrevistas profundas con chefs y clientes, y un análisis de los ingredientes y técnicas culinarias más populares en todo el mundo. Juntas, muestran cómo la comida continúa moviéndonos e inspirándonos en todos los sentidos.



STREET FOOD CON IDENTIDAD

Esta tendencia se centra en elevar la esencia del *Street Food con Identidad* al incorporar ingredientes premium y técnicas refinadas, mientras se mantiene su encanto informal y su sentido de descubrimiento. El resultado es una experiencia gastronómica de mayor calidad que conserva la atmósfera casual y dinámica de la escena del street food. Atrae a los clientes modernos que buscan opciones de comida accesibles y emocionantes, especialmente aquellas influenciadas por sabores del mundo.

MEXICANA, INDIA & KOREANA

SON TRES
COCINAS QUE
ESTÁN CRECIENDO
RÁPIDAMENTE
DENTRO DEL
STREET FOOD



Los factores clave que contribuyen a esta tendencia incluyen:

- La crisis del coste de la vida, que hace que la comida accesible y asequible sea más atractiva.
- La preferencia de la Generación Z por experiencias gastronómicas informales.
- La migración y globalización continuas que influyen en las elecciones alimentarias.
- Mayor visibilidad en redes sociales de platos de street food.
- Una oportunidad para que los chefs más jóvenes muestren comida creativa y accesible.

El lujo accesible está en el corazón de esta tendencia clave, destacando que los platos pueden elevarse a través de la creatividad de los chefs sin volverse demasiado costosos o inasequibles para los clientes más jóvenes. Este enfoque se aleja de la dependencia de ingredientes premium o preparaciones que requieran mucha dedicación. En su lugar, se centra en crear algo innovador combinando ingredientes y técnicas sencillas, a menudo inspirados en el street food.

Las Top técnicas

Estas son algunas de las técnicas de moda que están dominando esta tendencia:

- Fermentación
- Parrilla
- Al vapor
- Wok Hei
- Brocheta
- Marinado
- Parrilla con carbón

Los Top platos

Algunos de los deliciosos platos que son populares dentro de esta tendencia son:

- Brioches rellenos
- Tapas o pinchos gourmet
- Elote mexicano
- Chaat indio
- Gyros
- Patatas fritas cargadas
- Mac&Cheese gourmet
- Rollos de arroz coreanos
- Shawarma

¡ESTARÁ EN BOGA DE TODOS!

¡PECHUGA DE PATO! PROBABLEMENTE SERÁ UN INGREDIENTE EMERGENTE DENTRO DE LA COMIDA CALLEJERA DURANTE LOS PRÓXIMOS 12 MESES, Y MÁS ALLÁ.





MAPA DEL STREET FOOD

EXPLORANDO STREET FOOD *de todo el mundo,* BOCADO A BOCADO.

El street food es la manera perfecta para que las comunidades se integren y socialicen. Cada pueblo y ciudad tiene su propia interpretación de la cultura de la comida callejera, con múltiples influencias provenientes de diversas fuentes. Vamos a explorar algunos de estos lugares que presentan una escena del street food en auge y descubrir los platos más populares entre los locales.



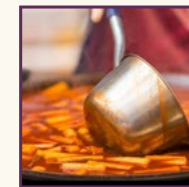
TURQUÍA

No es de extrañar que el punto de encuentro entre Europa y Asia sea hogar de una de las escenas del street food más diversas y emocionantes del mundo. Más allá de los platos básicos como el döner kebab o el lahmacun, prueba el kumru, uno de los platos más populares entre los locales, que lleva queso, tomate y salchicha sujuk servido en un pan ovalado tostado. También está el balik ekmek, un sándwich de pescado a la parrilla (generalmente pescado graso como la caballa) con verduras, que a menudo se sirve directamente desde el barco que lo pescó.



COREA DEL SUD

Los vendedores de comida callejera han montado sus puestos en los mercados de Corea del Sur desde el período de los Tres Reinos (57 a.C. - 935 d.C.). Hoy en día, platos mundialmente famosos como el bibimbap, el pollo frito coreano y el kimchi siguen siendo muy populares, mientras que el tteokbokki es uno de los más disfrutados en el país: pastelitos de arroz servidos con salsa picante (gochujang), pastelitos de pescado o huevos cocidos. El sundae es otro plato popular, pero no lo confundas con la versión occidental: en Corea del Sur, el sundae es una morcilla hecha con intestinos de cerdo, rellena de fideos y bañada en salsa picante.



MÉXICO

El street food en México, con sus platos increíblemente coloridos y sabrosos, tiene raíces profundas que se remontan a tiempos prehispánicos, cuando los mercados al aire libre eran la principal fuente de alimentación. Con la llegada de los españoles, las tradiciones culinarias indígenas y europeas se fusionaron, dando lugar a platos únicos que hoy en día son una parte esencial de la identidad culinaria mexicana y se caracterizan por su increíble diversidad. Desde los clásicos tacos al pastor hasta los exóticos esquites, la variedad de platos refleja la mezcla de influencias indígenas, europeas, africanas y asiáticas. Además, bebidas tradicionales como la horchata y el tepache complementan snacks como quesadillas y tostadas.



INDIA

India tiene una larga historia de cultura de comida callejera, y sus principales ciudades compiten constantemente por ofrecer los platos más sabrosos. Sin embargo, es Mumbai la que reclama uno de los platos de street food más populares. El Bombay sandwich (también conocido como el Bombay grilled sandwich) se encuentra a la venta por los sandwichwalas (vendedores ambulantes) en casi todas las calles. Hecho con pan blanco, papas hervidas, cebolla cruda, tomate, pepino, pimientos y cubierto con chutney verde picante, se tuesta sobre una llama abierta. Otros platos callejeros populares incluyen el pani puri, bolitas de masa frita huecas con rellenos salados, y el picante vada pav, una croqueta de papa frita (vada) colocada entre un pan suave y esponjoso (pav).



FILIPINAS

Los filipinos se sienten muy orgullosos de su cultura del street food. Comer de un carrito mientras te mueves es parte del día a día en todo el archipiélago, ¡y a los filipinos les encanta que sus platos estén fritos! El street food filipino es asequible, rápido y fácil de encontrar, con los vendedores moviéndose con sus carritos hacia donde están las multitudes. Algunos de los platos más populares son taho, bolitas de pescado, lugaw, palabok y turon. Para combatir el calor filipino, prueba el refrescante y caleidoscópico dulce congelado halo halo, el postre no oficial de Filipinas.



INDONESIA

ESCRITO POR
Javier Guerra
Chef Zona Sur y especialista Hotel



EL CHEF *Javier Guerra*
PONE EN EL FOCO LOS PLATOS DE STREET
FOOD MÁS INFLUYENTES DE INDONESIA.

INFLUENCIA

Si te apasionan los sabores intensos, los aromas ahumados y los platos llenos de carácter, el street food de Indonesia es una experiencia que no te puedes perder. Desde los animados mercados nocturnos hasta los carritos de comida situados al borde de playas tropicales, la comida callejera de Indonesia refleja el alma de su gente: vibrante, diversa y profundamente arraigada en la tradición. Cada región aporta algo único a la mesa.



Para saber más sobre la tendencia, visita ufs.com

En esta lista, el chef Javier Guerra te lleva a descubrir algunos de los platos de street food más populares de Indonesia, esos que son imprescindibles para los locales.

SATAY (SATE)

Origen: Java, Indonesia
Brochetas de carne marinada, típicamente de pollo, ternera o cordero, a la parrilla y servidas con salsa de cacahuete y, a veces, con pasteles de arroz (lontong). El satay se puede elevar utilizando carnes premium, marinados innovadores y una presentación refinada para lograr una propuesta moderna.

BEEF RENDANG

Origen: Sumatra Occidental, Indonesia
Este plato cocido a fuego lento, tradicionalmente estofado en leche de coco y especias, adquiere un sabor profundo y rico, ideal para creaciones de fusión como tacos o sliders, lo que lo convierte en una opción perfecta para menús inspirados en la comida callejera o de alta cocina.

GADO-GADO

Origen: Yakarta, Java
Una ensalada indonesia de verduras blanqueadas, huevos cocidos, tofu, tempeh y aderezo de cacahuete, el Gado-Gado es visualmente vibrante con una variedad de texturas. Puede personalizarse con verduras de temporada o salsas artesanales de cacahuete, lo que lo convierte en una opción ideal para una ensalada elegante y bien presentada.



MARTABAK

Origen: Java, Indonesia
Este espeso y sabroso panqueque (tortita) generalmente se rellena con carne picada y huevos (versión salada) o chocolate y queso (versión dulce). Las versiones gourmet cuentan con rellenos exóticos, quesos de alta calidad o chocolate premium, lo que lo convierte en una opción perfecta para menús degustación.

AYAM BETUTU

Origen: Bali, Indonesia
Pollo o pato entero, marinado en especias, envuelto en hojas de plátano y cocido a fuego lento o al vapor hasta que queda tierno. Este plato aromático se puede presentar de manera elegante con aceites infusionados y verduras, ideal para una experiencia gastronómica de alta gama.

BAKSO

Origen: Java, Indonesia
Una reconfortante sopa de albóndigas con fideos, tofu y verduras, el Bakso puede refinarse utilizando albóndigas de wagyu o marisco, fideos delicados y adornos, ofreciendo una versión sofisticada de este clásico.

NASI GORENG

Origen: Java, Indonesia
Un popular arroz frito indonesio con salsa de soja dulce, verduras y carne, típicamente cubierto con un huevo frito. El Nasi Goreng se puede transformar con aceite de trufa, carnes premium y una presentación elegante, creando una versión sofisticada de este plato tan apreciado.



EL AUGE DE LA



INFLUENCIA ORIENTAL

ESCRITO POR
Megan Wallace

A MEDIDA QUE UNA NUEVA *generación de clientes curiosos* EXPANDE SUS GUSTOS A TRAVÉS DE LOS VIAJES Y EL DESCUBRIMIENTO DE NUEVAS CULTURAS, NOS SUMERGIMOS EN EL AUGE DE LA COMIDA COREANA (K-FOOD) Y LO QUE ESTO IMPLICA PARA LOS MENÚS DEL FUTURO.

