**“Menús del Futuro 2023”: el nuevo informe sobre las tendencias más relevantes a nivel mundial en la industria de alimentos, por Unilever Food Solutions**

* *Lo sustentable, natural, wellness y moderno destacan para la creación de menús en la industria del food service en México.*

**Ciudad de México, 19 de abril de 2023.-** La industria alimentaria es una de las **más cambiantes** en cuanto a tendencias a nivel global, regional y local; independientemente de que hay platillos que nunca dejarán de venderse, como la pizza o los tacos, uno de los mercados donde más se notan estas transformaciones es el del ***food service***. Esto, debido a que a los **chefs les gusta** experimentar **y se inspiran cada día por ingredientes nuevos**, para queestas creaciones lleguen a las cocinas profesionales y se transformen en deliciosos platillos llevados a las mesas para sus comensales.

En México, de acuerdo con [Statista](https://www.statista.com/statistics/732296/food-service-industry-value-in-mexico/), el valor del mercado de servicios de alimentos se estimó en poco más de 35 mil millones de dólares durante 2020, y se espera que para el 2028 **crezca aproximadamente un 70%**. [Mordor Intelligence](https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/mexico-foodservice-market) calcula que su tasa de crecimiento anual compuesto (CAGR, por las siglas en inglés), será del 5.30% en el periodo 2021-2026.

Tras unos años complicados para los restaurantes a causa de la pandemia de Covid-19, los consumidores han vuelto a los **negocios de alimentación** para descubrir nuevas creaciones, convirtiéndolas en **deliciosas experiencias** gracias al trabajo artesanal de chefs que saben combinar los conocimientos y entrenamiento con **ingredientes profesionales, para dar paso a recetas que hacen** que los comensales disfruten sus alimentos y quieran volver por más.

Para ayudarles en esta misión, y con el fin de que los chefs estén listos hoy para cocinar los platillos del mañana, **Unilever Food Solutions (UFS)** se dio a la tarea de analizar más de 44,000 ocasiones de comida en más de 15 países con el apoyo de 1,600 chefs expertos alrededor del mundo, para lanzar el informe “**Menús del Futuro 2023**”, donde enlistó **ocho mega tendencias** que este año marcarán el camino de la industria de alimentos. En el reporte también incluyeron sugerencias de recetas, técnicas de preparación e ingredientes para inspirar a quien desee crear o renovar sus menús.

Cuatro de estas tendencias globales del *food service,* que son perfectamente aplicables en México, son:

1. **Menús ultra eficientes:** Hoy, más que nunca, es necesario desarrollar platillos que hagan un uso inteligente de los ingredientes y recursos para ayudar a disminuir los residuos. Hay mucho que aprender de las distintas cocinas del mundo en las que se utiliza el animal completo o la verdura entera en un platillo, ya que necesitan ser eficientes con los recursos disponibles.

En un contexto donde, según la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura ([FAO](https://www.fao.org/newsroom/detail/FAO-UNEP-agriculture-environment-food-loss-waste-day-2022/es)), el 14% de la producción alimentaria mundial se pierde después de recolectarse y antes de llegar a las tiendas, y el 17% de nuestros alimentos acaba desperdiciado en los canales minoristas y por los consumidores.

Esta tendencia está impulsada, no sólo desde el punto de vista económico, sino también por aspectos sociales y sustentables. De acuerdo con un reciente informe de la Organización de las Naciones Unidas ([ONU](https://www.paho.org/es/noticias/19-1-2023-informe-onu-131-millones-personas-america-latina-caribe-no-pueden-acceder-dieta)), en América Latina y el Caribe hay 131 millones de personas que no pueden acceder a una dieta saludable; mientras que la pérdida y el desperdicio de alimentos representan entre el 8% y el 10% de las emisiones mundiales de gases de efecto invernadero.

1. **Modernos y esenciales**: Los chefs consultados por Unilever Food Solutions, destacan que hay un creciente interés por platillos y técnicas que aprecian algunas de nuestras tradiciones e historia alimentarias más humildes, pero no por eso dejan de ser nutritivas y reconfortantes para los comensales. A todos nos gusta la comida con “sabor de hogar”, pero también buscamos probar algo nuevo y descubrir combinaciones deliciosas.

