

Queijo

SUMÁRIO PRÁTICO SOBRE APRESENTAÇÃO



COMPETE
2020

PORTUGAL
2020



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional



QUALIFICA 4 AGRO

FICHA TÉCNICA

Título

Sumário Prático sobre Apresentação de Queijo

Designação do Projeto

Qualifica4Agro

Promotor

CATAA - Associação Centro de Apoio Tecnológico
AgroAlimentar de Castelo Branco

Copromotores

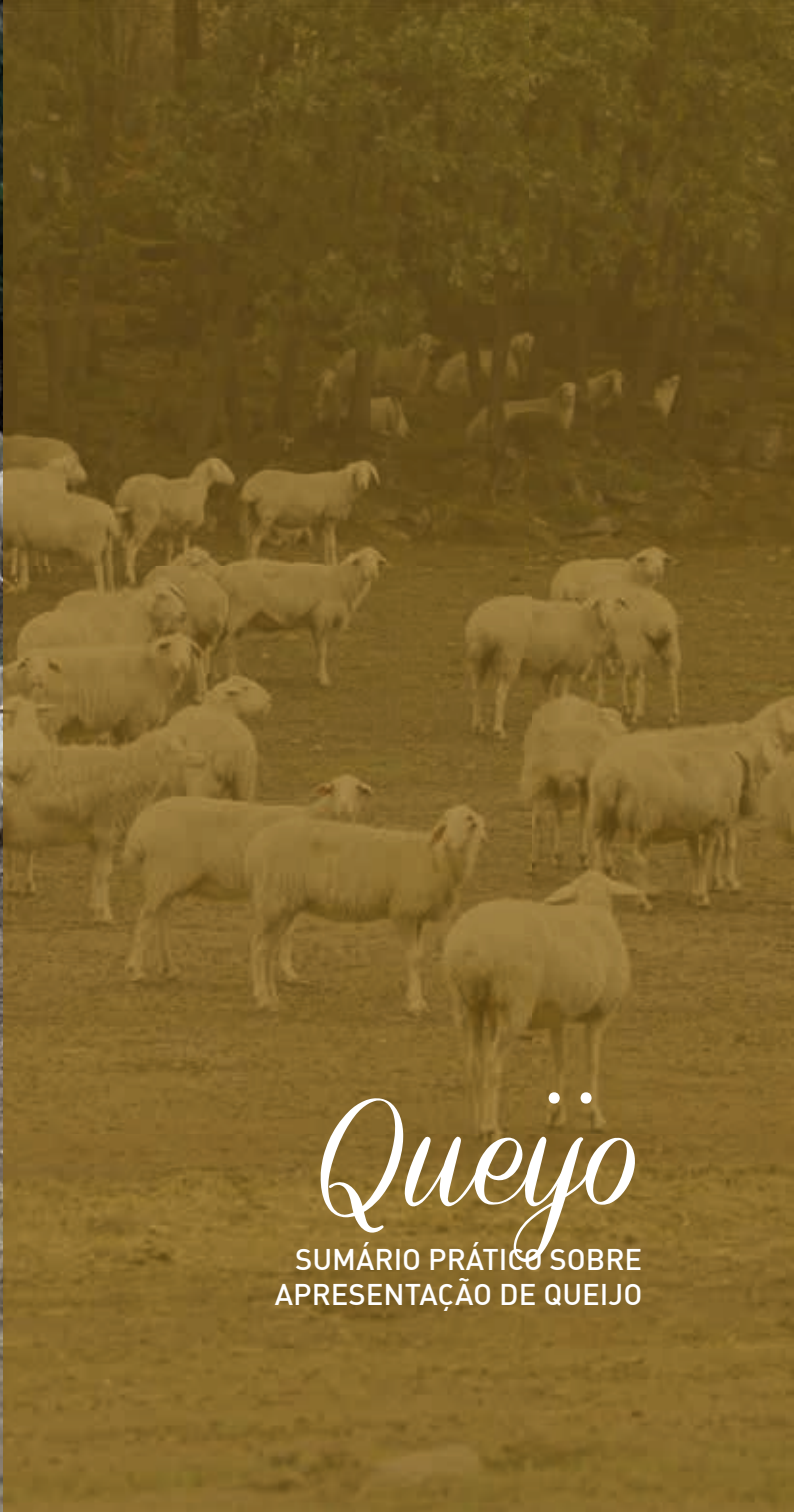
ACICB - Associação Comercial e Empresarial de Castelo
Branco
AEPL - Associação Empresarial de Ponte de Lima
ADPM - Associação de Defesa do Património de Mértola

