

O QUE VEM DE NOVO?

A inovação é com certeza um tema de alta importância na agenda das empresas. O consumidor atual, ao chegar ao ponto de venda, já espera por novidades que lhe proporcione diferentes experiências. Com o mercado cada vez mais dinâmico e a crescente demanda do consumidor mais consciente sobre alimentação e bem-estar, inovar tornou-se uma necessidade.

O tema desta edição aborda uma nova forma de produzir e vender o iogurte. Um produto de imagem nobre e saudável que agora pode ter a sua atuação ampliada. Com o conceito ESL (*Extended Shelf Life*), os consumidores que desejam usufruir dos benefícios saudáveis do iogurte em vários momentos de consumo, já podem contar com esta novidade.

O conceito vem ganhando notoriedade rapidamente em vários mercados, não só pela conveniência que aporta, como também por seu conteúdo nutricional. Não só os consumidores visualizam as vantagens deste produto, as empresas fabricantes ou não fabricantes de produtos fermentados consideram que o ESL é uma alternativa de aumento da base de consumo, seja pela distribuição facilitada ou pela possibilidade de entrar em novas categorias de produtos e assim ampliar a oferta de produtos lácteos ao mercado.

Conheça o que é o conceito ESL, o processo, a legislação e a inspiração dos produtos que já conquistaram a preferência dos consumidores ao redor do mundo.



O conceito ESL

Recentemente, foi criada na Ásia uma nova categoria de Leites Fermentados com o intuito de aumentar o consumo de produtos lácteos na grande massa de mercado, atingir novos consumidores e gerar valor ao segmento de leite UHT. Trata-se de **Leites Fermentados ESL - Extended Shelf Life**, ou seja, produtos fermentados com vida útil estendida.

Esta nova linha de produtos também traz novos conceitos, tanto para o processo de fabricação como para o momento de consumo.

Os produtos do tipo ESL são fermentados pelos mesmos

métodos clássicos que já estamos acostumados, porém, ele passa por uma etapa de pasteurização e, posteriormente, é envasado em embalagens estéreis. Este processo faz com que o produto não precise de refrigeração e se mantenha estável à temperatura ambiente por um maior período de vida útil, entre 3 a 6 meses, devido à eliminação de mofo, leveduras, enzimas, bactérias e micro-organismos responsáveis pela degradação do produto ao longo do *shelf-life*.

A proposta vem de encontro à movimentação e conveniência das grandes populações urbanas, oferecendo um produto com alta praticidade, podendo ser consumido à temperatura ambiente ou frio, em qualquer hora ou lugar, aumentando as oportunidades de consumo. Já existem muitos consumidores que deixam de consumir leite fermentado por conta da falta de praticidade no transporte refrigerado.

Legislação

No Brasil, esta nova categoria de produtos não pode ser classificada como iogurte, pois não apresenta bactérias viáveis de *Streptococcus thermophilus* e *Lactobacillus delbrueckii subsp. bulgaricus* em sua composição final. Desta forma, o produto passa a ser denominado como “Bebida láctea tratada termicamente após fermentação”, conforme Instrução

Normativa 16/2005 para Bebidas Lácteas.

O produto pode ser composto por uma mistura de leite e soro de leite adicionado ou°° não de produto(s) ou substância(s) alimentícias e outros produtos lácteos, sendo a base láctea representada por no mínimo 51% da composição final.

Processo

Algumas características sensoriais do iogurte podem sofrer alterações devido ao processo de pasteurização após a fermentação, sendo elas:



Leve redução aromática, devido à perda de compostos voláteis (aromáticos) do iogurte. No entanto, com tratamento térmico de 80°C/30s esta redução não é significativa.

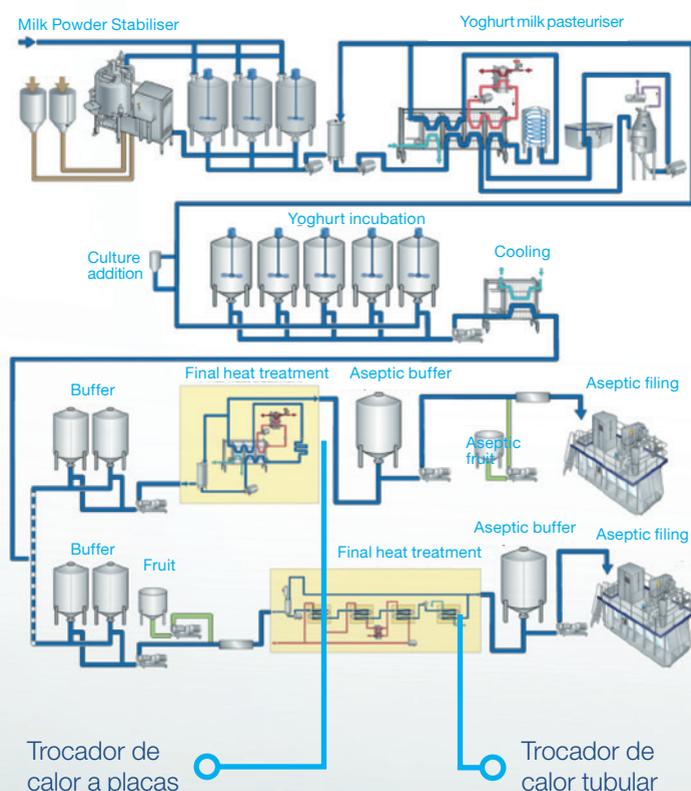


Alteração na coloração, devido à exposição do produto a elevadas temperaturas, pode ocorrer reação de Maillard. As reações de escurecimento são muito sutis, já que são desfavorecidas pelo pH baixo.