Desde la predominancia de la trífeca italiana de pizza, pasta y helado hasta los meticulosos ingredientes y métodos de cocina de la alta cocina francesa, o incluso el gran atractivo del perrito caliente y la hamburguesa americana, Occidente ha dominado durante mucho tiempo el mundo de la gastronomía.

Sin embargo, el panorama está empezando a cambiar. Cada vez más, los clientes se están orientando hacia las ricas culturas culinarias del Este y Sureste de Asia. ¿Por qué se ha producido este cambio de tendencia? ¿Y cómo afecta al futuro de los menús a nivel global? Descúbrelo a continuación.

La influencia oriental a lo largo del tiempo

La creciente presencia de la gastronomía del este asiático en Occidente no es un fenómeno reciente, sino el resultado de décadas de evolución, impulsadas por los movimientos migratorios y la creciente influencia cultural de la región en el panorama global.

En países como Estados Unidos, la llegada de migrantes chinos a mediados del siglo XIX marcó el inicio de esta expansión, trayendo consigo su rica tradición culinaria. Con el tiempo, muchos platos tradicionales se adaptaron a los gustos occidentales, lo que facilitó la popularización de la comida china en todo el país.

Hoy en día, algunos países de Asia Oriental y el Sudeste Asiático han adoptado la gastronomía como una herramienta de poder blando, desarrollando estrategias para promover sus tradiciones culinarias a nivel internacional. Gobiernos como los de Taiwán, Corea del Sur, Tailandia, Singapur, Indonesia, Malasia y Camboya han financiado programas de diplomacia gastronómica, utilizando su cocina como un vehículo para fortalecer su identidad cultural y aumentar su influencia global.



El auge de la gastronomía coreana

En 2009, Corea del Sur lanzó el programa Korean Cuisine to the World, una ambiciosa iniciativa destinada a promover la gastronomía coreana (hansik) a nivel internacional y destacar sus beneficios para la salud y su perfil de sabor único.

Quince años después, el hansik se ha consolidado en la escena gastronómica global. Platos icónicos como el bibimbap (un bol de arroz con ingredientes variados) y el kimchi (verduras fermentadas) se encuentran con facilidad en las principales ciudades occidentales, reflejando el impacto de esta expansión. Prueba de ello es el crecimiento de las exportaciones de alimentos coreanos a Estados Unidos, que alcanzaron los 1.740 millones de dólares en 2023.

La naturaleza equilibrada de la cocina coreana, con una fuerte presencia de vegetales y alimentos fermentados, ha reforzado su reputación como una opción saludable. Esto ha atraído tanto a amantes de la gastronomía como a un público cada vez más interesado en la alimentación consciente y el bienestar.





Hallyu ha conquistado nuestro paladar

No se puede hablar del auge de la gastronomía coreana (K-food) sin mencionar el fenómeno Hallyu.

El reciente interés global por la comida coreana ha ido de la mano con la creciente influencia de la cultura de Corea del Sur. Conocida como la Ola Coreana, Hallyu ha impulsado el éxito internacional de grupos de K-pop como BTS y Blackpink, así como de películas y series surcoreanas.

El cine y la televisión han jugado un papel clave en la popularización de la gastronomía coreana. La película Parasite presentó al mundo el jjapaguri (fideos con ternera), mientras que la serie El juego del calamar mostró el tteokbokki (pasteles de arroz picantes). Esta estrategia no es casualidad: Yang Joo-Pil, funcionario del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Asuntos Rurales de Corea del Sur, explicó en una entrevista con NPR que cada año su departamento selecciona alrededor de diez productos para incluir en dramas y películas.

Las redes sociales han amplificado aún más esta tendencia. En TikTok, el hashtag #koreanfood supera las 860.000 publicaciones, mientras que el mukbang—una moda surcoreana en la que los creadores de contenido comen frente a la cámara—se ha convertido en un fenómeno global en YouTube.

El papel del turismo en la próxima K-ola gastronómica

De cara al futuro, la evolución de los hábitos alimentarios en Occidente estará influida en gran medida por la

industria del turismo, especialmente por los viajeros en busca de experiencias auténticas y culturales.

A lo largo de la década de 2020, los turistas han mostrado una mayor disposición a explorar destinos menos convencionales: el 40 % de los viajeros elige lugares poco conocidos, y el 64 % de los turistas globales planea reducir otros gastos para priorizar los viajes de ocio en 2024.

Este espíritu explorador no solo se refleja en la elección de destinos, sino también en el paladar de los viajeros. Un estudio reciente de la marca de arroz Tilda reveló que 7 de cada 10 británicos son más aventureros con la comida cuando están de vacaciones, lo que les lleva a descubrir nuevos sabores y texturas.

Corea del Sur no ha sido ajena a esta tendencia. En 2023, Seúl experimentó un impresionante aumento del 373,6 % en la llegada de turistas en comparación con el año anterior. Este creciente interés podría impulsar una mayor autenticidad dentro de la gastronomía coreana, consolidándola como una referencia en la alta cocina.

Más allá de los platos coreanos más conocidos, los consumidores valoran cada vez más propuestas auténticas que no han sido adaptadas al paladar occidental. El chef Junghyun Park, cuyo restaurante de alta cocina coreana Atomix en Nueva York recibió dos estrellas Michelin en 2021, destaca que su clientela es "muy abierta a nuevas culturas".

"No tengo que cambiar sus gustos", afirma. "Les gusta probar cosas nuevas".

El futuro de la influencia oriental

Algunos platos coreanos ya han alcanzado un reconocimiento generalizado en Occidente.

En una entrevista con The Grocer en 2024, Hyokyo Suh, director de CJ Foods Europe —la división europea de la principal empresa de cultura gastronómica de Corea del Sur— destacó que "los favoritos de la comida callejera coreana, como el pollo frito al estilo coreano, el kimchi, el tteokbokki y el ramen, se han vuelto populares en el Reino Unido".

Sin embargo, la próxima ola de gastronomía coreana traerá una mayor diversidad de platos, impulsada por empresas como CJ Foods y su línea bibigo, que buscan expandir su presencia en el mercado, especialmente en el sector de la comida rápida y conveniente.

"El interés de los consumidores europeos por la cocina coreana es alto, pero aún falta accesibilidad y conocimiento", añadió Suh. "Nuestra misión es ampliar esa conciencia".

A medida que la gastronomía coreana se aleja del concepto exclusivo de comida callejera y se vuelve más accesible, es probable que veamos:

- Un aumento en la visibilidad de platos más especializados y variaciones regionales de la cocina coreana.
- Una mayor presencia de productos coreanos en los supermercados occidentales.
- Un efecto expansivo que abra las puertas a otras cocinas del este y sureste asiático que han recibido menos atención hasta ahora.
- Expertos pronostican que cocinas como la birmana y la filipina podrían ganar protagonismo en el panorama gastronómico global.

En términos generales, el auge de la influencia oriental en la gastronomía refleja un proceso de globalización culinaria, impulsando una cocina sin fronteras en lugar de gastronomías estrictamente delimitadas por país o nacionalidad.



BOLITAS DE ARROZ RELLENAS DE BIRRIA CON ALIOLI DE GUAJILLO Y AJO

CON JAVIER GUERRA



ESTA PROPUESTA CREATIVA ES IDEAL PARA FOOD TRUCKS O RESTAURANTES FAST CASUAL, Y ADEMÁS, UNA FORMA DELICIOSA DE *reducir* EL DESPERDICIO.

— JAVIER GUERRA
Chef Zona Sur y especialista Hotel
Unilever Food Solutions España

Una versión reinventada de los arancini con un toque de inspiración mexicana.

INGREDIENTES (4 RACIONES)

Arroz

200 g de arroz blanco de grano largo
500 ml de agua
15 g de **Knorr Professional Caldo Sazonador Vegetal**
5 g de achiote en polvo
15 ml de aceite de oliva

Birria

22 g de **Knorr Professional Caldo Sazonador Sabor Carne**
5 g de orégano seco
950 ml de agua
1 cebolla pequeña, partida por la mitad
2 dientes de ajo
1 hoja de laurel
1 hoja de aguacate
2 chiles guajillo, licuados
¼ de pastilla de achiote/ colorante (aprox. 15 g)
60 ml de aceite de oliva

Alioli de Guajillo

200 g de arroz blanco de grano largo, cocido
240 g de **Hellmann's Original**
60 ml de puré de guajillo
3 dientes de ajo grandes
Jugo de 1 lima
Sal al gusto

Bolitas de arroz

225 g de queso Chihuahua (o queso blanco suave), cortado en cubos
200 g de pan rallado fino o panko
250 g de harina de trigo
3 huevos, batidos
Rábanos en rodajas finas
Hojas de cilantro
Queso Cotija para espolvorear

PROCEDIMIENTO

Para el arroz

1. En una olla, calienta el aceite de oliva.
2. Añade el arroz y tuéstalo ligeramente.
3. Agrega el Caldo Sazonador Vegetal y el achiote en polvo.
4. Vierte el agua y lleva a ebullición.
5. Una vez que hierva, baja el fuego, tapa y deja cocinar durante 15 minutos.
6. Retira del fuego y deja reposar tapado por 5 minutos.
7. Extiende el arroz en una bandeja y refrigéralo.

Para la birria

1. En una olla grande, dora la carne de res con un poco de aceite.
2. Añade el Caldo Sazonador Sabor Carne, el orégano, la

cebolla, el ajo, la hoja de laurel y la hoja de aguacate.

3. Vierte el agua y el puré de guajillo.
4. Cocina a fuego bajo durante 3 horas hasta que la carne esté tierna.
5. Una vez cocida, desmenúzala y mézclala con un poco del líquido de cocción para mantenerla jugosa.

Para el alioli de guajillo

1. Licúa todos los ingredientes hasta obtener una mezcla homogénea y suave.
2. Vierte en un recipiente o una botella exprimible y refrigera.

Para las bolitas de arroz

1. Corta el arroz frío en 8 cuadrados iguales. Haz lo mismo con la birria.
2. Coge un cuadrado de arroz, añade un poco de carne y coloca un cubo de queso en el centro.
3. Forma una bola asegurándote de que el queso quede bien sellado dentro.
4. Repite el proceso hasta formar 8 bolitas.