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

05	1. INTRODUÇÃO
06	2. OBJETIVOS
08	3. TIPOLOGIA DE EVENTO
08	3.1. Tipo de Cliente
10	3.2. Planeamento
12	3.3. Feiras e outros espaços de exposição
14	3.4. Organização de espaço e gestão de stocks
15	4. ENQUADRAMENTO DE PRODUTO
15	4.1. Queijos Portugueses
16	5. EXPOSIÇÃO E DEMONSTRAÇÃO DE QUEIJOS
16	5.1. Exposição
18	5.2. Demonstração
20	5.3. Tipos de corte e utensílios
22	5.4. Prova de Queijos
24	6. HARMONIZAÇÕES GASTRONÓMICAS
24	6.1. Valor cultural e nutricional
24	6.2. Notas de Prova
25	6.3. Características organoléticas
26	6.4. Sugestões de harmonização
30	7. RECOMENDAÇÕES
32	8. SEGURANÇA ALIMENTAR E ECONÓMICA
34	9. AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE
35	10. FICHA DE PROVA PARA AVALIAÇÃO DE QUEIJOS
36	11. TABELA DE AROMAS DO QUEIJO
37	12. CHECK LIST



Queijo

SUMÁRIO PRÁTICO SOBRE
APRESENTAÇÃO DE QUEIJO

1. INTRODUÇÃO

O projeto Qualifica4Agro assenta numa estratégia de aproximação à realidade empresarial das regiões de intervenção. Através de atividades focalizadas na resposta às falhas de mercado, detetadas ao nível da qualificação das PME, recorrendo a uma linguagem de proximidade que seja facilitadora da adesão das empresas, à adoção da inovação nos seus negócios e alicerçada numa política de cooperação entre os copromotores, com as PME beneficiárias e com os atores locais do ecossistema, associado à promoção e valorização dos produtos endógenos.

Neste âmbito, foi desenvolvido um trabalho de análise sobre formas e contextos de apresentação de queijos nacionais, com a intenção de organizar um conjunto de ideias base que são comuns à maioria dos produtores, que possam resultar numa comunicação mais eficiente junto de clientes e de consumidores.

Associado à valorização dos fatores imateriais de cada empresa, pretende-se sensibilizar o cliente, através da prova sensorial, a envolver-se na experiência global do produto, do seu conhecimento, da sua história e tradição ou conceito de marca.

Pensar e organizar uma apresentação de produto, no seu todo, cria sucesso e valoriza as marcas.

2. OBJETIVOS

Este trabalho tem como principal objetivo apresentar um conjunto de informações técnicas para produtores de queijos, no sentido de reforçar conhecimentos sobre o produto para comunicação e formas de apresentação, junto de clientes e consumidores.

Perante a diversidade das formas de demonstração, optou-se por uma metodologia capaz de reunir e organizar informação técnica, com base no estudo e análise de alguns documentos nacionais, efetuando-se em simultâneo um levantamento junto de empresas do segmento, ativas no mercado da distribuição, em lojas, supermercados e outros locais de venda, feiras sectoriais, profissionais e de consumidor final. Com a intenção de interpretar e expor alguns dos processos intrínsecos, mais-valias e lacunas, que podem melhorar aspetos da exposição e comunicação de produto ao cliente.

Determinaram-se por isso, os seguintes objetivos de trabalho:

- **Perceber a tipologia de eventos e de espaços de apresentação de produto;**
- **Analisar o mercado sobre exposição e demonstração de queijos;**
- **Avaliar o perfil e comportamentos do consumidor;**
- **Dialogar com produtores e recolher opiniões sobre experiências e necessidades;**
- **Elaborar informação sobre processos de exposição e demonstração;**
- **Interpretar o conceito de produto e avaliar técnicas de prova;**
- **Caracterizar os queijos portugueses;**
- **Apresentar um conjunto de informações técnicas sobre queijos;**
- **Recomendar harmonizações gastronómicas de produto;**
- **Realizar fotografia de campo para enquadramento de produto, de exposição e demonstração de queijos.**



“Pasto abundante, bom ano p’ra diante”.

(Adaptado de provérbio popular)

3. TIPOLOGIA DE EVENTO

3.1. Tipo de Cliente

A organização e preparação de produto para apresentação está relacionada com a tipologia do evento, tipo de espaço, contexto de apresentação, tipo de cliente e outros possíveis fatores.

Entre os diferentes tipos de cliente a análise é feita tendo em conta, o perfil do cliente profissional e o perfil do consumidor final.

Quanto à forma de exposição, que pode ser na própria fábrica, em loja, numa apresentação de reunião, de auditório, em feiras e outros cenários, é conveniente o domínio do produto aos vários níveis. Seja por parte de quem o comunica, quer pelo conceito global do produto em si e da sua história, quer pelas diferentes razões técnicas que o caracterizam, da origem ao consumo. Sendo por isso necessário, formação constante de toda a equipa, para que o trabalho realizado até aí tenha o resultado e sucesso desejado.



3. TIPOLOGIA DE EVENTO

3.2.Planeamento

Perante o tipo de certame, é necessário perceber as condições naturais e técnicas do espaço para organizar a forma de exposição e demonstração de produto, que determinam a logística dos processos envolvidos.

