

MENUS DO FUTURO

TENDÊNCIAS GLOBAIS EM SERVIÇOS ALIMENTARES
VOLUME 3



COMIDA QUE NOS MOVE

TENDÊNCIAS GLOBAIS EM SERVIÇOS ALIMENTARES
VOL. 3 | 2025



Unilever
Food
Solutions

Se é chef ou profissional de serviços alimentares, sabe como é fundamental acompanhar as tendências dos menus. Isto não só lhe permite oferecer pratos únicos e surpreendentes, capazes de atrair novos clientes, como também garante que os habituais regressam sempre para mais. Além disso, é uma excelente oportunidade para expressar a sua criatividade. Caso contrário, corre o risco de ver a concorrência antecipar-se.

Manter-se a par das tendências dos menus em constante evolução exige tempo e, muitas vezes, longas horas de pesquisa sobre novos ingredientes, técnicas inovadoras e testes rigorosos. No entanto, nem sempre há disponibilidade para isso. É aqui que entram os nossos Menus do Futuro.

A nossa equipa altamente qualificada, composta por 250 chefs espalhados pelo mundo, dedica-se a desenvolver conceitos de receitas modernas e deliciosas para os seus menus. Com 5.000 anos de experiência coletiva, os nossos chefs têm o conhecimento necessário para criar sugestões criativas que satisfaçam as necessidades dos seus clientes. Diariamente, trabalham para ajudar os clientes da Unilever Food Solutions a servir 200 milhões de refeições saborosas em todo o mundo.

“A nossa equipa altamente qualificada de chefs internos da UFS, espalhados por todo o mundo, trabalhou no desenvolvimento de conceitos de receitas deliciosas e modernas que pode incluir nos seus menus.”

Estes conceitos de receitas são a chave para dar vida às novas tendências gastronómicas. Este ano, identificámos quatro tendências principais: Comida de Rua Sofisticada, Cozinha sem Fronteiras, Raízes Culinárias, Cozinha Personalizada.

Cada um destes conceitos foi desenvolvido tendo em conta custos e requisitos operacionais, oferecendo inspiração com sabores, técnicas e influências culinárias de todo o mundo. Embora sejam tendências globais, cada conceito é altamente adaptável para garantir que se ajusta ao seu mercado específico.

Para além destes conceitos, encontrará muitas informações valiosas sobre as quatro tendências e o impacto que estão a ter na indústria da restauração. Use estas ideias para se manter na vanguarda, estimular a sua criatividade e surpreender os seus clientes – a receita perfeita para deliciar os seus convidados.

Kees Van Erp
Chef Executivo Global
Unilever Food Solutions



CONTEÚDO

PREFÁCIO 4
COLABORADORES 6
SOBRE A UFS 15
COMIDA QUE NOS MOVE 16

COMIDA DE RUA SOFISTICADA 20

Visão Geral da Tendência 22
A Batida da Rua 26
Influência Indonésia 32
Mapa-Mundo da Comida de Rua 36
Trio Surf & Turf Indonésio
Espeto com Temari Sushi 40
Ramen Picante Cremoso
com Frango Char Siu 42
Espetadas Sul-Africanas de Cordeiro e Alperce 44
Mr.Ben-San 48
Bisque de Camarão com Noodles Crocantes 50
Bao de Pato Confit e Grelhado 52
Tacos de Peixe Estilo Baja California 54

COZINHA SEM FRONTEIRAS 56

Visão Geral da Tendência 58
A Chave para a Cozinha Sem Fronteiras 62
A Ascensão da Influência Oriental 68
A Palavra F 80 76
Cozinhar Para Além das Fronteiras 82
Revivalismo da Massa 86
Frango Grelhado com Salada de Noodles
e Molho Agridoce Espumoso 88
Bacalhau Cozido com Molho Verde Assado
e Batatas Fritas com Gremolata Aioli 92
O Hambúrguer Sem Fronteiras 94
Lasanha Crocante 96
Polvo Grelhado com Chilli Mexicano,
Couve Toscana e Molho de Vinho Tinto 100
Frango Frito com Molho Asiático Picante &
Waffles c/ Maionese de Ácer 102

CULTURA POSITIVA NA COZINHA 106
Receita para uma Cozinha Positiva 108

RAÍZES CULINÁRIAS 111

Visão Geral da Tendência 113
Pontos de Interesse Culinários Regionais 118
A Identidade Através da Comida 121
A Alma da Terra Servida num Prato 128
Beringela Grelhada Recheada com
Frango de Escabeche, Miso e Xerez 135
Peixe Frito com Óleo de Chili de Sichuan 137
Salada Niçoise com Butarga e Crumble
de Azeitona Preta 139

COZINHA PERSONALIZADA 143

Visão Geral da Tendência 145
Um Plano de Personalização 147
Como Tornar um Restaurante Lucrativo
(E Mantê-lo Assim) 149
Expetativas em Evolução 153
Gaggan Anand 159
Molhos Personalizados 165

INTRODUÇÃO À FERMENTAÇÃO 171

Um Processo em Evolução 173
O Futuro do Sabor 177
Dicas Top! 179

CITAÇÕES 183

AGRADECIMENTOS 185

Para mais informações sobre as tendências
deste ano, visite www.ufs.com

COLABORADORES



ALVARO LIMA

Chef Corporativo Sênior

Unilever Food Solutions, América do Norte

Ex-aluno do Technology Center and College of DuPage, o Chef Alvaro trabalhou como Chef durante 19 anos. Ao longo da sua carreira, trabalhou para empresas como Sodexo e Quest Food Management. Entrou pela primeira vez na Unilever Food Solutions, como estagiário culinário em 2005, e voltou à empresa em 2014. Atualmente, é Chef Corporativo Sênior, liderando o Centro-Oeste no suporte das vendas com desenvolvimento de menus e receitas.

 @chef_alvy



DANIELLE VENTER

Chef Regional de Atendimento

Unilever Food Solutions, África do Sul

A Chef Danielle começou a sua jornada como Chef em alguns dos melhores restaurantes e hotéis da África do Sul, e já conta com mais de 16 anos de experiência, tendo também lecionado numa prestigiada escola de Chefs. A Chef Danielle faz parte do conselho de administração da Chaine des Rotisseurs KZN África do Sul e é membro da Associação de Chefs da África do Sul. Nos últimos cinco anos, Danielle atuou como Chef Regional de Criação na Unilever Food Solutions África do Sul.

 @chefdanielle_sa



EDWIN VAN GENT

Chef de Cozinha

Unilever Food Solutions, Países Baixos

O Chef Edwin frequentou a escola de culinária nos Países Baixos aos 12 anos, começando a trabalhar em várias cozinhas a partir dos 16 anos. Trabalhou em restaurantes com estrelas Michelin e alcançou o título mais alto nos Países Baixos: chef S.V.H. Meesterkok (chef mestre certificado). Em busca de um novo desafio, tornou-se chef de desenvolvimento na KLM airline catering. Posteriormente, juntou-se à Unilever Food Solutions como consultor culinário, onde trabalha há 26 anos.

 @chef_edwin_ufs



BRANDON COLLINS

Chef Executivo Corporativo

Unilever Food Solutions, América do Norte

Formado pelo Culinary Institute of America, o Chef Brandon trabalhou em restaurantes antes de assumir um cargo na Sodexo como Chef Executivo no Pitch, que era o espaço de co-criação da divisão de cuidado pessoal da Unilever. Depois de trabalhar de perto com a empresa, assumiu o cargo de Corporate Chef Northeast, tornando-se mais tarde Corporate Executive Chef, que é o seu título atual. Aqui, gere uma equipa de oito chefes de cozinha dos EUA e do Canadá. O Chef Brandon é também uma das duas únicas pessoas no mundo a deter o título de sommelier de mostarda Maille.

 @chefbrandonc



CHRIS ZHONG

Consultor Chef Sênior

Unilever Food Solutions, China

Desde 1999, o Chef Chris aprimorou a sua arte em hotéis e restaurantes, estabelecendo uma base sólida na culinária chinesa. É um criador de conteúdo online de grande sucesso, com 500.000 seguidores, e costuma partilhar ideias interessantes sobre o mundo culinário. Na Unilever Food Solutions, destacou-se em funções como Chef de Vendas, Chef de Inovação e Chef Líder CRM, demonstrando a sua liderança e criatividade.

 @chefchriszhong



ERIC CHUA

Chef Executivo (Singapura, Vietname, Camboja)

e Chef Líder da Plataforma do Futuro

Unilever Food Solutions, Sudeste Asiático e Sul da Ásia

O Chef Eric começou a sua carreira como Chef estagiário no Stamford Hotel do Swissôtel em 2003. Aperfeiçoou a sua expertise em cozinha multi-cuisine, tendo trabalhado num restaurante com estrela Michelin antes de se juntar à Unilever em 2009. Orgulha-se de possuir inúmeras medalhas de ouro e distinções de topo em competições regionais e internacionais, incluindo uma dupla vitória de ouro na Taça do Mundo de Culinária de 2010, no Luxemburgo. Na sua função na Unilever Food Solutions, dedica-se a criar pratos inovadores e soluções que moldam o futuro da culinária.

 @chef_eric_chua



FRANK JAKOBSEN

Chef de Cozinha e Consultor Culinário

Unilever Food Solutions, Dinamarca

Criado numa família de Chefs, o Chef Frank iniciou a sua carreira aos 17 anos, passando por várias funções em serviços de alimentação. Ao longo do seu percurso, trabalhou como Chef de Grupo, Subchef e Chef de Cozinha, em todos os lugares, desde pequenos cafés e cantinas a hotéis internacionais e restaurantes com estrelas Michelin. De 2000 a 2005, foi também Chef de competição de alto nível, antes de ingressar na Unilever Food Services há 15 anos.

 @f.jakobsen




GUN GUN HANDAYANA

Chef de Cozinha Executivo

Unilever Food Solutions, Indonésia

O Chef Gun Gun é formado pelo departamento de Gestão de Produção de Alimentos do National Hotel & Tourism Institute. Iniciou a sua carreira no Novotel Hotel Group, juntou-se à Unilever Food Solutions em 2006 e foi nomeado Chef Executivo em 2017. Ganhou o prestigiado prémio Global Hero Award da Unilever em 2022 pelo incrível suporte que deu aos clientes da UFS durante a pandemia Covid. É também um criador de conteúdo online muito popular, com mais de 320.000 seguidores até à data.

 @chefgungun_handayana



JAMES BROWN

Chef de Cozinha Executivo

Unilever Food Solutions, Reino Unido e Irlanda

O Chef James está na indústria de serviços alimentícios há mais de 22 anos e trabalhou em estabelecimentos conceituados, como o Champney's Health Resort, Le Petit Blanc, Polpo e Polpetto – começando como Chef júnior e depois ocupando cargos como Diretor de Cozinha. Aprimorando as suas competências em cozinhas do Reino Unido para apoiar o seu treino formal, o Chef James obteve um diploma em artes culinárias e manteve um Bib Gourmand no Polpetto por dois anos consecutivos.

 @jamescbrown77



KYLE JAKOBI

Chef de Atendimento

Unilever Food Solutions, América do Norte

O Chef Kyle começou a sua carreira como licenciado em culinária e desde então aprimorou as suas competências em bares de vinho de luxo, nos Fairmont Hotels e na Bosch/Siemens, ascendendo finalmente a Chef Executivo Corporativo. Agora, na Unilever Food Solutions, atua como Chef da Zona Oeste, colaborando com operadores de serviços de alimentação em contas nacionais, setores não comerciais, militares e redes regionais. O estilo aventureiro do Chef Kyle combina sabores asiáticos e do Sudoeste, promovendo a conexão e a criatividade através da comida.

 @chefkylejakobi



PHILIP LI

Chef de Cozinha Executivo

Unilever Food Solutions, China

Desde 1988, o Chef Philip acumulou uma vasta experiência em cozinha chinesa em hotéis e restaurantes. Liderou a seleção chinesa, competindo em 2020 na IKA Culinary Olympics com grande sucesso. A sua equipa ganhou três medalhas de ouro, uma de prata e uma de bronze. O Chef Philip ocupou vários cargos importantes na Unilever Food Solutions durante os seus 27 anos de atividade, o que o levou, a atualmente liderar uma equipa de 80 Chefs em toda a China.

 @李某人的美食空间



DIANNE ARANETA

Líder de Tendência de Sabor

Unilever Food Solutions, Global

Formada pela Faculdade de Administração e Economia da Universidade De La Salle, a Chef Dianne ganhou ampla experiência no setor, bem como prémios de liderança e competição ao longo do percurso. Antes de entrar para a Unilever em 2011, trabalhou num hotel e numa corporação, assumindo papéis de liderança em redes de restaurantes e na pré-inauguração de um restaurante independente casual. Também trabalhou como Chef de Pesquisa e Desenvolvimento, tendo ocupado cargos de Chef de Inovação local, regional e global, incluindo na Unilever, por mais de uma década. Atualmente, faz parte da equipa global de marketing digital e desempenha um papel de liderança fundamental na campanha anual dos Menus do Futuro da UFS.

 @yanaraneta



GILI HAIM

Chef de Cozinha

Unilever Food Solutions, Israel

Iniciando a sua carreira profissional em 1986, o Chef Gili estudou artes culinárias formais na Tadmor Hotel School e trabalhou numa ampla variedade de restaurantes antes de se tornar Chef Consultor para vários estabelecimentos de fast-food locais e internacionais, como a Domino's Pizza e a Pizza Hut. Desde 2003, é Chef Líder da Unilever Food Solutions Israel e está principalmente envolvido em pesquisar e desenvolver novos produtos e conceitos para o mercado israelita de serviços alimentares.

 @gilih66



JOANNE LIMOANCO-GENDRANO

Chef de Cozinha Executiva

Unilever Food Solutions, Ilhas do Golfo e Oceano Índico

A Chef Joanne tem mais de 20 anos de experiência no setor Alimentar e de Bebidas, tendo trabalhado em vários estabelecimentos, incluindo serviços de buffet, restaurantes, uma instituição académica, marcas de alimentos e operações de hotéis. Atualmente, a Chef Joanne atua como Chef Executiva para a região do Golfo e Ilhas do Oceano Índico. Com uma vasta experiência de gestão na UFS Culinary no Sudeste Asiático e uma paixão pela culinária pan-asiática, enriquece a sua equipa atual com uma perspetiva culinária ampla e diversa.

 @hellochefjo



MAURITS VAN VROENHOVEN

Chef Global de Criação e Desenvolvimento de Marca

Unilever Food Solutions, Países Baixos

O Chef Maurits formou-se em artes culinárias e gestão de hotéis antes de trabalhar em vários restaurantes de alto nível nos Países Baixos. Depois de uma temporada nos EUA, trabalhou como Chef Pasteleiro num restaurante com duas estrelas Michelin no Intercontinental Hotel de Amsterdão. Trabalhou também em vários restaurantes e hotéis, antes de se juntar à Unilever em Roterdão. Na Unilever, começou como Chef de Buffet e, nos últimos 11 anos, ocupou o cargo de Chef Líder de Desenvolvimento de Marca Global.

 @chef_maurits_van_vroenhoven



PEIO CRUZ
Chef de Cozinha
Unilever Food Solutions, Espanha

O Chef Peio estudou gestão de hospitalidade em Bilbao antes de se mudar para Inglaterra, onde iniciou a sua carreira como Chef, trabalhando em cadeias hoteleiras como Sheraton e Hilton. Começou como Chef Local de P&D na Unilever há 24 anos, ganhando experiência em alimentos internacionais, bem como desenvolvendo um amplo conhecimento do mercado de serviços de alimentação e tendências. Na sua função atual, como Chef Líder da Unilever Food Solutions Espanha, apoia a inovação de produtos.

 @chefpeiocruz



RENÉ-NOEL SCHIEMER
Chef Adjunto de Consultoria Culinária
Unilever Food Solutions, Germany

O Chef René-Noel iniciou a sua carreira profissional com um estágio de Chef que decorreu de 2007 a 2010. Ao longo da sua carreira, trabalhou em vários hotéis e restaurantes e locais de grandes eventos, e participou em feiras comerciais, como a INTERNORGA, antes de se tornar Chef freelancer. Em 2015, assumiu o cargo de Consultor Culinário da Unilever Food Solutions Alemanha, cargo que ocupou por sete anos. Desde abril de 2022, é Chef Adjunto de Consultoria Culinária da UFS Alemanha.

 @chef_renenoeel_chefmanship



EVERT VERMANDEL
Chef Líder de Inovação Global
Unilever Food Solutions, Países Baixos

Tendo crescido em Zeeland, no sudoeste da Holanda, o Chef Evert encontrou a sua vocação culinária ainda jovem, trabalhando como estudante de cozinha e aprendiz. Em 1998, juntou-se orgulhosamente à Unilever para se tornar Chef de Serviços de Cozinha no centro corporativo da Unilever. Em 2013, continuou a sua jornada na Unilever, mudando-se para a UFS R&D, como um Chef Global de Inovação, o que inspirou a transição para a sua posição atual. Hoje, é o Chef Líder de Inovação Global, liderando criativamente uma equipa de grandes Chefs no HIVE, o centro de inovação alimentar da Unilever em Wageningen.

 @chef_eef



GIUSEPPE BUSCICCHIO
Chef de Cozinha Executivo
Unilever Food Solutions, Itália

Com experiência culinária no Four Seasons Hotel em Milão e no Sheraton Hotel Nicolaus em Bari, o Chef Giuseppe construiu a sua carreira em estabelecimentos de alto nível. Aprimorou a sua experiência em cozinha gourmet e artes culinárias profissionais, ganhando reconhecimento como Chef Emergente do Sul da Itália. O Chef Giuseppe é agora Chef Executivo da Unilever Food Solutions Itália, onde treina Chefs, introduzindo-os a novas técnicas de confeção e combinações culinárias inovadoras inspiradas nas tradições italianas.

 @giuseppebuscicchiochef_



THAÍS GIMENEZ
Chef de Cozinha Executiva
Unilever Food Solutions, Brasil

Formada em Gastronomia pelo Senac Águas de São Pedro, a Chef Thaís tornou-se conhecida como consultora gastronómica, trabalhando com restaurantes requintados globais, bistrôs, hotéis e serviços de buffet de companhias aéreas. A sua experiência culinária única rendeu-lhe competências para entender as tendências alimentares e selecionar menus e pratos inovadores. Agora, na sua função atual na Unilever Food Solutions, a Chef Thaís atua como Chef Executiva e Demand Generation Lead para o Brasil, onde cria estratégias que combinam criatividade com as necessidades do mercado. A sua ambição é criar experiências inesquecíveis no setor dos serviços alimentares.

 @thaisgimenez



JIRAROJ NAVANUKROH
Chef de Cozinha Executivo
Unilever Food Solutions, Tailândia

A conexão do Chef Jiraroj com a culinária teve início com a sua família. Depois de estabelecer um interesse pela cozinha ainda jovem, estudou culinária no Dusit Thani College e, mais tarde, no Le Cordon Bleu Culinary Institute em Sydney, Austrália, onde obteve um Diploma de Cuisine. O Chef Jiraroj entrou para a Unilever em 2006 como um candidato a Chef. Em 2013, foi nomeado Chef Executivo com foco nos mercados da UFS Tailândia e Mianmar. Hoje, a ambição do Chef Jiraroj é misturar técnicas de culinária modernas e tradicionais e trazer pratos novos e emocionantes para o público internacional.

 @chef_jiraroj_ufs



KEES VAN ERP
Chef Executivo Global
Unilever Soluções Alimentares

O Chef Kees começou a sua jornada culinária ainda adolescente. A sua distinta carreira global levou-o à Unilever Food Solutions em 1991, onde liderou inovações de produtos para a Unilever. Hoje, o Chef Kees é Global Lead Chef da UFS, atuando como líder executivo para as equipas de chefs da Unilever em todo o mundo. Nesta função, ele inspira a próxima geração de profissionais da culinária.



WESLEY BAY
Chef Culinário Conselheiro
Unilever Food Solutions, Bélgica

O Chef Wesley trabalhou em vários restaurantes com estrelas Michelin, incluindo o Boxy's em Kortrijk, Bélgica, onde se conectou com a sua paixão por comida e sabores criativos. Com a sua formação em educação culinária e experiência em catering de alto padrão, assumiu a posição de Consultor Culinário Chef da Unilever Food Solutions Bélgica. Desde então, o Chef Wesley tem trabalhado em estreita colaboração com a Unilever Food Solutions por quase 10 anos.

 @chefwesley_



ANDRÉS CARDONA

Chef Corporativo

Unilever Food Solutions, América Latina do Norte

O Chef Andrés tem uma vasta experiência na indústria de serviços alimentares, principalmente em restaurantes de alto nível. A sua paixão pela gastronomia impulsionou a carreira culinária, levando-o a experimentar técnicas e sabores únicos na culinária latino-americana. O Chef Andrés juntou-se à Unilever em maio de 2020 e a sua função atual como Chef Corporativo envolve liderar com criatividade e conhecimento para enriquecer o cenário gastronómico na América Latina.

 @andres_chef_ufs



JIMENA SOLIS

Chef de Cozinha Executiva

Unilever Food Solutions, Argentina, Uruguai e Paraguai

A Chef Jimena é formada em gastronomia com especialização em confeitaria. Em 2004, descobriu o seu amor por serviços de alimentação enquanto trabalhava num restaurante em Buenos Aires. Posteriormente, mudou-se para a Nova Zelândia para aperfeiçoar o seu inglês e as suas habilidades na cozinha profissional. A Chef Jimena trabalhou em vários restaurantes e já lecionou numa escola profissional de confeitaria na Argentina. Atualmente, dá suporte aos clientes da Unilever Food Solutions em três mercados latino-americanos e está envolvida na iniciativa social “Mulheres em Ação” da Unilever.

 @chefjimesolis



ANDREAS WILLINER

Chef de Cozinha Executivo Nacional

Unilever Food Solutions, Suíça

O Chef Andreas está habituado a ganhar prémios e a ser o melhor da sua classe culinária. Em 2003, representou o seu país natal, a Suíça, no World Skills competition, ganhando o título de Vice-Campeão Mundial. Também trabalhou como Chef de Buffet e em hotéis de quatro e cinco estrelas. O Chef Andreas é ao mesmo tempo um coach experiente e instrutor culinário. É particularmente apaixonado pela arte do food styling, prestando muita atenção aos detalhes e capturando o seu trabalho através de outro amor — a fotografia de alimentos. Está na Unilever Food Solutions desde 2008.

