

## La industria alimentaria se reinventa en Expo FoodTech 2026 ante un consumidor más saludable, exigente y difícil de anticipar

Líderes de PepsiCo, Unilever y Siemens, entre otros, compartieron sus perspectivas para adaptarse a los nuevos hábitos de consumo en la feria de referencia del sector foodtech

**Durante el 27 y el 28 de mayo, Bilbao reunió al sector alimentario para analizar cómo la tecnología está ayudando a la industria a anticipar los nuevos hábitos de consumo y ganar competitividad**

**Madrid, 15 de junio de 2026** – Los hábitos de consumo alimentario están cambiando debido a factores como la inflación, la presión sobre el poder adquisitivo, la preocupación por la salud, la búsqueda de conveniencia y una relación cada vez más exigente con las marcas. En España, los hogares destinaron en 2024 una media de 5.391 euros a alimentos y bebidas no alcohólicas, representando el 15,8% del gasto familiar. Al mismo tiempo, el consumidor se muestra más atento a lo que compra, ya que el 43% de los españoles afirma estar reduciendo el consumo de dulces y el 47% intenta limitar los productos ultraprocesados, en un contexto en el que ganan peso la transparencia, la naturalidad, el propósito y la adaptación constante a nuevas necesidades.

Factores que sin duda han tenido protagonismo en [Expo Foodtech 2026](#), la gran feria tecnológica para la industria alimentaria y que se ha situado de nuevo como el punto de encuentro indispensable en el que analizar cómo responder a un consumidor cada vez más cambiante, exigente y difícil de anticipar. De esta forma, la industria alimentaria empieza a mirar más allá de las categorías tradicionales y a entender que el cambio del consumidor se produce de forma progresiva. Así lo señaló **César Valencoso**, Managing Partner de Vectis Advisors, al apuntar que *“las grandes tendencias que están modelando el futuro del gran consumo pasan por los cambios demográficos, las nuevas maneras de consumir, la salud, la practicidad y la evolución del retail”*. En este sentido, destacó que *“la población española es cada vez más envejecida y urbana, y el target de más de 55 años, pese a ser uno de los que más crece y mayor capacidad de gasto concentra, no siempre está en el centro de la mirada de las marcas”*.

La salud se ha consolidado también como una preocupación transversal, aunque no siempre sea el primer motivo de elección. Valencoso subrayó que *“la alimentación forma ya parte del concepto de bienestar”*, pero advirtió de la necesidad de *“recuperar un discurso equilibrado sobre el producto procesado, evitando que el propio acto de procesar se asocie automáticamente a algo negativo”*. A ello se suma el auge de la practicidad, que está desordenando los momentos tradicionales de consumo, en los que se rompen los esquemas de primer plato, segundo y postre, cambian los horarios, crecen las soluciones preparadas y aumenta el consumo vinculado al ahorro de tiempo.

En paralelo, la transformación del consumidor está obligando también a adaptar la tecnología del sector. **José Ramón Castro**, Managing Director de Siemens, señaló que *“la industria alimentaria opera en un entorno cada vez más condicionado por la geopolítica, el cambio climático, la sostenibilidad y la presión regulatoria”*. Ante este contexto, defendió la necesidad de contar con *“plantas de producción más flexibles, eficientes y preparadas para responder a una demanda cambiante sin perder competitividad”*.

Expo Foodtech y Pick&Pack for Food Industry es un evento de:

La digitalización se convierte así en una palanca inicial clave para pasar del conocimiento del consumidor a la acción. Tecnologías como la inteligencia artificial, el análisis de datos, el gemelo digital, la trazabilidad, la ciberseguridad o la automatización permiten mejorar la capacidad de previsión, optimizar procesos, reforzar la seguridad alimentaria y tomar decisiones más ágiles en un mercado cada vez más volátil. En palabras de Castro, *“la tecnología actual ya permite afrontar muchos de estos retos”,* si bien *“las soluciones del futuro deberán seguir evolucionando para acompañar a una industria que necesita anticiparse, adaptarse y ganar resiliencia”.*

### **Reinvención del foodservice ante un consumidor que come en cualquier momento y lugar**

Actualmente, el foodservice está evolucionando entre la calle, la distribución, el dato y la experiencia del consumidor. En este sentido, **Fernando Moraga**, General Manager de PepsiCo Iberia, señaló que *“hace unos años teníamos horarios muy predecibles, pero ahora podemos comer en cualquier lugar”* y esta evolución tiene importantes implicaciones para las marcas, obligadas a construir nuevas experiencias y propuestas de valor más allá del producto, como ejemplifica el restaurante Pilla Tortilla impulsado por la compañía.