Informações básicas como a data e a duração do evento, horários e serviços gerais, são numa primeira avaliação fatores que influenciam a decisão de participação. E os fatores técnicos do espaço, se é em espaço fechado ou aberto, se tem apoios de refrigeração e quais são as condições de temperatura e de exposição natural, para que possa existir uma correta gestão e manutenção da qualidade dos produtos, sujeitos a variações térmicas durante as fases do transporte, da exposição e de serviço.

No planeamento da preparação para a exposição de produto deve ter-se em conta algumas das seguintes questões:

- **Que produtos levar em função da apresentação;**
- **Como realizar o transporte dos produtos;**
- **Quais são as condições do espaço;**
- **Quais são os momentos oportunos para a demonstração do produto;**
- **Que materiais usar para a decoração e comunicação.**

3. TIPOLOGIA DE EVENTO

3.3. Feiras e outros espaços de exposição

Uma vez que a forma de apresentação de produto varia sobretudo pelo tipo de cliente (cliente profissional e consumidor final), balizamos por defeito as feiras como exemplo, enquanto espaços físicos de referência.

Importa saber, relativamente a estes espaços, as seguintes informações:

- **Localização, tamanho e configuração do stand;**
- **Horários de montagem e desmontagem;**
- **Bancadas, pontos de eletricidade, água e esgotos;**
- **Existência e proximidade de sistemas de frio para apoio.**

O investimento na mostra degustativa pode ser relativo à posição do stand, que difere se estiver localizado num corredor central ou numa zona periférica, sendo conveniente em qualquer dos casos perceber quais são os melhores momentos da feira para fazer acontecer as demonstrações de produto, de forma organizada e pensada.

Pode-se numa situação de má localização criar dinâmicas de mobilização pela feira através de equipas móveis de forma a atrair clientes ao stand. Mesmo minimizando o investimento é preciso ter sempre em conta que as provas de produto, bem realizadas, são fundamentais na fidelização de novos clientes.



3. TIPOLOGIA DE EVENTO

3.4. Organização de espaço e gestão de stocks

Um cliente admite mentalmente que o nosso espaço representa aquilo que somos na empresa, na fábrica ou nos processos de produção. Um espaço limpo e arrumado é a melhor “mise en place” de qualquer exposição e demonstração de produto.

Nos casos em que existe diversidade de produto é conveniente uma separação clara e organizada de comunicação fácil e simples.

Em feiras, normalmente não existem condições de armazenamento e a limitação de espaço dos stands é curta. Sendo norma colocar tudo atrás do balcão, pelo que deve haver cuidado no arrumo de stocks e de materiais utilizados durante a feira, mesmo que escondidos tecnicamente atrás de “roll ups” ou de outras estruturas, muitas vezes são visíveis em determinados ângulos, pelo que se torna necessário repensar esta gestão, quer junto das entidades responsáveis da organização de feiras, quer através de soluções autónomas.

*“Queijo e pão,
satisfeito o coração”.*

(Adaptado de provérbio popular)

4. ENQUADRAMENTO DE PRODUTO

4.1. Queijos Portugueses

Pela qualidade que os individualiza, alguns queijos ganharam direito a classificação DOP (Denominação de Origem Protegida) e a classificação IGP (Indicação Geográfica Protegida), entre eles:

- **Queijo de Cabra Transmontano, DOP;**
- **Queijo Terrincho, DOP;**
- **Queijo Serra da Estrela, DOP;**
- **Queijos da Beira Baixa - Queijo Amarelo da Beira Baixa, DOP;**
- **Queijos da Beira Baixa - Queijo de Castelo Branco, DOP;**
- **Queijos da Beira Baixa - Queijo Picante da Beira Baixa, DOP;**
- **Queijo Rabaçal, DOP;**
- **Queijo de Nisa, DOP**
- **Queijo Mestiço de Tolosa, IGP;**
- **Queijo de Azeitão, DOP;**
- **Queijo de Évora, DOP;**
- **Queijo de Serpa, DOP;**
- **Queijo de São Jorge, DOP;**
- **Queijo do Pico, DOP.**

A tradição de fabrico de queijos em Portugal contempla na história um conjunto de técnicas ancestrais, pela transformação e valorização daquele que foi o primeiro alimento a ser modificado pelo homem, o leite. Dos mais fortes aos mais suaves, dos cremosos aos queijos de pasta mais dura, Portugal consegue ter uma variedade de sabores e texturas que permitem as mais diversas conjugações gastronómicas, embora nem sempre valorizadas nesse contexto.

Portugal tem uma gastronomia rica e reconhecida mas raramente associada aos queijos, pelo que deve aproveitar-se este momento áureo. Alguns dos nossos queijos têm obtido classificações distintivas entre os melhores do mundo, com relevância para os elaborados com leite cru de ovelha. Merecem também destaque os vários queijos premiados recentemente a nível nacional, em diversas categorias, de cooperativas e indústrias das Ilhas do Faial, São Jorge, Terceira e São Miguel, com base no leite de vaca.