 @ufschefs.ch



YONGCHAN (LEO) KIM

Chef Culinário

Unilever Food Solutions, Coreia do Sul

O Chef Yongchan começou como Chef num hotel de cinco estrelas e ganhou experiência em pratos requintados e refeições casuais, antes de fazer a transição para P&D de franquias e soluções alimentares personalizadas. Com experiência em consultoria sobre inaugurações de restaurantes, design de cozinha e inovação de menus, é hoje especialista em soluções orientadas por chefs, iniciativas de definição de tendências e desenvolvimento de redes culinárias.

 @leo_yongchan_kim

VISÕES PARA A INDÚSTRIA

ANA ROŠ

Com uma série de prémios no seu currículo, a Chef eslovena Ana dispensa apresentações. O seu restaurante, Hiša Franko, foi premiado com três estrelas Michelin em 2023 e reconhecido pelo seu compromisso com a sustentabilidade. Na sua entrevista na página 128, Ana fala sobre como os terrenos alpinos que rodeiam o restaurante oferecem uma riqueza de ingredientes saborosos e a ajudam a criar pratos inspirados nas suas raízes culinárias.

GAGGAN ANAND

Gaggan abriu o seu impressionante restaurante indiano homónimo em Bangkok, Tailândia, em 2010. Ganhou duas estrelas Michelin e foi frequentemente listado como um dos 50 melhores restaurantes do mundo. Como chef e empresário, ele sabe uma coisa ou duas sobre criar experiências gastronómicas únicas. Na página 160, partilha como criou uma jornada culinária que é verdadeiramente uma cozinha personalizada.

SANTIAGO LASTRA

O Chef mexicano Santiago rapidamente tornou-se alguém que merece ser seguido. Viajando pelo mundo em busca de descobertas culinárias, utilizou ingredientes de várias regiões para criar clássicos mexicanos. As suas experiências significaram que ele conseguiu criar pratos sem fronteiras no seu restaurante em Londres, KOL. Na página 84, ele discute o impacto das suas viagens e a magia da culinária mexicana usando ingredientes britânicos.

ASMA KHAN

A Chef indiana Asma ganhou nome graças aos seus aclamados supper clubs e à sua memorável participação no Chef's Table da Netflix. No seu renomado restaurante em Londres, Darjeeling Express, opera uma cozinha liderada por mulheres. A sua impressionante filantropia, faz dela a porta-voz perfeita para todas as coisas relacionadas com a Positive Kitchen Culture, que pode encontrar na página 108.

RAFAEL LARUE

Rafael é o Diretor Criativo da agência de transformação Livit Design, especializada na experiência de jantar. Como tal, frequentemente analisa as expectativas emergentes dos clientes a nível internacional. Na página 154, o Chef partilha os seus pensamentos sobre a mudança dos consumidores e como a “hospitalidade irracional” está no cerne do jantar.

UNILEVER FOOD SOLUTIONS, EQUIPA DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO

Nesta edição dos Menus do Futuro, a equipa de investigação e desenvolvimento da Unilever discute a fermentação, que é uma técnica culinária emergente e altamente popular. Aqui, partilham visões do contexto, dicas e uma perspetiva do futuro da fermentação. Encontre inspiração sobre a fermentação na página 171.



Chef Sebastian Rivera
Unilever Food Solutions,
América do Norte.

#PREPARE-SE PARA O AMANHÃ COM UNILEVER FOOD SOLUTIONS



Unilever
Food
Solutions

#criando o amanhã

A Unilever Food Solutions (UFS) é um negócio de chefs para chefs. Representando 20% do Grupo de Negócios de Alimentos da Unilever, a UFS opera em mais de 75 países como fornecedor dedicado à indústria de serviços de alimentação. Com base na experiência de mais de 250 chefs profissionais internos, a UFS oferece aos profissionais de serviços de alimentação produtos de alta qualidade, inspiração na indústria e serviços de excelência.

O nosso portfólio altamente conceituado de produtos e soluções essenciais inclui marcas de destaque como Knorr Professional e Hellmann's.

A iniciativa anual Menus do Futuro da UFS é um recurso muito importante para os chefs. Oferece as tendências culinárias globais mais atualizadas através de pesquisas de mercado aprofundadas com receitas desenvolvidas por chefs, que permitem que facilmente dê vida a essas tendências no seu negócio de serviços alimentares.

Na verdade, a nossa coleção cada vez maior de receitas únicas e clássicas (disponíveis em www.ufs.com) são uma fonte valiosa de inspiração, ajudando chefs em todos os níveis de habilidade com criatividade e lucratividade. A iniciativa UFS Positive Kitchens ajuda a promover uma cultura positiva na cozinha profissional, abordando os principais desafios vulgarmente encontrados e fornecendo ferramentas, formação e aconselhamento para promover o bem-estar.

Para além disso, os nossos programas de formação culinário (academia UFS), oferecem aos chefs e aos profissionais de serviços de alimentação conselhos valiosos sobre competências e técnicas essenciais, bem como sobre outras áreas vitais da cozinha profissional.

Para saber mais sobre como ajudamos os chefs e profissionais de serviços de alimentação de todo o mundo a melhorar o atendimento aos seus clientes, visite www.ufs.com

COMIDA QUE NOS MOVE

Bem-vindo à mais recente edição do Menus do Futuro da *Unilever Food Solutions*. Agora, no seu terceiro ano, está a revelar-se um recurso anual valioso para chefs e profissionais de serviços de alimentação, que reconhecem a importância de usar informações baseadas em dados para elaborar menus, que satisfaçam as necessidades e as preferências em evolução dos clientes.

Todos os anos, o Menus do Futuro identifica as grandes tendências que estão a definir a indústria global de serviços de alimentação. A lista de tendências de menu passou de oito no ano passado para quatro tendências principais este ano. Isto reflete as mudanças na indústria, pois assistimos a uma grande ênfase na “COMIDA QUE NOS MOVE”, onde vemos o sabor em movimento da perspectiva dos chefs, conferindo aos pratos uma sensação de movimento e descoberta impulsionada pela emoção e pela necessidade de prosperar na indústria de serviços de alimentação em evolução.

As quatro principais tendências identificadas nos Menus do Futuro deste ano são:

- 1 Comida de Rua Sofisticada
- 2 Cozinha sem Fronteiras
- 3 Raízes Culinárias
- 4 Cozinha Personalizada

As tendências foram moldadas por três grandes mudanças. A primeira é a forte mudança culinária, que inclui a procura global por sabores e cozinhas asiáticas e latino-americanas, sustentando todas as tendências.

A segunda mudança é o efeito que o movimento em massa de pessoas está a ter no cenário culinário. A migração e o turismo migratório são fortes impulsionadores das tendências Comida de Rua Sofisticada, Cozinha sem Fronteiras e Raízes Culinárias. Estas estão a alimentar novos e empolgantes desenvolvimentos na forma como os chefs combinam novos ingredientes, técnicas culinárias e sabores para criar algo único.



Por fim, os avanços no digital estão a impulsionar a tendência Cozinha Personalizada, que está relacionada com satisfazer os clientes com experiências mais personalizadas. A inteligência artificial e a realidade aumentada estão a permitir isso, juntamente com a ênfase em formas novas e empolgantes de criar e servir pratos, que se encaixem nas preferências pessoais de sabor dos clientes.

Outros fatores, como os consumidores da Geração Z que estão a atingir a maioria e a sua abordagem particular à alimentação e bebidas, estão a influenciar fortemente as quatro tendências dos Future Menus. A contínua crise do custo de vida também está a desempenhar um papel, pois os consumidores procuram luxos acessíveis que lhes tragam alegria. Sair para jantar e experimentar pratos novos e emocionantes responde a essa necessidade.

As ideias tradicionais sobre comida e como a experienciamos estão a ser redefinidas à medida que as dinâmicas culturais e sociais evoluem. A tendência do menu Comida de Rua Sofisticada é um exemplo perfeito e está a influenciar fortemente a procura culinária de baixo para cima. Versões gourmet de comidas de rua tradicionais, elaboradas com a perícia de chefs, estão agora a penetrar em todos os canais da indústria de serviços de alimentação, incluindo estabelecimentos de alta gastronomia.

Fazer as tendências trabalharem para o seu negócio

As tendências e insights dos Menus do Futuro incluídos neste livro são meticulosamente pesquisados e validados, e estão prontos para estimular a criatividade e a inovação na sua cozinha.

As tendências são compiladas usando dados globais robustos e contribuições extensivas de chefs, incluindo relatórios, análises de redes sociais e mais de 300 milhões de pesquisas online em 21 países. Também foi usado feedback aprofundado de mais de 1.100 chefs em 20 mercados e da equipa de chefs internos altamente experientes da *Unilever Food Solutions*.

Os chefs da *Unilever Food Solutions* desenvolveram deliciosos conceitos de receitas da moda que encontrará nos Menus do Futuro. Cada conceito de receita pertence a uma das quatro tendências e constituem uma fonte essencial de inspiração e o ajudarão a implementar as tendências mais relevantes para o seu negócio.

Encontrará mais informações sobre os Menus do Futuro deste ano e inspiração para pratos em www.ufs.com



Da esquerda para a direita : Chef James Brown, UFS Reino Unido e Irlanda; Chef Thaís Gimenez, UFS Brasil; e Chef Eric Chua, UFS Sudeste Asiático e Sul da Ásia.

COMIDA DE RUA SOFISTICADA

Esta tendência concentra-se em elevar o nível da *Comida de Rua*, incorporando ingredientes de alta qualidade e técnicas refinadas, mantendo ao mesmo tempo o seu charme informal e sentido de descoberta. O resultado é uma experiência gastronômica de alto gabarito, que mantém a atmosfera informal e dinâmica da cena de comida de rua. Atrai clientes modernos que procuram opções de comida acessíveis e emocionantes, especialmente aqueles influenciados por sabores globais.



**MEXICANA,
INDIANA, COREANA
E FILIPINA**

SÃO QUATRO AS COZINHAS QUE ESTÃO A EMERGIR RAPIDAMENTE NO CONTEXTO DE COMIDA DE RUA. A FILIPINA É A QUE ESTÁ A GANHAR MAIOR ADESÃO NA AMÉRICA E NA ÁSIA.

Os principais fatores que contribuem para esta tendência incluem:

- A crise do custo de vida está a tornar os alimentos acessíveis e baratos mais atraentes
- A preferência da Geração Z por experiências gastronômicas informais
- Migração contínua e globalização a influenciar as escolhas alimentares
- Maior visibilidade nas redes sociais de pratos de comida de rua globais
- Uma oportunidade para chefs mais jovens mostrarem comida acessível e criativa

No centro deste movimento está a fusão de cozinhas autênticas, misturando ingredientes e técnicas de várias culturas de uma forma pensada e inovadora. Esta abordagem resulta em sabores ousados e emocionantes, preservando a autenticidade, abrindo caminho para experiências gastronômicas mais convidativas e acessíveis. Ao elevar a comida de rua, os Chefs oferecem aos clientes uma aventura culinária informal, mas premium, equilibrando a criatividade com as raízes da cultura tradicional da comida de rua.

As principais técnicas que dominam esta tendência:

- Fermentação
- Grelhar
- Cozinhar a vapor
- Wok hei
- Marinar
- Grelhar a carvão

Uma amostra dos pratos deliciosos que prevalecem nesta tendência:

- Elote mexicano
- Chaat indiano
- Gyros
- Batatas fritas recheadas
- Mac & cheese
- Rolinhos de arroz coreanos
- Xawarma

Página anterior:
Um prato básico da comida de rua, este taco de frango é guarnecido com rabanete, cebola, queijo feta, coentro e limão.

FIGAR DE OLHO

É PROVÁVEL QUE A PIMENTA DE ALEPPO SEJA UM INGREDIENTE EMERGENTE NA COMIDA DE RUA NOS PRÓXIMOS 12 MESES E MAIS ALÉM.





Página oposta: Hambúrgueres
espalmados com queijo derretido.

Esta página: O chef Andrés Cardona
aprecia um hambúrguer espalmado.



ESCRITO POR
Andrés Cardona
Chef Corporativo
Unilever Food Solutions,
América Latina do Norte.



A BATIDA DA RUA

**INSPIRANDO-SE NA EVOLUÇÃO DO CENÁRIO
DA COMIDA DE RUA NA AMÉRICA LATINA,
O CHEF *Andrés Cardona* OFERECE ALGUNS
INSIGHTS SOBRE O QUE A TORNA TÃO ESPECIAL.**

A comida de rua na América Latina evoluiu notavelmente nas últimas décadas, passando de uma simples oferta alimentar a vibrantes experiências gastronômicas que cativam os clientes contemporâneos. Este fenômeno deve-se em grande parte à crescente procura por sabores ousados e apresentações inovadoras de um público que busca não apenas saciar a sua fome, mas também desfrutar de uma experiência gastronômica única e informal. Os vendedores ambulantes, tradicionalmente associados a pratos emblemáticos como tacos, arepas ou empanadas, começaram a reinventar as suas receitas, incorporando ingredientes gourmet, técnicas de culinária modernas e fusões culturais que elevam a qualidade dos seus produtos. Ao mesmo tempo, o uso das redes sociais permitiu que esses empreendimentos alcançassem uma visibilidade sem precedentes, convidando os clientes a explorar novos sabores e a partilhar as suas experiências, gerando uma comunidade em torno da comida de rua. Portanto, o que antes era simplesmente uma forma de alimentação, tornou-se numa expressão artística que celebra a diversidade e a criatividade culinária da região. Agora, a batida da rua marca o ritmo a que nos movemos.

“O que antes era simplesmente uma forma de alimentação tornou-se numa expressão artística, que celebra a diversidade culinária e a criatividade da região.”

Há muitas razões pelas quais a comida de rua se tornou tão atraente, mas eis alguns exemplos do que mais chama as pessoas para a rua: todas são ideias adaptáveis para trazer a vibração da rua para o seu negócio de alimentação.

Eventos temáticos pop-up: oferta variada de comida de rua significa que há algo para todos. Por isso, organize eventos temporários que celebrem diferentes tipos de comida de rua de várias culturas. Isso pode atrair um novo público e manter o interesse dos clientes regulares.

Experiências culinárias interativas: poder assistir à preparação da comida é cativante para os clientes. Muitos ficam impressionados com as técnicas elaboradas usadas para criar os seus pratos favoritos de comida de rua. Ofereça workshops onde os clientes podem aprender a preparar pratos típicos de comida de rua, envolvendo-os no processo e proporcionando uma experiência memorável.

Menu rotativo: Introduza um menu que muda regularmente (semelhante à evolução diária do menu de comida de rua), apresentando novas receitas ou especialidades de diferentes regiões. Isto pode encorajar os clientes a voltarem para experimentar algo novo.

Combinações criativas: ofereça recomendações de bebidas que complementem pratos de comida de rua. Isto pode melhorar a experiência gastronómica e aumentar as vendas.

Opções personalizáveis: fundir a tendência do menu Cozinha Personalizada com a comida de rua permite que os clientes personalizem os seus pratos, escolhendo ingredientes ou níveis de tempero, e dando-lhes a sensação de controle e satisfação.

Ambiente Cativante: quando pensamos em comida de rua, imaginamos convívio com os amigos, conversas com os chefs, e uma energia dinâmica e empolgante.

Colaborações com artistas locais: no coração da comida de rua está a cultura e a cultura serve-se de todas as formas e feitos. Convide artistas locais para mostrar os seus trabalhos no seu estabelecimento, para atrair os seus seguidores e enriquecer a experiência dos seus clientes.

Programas de fidelidade: estabeleça um programa de recompensas que incentive os clientes a voltar. Oferecer descontos ou refeições gratuitas após um certo número de visitas pode aumentar a fidelidade.

Depoimentos e avaliações nas redes sociais: por fim, convide os clientes a partilhar as suas experiências nas redes sociais e ofereça-lhes incentivos por isso. Recomendações pessoais podem atrair novos clientes e gerar confiança.



Esta página: Apreciado há séculos, o Pato à Pequim é famoso pela sua pele crocante e saborosa e carne macia.

Página oposta: Nativo da África Oriental, o quiabo oferece uma textura e sabor únicos.



INFLUÊNCIA

ESCRITO POR

Gun Gun Handayana
Chef de Cozinha Executivo
Unilever Food Solutions,
Indonésia



O CHEF *Gun Gun Handayana*
DESTACA ALGUNS DOS PRATOS E
SABORES DE COMIDA DE RUA MAIS
POPULARES NO SEU PAÍS

INDONÉSIA

Se é fã de sabores ousados, aromas defumados e pratos surpreendentes, vale a pena explorar a comida de rua da Indonésia. Desde movimentados mercados noturnos até carrinhos de comida situados nas orlas de praias tropicais, a comida de rua indonésia captura a alma do seu povo: vibrante, diversa e profundamente enraizada na tradição. Cada região traz algo único para a mesa.

Nesta lista, o Chef Gun Gun Handayana apresenta alguns dos pratos típicos de comida de rua mais populares da Indonésia, que os moradores locais não dispensam, e que servem de inspiração para chefs e profissionais do mundo inteiro.

Satay (Sate)

Origem: Java, Indonésia
Espetadas grelhadas de carne marinada (tipicamente frango, carne bovina ou cordeiro) servidos com molho de amendoim e, às vezes, bolos de arroz (lontong). O Satay pode ser elevado usando carnes nobres, marinadas inovadoras e pratos refinados para uma apresentação moderna.

Carne Rendang

Origem: Sumatra Ocidental, Indonésia
Este prato cozido lentamente, tradicionalmente refogado em leite de coco e especiarias, ganha um sabor profundo e rico, ideal para criações de fusão como tacos ou sanduíches, tornando-se perfeito para menus inspirados em comida de rua ou gourmet.

Gado-Gado

Origem: Jacarta, Java
Uma salada indonésia de vegetais escaldados, ovos cozidos, tofu, tempeh e molho de amendoim, Gado-Gado é visualmente vibrante com uma variedade de texturas. Pode ser adaptado com vegetais sazonais ou molhos de amendoim artesanais, ideal para uma salada mais requintada.

Martabak

Origem: Java, Indonésia
Esta panqueca grossa, salgada ou doce, é tipicamente recheada com carne picada e ovos (salgada) ou chocolate e queijo (doce). As versões gourmet apresentam recheios exóticos, queijos de alta qualidade ou chocolates premium, perfeitos para menus de degustação.



Ayam Betutu

Origem: Bali, Indonésia
Frango ou pato inteiro, marinado em especiarias, envolto em folhas de bananeira e cozido lentamente ou a vapor, até ficar macio. Este prato aromático pode ser apresentado de forma elegante com óleos infundidos e microverdurais, típicos de refeições de luxo.

Bakso

Origem: Java, Indonésia
Bakso é uma sopa reconfortante de almôndegas com macarrão, tofu e verduras, que pode ser refinada usando almôndegas de wagyu ou frutos do mar, macarrão delicado e guarnições, compondo uma versão sofisticada deste clássico.

Nasi Goreng

Origem: Java, Indonésia
Nasi Goreng é um arroz frito indonésio com molho de soja doce, vegetais e carne, geralmente coberto com um ovo frito, que pode ser transformado com azeite de trufas, carnes nobres e uma apresentação mais atraente, criando uma versão tentadora deste prato básico tão popular.

MAPA-MUNDO DA COMIDA DE RUA

EXPLORAR A COMIDA DE RUA *à volta do mundo*, UMA DENTADA DE CADA VEZ.



MEXICO
A comida de rua no México, com os seus pratos imensamente coloridos e saborosos, tem raízes profundas que remontam aos tempos pré-hispânicos, quando os mercados ao ar livre eram a principal fonte de alimentos. Com a chegada dos espanhóis, as tradições culinárias indígenas e europeias fundiram-se, criando pratos únicos que são hoje uma parte essencial da identidade culinária mexicana e conhecidos pela sua incrível diversidade. Dos clássicos tacos al pastor aos exóticos esquites, a variedade de pratos reflete a mistura de influências indígenas, europeias, africanas e asiáticas. Além disso, podemos encontrar bebidas tradicionais como a água de horchata e tepache, que complementam perfeitamente os lanches como sopes, quesadillas e tostadas.

ÍNDIA
A Índia tem uma longa história de cultura de comida de rua e as suas principais cidades competem entre si para verem quem é que tem o prato mais saboroso. Mas é a cidade de Mumbai que tem uma das ruas mais populares. A sanduíche Bombay (também chamada de sanduíche grelhada Bombay) pode ser encontrada para venda em sandwichwalas (bancas dos vendedores) em quase todas as ruas. Feita com pão branco, batatas cozidas, cebola crua, tomate, pepino, pimentões, e untada com chutney verde picante, é torrada em fogo aberto. Outras comidas de rua favoritas incluem pani puri, bolinhas de massa oca e frita com recheios saborosos, e vada pav picante, batata frita (vada) numa sanduíche com pão macio e fofo (pav).

A comida de rua é a maneira perfeita para as comunidades se integrarem e socializarem. Cada país e cidade tem a sua própria abordagem à cultura da comida de rua, com múltiplas influências de várias fontes. Olhamos para alguns locais onde a tendência da comida de rua está em expansão e verificamos quais os pratos que são populares entre os habitantes locais.

TURQUIA
Não é nenhuma surpresa que o ponto de encontro entre a Europa e a Ásia dê lugar a uma das culturas mais diversas e emocionantes em termos de comida de rua do mundo. Além os pratos básicos como doner kebabs ou lahmacun, experimente o kumru, que é um dos pratos mais populares com ingredientes locais e queijo, tomate e salsicha sujuk servida num pão oval torrado, ou balik ekmek: um peixe grelhado (geralmente um peixe oleoso como cavala) em sanduíche com vegetais e frequentemente servido no próprio barco que o pescou.



COREIA DO SUL
Os vendedores de comida de rua têm montado as suas barracas no interior e ao redor dos mercados sul-coreanos desde o Período dos Três Reinos (57 a.C. – 935 d.C.). Hoje em dia, têm pratos mundialmente famosos como o bibimbap, frango coreano frito e kimchi, que continuam a ser muito populares, enquanto o tteokbokki é um dos pratos mais apreciados do país e consiste em bolos de arroz macios servidos com molho de pimenta (gochujang), bolinhos de peixe ou ovos cozidos. O Sundae é outro prato popular, mas convém não confundir com o ocidental. Na Coreia do Sul, o Sundae é uma salsicha de sangue, feito com intestino de porco e recheado com noodles e mergulhado em molho de pimenta.