Knorr Professional Caldo Sazonador Vegetal

Caldo con sabor a diversas verduras, hierbas y especias, donde predomina un marcado sabor a verdura hervida en su tiempo apropiado (apio, cebolla, col o zanahoria).

5. Pasa cada bolita por harina, luego por huevo batido y finalmente por pan rallado.
6. Coloca las bolitas en una bandeja y congélaslas hasta que estén firmes.
7. Fríe las bolitas en abundante aceite caliente hasta que estén doradas y crujientes.

Emplatado

1. Sirve una base de alioli de guajillo y ajo en un plato.
2. Coloca dos bolitas de arroz encima.
3. Espolvorea queso Cotija y decora con hojas de cilantro y rodajas de rábano.



Knorr Professional Empanador Panado deshidratado

Preparado para empanar que no requiere de huevo, harina ni pan rallado. Permite ahorrar tiempos de preparación, materiales y limpieza, eliminando los pasos tradicionales de la preparación de platos empanados y fritos.



ESTE PLATO DEJA PASO A LA *fusión* DE SABORES Y CULTURAS

— PATRICIA DIOS
Chef Zona Barcelona
Unilever Food Solutions España

Estos tacos de pescado nacen de la vibrante cultura del street food en México, especialmente en la región de Baja California. Reflejan el amor universal por los tacos como una opción accesible y económica, disfrutada por todos.

Su combinación de tortillas de maíz, pescado fresco, vegetales y salsas diversas crea un equilibrio perfecto de sabores en un formato práctico. A través de sus ingredientes y su sencillez, este plato rinde homenaje a la cultura mexicana y ofrece una forma deliciosa e inclusiva de explorar la riqueza de sus sabores regionales.

INGREDIENTES (4 RACIONES)

Tortilla:

300 g de masa de maíz
5 g de tinta de calamar

Pescado empanado:

600 g de pescado blanco (como mahi-mahi)

200 g de Empanador Knorr

Cebolla encurtida:

200 g de cebolla verde (parte blanca)
80 ml de vinagre blanco
Sal y azúcar al gusto

Garnición:

150 g de repollo verde, en juliana
20 g de cilantro fresco

Mayonesa de chipotle:

400 g de Hellmann's Original
40 g de chipotles en adobo

Salsa roja con Chile Morita:

300 g de tomate
150 g de cebolla
40 g de ajo
4 chiles morita
2 chiles serranos

Salsa verde con Chile Serrano:

300 g de tomate verde
150 g de cebolla
40 g de ajo
2 chiles serranos

PROCEDIMIENTO

Para la tortilla:

1. Mezcla la mitad de la masa de maíz con la tinta de calamar hasta obtener un color homogéneo.
2. Forma pequeñas bolitas con cada masa, uniéndolas sin mezclar los colores.
3. Usa una prensa para tortillas para formar una tortilla delgada y redonda.
4. Coloca las tortillas en un comal caliente y cocínalas por ambos lados.

Para el pescado empanado:

1. Corta el pescado en tiras de 60 g y resérvalas.
2. En un tazón, mezcla los trozos de pescado con el empanador y deja reposar unos minutos.
3. Sumerge las tiras de pescado en la mezcla, escurre el exceso y fríelas en aceite caliente a 180°C hasta que estén doradas y crujientes.

Para la cebolla encurtida:

1. Corta la parte blanca de la cebolla verde en rodajas finas y resérvalas.
2. En una cacerola, agrega el vinagre blanco, la sal y el azúcar. Lleva a ebullición y deja enfriar.
3. Agrega las rodajas de cebolla y deja reposar durante 12 horas.

Para la garnición:

1. Corta el repollo verde en juliana muy fina y resérvalo.

Para la mayonesa de chipotle:

1. Mezcla la mayonesa Hellmann's con los chipotles en adobo y licúa hasta obtener una textura suave. Resérvala.

Para la salsa roja con Chile Morita:

1. Asa o cocina los tomates, la mitad de la cebolla y el ajo.
2. Retira las semillas y venas de los chiles morita, tuéstalos ligeramente y resérvalos.
3. Muele o licúa todos los ingredientes hasta obtener una salsa con textura y pequeños trozos.

Para la salsa verde con Chile Serrano:

1. Asa o quema los tomates verdes, la mitad de la cebolla y el ajo.
2. Retira las semillas y venas de los chiles serranos, tuéstalos ligeramente y resérvalos.
3. Muele o licúa todos los ingredientes hasta obtener una salsa con textura y pequeños trozos.

Emplatado:

1. Coloca las tortillas en un soporte para tortillas.
2. Añade una pieza de pescado empanizado.
3. Cubre con mayonesa de chipotle usando una botella exprimible.
4. Agrega el repollo en juliana, las rodajas de cebolla encurtida y decora con unas hojas de cilantro.
5. Sirve los tacos con la salsa de tu preferencia, roja o verde.

TACOS DE PESCADO ESTILO BAJA CALIFORNIA

CON PATRICIA DIOS





COCINA SIN FRONTERAS

**TAHINI, MATCHA
GOCHUJANG & SUMAC**

SON LOS INGREDIENTES
MÁS POPULARES



Esta tendencia gastronómica fusiona diversas tradiciones culinarias en experiencias innovadoras y equilibradas. Impulsado por la *globalización* y la migración, este movimiento también responde a una nueva generación de chefs que buscan honrar sus raíces multiculturales. Lejos de la mera novedad, estos chefs están redefiniendo la manera en que distintas influencias culinarias pueden combinarse para crear platos únicos y auténticos.

Factores clave que impulsan esta tendencia:

- La globalización y la migración, que amplían el conocimiento e influencias culinarias.
- Una nueva generación de chefs que rinde homenaje a su herencia cultural.
- La mayor visibilidad de las cocinas globales a través de las redes sociales.
- El interés de los consumidores por experiencias gastronómicas auténticas.
- La creciente demanda de historias significativas detrás de cada creación culinaria.

En el corazón de este movimiento se encuentra el deseo de fusionar cocinas de manera creativa y respetuosa, combinando ingredientes y técnicas tradicionales sin perder su esencia. Esta tendencia abre paso a experiencias gastronómicas que, aunque modernizadas, mantienen la riqueza de los sabores clásicos y un profundo significado cultural.

Las Top Técnicas

Estas son algunas de las técnicas culinarias más destacadas en esta tendencia:

- Marinados
- Salmueras
- Maduración
- Cocción al vacío (Sous-Vide)
- Curado
- Cocción al vapor
- Caramelización

Ingredientes sin Fronteras

Estos son algunos de los ingredientes clave que están marcando esta evolución culinaria:

- Miso
- Pescado curado
- Kimchi
- Shiso
- Calamansi
- Granada
- Mentaiko
- Salsas de soja añejadas
- Pandan
- Jerez

¡ESTARÁ EN BOGA DE TODOS!

LA PIMIENTA DE ALEPO ES UN INGREDIENTE IMPRESCINDIBLE EN ESTE MOMENTO. INCORPÓRALA EN TUS PLATOS PARA CAPTAR LA ATENCIÓN DE LOS CLIENTES.





POIN

COCINA

SIN FRONTERAS

EL CHEF *Jaime Drudis*
**RECURRE A SUS PROPIAS
EXPERIENCIAS PERSONALES
COMO GUÍA PARA LA COCINA
SIN FRONTERAS.**

El chef ha desarrollado una carrera diversa en el mundo de la gastronomía. Sin embargo, su verdadera pasión radica en cocinar con audaces sabores latinos y en crear platos de inspiración latina moderna, fusionando influencias internacionales para lograr combinaciones armoniosas que reflejan múltiples tradiciones culinarias.

Para Jaime, esta visión no solo es una expresión creativa, sino también una oportunidad para educar sobre las similitudes entre distintas cocinas y técnicas globales. "Ya sea que estés guisando carne al estilo indio o al estilo mexicano, sigues usando la misma técnica. Luego, la desmenuzas y la integras en un tazón de arroz mexicano o en un basmati indio: los ingredientes son altamente intercambiables".

Desde estos puntos en común, es más fácil identificar ingredientes o platos que pueden fusionarse naturalmente, así como descubrir técnicas que permitan esta polinización cruzada de sabores internacionales. Desde la perspectiva del cliente, Jaime disfruta la oportunidad de presentar nuevas y sorprendentes combinaciones.

"Es importante que los clientes descubran y se familiaricen con la diversidad de ingredientes que existen. Es algo nuevo y emocionante".

A la hora de desarrollar recetas híbridas, recomienda adoptar un enfoque experimental en lugar de seguir reglas estrictas, ya que esto fomenta la creatividad. "La parte divertida para un chef es el ensayo y error, probar qué funciona y salir de la zona de confort", explica. "Incluso cuando algo no funciona, siempre puede surgir algo distinto. Puedes hacer ajustes y terminar con un plato que nunca habrías imaginado que funcionaría".

“Se trata de elegir ingredientes con los que el cliente ya está familiarizado, pero combinarlos de formas que nunca habría imaginado.”

Aunque algunos equipos de cocina puedan sentirse inseguros al adoptar los principios de la cocina sin fronteras, Jaime explica que los chefs pueden intervenir y educar a su personal sobre prácticas culinarias más globales. “Incluso con cocinas que nunca han cocinado ni probado antes, puede haber técnicas que les resulten familiares. El hecho de que nunca hayan preparado o probado una cocina no significa que una técnica en particular les resulte desconocida. Exponer al equipo a los ingredientes y la cultura es importante, incluso si es a través de vídeos en YouTube o redes sociales”, dice.

Jaime recuerda cómo unió diferentes cocinas al crear el birria ramen: un plato latino-japonés que ideó tras revisar los ingredientes que tenía a mano. “Tenía carne estofada y un caldo sabroso, así que me pregunté si podría agregarle fideos japoneses y cebollines. Lo hice hace un par de años, combinando estos ingredientes. Ni siquiera fue algo completamente intencional. La birria estaba en auge en los menús y el ramen seguía siendo muy popular en los menús, pero resultó maravillosamente bien.”