Outra realidade, que importa salientar, é o facto de os consumidores portugueses estarem cada mais informados sobre queijos, apreciando e explorando cada vez mais as qualidades deste produto, havendo por isso, uma escala crítica cada vez mais interessante. No futuro próximo, os queijos estarão no patamar da sua merecida recomendação técnica, sobretudo ao nível da gastronomia e pela sua versatilidade. Desde a sua aplicação em pratos, da utilização em petiscos, às conjugações com vinhos, do “snack” a qualquer hora do dia ou à finalização de refeições por complemento ou substituição de sobremesa, ou ainda pelas famosas composições em tábuas de harmonização.

Os queijos portugueses, com origem no leite de ovelha, de cabra, de vaca ou de mistura podem ser classificados quanto à sua cura, composição, consistência e teor de matéria gorda, sendo de uma forma geral, divididos por queijos de pasta fresca, pasta mole, pasta semidura e pasta dura.

5. EXPOSIÇÃO E DEMONSTRAÇÃO DE QUEIJOS

5.1. Exposição

A abordagem sobre os princípios de exposição que se pretendem aqui desenvolver será relativa a cada produtor, quer pelo tipo de queijo que produz; quer pela experiência de circunstância de cada um, pelo estilo ou autenticidade e métodos próprios; quer pela capacidade e decisão de investimento; ou por outras razões, que resultam em formas de estar e de pensar diferentes.

O cliente e o espaço determinam, geralmente, a forma de apresentação, pelo que uma correta exposição técnica é fundamental no sucesso da prova e do seu principal objetivo, que são as vendas. O que propomos é no sentido de valorizar os queijos, através de algumas recomendações.

*“Um queijo bem curado,
é meio caminho andado”.*

(Adaptado de provérbio popular)

SUMÁRIO PRÁTICO SOBRE APRESENTAÇÃO DE *Queijo*



5. EXPOSIÇÃO E DEMONSTRAÇÃO DE QUEIJOS

5.2. Demonstração

Realizar uma prova sensorial de queijo é dar a apreciar para análise um conjunto de características organoléticas, de sensações, que se esperam as melhores. Por esta razão é conveniente adotar procedimentos corretos e eficientes perante um consumidor cada vez mais exigente.

Uma demonstração de queijo deve, numa primeira avaliação sensorial, ser feita em prova direta. Isto é, sem outros elementos distrativos à degustação, como o pão por exemplo. No caso deste, convém que seja um pão neutro, sem aromas a fermento e em pequenos quadrados sem côrde, sem interferência nas notas de textura e consistência e ainda pelas migalhas que origina, que requerem uma limpeza constante da bancada de exposição.

Um cliente tem apetência para reparar em pormenores, pelo que se deve evitar expor queijos que se apresentem ressequidos, com fissuras ou cortes.

Temperaturas A prova dos queijos deve ser feita dos mais leves e suaves para os mais fortes e com sabores mais complexos, sendo que os queijos curados devem ser retirados do frigorífico entre 40 a 60 minutos antes de serem servidos, para que todas as características organoléticas estejam no seu melhor, seja pela textura, aspeto, cor ou aromas. Para queijos mais amanteigados, o período pode ser reduzido para 15 a 20 minutos. A temperatura recomendada de serviço é entre quinze a vinte graus aproximadamente.

Corte De referir que em qualquer dos tipos de queijo a recomendação é que sejam cortados o mais próximo possível do momento da prova, independentemente da forma, se em fatias, cubos, palitos ou outro corte.

Utensílios de apresentação Os materiais base adequados para apresentação são aqueles que permitem uma limpeza rigorosa entre cada utilização, que facilitam o corte e que ao mesmo tempo harmonizem ao nível estético, como tábuas de madeira, polietileno, pedra e vidro.

A exposição de produtos alimentares ganha destaque visual e emotivo sempre que se usam elementos culinários de contexto associado ao produto em questão, quer pela sua origem e produção, quer por notas de prova ou de harmonizações possíveis. Para este efeito podem usar-se pequenos utensílios fabris, especiarias, ervas aromáticas, frutos e outros, apresentados de forma discreta.

Exposição



5. EXPOSIÇÃO E DEMONSTRAÇÃO DE QUEIJOS

5.3. Tipos de corte e utensílios

Poder-se-á dizer que o corte de queijos em geral pode ser feito em triângulo, permitindo fatias com aromas e maturações completas desde o centro à lateral. Contudo é necessário ter em conta que quanto mais curado e intenso for o queijo mais finamente deve ser cortado, recorrendo à técnica e também a utensílios de corte apropriados e bem afiados. Portanto, o tipo de corte pode variar em função do tipo de queijo e de cura.

