

NUNO RODRIGUES<sup>1</sup>, SANDRA RODRIGUES<sup>1</sup>, JOSÉ A. PEREIRA<sup>1</sup>, ELSA RAMALHOSA<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Centro de Investigação de Montanha (CIMO), ESA, Instituto Politécnico de Bragança, Campus de Santa Apolónia, 5300-253 Bragança, Portugal.  
nunorodrigues@ipb.pt

## Introdução

Na indústria alimentar a inovação é uma constante, quer inovando nos processos, produzindo de forma mais eficiente e mais amiga do ambiente, ou dando resposta a novas tendências dos consumidores desenvolvendo novos produtos. Também na panificação têm aparecido novos produtos e novas formas de apresentação.

No sentido de responder a uma necessidade do setor da panificação, para a produção de pão de trigo rico em antioxidantes, neste trabalho foi feita a adição de extratos e folhas de oliveira a pão de trigo e estudada a sua aceitabilidade por parte dos consumidores.

## Material e Métodos

Formulação de  
pão de trigo

Sem adição (controlo)

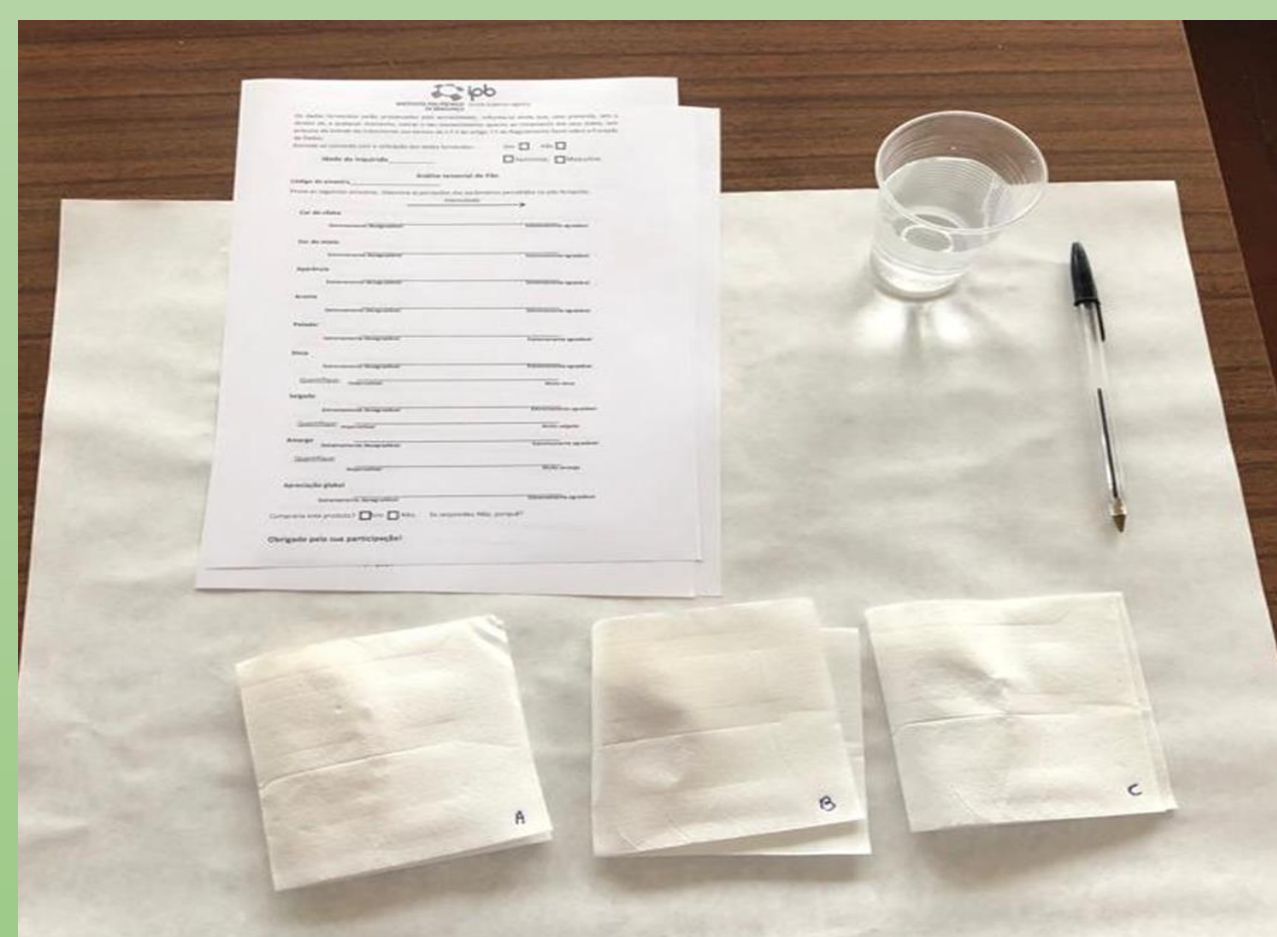
Extrato aquoso  
(1,5%, m/m)