Comprendiendo la reticencia que algunos clientes pueden sentir al probar nuevos platos, Jaime explica que fusionar aspectos de platos conocidos puede ser una excelente puerta de entrada al mundo de la cocina sin fronteras. “Con el ejemplo del ramen con birria, el cliente podría pensar, ‘Vaya, me gusta el ramen y me gusta la birria, pero me gusta la birria en tacos y el ramen con panceta. Oye, probémoslo’. Se trata de elegir cosas con las que el cliente ya se siente cómodo pero que nunca habría

imaginado combinar, lo que puede ayudar a abrirles y hacerlos sentir un poco más cómodos.”

Él cree que la cocina sin fronteras puede ser una forma de compartir la herencia latina mientras expresa sus intereses personales, y la ve como una oportunidad para que los chefs compartan la profundidad y amplitud de sus propios gustos y experiencias. “Con la Cocina sin Fronteras, se cuenta una historia sobre quién es el chef. Puedo mostrar lo que comí mientras crecí y lo que todavía me gusta compartir, pero también puedo introducir un nuevo sabor”, explica. “Me encanta la comida japonesa, por ejemplo, así que puedo hacer un plato con influencia de mi país que también esté muy influenciado por la cocina japonesa.”

También considera importante combatir los mitos sobre la cocina sin fronteras, en particular que no es rentable. Siente que, en realidad, esta cocina puede ayudarnos a minimizar el desperdicio al desbloquear nuevas formas creativas de reutilizar ingredientes. “Lo más importante es poder hacer salsas y productos y ser capaz de reaprovecharlos”, explica. “Supongamos que haces un plato y no termina de ser como esperabas. ¿Aún puedes crear otros platos con eso? Aprovecha prácticamente todo, dependiendo de la técnica de cocción, de ese ingrediente”.

Ya sea introduciendo nuevas combinaciones, encontrando formas de atraer a los clientes para que prueben nuevos platos o siendo creativo con la minimización del desperdicio, la Cocina sin Fronteras promueve un sentido de exploración creativa.



Para saber más sobre la tendencia, visita [ufs.com](https://www.ufs.com)



ROLLITO DE LANGOSTA ESTILO BÁNH MÌ

CON JAIME DRUDIS



ESTA RECETA REPRESENTA A LA PERFECCIÓN LA COCINA SIN FRONTERAS, LLEVANDO LA FUSIÓN GASTRONÓMICA MÁS ALLÁ DE LAS TENDENCIAS QUE HEMOS VISTO HASTA AHORA.

— JAIME DRUDIS
Culinary Advisor, I+D Chef
Unilever Food Solutions España

Este plato combina lo mejor de dos mundos: los ingredientes clásicos de un rollito de langosta canadiense del Atlántico—con trozos jugosos de langosta servidos en un pan brioche—y los elementos esenciales de un bánh mì vietnamita, como carne, vegetales encurtidos y paté. El resultado es una propuesta innovadora que celebra la diversidad culinaria en un solo bocado.

INGREDIENTES (10 RACIONES)

Verduras encurtidas

4 zanahorias medianas, peladas y en juliana (aprox. 400 g)
3 tallos de apio, sin extremos y en juliana (aprox. 150 g)
900 ml de agua caliente
250 g de azúcar blanca
50 g (10 cdtas.) de sal
450 ml de vinagre de arroz

Paté de cerdo

190 g de paté de cerdo
205 g de **Hellmann's Original**
1 cdtita. de mezcla de cinco especias chinas

Relleno de langosta

1.3 kg de langosta viva
150 ml de **Hellmann's Original**
15 ml de tamari
5 ml de aceite de sésamo
Jugo y ralladura de limón al gusto

Guarnición

2 tazas (aprox. 30 g) de cilantro fresco, lavado y sin tallos
½ taza (aprox. 10 g) de menta fresca, lavada y en juliana
1 taza (aprox. 50 g) de cebollino verde en rodajas

Panecillos tostados

10 panecillos tipo brioche con corte superior
100 g de **Hellmann's Original**

PROCEDIMIENTO

Para las verduras encurtidas

1. Disuelve la sal y el azúcar en el agua caliente.
2. Añade el vinagre de arroz y mezcla bien.
3. Incorpora las zanahorias y el apio en juliana.
4. Deja reposar al menos 1 hora antes de usar.
5. Escurre y reserva.

Consejo: Masajear las verduras con sal y azúcar antes de añadir el líquido acelera el proceso de encurtido.

Para el paté de cerdo

1. Mezcla todos los ingredientes en un procesador de alimentos hasta obtener una pasta homogénea.

Para el relleno de langosta

1. Cocina las langostas vivas en una olla con abundante agua salada (aprox. 11 minutos por cada 450 g de langosta).
2. Retira y sumérgelas en un baño de agua con hielo para detener la cocción.
3. Extrae la carne de las langostas y pícalas en trozos gruesos.
4. En un bol, mezcla la mayonesa, el tamari, el



Hellmann's Original

Auténtico sabor y textura Hellmann's que realzan el sabor de los ingredientes en la mezcla. Múltiples aplicaciones. Ingrediente base para todo tipo de ensaladillas, salsas frías y acompañamientos.

aceite de sésamo, el jugo y la ralladura de limón.
5. Incorpora la carne de langosta y mezcla suavemente.
6. Cubre y refrigera hasta el momento de usar.

Para la guarnición

1. Mezcla todas las hierbas frescas en un bol.

Para los panecillos tostados

1. Unta una capa de mayonesa en el exterior de cada panecillo.
2. Tuesta en una plancha o sartén hasta que ambos lados estén dorados y crujientes.

Emplatado

1. Unta una capa de paté de cerdo en el interior de cada panecillo tostado.
2. Rellena con la mezcla de langosta.
3. Añade las verduras encurtidas por encima.
4. Finaliza con la mezcla de hierbas frescas.



BOVRIL

Sabor cárnico tostado y color oscuro propio de elaboraciones cárnicas muy reducidas, sabrosas, intensas. Sustituye la clásica reducción de huesos tostados.



JUNTOS ESTAMOS CREANDO UN NUEVO PLATO, UNA NUEVA PROPUESTA Y UNA NUEVA *visión*.

— PABLO GARCÍA
Chef Zona Norte
Unilever Food Solutions España

Esta innovadora lasaña reinterpreta la pasta fusionando las ricas tradiciones culinarias de Argentina, Italia y Suiza. En el centro del plato, el ossobuco se prepara al estilo argentino, con carne melosa, verduras y el aroma envolvente del vino. La lasaña, elaborada con pasta fresca italiana infundada con azafrán para un tono dorado intenso, se fríe para potenciar su textura. Se complementa con una cremosa salsa de parmesano, el carácter único del cavolo nero—un repollo toscano—y un sutil toque de cacao, logrando un equilibrio sorprendente que celebra la diversidad de ingredientes globales.

INGREDIENTES (10 RACIONES)

Pasta fresca:

500 g de sémola de trigo duro
13 huevos
5 g de azafrán

Salsa de Parmesano:

600 g de Parmigiano Reggiano (Queso Parmesano)
100 g de mantequilla
1 L de leche
500 g de nata fresca
1 chalota
Romero (al gusto)
Salvia (al gusto)
50 g de granos de cacao

Ossobuco estofado:

1.5 kg de ossobuco en rodajas
100 ml de aceite de oliva
3 dientes de ajo
2 cebollas
1 zanahoria
1 pimiento rojo
1 pimiento verde
1 puerro
1 rama de apio
500 ml de vino tinto Malbec

Bouquet Garni:

2 hojas de laurel
3 ramas de tomillo fresco
3 tallos de perejil
1 hoja de puerro
Hilo de cocina (al gusto)
Papel de aluminio (al gusto)
300 g de pasta concentrada de tomate
2L de **Knorr Professional Caldo Sazonador sabor Carne**
100 g de **Knorr Bovril Caldo Concentrado de Carne**

Freír:

2 L de aceite de girasol

Acabado:

500 g de mozzarella fior di latte
500 g de col rizada estofada (o repollo toscano)
200 g de queso parmesano
1 grano de cacao
Brotos (al gusto)

PROCEDIMIENTO

Para la pasta fresca:

1. Coloca todos los ingredientes en una amasadora planetaria y amasa durante unos minutos hasta obtener una masa que no sea completamente homogénea. Colócala en una bolsa de vacío y deja reposar en el refrigerador durante al menos una hora.
2. Con una máquina para pasta fresca, estira las hojas y córtalas con un cortapastas.
3. Fríe la pasta en abundante aceite de semillas y resérvala.

Para la salsa de Parmesano:

1. En una cazuela, vierte la leche, la nata, la chalota, la salvia, el romero y el grano de cacao. Deja reducir a fuego bajo hasta que se reduzca a la mitad de su contenido original.
2. Retira del fuego, deja enfriar hasta que alcance los 70°C y filtra las especias.
3. Añade la mantequilla y el queso rallado, y mezcla con la ayuda de una batidora de mano (batidora de inmersión).
4. Vierte el contenido en un sifón y deja en un baño maría.

Para el Ossobuco estofado:

1. En una cazuela, calienta la olla sobre el fuego y agrega los ossobucos, dejándolos dorar por ambos lados. Añade las hierbas, los aromáticos y las verduras, y deja que se doren.
2. Desglasa con el vino y deja que se evapore.
3. Añade la pasta de tomate y, finalmente, el caldo elaborado con el Caldo Sazonador sabor Carne y el Bovril. Cocina a fuego lento durante unas 3 horas con la tapa puesta.
4. Al final de la cocción, retira las especias, saca los huesos y recoge la médula. Mezcla la salsa restante y desmenuza la carne con un tenedor, añadiéndola a la salsa.

Emplatado:

1. Corta la mozzarella en rodajas, estofa la col rizada y monta las lasañas alternando las capas de pasta frita con la carne de ossobuco estofada, la col rizada y la mozzarella.
2. En la última capa, cubre con la espuma de Parmigiano, las láminas de parmesano, los brotes y el cacao rallado.

