Análises e Indicadores do Agronegócio
ISSN 1980 0711

v.2, n.10, outubro 2007

Degustação de leite: nova possibilidade para valorizar o produto?

A qualidade do leite tem sido motivo de preocupação de sua cadeia produtiva, principalmente, pelo fato de ela estar diretamente relacionada à competitividade e à rentabilidade. Ela tem sido colocada, muitas vezes, como a saída para os problemas do setor, já que poderia trazer mais renda com a valorização do produto pelo consumidor mais atento, que dá preferência a produtos com qualidade garantida. Possibilitaria, ainda, a ampliação dos mercados externos, mais exigentes.

Vários aspectos têm sido levantados nesse debate: a importância da nutrição animal, o controle da mastite e da contagem de células somáticas, os perigos de resíduos antimicrobianos, os benefícios do melhoramento genético, a importância da composição do leite e da criação de normas para o produto, etc.

Com certeza todos esses aspectos são fundamentais para se ter um produto final de qualidade, diferenciado, porém esses benefícios só serão reconhecidos se o consumidor valorizá-los.

Nesta linha de raciocínio, cabe ressaltar a falta de conhecimento do consumidor sobre o produto leite, o que leva a crer que todo investimento feito só terá retorno com mais aprendizado sobre o produto. Assim é necessário informar o consumidor para que ele possa optar entre os diferentes tipos do produto.

A maioria dos consumidores tem pouca capacidade de perceber diferença de qualidade no consumo de leite e seus derivados. Isso pode ser constatado com base no alto consumo de leite UHT (cerca de 74% do leite fluido, em 2005) que tem processo produtivo praticamente igual entre as diferentes marcas.

Pesquisa inédita de uma pesquisadora da Faculdade de Engenharia de Alimentos, da Unicamp, mostra mais um caminho que pode favorecer o segmento leite no item qualidade: a degustação[1].

Esta pesquisa utiliza a mesma técnica do vinho e procura reconhecer os "defeitos" ou os pontos negativos da bebida em relação ao sabor.

Para quem conhece "leite" sabe que o sabor pode ser um item que demonstre a qualidade do produto. Um leite de qualidade superior tem sabor adocicado, é cremoso e não tem odor. É o caso do tipo A que atende todos esses requisitos. Ele, por definição, é um produto de qualidade[2]. É produzido dentro de padrões[3] que levam a um resultado ótimo.

A importância desta pesquisa é que ela abre uma porta para o mercado, pois a degustação pode representar para o leite o mesmo que significa hoje para o café. E vai além. Pode ser uma forma de educar o consumidor em relação ao produto, para que aprenda a valorizá-lo.

A valorização pode gerar agregação de valor como já acontece no caso do café *gourmet* e toda a cadeia produtiva ganha com isso.

Até algum tempo atrás o café era visto apenas como uma mercadoria de grande consumo nacional. Hoje ganhou como atrativo o título de *gourmet*, que representa um produto com sabor especial e qualidade diferenciada. Com isso, surgiram cursos que ensinam técnicas para prepará-lo e lojas que se especializaram em vender o saboroso "cafezinho".

Trabalhar com essa idéia é um mérito a caminho do reconhecimento do produto. O leite, apesar de estar relacionado à idéia de produto saudável, pode ter, como outras bebidas, produtos diferenciados. É uma questão de cultura.

Algumas usinas já se preocupam com o sabor do leite, dando atenção a este item, mas por enquanto isso não é feito de forma profissional. Nessa área estaria outra possibilidade de utilização da degustação. Faria parte do controle de qualidade.

A pesquisa levantou sabores que passam pelo sabor aguado, de oxidação pela luz solar ou artificial, lipolizado, amargo, ácido, com sabor de curral, de plástico, absorvido de um produto externo e de queimado e sem frescor[4].

Isso mostra que além da produção para a qualidade deve-se estar atento a agentes externos que influenciam negativamente o sabor. Nesse ponto toda cadeia tem responsabilidade, pois apesar de a qualidade não poder ser melhorada depois da produção, com certeza ela pode ser piorada, se não houver determinados controles que garantam que ela permaneça inalterada.

A degustação surge como novo elemento para definir a qualidade do leite e seus derivados e possibilitar o crescimento da competitividade do segmento. Está aberta uma nova porta que pode ser incorporada para garantir a qualidade do leite e ganhar o consumidor.

[1]Segundo a Instrução Normativa 51, de 09/2002, leite pasteurizado tipo A é o leite classificado quanto ao teor de gordura em integral, padronizado, semidesnatado ou desnatado, produzido, beneficiado e envasado em estabelecimento denominado "Granja Leiteira", observadas as prescrições contidas no Regulamento Técnico. Imediatamente após a pasteurização este produto deve apresentar teste qualitativo negativo para fosfatase alcalina, teste positivo para peroxidase e enumeração de coliformes a 30/35ºC (trinta/trinta e cinco graus Celsius) menor do que 0,3 NMP/ml (zero vírgula três Número Mais Provável / mililitro) da amostra.

[2]Op. cit. nota 2.

[3]A produção de leite tipo A exige rigoroso controle sanitário do rebanho, das condições higiênico-sanitárias da produção, das instalações e equipamentos para produção e procedimentos específicos para o controle de qualidade da matéria-prima. Este leite é envasado na propriedade.

[4]SOUZA, R. M. Pesquisadora da Unicamp testa o sabor do leite. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 26 set. 2007. Suplemento Agrícola, p. 6.

Palavras-chave: leite, degustação, qualidade, competitividade.

Rosana de Oliveira Pithan e Silva
Pesquisadora do IEA
rpithan@iea.sp.gov.br

Liberado para publicação em 11/10/2007