Folha de oliveira  
moída (1,5%, m/m)



Em um painel de 67 consumidores  
avaliou-se numa escala de 0-10:  
-Parâmetros visuais;  
-Parâmetros olfativos;  
-Parâmetros gustativos;  
-Apreciação global do produto.

Prova:



## Resultados

Para verificação da aceitabilidade por parte dos consumidores, avaliaram-se parâmetros visuais (cor da cõdea e do miolo, e a aparência), parâmetros olfativos (aroma), parâmetros gustativos (paladar, doce, amargo e salgado) e apreciação global do produto, numa escala de 0 a 10, sendo inquiridos os consumidores relativamente à possibilidade de aquisição do produto (Figura 1). Foi também questionado a intenção de compra destes produtos sem e com adição de extrato e folha (Figura 2).

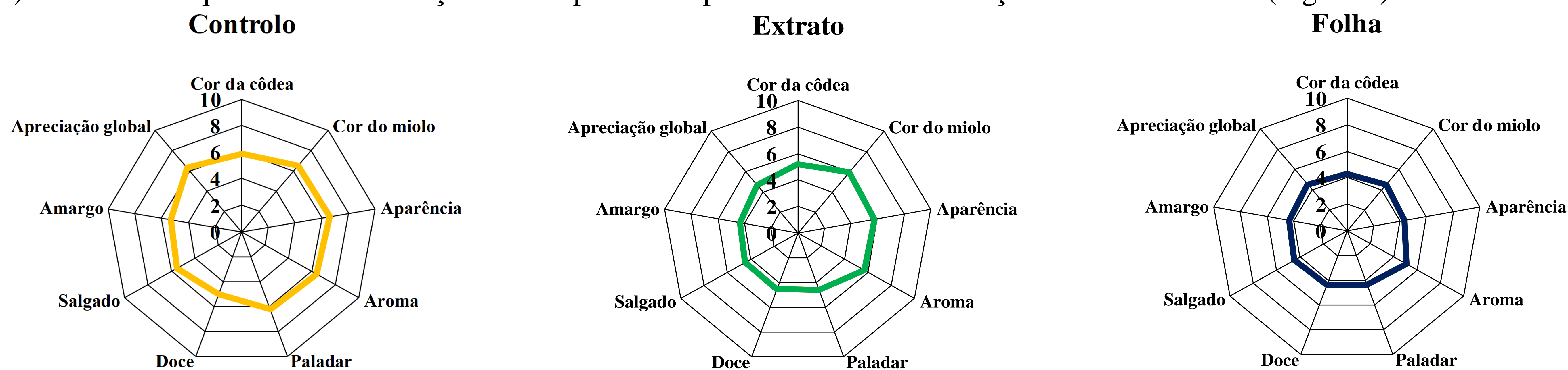


Figura 1. Avaliação sensorial dos diferentes tipos de pães com e sem adição de extrato ou folha de oliveira.

Os resultados indicaram que os consumidores ainda preferem o pão sem qualquer adição no que respeita à sua cor, aroma, paladar e apreciação global (Figura 1). Contudo, o pão preparado com folhas de oliveira mereceu uma intenção de compra de um maior número de consumidores (61%), em comparação com o pão onde foi utilizado extrato (60%), o que, pela sua facilidade, baixo custo e aceitabilidade abre boas perspetivas para o desenvolvimento de um novo produto como resposta a uma necessidade de um conjunto de consumidores mais preocupados com a saúde, bem-estar e com a ingestão de antioxidantes como fazendo parte de uma dieta rica e equilibrada (Figura 2).