FILIPINAS
Os filipinos têm muito orgulho na sua comida de rua. Comer num carrinho, enquanto se está em movimento, é realmente um modo de vida em todo o arquipélago. E eles adoram os seus pratos muito bem fritos! A comida de rua filipina é acessível, rápida e fácil de encontrar, com vendedores que movem os seus carrinhos para onde a multidão está. Alguns dos pratos de comida de rua mais populares são taho, peixe bolas, lugaw, palabok e turon. Para vencer o calor filipino, experimente o doce congelado caleidoscópico e refrescante, halohalo, é a sobremesa não oficial das Filipinas.



Espetos de satay marinados
em molho de amendoim.



TRINITY SURF E GRAMADO ESPETO INDONESIO

COM TEMARI SUSHI

COM GUN GUN HANDAYANA

Espetos de churrasco indonésios, ou satay, são uma comida de rua apreciada, que fica logo atrás do nasi goreng em popularidade. Feito tradicionalmente com carne marinada temperada com molho doce de soja, cominhos, coentros, alho e sumo de limão, estes espetos são grelhados no carvão para obter um sabor defumado e um acabamento caramelizado. O processo de marinação, que pode ocorrer durante a noite, permite que a carne absorva os temperos ricos e doçura, realçando o seu sabor. Satay não é apenas um prato, mas um símbolo cultural, refletindo a calor e a união da culinária indonésia, ao mesmo tempo que mostra técnicas de cozinha tradicionais transmitidas ao longo de gerações.

Para obter esta e outras receitas dos Menus do Futuro, visite www.ufs.com



“PARA ELEVAR A COMIDA DE RUA, OS RESTAURANTES DEVEM FOCAR-SE EM *autenticidade*, INGREDIENTES DE ALTA QUALIDADE, APRESENTAÇÃO.”

— GUN GUN HANDAYANA
Chef de Cozinha Executivo
Unilever Food Solutions, Indonésia

Este prato de ramen ousado e saboroso apresenta um caldo em camadas feito com caldo de galinha assado e caldo de cavala defumada, inspirado no dashi japonês. Os caldos fundem-se para criar uma base umami profunda, elevada com uma maionese batida bem cremosa. Os noodles são adornados com espinafres frescos, cenoura, cebolinho, um ovo cozido e frango macio char siu marinado durante a noite em soja, alho, gengibre e hoisin, antes de ser grelhado até à perfeição. Um fiozinho de óleo de pimenta crocante adiciona calor e textura, unindo o prato numa explosão de sabor, textura e sensações confortantes e satisfatórias.

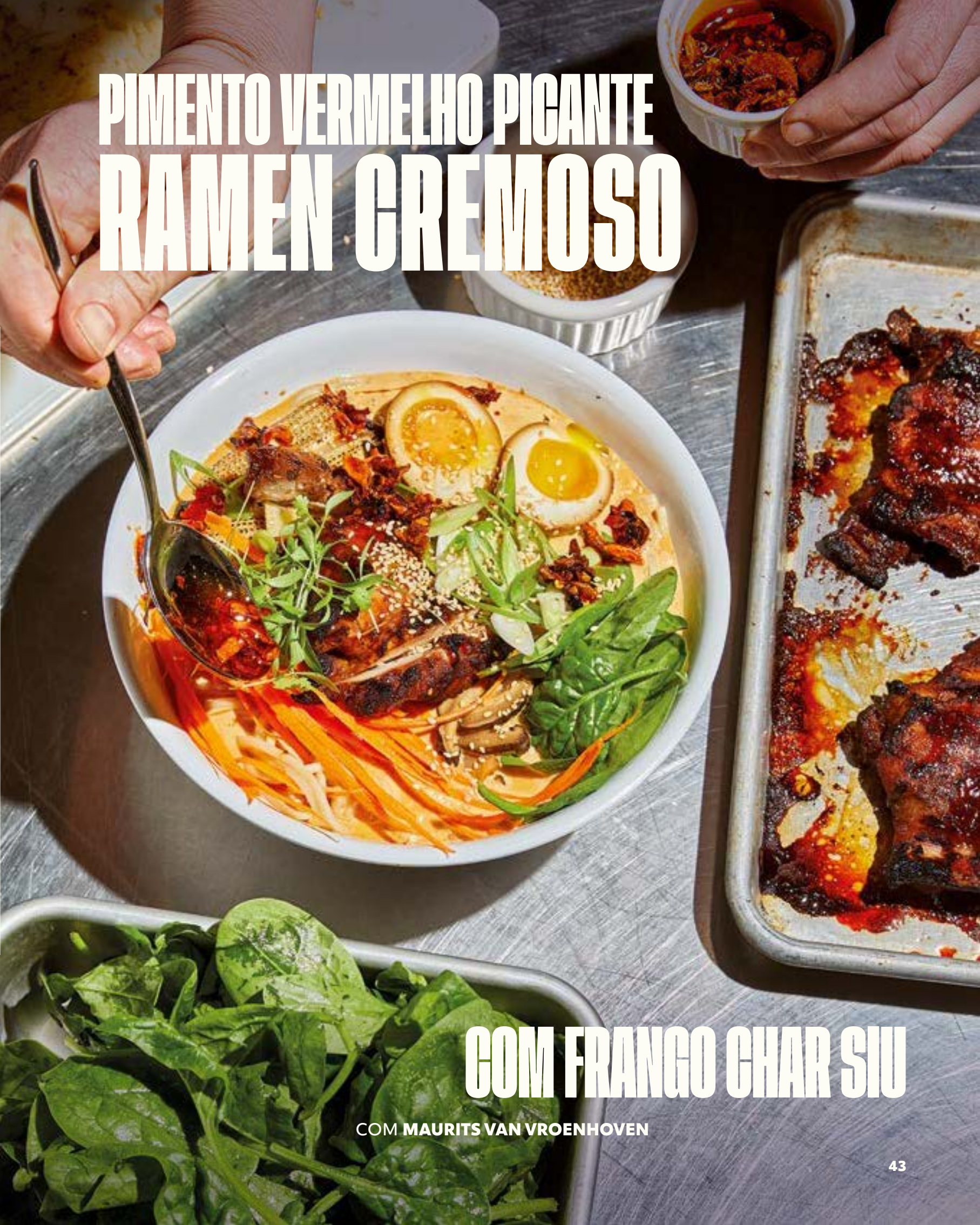
Para obter esta e outras receitas dos Menus dos Futuros, visite www.ufs.com



**“UM PRATO DE *alto impacto*,
E FÁCIL DE FAZER É COMIDA
DE RUA ELEVADA À ARTE.”**

— **MAURITS VAN VROENHOVEN**
Chef Global de Criação e Desenvolvimento de Marca
Unilever Food Solutions, Países Baixos

PIMENTO VERMELHO PICANTE RAMEN CREMOSO



COM FRANGO CHAR SIU

COM MAURITS VAN VROENHOVEN

ESPETADAS SUL-AFRICANAS DE CORDEIRO E ALPERCE

COM DANIELLE VENTER



Este prato é um alimento básico da comida de rua sul-africana: sosaties de cordeiro e de alperce. Enraizados na culinária do Cabo Malaio, os Sosaties são espetos de cubos de cordeiro marinados com uma mistura de caril, geleia de damasco e chutney para um sabor único doce-picante. O chutney normalmente não é usado no prato, mas dá-lhe um toque moderno e refrescante. Estes são então grelhados num tradicional braai sul-africano, um churrasco de madeira ou fogo de carvão que confere um sabor distinto fumado, uma marca registada das técnicas de cozinha local. O cordeiro é emparelhado com cebolas e damascos em espetos de madeira, formando uma mistura de sabores ousados, que celebram a riqueza da herança culinária da África do Sul.

Para obter esta e outras receitas dos Menus dos Futuros, visite www.ufs.com



“COZINHAS ABERTAS COM GRELHAS OU CHAMAS QUE FAZEM *vibrar* OS MERCADOS DE RUA, PERMITEM QUE OS CLIENTES ASSISTAM À CONFEÇÃO ENQUANTO PROVAM PRATOS OUSADOS CHEIOS DE SABORES.

— DANIELLE VENTER
Chef de Atendimento Regional
Unilever Food Solutions, África do Sul



Uma versão lúdica de um sando japonês inspirado nos clássicos ovos Benedict. Esta criação apresenta um pão de leite fofo Hokkaido recheado com camadas de ovos estilo tamago, cozidos para obter uma textura macia e delicada. Um miso sambal acrescenta um toque picante, enquanto o ananás em conserva grelhado acrescenta doçura e acidez. Os cogumelos rei assados acentuam o sabor umami profundo, preparados com soja para uma camada extra de sabor. Coberto com bacon crocante e molho cítrico holandês, este prato é uma refeição energética para transportar, que combina sabores vibrantes do sudeste asiático e técnicas simples, destacando a beleza da cultura da comida de rua. Embora a preparação envolva múltiplos componentes, como camadas e torrefação, a montagem permanece simples, proporcionando uma refeição acessível e saborosa, que é uma verdadeira experiência gastronômica.

Para obter esta e outras receitas dos Menus dos Futuros, visite www.ufs.com



WESLEY BAY
Unilever Food Solutions,
Bélgica



“A COMIDA DE RUA NÃO É APENAS *deliciosa*, ELA SATISFAZ AS PESSOAS E EVOCA NOSTALGIA.”

— **JOANNE LIMOANCO-GENDRANO**
Chef de Cozinha Executiva
Unilever Food Solutions, Ilhas do Golfo e Oceano Índico

MR. BEN SAN



COM **JOANNE LIMOANCO-GENDRANO** E **WESLEY BAY**

BISQUE DE CAMARÃO COM NOODLES CROCANTES

Este prato é uma versão elevada do palabok, um prato de massa filipino tradicionalmente servido com um molho à base de camarão. A Chef Dianne Araneta mistura influências filipinas, japonesas e europeias, utilizando técnicas como a criação de um molho mais rico com um roux e a incorporação de cavala fumada, que mistura tanto a cavala fumada holandesa como a tinapa (cobertura típica na versão tradicional do prato), para acrescentar uma camada de fumo. Para deixar o prato ainda mais especial, o molho é vertido na mesa, proporcionando um toque de prazer e personalização. Em vez de carne de porco frita, o prato é guarnecido com cogumelos shiitake temperados com togarashi, dando-lhe um aspeto crocante e final picante. Fritar a massa de arroz é uma tendência em Manila, que acrescenta textura ao prato combinado com o molho cremoso.

Para obter esta e outras receitas dos Menus dos Futuros, visite www.ufs.com

COM DIANNE ARANETA



“A CRIATIVIDADE VEM DE ABRAÇAR AS SEMELHANÇAS E DIFERENÇAS DE VÁRIAS CULTURAS E CRIAR UM BANQUETE DE INGREDIENTES E TÉCNICAS QUE SE *complementam* ENTRE SI”.

— DIANNE ARANETA
Líder Tendência de Sabores
Unilever Food Solutions, Global

Este prato é um bao inovador que funde os sabores de Pato com Laranja e Pato à Pequim. É um pão bao feito à medida, com a forma de um cachorro-quente, e infundido com sementes de papoila, para obter uma textura mais fina e delicada e conter mais recheio de pato. As coxas de pato são salgadas com cascas de laranja e gengibre e, em seguida, refogadas a baixa temperatura para garantir uma textura tenra sem perder o sabor. Esta preparação versátil pode ser transformada em vários pratos, mostrando a adaptabilidade e a riqueza da comida de rua.

Para obter esta e outras receitas dos Menus dos Futuros, visite www.ufs.com



JOANNE LIMOANCO-GENDRANO
Unilever Food Solutions,
Ilhas do Golfo e do Oceano Índico



“COMIDA DE RUA É *social*. JUNTA AS PESSOAS E CONVIDA A EXPERIMENTAR COISAS NOVAS.”

— **WESLEY BAY**
Chef Culinário Conselheiro
Unilever Food Solutions, Bélgica

GRELHADO BAO DE PATO CONFITADO



COM JOANNE LIMOANCO-GENDRANO E WESLEY BAY

Estes tacos de peixe provêm da cultura rica de comida de rua do México, particularmente da região da Baixa Califórnia. O prato reflete o amor universal dos mexicanos pelos tacos como comida de rua acessível e económica, apreciada por todas as classes sociais. Apresentam sabores vibrantes, combinando tortilhas de milho, peixe fresco, legumes e diversos molhos, criando uma “pirâmide alimentar” bem equilibrada e acessível. O prato celebra a cultura mexicana através dos seus ingredientes e facilidade, oferecendo uma forma deliciosa e inclusiva de experimentar a complexidade dos sabores regionais.

Para obter esta e outras receitas dos Menus dos Futuros, visite www.ufs.com



KYLE JAKOBI
Unilever Food Solutions,
América do Norte



“ESTE PRATO ABRE ESPAÇO PARA A *exploração* DE SABORES E CULTURAS DIFERENTES.”

— **ANDRÉS CARDONA**
Chef Corporativo
Unilever Food Solutions, América Latina do Norte



ESTILO BAJA CALIFORNIANO TACOS DE PEIXE

COM ANDRÉS CARDONA E KYLE JAKOBI

COZINHA SEM FRONTEIRAS

Esta tendência transforma diversas tradições alimentares em experiências harmoniosas e inovadoras. É um movimento impulsionado por uma nova *geração* de chefs que pretende honrar as suas raízes multiculturais. Estes chefs estão a repensar em formas de como as diferentes *influências* culinárias podem ser combinadas para criar pratos únicos e autênticos, que vão para além da novidade.

GLOBALMENTE

TAHINI, MATCHA
GOCHUJANG E SUMAC

OS INGREDIENTES ESTÃO A CRESCER
EM POPULARIDADE MAIS RAPIDAMENTE.



Os principais fatores que contribuem para esta tendência incluem:

- A globalização e a migração expandem o conhecimento culinário e influências
- Uma segunda geração de chefs está a honrar a sua herança cultural
- Maior visibilidade nas redes sociais das culinárias globais
- Consumidores que buscam experiências autênticas na descoberta de alimentos
- Um crescente interesse por narrativas significativas que suportam as criações culinárias

No centro deste movimento está o desejo de misturar cozinhas de forma criativa e pensada, combinando ingredientes e técnicas tradicionais de forma a que respeitem as suas origens. Esta tendência abre caminho para experiências gastronómicas mais requintadas e sofisticadas, que oferecem não apenas sabores ousados, mas também um profundo sentido de autenticidade e significado cultural.

As Melhores Técnicas

Estas são algumas das técnicas da moda, que estão a dominar esta tendência:

- Marinada
- Salmoura
- Maturação
- Cozimento sous-vide
- Cura
- Cozinhar a vapor
- Caramelização
- Fumar

Lista de Compras sem Fronteiras

Estes são alguns dos ingredientes da moda, que estão a dominar esta tendência:

- Miso
- Peixe curado
- Kimchi
- Shiso
- Calamansi
- Romã
- Mentaiko
- Molho de soja envelhecido
- Pandan

Página anterior: Este hambúrguer de frango marinado é inspirado em técnicas e ingredientes internacionais

FIGAR DE OLHO

O MISO É O ALIMENTO DO MOMENTO. CONSIDERE INCORPORÁ-LO NOS SEUS PRATOS PARA ATRAIR O INTERESSE DOS CLIENTES.





A CHAVE PARA

COZINHA

O CHEF *Alvaro Lima* APELA ÀS SUAS PRÓPRIAS EXPERIÊNCIAS PESSOAIS COMO GUIA PARA A COZINHA SEM FRONTEIRAS.

Criado em Chicago, o Chef Alvaro Lima teve uma carreira variada no mundo do serviço profissional alimentar. Pessoalmente, gosta de cozinhar com sabores latinos ousados e de criar pratos modernos, reunindo diferentes sabores internacionais que dão origem a pratos harmoniosos de inspiração nas múltiplas tradições culinárias.

ESCRITO POR

Alvaro Lima

Chef Corporativo Sênior

Unilever Food Solutions, América do Norte

SEM FRONTEIRAS

Para o Chef Alvaro, esta abordagem é uma oportunidade de ensinar as semelhanças entre diferentes cozinhas e técnicas globais de culinária. “Quer esteja a estufar carne ao estilo indiano ou ao estilo mexicano, continua a estufar e a utilizar a mesma técnica. Depois, desfia-se a carne e coloca-se numa taça de arroz mexicano ou num prato indiano - estes ingredientes são muito intercambiáveis.”

A partir desses pontos em comum, é mais fácil identificar ingredientes ou pratos que se podem facilmente misturar, ou descobrir as técnicas que permitem essa polinização cruzada de diferentes sabores internacionais. Do ponto de vista do consumidor, o Chef Alvaro saboreia a oportunidade de apresentar combinações novas e

brilhantes aos hóspedes. “É importante que os clientes se tornem mais conscientes dos diferentes ingredientes que andam por aí. É algo novo e emocionante.”

Quando se trata de elaborar receitas de fusão, ele recomenda adotar um método experimental para ajudar a fazer a criatividade fluir, em vez de entrar no processo com regras rígidas e rápidas. “A parte divertida para um chef é a da tentativa e erro para ver o que funciona. Isso ajuda-nos a sair da nossa zona de conforto”, explica ele. “Quando as coisas não funcionam, ainda pode sair delas algo diferente. Pode-se ajustar as coisas aqui e ali e acabar com algo que nunca teria pensado que iria funcionar.”

“Trata-se de combinar elementos com os quais o cliente se sente confortável, mas que nunca teria pensado em juntar.”

Embora algumas equipas de cozinha possam ficar nervosas sobre adotar os princípios da culinária sem fronteiras, o Chef Alvaro explica que os chefs podem intervir e ajudar a educar a sua equipa sobre práticas alimentares mais amplas e globais. “Mesmo com receitas que eles podem nunca ter cozinhado ou experimentado antes, pode haver técnicas que são familiares. Expor uma equipa aos ingredientes e à cultura é importante, mesmo que seja por meio de vídeos no YouTube, ou nas redes sociais”, diz ele.

O Chef Alvaro lembra-se de unir diferentes cozinhas quando criou o birria ramen: um prato latino-japonês que idealizou após fazer um balanço dos ingredientes que tinha em mãos. “Eu tinha carne cozida e um caldo saboroso, então pensei se poderia adicionar massa japonesa e cebolinhas. Fiz isso há uns anos, não foi totalmente intencional; o birria estava em ascensão nos menus e o ramen ainda estava a sair muito bem nos menus norte-americanos — mas funcionou maravilhosamente.”

Entendendo a hesitação que alguns clientes podem ter em experimentar novos pratos, o Chef Alvaro explica que fundir aspetos de pratos conhecidos pode ser um bom ponto de entrada no mundo da culinária sem fronteiras. “Como o exemplo do ramen com birria, o cliente pode pensar: ‘Uau, eu gosto de ramen e gosto de birria, mas gosto de birria em tacos e gosto de ramen com barriga de porco. Ok, vamos experimentar’”, diz ele. “Trata-se de combinar elementos com os quais o cliente se sente confortável, mas que nunca teria pensado em juntar.”

Ele acredita que a cozinha sem fronteiras pode ser uma maneira de partilhar a sua herança latina, enquanto expressa os seus interesses pessoais. E vê isso como uma oportunidade para os chefs partilharem a profundidade e amplitude dos seus próprios gostos e experiências. “Com a cozinha sem fronteiras, ela conta a história de quem é o chef. Posso mostrar com o que cresci a comer e o que ainda gosto de pregar e partilhar, mas também posso apresentar um novo sabor”, explica ele. “Eu amo comida japonesa, por exemplo, por isso posso fazer um prato de influência mexicana, que também seja muito influenciado pelo Japão.”

O Chef também acha importante combater equívocos sobre a culinária sem fronteiras, ou seja, que ela não é económica. Sente que a cozinha sem fronteiras pode realmente ajudar-nos a minimizar o desperdício ao desbloquear novas formas criativas de imaginar como usamos ingredientes. “O mais importante é poder preparar molhos e reaproveitá-los”, explica ele. “Digamos que faz um prato e ele não resulta. Pode ainda criar outros pratos a partir disso? Pode utilizar quase tudo a partir daquele ingrediente, dependendo da técnica de confeção.”

Quer se trate da introdução de novas combinações, de encontrar formas de levar os clientes a experimentar novos pratos, ou de ser inventivo na minimização do desperdício, a cozinha sem fronteiras promove um sentido de exploração criativa.



Para ouvir mais do Chef Alvaro Lima sobre a tendência do menu Cozinha sem Fronteiras, visite www.ufs.com

Página oposta:
Chef Alvaro Lima,
Unilever Food Solutions,
América do Norte.





A ASCENSÃO DA



Um molho aromático a ser preparado num wok tradicional.

INFLUÊNCIA ORIENTAL

ESCRITO POR
Megan Wallace

À MEDIDA QUE UM NOVO TIPO DE CLIENTE *aventureiro* EXPANDE O SEU PALADAR ATRAVÉS DE VIAGENS E DA EXPLORAÇÃO CULTURAL, MERGULHAMOS NA CRESCENTE POPULARIDADE DA COMIDA K-FOOD E NO QUE ISSO SIGNIFICA PARA AS TENDÊNCIAS FUTURAS DE MENUS.

Desde o domínio da tripla pizza, massa e gelado em Itália até aos meticulosos ingredientes e métodos de confeção da alta cozinha francesa, ou até o apelo massivo do cachorro-quente e do hambúrguer americanos, o Ocidente dominou durante muito tempo o mundo da alimentação.

No entanto, o status quo está a começar a mudar. Cada vez mais, os consumidores estão a olhar para as culturas alimentares ricas do Leste e do Sudeste Asiático. Por que razão é que se deu esta mudança? E o que é que isso significa para o futuro dos menus a nível mundial? Descobrimos isso no verso.

A influência oriental através dos tempos

A ascensão da culinária do Leste Asiático no Ocidente ocorre há várias décadas, refletindo as mudanças nos padrões de migração e a crescente influência cultural da região no cenário global.

Nos Estados Unidos, por exemplo, os migrantes chineses começaram a fixar-se a partir de meados do século XIX, trazendo as suas tradições culinárias com eles. Com o tempo, os pratos tradicionais foram adaptados para agradar ao paladar ocidental: um processo que levou à popularização de comida chinesa em todo o país. No entanto, alguns países do Leste Asiático e do Sudeste Asiático adotaram a comida como uma forma de soft power, concentrando o esforço em aumentar a conscientização sobre a sua culinária tradicional, como forma de ampliar o capital cultural da sua nação. Taiwan, Coreia do Sul, Tailândia, Singapura, Indonésia, Malásia e Camboja financiaram programas de diplomacia culinária

apoiados pelo governo.