LASAÑA CRUJIENTE

CON PABLO GARCÍA





RAÍCES CULINARIAS

Una tendencia que está ganando fuerza en el mundo de la gastronomía es la celebración y recuperación de cocinas regionales menos conocidas, donde se honra el uso de ingredientes locales y técnicas culinarias que están profundamente conectadas con el patrimonio cultural. Este movimiento pone en valor la importancia de conservar nuestras raíces mientras seguimos evolucionando, asegurando que la *autenticidad* siga siendo el alma de cada plato. Aunque este tipo de tendencias suelen nacer en una región concreta, con el tiempo pueden llegar a ser más conocidas, pero para que realmente triunfen, deben mantener su esencia intacta.

EL USO DEL YOGUR TRADICIONAL

TIENE MUCHO IMPACTO EN ESTA TENDENCIA, QUE PUEDE USARSE EN GRAN VARIEDAD DE PLATOS.



Los principales factores que impulsan esta tendencia incluyen:

- La pandemia y los problemas de la cadena de suministro, lo que ha despertado el interés por las tradiciones alimentarias locales y culturales.
- Los clientes buscan experiencias gastronómicas profundas y auténticas.
- El redescubrimiento de la propia cultura, en lugar de centrarse únicamente en influencias extranjeras.
- Los chefs que destacan su herencia cultural en lugar de apropiarse de otras culturas.
- El uso de la narración de historias como una forma de conectar con la tradición y la historia.

Hoy en día, los chefs están reviviendo recetas tradicionales y micro-regionales, ofreciendo a los clientes el acceso a cocinas que rara vez se celebran. Este enfoque preserva el patrimonio culinario mediante el uso de técnicas e ingredientes auténticos. Si bien se pueden aplicar giros modernos, mantener la autenticidad de la cocina sigue siendo esencial,

Las Top Técnicas:

Estas son algunas de las técnicas de cocina que están marcando esta tendencia:

- Cocción a la leña
- Guisado
- Infusión
- Cocción lenta
- Parrillada a la brasa
- Marinado

Cocinas con raíces culinarias:

Estas son algunas de las cocinas regionales que capturan perfectamente esta tendencia:

- Oaxaqueña
- Andina
- Vasca
- Emirati
- Coreana de templo
- Sichuan
- Yucateca
- Castellana

¡ESTARÁ EN BOGA DE TODOS!

LA POPULARIDAD DE LA COCINA DE HUNAN, QUE TIENE SU ORIGEN EN LA REGIÓN DEL RÍO XIANG, EL LAGO DONGTING Y LA PROVINCIA OCCIDENTAL DE HUNAN EN CHINA, ESTÁ AUMENTANDO RÁPIDAMENTE.





LA COMIDA COMO REFLEJO DE LA IDENTIDAD

LA GEN Z Y LOS MILLENNIALS
ESTÁN *reclamando* SUS RAÍCES
A TRAVÉS DE LA COMIDA.

ESCRITO POR
Angela Hui



Para saber más sobre
la tendencia, visita [ufs.com](https://www.ufs.com)

¿Alguna vez te has parado a pensar sobre la historia detrás de los platos que creas? Tal vez has considerado los orígenes de una especia clave en tu cocina o te has preguntado sobre la historia de una receta familiar que inspira tu menú. Como chef o dueño de restaurante, comprender las raíces de la comida puede transformar tu cocina en un lugar que no solo prepara platos, sino que también sirve como aula para enseñar historia cultural o como un escenario para celebrar platos tradicionales.

Desde recetas ancestrales transmitidas a través de generaciones hasta platos regionales reinventados con un giro moderno, la Generación Z y los Millennials ven la comida como algo más que solo sustento. La generación actual tiene algunos de los paladares más aventureros, moldeados por una exposición temprana a sabores diversos. Abrazan la comida que excita los sentidos, aprenden sobre diferentes culturas y se sumergen en tradiciones olvidadas que los conectan con el pasado. Usando la comida como un puente entre la herencia cultural y la vida moderna, están repensando cómo consumen los alimentos, interactuando con contenido culinario en libros y en línea, y encontrando inspiración para cocinar de nuevas maneras. La comida se convierte en un eje para contar historias: una oportunidad para reconectarse con las raíces, explorar la identidad y fomentar un sentido de comunidad.

En 2018, Chris Ying, ex editor de la famosa revista de comida independiente *Lucky Peach*, exploró esta noción en *You and I Eat the Same*, destacando las innumerables formas en que la comida y la cocina nos conectan, al mismo tiempo que muestran las marcadas diferencias y complejidades del acto de comer. Para aquellos que trabajan en la industria de la hospitalidad, esto representa una oportunidad para profundizar en la comida y cómo puede ser un conector, un puente entre culturas y un iniciador de conversaciones. ¿Quién puede cocinar qué y por qué? ¿Cómo pueden los platos reflejar historias de identidad, herencia y evolución? ¿Qué mensaje quieres transmitir con tus ingredientes y técnicas culinarias? Al ser intencionales con estas elecciones, puedes crear platos que resuenen de una manera más profunda con tus comensales.

Considera cómo chefs como Joke Bakare, la primera chef de color en el Reino Unido en ganar una estrella Michelin, abordan esto. Su restaurante *Chishuru*, en el centro de Londres, utiliza ingredientes difíciles de encontrar de África Occidental junto con productos británicos locales. Bakare va un paso más allá al educar e inspirar. “La comida es de varias capas y nos ancla a la cultura y la tradición”, dice. Su enfoque desafía los prejuicios e invita a los comensales a explorar la amplitud y profundidad de la cocina de África Occidental bajo una nueva luz, allanando el camino para una comprensión más matizada. “La comida del continente subsahariano a menudo carece de técnica y refinamiento; todo es muy de olla única. Quiero que las personas que vengan a *Chishuru* por primera vez descubran las técnicas que servimos. Puede parecer simple, pero es engañoso.”

El deseo de experiencias culinarias significativas es evidente en los hábitos de los comensales de la Generación Z y los Millennials. Una investigación de la plataforma de reservas de restaurantes *Seven Rooms* destaca que el 34% de los consumidores en este grupo demográfico en el Reino Unido salen a comer al menos tres veces al mes. No solo buscan la última moda o la apertura del restaurante más reciente; buscan lugares fuera de casa y del trabajo para conectarse y relajarse. Factores como la conveniencia, la personalización y el valor al comer fuera se consideran los más importantes. Los clientes suelen ser leales a sus marcas y restaurantes favoritos; confían en ellos y están dispuestos a pagar más por experiencias elevadas. Además, algunos de los temas más grandes en el marketing de restaurantes están relacionados con la autenticidad, la conexión con la comunidad, los sabores genuinos y los espacios inclusivos que celebran la diversidad. En Londres, este cambio es evidente en lugares como *Chishuru*.

“La próxima vez que pruebes una receta nueva, planifiques un menú o introduzcas un plato especial, considera qué historia está contando. ¿Destaca tradiciones olvidadas?”



“El mundo de la gastronomía finalmente se está dando cuenta, pero aún queda mucho por recorrer. Es muy importante para mí aferrarme a la tradición de la comida con la que crecí. En la comida africana occidental, no hay mucha documentación sobre nuestros alimentos”, explica Bakare. “Quiero ser un agente de preservación mientras abrazo la modernidad, asegurándome de que estas tradiciones perduren para la próxima generación.”

Esta representación y diversidad resuena fuertemente con los clientes más jóvenes y se extiende más allá del plato, alcanzando los medios populares. Internet ha facilitado más que nunca aprender a cocinar y descubrir lugares para comer. Los canales de YouTube ofrecen no solo recetas y recomendaciones de restaurantes, sino también exploraciones profundas sobre los orígenes y la historia de los alimentos. Mientras tanto, plataformas de redes sociales como Instagram y TikTok permiten a cocineros caseros, agricultores, chefs, marcas de alimentos y bebidas, grupos de restaurantes y escritores de gastronomía compartir sus historias directamente con el público, eludiendo los medios tradicionales. Este cambio ha creado oportunidades tanto para cocineros amateurs como profesionales para compartir sus tradiciones culinarias con el mundo.

Abrazar este auge de la cocina impulsada por la identidad presenta una oportunidad única. No solo estás sirviendo comida; estás creando una experiencia memorable que educa y conecta. El libro de cocina de la chef Marie Mitchell,

Kin, encarna esta filosofía al entrelazar historias personales, historia, patrimonio y tradición con cada receta, reflexionando sobre su viaje como parte de la diáspora caribeña londinense.

“Nunca hemos estado tan conectados en nuestras vidas, pero aún nos sentimos increíblemente solos. La gente está buscando un sentido de lugar, comunidad y unión”, observa Mitchell. “Ya sea a través de la comida, el arte o la cultura, nos sentimos atraídos unos por otros porque vemos paralelismos de nosotros mismos: prácticas y experiencias comunes. Eso es lo que nos acerca a quienes somos de una manera más hermosa.”

En esta era de autenticidad, los clientes valoran la intencionalidad y el propósito. Quieren saber qué están comiendo, el viaje de la granja a la mesa, las historias detrás de las manos que prepararon la comida, y sentir que su comida forma parte de una narrativa cultural más grande. Al ofrecer contexto, historias e historia, invitas a tus huéspedes a unirse a un viaje compartido de descubrimiento. La próxima vez que pruebes una receta nueva, planifiques un menú o introduzcas un plato especial, piensa en qué historia cuenta. ¿Destaca tradiciones olvidadas? ¿Se conecta con tu herencia o experiencias personales? Deja que tu comida cuente la historia de tus raíces, inspiraciones y visión para el futuro. Al hacerlo, tu restaurante se convierte no solo en un lugar para comer, sino en un destino para la exploración cultural y la comida con significado.



POLLO EN ESCABECHE ASIÁTICO SOBRE BERENJENA A LA PARRILLA

CON PEIO CRUZ



**TÉCNICAS ANCESTRALES
COMO EL ESCABECHE SE
ESTÁN MODERNIZANDO —
CREATIVIDAD Y *reinven*CIÓN
EN ACCIÓN**

— PEIO CRUZ
Lead Chef
Unilever Food Solutions España

Este plato se basa en la técnica del escabeche, un método tradicional de conservación utilizado en España, Latinoamérica y Filipinas. Históricamente, el escabeche se aplicaba a proteínas como pollo, conejo o pescado, e incluso a vegetales, cocinándolos en un guiso con vinagre como base, lo que equilibraba la acidez y permitía su conservación durante días o incluso semanas.