De forma geral, nos queijos de pasta mole é aconselhado o uso de facas com gume liso, estreito e pontiagudo enquanto que nos queijos compactos o ideal é o uso de facas com gume liso e largo. A faca designada universalmente para queijo, que tem uma lâmina serrilhada e extremidade curva, com duas pontas, é mais indicada para queijos de casca dura e de massa semidura ou semimole. Para queijos mais duros recomenda-se uma faca de ponta afiada e para os queijos de pasta mole uma faca de superfície maior que ajuda a pegar na fatia, bem como uma faca de ponta arredondada para serviço. Por último é pertinente ter uma faca multiusos, estreita, comprida e afiada que apoia e serve de substituição quando não existe faca específica. Relativamente aos cortes importa salientar o seguinte:

- **Queijos de pasta fresca** - no caso do queijo fresco pode aplicar-se a regra do corte de fatia triangular a partir do centro, utilizando a faca arredondada para servir o requeijão;
- **Queijos amanteigados** - o serviço deste queijo por vezes é feito através de colher, a partir do topo, por um corte de abertura circular na casca, o que não é de todo correto, uma vez que deve manter as suas características de pasta mole ou semimole, amanteigada e não líquida. Por serem queijos com zona de corte deformável, devem permanecer no frio, sendo recomendado cortá-lo em fatia triangular, de modo a que, através da sua estrutura se consiga uma melhor evidência sensorial. Os queijos mais pequenos podem ser cortados em quartos ou em metades, se for o caso da primeira opção, cortar o topo e servir imediatamente com a faca arredondada;

- **Queijos cilíndricos altos ou baixos** - devem ser cortados em fatias triangulares, a partir do centro, podendo ser de seguida ainda cortados em fatias mais pequenas, sobretudo os mais altos, como os queijos de São Jorge;
- **Queijos cilíndricos horizontais** - devem ser partidos em fatias e depois podem ser cortados em triângulos a partir do centro;
- **Queijos esféricos** - podem ser cortados primeiro em quartos e depois em metades e em fatias.

No decorrer das provas de queijo, para além de um pão neutro, podem utilizar-se bolachas com pouco ou nenhum sal, guardanapos e os tradicionais palitos de madeira para picar, de preferência dentro de uma caixa protegida, ou individuais dentro de embalagem de papel. Embora esta não seja uma escolha tão ecológica, o objetivo prende-se com razões de higiene. Deve estar presente uma garrafa de água e copos para casos de prova mais exigentes.

5. EXPOSIÇÃO E DEMONSTRAÇÃO DE QUEIJOS

5.4. Prova de Queijos

Existem 4 fases na avaliação de um queijo, entre elas e por ordem, a apreciação visual, a olfativa, a gustativa e a geral.

Na **apreciação visual** começa por avaliar-se o aspeto do queijo, se é regular, se se apresenta ressequido ou com fissuras. Em seguida, em função do tipo de queijo avalia-se a cor. O leite possui betacaroteno, um corante natural capaz de conferir cor amarelada aos queijos, sendo que a concentração de betacaroteno no leite é inteiramente dependente do animal e do seu tipo de alimentação, que varia consoante a estação do ano e por isso nem sempre a cor é regular.

Na **segunda fase de avaliação olfativa** identifica-se nas primeiras sensações se o queijo é intenso de cheiro, se é lácteo, frutado, se tem aroma a “chulé” ou a ranço. Numa segunda identificação e com a ajuda de uma tabela de aromas de queijo avaliam-se possíveis nuances vegetais e minerais, aromáticas e de especiarias, entre outras.

Na **fase gustativa**, com o palato limpo, levando à boca 10 a 15g de queijo sem casca, deixando humedecer durante 5 a 6 segundos e envolvendo por toda a boca, com aspirações breves e sucessivas, ao penetrar ar sentem-se os compostos voláteis pela via retronasal, prolongando à mastigação para perceções como salgado, picante, amargo, ácido, harmonia de aromas e sabores e respetivos aromas característicos, assim como a textura, se é firme, granulada, pegajosa ou amanteigada. Entre provas de queijo, deve ter-se fatias de maçã ou miolo de pão neutro e água com gás para limpar a cavidade bucal, ou lavar com água à temperatura ambiente.

Numa **apreciação global** interessa o conjunto de harmonias do queijo, da elegância de sabores à persistência de aromas.



6. HARMONIZAÇÕES GASTRONÓMICAS

6.1. Valor cultural e nutricional

Em Portugal a tradição pastoril perde-se no tempo, assim como o saber fazer das gentes, que guardam a arte do fabrico ancestral de queijos.

Se durante séculos foi usado apenas como conduto do pão, a realidade hoje é bem diferente, sendo utilizado como ingrediente e condimento. Se olharmos para os casos da cozinha grega, italiana e francesa, é certo que falta à gastronomia portuguesa dar o devido valor ou o valor devido aos nossos queijos a essa versatilidade culinária, pela diversidade e riqueza da cozinha regional, de norte a sul do continente e ilhas.