Redução na textura, dependendo da sinergia do processo com o sistema de espessantes utilizado na formulação que deve ser modificado devido à estabilização do produto em temperaturas ambientes.

Linha de produção para o ESL



Além de ser um produto natural, apresenta elevado valor nutricional por ser elaborado à base de proteínas do leite e proporciona sabores e texturas que surpreendem e agradam os consumidores.

No entanto, no processo de pasteurização após a fermentação, além da eliminação dos agentes contaminantes, ocorre também a morte celular das bactérias lácticas *Streptococcus thermophilus* e *Lactobacillus delbrueckii subsp. bulgaricus*. Sendo assim, o produto sofre uma readequação de acordo com a legislação vigente e passa a ser comercializado com foco nos benefícios nutricionais

do iogurte, que se mantêm praticamente inalterados, e não mais com foco nos atributos bacteriológicos.

A ideia é apresentar ao mercado um produto com sabor e características iguais as de um iogurte, mas que possa ser explorado nas gôndolas do varejo junto ao posicionamento UHT, agregando valor a esta frente de produtos, gerando novas experiências aos consumidores e possibilitando alcançar mercados mais distantes, até mesmo em oportunidades de exportação, como já é o caso de empresas na Europa.

Mercado Produtos ESL no mundo.



Yogurt Drink with Mango Bits
Yili Guo Li U-Sour



Original Flavoured Greek Style Yogurt
Yili Ambpoeial



Extra Low Fat Fruit Yogurt with Blueberry Chunks
Suki



Mixed Fruits and Vegetables Flavoured Pasteurised Yogurt Drink
Bright Momchilovtsi



Original Flavoured Pasteurised and Fermented Milk Drink
Junlebao Kefir



Sea Buckthorn Flavoured Organic Fermented Milk
Sheng Mu



Icelandic-Style Yogurt
Sanyuan



Original Flavoured Yoghurt
Modern Farming



Mixed Apple Flavoured UHT Drinking Yogurt
Dutch Mill Kids



4 in 1 Strawberry Flavoured UHT Drinking Yogurt
Dutch Mill Life Plus



Orange Flavoured Non Fat UHT Drinking Yogurt
Anlene BonezActiv



Thick and Creamy Pasteurised Strawberry Yogurt
Pascual Creamy Delight



Strawberry Flavoured UHT Drinking Yogurt
Vinamilk Susu



Orange Flavoured Drinking Yoghurt
Dutch Lady



UHT Drinking Yogurt with Natural Strawberry, Banana, and Malt Flavour
TH True Yogurt Top Kid



Cultured Dairy Drink for Kids
Calpis Sucusuku Kids



Strawberry Yogurt
Campina Fruttis Slivochnoye Lakomstvo



**Peach and
Mango Creamy
Yogurt**

Mi Gurt Cremoso
Superior



**Non Fat Yogurt
with Fruit Salad**

Pascual Lite 0%



**Strawberry
Flavoured Yogurt**

Pascual YogiKids

Edições anteriores HA-LA BIOTEC

Se você tem interesse em conhecer as edições anteriores do nosso informativo **Ha-La Biotec**, acesse: www.milknet.com.br. Aproveitamos a oportunidade para parabenizar o portal que está completando 15 anos de atuação. **Parabéns!**

CONTATOS

VENDAS

Lúcio A. F. Antunes: brlfa@chr-hansen.com
Emerson da S. Diniz: bremdi@chr-hansen.com
Luciana Nunes Borges Pivato: brlnb@chr-hansen.com

MARKETING

Rosa Maria Muniz Fernandes:
brmm@chr-hansen.com

DISTRIBUIDORES AUTORIZADOS

• Estados do Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul e Mato Grosso do Sul
LC Bolonha Ingredientes Alimentícios Ltda.
Tel.: (41) 3621.4455
bolonha@lcbolonha.com.br

• Minas Gerais (exceto Triângulo Mineiro), Espírito Santo e Rio de Janeiro
Produtos Macalé
Tel.: (32) 3224.3035
macale@macale.com

• Estados de Goiás e Tocantins, Distrito Federal, Mato Grosso, Rondônia, Triângulo Mineiro e Região Sul do Estado do Pará
Clamalu Comércio e Representações Ltda.
Tel.: (62) 3605.6565
romulo@clamalu.com.br
j.clareth@clamalu.com.br

• Estados da região Nordeste do Brasil: Sergipe, Alagoas, Pernambuco, Paraíba, Rio Grande do Norte, Ceará, Piauí e Maranhão
Agrom Agro Indústria Meridional Ltda.
Tel.: (87) 3762.2919 / 3762.6518
agro@agromindustria.com.br

• Estado da Bahia
Agomirla Com. de Prod. Agropecuários Ltda.
Tel.: (77) 3421.6374
agomirla@oi.com.br

• São Paulo, Amazonas, Roraima e Acre
Latec Ingredientes
Tel.: (15) 3023.3846
atendimento@latecingredientes.com.br

EXPEDIENTE

Produção trimestral da Chr. Hansen

Coordenação, edição e redação
Rosa Maria Muniz Fernandes

Consultoria e redação técnica
Lúcio A. F. Antunes / Michael Mitsuo Saito
Sérgio Casadini Vilela / Eliandro Roberto da Cunha Martins / Natália Góes

Editoração - Marketing Contemporâneo

Tiragem - 2500 exemplares

Próxima edição - JUL | AGO | SET 2016