El chef moderniza esta técnica con un giro innovador, incorporando nuevos matices aromáticos como canela, anís y una combinación de vinagres, además de elementos asiáticos como dashi y miso. El resultado es un escabeche de pollo acompañado de berenjenas, pensado para servirse frío o a temperatura ambiente, logrando un equilibrio entre tradición y vanguardia.

INGREDIENTES (10 RACIONES)

1 pollo entero (1200 g)
1 cabeza de ajo (200 g)
300 g de cebolla
200 g de hinojo
200 g de pimiento rojo
250 g de zanahorias
20 unidades de berenjenas baby
6 hojas de laurel
5 estrellas de anís (al gusto)
10 g de pimienta negra
1 rama de canela (5 g)
12 g de sal
50 g de **Knorr Professional**
Caldo Líquido Concentrado de Pollo
10 g de semillas de sésamo
750 ml de vinagre de Jerez
750 ml de vinagre de manzana
200 ml de aceite de oliva
500 ml de vino blanco
30 ml de aceite de sésamo
50 g de miso blanco
3 g de Katsuobushi (opcional)
15 g de **Maizena harina de maíz**
2 g de cebollino

PROCEDIMIENTO

Para el pollo:

1. Fríe las piezas de pollo en una sartén con aceite de oliva hasta que estén doradas, dejando el interior sin cocinar. Reserva.

2. En la misma sartén, fríe el ajo, zanahorias, hinojo, cebolla y pimiento rojo, todo cortado en trozos grandes.

3. Añade los condimentos: sal, pimienta negra, anís, canela y hojas de laurel. Incorpora las piezas de pollo y cocina unos minutos todo junto.

4. Añade los líquidos: vinagre de jerez, vinagre de manzana, vino blanco y el caldo concentrado de pollo. Cocina lentamente durante unos 35 minutos, tapado.

5. Verifica si el pollo está bien cocinado. Luego, disuelve el miso en el mismo líquido hirviendo y añádelo junto con el aceite de sésamo. Ajusta la sal al gusto.

6. Una vez todo esté cocido y ajustado, deja reposar o refrigera durante la noche si es posible.

Para las berenjenas:

1. Cuando la temperatura ambiente sea adecuada, retira las cuerdas de pollo de las piezas de carne.

2. Asa las berenjenas y cúbre las para terminar de cocinar el interior. Luego pélaslas con cuidado, tratando de mantener la forma.

3. Rellena las berenjenas.

Para la salsa:

1. Pasa todo por un colador y reduce. Añade un poco de Maizena para conseguir una textura suave.

2. Sirve las berenjenas rellenas con la salsa y adorna con semillas de sésamo, cebolla roja en vinagre y cebollino.



Knorr Professional Caldo Líquido Concentrado de Pollo

Caldo de pollo en textura espesa, semi líquida, con gran concentración de sabor a pollo, donde se aprecia el hervor prolongado, un ligero toque baseado, mezcla de carne, carcasas y piel de pollo.



ESTE PLATO SIEMPRE GUSTA GRACIAS A SUS *sabores* INTENSOS Y SUS TOQUES REFRESCANTES

— DAVID DELGADO
Chef Zona Centro
Unilever Food Solutions España

La Ensalada Niçoise es una ensalada clásica francesa que captura la esencia de la ciudad de Niza. Este plato refrescante suele llevar tomates, judías verdes, huevos duros y aceitunas negras. Sin embargo, en esta versión, el chef le da un toque creativo incorporando un crumble de tres tipos de aceitunas y sustituyendo el atún o las anchoas tradicionales por huevas saladas de mujol ralladas, lo que añade profundidad y umami.



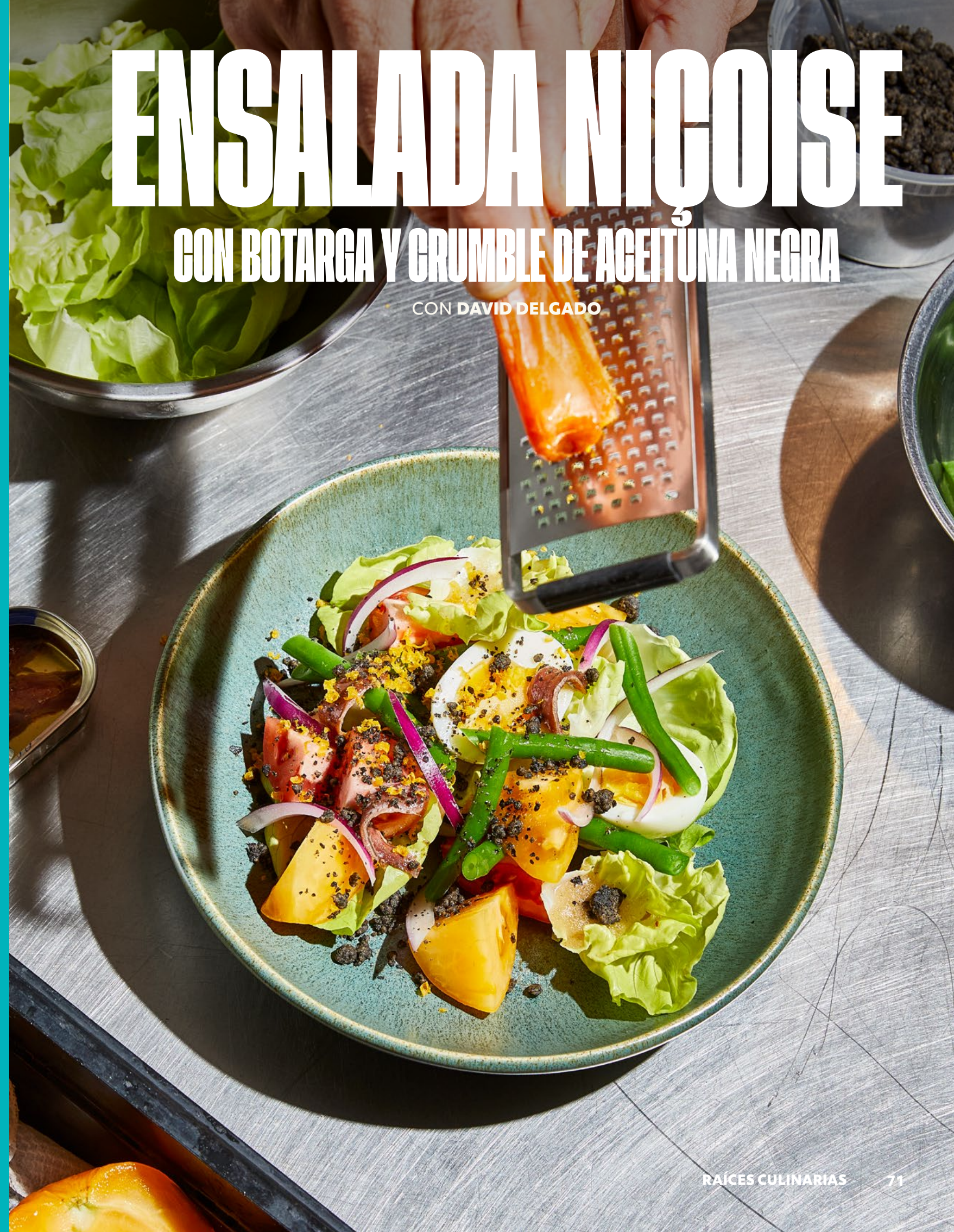
Knorr Aderezo Líquido Cítrico

Ingredientes naturales y sabores más intensos al alcance de tu mano. Uso ideal en cualquier técnica de cocina, tradicional o creativa.

ENSALADA NIÇOISE

CON BOTARGA Y CRUMBLE DE ACEITUNA NEGRA

CON DAVID DELGADO



INGREDIENTES (10 RACIONES)

Crumble de aceitunas:

- 50 g de mantequilla
- 50 g de harina
- 50 g de azúcar
- 50 g de polvo de aceitunas negras
- 10 huevos

Ensalada:

- 2 lechugas
- 10 tomates
- 350 g de judías verdes
- 1 cebolla roja
- 75 ml de **Hellmann's Salsa para Ensalada Vinagreta**
- 10 ml de **Knorr Aderezo Líquido Cítrico**
- 80 g de Bottarga (huevas de mujol)

PROCEDIMIENTO

Para el crumble de aceitunas:

- Mezcla bien todos los ingredientes: mantequilla, harina, azúcar y polvo de aceitunas negras.
- Extiende la masa sobre una bandeja para hornear.
- Hornea a 150°C durante 30 minutos hasta que esté dorada y crujiente.

Para la ensalada:

- Hierve los huevos, péralos y córtalos por la mitad.
- Limpia la lechuga, lávala y escúrrela bien.
- Pica los tomates en trozos pequeños.
- Limpia las judías verdes y blanquéalas en agua con un poco de sal.
- Pela la cebolla y córtala en rodajas muy finas.

Mezcla la salsa vinagreta y el aderezo cítrico.

- Aliña la lechuga y las judías verdes con parte de la vinagreta.

Emplatado:

- Monta la ensalada con todos los ingredientes: lechuga, tomates, judías verdes, huevo, cebolla y el crumble de aceitunas.
- Termina con el aliño restante y ralla las huevas de mujol por encima.



GASTRONOMIA A MEDIDA

La gastronomía está evolucionando más allá de la personalización genérica hacia experiencias más interactivas y personalizadas, donde los clientes participan en la creación y modificación de sus platos. *Gastronomía a Medida* se centra en hacer que la experiencia gastronómica sea inmersiva y multisensorial, ofreciendo experiencias únicas con valor añadido.

55%

DE AUMENTO EN
LOS RESULTADOS DE
BÚSQUEDA DEL CONCEPTO
DE LA BBQ COREANA
"GRILL-IT-YOURSELF":
DESTACANDO UN CAMBIO
HACIA EXPERIENCIAS
GASTRONÓMICAS ÚNICAS Y
PERSONALIZADAS.