O queijo é, por si só, um alimento de elevado valor nutricional, contendo na sua composição proteínas, matérias gordas e glúcidos. Para além de ser uma fonte excepcional de cálcio é rico em vitamina A, potássio e fósforo, apresentando ainda outros minerais como magnésio, zinco e ferro.

6.2. Notas de prova

A componente olfato-gustativa dos queijos pode caracterizar-se da seguinte forma:

- **Queijos de ovelha** - queijos de sabor complexo, ligeiramente ácido, sendo que a textura varia entre amanteigada a firme, untuosa e quebradiça, conforme o período de cura;
- **Queijos de cabra** - queijos de sabor acentuado e ligeiramente picante, com textura firme e quebradiça;
- **Queijos de vaca** - queijos com aroma e sabor fortes e limpo.

6. HARMONIZAÇÕES GASTRONÓMICAS

6.3. Características organoléxicas

Tendo em conta o modo de produção, apresentam-se as seguintes características:

- **Queijo de Cabra Transmontano DOP** - possui um aroma agradável e intenso, sabor limpo e ligeiramente picante;
- **Queijo Terrincho DOP** - possui sabor e aroma, suave, limpo e característico (forte e característico no caso do Queijo Terrincho Velho);
- **Queijo Serra da Estrela DOP** - tem aroma e sabor agradável, persistente, limpo, de forte a ligeiramente forte, levemente picante e salgado;
- **Queijo Amarelo da Beira Baixa DOP** - o aroma é intenso e agradável enquanto que o sabor é limpo e ligeiramente acidificado;
- **Queijo de Castelo Branco DOP** - o sabor e o aroma são intensos e ligeiramente picantes no caso do “Queijo de Castelo Branco Velho”;
- **Queijo Picante da Beira Baixa DOP** - o aroma é intenso e característico e o sabor é acentuadamente picante;
- **Queijo Rabaçal DOP** - o aroma e o sabor são ligeiramente intensos e com alguma acidez, com característica singular por influência das pastagens da erva-de-santa-maria (tomilhinha);
- **Queijo de Nisa DOP** - possui sabor ligeiramente ácido e aroma intenso;
- **Queijo Mestiço de Tolosa IGP** - o sabor é ligeiramente forte, picante e agradável;
- **Queijo de Évora DOP** - possui um sabor e aroma característicos, ligeiramente picante e ácido, mais acentuado nos queijos de pasta dura;
- **Queijo de Azeitão DOP** - possui sabor picante, simultaneamente, acidificado e salgado;
- **Queijo de Serpa DOP** - aroma e sabor geralmente forte e com dominância do sabor picante;
- **Queijo de São Jorge DOP** - um sabor e aroma de cariz ligeiramente forte, limpo e ligeiramente picante;
- **Queijo do Pico DOP** - o seu sabor é salgado e intenso, com agradável aroma.

6. HARMONIZAÇÕES GASTRONÓMICAS

6.4. Sugestões de harmonização

Os queijos podem constituir uma refeição completa quando associados ao pão, frutos secos, frutas e legumes, para além da presença em entradas sólidas e líquidas, pratos principais de peixe, carne e sobremesas, sendo um produto versátil para qualquer hora do dia.

A exposição de queijos em tábuas para degustação é, nos dias de hoje, uma ferramenta importante na comunicação para com o consumidor final, pois permite um leque de opções variadas de conjugação de queijos provenientes de um só leite, de ovelha, cabra ou vaca, ou temático, em harmonizações diversas, com doces ou vinhos.

As ervas aromáticas e especiarias podem ter também um papel importante numa mostra, sobretudo para equilíbrio de cheiros e aromas presentes em queijos mais fortes, que nem sempre agradam a todos.

Sugerem-se, portanto, algumas recomendações variáveis de harmonização para elaboração de tábuas de queijos, tendo em conta, o sabor, a consistência, a diversidade e a intensidade de conjugações, ou por contraste. Por exemplo, se um queijo possui sabor picante e é ligeiramente ácido e salgado devido à sua untuosidade, necessita de ser harmonizado com “sabores quentes”. Se por outro lado é um queijo suave, podemos conjugar “sabores mais frios”.

Algumas sugestões de harmonização:

“Uvas, pão e queijo sabem a beijo”

[Provérbio popular]