A ascensão da K-food

A Coreia do Sul, por sua vez, criou um programa bem-sucedido, a Culinária Coreana para o Mundo, em 2009, cujo objetivo era promover a cozinha coreana (ou hansik) no estrangeiro e aumentar a conscientização sobre os seus benefícios para a saúde e perfil de sabor.

Agora, 15 anos depois, o hansik entrou no zeitgeist. Pratos coreanos como bibimbap (um prato de tigela de arroz) e kimchi (vegetais fermentados) encontram-se facilmente nas principais cidades do Ocidente, com as exportações de alimentos coreanos para os EUA a subir para 1,74 mil milhões de dólares em 2023.

Devido à riqueza da sua natureza e vegetais e à prevalência de alimentos fermentados, a culinária é celebrada pelos seus sabores ricos e herança cultural, atraindo amantes da comida e

aventureiros gastronómicos. No entanto, é importante notar que o hansik inclui a importação de noodles instantâneos e ramen, que podem ter muito sódio e apresentar alguns valores nutricionais problemáticos.

A Hallyu chegou às nossas mesas

Não podemos falar sobre o aumento da comida coreana sem falar da “hallyu”.

A nova popularidade da comida coreana ocorreu em conjunto com a ascensão geral da cultura coreana. Chamado de Korean Wave ou Hallyu, esse fenómeno viu o sucesso internacional de bandas de K-pop, como BTS e BLACKPINK.

K-filmes e K-dramas populares retrataram explicitamente pratos coreanos: “Parasitas” apresentou aos espetadores o jjapaguri (noodles cobertos com bife), enquanto “Squid Game” mostrou tteokbokki (bolos de arroz picantes).

De facto, é assim que funciona. Falando com NPR, Yang Joo-Pil, funcionário do Ministério da Agricultura, Alimentação e Assuntos Rurais, explicou que o seu departamento irá “selecionar cerca de 10 itens alimentares cada ano para colocação de produtos em dramas.”



As redes sociais também desempenham um papel, fornecendo oportunidades para partilhar pratos coreanos e cultura alimentar. No TikTok, a hashtag “koreanfood” foi usada em mais de 860.000 postagens, enquanto o mukbang, uma tendência sul-coreana de criadores de conteúdo que comem em frente a uma câmara, tornou-se um fenómeno global do YouTube.

O papel das viagens na formação da próxima vaga culinária coreana

Olhando para o futuro, é importante notar como os hábitos alimentares ocidentais podem ser afetados pelo sector das viagens, em particular a natureza dos atuais viajantes em busca de emoção, que apreciam novas experiências e a descoberta de outras culturas.

Ao longo da década de 2020, os viajantes demonstraram maior disposição para se aventurar além dos caminhos tradicionais e em novos territórios, com 40% dos viajantes optando por explorar destinos desconhecidos. Viajar está tão no topo das listas de prioridades dos consumidores que, em 2024, 64% dos viajantes globais reduziram os seus gastos pessoais para priorizar viagens de lazer.

A Coreia não foi excluída do desejo crescente dos viajantes ocidentais de viajar para mais longe. De facto, em 2023, Seul, a capital do país, registou um aumento anual de 373,6% no número de turistas.

Este facto poderá ser um motor para uma maior autenticidade na esfera da comida coreana, à medida que esta se estabelece como um ator importante na restauração requintada. Em vez de procurarem pratos familiares de comida coreana, os clientes valorizam refeições diversificadas e autênticas, que não tenham sido adaptadas a um paladar ocidental.

Na verdade, o Chef Junghyun Park (cujo restaurante de alta gastronomia coreana Atomix, em Nova Iorque, foi premiado com duas estrelas Michelin em 2021) argumentou que a sua clientela é: “Muito aberta a novas culturas.”

“Eles gostam de aceitar coisas novas”, ele acrescentou. “Então não é como se eu tivesse que mudar o gosto deles.”

O futuro da influência oriental

Vários pratos coreanos já alcançaram reconhecimento popular em Ocidente.

No entanto, a próxima vaga de K-food assistirá a uma maior variedade de pratos, à medida que os intervenientes coreanos, particularmente no espaço da comida de conveniência, como a gama bibigo da C.J. Foods, aumentam o esforço para fazer mais incursões no mercado.

À medida que a tendência K-food vai para além da comida de rua e se torna mais facilmente disponível, é provável que:

- Um aumento na visibilidade introduza mais variações de nicho e regionais da culinária coreana.
- Os produtos alimentícios coreanos tenham maior presença nos corredores dos supermercados ocidentais.
- A popularidade da comida coreana abra as portas para outras culinárias do Leste e Sudeste Asiático, que foram menos apreciadas até agora.
- Por exemplo, os especialistas preveem que as culinárias birmanesa e filipina, dos países do sudeste asiático, Mianmar e Filipinas, possam emergir como novos participantes no espaço global da alimentação.

Em geral, o aumento da influência da culinária oriental reflete a globalização no setor alimentar e a mudança gradual em direção a uma culinária global, em vez de culinárias segmentadas por país ou nacionalidade.





O molho Knorr Demi-Glace é o complemento perfeito para uma variedade de pratos.

A PALAVRA

ESCRITO POR
Esther Tseng

A IMAGEM DA FUSÃO MUDOU. A COZINHA SEM FRONTEIRAS É *o novo normal*.

Não há termo culinário mais controverso e, ainda assim, vulgarmente usado, para descrever a mistura de culturas do que “fusão”. Superficialmente, a fusão de culturas, ou a influência de uma sobre a outra, começou tão cedo como a migração, a colonização e o comércio. Ou seja, há milhares de anos. Mas o contexto importa e abordar a história de quando e como certas cozinhas convergiram é mais importante do que nunca. A forma como a cozinha de fusão é referenciada hoje, tende a ignorar as muitas maneiras pelas quais as para cozinhas foram criadas fora de uma esfera do Leste Asiático-Occidental, antes da segunda metade do século XX, quando a “fusão” na cozinha moderna foi cunhada. Para os propósitos desta secção, abordaremos o grande impacto que a migração asiática teve na cozinha californiana, que influenciou e se espalhou para muitas outras partes do mundo.

Existem certos pratos onnipresentes, que podemos tomar como garantidos, que agem como carimbos do tempo na história da cozinha de fusão. Na década de 1960, o California roll, o rolinho cortado que substitui peixe cru por abacate, pepino e carne de caranguejo (imitação), teria sido criado por Ichiro Mashita em Little Tokyo, ou Ken Seusa perto de Hollywood, em Los Angeles, ou Hidekazu Tojo em Vancouver. Seja a sua invenção resultado das restrições de acesso aos ingredientes, ou da adaptação aos gostos locais, o rolinho tornou-se popular em todo o sul da Califórnia antes de se espalhar pelos Estados Unidos, tornando-se a porta de entrada para o sushi para muitos norte-americanos.

Há muitos outros pratos notáveis na linha do tempo da cozinha de fusão que ainda são icónicos hoje, incluindo a salada de

frango chinesa de Sylvia Cheng Wu do Madame Wu’s Garden, que incorporou repolho com alface junto com frango cozido temperado com vinagrete feito de óleo de sésamo, soja e mostarda, que também foi criado na década de 1960. A pizza de salmão fumado de Wolfgang Puck está no menu do Spago desde a sua inauguração em 1982 e é coberta com creme de endro, óleo de pimenta e alho, cebolinha e caviar. Sashimi de yellowtail num molho feito de soja, frutas cítricas e katsuobushi com fatias finas de jalapeño por cima é um prato de entrada icónico iniciado na cozinha de fusão por Nobu Matsuhisa, agora visto em todos os lugares. Durante o nascimento das redes sociais, o taco de costela coreano vendido pelo camião de tacos Kogi de Roy Choi tornou-se numa história de sucesso bem conhecida, não apenas na fusão das cozinhas mexicana e coreana, mas na viralização digital dos alimentos.





Existem também muitos alimentos icônicos que resultaram da convergência de cozinhas de todo o mundo há séculos. Há o bánh mì (vietnamita e francês), há o pastel jamaicano (jamaicano e inglês) e há o vindaloo (português e goês). Há também o pancit palabok (chinês, mexicano, espanhol nas Filipinas) e o ramen (chinês e japonês). Mas o componente mais importante por trás de todos esses alimentos é a rica história da qual surgiram, seja a integração de suas culturas resultado da colonização ou das exploração compartilhada. Os problemas começam quando os cozinheiros não reconhecem como as cozinhas ou os ingredientes se complementam ou não, combinando cozinhas de forma descuidada e acreditando que adicionar uma à outra resultará necessariamente numa soma maior do que as suas partes. Há uma razão pela qual a cozinha de fusão tem má reputação, e às vezes acaba por ser apelidada, pelos seus críticos de “cozinha de confusão”.

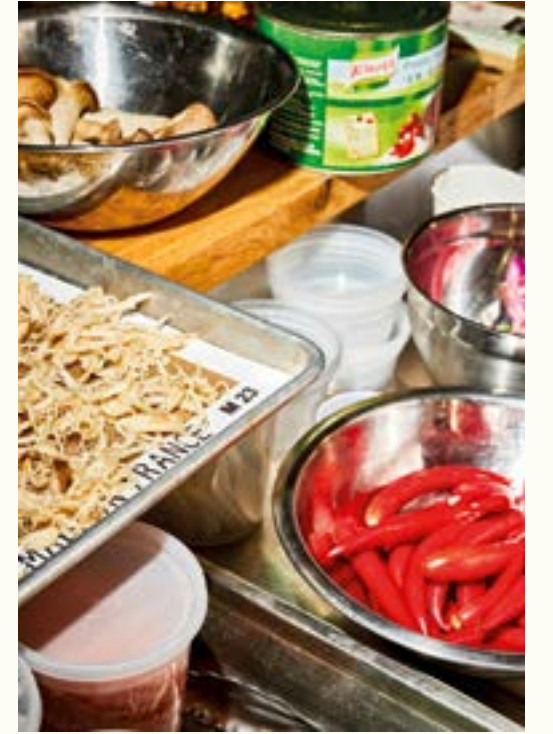
Na verdade, a experiência de Matsuhisa não surgiu do nada. Ele é um mestre da culinária nikkei, um movimento culinário que remonta ao final do século XIX, quando os primeiros colonos japoneses desembarcaram no Peru.

Eles adaptaram as suas receitas aos gostos locais peruanos, tornando-se um alimento básico em meados dos anos 1900. Matsuhisa, que nasceu em Saitama, Japão, abriu o seu primeiro restaurante Nobu no Peru em 1970, antes de se mudar para Los Angeles para abrir o Matsuhisa. Hoje, ele é reconhecido mundialmente, há mais de 50 restaurantes Nobu em todo o mundo.

Outra mistura de cozinhas nascida no Peru é a chifa, que incorpora sabores e ingredientes cantoneses e peruanos para se tornar um gênero inteiramente próprio, com o maior número de trabalhadores chineses a chegar em meados de 1800. Pratos como arroz chaufa (arroz frito) e lomo saltado (carne bovina e vegetais salteados) povoam as ementas de restaurantes que servem culinária chinesa-peruana.

Em França e no Japão, o intercâmbio cultural começou no final dos anos 1800, durante a Restauração Meiji, depois de o Japão abrir os seus portos ao comércio ocidental. O francês Louis Begeux foi contratado como o primeiro chefe de cozinha estrangeiro no Japão no Tsukiji Hotel e espalhou a influência francesa por todo o Japão, cozinhando mesmo em

“Compreender a história destas cozinhas pode ajudar os chefs a entender melhor como integrar essas influências.”



banquetes imperiais. Os seus aprendizes japoneses viajavam para França para estudar técnicas francesas, e voltavam para continuar a espalhar a influência culinária francesa por todo o Japão. Da parte de França, na década de 1960, a influência japonesa tornou-se mais popular na nouvelle cuisine, com os chefs franceses a suavizar o seu toque com molhos mais requintados e com notas mais delicadas no paladar. A cozinha que mostra esta dualidade chegou aos Estados Unidos através de restaurantes como o Maison Akira do falecido Akira Hirose em Pasadena, que esteve aberto desde 1999 até 2019, e ainda hoje vive, no recém-inaugurado e terceiro restaurante de Charles Namba e Courtney Kaplan, Camelia, no centro de Los Angeles.

Na América do Norte, a comida chinesa feita para os paladares dos americanos significava adicionar mais açúcar e fritar mais ingredientes. Pratos como egg foo young, frango General Tso e frango com laranja foram criados nas cozinhas americanas. Embora os migrantes chineses tenham desembarcado primeiro nas costas dos Estados Unidos para trabalhar nas minas de ouro, construir o seu sistema ferroviário e trabalhar em campos agrícolas, a imigração em larga

escala não aconteceu até 1965, quando a comida chinesa pôde ser apoiada por uma população asiática maior devido à aprovação do Immigration and Nationality Act, derrubando o restritivo Chinese Exclusion Act. Até então, a comida chinesa tinha que ser aclimatada a paladares mais ocidentais para continuar no mercado.

Hoje, a fusão pode ser encontrada em qualquer sítio e em todos os lugares, também graças a algumas redes internacionais que ajudam a torná-la onnipresente nas suas muitas interpretações. O restaurante Nobu, por exemplo, continua a prosperar na sua identidade como um restaurante de fusão confiável e cosmopolita que oferece sushi, mas também pratos do tipo izakaya, em locais de todo o mundo. O Sushisamba oferece um menu japonês, brasileiro e peruano para uma experiência leste-sul-americana num ambiente colorido e moderno, em nove locais em breve, incluindo Las Vegas e Dubai. O premiado Roy's Restaurants de Roy Yamaguchi, que serve fusão havaiana, tem 30 locais, a maioria nos Estados Unidos, mas também no Japão e em Guam. Mas também há o California

Pizza Kitchen, com mais de 200 locais em todo o mundo, fazendo pizzas de fusão e salada de frango chinesa para as massas.

Embora seja impossível abordar as raízes de como os alimentos de inúmeras culturas em todo o mundo se integraram e influenciaram uns aos outros, há um padrão claro quando se trata de sabores e ingredientes do Leste Asiático, que ganharam aceitação quando foram integrados nas cozinhas e paladares ocidentais em meados do século XX. São estes que vagamente reconhecemos como comida de “fusão”, nascidos de padrões de migração e dos ajustes que essas comunidades tiveram que fazer para agradar aos paladares locais e permanecer no mercado. Na sua essência, parte desta inovação nasceu da luta, e entender a história dessas cozinhas só pode ajudar os chefs a entender melhor como integrar essas influências. Embora não haja limites no que diz respeito à cozinha de fusão e ainda que a terminologia possa ter alguma bagagem a perder, a sua evolução continua e é simplesmente inevitável.



COZINHAR ALÉM FRONTEIRAS

COM O CHEF *Santiago Lastra*





O chef Santiago Lastra está a liderar um novo momento culinário que dissolve fronteiras e reescreve a tradição. No restaurante KOL, premiado como The World’s 50 Best Restaurants desde 2022, o chef reinventa os sabores vibrantes da sua cidade natal, o México, usando ingredientes exclusivamente britânicos. A sua cozinha tem tanto a ver com honrar a herança como com abraçar a inovação.

“Saí do México quando tinha 18 anos e não queria olhar para trás”, lembra o Chef Santiago. “Na época, deixar o México era a definição de sucesso. O meu sonho era aprender com os melhores chefs da Europa; nunca me passou pela cabeça que a minha herança ou gastronomia mexicana eram únicas. Demorou 10 anos para a minha visão mudar.”

Esta perceção veio enquanto trabalhava no Nordic Food Lab, em Copenhaga. Foi lá que o Chef Santiago explorou como fazer tortilhas usando grãos escandinavos e nixtamalização, a técnica mexicana tradicional de cozinhar milho com hidróxido de cálcio. “Descobri como conseguir sabores mexicanos mesmo sem ingredientes mexicanos específicos. Isso abriu os meus olhos e fez-me perceber o quão especial era ser mexicano e poder representar o meu país servindo comida mexicana fora do México.”

Ingredientes locais para sabores mexicanos

No México, as pessoas cozinham com o que têm à sua volta, não há importação de ingredientes. No meu restaurante KOL, eu imagino o Reino Unido como uma ilha que faz parte do México, criando sabores mexicanos e usando apenas ingredientes britânicos. Cada prato tem uma narrativa mexicana ou incorpora técnicas tradicionais, como cozinhar ingredientes envoltos em folhas. Tudo é novo, mas também tradicional.

Nós, chefs, gostamos de pensar que podemos criar uma tradição na nossa vida, mas leva muito tempo e esforço para criar algo que seja tão bom quanto uma tradição. Pense bem: desenvolver o primeiro taco levou pelo menos 3.000 anos. Isso não significa que não devamos tentar. No KOL, estamos a construir uma linguagem culinária e uma maneira de

trabalhar que, um dia, pode se tornar uma tradição. Espero que o nosso processo se torne algo mais fácil e natural de se fazer.

O segredo por trás da cozinha

Durante as minhas viagens pelo México, descobri que a comida mexicana não é feita para alimentar, mas para puro prazer. Assim, na última década, tenho estado obcecado pela ciência por trás desse prazer e como ele influencia tanto o paladar quanto a mente. Volto ao México várias vezes por ano, explorando taquerias, vilas, mercados e comunidades indígenas. Cada visita aprofunda a minha compreensão do que torna a culinária mexicana tão especial, ajudando-me a representar o meu país e os seus da melhor maneira possível.

A comida mexicana é explosiva, mas perfeitamente equilibrada. Envolve todas as partes do paladar. Por exemplo, o taco: o estaladiço da tortilha, a suavidade do bolinho de massa, a cremosidade do molho e a mastigação da carne. É tudo o que se pode pedir, uma bomba completa de doce, alcalino, ácido, umami, picante e aromático. Tudo o que se pode pedir em apenas três dentadas. E isto é apenas comida de rua. Os molhos Mole podem conter até 70 ingredientes - cinzas, chocolate, legumes, plátanos, pimentas, nozes e sementes - todos dispostos em camadas para alcançar a máxima complexidade de sabor. Uma das coisas mais elegantes que se pode comer no México, e que é um dos meus pratos favoritos de todos os tempos,

são os escamoles, conhecidos como caviar mexicano. Só está disponível no final da primavera, pois é feito de ovos de formigas rainhas colhidos de catos agave. Estes ovos delicados são salteados em manteiga com chalotas e servidos com uma tortilha, abacate e salsa. É simplesmente divino.

Arte do sabor

No KOL, reinventamos os escamoles cozinhando pinhões até que adquiram uma textura gelatinosa, imitando a delicadeza dos ovos de formiga. Combinamos isso com trufas, cogumelos e um caldo de vitela e medula óssea. Para completar o prato, adicionamos uma pitada de formigas Formica rufo de Kent, cujo sabor azedo lembra limão, como um aceno às formigas rainhas do México.

Criar pratos como este pede uma análise metódica de sabores. Temos realmente de decompô-los e vê-los como mapas de sabor para buscar alternativas. Se eu preciso de substituir a manga, procuro algo igualmente doce, amarelo e floral no Reino Unido. Pode ser sabugueiro para a nota floral, que transformamos em xarope. Kombucha de abóbora traz a acidez e a cor certas, ou no verão pimentão amarelo. Juntos, estes ingredientes conseguem dar origem a um sorvete com um gosto notavelmente parecido com manga.



REVIVALISMO DA MASSA

Desenvolvido por três chefs internacionais da UFS, Eric Chua (Singapura), Thaís Gimenez (Brasil) e James Brown (Reino Unido e Irlanda), este prato inovador dá vida ao elemento central da Cozinha sem Fronteiras. Celebrando a interconexão das culturas globais através da comida e permitindo que os chefs experimentem e criem algo único. O Chef Eric concentra-se num molho icónico de caranguejo com chili de Singapura ideal para “dipping”, abordando a mudança para uma alimentação rápida. A Chef Thaís apresenta a massa frita, coberta com sumagre e acompanhada com dois deliciosos molhos: a moqueca brasileira e o molho de açaí para churrasco, feito com a tradicional “super baga”. São o acompanhamento perfeito para todos os pratos mais saborosos. O Chef James acrescenta um toque britânico ao glacear das bolas de massa e apresenta molhos criativos, como a espuma rarebit e a mistura para tarte de carne picada, mostrando assim, como o prato pode unir diferentes culturas e técnicas culinárias

Para obter esta e outras receitas dos Menus do Futuro, visite www.ufs.com



JAMES BROWN
Unilever Food Solutions,
Reino Unido e Irlanda



ERIC CHUA
Unilever Food Solutions,
Sudeste Asiático
e Sul da Ásia



**“PIZZA É O PRATO
MAIS *inclusivo*
QUE ALGUMA VEZ
FOI CRIADO.”**

— **THAÍS GIMENEZ**
Chef de Cozinha Executiva
Unilever Food Solutions, Brasil

COM JAMES BROWN, ERIC CHUA E THAÍS GIMENEZ

Este prato colaborativo dos Chefs René-Noel Schiemer e Evert Vermandel mistura criativamente influências alemãs e asiáticas, apresentando meio franguinho assado servido com uma salada de noodles estilo ramen. O Chef René-Noel enfatiza a fusão de sabores, integrando a paprica à salada de ramen. O Chef Evert observa a importância do contraste de sabores e influências globais, transformando finalmente o prato tradicional de frango numa salada moderna que reflete uma abordagem culinária sem fronteiras.