Existen diversos factores que explican la evolución de esta tendencia. Incluyen:

- Un creciente deseo de experiencias gastronómicas personalizadas, atractivas e inmersivas.
- Clientes que buscan experiencias más allá de los tradicionales platos para compartir.
- La preferencia de la Generación Z por opciones selectas y momentos dignos de compartir en redes sociales.
- Avances tecnológicos (RA, IA) que están redefiniendo cómo se experimentan las comidas.
- Acceso a datos que permite interacciones gastronómicas hiperpersonalizadas.

Mientras que la tecnología y la gastronomía se han ido acercando cada vez más en los últimos años, la relación está evolucionando más que nunca. La realidad aumentada (RA) puede crear menús interactivos, mientras que la inteligencia artificial (IA) personaliza las recomendaciones basadas en preferencias pasadas. Estas herramientas ayudarán a los clientes a involucrar todos sus sentidos, ofreciendo una experiencia más personalizada e inmersiva. Los restaurantes continuarán experimentando con la tecnología para ofrecer experiencias gastronómicas altamente personalizadas y multisensoriales. Estas irán más allá del sabor, incorporando elementos visuales, auditivos e incluso táctiles, haciendo que la experiencia culinaria sea más memorable y única.

Esta tendencia refleja un cambio hacia un mayor compromiso en la gastronomía, donde la personalización y la interacción son claves, impulsadas por la evolución de la tecnología y la demanda de los clientes por experiencias compartidas más significativas.

Las Top Técnicas

Estas son algunas de las técnicas más populares que están dominando esta tendencia:

- Construye tu propio plato
- Espumas
- Puré
- Impresión 3D
- Cocina en la mesa
- Congelación rápida
- Fermentación
- Uso de soplete

Lista de ingredientes a medida

Estos son algunos de los ingredientes clave que están marcando esta tendencia:

- Helado
- Remolacha
- Chocolate
- Limón
- Azafrán
- Mostaza
- Carnes para BBQ
- Gelatina

¡ESTARÁ EN BOGA DE TODOS!

EL HELADO HA EMERGIDO COMO EL TEMA DE BÚSQUEDA EN INTERNET DE MÁS RÁPIDO CRECIMIENTO A NIVEL MUNDIAL, CON VOLÚMENES DE BÚSQUEDA ESPECIALMENTE ALTOS EN ASIA Y ESTADOS UNIDOS.



UN PLAN PARA LA PERSONALIZACIÓN



EL CHEF *Salva García*, COMPARTE SUGERENCIAS RENTABLES PARA CREAR EXPERIENCIAS GASTRONÓMICAS MÁS PERSONALIZADAS.

En el siempre cambiante panorama culinario, la personalización se ha convertido en una piedra angular de la experiencia gastronómica. Al permitir que los clientes adapten sus platos según sus preferencias, los restaurantes pueden crear experiencias memorables y atractivas que hacen que los clientes regresen.

La personalización se ha convertido en un factor crítico en las preferencias gastronómicas de la Gen Z, una generación que valora la individualidad, la conciencia de la salud y las experiencias significativas. A diferencia de las generaciones anteriores, los clientes de la Generación Z buscan platos que reflejen sus gustos personales y necesidades dietéticas, lo que convierte a la personalización no solo en una tendencia, sino en una necesidad para los restaurantes.



Aquí tienes algunas sugerencias sencillas y rentables para personalizar la experiencia gastronómica, adaptadas a los clientes de la Generación Z:

Estaciones de Toppings: Crea un espacio para ensaladas o wraps con una variedad de toppings (proteínas, verduras, frutos secos y semillas). Esto permite a los clientes de la Generación Z crear sus propios platos, lo que refuerza su sentido de pertenencia y creatividad.

Estaciones de Aderezos Personalizados: Introduce una variedad de aderezos y salsas interesantes inspirados en sabores de cocinas regionales, como la del sudeste asiático. Los clientes pueden mezclar y combinar para crear sus propias mezclas únicas, haciendo que cada plato sea distintivamente suyo.

Perfiles de Sabor: Ofrece a los clientes una opción de perfiles de sabor dinámicos (por ejemplo, picante, ácido, dulce) que puedan incorporar en sus platos. Esto ayuda a satisfacer paladares individuales y fomenta la experimentación.

Opciones de Bases desde 0: Ofrece una selección de ingredientes base para ensaladas o wraps, permitiendo que los clientes elijan sus proteínas, verduras y cereales preferidos. Esto no solo cubre las preferencias dietéticas, sino que

también involucra a los clientes en la creación de su propio plato.

Especiales de Temporada: Rota ingredientes de temporada y ofertas por tiempo limitado que fomenten visitas repetidas. Los clientes apreciarán la frescura y la oportunidad de probar nuevas combinaciones.

Pide Valoraciones: Fomenta que los clientes den su opinión sobre los platos, esto permite al restaurante perfeccionar su oferta y construir una relación más cercana con su clientela.

Hazlo "Instagrameable": Ofrece un plato personalizado de la semana que los clientes quieran compartir en sus redes sociales. Esto puede incentivarles a probar nuevas combinaciones semanalmente y ayuda a promocionar tu restaurante de manera orgánica.

ESCRITO POR
Salva García
Chef Zona Mediterráneo

EXPECTATIVAS

EN EVOLUCIÓN

Rafael Larue, DIRECTOR CREATIVO DE LA EMPRESA DE TRANSFORMACIÓN LIVIT DESIGN, OFRECE UNA VISION DE LA EVOLUCIÓN DE LAS EXPECTATIVAS DE LOS CLIENTES.



A pesar de que los hábitos de los clientes son muy distintos a nivel global, desde la comida que consumen hasta la manera en que la disfrutan, las expectativas sobre sus experiencias gastronómicas suelen ser similares, y en un mundo donde casi todo parece posible, las expectativas son más altas que nunca.

Livit Design es una empresa de transformación líder a nivel mundial. Con su amplia gama de servicios, que van desde el diseño de interiores hasta las operaciones, han logrado una clientela global que incluye desde Marriott Hotels hasta Starbucks. Su visión del panorama culinario global les ha permitido anticipar los cambios en las expectativas de los clientes y entender qué podría estar impulsando estos cambios.

Aquí, Rafael Larue, Director Creativo y Socio en Livit Design, comparte algunos conocimientos sobre estas expectativas en evolución y da algunos consejos sobre cómo lograr una personalización óptima.

Cuéntanos un poco sobre Livit Design.

Livit es la empresa de transformación de alimentos y bebidas más grande del mundo. La razón por la que nos llamamos una “empresa de transformación” es porque no encajamos perfectamente en ninguna categoría en particular. Hemos probado etiquetas como “firma de diseño” y “consultoría”, pero nuestro trabajo abarca desde el diseño hasta las operaciones y la innovación culinaria. Ofrecemos servicios que van desde la estrategia de marca y la experiencia del cliente hasta el diseño de interiores, diseño de cocinas e incluso los pequeños detalles como la ambientación de las mesas. Nos encargamos de proyectos de principio a fin, especialmente para conceptos escalables que buscan un éxito replicable. Trabajamos en mercados como EE.UU., América Latina, Medio Oriente, Asia y Europa. Esto nos da visibilidad sobre las tendencias

emergentes a nivel mundial. Por ejemplo, podemos ver tendencias en China que pronto llegarán a EE.UU., o cambios en EE.UU. que podrían influir en las marcas europeas. Esta perspectiva global nos ayuda a mantenernos a la vanguardia de las tendencias.

¿Cuáles son los mayores cambios que has notado en las expectativas de los clientes a nivel global?

Los clientes hoy en día quieren todo a su manera y quieren todo al mismo tiempo. No se trata exactamente de una tendencia, sino más bien una expansión de las tendencias existentes. Por ejemplo, la gente espera conveniencia y calidad, incluso de marcas de alta gama. El delivery o take away en la alta cocina, que antes era impensable, ahora es algo común. Los clientes esperan interactuar con las marcas a través de múltiples canales y opciones, y buscan experiencias que sean rápidas, de calidad y personalizadas.

¿De dónde vienen estas expectativas tan elevadas de los clientes?

Es una mezcla de progreso natural y el impacto de la COVID-19. Tendencias como la personalización ya estaban emergiendo, pero la COVID-19 aceleró todo, ya que las marcas tuvieron que adaptarse rápidamente para sobrevivir. Además, la conciencia del consumidor ha aumentado. Las generaciones más jóvenes piensan en más que solo en el sabor; consideran la comida como combustible, los valores de la marca y la sostenibilidad. Buscan una conexión con marcas que estén alineadas con sus valores..

“La personalización es clave en todo lo que estamos viendo actualmente en el mundo de la gastronomía.”



“El término ‘hospitalidad irracional’ se ha vuelto muy popular en los últimos años, gracias al libro de Will Guidara. ¿Qué opinas de este término?”

Creo que esa es la dirección hacia la que se mueve la industria: personalizar las experiencias a un nivel sin precedentes. Aunque no todas las marcas tienen los recursos para ofrecer servicios hiperpersonalizados, la tendencia general es que las marcas proporcionen experiencias elevadas y adaptadas que superen las expectativas tradicionales. “Hospitalidad irracional” puede sonar algo extremista, pero a medida que las expectativas de los clientes aumentan, un cierto nivel de personalización se está convirtiendo en el estándar. Al final, las marcas deben adaptarse para cumplir con estas expectativas dentro de sus capacidades. A medida que avanzamos en este camino, la “hospitalidad inesperada” probablemente se convertirá en la nueva norma.

“¿Cómo estás abordando estas cambiantes expectativas de los clientes en tu trabajo?”

Nos enfocamos en la flexibilidad en el recorrido del cliente, adaptándonos a todos los diferentes canales y opciones de compra. Las marcas de hoy necesitan ser algo más que centradas en el cliente; tienen que ser “centradas en las personas”, equilibrando las necesidades

de los clientes, los empleados y la empresa. También simplificamos procesos para atraer y retener personal, especialmente donde existen escaseces de mano de obra. Nuestro objetivo es crear lugares de trabajo que fomenten el orgullo y el sentido de pertenencia, haciendo que los empleados se sientan parte de algo significativo.

“¿Cómo ves las experiencias gastronómicas en los próximos 5-10 años?”