6. HARMONIZAÇÕES GASTRONÓMICAS

6.4. Sugestões de harmonização (continuação)

QUEIJOS - PASTA MOLE

Pão rústico de trigo

QUEIJOS - PASTA SEMIDURA

Pão centeio ou de milho

QUEIJOS - PASTA DURA

Pão com passas, sementes ou ervas aromáticas

QUEIJOS - PASTA MOLE A DURA

Tostas finas ou bolachas de água e sal



QUEIJOS - PASTA SEMIDURA OU DURA

Fruta fresca - fatias de maçã, uvas e figos

QUEIJOS - PASTA SEMIMOLE A SEMIDURA

Manga em cubos

QUEIJOS - PASTA MOLE E SEMIMOLE

Fruta desidratada - figos ou alperces

QUEIJOS - PASTA SEMIDURA

Fruta desidratada - banana e maçã



QUEIJOS - PASTA MOLE E SEMIMOLE

Nozes, avelãs ou amêndoas

QUEIJOS - PASTA MOLE A DURA

Galegas

*pão, tostas
e bolachas*

fruta

frutos secos

azeitonas



QUEIJOS AMANTEIGADOS Cebola fatiada finamente
QUEIJOS - PASTA SEMIMOLE A SEMIDURA Aipo em palitos, cenoura em palitos ou pimentos em palitos
QUEIJOS - PASTA MOLE E DURA Legumes grelhados
QUEIJOS - PASTA DURA RALADA Salada de alface romana e folhas de espinafre

legumes



QUEIJOS - PASTA FRESCA E MOLE A DURA

mel, marmeladas e compotas

QUEIJOS - PASTA SEMIDURA

Fatias finas de presunto

QUEIJOS - PASTA MOLE Bacon gratinado

QUEIJOS - PASTA DURA Morcela grelhada

QUEIJOS - PASTA SEMIMOLE Farinheira assada

enchidos

QUEIJOS - PASTA SEMIDURA E DURA Patês fortes

QUEIJOS - PASTA MOLE E SEMIMOLE Patês suaves

patês

QUEIJOS MAIS SALGADOS Vinhos brancos e roses

QUEIJOS - PASTA DURA A SEMIDURA Vinhos tintos

QUEIJOS - PASTA MOLE A DURA Vinhos doces

QUEIJOS MAIS INTENSOS Cerveja

vinhos

Nota: No caso das frutas, compotas, legumes e vinhos pode associar-se, em certas consonâncias, a cor à sua utilização, por exemplo, uvas brancas, mel, cebola, aipo, vinho branco, entre outros, a queijos amanteigados a semimoles. Uvas pretas, compota de frutos vermelhos, cebola roxa, cenoura, vinho tinto, entre outros, a queijos semiduros a duros, sem, no entanto, fazer desta regra.

7. RECOMENDAÇÕES

Uma vez que o consumo de queijo em Portugal é bastante baixo em relação à média europeia, existe a necessidade de estimular novos consumidores, de cultivar novas formas de utilização e sobretudo, de criar uma nova cultura de consumo à volta do queijo, uma vez que é tão versátil, quer na preparação de diferentes formas em refeição, a qualquer hora do dia, quer pela conjugação que tem com alguns produtos, nomeadamente com vinhos:

- Comunicar o queijo como produto de consumo sem hora marcada;
- Integrar o queijo nos pratos da cozinha portuguesa, junto de chefs;
- Estabelecer parcerias com marcas e espaços de vinhos e de cervejas;
- Insistir na presença de espaços de charcutaria especializada;
- Incrementar as tábuas de queijo na indústria hoteleira;
- Desmistificar noções nutricionais desfavoráveis ao consumo;
- Investir em rótulos e embalagens apelativas;
- Promover uma boa comunicação digital, com catálogos online de produtos;
- Convidar antecipadamente revendedores e contatos da empresa para visita ao stand, quando se participa em feiras;
- Comunicar, de forma imprescindível, o produto na língua estrangeira quando a promoção for feita em feiras internacionais.



8. SEGURANÇA ALIMENTAR E ECONÓMICA

Os processos de HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point ou Análise de Perigos e Controlo de Pontos Críticos) estendem-se à venda do produto, sendo necessário manter as condições de segurança alimentar durante a sua demonstração, tomando todas as medidas preventivas nas diferentes fases da preparação de produto para exposição, do transporte até ao manuseamento para demonstração:

- Higiene dos espaços, equipamentos e utensílios;
- Conformidades do produto;
- Cuidados de exposição à luz e temperaturas inadequadas;
- Higiene pessoal e fardamento;
- Manuseamento de alimentos.

Nos casos de exposição para comercialização de produto, importam os seguintes pontos:

- Guias de transporte;
- Sistema de faturação;
- Fundo de caixa;
- Licenças de atividade;
- Livro de reclamações;
- Fichas técnicas de produto.



9. AMBIENTE E SUSTENTABILIDADE

O homem é o homem e a sua circunstância, sendo o seu bem-estar relativo das harmonias que estabelece entre a capacidade de gestão do meio ambiente e das relações sustentáveis entre si.

Através de consumidores cada vez mais exigentes, as empresas reconhecem que essa sustentabilidade é um fator chave no sucesso a longo prazo, onde o crescimento depende da capacidade de oferta que satisfaça essas mesmas preocupações.

