

# COCINA INTERACTIVA



La idea tradicional del restaurante -esa postal que, de un lado, tiene los comensales pasivos; y del otro a los cocineros en acción- está hoy en jaque, tensionada por unas de las cuatro grandes tendencias identificadas por Unilever Food Solutions en su reporte Menús del Futuro 2025: esta tendencia es la *Cocina interactiva*.

“La gastronomía está dejando atrás la modalidad genérica para convertirse en una experiencia más interactiva y personalizada, con comensales que participan en la creación y modificación de las comidas”, explican en el reporte.

Se busca que la comida sea mucho más que el placer gustativo, y se convierta en cambio en “una experiencia inmersiva y multisensorial, con un mayor valor agregado”.



En esta tendencia se combina la posibilidad de la interacción entre cocina y salón, sumando además caminos propios que da la tecnología, incluyendo la realidad aumentada (RA) y la inteligencia artificial (IA). En Argentina, esto se corrobora en lugares muy disímiles entre sí, que más allá de sus diferencias e ideas de cocina, en todos los casos priorizan integrar al cliente en la propuesta culinaria. Un ejemplo es Asia Delicioso, pequeño local callejero de Villa Crespo especializado en ramyeon, la sopa instantánea coreana que es furor en la Generación Z.

Allí, mediante unos expendedores de agua caliente programables traídos directamente de Corea, cada comensal prepara su propia sopa, sumando toppings caseros a elección. Un ejemplo mucho más lujoso es el restaurante Zona, premiado con una estrella Michelin en la bodega Lagarde, Mendoza. Allí, antes de sentarse a la mesa, los comensales recorren la huerta orgánica y cosechan verduras que luego serán parte de la comida. Y en el costado más tecnológico, un tercer ejemplo es la reciente apertura de la sucursal argentina de Frenessí, restaurante que se define a sí mismo como “una cápsula inmersiva de realidad virtual que mezcla gastronomía con tecnología. En el proceso de pensar cómo serían las cenas del futuro empezamos a trabajar sobre distintos elementos para obtener el sabor perfecto”, explican.

En Frenessí, el comensal atraviesa espacios que combinan aromas, sonidos, texturas, sabores e imágenes, recorriendo en una misma cena lugares de la Patagonia, Mendoza o la selva misionera, entre otros juegos interactivos, todo sin salir del restaurante.

“Si bien la tecnología y la comida se han acercado cada vez más en los últimos años, la relación está evolucionando más que nunca. La realidad aumentada puede crear menús interactivos, mientras que la inteligencia artificial adapta las recomendaciones según preferencias pasadas.

Estas herramientas ayudarán a los comensales a involucrar todos sus sentidos, ofreciendo experiencias más personalizadas e inmersivas, que además del gusto pueden incorporar elementos visuales, auditivos e incluso táctiles”, explican en Menús del Futuro 2025.

Según el estudio realizado por la consultora Urban con exclusividad para el mercado argentino, la Cocina interactiva toma en nuestro país características propias, donde “la música, el ambiente, la decoración y la tecnología se unen a los ingredientes, la preparación, la cocción y el maridaje, con la intención de crear experiencias donde el cliente es más que un simple comensal, experimentando, creando, jugando en el restaurante”.

En este informe también encontraron que muchas de estas experiencias interactivas proponen espacios de desconexión de la ciudad en entornos cercanos a la naturaleza.

“Las experiencias van desde escapadas de lujo en bodegas u hoteles en entornos naturales, hasta cafés boutique dentro de viveros en plena provincia de Buenos Aires. Todo es válido a la hora de generar estos nuevos espacios”, explican.



# FACTORES CLAVES

A la hora de pensar la tendencia Cocina Interactiva, surgen diversos factores:

- Un creciente deseo de experiencias gastronómicas personalizadas, atractivas e inmersivas.
- Los comensales buscan experiencias comunitarias más allá de los platos tradicionales para compartir.
- La preferencia de la Generación Z por opciones previamente seleccionadas y momentos dignos de las redes sociales.
- Los avances tecnológicos (RA, IA) están cambiando la forma en que se experimentan las comidas.
- El acceso a datos permite interacciones gastronómicas hiper personalizadas.

Los casos se multiplican: cafeterías con diseños 3D realizados en los Latte y los Flat White a pedido de cada comensal; cocciones que se realizan en la mesa como los cada vez más populares hot pot chinos que están surgiendo en Buenos Aires; restaurantes de lujo como Aramburu (el único con dos estrellas Michelin del país), donde muchos de los platos se terminan junto al comensal, utilizando con sopletes o incluso nitrógeno líquido para congelar un helado en el momento, son todos ejemplos que hoy mismo se ven en nuestro país.

“La personalización se ha convertido en una piedra angular de la experiencia gastronómica. Al permitir que los comensales adapten sus platos según sus preferencias, los restaurantes pueden crear experiencias memorables y atractivas que hagan que los clientes vuelvan. Esto es especialmente clave cuando se habla de la Generación Z, un grupo demográfico que valora la individualidad, la conciencia de la salud y las experiencias significativas; y que buscan comida que reflejen sus gustos personales y necesidades dietéticas”, confirman en Menús del Futuro 2025.



COCINA INTERACTIVA

# IDEAS PARA

# PERSONALIZAR

# EL MENÚ



No siempre es necesario contar con tecnologías de avanzada; desde UFS comparten algunas sugerencias e ideas que permiten a cualquier restaurante a sumarse a esta tendencia que se verá fuerte en 2025.

- Ofrecer distintos ingredientes, incluyendo proteínas, verduras, frutos secos, semillas, a medida de los clientes, permitiendo que sean ellos quienes creen sus propios platos.
- Sumar estaciones de aderezo personalizado, con sabores de la cocina regional pero también otros más exóticos: los clientes podrán así mezclarlos y combinarlos para crear mezclas únicas.
- Perfiles de sabor: ofrecer a los comensales una selección de perfiles de sabor dinámicos (picañtes, ácidos, dulces) que pueden incorporar a sus platos, fomentando la experimentación individual de cada uno.
- Especiales de temporada: rotar ingredientes de temporada y ofertas por tiempo limitado es una manera de alentar a los comensales a repetir las visitas, apreciando la frescura de cada materia prima, probando siempre nuevas combinaciones.

- Ciclo de retroalimentación: alentar a los comensales a brindar comentarios sobre sus platos personalizados, permite al restaurante refinar las ofertas y construir una relación más estrecha con su clientela.
- Fomentar el intercambio: tener un "plato personalizado de la semana" es una manera de incentivar a los comensales para que lo compartan en redes sociales. Esto puede incentivarlos a probar nuevas combinaciones y ayuda a promover el restaurante de manera orgánica.

Para conocer más, el resto de las tendencias y ver recetas de los chefs de UFS Argentina inspiradas en esta tendencia... <https://www.unileverfoodsolutions.com.ar/>

**COCINA INTERACTIVA**