Creo que veremos una combinación de conveniencia y experiencia, con un enfoque en ofrecer interacciones altamente personalizadas. Por ejemplo, en algunos restaurantes de Asia, incluso la decoración se personaliza en tiempo real según los clientes presentes. La tecnología está permitiendo un nivel de experiencia individual que nunca habíamos visto, donde cada visita podría sentirse como una experiencia única. Esta tendencia hacia las experiencias adaptadas probablemente seguirá creciendo.

“¿Algo que quieras añadir?”

La personalización es clave en todo lo que estamos viendo en la gastronomía en este momento.

MIMAKI

CON SALVA GARCÍA



**CADA CLIENTE PUEDE
DISEÑAR SU PLATO A
SU GUSTO. ¡DEJAMOS
QUE HAGAN VOLAR SU
imaginación!**

— SALVA GARCÍA
Chef Zona Mediterráneo
Unilever Food Solutions España

Un plato de makis diseñado de manera divertida, al estilo diner.

INGREDIENTES (4 RACIONES)

Arroz de sushi

200 g de arroz para sushi (1 taza)
240 ml de agua (1 taza)
15 ml de vinagre de arroz (1 cda.)
7.5 ml de mirin (½ cda.)
Sal kosher al gusto

Atún picante

225 g de atún fresco, cortado en dados medianos
120 g de **Hellmann's Original**
15 ml de salsa de soja (1 cda.)
10 g de chile en polvo Kashmiri (2 tsp)
1.25 g de chile en polvo Szechuan (¼ cdita.)

Jackfruit picante y agrio

225 g de jackfruit en conserva (en jarabe)
45 ml de jugo de lima (3 cda.)
22.5 ml de salsa de pescado (1 ½ cda.)
1 chile rojo Bird's Eye, finamente rebanado
5 g de pasta o polvo de camarones secos (1 tsp)
1 diente de ajo, picado
1 estrella de anís

Setas maitake a la parrilla

115 g de setas maitake frescas, desgarradas en trozos grandes
Aceite de sésamo tostado al gusto

Sal kosher al gusto
Batata caramelizada
1 batata morada, pelada y cortada en trozos grandes
60 ml de mirin (¼ taza)
60 ml de vinagre de arroz (¼ taza)
15 g de sal kosher (1 cda.)
Agua según sea necesario

Emplatado

60 g de kimchi preparado (¼ taza)
60 g de pepino japonés, cortado a lo largo (2 oz)
Cebolletas, partidas a lo largo
Flakes de bonito grandes
Hojas de nori para maki rolls
Hojas de lechuga o repollo para wraps
Galletas de calamar
Furikake para decorar el arroz

PROCEDIMIENTO

Para el arroz de sushi

1. Lava el arroz bajo agua fría hasta que el agua salga clara.
2. Escurre bien el arroz.
3. Cocina el arroz en una arrocera siguiendo las instrucciones del aparato. Si no tienes una arrocera, lleva el arroz y el agua a ebullición en una cacerola. Reduce el fuego al mínimo, cubre con una tapa ajustada y cocina durante 15

1. minutos. Luego apaga el fuego y deja reposar el arroz durante 15 minutos antes de destapar.
4. Extiende el arroz cocido sobre una bandeja de horno.
5. Rocía el vinagre de arroz, el mirin y la sal sobre el arroz.
6. Remueve suavemente el arroz para distribuir los sabores.

Para el atún picante

1. Mezcla todos los ingredientes en un bol.
2. Refrigerar durante al menos 1 hora antes de usar.

Para el jackfruit picante y agrio

1. Desmenuza el jackfruit en trozos del tamaño que prefieras.
2. Mezcla todos los ingredientes en un bol.
3. Deja marinar durante al menos 1 hora antes de usar.

Para las setas maitake a la parrilla

1. Precalienta una parrilla o una sartén grill hasta que esté muy caliente, casi al punto de ahumar.



Hellmann's Original

Auténtico sabor y textura Hellmann's que realzan el sabor de los ingredientes en la mezcla. Múltiples aplicaciones. Ingrediente base para todo tipo de ensaladillas,

2. Mezcla las setas con el aceite de sésamo y sazón con sal.

3. Asa las setas rápidamente hasta que estén doradas por fuera pero mantengan su forma. Deja enfriar.

Para la batata caramelizada

1. Precalienta el horno a 175°C (350°F).
2. Coloca las batatas en una capa única en una fuente de horno.
3. Añade el mirin, el vinagre de arroz y la sal a la fuente.
4. Agrega suficiente agua para cubrir las batatas.
5. Hornea hasta que el líquido se haya evaporado y las batatas estén blandas y pegajosas.

6. Aplasta las batatas con un tenedor y ajusta la sal al gusto.

Emplatado:

1. Forra dos cestas de bambú con papel pergamino.
2. Coloca todos los elementos del plato, utilizando los rondes de bambú y una fuente para presentación.



AGRADECIMIENTOS

UNILEVER FOOD SOLUTIONS

Alvaro Lima
Andreas Williner
Andrés Cardona
Antonela Puleo
Antony Segal
Brandon Collins
Britney Jerome
Carlos Venegas
Charlotte Schuddebeurs
Chris Zhong
Cori Boudreaux
Dana Cohen
Danielle Venter
Dianne Araneta Donny Merckx
Edwin Van Gent
Eric Chua
Evert Vermandel
Evgeniia Goreva
Frank Jakobsen
Gili Haim
Giuseppe Buscicchio
Grant Otero
Gun Gun Chandra Handayana
Ivan MisuriJ.C. LopateguiJan Willem Sanders
James Brown
Jimena Solis
Jiraroj Navanukroh
Joanna van Lynden
Joanne Limoanco-Gendrano
Kees Van Erp
Kyla Touri
Kyle JakobiLalita Wathanakul
Linda Sardinha

Lisa Matassa
Magali Moralejo
Mar Corazo
Maurits van Vroenhoven
Nijesh Warriier
Osman Bahadir
Peio Cruz
Philip Li
Renate Jacobs
René-Noel Schiemer
Rudy Smith
Safak Tan
Sarah Lieder
Sebastian Rivera
Somesh Mestry
Thaís Gimenez
Wesley BayWing-kie Siu
Wunmi Ademosu
Ximena Hernandez
Yongchan (Leo) KimZhuotong Liao

TCO LONDON

Andrea Kurland
Catarina Barroso
Chloe Dyson
Clive WilsonDave Barry
Harriet Watts
Izzie Dowden
Liam Johnstone
Martha Walker
Moiria Letby
Ryan Cahill
Simon Baker
Tertia Nash

FOTOGRAFÍA

Christian Fielden
Remko Kraaijeveld

SHOOT MY FOOD

Beau Louise
Lukas Vlaar
Oene Sierksma
Wieteke Posthumus

THE FORGE

Charlotte McDonald
Elspeth Edwards
Lee Manning Craik

LIVIT DESIGN

Angie Sánchez
Rafael Larue

SOBRE EL INFORME

El informe Menús del Futuro 2025 de Unilever Food Solutions se ha elaborado a partir de datos globales sólidos y una amplia aportación de chefs, incluyendo informes de la industria de fuentes líderes, análisis de redes sociales con 237.000 palabras clave representando 312 millones de búsquedas en más de 21 países, la experiencia de 250 chefs profesionales de UFS y la retroalimentación detallada de más de 1.100 chefs en 20 mercados a nivel mundial a través de los e-panels de UFS. Estas conclusiones se han traducido en soluciones prácticas y orientadas a la acción para operadores de restauración en todo el mundo, incluyendo ideas de recetas, técnicas y soluciones con ingredientes para aplicar en los menús.

CITACIONES

Street Food con Identidad

The Forge (2024) Trend Setter 3.0, Street Food Couture. Chapter 300924.

Google search interest analysis for Future Menus 2025 report. Markets: USA, Canada, Brazil, UK, Netherlands, Ireland, Germany, Thailand, Indonesia, Malaysia, Singapore, Philippines. Duration: August 2020 to July 2024.

Kantar Team (2024) Global survey in the UFS e-panel. Global results. Sylvia Schöne and David Ehlers. Report ID: 316412774 | Q8135-54. September 2024.

Cocina sin Fronteras

The Forge (2024) Trend Setter 3.0, Borderless Cuisine. Chapter 300924.

Google search interest analysis for Future Menus 2025 report. Markets: USA, Canada, Brazil, UK, Netherlands, Ireland, Germany, Thailand, Indonesia, Malaysia, Singapore, Philippines. Duration: August 2020 to July 2024.

Kantar Team (2024) Global survey in the UFS e-panel. Global results. Sylvia Schöne and David Ehlers. Report ID: 316412774 | Q8135-54. September 2024.

Gastronomía a Medida

The Forge (2024) Trend Setter 3.0, Diner Designed. Chapter 300924.

Google search interest analysis for Future Menus 2025 report. Markets: USA, Canada, Brazil, UK, Netherlands, Ireland, Germany, Thailand, Indonesia, Malaysia, Singapore, Philippines. Duration: August 2020 to July 2024.

Kantar Team (2024) Global survey in the UFS e-panel. Global results. Sylvia Schöne and David Ehlers. Report ID: 316412774 | Q8135-54. September 2024.

Raíces Culinarias

The Forge (2024) Trend Setter 3.0, Culinary Roots. Chapter 300924.

Google search interest analysis for Future Menus 2025 report. Markets: USA, Canada, Brazil, UK, Netherlands, Ireland, Germany, Thailand, Indonesia, Malaysia, Singapore, Philippines. Duration: August 2020 to July 2024.

Kantar Team (2024) Global survey in the UFS e-panel. Global results. Sylvia Schöne and David Ehlers. Report ID: 316412774 | Q8135-54. September 2024.r



Unilever
Food
Solutions

Evert Vermandel

Sebastian Rivera
Corporate Chef

Unilever
Food
Solutions

Giuseppe Busicchia

Knorr
Cream
NET WT (FRESH WEIGHT)
4.4 lb (2.0 kg)

hello



Encuentra tus recetas e inspiración
y compra online en
www.ufs.com y www.pedidosahora.com

www.ufs.com

902 101 543

informacion.foodsolutions@unilever.com