Para obter esta e outras receitas dos Menus do Futuro, visite www.ufs.com

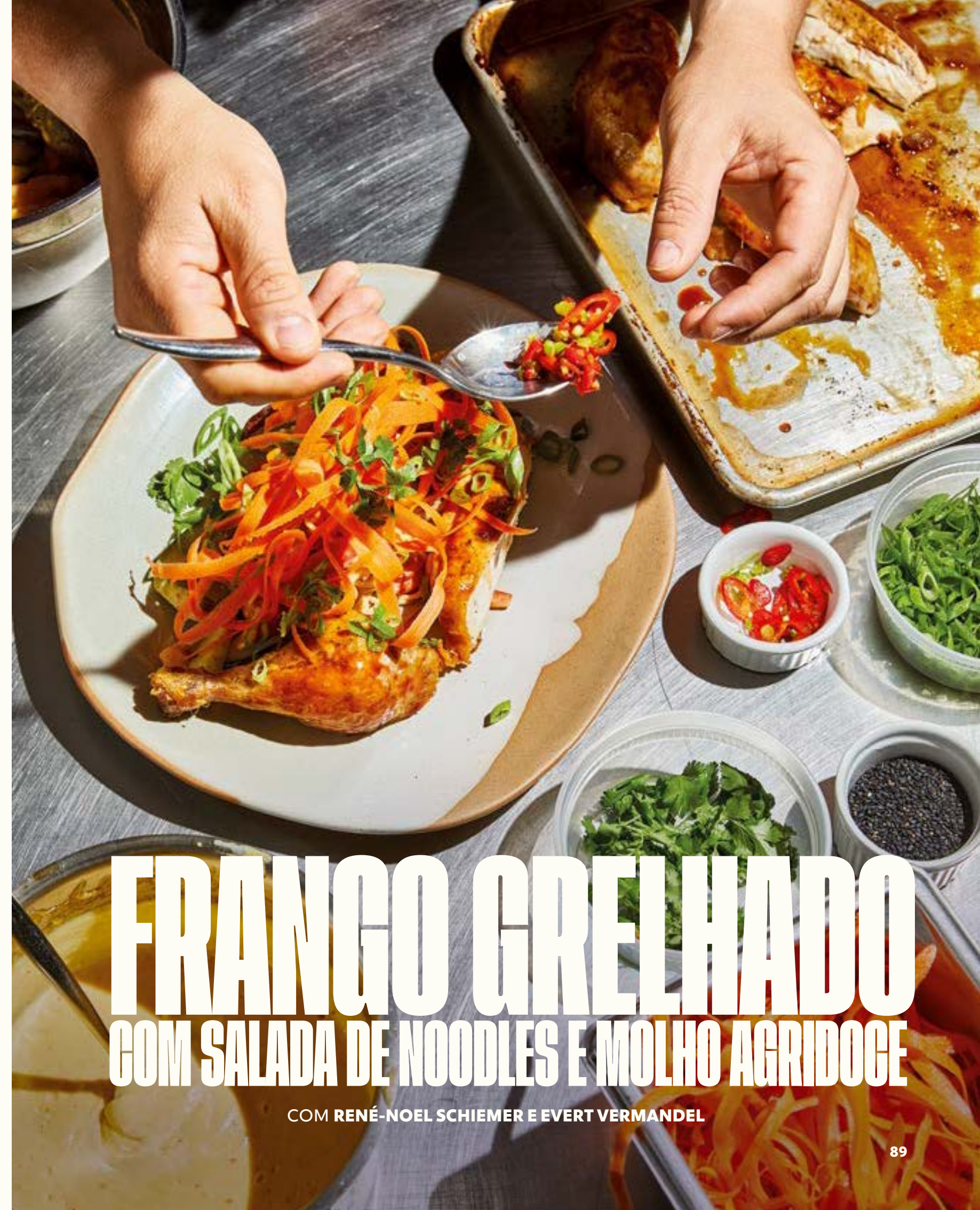


EVERT VERMANDEL
Unilever Food Solutions,
Países Baixos



**"SEJA OUSADO AO COMBINAR
CONCEITOS *clássicos* COM
TÉCNICAS MODERNAS E
INGREDIENTES INSPIRADOS
NOUTRAS COZINHAS."**

— **RENÉ-NOEL SCHIEMER**
Chef Adjunto de Consultoria Culinária
Unilever Food Solutions, Alemanha



FRANGO GRELHADO COM SALADA DE NOODLES E MOLHO AGRIDOGE

COM RENÉ-NOEL SCHIEMER E EVERT VERMANDEL



Este saboroso prato de bacalhau apresenta um filete ligeiramente salgado emparelhado com uma vibrante salsa verde assada no fogo, criada pelo Chef Alvaro Lima. Esta salsa mistura pimentos italianos carbonizados, tomates verdes, alho, cebola e jalapeño com um ingrediente secreto de espinafres para dar mais cor e frescura. O Chef Frank Jakobsen realça o prato infundindo o peixe com uma saborosa marinada de sal, incorporando folhas de louro, limão fresco e pimentos. Juntos, estes elementos criam um prato brilhante e harmonioso, que mostra o melhor das técnicas culinárias nórdicas e latinas.

Para obter esta e outras receitas dos Menus do Futuro, visite www.ufs.com



ALVARO LIMA
Unilever Food Solutions, América do Norte



KEES VAN ERP
Unilever Food Solutions, Dinamarca

“ESTE PRATO É UMA FUSÃO *terrosa* E ELEGANTE.”

— **FRANK JAKOBSEN**
Chef de Cozinha e Consultor Culinário
Unilever Food Solutions, Dinamarca



BACALHAU COZIDO

**COM MOLHO VERDE ASSADO E BATATAS
FRITAS COM GREMOLATA AIOLI**

COM ALVARO LIMA,
FRANK JAKOBSEN E KEES VAN ERP



O HAMBÚRGUER SEM FRONTEIRAS

COM BRANDON COLLINS E CHRIS ZHONG

Este hambúrguer com cebola esmagada, criado pelos Chefs Brandon Collins e Chris Zhong, mistura maravilhosamente as tradições culinárias americana e chinesa. O prato inovador apresenta um suculento pão de hambúrguer, habilmente esmagado para obter uma textura perfeita, coberto com cebolas cortadas em fatias finas e queijo cheddar envelhecido. Para elevar os sabores clássicos, um molho de abacate e pimenta verde chinesa dá um toque único, casando o conforto de um favorito americano com influências chinesas vibrantes. Este hambúrguer exemplifica o conceito de cozinha sem fronteiras, ilustrando como diversos sabores e técnicas se podem juntar para criar uma experiência gastronômica harmoniosa.

Para obter esta e outras receitas dos Menus do Futuro, visite www.ufs.com



CHRIS ZHONG
Unilever Food Solutions,
China



**É CASAR OS *sabores*
DA COMIDA CHINESA
COM O MAIS
EMBLEMÁTICO PRATO
AMERICANO."**

— **BRANDON COLLINS**
Chef Executivo Corporativo
Unilever Food Solutions, América do Norte

Este prato inovador de massa reinventa a lasanha ao misturar as ricas tradições culinárias da Argentina, Itália e Suíça. No centro desta criação está o ossobuco, preparado num autêntico estilo argentino com carne tenra, legumes vibrantes e vinho aromático. A lasanha é construída com folhas Knorr de massa de lasanha frita para melhorar a textura. Para complementar, um luxuoso creme de parmesão, juntamente com o sabor de couve branca e um toque especial de grãos de cacau, resultando assim numa mistura única que celebra diversos ingredientes globais.

Para obter esta e outras receitas dos Menus do Futuro, visite www.ufs.com



JIMENA SOLIS
Unilever Food Solutions,
Argentina, Uruguai,
e Paraguai



ANDREAS WILLINER
Unilever Food Solutions,
Suíça



**"JUNTOS ESTAMOS
A CRIAR UM NOVO
PRATO, UMA NOVA
PROPOSIÇÃO E UMA
NOVA *visão*."**

— **GIUSEPPE BUSCICCHIO**
Chef de Cozinha Executivo
Unilever Food Solutions, Itália

LASANHA



CROCANTE

COM **GIUSEPPE BUSCICCHIO,**
ANDREAS WILLINER E JIMENA SOLIS



CHILI MEXICANO POLVO GRELHADO

CAVOLO NERO E MOLHO DE VINHO TINTO

COM KEES VAN ERP, ALVARO LIMA E FRANK JAKOBSEN

Este prato de polvo combina técnicas tradicionais com sabores globais arrojados, começando com uma marinada suave inspirada na América Central e terminando com um grelhado para obter uma profundidade fumada e caramelizada. É acompanhado por um molho clássico de vinho tinto, enriquecido com o caldo de cozedura do polvo e caldo de galinha, criando uma mistura harmoniosa de riqueza e complexidade. Esta abordagem exemplifica as possibilidades criativas de combinar diversas tradições culinárias num prato coeso e excitante.

Para obter esta e outras receitas dos Menus do Futuro, visite www.ufs.com



ALVARO LIMA
Unilever Food Solutions,
América do Norte



FRANK JAKOBSEN
Unilever Food Solutions,
Dinamarca



**“UM MOLHO *clássico*
DE VINHO TINTO UNE
TODOS OS SABORES
ARROJADOS.”**

— **KEES VAN ERP**
Chef Executivo Global
Unilever Food Solutions

Este prato de frango e waffles é uma reinterpretação criativa de um clássico alimento de conforto, misturando influências globais para elevar tanto o sabor como a textura. Os waffles são preparados utilizando um ferro clássico para obter um exterior estaladiço e dourado, que contrasta com o frango tenro e saboroso. O frango é marinado com ingredientes de inspiração tailandesa, acrescentando complexidade e um toque de especiarias. Esta combinação cria um equilíbrio dinâmico de sabores doces, salgados e umami, proporcionando um twist inesperado ao que é familiar. O prato exemplifica o atrativo da cozinha sem fronteiras, transformando um conceito muito apreciado numa experiência gastronómica envolvente e memorável.

Para obter esta e outras receitas dos Menus do Futuro, visite www.ufs.com



EVERT VERMANDEL
Unilever Food Solutions,
Países Baixos



“ESTE FRANGO NÃO É SÓ CROCANTE, TEM CAMADAS DE SABORES *ousados* TAILANDESES, COMPLEMENTADOS POR UMA MISTURA CRIATIVA DE INFLUÊNCIAS COREANA E OCIDENTAL.”

— **JIRAROJ NAVANUKROH**
Chef de Cozinha Executivo
Unilever Food Solutions, Tailândia



FRANGO FRITO COM MOLHO ASIÁTICO PICANTE E WAFFLES COM MAIONESE DE ÁCER

COM JIRAROJ NAVANUKROH
E EVERT VERMANDEL





INGREDIENTE HERÓI

O CULTO DA COZINHA POSITIVA

Kyla Touri
Corporate Chef
Unilever Food Solutions, Canada.

Todos os dias, chefs do mundo inteiro esforçam-se para cumprir as expectativas, tanto das suas equipas como dos seus clientes. É o que os motiva, mas também pode ter um custo: o seu bem-estar físico e mental.

A Positive Kitchens, tal como a FairKitchens (nome anterior), foi criada para apoiar esse impulso, garantindo que o esforço não tenha um custo muito alto para os chefs ou para as suas equipas. Esta iniciativa oferece todo o apoio necessário às cozinhas profissionais internacionalmente.

Fundada pela Unilever Food Solutions em 2018, a Positive Kitchens é um recurso de suporte gratuito que fornece o treino, as ferramentas e a inspiração que os chefs e as suas equipas precisam para prosperar e ter o melhor desempenho no ambiente de cozinha profissional. Não podemos eliminar as pressões do serviço, mas podemos oferecer recursos, treino e ferramentas para ajudar a tornar o seu ambiente o mais positivo possível, melhorando as cozinhas agora e para as gerações futuras.

A Positive Kitchens começam em si e nós estamos lado a lado consigo a cada passo do caminho, defendendo a diversidade e a inclusão e criando ambientes positivos, dos quais todos queremos fazer parte.

Os resultados da pesquisa da UFS mostram que a cultura da cozinha profissional ainda é altamente tóxica em muitos ambientes de serviços de alimentação à volta do mundo, impactando negativamente a saúde e o bem-estar dos chefs e das suas equipas.

Os resultados da nossa pesquisa mostraram:

60%

EXPERIÊNCIA NEGATIVA
COM IMPACTOS
NA SAÚDE MENTAL

51%

EXPERENCIARAM
COMUNICAÇÃO
AGRESSIVA

58%

ACREDITAM QUE EXISTE
UM CONFLITO GERACIONAL
EM COZINHAS PROFISSIONAIS

28%

NÃO RECOMENDARIAM
SER CHEF

RECEITA PARA UMA CULTURA POSITIVA

A LIDERAR O CAMINHO PARA UMA CULTURA DE COZINHA POSITIVA COM A CHEF *Asma Khan*.

Há muito tempo que a cultura das cozinhas de restaurantes é associada a horas exaustivas, hierarquia rígida e linguagem abusiva. Isto acabaria de imediato se dependesse da chef Asma Khan, fundadora do Darjeeling Express, um restaurante indiano só para mulheres em Londres. Esta ativista disruptiva tem a missão de revolucionar a forma como as cozinhas operam, focando-se não apenas na comida, mas nas pessoas que a fazem. Ela constrói comunidades e cria um ambiente onde cada pessoa é valorizada, respeitada e empoderada. Descubra a cozinha positiva.

Quando imaginei o Darjeeling Express, imaginei um restaurante onde eu iria querer fazer as coisas de forma diferente. No Darjeeling Express somos uma irmandade. Temos uma aparência diferente e viemos de tradições diferentes, mas operamos como uma tribo. Um grupo de mulheres que cozinham juntas e que acreditam umas nas outras. As mulheres sempre estiveram no centro de todas as tradições culinárias, mas são, muitas vezes, marginalizadas nas cozinhas profissionais. Elas sentem-se sub-representadas, isoladas e desfavorecidas. Este é um problema enorme. Elas deviam sentir-se bem-vindas, iguais, seguras e que têm as portas abertas para que um dia progridam para chefs de cozinha.

O negócio da hospitalidade é administrado por pessoas de todas as origens, mas muitas vezes não são respeitados. Se quer ter sucesso, precisa que todos na sua equipa se sintam valorizados. Os donos de restaurantes devem nutrir a sua equipa emocionalmente, fisicamente e mentalmente. A ideia de que alguém tem que suportar abusos por causa das pressões da cozinha é absurda. Se não consegue lidar com a pressão, precisa de dar um passo para trás e respirar. Não é motivo para maltratar os outros. As pessoas precisam de poder praticar desporto, sair, ver um filme, encontrar-se com os seus amigos e passar tempo com os seus gatos. Vivemos num tempo revolucionário de mudança dentro da indústria. Já não estamos a falar sobre chefs a fazer culinária molecular, estamos a falar sobre cuidar da sua equipa.

A sua prioridade não é o resultado final, as estrelas Michelin ou as boas críticas. É a saúde mental da sua própria equipa. Olhe primeiro para deles, depois cuide dos seus clientes. O maior legado da nossa geração deve ser que mudamos a indústria para a próxima geração.

“O maior legado da nossa geração deve ser o de termos mudado a indústria para a geração seguinte.”



IGUALDADE E DIVERSIDADE

Se quiser montar um prato realmente bom, tudo tem que estar em proporção igual. O mesmo vale para a sua equipa. Toda a cozinha deve dar ênfase à diversidade. E diversidade não só em relação à cor da pele, mas também ao género e sexualidade. Pode ter pessoas de todos os tipos de origens. Através da comida, conversas e respeito mútuo, pode construir pontes. Converse com a sua equipa sobre o que eles precisam para se sentirem iguais. Faça-os sentir que as suas opiniões importam. É assim que a diversidade será bem sucedida.



JUSTIÇA

Os ambientes de trabalho tóxicos foram normalizados na indústria de restaurantes por muito tempo. Um em cada quatro chefs já foi vítima de maus tratos físicos. Acredito que uma cozinha deve ser um lugar onde uma pessoa se sinta segura. Proprietários, chefs e gerentes são responsáveis por estabelecer uma estrutura de respeito e igualdade. É preciso ter políticas em vigor que se oponham ao bullying, que declarem que há tolerância zero ao racismo e tolerância zero a qualquer pessoa sendo tocada sem o seu consentimento.



EQUIDADE

Cerca de 74% dos chefs sentem-se privados de sono ao ponto de exaustão e 53% sentem-se pressionados ao ponto de rutura. As pessoas devem receber tratamento justo e pagamento justo. Isso começa com turnos mais curtos e horas de trabalho mais razoáveis. A equipa deve ter tempo para descansar, perseguir as suas paixões pessoais e viver vidas equilibradas. Pessoas exaustas tomam más decisões, o que só leva a maus resultados.



EMPATIA E COMUNIDADE

Crie um ambiente onde a equipa se sinta apoiada, respeitada e fortalecida. Isto pode ser feito celebrando o aniversário de todos, feriados de todas as culturas ou simplesmente levando a equipa para comer um gelado num dia quente. Estes pequenos gestos promovem conexões e quebram barreiras. Ao promover a compreensão e celebrar a diversidade, os chefs e a equipa da cozinha podem criar um espaço onde todos se sintam vistos e valorizados.



RAÍZES CULINÁRIAS

Uma tendência crescente nos menus que celebra e revive cozinhas regionais menos conhecidas, honrando ingredientes indígenas e técnicas de cozinha que se ligam ao patrimônio cultural. Este movimento realça a importância de preservar o passado enquanto se avança, assegurando que a *autenticidade* permaneça no centro de cada prato. A tendência frequentemente começa numa região e pode ganhar um reconhecimento mais alargado, mas deve manter a sua verdadeira essência para ter êxito.

O USO DE IOGURTE TRADICIONAL

ESTÁ A IMPACTAR FORTEMENTE ESTA TENDÊNCIA. O IOGURTE É UM INGREDIENTE CHAVE QUE PODE SER USADO EM MUITOS PRATOS.



Os principais fatores que contribuem para esta tendência incluem:

- A era pós-pandemia do Covid e os problemas da cadeia de abastecimento, que despertaram interesse nas tradições alimentares locais e culturais
- Clientes que procuram mais profundidade e autenticidade nas suas experiências gastronômicas
- A redescoberta da própria cultura culinária em vez de se focar apenas nas influências estrangeiras
- Chefs que abraçam a sua herança em primeiro lugar
- A narrativa como forma de conexão com a tradição e a história

Os chefs agora estão a reviver receitas tradicionais e micro regionais, oferecendo aos clientes acesso a cozinhas raramente celebradas. Esta abordagem preserva a herança culinária usando técnicas e ingredientes autênticos. Embora certos toques modernos possam ser aplicados, manter a autenticidade da culinária continua a ser essencial, proporcionando uma experiência cultural rica, que celebra a história tanto quanto a inovação.

As principais técnicas desta tendência:

- Cozinhar em fogo de lenha
- Ensopar, estufar, guisar
- Infusão
- Cozinhar lentamente
- Grelhar a carvão
- Marinada

Cozinhas com raízes culinárias que se encaixam nesta tendência:

- Oaxaca
- Andino
- Basco
- Emiradense
- Templo coreano
- China
- Lucatã

Página anterior:
Os noodles Dan dan
estão populares no
mundo inteiro.

FIGAR DE OLHO

A POPULARIDADE DA COZINHA HUNAN, ORIGINÁRIA DA REGIÃO DO RIO XIANG, DO LAGO DONGTING E DA PROVÍNCIA OCIDENTAL DE HUNAN, NA CHINA, ESTÁ A AUMENTAR RAPIDAMENTE.







PONTOS DE INTERESSE CULINÁRIOS REGIONAIS

ESCRITO POR
Sophie Wilkinson

**AO REDOR DO MUNDO, ALGUMAS DAS MAIS
vibrantes COZINHAS E TÉCNICAS SURGEM
DOS LUGARES MAIS INESPERADOS.**

A comida costumava viajar de boca em boca, os comerciantes elogiavam os méritos dos seus produtos, quer fossem práticos (o açúcar era, para alguns, apenas uma moeda, o sal era só um conservante) de sabor único, de aparente abundância ou de raridade exótica. Os imigrantes criaram métodos de cozinha para se adaptarem às suas viagens à procura de uma vida melhor. As comunidades partilhavam entre si as melhores formas de cozinhar com os seus ingredientes locais. As empreitadas coloniais e militares levaram os invasores a trazerem os seus próprios alimentos familiares para lugares onde os locais preferiam muito mais a cozinha nova do que o regime recém-imposto.

Mais tarde, as trocas culturais entre aliados fizeram surgir movimentos gastronómicos de nicho, como a comida vietnamita que surgiu na República Checa, pastéis da Cornualha na Argentina e as passas introduzidas à massa veneziana.

Agora, vivemos num mundo globalmente ligado, onde as receitas podem atravessar quilómetros em minutos e os métodos de confeção são hiperotimizados para tornar cada tarefa mais eficiente para chefs atarefados. À medida que os elogiados chefs se

aventuram em novos domínios de processamento, salmoura, conservação e apresentação dos alimentos, o objetivo, ao que parece, é agora valorizar cada ingrediente individual. Embora os avanços tecnológicos possam ajudar a desenvolver perfis de sabor, por vezes, regressar ao básico é o caminho a seguir. Porque não olhar para as raízes dos nossos reinos alimentares coletivos, como a paisagem molda a flora e a fauna, e como a engenhosidade dos cozinheiros caseiros e chefs tradicionais de várias regiões do mundo pode moldar a abordagem atual à comida?

Galiza
Esta região verdejante de Espanha na costa atlântica deve agradecer às suas muitas baías e enseadas—conhecidas como rias—pela abundância de marisco. Aqui, as águas doces e salgadas encontram-se para criar o ambiente perfeito para frutos do mar como lagosta, polvo, camarão e lagostins prosperarem. Os percebes podem parecer assustadores, mas simplesmente fervidos em sal e louro, antes de serem escaldados em água gelada e descascados, garantem que a sua textura (entre lula e abalone) possa ser saboreada.

Esta zona é conhecida como a sétima região celta e o seu clima marítimo significa que o ar húmido e as gramíneas ricas produzem ambientes agrícolas ideais para criar queijos amanteigados como a tetilla. A Galiza também abriga a catedral de Santiago de Compostela do século XII, destino de milhares de peregrinos que caminham centenas de quilómetros para a visitar. Em homenagem a Santiago, a tarta de Santiago usa amêndoas locais como farinha, fazendo um bolo denso e coincidentemente sem glúten. Com os ovos a fornecerem as gorduras em vez dos laticínios, esta tarta conserva-se muito bem, o que significa que os peregrinos a usam desde 1500 como combustível compacto e delicioso ao longo do seu caminho. Ela também incorpora leves notas de laranjas e limões, introduzidos na região durante a ocupação mourisca.

A fusão das culturas mourisca e celta, assim como a inspiração das antigas colónias espanholas na América do Sul, culmina dramaticamente no ponche quemada, feito com conhaque orujo que é incendiado, com açúcar caramelizado,

casca de limão e café para lhe dar doçura e profundidade. O ritual em torno do seu consumo é conhecido como o conxuro de quemada, ou o feitiço da quemada, e é bebido na altura do Halloween

Turquestão Oriental/Província de Xanjing
Esta área montanhosa, na fronteira entre a China e a Ásia Central, tem sido alvo de fortes disputas há séculos, mas foi também um ponto de paragem na Rota da Seda, absorvendo influências turcas e chinesas na sua culinária para criar uma cozinha distinta.

Assim como os seus vizinhos uzbeques, os uigures marcam o seu pão, ou nan, com intrincados carimbos de metal com pontas. Isto não só cria padrões lindos e individuais nos pães achatados arredondados, tradicionalmente cozidos no interior de fornos de barro abobadados conhecidos como tonurs, mas também cria buracos para a textura do pão se moldar. Com partes fofas e outras crocantes, o nan é usado como um prato ou para pegar em alimentos mais húmidos como o da pan ji, um ensopado de frango picante à base de tomate e batata. Se o nan não for utilizado, os noodles de farinha de trigo feitos à mão, conhecidos como läghmān, servirão de substituição.

Polo é a versão uigur de pilaf ou pulao, onde cebolas, cenouras e cominho são fritos em óleo antes de adicionar o arroz, que é então coberto com carne de cordeiro ou carneiro cozida a vapor. Para cortar a profundidade reconfortante e untuosa desses sabores e texturas, são adicionados vegetais em conserva e saladas avinagradas. O cordeiro é uma carne central para os uigures, que colocam tiras finas dela em espetos para assar em grelhadores quentes até

ficarem chamuscadas, polvilhando com cominho picante.

Cusco, Peru
Aninhada nos Andes a uma altitude de 3.399 metros, esta cidade é o lar do método de cozimento huatia, onde o forno é projetado para cair. Uma fogueira é esculpida, uma cúpula temporária é construída em cima dela usando tijolos de adobe, sendo o fogo aceso por baixo. Quando estiver quente o suficiente, as batatas são colocadas e os tijolos quentes são empurrados para baixo para cobri-las. As carnes podem ser cozinhadas nos tijolos por cima das batatas, que normalmente estão macias e fofas quando são retiradas cerca de meia hora mais tarde. O chiri uchu é um prato popular com raízes contestadas, mas que, sem dúvida, é um testemunho da variedade de produtos peruanos. Numa só travessa, que se come por volta da semana de Corpo de Deus, em maio ou junho, há porquinho-da-índia assado, frango, charque, um prato de carne seca feito de milho de lama, queijo, algas marinhas, peixe, batatas, pimentos rocoto e tortilha. Servido frio e picante, pode ser partilhado por toda a família e é também disponibilizado em porções mais pequenas, para uma só pessoa, pelos vendedores ambulantes.

Durante quase 100 anos, os cortes gordurosos de carne de porco foram processados na sua própria banha para fazer pedaços extracrocantes de carne doce-salgada conhecidos como chicharrones. É servido com hominy amiláceo, que é milho amarelo ou branco tratado com soda cáustica para remover a casca e o germe, e salsa criolla picante, uma mistura de pimentões, cebolas, tomates e alho.



IDENTIDADE ATRAVÉS DA COMIDA

COMO A COMIDA LIGA
A GERAÇÃO Z E MILLENNIALS
À IDENTIDADE E *herança*.

ESCRITO POR
Angela Hui



Já parou para refletir sobre a história por detrás dos pratos que cria? Talvez tenha considerado as origens de um tempero-chave usado na sua cozinha, ou perguntado sobre a história de uma receita de família que inspira o seu menu. Como chef ou dono de um restaurante, entender as raízes dos alimentos, pode transformar a sua cozinha num lugar que faz mais do que apenas preparar refeições; pode ser uma sala de aula para ensinar história cultural ou um palco para celebrar pratos.

De receitas antigas passadas de geração em geração a pratos regionais reinventados com toques modernos, a Geração Z e os Millennials veem a comida como mais do que sustento. A geração atual tem alguns dos paladares mais aventureiros moldados pela exposição precoce a sabores diversos; eles abraçam a comida que excita os sentidos, aprendem sobre diferentes culturas e mergulham em tradições esquecidas que os conectam com o passado. Usando a comida como uma ponte entre a herança cultural e a vida moderna, estão a repensar como consomem os alimentos, interagindo com conteúdo culinário em livros e online, e encontrando inspiração culinária de novas formas. A comida é um ponto crucial para contar histórias, uma oportunidade para se reconectar com as raízes, um espaço para explorar a identidade e uma forma de promover um sentido de comunidade.

Em 2018, Chris Ying, ex-editor da reputada revista independente de gastronomia Lucky Peach, explorou esta ideia no livro *You and I Eat the Same*, destacando as inúmeras maneiras pelas quais a comida e a culinária nos conectam, ao mesmo tempo que mostra as marcantes diferenças e complexidades do ato de comer. Para aqueles que trabalham na indústria da hospitalidade, isto apresenta uma oportunidade para aprofundar o conhecimento sobre a comida e como ela pode ser um conector, superar divisões culturais e iniciar conversas. Quem pode cozinhar o quê, e por quê? Como os pratos podem refletir histórias de identidade, herança e evolução? Que mensagem deseja transmitir com seus ingredientes e técnicas culinárias? Ao fazer essas escolhas intencionalmente, pode criar pratos com os quais os clientes se identificam a um nível mais profundo.



“Da próxima vez que testar uma nova receita, planejar um menu ou introduzir um especial, considere qual a história que conta. Será que destaca tradições esquecidas?”

Veja como os chefs como a Joké Bakare, cujo restaurante foi o primeiro no Reino Unido administrado por uma chef negra a ganhar uma estrela Michelin, abordam este aspeto. O seu restaurante, Chishuru, em Londres, usa ingredientes difíceis de encontrar da África Ocidental juntamente com produtos britânicos locais. Bakare faz mais do que educar e inspirar. Segundo a própria “A comida tem várias camadas e liga-nos à cultura e à tradição”. A sua abordagem desafia preconceitos e convida os clientes a explorar a amplitude e a profundidade da cozinha África Ocidental sob uma nova luz, abrindo caminho para uma compreensão mais subtil. “A comida do continente subsaariano muitas vezes carece de técnica e sutileza: é tudo no mesmo pote. Quero que as pessoas que vêm ao Chishuru pela primeira vez descubram as técnicas que usamos. Podem parecer simples, mas não são.”

Os Millennials e a Geração Z têm como hábito alimentar o desejo por experiências culinárias significativas. A Seven Rooms, uma plataforma de reservas de restaurantes, destaca que 34% dos consumidores do Reino Unido deste grupo demográfico jantam fora pelo menos três vezes por mês. Estas 2 gerações, não estão apenas à procura da próxima tendência ou do último restaurante que abriu; eles procuram lugares fora de casa e do trabalho para se conectar e relaxar. Os fatores como o de conveniência, personalização e valor do jantar são considerados os mais

importantes. Os clientes geralmente são leais às suas marcas e restaurantes favoritos; confiam neles e estão dispostos a pagar mais por experiências melhores. Além disso, alguns dos maiores temas no marketing de restaurantes estão relacionados com a autenticidade, a conexão com a comunidade, os sabores genuínos e os espaços inclusivos que celebram a diversidade. Em Londres, essa mudança é evidente em lugares como o restaurante Chishuru. “O mundo da gastronomia está finalmente a prestar atenção, mas ainda há um longo caminho a percorrer. É muito importante para mim manter a tradição da comida com a qual cresci. Na comida da África Ocidental, não há muita documentação sobre os nossos pratos,” explica Bakare. “Quero ser um agente de preservação enquanto abraço a modernidade, garantindo que estas tradições perdurem para a próxima geração”.

Esta representação e diversidade apela fortemente aos clientes mais jovens e estendem-se para além do prato, chegando aos meios de comunicação populares. Atualmente, com o fácil acesso à internet as pessoas facilmente aprendem a cozinhar e descobrem restaurantes para visitar. Os Canais de YouTube oferecem não só receitas e recomendações de restaurantes, mas também explicam as origens e a história dos alimentos. Entretanto, plataformas de redes sociais como Instagram e TikTok

Página oposta:
O chef Edwin Van
Gent prepara
crumble de
azeitonas para
o seu prato.

permitem que cozinheiros amadores, agricultores, chefs, marcas de alimentos e bebidas, grupos de restaurantes e escritores de gastronomia partilhem as suas histórias diretamente com o público, ultrapassando os meios de comunicação tradicionais. Esta mudança criou oportunidades para que tanto cozinheiros amadores como profissionais partilhem as suas tradições culinárias com o mundo.

Aproveitar esta ascensão da culinária baseada na identidade apresenta uma oportunidade única. Não estamos apenas a servir comida—estamos a criar uma experiência memorável que educa e conecta. Nesta era de autenticidade, os clientes valorizam a intencionalidade e o propósito. Eles querem saber o que estão a comer, a jornada desde a quinta até à mesa, as histórias por trás das mãos que fizeram a comida e sentir que a sua refeição é parte de uma narrativa cultural maior. Ao oferecer contexto, narrativas e história, está a convidar os seus clientes para uma jornada de partilha da descoberta. Da próxima vez que testar uma nova receita, planejar um menu ou apresentar um especial, considere qual é a história que ela conta. Ela destaca tradições esquecidas? Ela conecta-se à sua herança ou experiências pessoais? Deixe a sua comida contar a história das suas raízes, inspirações e visão para o futuro. Ao fazer isso, o seu restaurante torna-se não só um lugar para comer, mas um destino para exploração cultural e refeições significativas.

Peixe frito, salada verde e óleo
de pimenta de sichuan.





A ALMA DA TERRA SERVIDA NUM PRATO

COM *Ana Roš*

No Hiša Franko, com três estrelas Michelin, no remoto Vale Soča, na Eslovênia, localizado entre os Alpes Julianos e a fronteira italiana, onde cada prato conta uma história do lugar, tradição e criatividade. A coproprietária e Chef Ana Roš construiu uma culinária moldada pelo clima alpino e enraizada na sazonalidade, no fornecimento local e no respeito pela terra. Desde reviver métodos agrícolas tradicionais até desafiar percepções do que torna um ingrediente valioso, as suas criações são ousadas, pessoais e refletem o caráter único da região.

Hiša Franko é o primeiro e único restaurante em que trabalhei. Na verdade, formei-me em ciência e diplomacia internacional. Eu não era uma cozinheira profissional quando comecei a trabalhar no restaurante há 25 anos, na altura, tinha uma abordagem e filosofia um pouco românticas. Primeiro, entrei em contacto com fornecedores e agricultores locais, porque, por estarmos tão longe de qualquer cidade, precisávamos de uma estratégia para obter ingredientes. O que acaba por ser hoje uma tendência, já nós fazemos há muitos anos.

Um murro no estômago
Eu vejo-nos como embaixadores da nossa terra. Na mesa do Hiša Franko, pode sentir e experimentar onde está e quem está a cozinhar para si. A nossa comida é uma colcha de retalhos de sazonalidade e território e a cor principal é a personalidade do chef. A minha comida é muito intensa e picante. Os hóspedes às vezes ficam chocados e dizem que o menu foi como um “murro no estômago”. Mas é exatamente isso que eu quero.

Trabalhar com as estações
Nós seguimos a natureza e trabalhamos com as diferentes estações. Os nossos ingredientes são microlocais. Quando eu chego ao topo da montanha, consigo ver todos os lugares onde compramos. Isto desafia-nos a ser criativos, porque a natureza não é um supermercado, precisamos de nos adaptar constantemente. Nós, no nosso restaurante, não usamos foie gras, lagosta ou a maioria dos ingredientes que se encontram em restaurantes que são famosos. Nós limitamo-nos aos produtos que encontramos no nosso Vale Soča, como a batata, a truta e o corço.

“A minha comida é muito intensa e apimentada. Às vezes, os clientes ficam chocados e dizem que o menu foi como um ‘murro no estômago’. Mas é exatamente isso que eu quero.”



Um clima de abundância
O nosso clima alpino único, influenciado pela brisa salgada do mar próximo e pelo solo rico em minerais, confere sabores distintos às plantas e aos animais que se alimentam delas. É incrível descobrir o quanto este solo e este clima podem dar mais do que aquilo que os nossos antepassados conheciam. Tradicionalmente, esta é a área do feijão verde, mas através dos nossos dois agricultores, o Jeanne e o Matteo, descobrimos que o nosso clima é semelhante ao da Nova Zelândia. Por isso, atualmente, conseguimos ter espinafre da Nova Zelândia, wasabino, kiwi e folhas de mostarda. Como consequência, agora deixamos que a nossa imaginação tenha asas e todos os anos, a lista de ingredientes que temos é maior.

Manter a tradição viva
Às vezes, penso que um dos meus maiores sucessos é não deixar morrer as formas tradicionais da agricultura, que são praticadas aqui. Nós sustentamos economicamente o vale através da forma como adquirimos os ingredientes, o que também tem um impacto social, pois os jovens estão a ficar para se tornarem agricultores em vez de se mudarem para as cidades. O queijo cottage fermentado que usamos—com um sabor picante e ácido—é típico deste vale, mas infelizmente já é raramente consumido. Compramo-lo de agricultores mais velhos para ajudar a tradição e o conhecimento a sobreviver.

Para mim, Raízes Culinárias é sobre regressar à natureza. É sobre abraçar o território local e ser consciente na forma como o cultivamos e colhemos, para não esgotarmos as florestas ou prados.”



Batata de um euro

Um dos nossos pratos mais famosos é a batata assada em crosta de feno. Este prato começou com uma conversa que tive com um agricultor sobre as batatas que precisávamos. Quando lhe pedi para definir o preço, ele disse-me: “Um euro”. Por batata, não por quilo. No princípio, pareceu-me excessivo, mas depois ele perguntou: “Porque é que pagamos tanto por boa carne ou peixe, mas não por vegetais?” Esta pergunta mudou a minha perspetiva. O prato em si dá vida a essa ideia. Uma batata é assada numa crosta de feno da montanha e sal, absorvendo os aromas florais e terrosos dos prados alpinos. Quebrar a crosta libera um aroma que evoca dormir numa cama de feno no topo dos Alpes, uma experiência romântica que conta a história de Hiša Franko.

Retorno à natureza

Para mim, Raízes Culinárias é sobre regressar à natureza. É sobre abraçar o território local e ser consciente na forma como o cultivamos e colhemos, para não esgotarmos as florestas ou prados. Todos os chefs devem ter capacidade para obter produtos locais. Se conseguimos fazer isto num clima desafiador como o do Vale do Soča, podemos fazê-lo em qualquer lugar. Vamos parar de comprar tomate durante o ano todo e, em vez disso, focarmo-nos em comer mais produtos sazonais e locais. Devemos parar de movimentar muito os alimentos. Não apenas com o objetivo de reduzir as emissões de CO₂, mas também porque a cada dia que passa, após a colheita de frutas e vegetais, a planta perde óleos essenciais, o que muda completamente o sabor.”





Este prato é fortemente baseado na técnica do escabeche, um método tradicional utilizado em Espanha, na América Latina e nas Filipinas para conservar os alimentos.

O escabeche consiste em cozinhar proteínas como frango, coelho ou peixe, e até mesmo legumes, numa preparação semelhante a um guisado com vinagre como líquido principal, o que equilibra a acidez e permite que o prato seja conservado durante dias, ou mesmo semanas.

O Chef moderniza esta técnica, enriquecendo-a com novos condimentos, como a canela, o anis e uma combinação de vinagres, e introduzindo elementos asiáticos como o dashi e o miso. Este prato, o escabeche de frango servido com beringelas, foi concebido como uma entrada fria ou a temperatura ambiente, reunindo técnicas antigas com um toque moderno.

Para obter esta e outras receitas dos Menus do Futuro, visite www.ufs.com



"TÉCNICAS ANTIGAS COMO *escabeche* ESTÃO A SER MODERNIZADOS — É SOBRE CRIATIVIDADE E REINVENÇÃO."

— **PEIO CRUZ**
Chef de Cozinha
Unilever Food Solutions, Espanha

BERINGELA GRELHADA



RECHEADA COM FRANGO ESCABECHE, MISO E XEREZ

COM PEIO CRUZ

PEIXE FRITO EM ÓLEO DE PIMENTA DE SICHUAN

COM PHILIP LI

Este prato é uma especialidade tradicional de Sichuan, com peixe frito a baixa temperatura num óleo de chili rico e picante. Embora este prato utilize normalmente carne de vaca marinada e fatiada, o Chef Philip Li inova ao substituí-la por peixe para dar um toque mais saudável. A preparação envolve marinar o peixe com gengibre e alho antes de o congelar para permitir um corte perfeito. Em seguida, é frito a baixas temperaturas, melhorando a sua textura e sabor. Este prato não só mostra as técnicas históricas da cozinha de Sichuan, como também realça a importância de respeitar e compreender as tradições culinárias como base para a inovação.

Para obter esta e outras receitas dos Menus do Futuro, visite www.ufs.com



**“CHEFS JOVENS DEVEM RESPEITAR
O PRATO *tradicional*. ELES
PRECISAM DE SABER O MOTIVO.”**

— PHILIP LI
Chef de Cozinha Executivo
Unilever Food Solutions, China

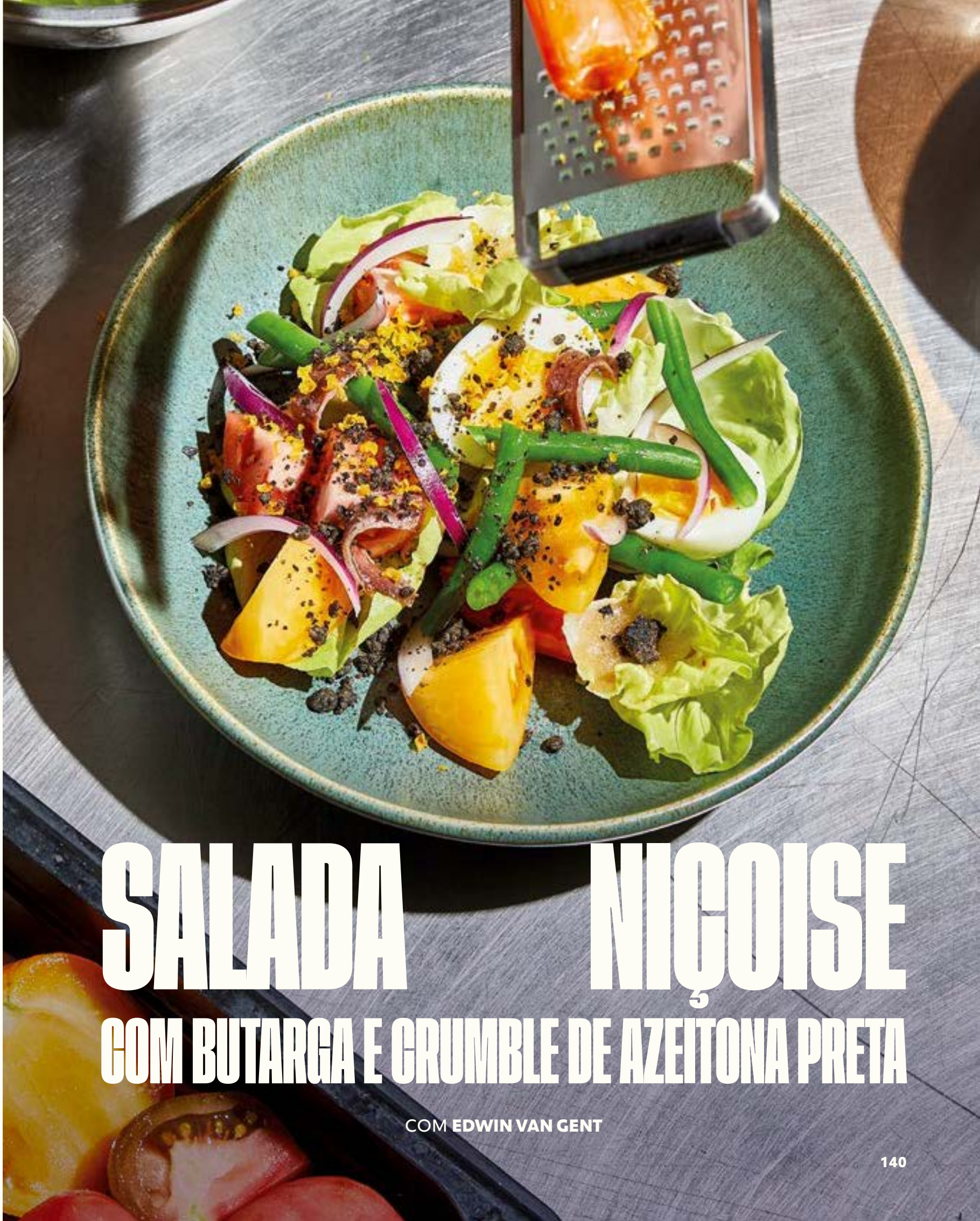
A Salade Niçoise é uma salada francesa clássica que incorpora os sabores vibrantes de Nice. Este prato refrescante inclui normalmente tomates, feijão verde, ovos cozidos e azeitonas pretas. No entanto, neste caso, o Chef Edwin Van Gent opta por um toque criativo, incorporando um crumble feito de três tipos de azeitonas, substituindo o tradicional atum ou anchovas por ovas de salmonete salgadas e raladas, acrescentando profundidade e umami.

Para obter esta e outras receitas dos Menus do Futuro, visite www.ufs.com



"ESTE PRATO É AMADO POR MUITAS PESSOAS PELOS SABORES RICOS E QUALIDADES *refrescantes*."

— EDWIN VAN GENT
Chef de cozinha
Unilever Food Solutions, Países Baixos



SALADA NIÇOISE

COM BUTARGA E CRUMBLE DE AZEITONA PRETA

COM EDWIN VAN GENT



Cozinha Personalizada

A gastronomia está a evoluir da personalização genérica para experiências mais interativas e personalizadas, nas quais os clientes participam na criação e modificação das refeições. A tendência do menu *Cozinha Personalizada* concentra-se em tornar a refeição imersiva e multissensorial, além de oferecer experiências únicas e de valor agregado.



55%

AUMENTO
NOS RESULTADOS
DE PESQUISA PARA
CHURRASCO COREANO,
DESTACANDO UMA
MUDANÇA RUMO
A EXPERIÊNCIAS
GASTRONÓMICAS ÚNICAS
E PERSONALIZADAS.

Vários fatores estão a impulsionar esta tendência de menu em evolução, incluindo:

- Um desejo crescente por experiências gastronômicas personalizadas, envolventes e imersivas
- Clientes que procuram experiências comunitárias além dos tradicionais pratos partilhados
- A preferência da Geração Z por escolhas selecionadas e momentos dignos de redes sociais
- Avanços tecnológicos (RA, IA) remodelando a forma como as refeições são vivenciadas
- Acesso a dados que permitem interações gastronômicas hiperpersonalizadas

Embora a tecnologia e a gastronomia se tenham aproximado cada vez mais nos últimos anos, a relação entre ambas está a evoluir mais do que nunca. A realidade aumentada (RA) pode criar menus interativos, enquanto a inteligência artificial (IA) adapta recomendações com base em preferências anteriores. Essas ferramentas ajudarão os clientes a envolver todos os seus sentidos, oferecendo uma experiência mais personalizada e envolvente. Os restaurantes continuarão a experimentar a tecnologia para oferecer experiências gastronômicas multissensoriais altamente personalizadas, que irão muito além do paladar, incorporando elementos visuais, auditivos e até táteis, que tornam a refeição mais única e memorável.

Esta tendência reflete uma mudança para um envolvimento mais profundo nas refeições, onde a personalização e a interação são fundamentais, impulsionadas pela evolução da tecnologia e pela procura dos clientes por experiências mais significativas e partilhadas.

As principais técnicas que dominam esta tendência:

- Crie o seu próprio prato
- Espumas, esponjas e molhos aerados
- Puré
- Impressão 3D
- Cozinhar à mesa
- Congelamento rápido
- Fermentação
- Maçarico

Ingredientes-chave para a tendência do menu Cozinha Personalizada:

- Nozes
- Beterraba
- Chocolate
- Limão
- Açafrão
- Mostarda
- Carnes para Churrasco
- Gelatina

Página anterior:
O bibimbap tradicional é facilmente modificável para o jantar.

FIGAR DE OLHO

O GELADO TEM SIDO O TÓPICO DE PESQUISA NA INTERNET QUE MAIS CRESCE NO MUNDO, COM VOLUMES DE PESQUISA PARTICULARMENTE ALTOS NA ÁSIA E NOS EUA.



UM PLANO PARA PERSONALIZAÇÃO



Eric Chua **CHEF EXECUTIVO DA UFS
EM SINGAPURA, VIETNAM E CAMBOJA PARTILHA
SUGESTÕES DE CUSTO-BENEFÍCIO PARA SERVIR
PERSONALIZAÇÃO NO RESTAURANTE.**

A personalização tornou-se uma pedra angular da experiência gastronômica. Ao permitir que os clientes personalizem os seus pratos de acordo com as suas preferências, os restaurantes podem criar experiências memoráveis e envolventes que fazem com que os clientes voltem sempre.

A personalização tornou-se um fator crítico nas preferências gastronômicas da Geração Z, um grupo demográfico que valoriza a individualidade, a consciência de saúde e experiências significativas. Ao contrário das gerações anteriores, os clientes da Geração Z procuram refeições que reflitam os seus gostos pessoais e necessidades dietéticas, tornando a personalização não só uma tendência dos menus, mas também uma necessidade para os profissionais de restauração.



Crie uma área de toppings: Crie um bar de saladas ou wraps com uma variedade de coberturas (por exemplo, proteínas, vegetais, frutos secos e sementes). Isto permite que os clientes da Geração Z criem os seus próprios pratos, levando assim a aumentar o seu sentido de propriedade e criatividade.

Área para molhos: Apresente uma variedade de molhos e temperos interessantes inspirados nos sabores da culinária regional, como o Sudeste Asiático. Os clientes podem misturar e combinar para criar as suas próprias misturas exclusivas, tornando cada prato único e distinto.

Perfis de sabor: Ofereça aos clientes uma escolha de perfis de sabores dinâmicos (por exemplo, condimentado, picante, doce) que podem ser incorporados nos seus pratos. Isso ajuda a satisfazer paladares individuais e convida à experimentação.

Opções de Faça-Você-Mesmo: Ofereça uma seleção de ingredientes básicos para saladas ou wraps, permitindo que os clientes escolham as suas proteínas, vegetais e grãos preferidos. Isto não só responde às preferências alimentares, como também envolve os clientes na criação do seu prato.

Especiais sazonais: Alterne ingredientes sazonais e ofertas por tempo limitado que incentivem a repetir visitas. Os clientes apreciarão a frescura e a oportunidade de experimentar novas combinações.

Ciclo de feedback: Incentive os clientes a fazer comentários sobre os seus pratos personalizados, permitindo que o restaurante refine as ofertas e construa uma relação mais próxima com o seu público.

Promova a partilha: Crie um “prato personalizado da semana” que os clientes possam partilhar nas redes sociais. Isto pode incentivá-los a experimentar novas combinações e ajuda a promover o seu restaurante organicamente.



COMO TORNAR UM RESTAURANTE RENTÁVEL (E MANTÊ-LO ASSIM)

Ah, os restaurantes, esses templos tentadores da gastronomia onde os sonhos são servidos e os cartões de crédito choram. É fácil ser apanhado a romantizar a indústria, imaginando-se como aquele chef que elabora pratos de forma tão apaixonada, que as pessoas falam dele aos amigos. Mas por detrás dos pratos lindamente decorados e do ar Instagramável está a fria e dura realidade: Os restaurantes operam com margens de lucro muito reduzidas. Então, como garantir que o seu negócio continue lucrativo? Eis cinco dicas a seguir.

A lucratividade de um restaurante não é apenas sobre o que está no prato — é sobre o que acontece nos bastidores. Todos os dias, tem que lidar com realidades imprevisíveis como: quantos clientes vão aparecer hoje ao almoço/jantar; fornecedores que desapareceram com um pedido essencial de ingredientes; problemas de pessoal e aquelas quebras de energia não planeadas que acabam com o seu stock congelado, juntamente com o seu lucro.

Mesmo as cozinhas mais bem administradas enfrentam uma batalha constante contra a imprevisibilidade, por isso é importante mitigar o risco com estratégias confiáveis que sustentem a sua margem de lucro.

ESCRITO POR
Thaís Gimenez
Chef de Cozinha Executiva
Unilever Food Solutions, Brasil

1 Engenharia de menu: A Arte e a Ciência dos Pratos Lucrativos

Um menu lucrativo é mais do que uma coleção de pratos; é uma aula magistral de equilíbrio entre criatividade e economia. Aqui está o que é preciso:

- **Entenda as suas estrelas:** Alguns pratos voam do menu e rendem-lhe dinheiro. Outros são projetos de paixão que mal chegam ao ponto de equilíbrio, mas mostram a alma do chef. Encontrar um equilíbrio entre pratos lucrativos que agradam ao público e arte culinária com alma é a chave.
- **Pratique a magia dos ingredientes:** Grandes chefs não cozinham apenas; eles maximizam cada grama de cada ingrediente. Desde transformar folhas de cenoura em pesto a usar aparas de carne para caldo, a eficiência é o molho secreto.
- **Adote tendências alimentares (com sabedoria):** As tendências de menus que se alinham com a sua marca e o seu público podem captar mais atenção e gerar mais receitas. Use estes Menus do Futuro para encontrar aquela ou aquelas que melhor se adequam ao seu menu.

2 Aproveite o poder dos dados (sim, dados!)

Os dados podem não parecer atraentes, mas são a tábua de salvação de um restaurante rentável. Aqui está o porquê:

- **Previsão de procura:** Ao analisar os padrões de vendas, pode prever o fluxo de clientes e planejar as suas compras com mais precisão, reduzindo desperdícios e evitando escassez de stock.
- **Acompanhamento de custos:** Integre receitas, preços de ingredientes e rendimentos ao seu sistema para entender a sua percentagem de custo de alimentos (o número mágico que diz se está a ganhar dinheiro, ou apenas a alimentar as pessoas de graça).
- **Eficiência de agendamento:** Use dados históricos para determinar os horários de pico para refeições e a escala de funcionários de acordo.

3 Equipamento: O melhor amigo (ou pior inimigo) da cozinha profissional

Vamos falar de gadgets. Claro que gostaria de ter uma cozinha equipada como uma nave espacial, mas a praticidade conta muito.

- **Maravilhas de multitarefas:** fornos de convecção, máquinas sous-vide e processadores de alta potência podem simplificar as operações e reduzir o tempo de preparação. A eficiência é o seu subchefe.
- **Eficiência energética:** Reduzir a sua conta de energia é ótimo para o planeta e para os seus lucros. Equipamentos modernos com recursos de economia de energia compensam o investimento.
- **Treino importa:** Mesmo as melhores ferramentas são inúteis se a sua equipa não sabe como usá-las corretamente. Uma equipa bem treinada é mais eficiente do que o mixer mais sofisticado.

4 As Pessoas Fazem a Cozinha Profissional

Relativamente à equipa: eles são o coração pulsante do seu restaurante. Mas sejamos realistas: a indústria dos restaurantes não é exatamente conhecida pelo equilíbrio entre a vida pessoal e profissional. Uma equipa feliz e saudável é produtiva. Veja como manter a sua cozinha a funcionar na perfeição:

- **Formação adequada:** Ensine os seus cozinheiros a seguirem as receitas e a calcularem as doses com exatidão. A consistência reduz o desperdício e garante a qualidade.
- **A saúde mental importa:** O burnout é real. Trate a sua equipa como humanos, não como máquinas. Horários saudáveis e um ambiente positivo conduzem a um melhor serviço de alimentação e reduzem a rotatividade de funcionários. Se ainda não sabe sobre o assunto, conheça o movimento Positive Kitchens. A UFS é um membro fundador. É um recurso gratuito que oferece ferramentas, treino e conselhos personalizados para o setor de serviços de alimentação (visite www.ufs.com para mais informações).
- **Resolução criativa de problemas:** uma equipa bem apoiada pode concentrar-se em formas criativas de reduzir desperdício, otimizar fluxos de trabalho e melhorar a rentabilidade.

5 A Lucratividade é Uma Rotina Diária

Alcançar a lucratividade não é um marco único; é um esforço contínuo. Eficiência, criatividade e adaptabilidade são os seus melhores amigos. Desde repensar a sua mise en place até adotar novas técnicas de preservação (como desidratação e conservação), cada pequeno ajuste pode fazer a diferença.

Pode ser um desafio, mas para aqueles que o fazem bem, as recompensas de gerir um restaurante lucrativo—financeiras e não só—são extremamente gratificantes.



EXPETATIVAS DE EVOLUÇÃO

Rafael Larue, DIRETOR CRIATIVO DA EMPRESA DE TRANSFORMAÇÃO LIVIT DESIGN, OFERECE INFORMAÇÕES SOBRE AS EXPETATIVAS EVOLUTIVAS DOS CLIENTES.



Apesar de os clientes em todo o mundo terem hábitos diferentes, desde a comida que comem até a forma como a comem, as expetativas em relação às suas experiências gastronómicas costumam ser as mesmas e, num mundo onde quase tudo parece possível, as expetativas são maiores do que nunca.

A Livit Design é uma “empresa de transformação” líder mundial. A sua lista de clientes globais inclui uma variedade de nomes conhecidos. A sua visão do cenário culinário global permitiu que previsse as mudanças nas expetativas dos clientes e o que pode estar a causar estas mudanças.

Rafael Larue, Diretor Criativo e sócio da Livit Design, partilha alguns insights e dicas sobre como alcançar a personalização ideal no serviço de alimentação hoje.

Conte-nos um pouco sobre a Livit Design.

A Livit é a maior empresa de transformação de alimentos e bebidas do mundo. A razão pela qual nos chamamos empresa de “transformação” é porque não nos encaixamos perfeitamente em nenhuma categoria. Tentámos rótulos como “empresa de design” e “consultoria”, mas o nosso trabalho abrange tudo, desde design até operações e inovação culinária. Oferecemos serviços de estratégia de marca e experiência do cliente até design de interiores, design de cozinha e até mesmo pequenos detalhes, como

configurações de mesa. Lidamos com projetos chave-na-mão, especialmente para conceitos escaláveis que visam o sucesso replicável. Trabalhamos em mercados como os EUA, América Latina, Oriente Médio, Ásia e Europa. Isto dá-nos visibilidade sobre tendências emergentes à volta do mundo. Por exemplo, podemos ver tendências na China, que em breve chegarão aos EUA, ou observar mudanças nos EUA, que podem influenciar marcas europeias. Esta perspetiva global ajuda-nos a estar sempre à frente nas tendências.

Quais são algumas das maiores mudanças que notou nas expectativas dos clientes a nível mundial?

Os clientes de hoje querem tudo à sua maneira, e querem tudo de uma vez. Este não é necessariamente um momento de novas tendências, mas sim uma expansão das existentes. Por exemplo, as pessoas esperam conveniência e qualidade, mesmo em marcas de topo. A entrega de refeições requintadas, antes inédita, agora é comum. Os clientes esperam envolver-se com as marcas através de vários canais e opções, e procuram experiências que sejam rápidas, de alta qualidade e personalizadas para eles.

“A personalização é a chave para tudo o que estamos a ver no setor gastronómico atualmente.”



De onde vêm estas expetativas tão altas dos clientes?

É uma mistura de progressão natural e do impacto do Covid. Tendências como a personalização já estavam a surgir, mas o Covid acelerou tudo, pois as marcas tiveram de se adaptar rapidamente para sobreviver. Além disso, a consciencialização do consumidor cresceu. As gerações mais jovens consideram mais do que apenas o sabor, elas pensam na comida como combustível, valores de marca e sustentabilidade. Elas buscam uma conexão com marcas que se alinham com os seus valoress.

A “hospitalidade irracional” tornou-se um termo popular nos últimos anos, graças ao livro de Will Guidara. O que acha sobre este termo?

Acredito que essa é a direção para a qual a indústria se está a mover: personalizar experiências a um nível sem precedentes. Embora nem todas as marcas tenham os recursos para oferecer serviços hiperpersonalizados, a tendência geral é que as marcas forneçam experiências elevadas e personalizadas, que vão além das expetativas tradicionais. “Hospitalidade irracional” pode soar extremo, mas à medida que as expetativas dos clientes aumentam, um certo nível de personalização está a tornar-se o padrão. Em última análise, as marcas devem adaptar-se para atender a estas expetativas dentro das suas capacidades. À medida que continuamos neste caminho, a “hospitalidade inesperada” provavelmente tornar-se-á o novo padrão.

Como está a lidar com estas mudanças nas expetativas dos clientes no seu trabalho?

Nós concentramo-nos na flexibilidade da jornada do cliente, adaptando-nos a diferentes canais de refeições e caminhos de compra. As marcas atualmente precisam de ser mais do que apenas centradas no cliente, precisam de ser “centradas nas pessoas”, equilibrando as necessidades do cliente, do funcionário e da empresa. Também simplificamos os processos para atrair e reter funcionários, especialmente onde há escassez de mão de obra. O nosso objetivo é criar locais de trabalho que promovam orgulho e sentimento de pertença, fazendo com que os funcionários se sintam parte de algo significativo.

O que é que prevê para as experiências gastronómicas nos próximos 5 a 10 anos?

Acho que veremos uma mistura de conveniência e experiência, com foco em proporcionar interações altamente personalizadas. Por exemplo, em alguns restaurantes na Ásia, até a decoração é personalizada em tempo real com base nos clientes presentes. A tecnologia está a permitir um nível de experiência individual nunca antes vista, onde cada visita pode parecer uma experiência única e irrepetível. Essa tendência rumo a experiências personalizadas irá provavelmente continuar a crescer.

Alguma consideração final?

A personalização é a chave para tudo o que estamos a ver atualmente no setor da restauração.





GAGGAN

O RESTAURANTE GAGGAN ELEVA A
experiência GASTRONÓMICA AO
PRÓXIMO NÍVEL.

ANAND



O indiano Gaggan Anand é o chefe de cozinha mais premiado da Ásia. No seu restaurante, Gaggan, em Bangucoque, que abriu em 2019, mostra o seu lado rebelde e experimental, ainda mais do que no seu restaurante anterior. No Gaggan, os convidados dançam, cantam e comem ratos de rua tailandeses grelhados. Se este último é de facto verdade? Sobre esse assunto, o chef deixa os seus clientes na dúvida. “Somos um restaurante extremamente radical”, diz Gaggan numa entrevista pessoal.

No restaurante Gaggan, classificado como número nove no The World’s 50 Best Restaurants e número três no Asia’s 50 Best Restaurants, os clientes devem abandonar as suas ideias de alta gastronomia. A experiência é elevada para o próximo nível. É como visitar o teatro, com duas apresentações diferentes. O restaurante tem 14 lugares. Os clientes sentam-se lado a lado em duas filas que ladeiam as laterais da cozinha, com uma visão direta da ação. Os pratos são acompanhados por música, há um show de luzes, som e dança da equipa da cozinha como dos clientes.

22 pratos

“Eu criei os pratos e criei o conceito”, diz Gaggan. O show é como um filme em que a pessoa acha que sabe o final, mas depois torna-se completamente diferente. A única coisa previsível é o facto de os 22 pratos que são servidos não dececionarem. Eles ainda formam o maior fator uau.

Gaggan já fez o seu nome ao apresentar pratos indianos tradicionais de uma forma completamente nova. Em vez de abordagens clássicas, ele combinou os sabores e temperos da Índia com técnicas de culinária modernas, levando a experiências de sabor surpreendentes e incomuns. “No Gaggan de hoje, os convidados saboreiam as minhas memórias”, diz ele. Memórias da Índia, mas também das suas visitas a países à volta do mundo. De um biscoito de brócolos a derreter-se na boca a (no meio do jantar) um waffle de sobremesa, com foie gras e café.



Rato de rua e cérebro com sumo de beterraba

A experiência culinária no Gaggan também inclui humor. Por exemplo, Gaggan diz que serve ratos de rua tailandeses aos seus hóspedes. “Nós apanhamos os ratos, alimentamo-los a cada seis horas, durante 21 dias, com relva. Branqueamos os ratos e depois cozinhamo-los a vapor. Nós servimos o cérebro do rato com sumo de beterraba. Da rua para a mesa.”

A “explosão de iogurte” de Gaggan também é servida. Esta obra-prima consiste numa bolha de iogurte cheia de sabores intensos. Quando se coloca a bolha na boca, ela explode, criando

uma experiência saborosa. “Sempre que viajo para algum lugar, sei que as minhas experiências vão ser refletidas no meu novo menu.”

O chef de cozinha aprendeu muito sobre gastronomia molecular com Ferran Adrià no restaurante El Bulli, que foi eleito o melhor restaurante do mundo várias vezes. “O Adrià é um ótimo exemplo para mim, mas a maior parte da minha inspiração vem da vida. Viajando, conhecendo pessoas e aprendendo sobre diferentes culturas.”





MOLHOS PERSONALIZADOS

O CHEF ERIC CHUA APRESENTA SUGESTÕES DE *molhos* QUE TRAZEM A PERSONALIZAÇÃO PARA O PRIMEIRO LUGAR.

ESCRITO POR

Eric Chua

Chef Executivo, Singapura, Vietname,

Chef de Cozinha da Plataforma do Futuro Camboja

Unilever Food Solutions,

Sudeste Asiático e Sul da Ásia



1 Molho cru Balinês com maionese e mel: Os sabores vibrantes de Bali realmente brilham no sambal matah honey mayo, uma fusão deliciosa que reúne o tradicional sambal indonésio e a cremosidade da maionese. Este molho começa com cebolas finamente picadas e erva limeira perfumada, infundido com pimenta vermelha e folha de limão kaffir. Um toque de pasta de camarão e molho de peixe adiciona profundidade, enquanto o sumo de limão fresco ilumina a mistura. Para equilibrar os elementos saborosos, misturamos mostarda Dijon picante e um toque de mel, e finalizamos com uma pitada de pimenta-do-reino. Este molho é perfeito para regar saladas, carnes grelhadas, ou até mesmo como molho para os seus aperitivos favoritos.

2 Molho Koh Kong: Inspirado num clássico cambojano, este molho de peixe picante de erva limeira combina o calor das pimentas vermelhas e verdes com as notas frescas e cítricas da erva limeira e do sumo de limão. Um equilíbrio delicioso de especiarias e sabor picante, folhas de coentros perfumadas e o calor sutil dos grãos de pimenta verde adicionam profundidade, enquanto o alho, a chalota e o gengibre fornecem uma base aromática rica. Um toque de açúcar completa os sabores, realçando a doçura natural dos ingredientes. As notas ácidas e picantes do molho combinam bem com frango ou peixe grelhado, e pode também ser usado como molho para rolinhos primavera frescos ou fritos.

3 Molho de Coco e Amendoim: O molho vietnamita de coco e amendoim combina a riqueza frutada da manteiga de amendoim com a textura suave da maionese, realçada pelo calor sutil do pó de pimenta. Infundido com tempero de frango em pó e um toque de açúcar, oferece um equilíbrio perfeito entre salgado e doce. A adição de leite de coco condensado fornece uma cremosidade deliciosa, enquanto uma pitada de sumo de limão adiciona um toque refrescante. Finalizado com o aroma de nozes do óleo de sésamo e uma pitada de amendoim triturado, este molho é perfeito para regar saladas, carnes grelhadas ou rolinhos primavera frescos, oferecendo uma mistura única de sabores.

4 Molho "Sisig": Um toque filipino para um favorito de todos os tempos: molho sisig. Esta mistura vibrante captura a essência das Filipinas com a sua base cremosa de maionese, enriquecida pelo toque picante de calamansi e vinagre. Infundido com tempero líquido e um toque de pimenta vermelha, oferece um equilíbrio perfeito de calor e sabor. Dentes de alho frescos e uma pitada de pimenta completam este molho saboroso, perfeito para adicionar um sabor dos trópicos a saladas, carnes grelhadas, ou até mesmo como um molho isolado. Adicione-o como cobertura em tacos ou wraps para um toque único ou regue sobre tigelas de arroz para adicionar sabor.

5 Maionese com Pasta de Caril Fresco: um molho inspirado na Malásia que transforma qualquer prato com os seus sabores ricos e exóticos. Esta criação única é feita a partir de um rempah tradicional, uma pasta de especiarias perfumada que forma o coração de muitos pratos da Malásia. O rempah apresenta uma mistura harmoniosa de cebola roxa, gengibre, erva limeira, alho, açafrão em pó e pasta de pimenta, tudo trazido à vida pelas raspas distintas das folhas de limão kaffir. Estes ingredientes são habilmente combinados com maionese cremosa, criando um equilíbrio perfeito de especiarias e suavidade. O resultado é um molho versátil que realça saladas e sanduíches e serve como um delicioso molho dip.