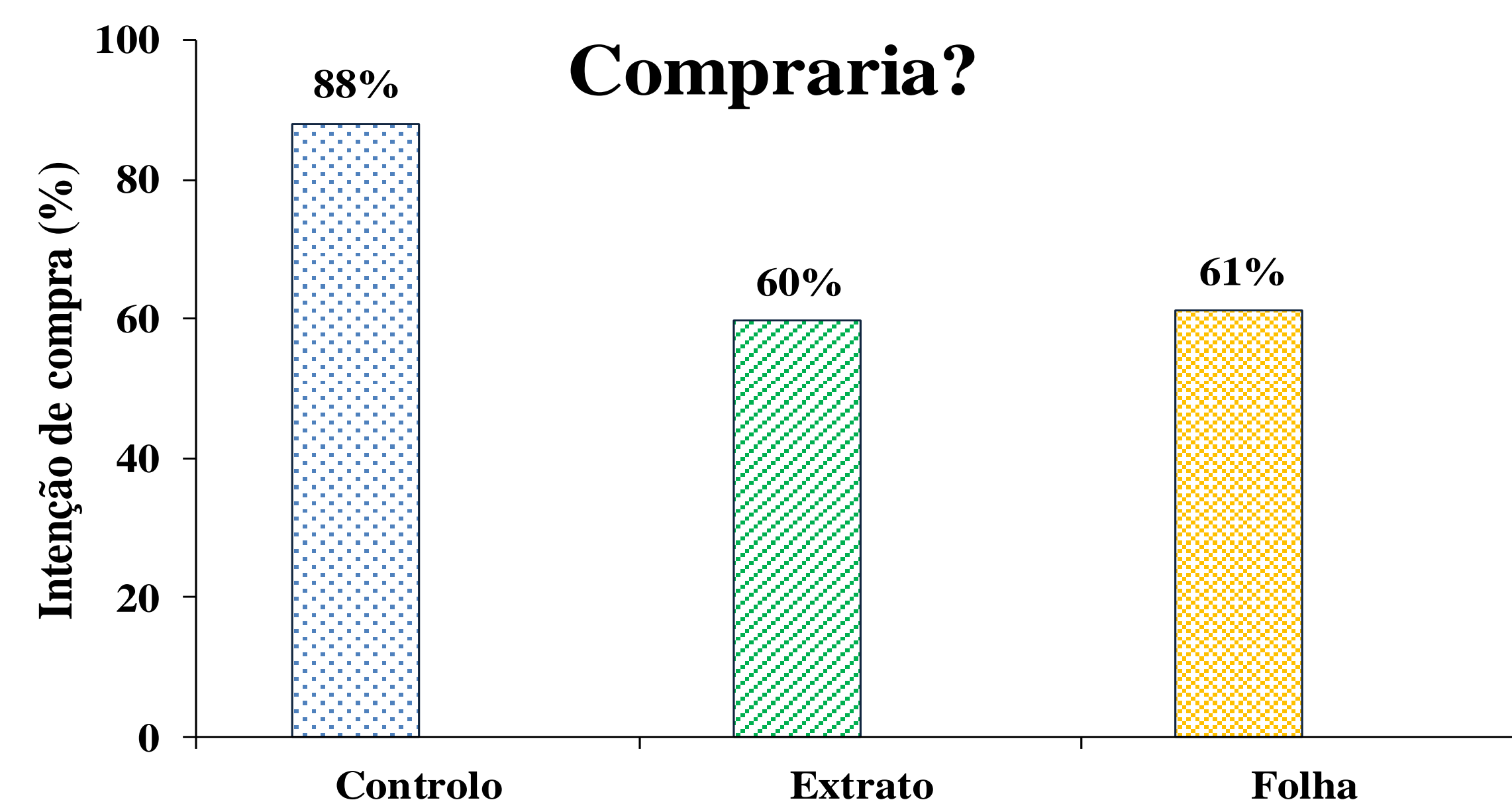


Figura 2. Intenção de compra dos diferentes tipos de pães com e sem adição de extrato ou folha de oliveira.

## Agradecimentos

Nuno Rodrigues agradece a “Fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito da celebração do contrato-programa de emprego científico institucional”. Este trabalho foi também parcialmente financiado pelo CIMO (UID/AGR/00690/2019) através do FEDER no âmbito do PT2020.