Se trata de innovar con lo clásico, revalorando el papel de la cultura culinaria local. Para los especialistas de [Innova Market Insights](https://www.innovamarketinsights.com/trends/top-ten-trends-for-2023-redefining-value-in-a-volatile-world/), los consumidores que impulsan esta tendencia priorizan las sensaciones interesantes y que levantan el ánimo, a través de menús de edición limitada que dan una nueva vida a los viejos favoritos, por ejemplo.

1. **Alimentos para sentirse bien**: En el *food service*, es más que notoria una predilección por alimentos que promuevan de forma natural el equilibrio entre el estado de ánimo, el cuerpo y el espíritu, sin dejar de ser deliciosos. Partiendo de la premisa de que el bienestar no tiene por qué estar peleado con el sabor, aquí se destacan técnicas como el marinado, la cocina al vapor, hervir, condimentar y desde luego el uso de ingredientes frescos.

En esta tendencia para el 2023, los alimentos de origen vegetal se ven como un aliado para el cuidado de la salud, y que además se apegan a la actual conciencia ambiental de los comensales del siglo XXI, como lo ha documentado el Instituto de Tecnólogos de Alimentos ([IFT](https://www.ift.org/news-and-publications/digital-exclusives/ift-first-22-innova-trends)).

1. **Alimentos silvestres**: Muy en línea con las tendencias anteriores, los consumidores esperan de los chefs una experimentación con aquello que la naturaleza tiene para ofrecernos, explorando sus fronteras para terminar en los platos. Al respecto, los expertos de UFS recomiendan utilizar de forma creativa nuevos ingredientes que muestren los beneficios de la naturaleza y sus sabores específicos.

Esta es una tendencia que llegó para quedarse, y que ayudaría a que el segmento de alimentos de origen vegetal represente hasta el 7.7% del mercado mundial de proteínas para el año 2030, según [Bloomberg](https://www.bloomberg.com/company/press/plant-based-foods-market-to-hit-162-billion-in-next-decade-projects-bloomberg-intelligence/).

Implementando con **creatividad e ingredientes profesionales innovadores** estas tendencias, sintetizadas por Unilever Food Solutions tras un amplio trabajo de análisis global, los chefs harán que sus negocios estén un paso adelante de la competencia y sean **más incluyentes** en cuanto a lo que la gente busca.

Para **descargar gratis** el nuevo informe “**Menús del Futuro 2023**”, que además incluye 24 recetas diseñadas por chefs de UFS ubicados en todo el mundo, entra [**aquí**](https://www.unileverfoodsolutions.com.mx/tendencias/informe-de-tendencias-de-menu.html).

**Acerca de Unilever Food Solutions**

Unilever Food Solutions (UFS) se enorgullece de formar parte de Unilever, uno de los principales proveedores mundiales de bienes de consumo de rápido desarrollo. Como empresa profesional de servicios alimentarios de Unilever, UFS opera en 76 países de todo el mundo y lidera el sector de alimentos y bebidas proporcionando ingredientes innovadores de alta calidad y prestaciones de valor añadido. Creada por 250 chefs profesionales de 50 cocinas diferentes que preparan 200 millones de platillos al día, UFS cuenta con marcas de renombre como: Knorr Professional, Hellmann's y Carte d'Or, así como personas emprendedoras de enorme talento que trabajan estrechamente con chefs y socios distribuidores diariamente. UFS es una empresa global que inspira al ofrecer productos y servicios creados por chefs para chefs, con el objetivo de hacerlo de forma sostenible. Para más información, por favor visita: <https://www.unileverfoodsolutions.com.mx>.

**Acerca de Unilever**

Unilever es uno de los principales proveedores mundiales de Productos de Belleza y Bienestar, Cuidado Personal, Cuidado del Hogar, Nutrición y Helados, con ventas en más de 190 países y 3,400 millones de consumidores de sus artículos por día. Contamos con 148,000 empleados y generamos ventas de 60,100 millones de euros en 2022. Nuestra visión es ser el líder mundial en negocios sostenibles y demostrar cómo nuestro modelo de negocio tiene un propósito adaptado al futuro e impulsado por un rendimiento superior. Nos identifica una larga tradición como una compañía progresista y responsable. Establecer una estrategia empresarial sostenible es brújula de Unilever, la cual nos ayuda a obtener un rendimiento superior e impulsar un crecimiento sostenible y responsable, al mismo tiempo que mejoramos la salud del planeta así como la confianza y el bienestar de las personas con el que contribuimos a formar a un mundo más justo y socialmente inclusivo. Para más información sobre Unilever y nuestro portafolio de marcas, por favor visita[**www.unilever.com**](http://www.unilever.com).