

## CLASSIFICAÇÃO SENSORIAL DA ERVA-MATE COMO ESTRATÉGIA DE AGREGAÇÃO DE VALOR

A utilidade de seus diversos compostos bioquímicos, com propriedades benéficas à saúde humana, indica um futuro promissor para a cadeia produtiva da erva-mate.

No entanto, diferente de bebidas como o café e o vinho, as bebidas de erva-mate não recebem nenhuma classificação sensorial o que leva a uma heterogeneidade dos produtos finais. Como por exemplo as várias marcas de chá mate disponíveis nas prateleiras do supermercado, alguns com aroma mais ou menos intenso, sabor acentuado de fumaça ou amargo. Outros ainda apresentam sabor estranho, com coloração e granulometria variadas, resultando em diferentes percepções pelo consumidor.

As causas dessas variações podem estar no tipo da matéria-prima ou no processo industrial. Para dar início a padronização do chá mate a Embrapa Florestas, em parceria com Universidade Estadual do Kansas, desenvolveu um dicionário de termos sensoriais que descreve o chá mate, com indicativos que possibilitam ao consumidor escolher um produto de acordo com sua preferência.

Como esse trabalho foi feito? Um painel de julgadores experientes e treinados em análise sensorial de chás, avaliou um conjunto de 18 amostras de chá mate comercializadas em várias regiões do Brasil, incluindo marcas famosas, marcas regionais e amostras provenientes do programa de melhoramento genético da Embrapa Florestas. Como resultado, foram gerados 39 atributos sobre o chá mate relativos a aparência, aroma, textura oral e sabor residual.

O chá mate, de maneira geral, foi percebido como um produto com aroma e cheiro amadeirado, adocicado, sabor adstringente, amargo com notas de especiarias, como cravo, além de notas de ervas verdes.

Com esses resultados será possível construir uma classificação sensorial das bebidas de erva-mate. A ideia é usar todas essas informações para ajudar a organizar o setor ervateiro, uma vez que a variação dos produtos finais sempre foi um gargalo na cadeia produtiva. Muitos problemas de diferenças de lotes acontecem por falta da classificação sensorial dos produtos finais e, para isso, é necessário esse dicionário de termos sensoriais.

Além disso, este trabalho poderá ajudar na produção de bebidas com as características desejadas e auxiliar os fabricantes na diferenciação de produtos, na categorização da matéria-prima, na otimização de processos e no desenvolvimento de novos produtos. Já para os consumidores, os atributos descritos servem para direcionar suas expectativas em relação aos produtos ofertados no mercado.

O trabalho também abre uma ampla frente de pesquisa, na busca por materiais genéticos com melhor aceitação ou ainda para subsidiar sistemas de certificação como as identificações geográficas.



Figura 1: Análise sensorial do chá-mate