

MENUS DO FUTURO⁴

O MANUAL PARA *acelerar*
A SUA LANCHONETE



Unilever
Food
Solutions

COMO ESSE CONTEÚDO TE AJUDARÁ

Este material foi criado para entregar a você (Operador, chef, gestor ou empreendedor do Food Service) uma visão prática, confiável e diretamente aplicável sobre os movimentos que estão moldando os cardápios do futuro.

Mais do que um simples compilado de tendências, este relatório é resultado de um estudo global robusto que combina dados, tecnologia, inteligência culinária e análise de comportamento.



COLABORAÇÕES:



Thaís Gimenez
Chef Executiva UFS Brasil

Atuando há 17 anos na área da gastronomia, trabalhou em restaurantes fine dining, bistrôs, hotéis, catering aéreo e na indústria de alimentos em mais de 6 países. Especialista em consultoria gastronômica, com foco na otimização de operações embasada nas tendências alimentares, apoiou diversos restaurantes e operações, tendo como propósito o desenvolvimento de uma alimentação consciente em toda a cadeia de alimentos. Trabalha com foco na inovação de produtos e processos em busca constante das melhores práticas. Possui graduação em Gastronomia pelo Senac Águas de São Pedro, Ciências Sociais pela Unicamp e pós-graduação em Marketing, o que lhe confere uma visão holística e humanizada de toda a cadeia de alimentos e de restauração.



Igor Mochizuki
Chef UFS Brasil

Formado em Gastronomia pelo Centro Universitário Senac, já atuou como chef de cozinha, confeitoiro e coordenador/gestor nos setores de padronização, expansão e qualidade. Possui experiência na organização de eventos, planejamento estratégico, treinamento e capacitação de restaurantes, hotéis e empresas do ramo alimentício.



Vitor Tsuru
Chef UFS Brasil

Mestre em Ciência de Alimentos pela UEL, Farmacêutico-Bioquímico e Gastrônomo. Atuou como professor universitário em cursos de Gastronomia, consultoria e produção de conteúdo gastronômico para o marketing digital focado em redes sociais. Com passagem por grandes portais do entretenimento focado em culinária editorial e branded. E um dos pioneiros no nicho de sites de comida no Brasil com foco em gastronomia e ciência.



Giovanni Araci
Chef UFS Brasil

Chef corporativo com mais de 10 anos de experiência em gastronomia e food service, com atuação em diversos restaurantes e hotéis. Graduado em Gastronomia pela FMU, com cursos na Le Cordon Bleu (Peru) e na Escola de Artes Culinárias Laurent. Possui especializações em Ciência dos Alimentos e Gestão Empresarial, além de MBA em Marketing Digital. Atua com desenvolvimento de produtos, treinamentos de equipes e consultoria gastronômica para operações profissionais.



Michael Yamashita
Chef UFS Brasil

Formado em Gastronomia pela FMU e pós-graduado em Branding pela BSP, possui mais de 10 anos de experiência em gastronomia, atuando em restaurantes de cozinha contemporânea, eventos de rua, restaurantes dentro de academias de alto padrão e na indústria. Sua atuação está focada na execução de projetos para redes de restaurantes, abrangendo a gestão de cozinha com uma visão voltada para a busca contínua de melhorias de processos, padronização, controle de custos, treinamento, inovação e viabilidade financeira, sempre apoiando o mercado de Food Service como um todo.

COLABORAÇÕES:



Luiz Felipe Barria
Chef UFS Brasil

Chef formado pela Le Cordon Bleu e Alain Ducasse Institute . Com uma trajetória marcada pela precisão técnica e inovação, consolidei minha carreira em dois grandes polos gastronômicos: Londres e Brasil. Minha experiência em restaurantes estrelados pelo Guia Michelin moldou meu rigor com a qualidade e o respeito aos insumos. Especialista em P&D (Pesquisa e Desenvolvimento), dedico-me à criação e otimização de receitas que equilibram criatividade autoral com eficiência operacional, transformando conceitos gastronômicos em experiências memoráveis e rentáveis.



Ivan Rocha
Chef UFS Brasil

Ivan Rocha é chef formado pela Alain Ducasse Formation e pela Le Cordon Bleu Brasil, com base construída em restaurantes de alta gastronomia no Rio de Janeiro. Atuou como Chef Corporativo em grandes redes de franquias, liderando padronização, gestão e expansão operacional. Especialista em processos produtivos, domina o desenvolvimento de produtos em baixa, média e grande escala, aliados à tecnologia gastronômica. Sua carreira é marcada pela capacidade de transformar técnica, eficiência e inovação em resultados concretos para o food service.



Victor Corazza
Chef UFS Brasil

Chef Corporativo formado pelo Senac Águas de São Pedro, com mais de 10 anos de trajetória em hotéis de luxo e cozinhas de alto volume. Atua na gestão de operações de Food Service, unindo o padrão da gastronomia à eficiência operacional e financeira. Seu foco é otimizar processos, controlar custos e desenvolver equipes para transformar a cozinha em um centro de rentabilidade.



Carolina Rossoni
Chef UFS Brasil

Chef de Cozinha, com 17 anos de experiência em eventos de médio e grande porte. Nutricionista, formada pela Multivix e pós-graduanda em Gastronomia Contemporânea pela Faculdade de Minas. Consultora de Unidades de Alimentação e Nutrição (UAN), com expertise em gestão de equipes e processos.

SUMÁRIO:

COMIDA DE RUA MODERNA 06

COZINHA SEM FRONTEIRAS 20

RAÍZES CULINÁRIAS 29

GASTRONOMIA PERSONALIZADA 37



COMIDA DE RUA MODERNA

NESTE ANO, A COMIDA DE RUA MODERNA CONTINUA A SE ELEVAR — MAS COM UM SENSO RENOVADO DE FOCO E INTENÇÃO. EM 2025, OS CONSUMIDORES PASSARAM A VALORIZAR MAIS OS INGREDIENTES GOURMET QUE ELEVAM PRATOS SIMPLES A ALGO ESPECIAL.

Em 2026, o movimento avança para valorizar o artesanato, a técnica e o orgulho regional do chef, destacando o que existe por trás do prato e a história que ele conta.

O preço acessível atrai os consumidores mais jovens para o universo da culinária premium dentro da Comida de Rua Moderna. Em meio à pressão econômica desta geração e ao aperto nos orçamentos, eles buscam luxo acessível: “comida de verdade” que os conecte com o mundo ao redor, e que seja saudável e sustentável.

Comida de Rua Moderna prospera em restaurantes de

serviço rápido que são ágeis e adaptáveis para o dono, e rápidos e acessíveis para o cliente. Pense em serviço rápido, porções menores, pratos preparados na hora, molhos mais leves e ingredientes obtidos de produtores próximos. Eles transmitem autenticidade e intenção, como mostra o recente aumento de interesse por comida coreana, no espeto e chaat indiano.

A Comida de Rua Moderna vai além da pessoa e do prato final. É uma história de processo, técnica e alegria compartilhada, que celebra o chef e abre um mundo de possibilidades gastronômicas.

LEVE A COMIDA DE RUA PARA O PRÓXIMO NÍVEL

Escrito por Dino Bonačić



AO TRANSFORMAR OFERTAS ALIMENTARES PRÁTICAS EM EXPERIÊNCIAS GASTRONÔMICAS VIBRANTES, A REVOLUÇÃO DA COMIDA DE RUA ESTÁ A TODO VAPOR. AQUI ESTÁ COMO VOCÊ PODE ABRAÇÁ-LA E FAZER PATE DELA, TUDO DENTRO DO SEU PRÓPRIO MUNDO CULINÁRIO.

Respondendo a uma demanda crescente por sabores ousados e apresentações inovadoras com orçamento enxuto, a arte da Comida de Rua se expandiu globalmente e virou uma das forças criativas mais influentes da

gastronomia. Vendedores de rua estão reinventando suas receitas clássicas ao incorporar ingredientes gourmets, técnicas modernas de cocção e fusões culturais.

Ao mesmo tempo, o uso das redes sociais permitiu que esses negócios locais alcançassem reconhecimento mundial, convidando clientes a explorar novos sabores e compartilhar suas experiências — gerando uma comunidade em torno da Comida de Rua. De repente, aquilo que nasceu

da necessidade tornou-se uma expressão artística que celebra a diversidade e a criatividade culinária de uma região.

O ritmo da rua é algo com que todos podemos nos identificar — e existem sete ideias adaptáveis que ajudam a trazer essa energia para

1

EVENTOS TEMÁTICOS POP-UP

Realizar eventos temporários que celebrem diferentes tipos de pratos do mundo permitem abraçar a variedade como essência da Comida de Rua, ajudando a atrair novas audiências e a manter o interesse de clientes habituais.

2

EXPERIÊNCIAS INTERATIVAS

Ver o alimento sendo preparado é atraente para os clientes, especialmente quando se trata das técnicas usadas na criação de seus favoritos de Comida de Rua. Ofereça experiências memoráveis com workshops onde os clientes aprendem a preparar pratos típicos.

3

CARDÁPIOS ROTATIVOS

Um cardápio que muda regularmente reflete a evolução diária das ofertas de Comida de Rua: com novas receitas ou especialidades de diferentes regiões. Isso pode incentivar os clientes a voltar e experimentar algo novo.

4

COMBINAÇÕES CRIATIVAS

Sugira bebidas que harmonizem com os pratos de Comida de Rua. Isso pode realçar a experiência gastronômica e aumentar as vendas.

5

OPÇÕES PERSONALIZÁVEIS

Ao incorporar as preferências pessoais dos clientes, a Comida de Rua permite que eles personalizem seus pratos, escolhendo ingredientes ou níveis de picância, dando uma sensação de controle sobre sua satisfação.

6

COLABORAÇÕES COM ARTISTAS LOCAIS

No coração da Comida de Rua está a cultura que se se manifesta de muitas formas. Trabalhe com artistas locais para expor suas obras no seu estabelecimento, isso pode atrair o público deles e enriquecer a experiência do consumidor.

7

PROGRAMAS DE FIDELIDADE

Um programa de recompensas que ofereça descontos ou refeições gratuitas após um número determinado de compras aumenta a fidelidade e incentiva os clientes a retornarem.

CRIANDO UM AMBIENTE POSITIVO NA COZINHA

Escrito por Anna Cafolla

UM AMBIENTE DE TRABALHO SAUDÁVEL E HARMONIOSO É A CHAVE PARA O SUCESSO. VEJA COMO ALCANÇAR ISSO.

Apesar do que seriados e reality show de comida possam fazer você pensar, a cozinha moderna não é um lugar definido por intimidação, drama e jornadas implacáveis. Os chefs de hoje se orgulham de construir equipes bem-sucedidas e produzir comida excepcional, pratos que nascem de uma cozinha baseada em respeito, colaboração e equilíbrio entre vida pessoal e trabalho simplesmente têm um sabor melhor.

Criar um ambiente positivo na cozinha vai além de um serviço bem executado. Você quer que a equipe sinta que tem autonomia, clareza e confiança. Desde dar voz aos funcionários até habilidades organizacionais afiadas, definindo sucesso e equilíbrio entre vida profissional e pessoal: quatro chefs renomados explicam como cultivar boas vibrações na cozinha.

1

DÊ VOZ À SUA EQUIPE

Para o chef Brandon Collins, todos merecem ser ouvidos. “Não é necessariamente uma democracia na cozinha, mas dar autonomia à equipe para que tenha um senso de pertencimento, de comprar a sua visão”, aconselha. “Incentive o seu time a compartilhar ideias sobre cardápios, praças e operações do dia a dia, algo do qual todos possam se orgulhar. Essa responsabilidade compartilhada não apenas motiva como também alivia a pressão sobre a liderança.

2

LIDERE COM RESPEITO

Uma cozinha calma e respeitosa é um ambiente de trabalho mais eficaz.

“Por muito tempo, nesta indústria, tratamos as pessoas como se fossem números, ou apenas mais alguém para descascar batatas, fazer purê ou cozinhar vegetais no vapor”, diz Brandon. “Quando comecei na profissão, tudo girava em torno de entregar um bom prato para ser servido, e era bastante difícil”, afirma o chef James Brown. “Se você cometesse um erro, era repreendido de forma agressiva. Acho que isso amadureceu.” Enfatize uma comunicação clara e feedback construtivo. O respeito constrói confiança, e quando a equipe sabe que pode contar com você, ela se apoia mutuamente e mantém o foco mesmo sob pressão.

3

ESTABELEÇA METAS CLARAS

Seja transparente sobre como o sucesso é definido, seja consistência ou crescimento de carreira para a equipe. “Acho que é preciso ser muito claro sobre qual é o objetivo final, o que estamos tentando alcançar e como queremos chegar lá”, orienta James. “Defina expectativas, padrões e oportunidades para a cozinha, eliminando qualquer incerteza e fortalecendo um ambiente profissional.”

4

MANTENHA O FLUXO DA COZINHA

Pense na cozinha como uma performance bem coreografada, em que cada função tem um propósito, é o que afirma a chef Thais Gimenez. “A cozinha flui lindamente quando é organizada, como um balé, e todos sabem exatamente quais são suas tarefas”, diz ela. “O clima se torna eficiente e positivo. Forneça listas de pré-preparo, atribua responsabilidades claras e garanta que a comunicação aberta seja constante.”

5

PROMOVA O EQUILÍBRIO ENTRE VIDA PESSOAL

Trate todos os membros da equipe com o mesmo respeito, independentemente do cargo. Para o chef René Noel Schiemer, todos devem se sentir no mesmo nível. “Controlamos os horários e não trabalhamos 10 ou 15 horas na cozinha”, afirma. “Trabalhamos nove horas juntos e depois vamos para casa, mantendo o equilíbrio para as famílias.”

Limite jornadas excessivamente longas e simplifique processos sempre que possível. Para René Noel, o uso de bases de molhos simples e componentes pré preparados economizam tempo e permitem que os chefs concentrem sua energia no que realmente importa: pratos de qualidade. “Essa abordagem mantém a cozinha organizada, eficiente e, no geral, positiva.”



SETE PASSOS RÁPIDOS PARA FORTALECER SUA EQUIPE

*Escrito por
Dino Bonačić*

UMA EQUIPE SÓ É VERDADEIRAMENTE FORTE QUANDO TODOS AVANÇAM JUNTOS. POR ISSO, UMA PARTE FUNDAMENTAL DA CONSTRUÇÃO DE QUALQUER NEGÓCIO É ELEVAR CADA MEMBRO AO LONGO DA JORNADA.

Descubra o poder de fortalecer sua equipe e desenvolver suas habilidades com a ajuda da chef Joanne Limoanco Gendrano.

Mesmo com os melhores ingredientes e uma estrutura tecnológica, o sucesso não é garantido sem uma equipe que saiba exatamente como executar as tarefas. Nossa pesquisa revelou que, em 2026, haverá uma mudança de foco: dos ingredientes em si para uma valorização crescente da habilidade e do domínio técnico

do chef envolvido na criação dos pratos.

Com mais de 20 anos de experiência no setor de Alimentos e Bebidas, a Chef Executiva da Unilever Food Solutions para a região do Golfo e Ilhas do Oceano Índico, Joanne Limoanco Gendrano, sabe como as equipes perfeitas funcionam. Uma parte de gestão positiva de pessoas e outra parte de apoio ao desenvolvimento, pois quando eles têm sucesso: você também tem!

Aqui estão os sete passos rápidos de Joanne para fortalecer sua equipe:

1

TEMPO PARA TREINAMENTO

Entrar na operação sem um treinamento detalhado é um grande erro, por isso é fundamental investir tempo e recursos. Isso não significa apenas mostrar como cozinhar, mas observar a equipe preparando o prato e criar uma simulação de serviço antes da abertura. A repetição permite que os erros sejam corrigidos antes do contato com a operação real.

2

FUNDAMENTOS ALÉM DO COZINHAR

Noções básicas como higiene, segurança e etiqueta de serviço são tão essenciais quanto as receitas. Ter uma equipe bem-preparada, que compreenda um pouco de cada etapa do processo, ajuda a cozinha a funcionar de forma mais fluida e eficiente.

3

MENTORIAS E SISTEMA DE DUPLAS

Trabalhar em pares incentiva o aprendizado, a responsabilidade e a continuidade, ao mesmo tempo em que garante uma operação mais sustentável. Essa prática também reduz a dependência de uma única pessoa e fortalece uma cultura de responsabilidade compartilhada.

4

O PODER DA MULTITAREFA

Incentivar a equipe a explorar diferentes interesses e ensinar habilidades fora de suas responsabilidades diárias constrói engajamento de longo prazo e maior interesse pelo próprio papel dentro da cozinha.

5

DESENVOLVIMENTO COMO FERRAMENTA DE MOTIVAÇÃO

Iniciativas que combinam o trabalho rotineiro com programas extracurriculares e certificações permitem que as pessoas cresçam dentro do negócio e assumam determinadas responsabilidades no futuro.

6

SIMPLICIDADE É FUNDAMENTAL

Um menu mais enxuto e focado facilita o sucesso da equipe em todos os níveis. Ter menos pratos significa treinamento mais rápido, maior consistência e uma capacidade muito maior de lidar com erros.

7

INSPIRE, NÃO COPIE

Incentivar a equipe a usar a própria criatividade para reinterpretar tendências é um ganho para todos. Você estimula um senso de encorajamento e orgulho pelo ofício, ao mesmo tempo em que faz o negócio evoluir ao permitir que toda a equipe lidere rumo ao futuro.





CARBONNADE NA CERVEJA ESCURA COM GRATINADO DE BATATA & ABOBRINHA

GIOVANNI ARACRI E VITOR TSURU

INGREDIENTES

Carbonnade

70 g Molho Demi Glace Knorr Professional
50 g Molho de Mostarda Hellmann's
12 g Caldo de Carne Knorr Professional
12 g Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional
2 kg Coxão Mole em cubos
750 ml Cerveja Preta
750 ml Água
40 g Alho picado
3 Folhas de Louro seco
50 ml Azeite
400 g Bacon Defumado cortado
300 g Cebola fatiada
40 g Açúcar Mascavo
Cheiro-Verde picado a gosto

Gratinado de Batata & Abobrinha

90 g Molho Branco Bechamel Knorr Professional
16 g Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional
1 L Leite Integral
500 g Batata em rodela
500 g Abobrinha em rodela
100 g Queijo Muçarela ralado

MODO DE PREPARO:

Carbonnade:

1. Em uma tigela, misturar carne com Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional, cerveja, água, alho, louro e marinar por 2 horas.
2. Retirar a carne da marinada, secar bem e reservar a carne e o líquido da marinada.
3. Em uma panela, selar a carne aos poucos com o azeite.
4. Na mesma panela, fritar o bacon. Na sequência, adicionar as cebolas e continuar a refogar por 2-3 minutos.
5. Misturar o Molho Demi Glace Knorr Professional, Caldo de Carne Knorr Professional com o caldo da marinada.
6. Colocar na panela com a cebola mexendo até espessar levemente, cerca de 3-5 minutos.
7. Acrescentar a carne selada e cozinhar em fogo baixo por aproximadamente 1 hora e 30 minutos ou até que a carne esteja macia. Pode ser necessário adicionar água durante o cozimento.
8. Finalizar com Molho de Mostarda Hellmann's e açúcar mascavo, misturar bem e ajustar o tempero, se necessário.

Gratinado de Batata & Abobrinha:

1. Preaquecer o forno a 180°C.
2. Misturar o leite frio e o Molho Branco Bechamel Knorr Professional em uma panela até incorporar bem.
3. Levar ao fogo médio, deixar ferver, cozinhar por 3-4 minutos ou até engrossar e reservar.
4. Em um refratário próprio para forno, dispor camadas de batata e abobrinha, intercalando com o molho branco preparado. Finalizar com uma camada de molho e cobrir com queijo ralado.
5. Levar ao forno a 180 °C por cerca de 15-20 minutos ou até estar cozido e dourado.

Montagem:

1. Dispor o cozido de carne acompanhado de uma fatia do gratinado de batata e abobrinha, finalizar com cheiro-verde a gosto.

X-BURGUER MENUS DO FUTURO

THAÍS GIMENEZ E VICTOR CORAZZA



INGREDIENTES

400 g Preparo para Milanesa Knorr Professional
300 g Maionese Hellmann's
100 ml Molho Shoyu Knorr Professional
6 g Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional
600 g Tofu tipo firme
15 g Missô (pasta de soja fermentada)
2 Ovos batidos
400 g Farinha de Trigo
10 unidades Hambúrguer
10 unidades Pão tipo brioche
10 fatias Queijo Muçarela
Mix de Folhas a gosto
Tomate em rodelas a gosto
Óleo para fritar

MODO DE PREPARO:

1. Envolver o tofu em papel toalha, colocar um peso sobre e reservar na geladeira por cerca de 15 minutos para drenar o excesso de umidade.
2. Cortar o tofu em fatias de cerca de 1 cm de espessura.
3. Temperar o tofu com Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional e Molho Shoyu Knorr Professional, e reservar por 20 minutos.
4. Em uma tigela, misturar 200 g Maionese Hellmann's com missô até ficar bem uniforme, ajuste o tempero se necessário. Reservar.
5. Para empanar o tofu, passar na farinha, no ovo e finalizar no Preparo para Milanesa Knorr Professional.
6. Fritar em óleo quente a 180°C até ficar bem dourado, transferir para papel toalha para remover o excesso de óleo e reservar.
7. Grelhar os hambúrgueres até ficarem cozidos de ambos os lados e reservar.
8. Passar uma pequena camada de Maionese Hellmann's restante nas fatias de pão e tostar na chapa. Reservar.
9. Para montar o sanduíche: passar uma pequena quantidade da maionese de missô na base do pão, colocar o mix de folhas verdes e o tomate, adicionar o hambúrguer grelhado, o tofu empanado e frito, a fatia de queijo e novamente a maionese de missô e finalizar com a outra metade do pão.



GOZINHA SEM FRONTEIRAS

EM 2026, A COZINHA SEM FRONTEIRAS DÁ MAIS UM PASSO CONFIANTE, COM UM FORTE FOCO EM AUTENTICIDADE, TÉCNICA, RESPEITO E SABOR.

O ano à frente se constrói sobre a diversidade de sabores globais, combinando cozinhas de uma forma que seja respeitosa, refinada e criativa, mas também permita que os chefs exibam suas habilidades e identidade cultural em cada prato. A “fusão” da Cozinha Sem Fronteiras não é apenas sobre misturar culturas — é sobre ver e vivenciar trocas culinárias reais e empolgantes no prato.

O apelo para muitos chefs está no senso de descoberta. E em um mundo de incertezas políticas, migração e mudanças globais, a Cozinha Sem Fronteiras oferece solidariedade através da comida.

Comunidades da diáspora continuam a ampliar o acesso

a ingredientes hiperlocais e técnicas tradicionais — um crescente interesse pelo matcha (chá verde em pó) ou chá hojicha e a curiosidade por culinárias que vão da Oaxaca do sul do México à Chongqing, uma ramificação mais picante da Sichuan. As novas gerações buscam experiências que tenham significado: pratos criativos, mas com raízes.

Receitas de herança cultural são reinterpretadas com toques modernos e surgem combinações ousadas entre ingredientes familiares e outros menos conhecidos. Sabores asiáticos continuam em alta, mas seu alcance se expande para regiões diversas, como Andina até Argélia.

COMO CONQUISTAR OS CONSUMIDORES DA GERAÇÃO Z

Escrito por Rhys Thomas



POR QUE RESGATAR A TRADIÇÃO E A NARRATIVA POR MEIO DA COMIDA É TÃO IMPORTANTE PARA ESTA GERAÇÃO.

A Geração Z é uma geração que se relaciona com a comida de forma muito intencional. Com o custo de vida aumentando rapidamente e os mercados saturados, eles buscam uma experiência especial a cada refeição. Para eles, isso costuma ser percebido por meio da conexão humana e do aprendizado histórico sobre o alimento com o qual estão se relacionando.

No universo dos restaurantes e da gastronomia, os clientes são a principal variável. Às vezes isso é impulsionado por tendências; em outros momentos, por fatores sociais, econômicos ou pelas condições em que vivemos. À medida que novas gerações passam a ocupar nossas mesas, é fundamental entender o que irá inspirá-las — não apenas por meio do paladar, mas também da mente e do coração.

De acordo com pesquisas recentes, quase dois terços dos consumidores da Geração Z: sair para comer fora é uma ocasião especial, mesmo em ambientes casuais e de fast food (QSR). Eles também desejam novas experiências, como provar novas culinárias, pratos e sabores. Isso significa que, quando decidem onde comer, muitas vezes escolhem um lugar novo — e fazer com que retornem exige mais do que apenas boa comida.

A boa notícia? A lealdade é fundamental. O mesmo estudo revelou que dois terços da Geração Z estariam dispostos a ir mais longe para comer em um lugar de que gostam, em vez de optar por algo mais próximo.

O Chef Executivo da Tailândia, Jiraroji Navanukroh, afirma que a resposta está na experiência. “Eles fotografam a comida”, explica. “Por isso, a apresentação é vital. Talvez seja o caso de repensar a aparência de um prato: destacar ingredientes bonitos e apetitosos.” Em outras palavras, a Geração Z come primeiro com os olhos. Mas isso não significa que a história seja deixada de lado.”

“Uma imagem vale mais que mil palavras”, diz o Chef Executivo das Filipinas, Kenneth Cacho. “Mas essas palavras ainda precisam de significado.” Ele complementa: “Isso significa respeitar as técnicas tradicionais, mesmo que os ingredientes evoluam.” Para a Geração Z, sobrecarregada de opções, as conexões emocionais

e culturais são fundamentais. “A educação desempenha um papel vital. Precisamos mostrar a história de um prato, o que ele deveria ser e como a nossa versão dialoga com essa história. É aí que a conexão acontece.”

Isso também fala de propósito. Os consumidores de hoje querem sentir que você defende algo. Seja você uma marca ou um chef, sua identidade importa. A Geração Z pode comer qualquer coisa, em qualquer lugar, eles precisam de um motivo para acreditar que você faz isso melhor. Por isso, o seu menu deve refletir uma filosofia clara. Não é preciso explicá-la em excesso, mas o conceito precisa ser sentido.”

Kenneth também levanta um ponto importante sobre ética, especialmente na era da “cozinha sem fronteiras”. A Geração Z cresceu em contato com sabores globais, mas contar essas histórias exige cuidado e responsabilidade.

“O sinigang é um ótimo exemplo”, diz ele. “É uma sopa com um gosto ácido pela adição de frutas, como o tamarindo. Se eu não tiver tamarindo, usar vinagre não é autêntico. Para prepará-la de forma responsável, eu precisaria usar outra fruta.” Nesse caso, a história do sinigang é que ele é acidificado por fruta. A fruta pode mudar conforme a estação, mas atalhos colocam em risco justamente a tradição com a qual a Geração Z quer se conectar.

ESPETINHO DE BARRIGA DE PORCO

MICHAEL YAMASHITA E IVAN ROCHA



INGREDIENTES

Pernil Desfiado

315 g Amido de Milho Maizena
250 g Molho Barbecue Hellmann's
15 g Maionese Hellmann's
7 g Caldo de Carne Knorr Professional
7 g Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional
1,5 kg Barriga de Porco sem pele em cubos médios
80 ml Vinagre de Arroz
1 g Pimenta-do-Reino moída
60 g Açúcar Mascavo
65 g Missô (pasta de soja fermentada)
50 g Óleo
30 g Cebolinha picada
20 unidades Espeto de Bambu
Óleo para fritar
Cheiro-Verde picado a gosto

MODO DE PREPARO:

1. Em uma tigela, temperar os pedaços de carne com Caldo de Carne Knorr Professional, Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional, 15 g Amido de Milho Maizena, Maionese Hellmann's, vinagre, pimenta, misturar e marinar por cerca de 30 minutos.
2. Com cuidado, espetar os cubos de carne nos espetos, atravessar as camadas de carne e gordura para fixar.
3. Empanar com o restante do Amido de Milho Maizena, mexer bem para aderir à carne e retirar o excesso.
4. Fritar em óleo quente a 170°C até ficar cozido, dourado e crocante. Reservar.
5. Em uma panela, misturar o Molho Barbecue Hellmann's, açúcar, missô e óleo até ficar homogêneo.
6. Ferver por cerca de 5 minutos até obter um molho encorpado e deixar esfriar.
7. Mergulhar os espetinhos fritos no molho e finalizar com cebolinha picada.

FRANGO EMPANADO & MAIONESE DE TANGERINA

MICHAEL YAMASHITA E LUIZ FELIPE BARRIA



INGREDIENTES

Frango Empanado

24 g Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional
20 g Caldo de Galinha Knorr Professional
500 g Amido de Milho Maizena
500 g Farinha de Trigo
25 g Fermento Químico em Pó
1 L Cerveja Pilsen gelada
2,5 kg Mix de Frango em pedaços
Óleo para fritar

Maionese de Tangerina:

400 g Maionese Hellmann's
5 g Base Sabor Limão em Pó Knorr Professional
3 unidades Tangerina
10 ml Suco de Limão Taiti

MODO DE PREPARO:

Frango Frito:

1. Em uma tigela, temperar os pedaços de frango com 12 g Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional, 10 g Caldo de Galinha Knorr Professional e reservar por 30 minutos.
2. Em outra tigela, misturar o restante do Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional e Caldo de Galinha Knorr Professional, Amido de Milho Maisena, farinha e a cerveja aos poucos até dar o ponto, não deve ficar nem muito líquida, nem muito espessa. Reservar por cerca de 15 minutos.
3. Na hora de fritar, adicionar o fermento químico à massa e mexer muito bem.
4. Passar os pedaços de frango na massa.
5. Fritar em óleo quente a 180°C até ficar dourado e cozido.

Maionese de Tangerina:

1. Retirar as raspas da casca da tangerina e cerca de 30 ml de suco de tangerina, reservar.
2. Em uma tigela, misturar Maionese Hellmann's, Base Sabor Limão em Pó Knorr Professional, raspas de tangerina, e adicionar aos poucos o suco de tangerina e suco de limão.
3. Mexer até ficar homogêneo.
4. Reservar na geladeira até o momento de servir.

Montagem:

Servir o frango frito acompanhado da maionese de tangerina.



RAÍZES CULINÁRIAS

AS RAÍZES CULINÁRIAS CONTINUAM A CRESCER EM 2026, COM UM NOVO FOCO EM PAIXÃO E RESPEITO PELAS HERANÇAS NATIVAS E PELAS CULTURAS AO REDOR DO MUNDO. A TRADIÇÃO NÃO É APENAS PRESERVADA, MAS CELEBRADA, E A COMIDA SEGUE SENDO COMBUSTÍVEL PARA NOVAS CRIAÇÕES.

Em 2025, o foco estava em resgatar pratos de herança e prestar a reverência que merecem. Agora, o movimento ganha um tom mais leve e festivo: receitas e técnicas ancestrais são reinterpretadas de forma acessível e alinhada ao paladar do público atual.

O apelo está em provar algo real. Consumidores da Geração Z estão cada vez mais atraídos por ingredientes e pratos com história, como ensopados antigos e receitas que contam histórias de lugares, pessoas e tempos. Em uma era de instabilidade política, econômica e climática, há uma

busca crescente por alimentos super locais, resilientes e sustentáveis. Ao mesmo tempo, as gerações mais jovens são criativas e abertas a novas interpretações dessas tradições.

Restaurantes são os locais ideais para as Raízes Culinárias, onde chefs se expressam com autenticidade e apoio a fornecedores locais. Fique atento às tendências crescentes de forrageamento, pratos de uma panela só e ao uso crescente de kunafa (além do chocolate de Dubai), espinheira, ingredientes profundamente conectados as culturas e comunidades locais.

COMO TORNAR UM RESTAURANTE LUCRATIVO (E MANTER ASSIM)

Escrito por Dino Bonačić

**POR TRÁS DOS PRATOS LINDAMENTE FINALIZADOS
ADMINISTRADOS PODEM CORROER MARGENS DE LUCRO MUITO
RAPIDAMENTE.**

No entanto, nossa pesquisa sugere que os operadores estão se concentrando cada vez mais em extrair valor de ingredientes não tradicionais. Pense em: massas reaproveitadas, alimentos fermentados e sabores globais direcionados.

Essas simples sugestões podem ser a chave para transformar um lucro...

É a sua hora de entender e colocar em prática na sua operação.

1

CONCEITOS VERSÁTEIS

O frango frito é um favorito global, mas sua preparação e apresentação variam muito. Do casual no estilo dos EUA, ao asiático ou latino-americano, até opções gourmet que utilizam diferentes cortes e técnicas de cozimento.

À medida que as expectativas dos consumidores continuam evoluindo, a capacidade de adaptar pratos é fundamental. Ao utilizar um ingrediente comum como o frango e combiná-lo com diferentes molhos ou aplicações, os operadores podem criar diversos itens de menu com custo reduzido e grande impacto.

Essa abordagem garante consistência, escalabilidade e margens fortes.

2

APLICAÇÕES EM CAMADAS

Existem três maneiras simples de abordar receitas à base de frango.

Primeiro, uma aplicação básica, simples, com baixa demanda de mão de obra e custo reduzido. Um exemplo seria o frango frito clássico servido com molho pronto para uso (ex.: Molho Gravy Knorr).

As vantagens incluem:

- tempo mínimo de preparo
- execução fácil
- alto rendimento bruto

Personalizações simples podem incluir glaces sem glúten ou à base de plantas, como um molho barbecue.

O próximo passo é uma aplicação elevada, com criatividade adicional e eficiência de custos. Isso pode ser frango frito coberto com molho kimchi ou glacê de alho premium.

Embora essa abordagem exija maior investimento em mão de obra, o valor percebido aumenta, permitindo cobrar mais. Por fim, para aplicações de nível premium, sabores globais e artesanais entram em cena.

Aqui, chefs criam pratos exclusivos com ingredientes especiais, resultando em um preço mais alto ideal para restaurantes de serviço completo.

3

O PODER DOS DADOS

A lucratividade é fruto do domínio dos dados do restaurante. Ao analisar padrões de vendas, é possível prever o fluxo de clientes e planejar compras com mais precisão, reduzindo desperdícios e evitando falta de estoque.

Pesquisar preços de ingredientes ao desenvolver receitas ajuda a entender suas margens. Ignorar dados do passado pode levar a erros. Utilizar dados históricos para identificar horários de pico e dimensionar equipes é essencial

4

A FORÇA POR TRÁS DA LUCRATIVIDADE

Usar ingredientes consistentes e de alta performance como bases culinárias ajuda os chefs a reduzir o tempo de preparo e manter a integridade do sabor em ambientes de alta demanda.

Eles também permitem variações criativas, como adicionar ervas, especiarias ou elementos fermentados

5

LUCRATIVIDADE É UM ESFORÇO DIÁRIO

Alcançar lucratividade não é um marco pontual é um esforço contínuo.

Eficiência, criatividade e adaptabilidade são suas melhores amigas. Desde otimizar seu cardápio até abraçar novas tendências e técnicas, cada ajuste pode fazer a diferença.

Administrar um restaurante é desafiador, mas quando tudo se encaixa, as recompensas, financeiras e outras são extremamente satisfatórias.

PURÊ DE BANANA-DA-TERRA, MILANESA SUÍNO & VINAGRETE

VICTOR CORAZZA E LUIZ FELIPE BARRIA



INGREDIENTES

400 g Preparo para Milanese Knorr Professional
10 g Caldo de Carne Knorr Professional
18 g Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional
12 unidades Banana-da-Terra sem casca cortada
30 ml Suco de Limão Taiti
75 g Cebola picada
30 g Manteiga Sem Sal
100 ml Água
10 Filés de Copa-Lombo de Porco
Óleo para fritar

Vinagrete de Biquinho:

5 g Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional
200 g Pimenta Biquinho fresca
200 g Pimentão Amarelo picado
100 g Cebola Roxa picada
150 ml Azeite
50 g Vinagre de Vinho Branco
Cheiro-Verde picado a gosto

MODO DE PREPARO:

Purê de Banana-da-Terra:

1. Em uma tigela, misturar banana com suco de lima e mexer muito bem e reserve.
2. Em uma panela, refogar a cebola com a manteiga até ficar transparente.
3. Adicionar a banana e temperar com 12 g Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional.
4. Acrescentar a água aos poucos para cozinhar a banana até ficar macia, cerca de 10-15 minutos, dependendo do ponto de maturação da banana.
5. Quando estiver macia, processar com um mixer de mão até obter uma textura bem uniforme. Ajustar o tempero, se necessário, manter aquecido.
6. Temperar os filés com o restante do Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional e Caldo de Carne Knorr Professional, misturar muito bem.
7. Empanar com Preparo para Milanese Knorr Professional apertando ligeiramente.
8. Fritar em óleo a 180°C até ficar dourado e cozido.
9. Retirar e deixar drenar em papel-toalha para remover o excesso de gordura.

Vinagrete de Pimenta Biquinho:

1. Em uma tigela, misturar pimenta biquinho, pimentão, cebola, azeite, vinagre, temperar com Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional e misturar muito bem.
2. Finalizar com cheiro-verde.

Montagem

1. Em um prato, dispor uma camada do purê de banana, colocar o filé frito e finalizar com o vinagrete por cima do filé e do purê.

DADINHO DE TAPIOCA & FUBÁ COM CARNE SECA & GELEIA DE GOENTRO

IGOR MOCHIZUKI E VITOR TSURU



INGREDIENTES

Dadinhos de Fubá

- 5 g Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional
- 1200 ml Água
- 500 ml Leite Integral
- 70 g Manteiga Sem Sal
- 2 g Cúrcuma em pó
- 1 g Orégano Seco
- 260 g Tapioca granulada
- 200 g Fubá
- 150 g Queijo Coalho ralado
- 100 g Queijo Muçarela ralado
- Óleo para fritar

Carne Seca

- 30 g Molho de Mostarda Hellmann's
- 5 g Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional
- 5 g Caldo de Carne Knorr Professional
- 15 ml Azeite de Dendê
- 50 g Cebola Roxa em cubos pequenos
- 5 g Pimenta Dedo-de-Moça em cubos pequenos
- 300 g Carne Seca cozida e dessalgada
- 10 g Coentro Fresco picado

Geleia de Coentro

- 2 g Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional
- 1 kg Maçã Gala sem casca e em cubos
- 750 ml Água
- 320 g Açúcar Cristal
- 20 ml Mel
- 40 ml Vinagre de Maçã
- 50 g Coentro Fresco picado
- 50 ml Azeite

MODO DE PREPARO:

Dadinhos de Fubá

1. Em uma panela, ferver água e leite com Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional, manteiga, cúrcuma e orégano.
2. Adicionar fubá e mexer até cozinhar, cerca de 5-8 minutos.
3. Retirar do fogo e adicionar a tapioca granulada misturar até incorporar bem.
4. Colocar os queijos e misturar até ficar uniforme
5. Espalhar em uma forma retangular, cobrir com plástico-filme e colocar na geladeira por 4 horas.
6. Após o tempo na geladeira, cortar em cubos de cerca 3 x 3 cm.
7. Fritar em óleo quente a 180°C até ficar dourado.
8. Drenar em papel-toalha para retirar o excesso de óleo.

Carne Seca

1. Em uma frigideira, refogar a cebola roxa com azeite de dendê até ficar transparente.
2. Acrescentar pimenta e continuar a refogar por cerca de 1-2 minutos.
3. Adicionar carne seca, Molho de Mostarda Hellmann's, Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional, Caldo de Carne Knorr Professional e mexer muito bem.
4. Finalizar com coentro e reservar.

MODO DE PREPARO:

Geleia de Coentro

1. Em uma panela grande, adicionar água, maçãs e cozinhar em fogo médio até as maçãs ficarem macias, cerca de 20-25 minutos. Pode ser necessário adicionar mais água durante o cozimento, mas o total não deve passar de 1 L.
2. Processar as maçãs cozidas com um mixer de mão diretamente na panela até obter um purê homogêneo. Pode ser feito no liquidificador
3. Adicionar Meu Tempero Cebola & Alho Knorr Professional, açúcar, mel e vinagre e mexer muito bem. O açúcar deve ser adicionado aos poucos, ajustar de acordo com o dulçor das maçãs.
4. Cozinhar em fogo baixo, mexendo ocasionalmente, até reduzir e adquirir consistência de geleia, cerca de 35-40 minutos.
5. Quando estiver quase no ponto, adicionar o coentro fresco picado e o azeite. Misturar bem para incorporar. Se desejar, pode processar com mixer de mão para deixar mais uniforme.
6. Ajustar o sabor e os gostos doce e o ácido conforme necessário.
7. Armazenar em pote com tampa na geladeira antes de usar



GASTRONOMIA PERSONALIZADA

A GASTRONOMIA PERSONALIZADA AVANÇA COM UMA RENOVADA SENSÇÃO DE CLAREZA. EM 2025, A TENDÊNCIA SE CONCENTROU NA TECNOLOGIA, EM FORMATOS “MONTE O SEU”, NO TEATRAL E NO JANTAR INTERATIVO.

Em 2026, procura o equilíbrio: cresce a preferência por refeições simples — mas ainda deliciosas, bem pensadas e com sensação de dinamismo, enquanto o serviço se mantém fluido e eficiente.

O formato acessível oferece aos clientes exatamente o que desejam: sensação de escolha em um mundo que muitas vezes parece excessivo. Eles querem comida que se adapte um pouco às suas necessidades.

Isso pode significar trocar um ingrediente, ajustar um molho ou preparar pratos que atendam a preferências alimentares ou de saúde, sem comprometer o sabor ou a qualidade. Esses momentos de controle fazem a experiência de comer parecer

empoderadora e divertida.

Restaurantes de serviço rápido (quick-service restaurants, em inglês) são um ambiente natural para a Gastronomia Personalizada. Para os operadores, uma pequena flexibilização gera grande valor: constrói fidelidade, cria conversa e adiciona um toque premium sem pesar nos custos. Para o público, transforma a refeição cotidiana: bowls personalizáveis ou cozinhas abertas com assento no balcão oferecem uma visão envolvente do preparo — mantendo ritmo rápido e fluido. Pense no crescente apelo dos restaurantes de hot-pot (preparo na mesa do cliente) e os novos conceitos de buffet de saladas que permitem que cada pessoa personalize sua refeição.

MOLHOS E COMPLEMENTOS: UM GUIA PARA PERSONALIZAÇÃO.

Escrito por Dino Bonačić



Num momento em que a importância da escolha desempenha um papel-chave na atração de novos clientes, o chef Brandon Collins compartilha seus segredos para explorar a personalização do cardápio — mínimo esforço, máximo impacto.

Houve um tempo em que a melhor experiência em um restaurante girava em torno da consistência, mas conforme as conexões digitais permitem que os clientes se tornem cada vez mais conscientes e vocais sobre suas preferências, a tendência da personalização ganha um papel crescente na indústria da hospitalidade.

Nossa pesquisa descobriu que a construção personalizável de pratos se tornando parte central do menu, é o ponto mais significativo dentro da tendência Gastronomia Personalizada. Comer deixou de ser sobre impor regras rígidas e ditar a cada movimento, e passou a ser mais sobre fornecer elementos de construção perfeitos para uma experiência memorável que nunca poderá ser replicada.

Com o público da Geração Z liderando esse movimento da escolha, os restaurantes estão tendo que responder às crescentes necessidades individuais de seus futuros clientes. Aqui, o Chef Executivo Corporativo da Unilever Food Solutions, Brandon Collins, traz dicas e truques sobre como abraçar essa evolução sem colocar pressão extra no restaurante e em sua equipe.

MOLHOS E CONDIMENTOS

Uma das maneiras mais fáceis de incorporar a personalização é oferecer uma variedade de molhos diferentes. Os clientes amam passar e mergulhar molhos! Você não precisa de receitas novas — use os molhos que já tem no cardápio e faça lotes maiores, por exemplo, passando de 1 para 4 litros.

Isso permite oferecer uma experiência pessoal sem adicionar complexidade. Os molhos são estáveis, nada se perde e, na prática, ajudam o serviço a fluir melhor, dando aos clientes a flexibilidade de sabores que eles desejam.

COBERTURAS E EXTRAS

Oferecer coberturas e ingredientes adicionais dá controle aos clientes e acolhe suas preferências. Sabemos que coentro divide opiniões, então deixar as pessoas escolherem se querem incluí-lo garante que todo mundo aprove o prato. Isso vale para outros itens do menu: os clientes podem trocar ou combinar ingredientes de diferentes preparações. Mas a chave é usar o que você já tem. As pessoas estão criando a própria experiência, então isso naturalmente vai variar. Ao monitorar quais itens são populares, você tem uma ideia para desenvolver menus no futuro e facilitar a execução de novos pratos pela equipe, mantendo a personalização simples e atraente.

TÉCNICA DE COZÇÃO

As técnicas de cocção são outra forma de permitir personalização. Um peito de frango pode ser frito, assado ou grelhado, tudo usando o mesmo equipamento. Para proteínas maiores, como costelas, você pode oferecer uma versão braseada ou uma versão grelhada, usando os mesmos componentes. Isso também acomoda preferências alimentares — alguém pode evitar frituras e preferir assados. A variação de técnica adiciona uma sensação de escolha e melhora a experiência gastronômica, enquanto mantém o preparo prático e eficiente para a cozinha.



GASTRONOMIA PERSONALIZADA COM ORGANIMENTO ENXUTO, SEGUNDO QUATRO CHEFS

Escrito por Dino Bonačić

Longe de soluções de alta tecnologia e alto custo, abraçar a tendência da Gastronomia Personalizada pode ser uma ótima forma de evoluir economicamente o seu negócio e abrir portas para novas audiências. Para inspirar seu próximo movimento, quatro chefs da Unilever Food Solutions compartilham suas histórias sobre essa grande tendência da alimentação.

Oferecer aos clientes a oportunidade de personalizar sua própria jornada gastronômica é uma tendência importante para responder à evolução do comportamento dos consumidores e às demandas modernas do setor. Pedidos pelo celular, QR codes e quiosques de autoatendimento estão se tornando comuns em restaurantes de serviço rápido e casual. Mas, embora ideias que envolvem tecnologia, inteligência artificial ou

experiências visuais possam ser caras, você também pode fazer isso de maneira criativa e economicamente viável. Com as diferentes perspectivas globais desses quatro chefs, você aprenderá como construir sua própria versão de uma experiência de Gastronomia Personalizada.

ERIC CHUA MANTÉM SIMPLES

É importante não complicar demais — qualquer menu pode adotar essa sensação pessoal com alguns pequenos ajustes. Seja organizá-lo de acordo com tipos de personalidade, horóscopo ou meses de nascimento, você cria uma sensação mais profunda de conexão com o seu cliente. Até mesmo nomear o prato de uma forma que construa esse elo é o modo mais simples e direto de gerar identificação. Isso exige pesquisa, mas você deveria analisar o perfil do seu cliente de qualquer maneira — você está operando dentro da sua comunidade.

ESCOLHA E COMBINE COM RENÉ NOEL SCHIEMER

Embora a tendência Gastronomia Personalizada seja frequentemente vista como cara, existem muitas maneiras acessíveis de colocá-la em prática. A mais fácil é fazer o prato principal vegetariano ou vegano, e então, oferecer cinco complementos, como peixe, frango, carne... assim você tem uma base simples e acessível, enquanto ainda oferece escolha aos clientes. A proteína é a parte mais cara, então essa abordagem também economiza dinheiro e reduz desperdício, ao mesmo tempo em que cria aquele elemento essencial de flexibilidade. Mantendo a base simples e permitindo que as pessoas personalizem com adicionais, você cria essa experiência sem complicar demais ou gastar além do necessário.

JOANNE LIMOANCO-GENDRANO ABRAÇA A EDUCAÇÃO

Tenho visto cada vez mais a equipe do salão envolvida na preparação de alimentos — como servir um líquido ou quebrar algo diante do cliente — pode criar expectativa e encantamento. A alta gastronomia começou isso, com refeições sofisticadas como o Steak Tartare, concebidas em torno da experiência de moer a carne na frente do cliente. Hoje, essa abordagem se espalhou por todos os níveis do foodservice. Seja oferecendo várias opções de molhos prontos ou um serviço de carrinho de Dim Sum em que você mistura o molho na hora — picante ou não — e os clientes conseguem acompanhar tudo. Recentemente vi um restaurante moderno de culinária do Oriente Médio fazendo mini shawarmas, fatiados e enrolados ao lado da mesa, finalizados sobre brasas. E ainda havia a opção de acrescentar batatas fritas — uma escolha pequena, mas que faz diferença na experiência.

THAÍS GIMENEZ FAZ AJUSTES SUTIS

Tudo gira em torno da experiência — e isso pode ser feito mesmo com orçamento limitado, usando dados de forma inteligente. Se um cliente sempre pede a carne em um ponto específico ou comemora o aniversário de casamento no seu restaurante todos os anos, você já tem a informação para antecipar as necessidades dele. Deixe a cadeirinha infantil pronta, sugira a carne do jeito que ele gosta ou sinalize que sabe o motivo da celebração. Mesmo pequenos ajustes, como apresentar o mesmo ingrediente com uma técnica diferente — tomates braseados em vez de tomates selados — criam uma experiência sem custo adicional. Trata-se de usar o que você já sabe sobre seus clientes, mudar ligeiramente a descrição ou o preparo e fazê-los sentir que foram notados. Isso é personalização, isso é Gastronomia Personalizada sem precisar de tecnologia cara ou grandes investimentos.

NOVAS REGRAS PARA COMER FORA SEGUNDO A GERAÇÃO Z

Escrito por Dino Bonačić

Assim como todas as outras indústrias criativas, o universo da gastronomia está em constante transformação, à medida que direciona seu foco para a futura geração de grandes consumidores. Definida por suas próprias regras e por um conjunto claro de preferências, a Geração Z apresenta o próximo grande desafio.

Com um poder de consumo global em rápido crescimento, a Geração Z está a caminho de se tornar o público-alvo de todas as marcas. Nossa pesquisa mostra que 84% da Geração Z se alimenta durante o deslocamento diário, e que os lanches se tornaram uma parte vital de sua rotina de trabalho.

Ao mesmo tempo são a geração mais rica e a mais numerosa da história da humanidade, eles são o futuro, tanto no sentido literal quanto no metafórico. Em termos da evolução do poder de consumo, qualquer estratégia o crescimento de longo prazo de qualquer negócio é impossível sem considerar suas escolhas claramente definidas. Mas afinal, o que eles esperam ao comer fora?

Quatro chefs globais da Unilever Food Solutions partem de suas próprias experiências reais e compartilham aprendizados sobre como se conectar com o cliente do futuro. Do tamanho das porções à escolha das técnicas, estes são os passos para preparar o seu negócio gastronômico para o futuro.

BRANDON COLLINS **CHEF EXECUTIVO CORPORATIVO** **(ESTADOS UNIDOS)**

Uma das principais características da Geração Z é que eles não consomem grandes porções. Eles saem com amigos, sentam juntos e pedem vários pratos pequenos, em vez de entradas grandes. Pratos para compartilhar e com preços acessíveis funcionam melhor, e a inclusão de drinks sem álcool simples e fáceis de preparar ajuda, já que geralmente não consomem bebidas alcoólicas. Eles gostam de sabores internacionais em formatos familiares — como kimchi em bolinhos de risoto ou frango ao molho sobre nachos, além de releituras divertidas e acessíveis de pratos clássicos.

JOANNE LIMOANCO-GENDRANO **CHEF EXECUTIVA (FILIPINAS)**

A Geração Z gosta de participar ativamente do que come. Eles querem escolhas: qual molho acompanha o prato, qual acompanhamento ou carboidrato, até pequenos detalhes como extras para batatas fritas. Ter um elemento interativo no prato também é importante. Um pequeno momento “instagramável”, seja ao abrir um recipiente, despejar um molho ou criar uma apresentação que gere uma experiência visual.

RENÉ NOEL SCHIEMER **CONSULTOR CULINÁRIO (ALEMANHA)**

Conquistar a Geração Z não é simples, mas é possível quando você os encontra onde eles estão. Em restaurantes corporativos, eles frequentemente trocam o refeitório da empresa em favor da comida de rua ou bowls. Então, oferecer pratos frescos, visualmente atraentes, com foco no bem-estar ou culinárias específicas ajuda a trazê-los de volta. A localização também importa, por isso entender as preferências locais e oferecer opções criativas e acessíveis é fundamental.

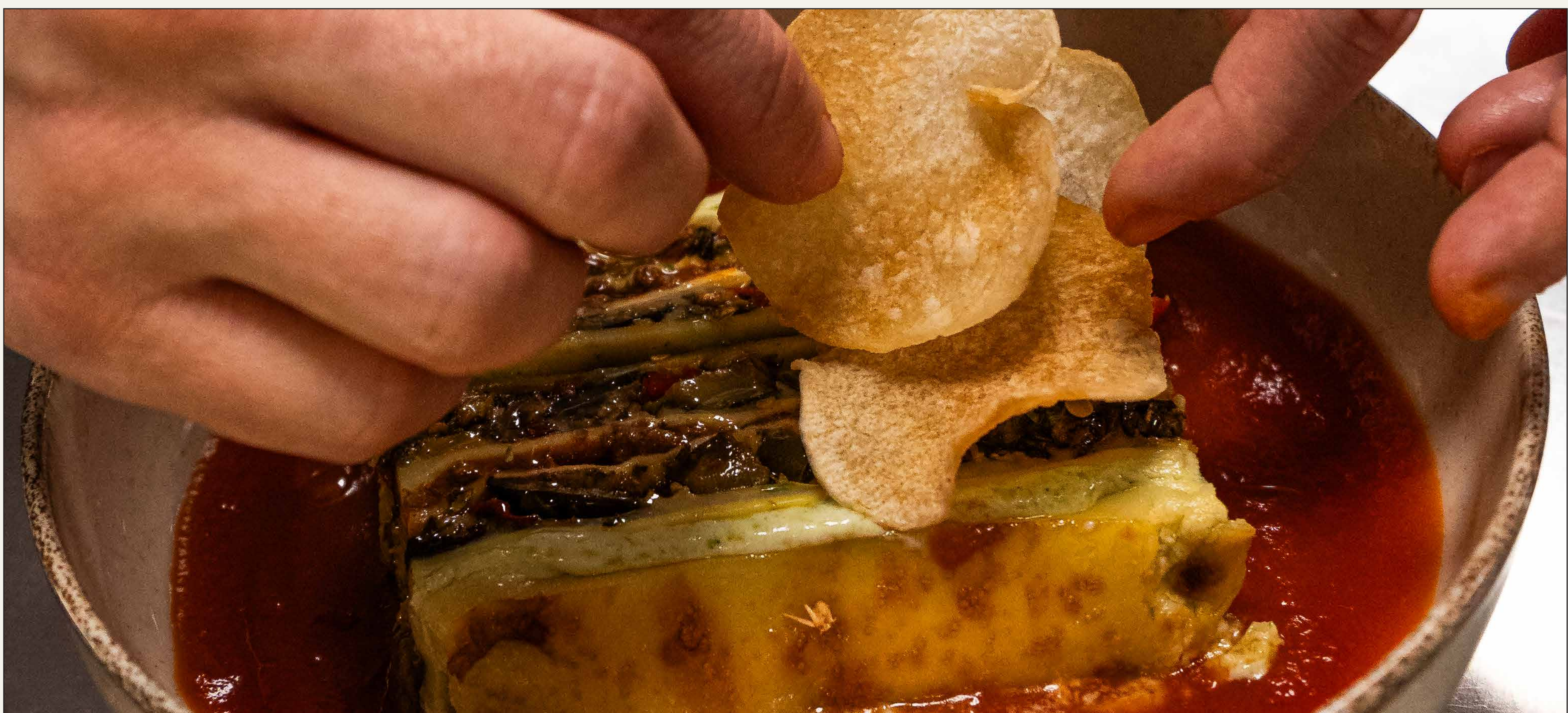
JAMES BROWN

CHEF EXECUTIVO (REINO UNIDO)

A Geração Z decide muito rapidamente onde comer: eles olham o Instagram e, se parecer interessante, vão. Eles são imediatos, informados e positivos, então é preciso encontrar esse equilíbrio. Se houver dúvida, pergunte primeiro a eles e depois refine essas percepções com a sua experiência. Para pratos pensados para beliscar, nem sempre é necessário criar itens novos, meias-porções de outros pratos do menu, uma pequena opção de saladas ou aperitivos, talvez alguns sucos frescos, tudo precisa parecer autêntico e prático, e nunca forçado.

COMO DESENHAR O CARDÁPIO PERFEITO

Escrito por Dino Bonačić



Unindo visão artística e pensamento estratégico, este guia acompanha o caminho do sucesso conforme quatro chefs compartilham suas próprias interpretações de um menu perfeito.

Criar um cardápio exige uma mistura complexa de escolhas, mas o objetivo é sempre encontrar o equilíbrio entre criatividade e rentabilidade.

Capturar sabores deliciosos e tendências contemporâneas sem comprometer o orçamento é o que todo empresário busca.

Mas como fazer isso na prática? Mesmo que a perfeição pareça distante, quatro chefs da Unilever Food Solutions compartilham suas visões para ajudar você nesse caminho.

ERIC CHUA, CHEF EXECUTIVO (SINGAPURA)

Tudo se resume a ouvir seus clientes: saber o que eles procuram e criar um menu adequado aos hábitos deles. Também é importante verificar regularmente seu sistema de vendas e analisar os dados. Se um prato não tiver bom desempenho, é hora de removê-lo ou ajustá-lo. E às vezes o problema nem é o prato — ele pode ser excelente — mas o preço não conversa com o público.

FRANK OLIVARIUS JAKOBSEN, CHEF EXECUTIVO & CONSULTOR GASTRONÔMICO (DINAMARCA)

Procure ingredientes versáteis que permitam diversas aplicações e otimizem o tempo do pré-preparo, mantendo a qualidade e o sabor. Diminuir a lista de insumos e apostar em produtos profissionais e de alta performance, capazes de render muitos preparos: flocos de batata que viram purê, sopa, creme ou até espuma, por exemplo. Combinar produtos de forma criativa também é importante: misturar caldos com bases concentradas de sabor permite aos chefs desenvolver pratos exclusivos mantendo a preparação simples. No fim, os menus devem ser adaptáveis, eficientes e inspiradores, dando aos chefs flexibilidade para mudar pratos enquanto entregam sabor, valor e uma experiência marcante e memorável.

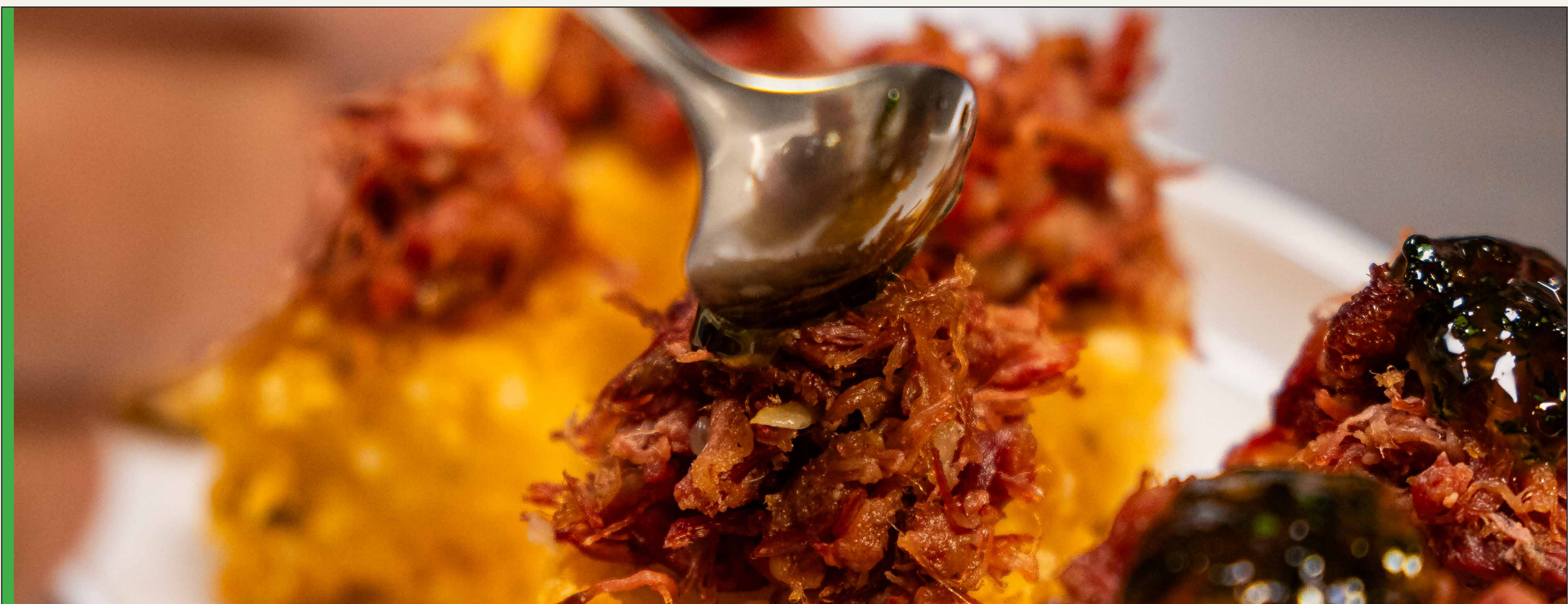
JOANNE LIMOANGO-GENDRANO, CHEF EXECUTIVA (FILIPINAS)

Ao trabalhar a engenharia de cardápio, é muito importante manter o foco — dominar de 10 a 15 pratos é melhor do que ter um cardápio enorme. Um menu grande deixa você mais vulnerável a erros, eleva o custo e atrapalha o estoque, enquanto um menu mais compacto permite gerenciar a lucratividade, garantir qualidade na compra de ingredientes e facilitar ajustes em itens que não estão saindo.

THAÍS GIMENEZ, CHEF EXECUTIVA (BRASIL)

É um jogo de equilíbrio em que custo, técnica e escolha de ingredientes precisam viver em harmonia. Ingredientes caros e raros podem criar experiências únicas, mas focar em produtos locais, sazonais e nativos costuma gerar menus mais rentáveis sem perder sofisticação — principalmente quando apoiados por técnica. Usar dados sobre os clientes (preferências, hábitos, visitas anteriores) permite aos chefs oferecer variações sutis e pratos personalizados.

PRINCIPAIS DICAS PARA EMPRATAR



Não é fácil saber por onde começar no grande final. Essas dicas simples e fáceis de aplicar vão te deixar um passo mais perto da perfeição no empratamento.

GASTRONOMIA PERSONALIZADA CUSTOMIZÁVEL COM COR & CONTRASTE

Cor intensa e marcante é uma das maneiras mais fáceis de criar um prato que pareça moderno e compartilhável. Incorporar ingredientes em alta como ube (com seu tom roxo intenso), pistache (um verde fresco e suave) ou hot honey (de brilho âmbar) aumentam o impacto visual do prato. Esses ingredientes não só trazem sabor como também funcionam como pontos de cor, ajudando os pratos a se destacarem nas redes sociais e nos cardápios. Pense em sobrepor cores contrastantes para criar um prato que realmente se destaca.

EXIBA AS OPÇÕES VISUALMENTE

A personalização ganha força quando é clara e acessível. Em vez de esconder as opções extras, coloque-as em destaque. Pense em molhos em mini jarras, mix de especiarias e opcionais em pequenos recipientes ou tábuas. Isso não só permite que os clientes ajustem o prato ao gosto pessoal como também reforça a narrativa visual da refeição — resultando numa experiência mais memorável.

COZINHA SEM FRONTEIRAS TÉCNICAS PARA TEXTURAS

Combine técnicas de forma visual: proteínas grelhadas na brasa com um molho cremoso, ou vegetais crocantes selados no wok e servidos junto a um purê sedoso de ube. A interação das texturas torna as culinárias híbridas mais empolgantes e coesas, e ressalta o cuidado e o trabalho envolvidos em cada prato.”

LOUÇAS QUE EXPRESSAM CULTURA

Apresente os pratos em louças que remetam à origem cultural da receita. Por exemplo: bibimbap coreano servido em dolsot de pedra; curries indianos em thalis de aço inox; antepastos italianos em tábuas de madeira; salsas e cozidos mexicanos em molcajetes. Essas sugestões simples de serviço reforçam a autenticidade para os clientes.

COMIDA DE RUA MODERNA O RITMO DA RUA

Os clientes adoram o espetáculo da comida de rua. Basta uma olhada rápida no TikTok ou Instagram para ver contas de comida de rua viralizando graças a essa proposta aberta e acessível. Sempre que possível, deixa o preparo visível — grelhas, woks e espetinhos trazem uma energia que convida o público e os envolve no processo culinário.

COMPARTILHAR SEM CERIMÔNIA

A natureza descontraída da comida de rua a torna perfeita para compartilhar de modo mais informal. Com isso em mente, pense em pratos que possam ser passados de mão a mão, puxados, partidos ou mergulhados juntos. Essa informalidade única o que torna a comida de rua tão popular.

RAÍZES CULINÁRIAS DESTAQUE O OFÍCIO

A técnica é uma das maneiras mais fáceis de mostrar sua habilidade como chef. Permita que marcas de grelha, potes de fermentação, ou ervas frescas e flores comestíveis fiquem visíveis — assim os clientes conseguem ver claramente o trabalho por trás do prato.

VALORIZE A INTEGRIDADE DO INGREDIENTE

Mantenha os ingredientes principais reconhecíveis e pouco manipulados, celebre sua forma, cor e textura naturais — especialmente aqueles ingredientes nativos ou ligados à região do prato. Essa tendência realmente celebra o toque tradicional, por isso ingredientes e apresentação autênticos são fundamentais.

ALÉM DO PRATO: COMO UM PRATO CONTA UMA HISTÓRIA

Escrito por Dino Bonačić

Ao olhar além do prato, os consumidores estão interessados pelas histórias que inspiraram suas refeições favoritas. À medida que a narrativa se torna uma parte essencial do negócio, os chefs da Unilever Food Solutions compartilham seus conselhos sobre como criar conexões significativas com o seu público.

Seja uma receita passada de geração em geração ou uma técnica inovadora que faz referência a um momento cultural importante, a narrativa tem uma conexão muito próxima com a arte culinária. A diferença agora é que as histórias por trás das refeições não são apenas um interesse de nicho — elas se tornaram uma estratégia amplamente utilizada para construir um relacionamento duradouro com os clientes, especialmente a Geração Z.

Nossas pesquisas mostram que esse grupo valoriza experiências locais, autênticas e conectadas, que refletem quem eles são e no que acreditam.

Aqui, seis chefs da Unilever Food Solutions compartilham seus conselhos sobre como trazer a arte de contar histórias para o seu universo.

HISTÓRIAS DE TÉCNICA

POR ERIC CHUA

Ingredientes podem ser arriscados para sustentar uma história — se eu destacar Wagyu australiano e, de repente, não conseguir mais servi-lo, criei um problema. Mas a técnica é diferente: ela desperta a imaginação e oferece aos clientes uma sensação imediata de sabor e experiência. Mesmo com pratos prontos ou feitos em cozinhas centrais, a linguagem da técnica pode transformar a percepção. Descrições como: salteado na wok com 48 movimentos ou marisco cozido no vapor por 100 segundos, adicionam precisão, curiosidade e um senso de artesanaria. A narrativa baseada em técnica não apenas diferencia uma marca, como também também comunica qualidade e intenção de forma direta — algo que os clientes entendem na hora.

ALÉM DO CHEF PRINCIPAL

POR THAÍS GIMENEZ

Muitas vezes, a brigada de cozinheiros contribuem com ideias, ingredientes e técnicas, mas apenas o chef principal recebe reconhecimento. Ver os nomes dos diferentes membros da equipe ao lado dos pratos, junto com a origem dos ingredientes, adiciona emoção, autenticidade e reconhecimento. Isso mostra aos clientes que toda a equipe da cozinha tem criatividade digna de celebração, ainda desperta curiosidade sobre quem estará por trás do próximo prato. Esse tipo de transparência e valorização é uma poderosa forma de narrativa.

MAIS DO QUE UM CARDÁPIO

POR BRANDON COLLINS

A arte de contar histórias na gastronomia é profundamente pessoal. É por isso que os chefs podem ser tão protetores — apresentar um prato é como se expor no salão, ele representa tudo o que construímos. Os cardápios também devem carregar essa mesma personalidade. Quando leio um menu, consigo entender muito sobre o chef por trás dele: suas influências, idade ou confiança. A personalidade não aparece apenas na comida, mas na forma como ela é descrita, na escolha das palavras e até na estrutura. Seja alta gastronomia ou fast food, a voz do chef deve estar sempre presente.

O PODER DO NATIVO

POR JOANNE LIMOANCO-GENDRANO

Além das narrativas pessoais, ingredientes ou técnicas, a narrativa também pode vir do orgulho cultural. Pratos que carregam uma identidade local ressoam profundamente, porque as comunidades querem celebrar suas próprias histórias. Ao mesmo tempo, tendências locais também podem inspirar. O segredo não é copiar, mas adaptar criativamente — isso ajuda a manter a relevância enquanto ainda se conta a própria história.

TRANSPARÊNCIA, TENDÊNCIAS E SIMPLICIDADE

POR FRANK JAKOBSEN

Os clientes querem saber o que estão comendo, por que ela faz bem e como se encaixa no seu estilo de vida. Para a Geração Z, a narrativa acontece por meio do TikTok, da música e dos elementos visuais — conectando a comida à cultura e à conveniência, com foco em pratos que chamam atenção, fáceis de comer e de compartilhar. Uma linguagem simples e direta funciona melhor do que jargões corporativos.

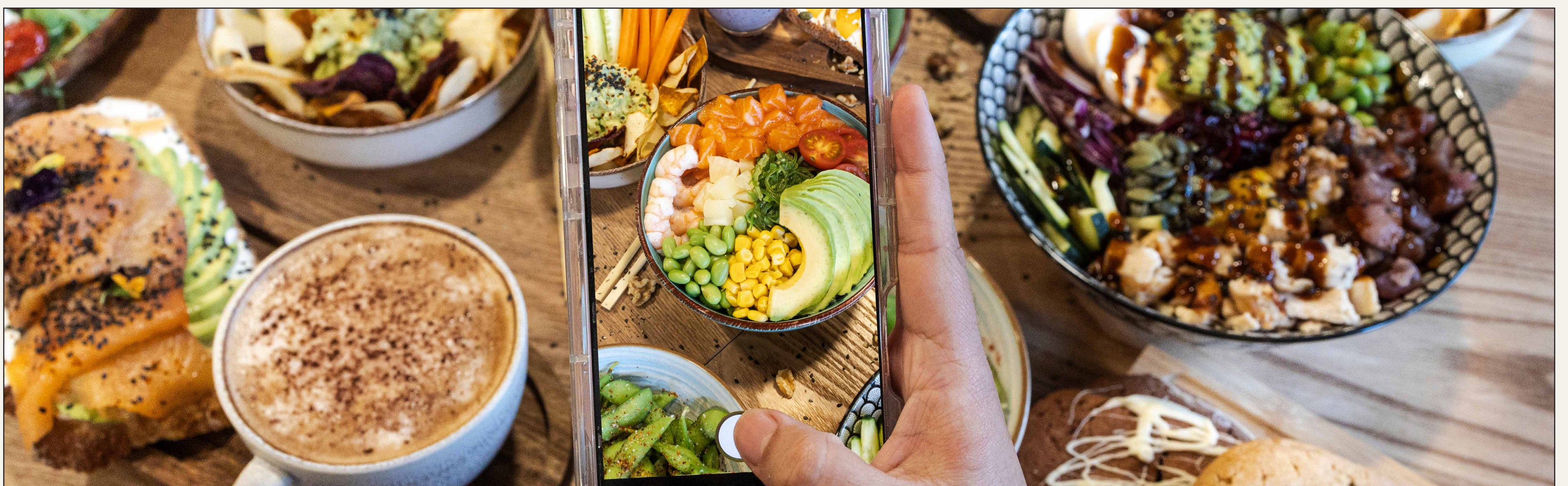
MENTE ENCONTRA O CORAÇÃO

POR KENNETH CACHO

Muitos menus copiam tendências ou se apoiam em descrições muito detalhadas sobre a origem de ingredientes e sem profundidade real. Para além da emoção ou dos ingredientes, os clássicos da culinária podem se tornar uma fonte rica para a narrativa. Veja o frango coreano frito duas vezes: o método por si só já conta uma história de crocância, ciência e tradição. Quando os chefs se aprofundam no conhecimento de temperaturas, amidos e texturas, eles criam pratos com consistência e alma. Autenticidade, aliada à técnica, garante que a história não seja apenas contada — mas sentida em cada mordida.

DOMINANDO AS MÍDIAS SOCIAIS COM GUNGUN CHANDRA HANDAYANA

Escrito por Ryan Cahill



Para muitos, as mídias sociais podem parecer um mundo à parte. Este guia oferece sugestões simples para ajudar a transformar cliques em clientes.

Com mais de 350 mil seguidores só no Instagram, o chef Gungun Chandra Handayana domina o cenário alimentar nas redes sociais. Sua abordagem direta e informativa, combinada com pratos visualmente deliciosos, o estabeleceu como uma referência onde a comida vem em primeiro lugar.

Em uma era em que as mídias sociais podem determinar o sucesso ou o fracasso de um negócio, encontrar o tom certo no conteúdo é essencial. Aqui, Gungun abre os bastidores e compartilha como construiu sua presença digital, ajudando você a seguir o mesmo caminho.

“Criar vídeos de comida envolventes para as redes sociais exige atenção a cada detalhe, da voz aos elementos visuais”, afirma Gungun.

“Quando esses elementos se unem, um vídeo simples se transforma em uma ferramenta poderosa de narrativa, capaz de cativar o público e fortalecer a presença digital do chef.”

1

DEFINA A NARRAÇÃO

Uma voz clara, agradável e envolvente define o tom e guia o público pela experiência com calor e clareza.

2

CONTEÚDO DO VÍDEO

Um prato ou tema que esteja em alta e popular tem maior chance de viralizar. Apresentar um prato que está em alta no momento adiciona relevância e apelo imediato.

3

LEGENDA

Uma legenda clara e concisa garante que a mensagem do vídeo possa ser compreendida mesmo quando é assistido sem som. Legendas também tornam o conteúdo mais acessível.

4

TRILHA SONORA EM ALTA

Usar uma música ou som popular junto ao vídeo aumenta a conexão emocional imediata e amplia o alcance e a descoberta do conteúdo.

5

DURAÇÃO DO VÍDEO

Uma duração recomendada de 55 segundos dependendo da plataforma, sendo que os primeiros três segundos são cruciais para prender a atenção e incentivar o espectador a continuar vendo.

6

CAPA DO VÍDEO

A identidade visual da marca é reforçada com uma capa de vídeo que tenha elementos visuais consistentes, como fontes e cores atrativas.

7

TÍTULO DO VÍDEO

Por último, um título provocativo — daqueles que despertam curiosidade imediata — pode impulsionar significativamente as visualizações e o engajamento.

MENUS DO FUTURO⁴