6 Nam Yum Mayo: Descubra o Nam Yum Mayo, um vibrante molho tailandês que reúne a cremosidade rica da maionese com os sabores ousados e picantes da culinária tradicional tailandesa. Esta mistura única apresenta o brilho picante do sumo de limão combinado com a profundidade saborosa do molho de peixe, criando um equilíbrio harmonioso de doce, salgado e azedo. A adição de açúcar e o tempero de galinha em pó realça o seu perfil umami, enquanto o alho fresco e as raízes de coentros o infundem com um toque aromático. Perfeito para regar saladas, carnes grelhadas ou como molho dip. Desfrute do sabor da Tailândia com este molho versátil e tentador!

7 Molho de Ovo Salgado: Emulsão de ovo salgado de Singapura, uma fusão única e deliciosa que eleva qualquer prato com o seu perfil rico e saboroso. Este molho combina a textura cremosa do molho clássico de salada de repolho com o sabor ousado e umami do ovo salgado. Infundido com folhas de caril aromáticas e um toque de chili padi picante, é uma mistura perfeita de tradição e inovação. Quer esteja a temperar uma salada ou usando-a como um molho, esta emulsão promete uma experiência de sabor inesquecível que captura a essência da culinária de Singapura. O molho funciona bem até mesmo quando combinado com vegetais assados, realçando o sabor de brócolos, couve-flor ou batatas assadas.

8 Molho de mel mala: Molho de mel mala de Singapura, uma explosão cativante de sabores que elevará os seus pratos a novos patamares e que é altamente viciante. Este molho mistura a doçura deliciosa do mel com açúcar cristalizado com a essência ousada e ardente do tempero líquido mala. Finalizado com um toque de sumo de limão, apresenta um equilíbrio perfeito de notas doces, ácidas e picantes. Ideal para quem procura uma experiência de sabor dinâmica e emocionante, este molho realçará qualquer criação culinária. Combina bem com uma variedade de pratos, realçando a frescura das saladas asiáticas com sabores ousados, ou fornecendo um contraste cativante com a suavidade do tofu.

Alguns dos sabores selecionados do Chef Eric para a Cozinha Personalizada:

- Mala de Sichuan
- Pimenta verde
- Búlgaros
- Gochujang
- Milho torrado
- Ovo salgado
- Molho Ponzu
- Togarashi
- Lima kaffir
- Tahini





INGREDIENTE HERÓI INTRODUÇÃO À FERMENTAÇÃO

DEFENDIDA POR CHEFS COMO DAVID ZILBER E SAM BLACK, A FERMENTAÇÃO É MUITO MAIS DO QUE APENAS A DETERMINAÇÃO DO *futuro* DO SABOR...



Imagine transformar ingredientes simples em obras-primas culinárias que explodem com sabores que nunca experimentou antes: Isso é o processo de fermentação. Em química, a fermentação é definida como a transformação do açúcar em outras substâncias por microrganismos na ausência de oxigênio. Mas na cozinha, a fermentação é uma habilidade artística que, quando aproveitada, ajuda a impulsionar os alimentos e os seus sabores para a estratosfera culinária. “Permite-nos experimentar e canalizar a nossa criança interior, pois pode ser muito personalizada e criativa”, observa a Diretora de Pesquisa e Desenvolvimento da Unilever, Sarah Lieder. Embora não haja uma receita simples para fermentar, alguns ingredientes heróis para incluir são água, sal, fermento e açúcares, que ajudam a criar um ambiente que permite que o elemento-chave evolua. Para além destas condições, o componente mais importante da fermentação é o tempo.

A história da fermentação remonta a milhares de anos e tem raízes em culturas do mundo todo, da China antiga ao Norte de África e Grécia. Porém, inicialmente, a fermentação era usada como uma forma de conservar alimentos com datas de validade naturais curtas, como leite, peixe ou carne. Mas já em 7000 a.C., as pessoas começaram a usar o processo para criar novas bebidas ou pratos. No entanto, os benefícios da fermentação para a saúde não foram devidamente compreendidos até a década de 1900, quando os cientistas descobriram o impacto positivo das bactérias boas no leite fermentado no sistema digestivo humano.

Desde então, os pratos fermentados foram adotados não apenas pelos seus sabores, mas também pelo facto de poderem tornar certos ingredientes, como vegetais fibrosos, mais fáceis de digerir pelo corpo humano. Kimchi, chucrute, missô, massa fermentada, iogurte e queijo: todos estes alimentos básicos da cozinha são o resultado da fermentação e o mesmo se aplica a muitas bebidas alcoólicas populares, pois o processo quebra a glicose encontrada nas frutas e vegetais para formar uma fonte natural do álcool etanol.

Embora faça parte da indústria de produção de alimentos em massa há décadas, a popularidade da fermentação caseira tem aumentado constantemente na última década, à medida que públicos mais

alargados começaram a valorizar as culturas probióticas ativas em alimentos fermentados. Coincidentemente, os sabores complexos criados por estes processos começaram a penetrar até mesmo nos círculos culinários mais prestigiados. A fermentação não só torna os alimentos mais nutritivos, como também tem a função de elevar o aroma e expandir os limites do sabor de um determinado ingrediente. “A sensação e os novos perfis de sabor, mas também as texturas — eles despertam interesse e curiosidade. Sabemos que algo tem sabor, mas como vamos levar a fermentação para a cozinha? É aí que vejo a evolução”, explica Evert Vermandel, Chef de Inovação Líder Global da Unilever Food Solutions. Vermandel e Lieder também estão animados com as perspectivas da fermentação no combate ao desperdício de alimentos. Com produtos como vinagres e molhos fermentados, o processo oferece a possibilidade de extrair bons sabores de ingredientes, que já passaram do seu auge, e criar sabores personalizados adicionais. “As possibilidades são quase ilimitadas”, diz Lieder.

Algo que começou como um meio de sobrevivência é hoje uma ferramenta na criação de novos caminhos, tanto na alta gastronomia como na culinária caseira, conectando o passado, o presente e o futuro da comida. Mais do que apenas uma tendência, a fermentação é uma maneira emocionante de empurrar os limites culinários para territórios desconhecidos.

UM PROCESSO EM EVOLUÇÃO

10.000 A.C.

O NASCIMENTO DA FERMENTAÇÃO

No norte de África, o leite de camelo, ovelha, cabra e gado tornou-se o primeiro produto a ser fermentado num esforço para **prolongar a sua pobre longevidade**.

Na China antiga, surgiu a invenção de uma bebida parecida com cerveja chamada kui, feita pela mistura de arroz, mel e frutos de plantas como uva e espinheiro.

AS 7000 A.C.

PRIMEIRAS CERVEJAS

6000 A.C.

MATURAÇÃO

Os primeiros exemplos de produção de vinho antigo ocorreram na Geórgia, onde as uvas eram **fermentadas** para criar uma bebida alcoólica..

VINHO FINO

5500 A.C.

GRANDE QUEIJO

Nascido como um feliz acidente descoberto mais tarde em murais de tumbas egípcias, o **queijo** surge através a prática de armazenar leite em recipientes feitos dos estômagos dos animais.

500 D.C.

FERMENTAÇÃO PARA TODOS!

A fermentação tornou-se **difundida em diferentes culturas** como um meio de conservar alimentos.

A RIQUEZA DA SOJA

500 A.C.

A inovação na medicina chinesa reconhece as qualidades esterilizantes da **soja fermentada** no tratamento de feridas infectadas.

2000 A.C.

PASSAR A

PICKLES

No Oriente Médio, é documentada a **primeira conserva** de pepinos.

PÃO DIÁRIO

3500-3000 A.C.

Os antigos egípcios também descobriram que misturar farinha e água e deixá-la a descansar por alguns dias faz com que leveduras selvagens comecem a fermentar, resultando no nascimento do primeiro **pão fermentado**.

1856

A SEGURANÇA em PRIMEIRO

Louis Pasteur, o pai da microbiologia, desenvolve oficialmente um processo que ajuda a preservar alimentos e bebidas aquecendo-os e, portanto, matando bactérias nocivas. Chamado de **pasteurização**, torna-se uma parte essencial do processo de fermentação.

A MAGIA DO LEITE

1900s

A zoóloga e bacteriologista russa Élie Metchnikoff descobre os benefícios das **bactérias do leite fermentado** para o sistema digestivo humano.

1970s

A GLÓRIA DO PROBIÓTICO

Desenvolvidos ao longo de décadas, os **probióticos** tornam-se amplamente disponíveis com cientistas a criar suplementos com bactérias vivas e leveduras que auxiliam na digestão humana.

O FUTURO É AGORA! HOJE

A **fermentação microbiana** é a base dos avanços culinários e dos produtos farmacêuticos, incluindo componentes de vacinas, anti-infecciosos, e muitos outros.



O FUTURO DO SABOR

Levando a arte da fermentação um passo adiante, o mundo culinário começou recentemente a adotar uma nova abordagem aos métodos tradicionais. Usando ferramentas avançadas e conhecimentos das ciências alimentares e biológicas, podemos avançar a partir dos métodos tradicionais e obter (com segurança) acesso ao potencial completo da diversidade de texturas e sabores da natureza.

Os cientistas procuram novas culturas que gerem sabores e texturas desejados. Equilibrar a contribuição de diferentes micróbios numa mistura de culturas e encontrar condições ideais de processo é a chave para gerar novos conceitos de alimentos fermentados. A fermentação está a tornar-se uma ferramenta criativa, permitindo que os chefs criem texturas emocionantes, perfis de sabor, acedendo a fontes alternativas de proteína, que torna mais fácil servir aos clientes texturas e sabores deliciosos.

Embora ainda esteja muito em processo de descoberta, há um grande potencial na fermentação de precisão tornar-se parte do mosaico da gastronomia. Os produtos finais dessa técnica incluem proteínas e gorduras com impacto positivo, tanto no corpo quanto no meio ambiente, tornando-as numa alternativa sólida aos produtos de origem animal. Por um lado, podem ter quantidades maiores de proteínas e outros nutrientes. Por outro lado, a pegada ecológica excessiva dos ingredientes tradicionais pode ser aliviada em todo o mundo.

Assim como alguns outros métodos culinários avançados que já foram considerados revolucionários, muda a maneira como as pessoas olham para os ingredientes e questiona o impacto da comida tanto no indivíduo como na comunidade. E tal como a missão original da fermentação, o seu principal objetivo é a preservação: da comida, de nós, do planeta.

Da esquerda para a direita: Chef Philip Li e Chef Chris Zhong, UFS China.



DICAS IMPORTANTES!



Quer seja um especialista em fermentação ou apenas um iniciante na sua jornada deste processo mágico, aqui ficam algumas dicas importantes que garantem tanto o sucesso como a segurança ao experimentar diferentes ingredientes. E não é preciso jaleca!

1

INGREDIENTES DE QUALIDADE

Usar vegetais crus frescos e orgânicos garante os melhores resultados, pois estes têm leveduras naturais que estimulam o processo de fermentação natural.

2

HIGIENE PROFUNDA

Use sempre recipientes e utensílios limpos para evitar contaminação de bactérias. Simples, mas eficientes, os clássicos potes Mason são uma ótima opção para fermentação caseira, pois o vidro não mancha nem inclui produtos químicos.

3

SAL NÃO IODADO

Sais não iodados, como o sal marinho, são um componente crucial para a fermentação porque não contêm aditivos que possam inibir o processo.

4

UNIFORMIDADE É A CHAVE

Ao cortar os seus vegetais, certifique-se de que os mantém em tamanhos semelhantes para garantir uma fermentação uniforme e resultados consistentes.

5

SALMOURA INICIAL

Para iniciantes, usar uma salmoura inicial como sal, soro ou vinagre pode ajudar a dar o pontapé de saída no processo da fermentação. Isso é especialmente útil para pratos como chucrute e kimchi.

6

FICAR ABAIXO DA SALMOURA

Todos os ingredientes devem ser submersos na salmoura para evitar o crescimento de mofo e garantir a fermentação adequada.

7

NEM MUITO QUENTE, NEM MUITO FRIO

Monitorar a temperatura é importante, pois a fermentação funciona melhor em temperatura ambiente. Calor ou frio excessivos, bem como flutuações de temperatura, podem afetar o processo e o produto final, impedindo o crescimento microbiano.

8

ESPERE

A fermentação é um processo lento, o que significa que a paciência é essencial. Dê tempo suficiente para que os sabores se desenvolvam completamente; apressar o processo levará a resultados decepcionantes..

Boa fermentação!

Da esquerda para a direita: Chef James Brown, UFS Reino Unido e Irlanda; Chef Eric Chua, UFS Sudeste Asiático e Sul Ásia; e Chef Thaís Gimenez, UFS Brasil.



Unilever
Food
Solutions



MENUS DO
FUTURO

CITAÇÕES

COMIDA DE RUA SOFISTICADA

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

Análise de interesse de pesquisa do Google para o relatório Future Menus 2025. Mercados: EUA, Canadá, Brasil, Reino Unido, Holanda, Irlanda, Alemanha, Tailândia, Indonésia, Malásia, Singapura, Filipinas. Duração: agosto de 2020 a julho de 2024.

Kantar Team (2024) Pesquisa global no e-panel da UFS. Resultados globais. Sylvia Schöne e David Ehlers. ID do relatório: 316412774 | Q8135-54. Setembro de 2024.

COZINHA SEM FRONTEIRAS

The Forge (2024) Trend Setter 3.0, Cozinha sem Fronteiras. Capítulo 300924.

Análise de interesse de pesquisa do Google para o relatório Future Menus 2025. Mercados: EUA, Canadá, Brasil, Reino Unido, Holanda, Irlanda, Alemanha, Tailândia, Indonésia, Malásia, Singapura, Filipinas. Duração: agosto de 2020 a julho de 2024.

Kantar Team (2024) Pesquisa global no e-panel da UFS. Resultados globais. Sylvia Schöne e David Ehlers. ID do relatório: 316412774 | Q8135-54. Setembro de 2024.

Ascensão da Influência Oriental

Nos Estados Unidos, por exemplo, os migrantes da China começaram a fixar-se a partir de meados do século XIX, trazendo consigo as suas tradições culinárias. Disponível em: <https://time.com/4211871/chinese-food-history/>.

Taiwan, Coreia do Sul, Tailândia, Singapura, Indonésia, Malásia e Camboja têm todos programas de diplomacia culinária financiados pelo governo. Disponível em: <https://foreignpolicy.com/2022/08/20/food-diplomacy-countries-identity-culture-marketing-gastrodiplomacy-gastronativism/>.

A Coreia do Sul, por sua vez, estabeleceu um bem-sucedido Programa Korean Cuisine to the World em 2009, que visava promover a culinária coreana (ou hansik) no exterior e aumentar a consciencialização sobre os seus benefícios para a saúde e perfil de sabor. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2022/10/12/t-magazine/korean-food-national-royal-cuisine.html>.

Agora, 15 anos depois, o hansik entrou no zeitgeist. Pratos coreanos como o bibimbap (um prato de tigela de arroz) e kimchi (vegetais fermentados) são facilmente encontrados nas principais cidades em todo o Ocidente — com as exportações de alimentos coreanos para os EUA aumentando para 1,74 mil milhões de dólares em 2023. Disponível em: <https://www.koreadailyus.com/korean-food-export-to-us-hits-record-high- due-to-increasing-popularity>.

Parasite apresentou aos espetadores jjapaguri. Disponível em: <https://london.eater.com/2020/2/13/21134901/parasite-oscars-bong-joon-ho-jjapaguri-ram-don-steak-food-scene>.

Squid Game mostrou tteokbokki. Disponível em: <https://www.thetakeout.com/best-food-momentos-em-squid-game-dalgona-cookie-candy-1850917251/>.

Em entrevista à NPR, Yang Joo-Pil, funcionário do Ministério da Agricultura, Alimentos e Assuntos Rurais, explicou que o seu departamento “selecionará cerca de 10 itens alimentares a cada ano para colocação de produtos em dramas”. Disponível em: <https://www.npr.org/2024/01/25/1226791305/korean-food-is-winning-over-palates-worldwide-including-the-world-of-haute-cuisi>.

No TikTok, a hashtag “koreanfood” foi usada em mais de 860.000 postagens. Disponível em: <https://www.tiktok.com/tag/koreanfood?lang=en>.

Ao longo da década de 2020, os viajantes demonstraram maior disposição para se aventurar fora dos caminhos tradicionais e em novos territórios, com 40% dos viajantes optando por explorar destinos desconhecidos. Disponível em: <https://amadeus.com/en/resources/research/destination-x-where-to-next>.

Viajar está tão no topo da lista de prioridades dos consumidores que 64% dos viajantes globais dizem que pretendem reduzir outras áreas dos seus gastos pessoais para priorizar viagens de lazer em 2024. Disponível em: <https://stories.hilton.com/2024trends-culture-experiences>.

De facto, em 2023, a capital do país, Seul, viu um aumento de 373,6% em turistas em relação ao ano anterior. Disponível em: <https://english.seoul.go.kr/seoul-awarded-as-the-most-popular-destination--do-ano/>.

Na verdade, o Chef Junghyun Park (cujo restaurante de alta gastronomia coreana Atomix, sediado em Nova York, foi premiado com duas estrelas Michelin em 2021) argumentou que a sua clientela é: “Muito aberta a novas culturas”. Disponível em: <https://www.npr.org/2024/01/25/1226791305/korean-food-is-winning-over-palates-worldwide-including-the-world-of-haute-cuisi>.

Especialistas preveem que as culinárias birmanesa e filipina dos países do sudeste asiático, Mianmar e Filipinas, podem emergir como novos participantes no espaço global da alimentação. Disponível em: <https://middleby.co.uk/how-global-cuisine-is-taking-over-the-uk/>.

CULTURA POSITIVA DA COZINHA

Life as a Chef: Pesquisa global (2023) Unilever Food Solutions Positive Kitchens—Introduction Guide. UFS Global e-panel, agosto. Total de entrevistados: n=1010.

COZINHA PERSONALIZADA

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

Análise de interesse de pesquisa do Google para o relatório Future Menus 2025. Mercados: EUA, Canadá, Brasil, Reino Unido, Holanda, Irlanda, Alemanha, Tailândia, Indonésia, Malásia, Singapura, Filipinas. Duração: agosto de 2020 a julho de 2024.

Kantar Team (2024) Pesquisa global no e-panel da UFS. Resultados globais. Sylvia Schöne e David Ehlers. ID do relatório: 316412774 | Q8135-54. Setembro de 2024.

Identidade através da comida

Tendências de restaurantes e lanchonetes do Reino Unido em 2024. Disponível em: <https://sevenrooms.com/research/ 2024-tendências-de-restaurantes-do-reino-unido/>.

Chishuru Restaurant. Available at: <https://www.chishuru.com/>.

Mitchell, M. (2023) Kin. Londres: Penguin. Disponível em: <https://www.penguin.co.uk/books/445747/kin-by-mitchell-marie/9780241541982>.

Entrevista Chishuru / Joké Bakare. Disponível em: <https://otter.ai/u/XN-AD0ueoJqz1vuEcjLzhiKEjKM?view=summary&tab=chat>.

Entrevista Kin / Marie Mitchell. Disponível em: <https://otter.ai/u/i98drXq11jlek02skxN1XrlczHg?view=transcript&t=6m54s&tab=summary>.

COZINHA PERSONALIZADA

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

Análise de interesse de pesquisa do Google para o relatório Future Menus 2025. Mercados: EUA, Canadá, Brasil, Reino Unido, Holanda, Irlanda, Alemanha, Tailândia, Indonésia, Malásia, Singapura, Filipinas. Duração: agosto de 2020 a julho de 2024.

Kantar Team (2024) Pesquisa global no e-panel da UFS. Resultados globais. Sylvia Schöne e David Ehlers. ID do relatório: 316412774 | Q8135-54. Setembro de 2024.

FERMENTAÇÃO

Introdução à Fermentação

Redzepi, R. e Zilber, D. (2018) O Guia Noma para Fermentação: Incluindo koji, kombuchas, shoyus, misos, vinagres, garums, lacto-fermentos e frutas e vegetais pretos. Edição ilustrada. Londres: Artisan.

Bioquímica e alimentos fermentados. Disponível em: <https://rockedu.rockefeller.edu/component/biochemistry-fermented-foods/>.

Um Processo em Evolução

Os antigos egípcios são creditados com a descoberta da fermentação baseada em levedura, resultando numa massa levedada. Disponível em: <https://camelerspiceco.com/blogs/blog/bread-history-bread-science>

Bioquímica de alimentos fermentados. Disponível em: <https://rockedu.rockefeller.edu/component/biochemistry-fermented-foods/>.

História do queijo. Disponível em: <https://www.idfa.org/history-of-cheese>.

O Futuro do Sabor

O primeiro produto derivado da fermentação de precisão foi aprovado em 1990, com riscos limitados de reações alérgicas. Disponível em: <https://www.agronomics.im/about/precision-fermentation/>

O que devem os consumidores perguntar sobre fermentação de precisão? Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/errolschweizer/2022/03/02/what-should-consumers-be-asking-about-precision-fermentation/>.

Tecnologia verde e fermentação de precisão na agricultura. Disponível em: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2022/nov/24/green-technology-precision-fermentation-farming>.

AGRADECIMENTOS

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 Merkk
Edwin Van Gent
Eric Chua
Evert Vermandel
Evgeniia Goreva
Frank Jakobsen
Gili Haim
Giuseppe Buscicchio
Grant Otero
Gun Gun Chandra Handayana
Ivan Misuri
J.C. Lopategui
Jan Willem Sanders
James Brown
Jimena Solis
Jiraroj Navanukroh
Joanna van Lynden
Joanne Limoanco-Gendrano
Kees Van Erp
Kyla Touri
Kyle Jakobi
Lalita Wathanakul
Linda Sardinha
Lisa Matassa
Magali Moralejo
Mar Corazo
Maurits van Vroenhoven
Nijesh Warrierr
Osman Bahadir
Peio Cruz
Philip Li
Renate Jacobs
René-Noel Schiemer
Rudy Smith
Safak Tan
Sarah Lieder
Sebastian Rivera
Somesh Mestrry
Thaís Gimenez
Wesley Bay
Wing-kie Siu
Wunmi Ademosu
Ximena Hernandez
Yongchan (Leo) Kim
Zhuotong Liao

TCO LONDON

Andrea Kurland
Catarina Barroso
Chloe Dyson
Chloe Ribas
Clive Wilson
Dave Barry
Harriet Watts
Izzie Dowden
Liam Johnstone
Martha Walker
Moirra Letby
Ryan Cahill
Simon Baker
Tertia Nash

FOTOGRAFIA

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