O relatório das Nações Unidas estima que a população mundial alcance os 9,6 mil milhões em 2050, sendo por isso fundamental adotar formas alternativas da gestão dos recursos existentes bem como da gestão de resíduos, em função dos recursos naturais não renováveis e limitados. A indústria dos queijos tem melhorado em muitos aspetos, tendo ainda um longo caminho a percorrer. Atualmente, o mercado da indústria alimentar já apresenta diversas soluções sustentáveis ao nível de embalagens, louças, guardanapos e outros materiais, que permite às empresas uma readaptação gradual, face às exigências de um consumidor cada vez mais preocupado com a proteção do ambiente e esclarecido na hora de comprar.

10. FICHA DE PROVA PARA AVALIAÇÃO DE QUEIJOS

Nome _____
 Idade _____ Data ____ / ____ / ____ Código _____

VISÃO

Aparência Regular Ressequido Fissuras

Cor Branco Creme Amarelo

<input type="checkbox"/> Branco sujo	<input type="checkbox"/> Cre. esbranquiçado	<input type="checkbox"/> A. esbranquiçado
<input type="checkbox"/> Beje	<input type="checkbox"/> Cre. amarelado	<input type="checkbox"/> Amar. abóbora
<input type="checkbox"/> Bra. amarelado	<input type="checkbox"/> Cre. alaranjado	<input type="checkbox"/> Amar. torrado
<input type="checkbox"/> Bra. acastanhado	<input type="checkbox"/> Cre. torrado	<input type="checkbox"/> Castanho
		<input type="checkbox"/> Castanho escuro

OLFATO Intenso Lácteo "Chulé" Ranço

Frutado

Aroma* _____

PALADAR Intenso Ácido Rançoso

Intensidade Salgado Picante

Aroma* _____

TEXTURA Amanteigado Granulado Pegajoso Firme

APRECIÇÃO GLOBAL Mau Muito Bom

0 1 2 3 4 5

OBSERVAÇÕES _____

*Observar a tabela dos aromas

11. TABELA DE AROMAS DE QUEIJO

Láctico	Fresco		Azedo		Cozinhado	
	Leite, creme, manteiga		Iogurte, creme fresco, manteiga fresca		Leite fervido, leite condensado, creme de ovos, manteiga derretida	
Vegetal e mineral	Vegetal		Pugente		Fungos	
	Folhas verdes, aipo, relva cortada, amendoim verde, azeite		Alho, cebola, repolho, brócolos		Cogumelos, madeira queimada	
Frutado e floral	Citrino	Frutas	Frutas tropicais	Fermentado	Fruta seca	Floral
	Laranja, limão	Frutas vermelhas, maçã, pêra, marmelo, pêsego, melão	Abacaxi, manga, banana	Vinho, cidra, cerveja, massa fresca	Amêndoa, castanha, damasco seco	Flores brancas, rosas, perfume, mel
Ervas e especiarias	Ervas			Especiarias		
	Hortelã menta, funcho, estragão, alecrim			Pimenta branca, pimenta preta, caril		
Animal	Campo			Carne		
	Sela de couro, tenda, molhado			Caldo, bacon, lanolina		
Torrado	Grãos		Nozes		Torrefação	
	Cereal, pão torrado, feno seco		Amêndoa, avelã e noz torrada, manteiga de amendoim		Café com leite, expresso, chocolate, fumo	
Sabor	Umami					
	Molho de soja, miso, shitake seco, levedura					

12. CHECK LIST

CHECKLIST	Data / Evento	Data / Evento	Data / Evento	Data / Evento	Data / Evento	Data / Evento	Data / Evento
Queijos							
Conjunto de tábuas: madeira, pedra, polietileno							
Conjunto de facas de corte para queijos							
Água, bolachas de água e sal							
Pão, faca de corte, base para pão, palitos							
Jarro para água, copos							
Louça exposição, talheres							
Guardanapos, rolo papel							
Bancadas, mesa, cadeiras							
Fardamento, panos, toalhas de bancada							
Elementos decorativos, rede mosquiteira							
Bloco de notas e canetas							
Cartões de contacto, flyers, roll up							
Sistema de faturação, computador, guias de transporte, impressora, papel							
Terminal pagamento, cofre, fundo de caixa							
Extensões elétricas, triplas, carregadores							



Notas

SUMÁRIO PRÁTICO SOBRE
APRESENTAÇÃO DE QUEIJO

Queijo

SUMÁRIO PRÁTICO SOBRE APRESENTAÇÃO

Pela admiração dos que trabalham a terra, pelo esforço e persistência, este trabalho contribui para uma melhor identificação dos queijos, da sua apresentação e comunicação ao consumidor.

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

Parceiro



ASSOCIAÇÃO
CENTRO DE APOIO
TECNOLÓGICO
AGRO ALIMENTAR

Outros Parceiros



Associação Comercial
e Empresarial da Beira Baixa



aepl ASSOCIAÇÃO EMPRESARIAL
DE PONTE DE LIMA



*Os nossos queijos são os melhores do mundo,
não conhecemos quem os faça de forma tão genuína e autêntica,
porque nos entregamos de alma e coração ao que fazemos.*