Por su parte, **Peio Cruz**, Lead Chef de Unilever Food Solutions, afirmó que la diversidad generacional está elevando la complejidad del sector porque *“hoy convivimos con ocho generaciones distintas, desde la analógica hasta la digitalizada, y cada una espera una experiencia diferente cuando sale a comer”.* Para Cruz, todos estos perfiles comparten una misma demanda y que definió como *“una experiencia agradable, genuina y adaptada a sus expectativas”.*

Pero la innovación en Horeca ya no pasa solo por el producto, sino también por la formación, la gestión y la capacidad de anticipar tendencias. En este sentido, Cruz explicó que las compañías deben ofrecer a sus clientes información sobre *“qué tendencias marcarán la alimentación, qué demandarán las nuevas generaciones y qué necesitan los profesionales”*, desde nuevas técnicas de cocina hasta herramientas para gestionar mejor una cocina profesional porque *“tratamos de cubrir los vacíos que puedan tener nuestros clientes”.*

La tecnología aparece como una de las grandes palancas para mejorar la eficiencia y liberar tiempo para generar valor. Así lo señaló Moraga al apuntar que el objetivo debe ser *“trabajar como cadena para desbloquear todo el potencial del foodservice”*, mientras que Cruz apuntó que la inteligencia artificial, la digitalización y la robotización ya están ayudando en ámbitos como la gestión de recetas, tickets y procesos internos.

Todos estos cambios no se entienden sin la sostenibilidad, otro de los grandes ejes presentes y futuros, además de transversales del sector. Moraga ha valorado que *“todos tenemos que contribuir y así lo hacemos, por ejemplo, desde la planta de PepsiCo en Vitoria”*, mientras que Cruz ha destacado que para avanzar hacia una *“sostenibilidad 360º”* es imprescindible comunicar mejor estos esfuerzos al consumidor final.

---

**Sobre Expo FoodTech (27 y 28 de mayo de 2026, BEC-Bilbao):** es el evento de innovación para los profesionales de toda la cadena de valor del sector de la alimentación y bebidas. Durante dos días, F4F – Expo Foodtech reunirá en Bilbao Exhibition Centre (BEC) los profesionales de la industria de la alimentación para conocer las últimas soluciones en

Expo Foodtech y Pick&Pack for Food Industry es un evento de:



foodtech, robótica y automatización, maquinaria de procesado y envasado para los diferentes segmentos de la industria alimentaria, así como seguridad y ciencia alimentaria. Además, acogerá el Food 4 Future World Summit, el mayor congreso europeo en el que descubrir las últimas tendencias, casos de éxito y herramientas para transformar la industria de la alimentación y bebidas. F4F - Expo Foodtech, organizado por NEBEXT y AZTI, se celebrará de manera simultáneamente con [Pick&Pack for Food Industry](#), el único evento en España especializado en soluciones de packaging y logística para la industria alimentaria.

**Sobre [Pick&Pack for Food Industry](#) (27 y 28 de mayo 2026 | BEC-Bilbao Exhibition Centre):** es un evento boutique de innovación para líderes y pymes industriales de la industria alimentaria que buscan soluciones en logística, intralogística y packaging. Pick&Pack se celebrará simultáneamente con F4F – Expo Foodtech, el evento internacional de innovación para la industria de alimentación y bebidas. Ambos eventos son organizados por [NEBEXT](#), empresa especializada en eventos profesionales centrados en la innovación y en la transferencia tecnológica, como [HIP](#), [Digital Enterprise Show](#), [Rebuild](#), [Tourism Innovation Summit](#) o [Advanced Factories](#).

**Sobre [NEBEXT](#):** Next Business Exhibitions (NEBEXT) es el mayor organizador privado de eventos profesionales en España especializado en tecnología, innovación y sostenibilidad para distintas industrias.

**Sobre [AZTI](#):** AZTI es un centro científico y tecnológico que desarrolla proyectos y negocios de transformación de alto impacto con organizaciones alineadas con los ODS 2030, especializado en el medio marino y la alimentación, aporta productos y tecnologías de vanguardia y de valor añadido basados en ciencia e investigación sólidas.

Expo Foodtech y Pick&Pack for Food Industry es un evento de:

