



HÁBITOS DE COMPRA E DE CONSUMO DE PÃO NA REGIÃO DE BRAGANÇA EM PORTUGAL

Leticia Cabrera Parra Bortoluzzi

*Dissertação apresentada à Escola Superior Agrária de
Bragança para obtenção do Grau de Mestre em Qualidade e
Segurança Alimentar no âmbito da dupla diplomação com a
Universidade Tecnológica Federal do Paraná*

Orientada por

Prof^a Doutora Maria Isabel Barreiro Ribeiro

Prof^a Doutora Adriana Droval

Esta dissertação não inclui as críticas e sugestões feitas pelo Júri

**Bragança
2020**

*Às pessoas comprometidas com a transferência,
divulgação e circulação de conhecimento. E às mulheres
que me influenciam.*

*Mães, irmãs, avós, tias, primas, amigas e
professoras, as quais, me ensinam cotidianamente.*

AGRADECIMENTOS

Primeiro, agradeço à **Universidade Tecnológica Federal do Paraná** e ao **Instituto Politécnico de Bragança**, duas instituições de ensino que tornaram este trabalho de investigação possível. Aos 215 **inquiridos**, agradeço a colaboração e o incentivo a pesquisa.

De forma especial agradeço a minha mãe, **Elenice Cabrera Parra Bortoluzzi**, meu pai, **Claudinei Aparecido Bortoluzzi**, minha irmã **Ana Paula Cabrera Parra Bortoluzzi** e minhas avós **Encarnação Cabrera** e **Aide Ferreira**, por me darem amor e suporte. A minha amiga, **Bárbara de Sena Nunes Menezes**, agradeço por ser como uma irmã, que me auxiliou por toda trajetória de Bragança, além de toda família criada pelo caminho.

Gostaria de mencionar também, o apoio **psicológico** prestado pela minha psicóloga, família, amigos e o senhor Jefferson Gustavo Neto. Expressar minha gratidão a cada um deles, além de relembram três pessoas que de forma profissional e pessoal me auxiliaram estar aqui, meus amigos **Iasmim Pereira De Moraes** e **Carlos Seiti Hurtado Shiraishi** e minha professora **Márcia Regina Ferreira Geraldo Perdoncini**.

Por fim, meus sinceros agradecimentos às minhas orientadoras. Em especial, **Maria Isabel Barreiro Ribeiro**, que de forma afetuosa com muita atenção e capacidade prestou todo apoio técnico necessário.

Pelos livros que eu tive acesso

Minha obrigação é espalhar pro resto.

Froid, 2020

ÍNDICE GERAL

ÍNDICE DE FIGURAS	ii
ÍNDICE DE TABELAS	iii
LISTA DE ABREVIATURAS.....	iv
RESUMO	v
ABSTRACT	vi
1.INTRODUÇÃO.....	2
1.1 Motivações	2
1.2 Objetivos.....	2
1.3 Estrutura da dissertação.....	2
2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....	5
2.1 Hábitos alimentares	5
2.2 Importância do pão na dieta alimentar	6
2.2.1 Composição nutricional do pão	7
2.2.2 Hábitos alimentares e saúde relacionados ao consumo de pão	11
2.3 Regime alimentar e consumo de pão em Portugal	14
2.3.1 Panificação e Produtos tradicionais.....	16
3. METODOLOGIA.....	20
3.1 Tipo de estudo	20
3.2 Procedimentos	20
3.3 Instrumento.....	21
3.4 Tratamento estatístico e hipóteses de estudo.....	21
3.5 Questões éticas	22
4. RESULTADOS	24
4.1 Caracterização sociodemográfica.....	24
4.2 Restrições na dieta alimentar e conhecimento do tipo de pão regional.....	25
4.3 Gostos, preferências e hábitos de consumo	27
4.4 Hábitos de compra.....	29
4.5 Hábitos de consumo e características sociodemográficas do consumidor	32
4.6 Hábitos de compra e características sociodemográficas do inquirido.....	46
5. DISCUSSÃO.....	77
6. CONCLUSÕES, LIMITAÇÕES E INVESTIGAÇÕES FUTURAS	86
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	89
ANEXO I.....	97

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Nacionalidade dos inquiridos estrangeiros (n=71)	25
Figura 2 - Inquiridos com e sem restrições alimentares (n=215)	25
Figura 3 - Inquiridos com restrições alimentares (n=86)	26
Figura 4 - Conhecimento da existência de tipos de pão regional (n=215)	26
Figura 5 - Tipo de Pão Regional que o inquirido conhece (n=149)	27
Figura 6 - Compostos presentes em maior quantidade no pão (n=172)	28
Figura 7 - Preferência do consumidor pelo tipo de pão/farinha (n=215)	29
Figura 8 - Atributos valorizados na escolha de pão (n=192)	30
Figura 9 - Local de compra de pão (n=192)	31
Figura 10 - Fatores decisivos na escolha do local de compra de pão (n=192)	31
Figura 11 - Frequência de compra de pão regional de Bragança (n=192)	32

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 - Caraterização sociodemográfica do inquirido (n=215)	24
Tabela 2 - Gostos, preferências e hábitos de consumo de pão (n=215)	27
Tabela 3 - Hábitos de compra de pão na região de Bragança (n=192).....	29
Tabela 4 - Comparação dos gostos, preferências e hábitos de consumo de pão por nacionalidade (n=215)	32
Tabela 5 - Comparação dos gostos, preferências e hábitos de consumo de pão por sexo (n=215)	34
Tabela 6 - Comparação dos gostos, preferências e hábitos de consumo de pão por classe etária (n=215)	36
Tabela 7 - Comparação dos gostos, preferências e hábitos de consumo de pão por escolaridade (n=215)	37
Tabela 8 - Comparação dos gostos, preferências e hábitos de consumo de pão por ocupação (n=215)	39
Tabela 9 - Comparação dos gostos, preferências e hábitos de consumo de pão por meio onde vive (n=215).....	41
Tabela 10 - Comparação dos gostos, preferências e hábitos de consumo de pão por dimensão do agregado familiar (n=215).....	42
Tabela 11 - Comparação dos gostos, preferências e hábitos de consumo de pão por agregados com menores (n=215).....	44
Tabela 12 - Comparação dos hábitos de compra de pão por nacionalidade (n= 192)...	46
Tabela 13 - Comparação dos hábitos de compra de pão por sexo (n= 192).....	50
Tabela 14 - Comparação dos hábitos de compra de pão por classe etária (n= 192).....	53
Tabela 15 - Comparação dos hábitos de compra de pão por escolaridade (n= 192)	57
Tabela 16 - Comparação dos hábitos de compra de pão por ocupação profissional (n= 192).....	60
Tabela 17 - Comparação dos hábitos de compra de pão por meio onde vive (n= 192)	64
Tabela 18 - Comparação dos hábitos de compra de pão por dimensão do agregado familiar (n= 192).....	67
Tabela 19 - Comparação dos hábitos de compra de pão por agregados com menores (n= 192).....	72

LISTA DE ABREVIATURAS

Ca	Cálcio
Cl	Cloro
Cu	Cobre
DOP	Denominação de Origem Protegida
Fe	Ferro
g	Gramma
IDR	Índice diário recomendado
IGP	Indicação Geográfica Protegida
IPB	Instituto Politécnico de Bragança
K	Potássio
Kg	Quilograma
Mg	Magnésio
Na	Sódio
OMS	Organização Mundial da Saúde
P	Fósforo

RESUMO

Os hábitos alimentares variam de acordo com diferentes fatores complexos, dependendo de motivações pessoais e do contexto onde o indivíduo está inserido na sociedade. O pão é um dos alimentos mais antigos, consumido de diversas formas e com frequência. Assim sendo, foi desenvolvido um estudo quantitativo e transversal que teve como objetivos conhecer os hábitos de compra e consumo de pão da região de Bragança, e verificar se os hábitos de consumo e compra estão associados a fatores sociodemográficos. Para isso, foi realizado um inquérito online aplicado a 215 inquiridos da região de Bragança, estruturado de forma a descrever o inquirido por suas características sociodemográficas, seus hábitos de compra e consumo, seu conhecimento sobre o pão regional e restrições alimentares. Os resultados deste estudo mostraram que determinados hábitos de consumo e de compra do pão estavam, de facto, associados às características sociodemográficas do inquirido. Contudo, de forma geral o pão, ainda, é consumido de forma hedônica, porém, há uma percentagem significativa de indivíduos que optam pelo consumo de pão integral. Percebeu-se, também, que existe atualmente, uma preocupação constante por parte dos inquiridos relativamente à quantidade de sal presente no pão. Neste sentido, surge a necessidade de divulgação de informação a respeito da composição do pão tradicional e dos pães substitutos.

Os inquiridos demonstraram ter um bom conhecimento dos pães da região de Bragança. No entanto, nesta investigação, a percentagem de inquiridos que admitiram comprar este tipo de pão foi relativamente reduzida, especialmente entre os mais jovens. O pão regional apresenta um consumo mais elevado entre os inquiridos com mais de 35 anos, ativos e que fazem parte de agregados familiares de menor dimensão. A comercialização de produtos regionais auxilia na manutenção da tradição, no desenvolvimento do comércio local e das áreas rurais, em especial, as de menor densidade populacional. Em respeito a isso, aumentar a visibilidade desses produtos torna-se imperativo. A divulgação de informação e o desenvolvimento de campanhas de valorização destes produtos que são típicos, artesanais, que representam toda uma cultura regional e aos quais são reconhecidos atributos de qualidade, poderá ser uma forma destes produtos se destacarem entre uma imensidão de produtos substitutos existentes no mercado regional, nacional e internacional.

Palavras-chave: Hábitos alimentares, pão regional, consumo, Bragança, Portugal.

ABSTRACT

Eating habits vary according to different complex factors, depending on personal motivations and the context in which the individual is inserted in society. Bread is one of the oldest foods, consumed in different ways and often. Therefore, a quantitative and cross-sectional study was developed with the objective of knowing the bread buying and consumption habits of the Bragança region, and verifying whether the consumption and buying habits are associated with sociodemographic factors. For this, an online survey was applied to 215 respondents from the Bragança region, structured in order to describe the respondent by their sociodemographic characteristics, their buying, consuming habits, their knowledge about regional bread and dietary restrictions.

The results of this study showed that certain habits of consumption and purchase of bread were, in fact, associated with the sociodemographic characteristics of the respondent. In general, bread is still consumed in a hedonic way, however, there is a significant percentage of individuals who choose to eat whole grain bread. It was also noticed that there is currently a constant concern on the part of respondents regarding the amount of salt present in bread. In this sense, there is a need to disseminate information about the composition of traditional bread and substitute breads. Respondents showed that they had a good knowledge of the breads in the Bragança region. Although, in this investigation, the percentage of respondents who admitted to buying this type of bread was relatively low, especially between the younger ones. Regional bread has a higher consumption among respondents over 35 years old, active and who are part of smaller households. The commercialization of regional products helps to maintain the tradition, to develop local commerce and rural areas, especially those with less population density. In this respect, increasing the visibility of these products is imperative. The dissemination of information and the development of campaigns to value these products, which are local, handcrafted, represent a whole regional culture, and are adopted as reference in quality, may be a way for these products to stand out among the multitude of substitute products existing in the regional, national and international market.

Keywords: Eating habits, regional bread, consumption, Bragança, Portugal.

Capítulo 1 – Introdução

1. INTRODUÇÃO

1.1 Motivações

Os hábitos alimentares dos indivíduos resultam da combinação de fatores complexos de natureza diversa. Conhecer os hábitos alimentares de uma região possibilita analisar comportamentos/motivações de compra e consumo, compreender as necessidades específicas dos consumidores, e auxiliar no desenvolvimento de estratégias de saúde coletiva assim como contribuir para melhorias na produção e distribuição de alimentos.

1.2 Objetivos

Esta investigação buscou conhecer os gostos, preferências e hábitos de consumo e compra de pão na região de Bragança, visto que esse é um alimento básico, acessível e tradicional em Portugal. Para além disso, pretendeu-se verificar se determinados hábitos de consumo e compra deste alimento estão associados a características sociodemográficas dos indivíduos. Nesta investigação foram, ainda, estabelecidos os seguintes objetivos específicos:

- Identificar os hábitos de compra e consumo de pão na região de Bragança, e o perfil sociodemográfico dos inquiridos;
- Conhecer as restrições alimentares do inquirido e avaliar o seu conhecimento no que diz respeito à composição do pão;
- Analisar o conhecimento, consumo e compra de pães regionais de Bragança.

1.3 Estrutura da dissertação

A presente dissertação está estruturada em seis capítulos. No primeiro, a introdução, justifica-se o tema e a motivação para o seu desenvolvimento, apresentam-se os objetivos e faz-se referência à forma como está estruturado este trabalho. No segundo capítulo organiza-se a revisão da literatura contextualizando e fundamentando o tema desenvolvido. Este mesmo capítulo encontra-se dividido de forma a compreender os diferentes hábitos alimentares, entender a importância do pão na dieta alimentar, mostrar seu consumo influente na saúde, além de trazer informações sobre o consumo do pão em Portugal e a tradição de produtos da região. O terceiro capítulo descreve a metodologia

utilizada desde a recolha e tratamento dos dados, demonstrando os procedimentos seguidos para o desenvolvimento de um questionário aplicado, a estrutura e a finalidade das perguntas presentes, o tratamento estatístico utilizado no presente trabalho e as hipóteses testadas. São também referidas, neste capítulo, as questões éticas colocadas em prática e seguidas com rigor nesta investigação. No quarto capítulo são apresentados os resultados obtidos neste estudo, apresentados em tabelas ou gráficos. Neste capítulo, foi possível descrever o perfil do inquirido; caracterizar a amostra obtida, conhecer as restrições alimentares do inquirido e verificar o seu nível de conhecimento sobre os pães da região de Bragança. Para além disso, foram recolhidos dados sobre os hábitos de compra e consumo do pão na região de Bragança. Por fim, identificaram-se diferenças no consumo e compra do pão tendo em conta as características sociodemográficas do inquirido. No quinto capítulo foram discutidos os hábitos de consumo e compra de pão obtidos comparando os resultados obtidos neste estudo com outros estudos publicados. São feitos, também, alguns levantamentos a respeito de estratégias para uma melhoria dos hábitos de compra de pães saudáveis e regionais. No sexto e último capítulo retiram-se as principais conclusões desta investigação, referem-se as limitações encontradas e mencionam-se linhas de investigação para desenvolvimento de trabalhos futuros.

Capítulo 2 - Revisão Bibliográfica



2. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1 Hábitos alimentares

A Alimentação é imprescindível para a vida e sobrevivência humana, porém, alimentar não é apenas uma necessidade, mas também, um prazer ligado a hábitos e a condutas sociais. Os alimentos têm histórias sociais, económicas e simbólicas complexas, desta forma, a espécie humana desenvolveu práticas culturais diversas ao alimentar-se de forma coletiva (Mintz, 2001).

Os costumes alimentares de uma civilização estão diretamente ligados à sua eficiência produtiva e à obtenção de produtos, sendo estes, fatores dependentes geográficos, políticos, religiosos e culturais. As cozinhas locais, regionais, nacionais e internacionais são produtos da miscigenação cultural. Ao realizar encontros entre culturas, as diferenças de hábitos e costumes não só se mostram mais evidentes, mas também, põem em andamento, numa trajetória não-linear, um processo de interação entre elas (Canesqui & Garcia, 2005). Cabe à cultura definir o que é ou não hábito consumir, prescrever as permissões e estipular o que é adequado, de forma a moldar o gosto e o modo de consumo. As pessoas no mundo desenvolvido consomem alimentos de forma hedônica e em resposta a estados emocionais, atribuindo significado simbólico aos alimentos. Em particular, o pão é um dos símbolos mais poderosos do Cristianismo; é utilizado na Eucaristia e é um sinal de partilha e de convivência (Mintz, 2001; De Boni *et al.*, 2019).

As escolhas alimentares dependem das crenças e das atitudes dos consumidores (Biloukha & Utermohlen, 2000; Roux *et al.*, 2000), e cada vez mais atentos e informados, utilizam vários critérios para avaliar se um produto alimentar satisfaz ou não as suas expectativas e requisitos. As características principais de um produto relacionam-se com o preço, a marca, o selo de qualidade, o país de origem, a aparência da loja e com informações sobre a produção e a composição dos alimentos (Gellynck *et al.*, 2009).

Gębski *et al.* (2019) consideram existir barreiras aos hábitos alimentares mais saudáveis, mas reconhecem, assim como Sajdakowska *et al.* (2019), que os atributos de saúde nos alimentos condicionam cada vez mais a escolha do consumidor, mostrando de forma geral uma busca por hábitos alimentares mais saudáveis. Nos últimos anos, aumentaram também as preocupações e consciência sobre saúde planetária e a atenção a dietas mais sustentáveis, juntamente, com o aprofundamento do conhecimento sobre os

efeitos de produção e consumo de alimentos no meio ambiente. Os métodos de produção e processamento artesanais e tradicionais podem ser relevantes nas escolhas alimentares, visto que os produtos regionais carregam uma qualidade emocional maior que os produtos de origem menos definida (De Boni *et al.*, 2019).

Sajdakowska *et al.* (2019) afirmam que o sabor desempenha um papel crucial na escolha de alimentos por parte do consumidor. De Boni *et al.* (2019) complementam esta fundamentação, justificando que todos esses fatores influenciam a percepção geral de qualidade dos consumidores, dividindo os atributos em qualidade de experiência, sendo o preço, características sensoriais e frescor, os quais podem ser testados diretamente pelos consumidores; e os atributos de qualidade de credibilidade, como salubridade e sustentabilidade ambiental ou social, não diretamente claros para o consumidor e que requerem conhecimentos específicos. A indústria alimentar segue e estimula padrões de gosto criados ao longo de décadas, ou até mesmo séculos, por isso, mudar este padrão com o objetivo de introduzir alimentos mais saudáveis pode ser uma dificuldade, contudo, um grande desafio. No entanto reverter esta tendência é um trabalho importante a desenvolver que necessita de grande capacitação por parte dos intervenientes (República Portuguesa, 2019).

Considera-se assim, necessário compreender os hábitos de consumo do ponto de vista psicológico e sociocultural e conhecer os fatores psicossociais que influenciam este processo de decisão. Esse conhecimento, torna mais eficaz as medidas de educação para a saúde, a fim de se melhorarem os hábitos e os comportamentos alimentares (Viana, 2002).

2.2 Importância do pão na dieta alimentar

O homem aprendeu a fazer pão há mais de 4000 anos, um alimento, que por isso, faz parte da dieta alimentar há muitos séculos (De Boni *et al.*, 2019, Cauvain & Young, 2009; Dewettinck *et al.*, 2008) registrando desde que foi introduzido na dieta alimentar, frequências de consumo elevadas e em grandes quantidades (Montoya, 2013). Razões pelas quais, os consumidores percebem o pão como sendo um alimento básico e tradicional (Gellynck *et al.*, 2009).

A Portaria nº 52/2015, emitida pelo Ministério da Economia, da Agricultura, do Mar e da Saúde, fixa as características a que devem obedecer aos diferentes tipos de pão e de produtos afins do pão ou de padaria fina, define como pão “o produto obtido da

amassadura, fermentação e cozedura, em condições adequadas, das farinhas de trigo, centeio, triticale ou milho, estremes ou em mistura, de acordo com os tipos legalmente estabelecidos, água potável e fermento ou levedura sendo ainda possível a utilização de sal e de outros ingredientes, incluindo aditivos, bem como auxiliares tecnológicos, nomeadamente enzimas, nas condições legalmente fixadas”.

A sua simplicidade em termos de preparação e multiplicidade em ingredientes e cereais reflete-se no sucesso do seu consumo. Consumido de várias formas e conhecido por ser um alimento acessível a grande parte da população, é a base de toda a ordem alimentar, tanto em meio rural como urbano. A média de consumo de pão é de 70 kg por ano per capita, embora na Europa a média de consumo seja de apenas 59 kg. (Gębski *et al.*, 2019).

O consumo de pão reveste-se de uma enorme importância, na medida em que é mundialmente reconhecido como um elemento essencial na dieta alimentar, devendo apresentar-se ao consumidor com características organolépticas próprias, designadamente, no que diz respeito ao aroma, cor, sabor e textura (Santos, 2015).

O pão diz-nos também muito sobre a terra, o clima e o saber/fazer das populações. A presença de diferentes ingredientes na formulação (frutas secas, sementes, gorduras comestíveis e derivados de leite) está fortemente ligada à região de origem e ao respetivo património cultural e caracteriza os valores nutricionais, económicos e ambientais do pão (De Boni *et al.*, 2019).

2.2.1 Composição nutricional do pão

Para algumas populações, o pão é uma importante fonte de energia, sendo também uma importante fonte de macro e micronutrientes, essenciais para um melhor funcionamento do corpo. Nutricionalmente, o pão é uma boa fonte de hidratos de carbono, proteínas vegetais, ferro, magnésio, fibras alimentares e vitaminas do complexo B (Nascimento *et al.*, 2019; Pauline *et al.*, 2020).

Os nutrientes são classificados em dois grandes grupos, os macronutrientes, presentes em abundância nos alimentos e necessários ao organismo em maior quantidade, sendo as proteínas, hidratos de carbono, lipídios e água; e os micronutrientes, encontrados e necessários em menor quantidade, porém, se não ingeridos podem causar consideráveis danos, sendo as vitaminas, minerais e fibras (Pinheiro, Porto & Menezes, 2005).

Os alimentos que possuem como base os cereais, são responsáveis por fornecer 60 a 80% da energia necessária na dieta da população nos países menos industrializados,

enquanto nos países industrializados são responsáveis por fornecer 25% da energia necessária. O pão é um alimento muito energético e fornece 220 a 285 kcal/100 g, dependendo do tipo de pão. Sendo assim, 100 g de pão permite contribuir entre 8-10% das necessidades energéticas diárias de um indivíduo entre 20 a 39 anos (Montoya, 2013).

Grande parte do valor nutricional do pão deve-se ao tipo de farinha utilizada, variando a sua composição com o grão e a refinação. A farinha refinada é, basicamente, fonte de hidratos de carbono, uma vez que grande parte dos minerais, vitaminas, fibras, lipídios e proteínas são eliminados juntamente com o farelo, razão pela qual, as farinhas integrais ou com alta taxa de extração são mais ricas nutricionalmente (Borges *et al.*, 2011).

A farinha de trigo refinada possui um baixo nível de aminoácidos essenciais, como lisina e treonina, e um teor reduzido de fibras em comparação ao pão integral. Com isso, muitos estudos visam melhorar as características nutricionais desta farinha incorporando ingredientes funcionais e desenvolvendo novos produtos saudáveis e nutritivos (Miranda-Ramos *et al.*, 2019).

2.2.1.1 Hidratos de carbono

Os hidratos de carbono são a fonte primária de energia para as células do corpo, particularmente para o cérebro que depende deste nutriente, e que quando ingerido pelo organismo se transforma em glicose, proporcionando energia por um período mais ou menos prolongado (Maihara *et al.*, 2006).

A matéria seca de plantas é constituída por 90% de hidratos de carbono, armazenados na forma de amido. O amido constitui a maior parte dos hidratos de carbono ingeridos na dieta humana e é responsável por 70 a 80 % das calorias consumidas pelos seres do mundo inteiro, já que estão presentes em farinhas, grãos, frutas e vegetais (Damodaran, Parkin & Fennema, 2010).

A funcionalidade do amido influencia propriedades como a textura, o volume, a consistência, a humidade e o tempo de prateleira dos alimentos. Desempenha, também, um papel importante na manutenção da estrutura do pão aquando do cozimento, ajudando à retenção dos gases produzidos durante a fermentação (Rodrigues, 2012).

O pão é composto por 50 a 60% de hidratos de carbono. Em muitas dietas, boa parte da ingestão desse nutriente resulta do consumo de pão, um alimento rico em amido, podendo alegar-se, de acordo com o Regulamento (CE) 1924/2006, que o pão apresenta baixas concentrações de açúcares simples (Montoya, 2013; Azcona, 2016).

2.2.1.2 Proteínas

As proteínas são nutrientes formados por um conjunto de aminoácidos, que desempenham funções importantes no organismo, tais como defesa, transporte de substâncias, reações químicas e sustentação (formação de estruturas de sustentação como o colagénio e elastina), tendo função estrutural de elevada importância (Pinheiro, Porto, & Menezes, 2005).

O teor mínimo de proteína de uma farinha deve ser de 9%, sendo um fator determinante no valor nutricional e na aptidão para a panificação, geralmente, contendo 10 a 15% de valor proteico (Rodrigues, 2012; Azcona, 2016).

O teor de proteínas no pão é considerado baixo, e os aminoácidos essenciais são encontrados em valores reduzidos. Por esse motivo, recomenda-se a ingestão acompanhada de produtos cárneos e vegetais para melhorar a qualidade de proteínas totais. Mesmo em quantidades baixas, o pão proporciona até 6,3% da ingestão de proteínas por crianças (Montoya, 2013).

O glúten é uma proteína que pode ser encontrada em cereais como trigo, centeio e cevada, desempenhando um papel fundamental na determinação da qualidade do fermento em trigo, conferindo capacidade de absorção de água, coesão, viscosidade e elasticidade na massa (Wieser, 2007).

O pão isento de glúten, destinado principalmente para a população com doença celíaca, quando comparado aos pães que possuem essa proteína, apresenta uma baixa qualidade nutricional e reduzida aceitação sensorial. Como alternativa, no sentido de melhorar as características, os pães sem glúten utilizam diferentes matérias-primas com elevado valor nutricional, tais como farinhas de amaranto, trigo sarraceno, quinoa, *teff* e inclusive produto apícola natural (Motta, 2016; Saueressig, Kaminski & Escobar, 2016).

2.2.1.3. Lípidos

Assim como os hidratos de carbono, os lípidos são fonte de energia, fornecendo 2,23 vezes mais energia que os próprios hidratos de carbono, porém, são utilizados pelo organismo como fonte secundária. Além de serem moléculas armazenadoras de energia, eles apresentam outras funções, tais como, formação das membranas (fosfolípidios), proteção dos órgãos de impactos e atuação na manutenção da temperatura do corpo (Pinheiro, Porto & Menezes, 2005; Damodaran, Parkin & Fennema 2010).

Nos alimentos, os lípidos possuem um papel crucial, contribuindo para a textura, o sabor, a nutrição e a densidade. Grande parte destes componentes presentes no pão são

do tipo insaturado, destacando-se os ácidos oleicos e linoleicos. A sua presença é essencial uma vez que conferem ao pão funções de saudabilidade e bem-estar (Montoya, 2013).

2.2.1.4. Fibras

As fibras são componentes importantes na alimentação, por não serem absorvidas pelo organismo, não são consideradas, por diversos autores, nutrientes. Apesar de não serem assim classificadas, é importante que elas estejam presentes na dieta. A ingestão de fibras desempenha um papel importante na redução da incidência de inúmeras doenças, está associado ao alto valor nutricional e ao estado antioxidante da dieta, potencializando efeitos positivos na saúde humana (Maćkowiak *et al.*, 2016).

Os cereais apresentam em maior proporção fibras insolúveis, que ajudam na diminuição do apetite e na resposta glicêmica, auxiliando no tratamento da diabetes e da obesidade (Montoya, 2013).

O pão branco apresenta uma quantidade de fibras inferior ao pão integral, 3,5g/100g, em comparação a 7,5g/100g. No mesmo, essa composição é muito valiosa considerando a diminuição do consumo de fibras entre as populações dos países industrializados, sendo a ingestão diária recomendada (IDR) pela Organização Mundial da Saúde (OMS) de 25 a 30 g/dia. Tendo em vista essa necessidade, a substituição do pão comum pelo pão integral satisfaria essa necessidade. O conteúdo de fibras do pão varia com os ingredientes e o cozimento, sendo que os pães com maior quantidade de fibra apresentam também maior quantidade de proteínas e menor quantidade de hidratos de carbono. Segundo o Regulamento (CE) nº 1924/2006 pode afirmar-se que o pão branco é fonte de fibra e o pão integral é fonte de alta fibra (Montoya, 2013).

2.2.1.5. Vitaminas

As vitaminas são compostos orgânicos sem valor energético próprio, indispensáveis para o bom funcionamento do organismo, mesmo que ingeridas em pequenas quantidades. As vitaminas podem ser classificadas em hidrossolúveis e lipossolúveis. Do grupo das vitaminas hidrossolúveis fazem parte as vitaminas B e C. Já no grupo das vitaminas lipossolúveis podem encontrar-se as vitaminas A, D, E e K (Mesquita, 2019).

O pão é um alimento com teores consideráveis de vitaminas, sendo que 100g cobrem mais de 5% da IDR de B1 e B3. Destacam-se as vitaminas do complexo B,

especialmente B1 (tiamina), B3 (niacina), B6 (piridoxina) e B9 (folatos ou ácido fólico). Em relação a composição de vitaminas é importante observar a extração da farinha utilizada, uma vez que resulta eliminação dos componentes do cereal integral em maior quantidade (Montoya, 2013).

2.2.1.6. Minerais

Os minerais são compostos inorgânicos presentes em alimentos, não sintetizados pelo organismo e considerados indispensáveis para algumas funções biológicas. Cada sal mineral atua de forma diferente, dentre os sais minerais podem referir-se, o cálcio (Ca), fósforo (P), potássio (K), cloro (Cl), sódio (Na) e ferro (Fe) (Da Silva-Bueno *et al.*, 2019).

O pão representa 5% da IDR de cálcio, fósforo, magnésio, ferro e selênio. Destaque para o selênio que contribui para a proteção antioxidante do organismo humano. Também deve ser referido que 70% do fósforo na farinha de trigo integral é encontrado em forma de ácido fítico (inositol-hexafosfato), conhecido pelas suas propriedades quelantes, comprometendo principalmente a biodisponibilidade de ferro, zinco e cálcio (Montoya, 2013).

2.2.2 Hábitos alimentares e saúde relacionados ao consumo de pão

O consumo de pão tem vindo a diminuir desde 2010. O pão tem sido, nas últimas décadas, exposto a uma série de preconceitos, sendo o mais forte e penalizador, a obesidade. Entretanto novos hábitos e dietas foram adotados pelas famílias europeias, com a chegada das grandes superfícies comerciais. A padaria está encetando a sua própria evolução, uma vez que a ciência dos alimentos tem sido capaz de confrontar falsos mitos, nos quais o pão era descrito como o vilão. Lentamente, os envolvidos na produção do pão vão reconhecendo a responsabilidade e a necessidade de produzir pão mais saudável, de qualidade, nutritivo e com qualidades sensoriais e sustentáveis (Richemont, 2020).

Hábitos alimentares inadequados estão relacionados com o aumento de doenças crônicas não transmissíveis, apesar de grande esforço para interromper esse processo. A propagação dessas doenças está associada ao estilo de vida, à prática de atividade física reduzida, a uma dieta rica em sal, açúcar, gordura e baixa ingestão de fibras. Embora muitos consumidores estejam começando a se interessar por um estilo de vida saudável, existem ainda muitas barreiras que impedem uma mudança nos padrões alimentares no geral (Gębski *et al.*, 2019).

Há uma grande preocupação por parte dos responsáveis da saúde pública com o consumo de sódio. Pão, cereais e produtos de panificação são importantes fontes de sal na maioria dos países europeus (Gebiski *et al.*, 2019), mesmo os níveis de ingestão de sódio sendo relativamente baixos na Europa, em Portugal, o pão tem sido alvo de preocupações por esse motivo (Vieira, 2007; Sinesio *et al.*, 2019).

Além de fundamental para o desenvolvimento do sabor do pão, o sal é importante pela sua natureza iónica, que contribui para a atividade de água do produto, diminuindo a propensão à deterioração por contaminação e aumentando o tempo de vida útil. Por esses motivos, é difícil reduzir o teor de sal do pão sem comprometer o sabor ou textura do produto. A utilização de outros sais orgânicos, como cloreto de potássio e cloreto de magnésio, tem sido uma estratégia para a substituição do sal no pão (Nascimento *et al.*, 2019).

A recomendação diária de ingestão de fibra é de cerca de 25 g, porém, em muitos países orientais o nível está abaixo do recomendado, associado ao baixo consumo de grãos integrais, frutas e legumes. Em alguns países o pão era a principal fonte de fibra, sendo responsável por 11 a 30% da ingestão diária, enquanto os alimentos que contêm grãos integrais e fibras alimentares consumidos em menores quantidades, contribuem com cerca de apenas 7% a ingestão. Porém, está sendo observada uma lenta mudança nos hábitos, alterando a percepção dos consumidores sobre a qualidade do pão, causando um declínio no pão branco e aumentando o consumo de pães integrais (Sajdakowska *et al.*, 2019; Pauline *et al.*, 2020).

A utilização de farelos com maior qualidade nutricional na formulação do pão causa um aumento no teor de proteínas e teor total de fibras na dieta, porém, uma redução das características sensoriais do produto, como menor volume de pão, crosta mais escura e textura mais grossa do que os produtos tradicionais (Miranda-Ramos *et al.*, 2019; Pauline *et al.*, 2020).

Aumentar a ingestão de fibras e reduzir o sal é um objetivo da saúde pública em todo o mundo no combate a doenças não transmissíveis relacionadas com a dieta. Mesmo com esse apelo, a análise de mercado mostra que o pão com qualidades funcionais só será bem aceite, comercialmente, se os consumidores estiverem satisfeitos com o paladar. Por outro lado, essas alterações podem ser acompanhadas pela deterioração das qualidades sensoriais que afeta significativamente a aceitação do produto pelo consumidor, tendo este que estar consciente de que será necessário a desvinculação de sabores e qualidades

habituais para a inserção desses novos produtos na dieta (Teuber *et al.*, 2016; Sajdakowska *et al.*, 2019).

Uma alternativa para o enriquecimento dos produtos de panificação é a incorporação de fibras, aminoácidos e compostos bioativos de farinhas integrais ou grãos integrais de cereais. Os farelos de cereais são ricos em compostos fitoquímicos, tais como, compostos fenólicos, flavonoides, glucanos e pigmentos, causando influência sobre os aspectos físico-químicos e nutricionais dos pães. Esses componentes são conhecidos por apresentarem benefício para a saúde, uma vez que contribui para a redução de doenças cardiovasculares, do câncer de cólon, obesidade, doenças gastrointestinais e regulam o nível de glicose no sangue (Miranda-Ramos *et al.*, 2019; Pauline *et al.*, 2020).

Outro fator de importância na saúde mundial é a ocorrência de doença celíaca nos países ocidentais, atingindo cerca de 1% da população em geral. Muitos produtos isentos de glúten surgiram para atender às necessidades dessa população, porém, de maneira geral, desagradam o consumidor em perfil aromático e sabor. Uma saída para essa impopularidade seria a adição de melhoradores tecno-funcionais e sensoriais no desenvolvimento, como o pólen de abelha, que melhora aspectos gerais e aumenta a atratividade do consumidor (Conte *et al.*, 2020).

A utilização do pólen de abelha na formulação de pães serve como fonte nutricional de aminoácidos essenciais, proteínas, vitaminas (complexo B, tocoferol e ácido fólico) e minerais (K, Ca, Mg, Fe, Cu), além de entrar na reação de Maillard conferindo melhorias de aroma no produto final (Conte *et al.*, 2020). A farinha de castanha também se mostrou uma boa opção de adição em pães sem glúten, melhorando a usinabilidade da massa (dar forma à massa), consistência, cor, aroma além de um desempenho ainda melhor durante a vida útil (Paciulli *et al.*, 2019).

Enquanto os consumidores perceberem uma correlação negativa entre o sabor e a saúde, será difícil a inserção desses produtos. Portanto, é importante saber como os consumidores reagem a modificações na formulação e quais atributos do produto que são percebidos como mais importantes na tomada de decisão de compra (Gebski *et al.*, 2019).

A OMS adotou recomendações com o objetivo a longo prazo de prevenir doenças não transmissíveis, em torno de três pilares: a reformulação da composição dos produtos alimentares, sensibilização e educação dos consumidores. Métodos como rotulagens mais claras e abrangentes e mudanças na disponibilidade dos alimentos com teores elevados de sal são considerados um meio de fazer escolhas alimentares saudáveis e acessíveis para todos (Graça, 2013).

Uma parte significativa da população ainda mostra baixa consciência nutricional, estando mais ligada a composição em relação ao teor de gordura e açúcares, deixando a preocupação com o sal ligada a produtos de origem animal como carnes e queijos, sendo raramente feitas reivindicações para produtos à base de cereais. Um conhecimento inadequado das recomendações de ingestão diária de nutrientes limita o interesse em alimentos saudáveis (Gebski *et al.*, 2019).

Alimentos com garantia de origem e produção orgânica, para além de proporcionarem efeitos benéficos para a saúde, tem tido, também, um maior valor acrescentado, uma vez que o consumidor passou a valorizar mais esses atributos (Teuber *et al.*, 2016; Sajdakowska *et al.*, 2019).

Essa infinidade de formas em que o pão é encontrado mostra o quanto a humanidade tentou variar em termos de fazer pão, e o quanto essas formas variaram de acordo com as necessidades da sociedade, sendo capaz de moldar gerações. Ademais, o pão continua a ser um alimento desejável para as dietas futuras e como tal, continua a ser um produto interessante que tem justificado o investimento por parte da indústria e que não para de inovar (Carocho *et al.*, 2020).

2.3. Regime alimentar e consumo de pão em Portugal

O regime alimentar dos portugueses apresenta um carácter mediterrânico, enquanto o extremo noroeste se aproximava um pouco do tipo europeu setentrional. Os cereais, principalmente sob a forma de pão são, para além dos vegetais, um produto base da dieta mediterrânea (de Lorgeril, 2013; Trichopoulou *et al.*, 2014). Existem três modelos de alimentação que têm vindo a ser associados com boa saúde e longevidade: o Chinês, o Japonês e o Mediterrâneo, fundamentados, em estudos de carácter ecológico. A dieta mediterrânica em questão, estava inserida nos países do sul da Europa no início da década de 60, considerando-se a dieta de todos estes países variantes de um modelo teórico comum. Chegou-se a afirmar que Portugal tinha a dieta mais mediterrânea dos países mediterrânicos, por ser a que tinha menor percentagem de ácidos gordos saturados e de calorias de origem animal (Santos, 2003). A Dieta Mediterrânea tradicional considerada Património Cultural Imaterial da Humanidade desde 2010 é atualmente um excelente modelo de uma dieta prudente e saudável (Azcona, 2016), dadas as evidências científicas existentes sobre o seu papel protetor na prevenção de diversas doenças, designadamente, doenças crónicas, doenças cardiovasculares, doenças degenerativas, doenças cancerígenas. À dieta mediterrânea está associado um dos padrões alimentares

mais saudáveis do planeta, já que possui taxas de mortalidade associadas a doenças crônicas mais baixas e esperança de vida mais elevada (Santos, 2003; Naska & Trichopoulou, 2014).

Nos dias atuais os hábitos alimentares dos portugueses sofrem forte influência da globalização alimentar, que trouxeram maior quantidade e variedade de alimentos, mas também mais produtos industrializados, de origem animal, com excesso de açúcar e sal. Embora uma forte globalização das culturas europeias, em geral, tenha influência nos hábitos de consumo das famílias portuguesas, tem-se acentuado, nos últimos anos, a recuperação de gostos e sabores regionais para combater a perda de identidades locais/nacionais em risco (Soares, 2014; Truninger, 2020).

Nas refeições domésticas rotineiras, o pão, de forma geral, continua a ter o seu lugar à mesa. Quando considerado as refeições feitas fora de casa, o pão é uma opção muito presente em merendas e restaurantes de cozinha tradicional portuguesa e as tabernas costumam servir cesta de pães como acompanhamento (Soares, 2014).

Em relação a aspetos de saúde, Portugal apresenta uma prevalência geral de hipertensão de 36%, apresentando diferenças significativas de acordo com sexo, idade e nível socioeconómico, sendo observado uma maior taxa em homens de 65 a 74 anos com baixa escolaridade e sem ocupação formal, o que destaca a importância das estratégias populacionais nas políticas públicas de saúde. Essas medidas incluem a aprovação e implementação de uma lei nacional que reduz os níveis de sal no pão e a celebração de contratos com unidades de saúde primária para atingir níveis específicos de controle em pacientes hipertensos (Rodrigues *et al*, 2019).

Portugal foi o primeiro país ocidental a criar uma lei para a delimitação da quantidade máxima de sal no pão, permitindo 1,4 g por cada 100 g. A lei n.º 75/2009 entrou em vigor em 12 de agosto de 2010, estudos realizados antes disso, demonstram o aporte de sódio na alimentação da população idosa portuguesa sendo 12,7 g por dia, 3,5 vezes superior às recomendações vigentes, e o pão refletia mais de um quarto do aporte total diário, havendo uma redução desses valores após a regulamentação das panificadoras perante a lei (Jorge & Santos, 2013).

Em Portugal, o pão variava segundo a região, o clima e a constituição dos solos, criando diferenciações em sua forma de apresentação e feito principalmente com três cereais: o milho, o centeio e o trigo, constituindo a base da alimentação em todo o país (Girão, 1958).

O milho se adapta melhor a terras pluviosas, mas está também presente, se bem com produções mais reduzidas, no Sul ao longo da Costa e no Algarve. O centeio surge associado a áreas mais acidentadas e frias, do Nordeste ao Tejo e mesmo para o Sul deste, no distrito de Portalegre. Quanto ao trigo, é um cereal para regiões mais quentes e secas, cobre toda a metade meridional do país e avança muito para o Norte ao longo da fronteira terrestre (Santos & Gama, 2011).

Perante a internacionalização persistem, por todas as regiões e em certas padarias, há um fazer, uma linguagem e um conjunto de gestos específicos herdados do passado, que constituem a Cultura do Pão. Esta cultura serve de linha orientadora para todos os projetos de patrimonialização do pão que é, simultaneamente, símbolo social, religioso, económico, também territorial. Os pães tradicionais, de trigo, de centeio, de milho, fazem parte do património culinário português (Santos & Gama, 2011).

Portugal é também o mais recente membro do Rlichemont Club, uma organização internacional de origem Suíça, que tem como objetivo promover o reconhecimento público dos sectores da padaria, pastelaria e confeitaria. A atual Presidente do clube português, proprietária da empresa “Pão de Gimonde” localizada no concelho de Bragança, opina que a fileira está muito desvalorizada, por isso defende que é necessário apostar na formação. Além da defesa de cursos específicos na área, o clube propõe ainda a criação de uma carteira profissional do padeiro e do pasteleiro (Cordeiro, 2020).

Países como França, Alemanha, Itália, Suíça e Bélgica, implementam a formação DUAL, que conta com práticas em workshop e aulas de parte teórica, que possibilitam os aprendizes saírem preparados para entrar no mercado de trabalho quando concluírem os seus estudos, sendo que é aplicado um exame na padaria onde fizeram o estágio, para obtenção do diploma de padeiro (Rlichemont, 2020)

Quanto aos desafios da indústria na implementação do padrão, a Rlichemont Club (2020) acredita que a confeção de pães saudáveis, nutritivos e saborosos, só pode ser alcançada com treino e experiência, sendo necessária a implementação de formação e apoio para que o pequeno padeiro tenha acesso à informação, visto que esses apenas trazem o conhecimento que foi passado de geração em geração, não sendo obrigados seguir novas leis de qualidade, já que não tiveram meios para isso.

2.3.1 Panificação e Produtos tradicionais

A região de Trás-os-Montes é rica em sabores e tradições, sendo o pão um produto muito apreciado, não apenas do consumo direto, mas também da sua inclusão como

ingrediente em diferentes produtos dos quais se destacam os enchidos. Para que não se perca o conhecimento acumulado ao longo de gerações, valoriza-se muito a preservação do saber e autenticidade associados a forma de produção (Magalhães *et al.*, 2015).

Para Silva (2019), Portugal destaca-se pela sua rica e diversificada gastronomia tradicional, importante património imaterial, que cobre o país de Norte a Sul, fortemente explorada pelo turismo cultural, sendo uma importante fonte de desenvolvimento local para o país. Cabo *et al.* (2015) apontam os produtos tradicionais portugueses como sendo produtos únicos, com origem na região que lhes dá o nome e que têm uma forte ligação com essa região de tal forma que é possível demonstrar que a qualidade do produto é influenciada pelas raças animais, solo, vegetação, clima e tecnologia de fabrico. Sendo Trás-os-Montes, uma região particularmente relevante no que respeita ao número de produtos com Denominação de Origem Protegida (DOP) e Indicação Geográfica Protegida (IGP).

No mesmo estudo Cabo *et al.* (2015) afirmam que os produtos tradicionais portugueses, a sua natureza e os seus modos de produção particulares representam um apoio importante para o meio rural, contribuindo estratégica e decisivamente para o seu desenvolvimento e valorização. Dada a escassez de recursos económicos e tecnológicos a que os pequenos agricultores estão sujeitos, a diferenciação pela qualidade surge como uma alternativa capaz de estimular as atividades rurais e promover o desenvolvimento.

Relativamente ao pão da região de Bragança, são escassas as publicações científicas sobre este produto regional. As informações disponíveis vão sendo publicadas por jornais locais, designadamente, o Jornal do Nordeste. Segundo esta fonte, muitos pontos de venda da cidade de Bragança recebem, diariamente, pães regionais trazidos pelos padeiros rurais de Rebordainhos, Gimonde, Samil, Nogueira, França e Izeda. Segundo a mesma fonte há ainda na região, espaço para outros que se queiram implementar. O pão regional de Bragança diferencia-se dos restantes pela levedura tradicional utilizada, pelo facto da massa ficar a descansar de um dia para o outro, o que a torna mais ácida, e pelo facto do pão ser cozido em fornos tradicionais a lenha (Jornal Nordeste, 2008).

Bragança conta com um Forno Comunitário restaurado e reinaugurado em julho de 2015, com o objetivo de preservar a tradição de cozer o pão e a solidariedade a ela associada, visto que esse forno foi construído para cozer pão para os trabalhadores das obras de reedificação do Castelo de Bragança, além de abastecer o Seminário, o Hospital Velho e as aldeias ao redor. O Forno tem uma capacidade para aproximadamente 96 pães

de 2,5kg cada, sendo hoje um bom espaço para a sede da Associação Amigos do Forno e de convívio dos associados e de promoção de atividades de carácter cultural e pedagógico (Bragança Município, 2015).

Capítulo 3 - Metodología

3. METODOLOGIA

3.1 Tipo de estudo

Uma investigação com finalidade de pesquisa fundamental, que através da recolha de dados planeada e respetiva interpretação dos resultados, permite incrementar o conhecimento e, desta forma, promover o progresso científico (Fontelles *et al.*, 2009; Cohen & Manion, 1989).

Esta investigação é de natureza quantitativa, ou seja, traduz variáveis numéricas em opiniões, com o auxílio de métodos estatísticos (Gil, 2002). É também um estudo analítico, uma vez que implica a verificação de hipóteses de estudo, de forma observacional e transversal (Hochman *et al.*, 2005).

Os estudos transversais são delineados para analisar variáveis num determinado momento no tempo (Fontelles *et al.*, 2009). Este tipo de estudo possui como principais vantagens, serem de baixo custo, e por não haver perdas relacionadas com o seguimento dos participantes. Ademais, este estudo é observacional, já que não há qualquer modificação ou influência, por parte do investigador, nas respostas do inquirido sobre a temática que se está a investigar (Hochman *et al.*, 2005).

Os métodos de pesquisa quantitativa, de modo geral, são utilizados quando se quer medir opiniões, reações, sensações, hábitos e atitudes de um público-alvo, através de uma amostra que o represente de forma estatisticamente comprovada (Manzato & Santos, 2012). Este tipo de estudo, concentra-se na recolha de dados numéricos e na generalização dos resultados entre grupos de indivíduos ou na explicação de um fenómeno específico, utilizando como principais instrumentos, a observação, a entrevista, o questionário e o formulário (Babbie, 2010).

3.2 Procedimentos

Para atingir os objetivos consultou-se material bibliográfico sobre a temática em estudo, que permitiu a construção de um questionário que viria, posteriormente, a ser aplicado on-line através do *google docs*. As questões, para além de terem sido fundamentadas em pesquisas similares aplicadas foram, previamente, discutidas com dois especialistas da área das Ciências Sociais.

Dado o grande número de pessoas inquiridas e, o posterior tratamento das informações, foram valorizadas, nesta pesquisa, perguntas do tipo fechado. Posteriormente, foi realizado, em ambiente e contextos semelhantes aos do levantamento

real do estudo (Prodanov & Freitas, 2013), um pré-teste, para assegurar que o questionário estava bem redigido e organizado, quanto à clareza e precisão dos termos, bem como à forma, ordem das questões e introdução (Gil, 2008). A recolha de dados através do pré-teste foi realizada de 16 a 23 de junho tendo sido obtidas 26 respostas. Tendo em conta os resultados do pré-teste, e uma vez que não houve qualquer sugestão de alteração à estrutura, as respostas do pré-teste foram incluídas na amostra final do estudo.

A recolha de dados decorreu no período de junho a agosto de 2020. A amostra foi obtida através de uma amostragem não probabilística tipo bola de neve, uma vez que nem todos os elementos do universo tiveram a mesma probabilidade conhecida de vir a integrar a amostra (Marconi, 2002), e os indivíduos a quem foi enviado o questionário usufruíram da possibilidade de convidar novos participantes da sua rede de amigos e conhecidos desde que, habitualmente, fizessem as suas compras de produtos alimentares na cidade de Bragança.

3.3 Instrumento

O questionário disponível encontrava-se estruturado em três seções (Anexo 1). Na primeira, para caracterização do inquirido, incluíram-se questões de natureza sociodemográfica, nomeadamente, nacionalidade, sexo, idade, escolaridade, ocupação profissional, dimensão do agregado familiar, número de menores no agregado familiar; incluíram-se, também, questões relacionadas com restrições alimentares e conhecimento dos vários tipos de pão regional existentes na região de Bragança. A segunda parte, era constituída por questões associadas ao gosto, preferências e hábitos de consumo, designadamente, o tipo de pão preferido, a frequência, a quantidade e o momento de consumo, o tipo de acompanhamento utilizado e a importância do pão na dieta atribuída pelo consumidor. E por fim, a terceira parte incluía questões relacionadas com os hábitos de compra do consumidor, referentes a frequência e local de compra, fatores mais valorizados pelo consumidor na compra do pão e a frequência de compra de pães da região de Bragança.

3.4 Tratamento estatístico e hipóteses de estudo

O programa informático utilizado para editar e tratar os dados foi o IBM SPSS versão 26.0 (*Statistical Package for Social Sciences*). Foram calculadas estatísticas descritivas, designadamente, o cálculo de frequências absolutas e relativas para as variáveis de natureza qualitativa (variáveis nominais e ordinais) e medidas de tendência

central e de dispersão para as variáveis de natureza quantitativa (Pestana & Gageiro, 2014; Maroco, 2018).

Para comparar proporções, foi utilizado o teste Qui-quadrado de *Pearson*, que permite rejeitar ou não uma hipótese estatística através da evidencia fornecida pela amostra. Testou-se a hipótese nula, H_0 : Os gostos, preferências, hábitos de consumo e de compra não estão associadas às características sociodemográficas do inquirido, contra a hipótese alternativa, H_1 : Os gostos, preferências, hábitos de consumo e de compra estão associados às características sociodemográficas do inquirido, ao nível de significância (α) de 5%, que representa a probabilidade de se cometer um erro do tipo I na tomada de decisão, e rejeitar H_0 quando este for verdadeiro. Segundo Maroco (2018), a regra de decisão estatística é rejeitar a hipótese nula quando *p-value* (probabilidade de significância) $\leq \alpha$.

Sempre que não se verificaram as condições para a utilização do teste Qui-quadrado de *Pearson*, recorreu-se ao cálculo do teste do Qui-quadrado com a simulação de Monte Carlo.

3.5 Questões éticas

Quando convidados a participar neste estudo, os inquiridos/consumidores foram informados sobre o âmbito e a finalidade desta investigação. Foi-lhes, também, garantido o anonimato bem como a confidencialidade dos dados recolhidos. Ademais, foi solicitado um parecer à Comissão de Proteção de Dados do Instituto Politécnico de Bragança (IPB), sobre o conteúdo do questionário. Após reunidas as condições relativas à proteção de dados, foi solicitada a autorização, para o preenchimento e divulgação do questionário entre os colaboradores e alunos do IPB.

Capítulo 4 - Resultados

4. RESULTADOS

4.1 Caracterização sociodemográfica

Os resultados apresentados na Tabela 1 mostram que, da totalidade de participantes (n=215), a maioria era de nacionalidade portuguesa (67%) e do sexo feminino (61,9%). A média de idade dos consumidores foi de 34,69 anos (Desvio padrão=13,677 anos), a moda foi de 23 anos e a mediana foi igual a 29 anos. A idade dos inquiridos estava compreendida entre os 18 e os 77 anos, verificando-se que a maior parte (58,6%) tinha entre 18 a 35 anos de idade.

Quanto às habilitações literárias, ocupação profissional e meio onde vive constata-se que a maioria dos inquiridos possuía ensino superior (85,6%), não estava no ativo (51,2%) e vivia em meio urbano (85,6%). Ademais as famílias do concelho de Bragança que participaram neste estudo são maioritariamente constituídas por três ou menos elementos (60%) e nenhum dependente menor (75,3%).

Tabela 1 - Caracterização sociodemográfica do inquirido (n=215)

Variável	Grupos	Frequências	
		Absolutas (n)	Relativas (%)
<i>Nacionalidade</i>	Portuguesa	144	67
	Outra	71	33
<i>Sexo</i>	Feminino	133	61,9
	Masculino	80	37,2
	Prefiro não declarar	2	0,9
<i>Classes etárias</i>	18-35 anos	126	58,6
	> 35 anos	89	41,4
<i>Escolaridade</i>	Ensino superior	184	85,6
	Ensino não superior	31	14,4
<i>Ocupação profissional</i>	Ativo	105	48,8
	Não Ativo	110	51,2
<i>Meio onde vive</i>	Urbano	184	85,6
	Rural	31	14,4
<i>Dimensão do Agregado familiar</i>	Apenas eu	29	13,5
	2 elementos	51	23,7
	3 elementos	49	22,8
	4 elementos	63	29,3
	>4 elementos	23	10,7
<i>Agregado familiar com menores</i>	Não	162	75,3
	Sim	53	24,7

A Figura 1 mostra a distribuição dos inquiridos estrangeiros por nacionalidade. Tal como se pode ver a esmagadora maioria era de nacionalidade Brasileira (83,1%).

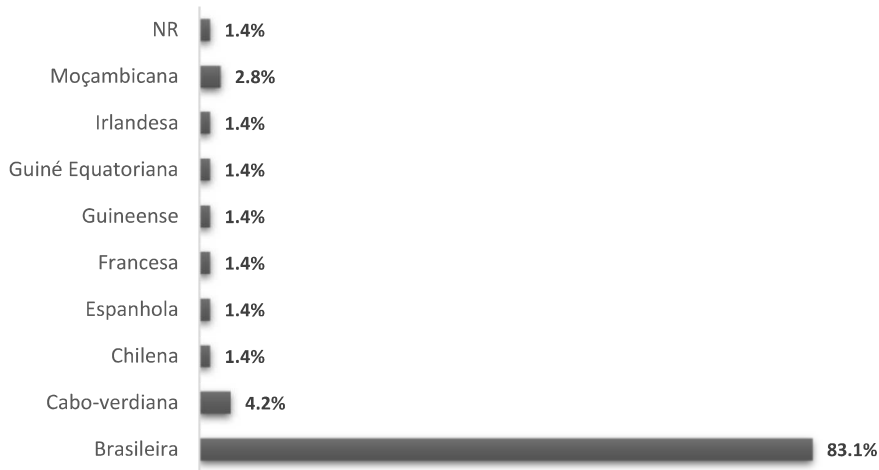


Figura 1 - Nacionalidade dos inquiridos estrangeiros (n=71)

4.2 Restrições na dieta alimentar e conhecimento do tipo de pão regional

Da totalidade de inquiridos, a maioria não fazia qualquer restrição alimentar (60%) (Figura 2), contudo, uma percentagem significativa tinha pelo menos uma restrição alimentar (40%).

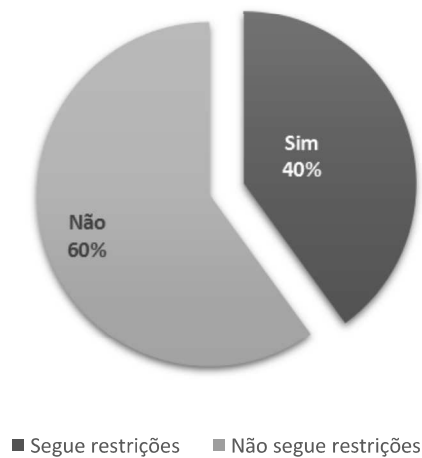


Figura 2 - Inquiridos com e sem restrições alimentares (n=215)

Dos inquiridos que faziam uma dieta especial (n=86), a maioria tentava evitar ou faziam uma dieta com baixo teor em sal (60,5%) e em gorduras (53,5%) (Figura 3). Foram relatadas outras restrições (4,7%) pelos inquiridos, nomeadamente, a intolerância à frutose e as dietas vegans e vegetariananas.

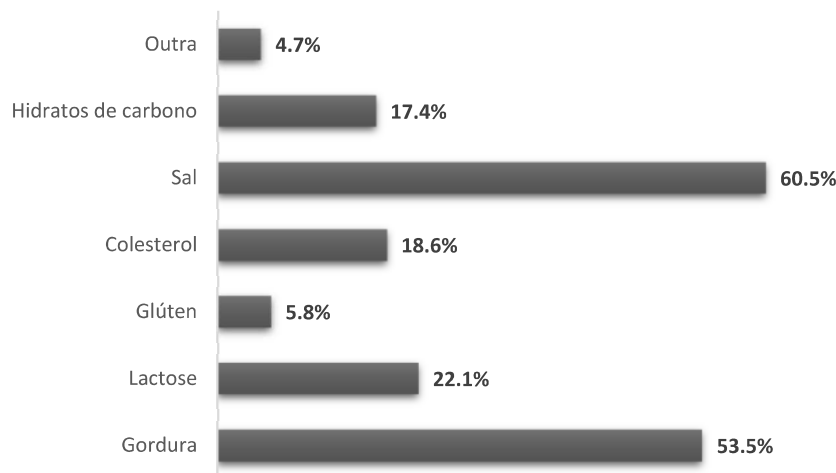


Figura 3 - Inquiridos com restrições alimentares (n=86)

Do total de consumidores inquiridos, que faziam as suas compras de bens alimentares na região de Bragança, uma percentagem significativa assumiu não conhecer nenhum tipo de pão regional (30,7%). No entanto, a maioria conhecia pelo menos um tipo de pão (69,3%) (Figura 4).

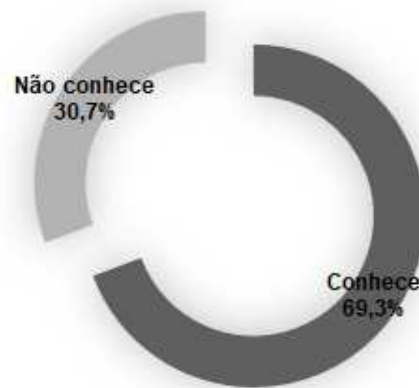


Figura 4 - Conhecimento da existência de tipos de pão regional (n=215)

Tal como mostra a figura 5 dos vários tipos de pães regionais mencionados, os três mais conhecidos foram por ordem decrescente, o pão de Argozelo (77,2%), o pão de Nogueira (67,8%) e o pão de França (50,3%). Já os pães não mencionados e citados como outros (12,8%), apresentaram menos de 20% das respostas, foram por ordem decrescente, o pão de Carragosa (6,7%), o pão de Gimonde (4,7%), o pão de Campo Redondo (0,7%) e o pão de Baçal (0,7%).

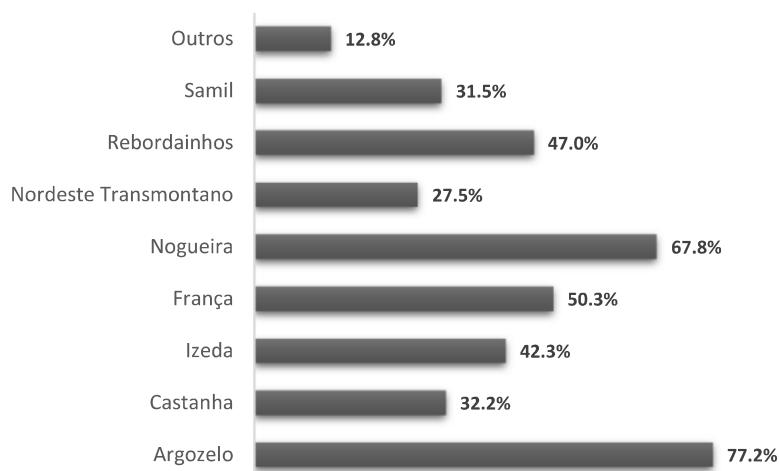


Figura 5 - Tipo de Pão Regional que o inquirido conhece (n=149)

4.3 Gostos, preferências e hábitos de consumo

Tendo em conta os resultados apresentados na Tabela 2, a maioria dos consumidores gosta de pão (99,1%), atribui-lhe alguma importância em termos nutritivos, razões pelas quais o pão faz parte da sua dieta alimentar (95,8%).

A frequência de consumo de pão é para a maioria de pelo menos uma vez por dia (62,3%), geralmente ao pequeno almoço (67,9%) e ao lanche (54%). O tipo de acompanhamento preferido são as gorduras vegetais (66,5%), tais como a manteiga e o azeite, e os lácteos (65,6%), designadamente, queijo, requeijão, entre outros.

Tabela 2 - Gostos, preferências e hábitos de consumo de pão (n=215)

Variável	Grupos	Frequências	
		Absolutas (n)	Relativas (%)
<i>Gosta de pão</i>	Sim	213	99,1
	Não	2	0,9
<i>Inclui pão na dieta alimentar</i>	Sim	206	95,8
	Não	8	3,7
	NR	1	0,5
<i>Importância do pão na dieta alimentar</i>	Nenhuma, é inútil	26	12,1
	Alguma, é muito energético	125	58,1
	Muita, é essencial	64	29,8
<i>Frequência de consumo</i>	Raramente	8	3,7
	1 vez/semana	13	6,1
	2 a 3 vezes/semana	60	27,9
	≥ 1 vez/dia	134	62,3
<i>Quantidade consumida diária</i>	Nenhuma	11	5,1
	1 a 2 fatias/pães	165	76,7

	3 a 4 fatias/pães	31	14,4
	>4 fatias/pães	8	3,7
<i>Momento de consumo</i>	Pequeno almoço	146	67,9
	Meio da manhã	21	9,8
	Almoço	32	14,9
	Lanche	116	54
	Jantar	37	17,2
	Após o jantar	7	3,3
	A qualquer hora	19	8,8
<i>Tipo de acompanhamento</i>	Simples	29	13,5
	Lácteos	141	65,6
	Compotas/doces	49	22,8
	Cárneos	95	44,2
	Gorduras vegetais	143	66,5
<i>Tem conhecimento da composição do pão</i>	Sim	172	80
	Não	43	20

Dos inquiridos que afirmam conhecer a composição nutricional do pão (n=172), a maioria identifica e bem que, dependendo do tipo de farinha utilizada, o pão contém Amido (87,8%). Contudo, apenas uma minoria considera que o pão contém glicose (39%), Proteínas (19,2%) e Lipídios (11%). Estes resultados mostram que o nível de conhecimento em relação aos conteúdos nutritivos do pão não é suficiente, uma vez que mesmo aqueles que afirmam conhecer a composição do pão não conseguiram identificar os compostos presentes no pão em maior quantidade (Figura 6).

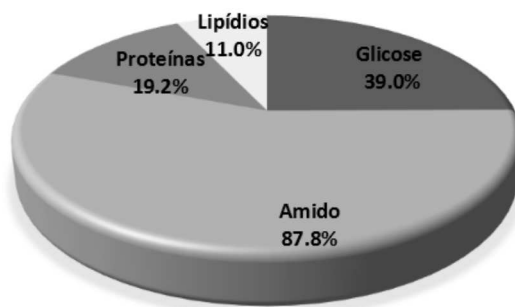


Figura 6 - Compostos presentes em maior quantidade no pão (n=172)

A figura 7 mostra que a maioria dos consumidores da região de Bragança prefere o pão de trigo (72,5%) e o pão integral (64,5%).

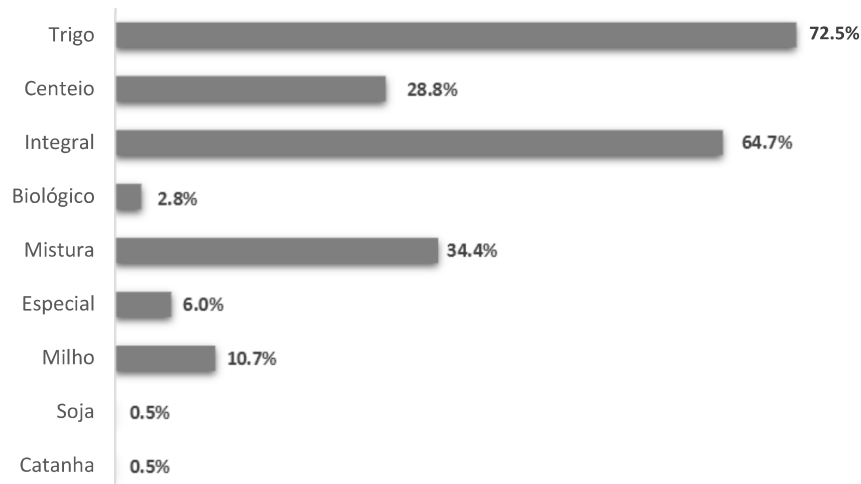


Figura 7 - Preferência do consumidor pelo tipo de pão/farinha (n=215)

Os pães menos consumidos são feitos à base de farinhas alternativas às tradicionais, designadamente, o pão de castanha (0,5%), o pão de soja (0,5%) e o pão biológico (2,9%), produtos que são em comparação aos restantes relativamente recentes no mercado (Figura 7).

4.4 Hábitos de compra

De acordo com os resultados apresentados na Tabela 3, apenas 10,7% dos inquiridos não é o responsável pela compra de pão no seu agregado familiar. Entre os que são responsáveis pela compra de pão (n=192), o pão regional é aquele que mais frequentemente é adquirido (47,9%), embora não se trate, necessariamente, dos pães tradicionais da região de Bragança. Relativamente à frequência de compra, a maioria compra pão 2 a 3 vezes por semana (29,7%) ou 1 vez por semana (28,6%) e é indiferente ao facto de o pão ser ou não embalado (45,3%) ou acaba por comprar pão não embalado (35,4%) (Tabela 3).

Tabela 3 - Hábitos de compra de pão na região de Bragança (n=192)

Variável	Grupos	Frequências	
		Absolutas (n)	Relativas (%)
<i>É o responsável pela compra de pão (n=215)</i>	Sim	119	55,3
	Algumas vezes	73	34
	Não	23	10,7
<i>Compra de pão mais frequente (n=192)</i>	Industrial	70	36,5
	Regional	92	47,9
	Caseiro	30	15,6

<i>Frequência de compra</i> (n=192)	< 1 vez/mês	7	3,6
	1 vez/Mês	5	2,6
	2 a 3 vezes/mês	29	15,1
	1 vez/semana	55	28,6
	2 a 3 vezes/semana	57	29,7
	Todos os dias	39	20,3
<i>Embalagem</i> (n=192)	Indiferente	87	45,3
	Embalado	37	19,3
	Não embalado	68	35,4

Os atributos do pão mais valorizados pela maioria dos consumidores foram, a frescura do pão (92,2%), o cheiro a pão fresco (87,6%), o pão ser fofo/macio (80,8%), a crosta do pão ser crocante (76,1%), o preço (56,2%) e a duração do pão (55,2%) (Figura 8).

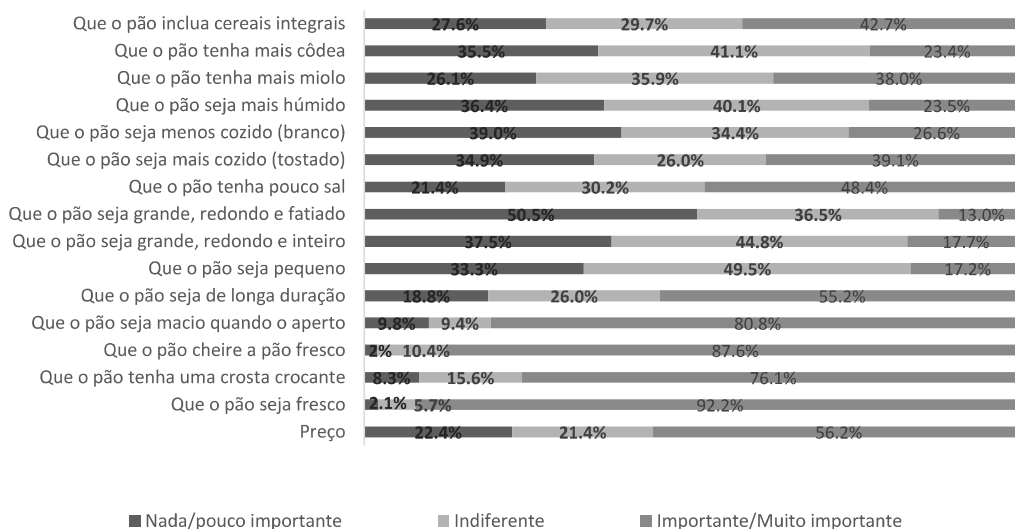


Figura 8 - Atributos valorizados na escolha de pão (n=192)

O local de eleição para a compra do pão é o supermercado (55,2%) (Figura 9), sendo que para mais de 90% dos consumidores, a qualidade dos produtos (96,6%) e as condições de higienização e limpeza do espaço (93,7%) foram os fatores mais importantes na escolha do local de compra de pão (Figura 10).

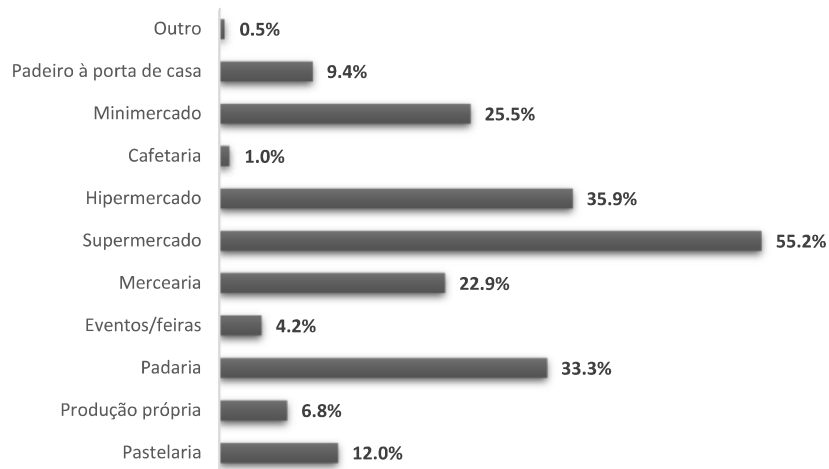


Figura 9 - Local de compra de pão (n=192)

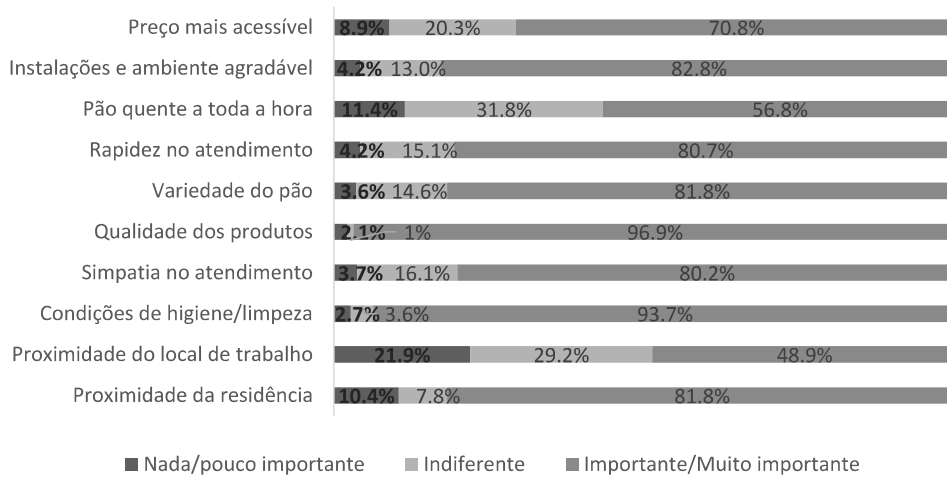


Figura 10 - Fatores decisivos na escolha do local de compra de pão (n=192)

Na figura 11 pode ver-se que os três tipos de pão regional de Bragança mais adquiridos muitas vezes ou mesmo todos os dias foram, o pão de Nogueira (15,6%), o pão de Rebordainhos (14,6%) e o pão de Argozelo (11,0%). Curiosamente, não se apresentam na mesma ordem de conhecimento, mas são uns dos três tipos de pão da região de Bragança mais conhecidos pelos inquiridos.

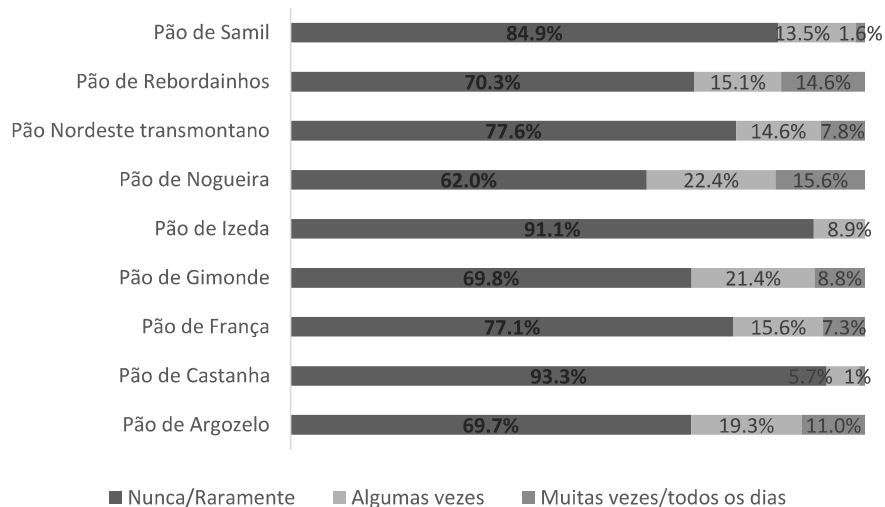


Figura 11 - Frequência de compra de pão regional de Bragança (n=192)

4.5 Hábitos de consumo e características sociodemográficas do consumidor

Para a verificação da existência de diferenças nos gostos, preferências e hábitos de consumo tendo em conta as características sociodemográficas recorreu-se ao teste do Qui-quadrado de *Pearson*. Sempre que não se verificaram as condições para a utilização deste teste, recorreu-se, em alternativa, ao cálculo do teste do Qui-Quadrado com a simulação de Monte Carlo. Os resultados, em relação a nacionalidade do inquirido, são os apresentados na tabela a seguir (Tabela 4).

Tabela 4 - Comparação dos gostos, preferências e hábitos de consumo de pão por nacionalidade (n=215)

Variável	Grupos	Frequências (%)		p-value
		Portuguesa	Outra	
<i>Gosta de pão</i>	Sim	99,3	98,6	0,664
	Não	0,7	1,4	
<i>Inclui pão na dieta alimentar</i>	Sim	97,2	94,4	0,303
	Não	2,8	5,6	
<i>Importância do pão na dieta alimentar</i>	Nenhuma, é inútil	12,5	11,3	0,944
	Alguma, é muito energético	58,3	57,7	
	Muita, é essencial	29,2	31	
<i>Frequência de consumo</i>	Raramente	2,8	5,6	0,096
	1 vez/semana	3,5	11,3	
	2 a 3 vezes/semana	29,2	25,4	
	≥ 1 vez/dia	64,6	57,7	
<i>Quantidade consumida diária</i>	Nenhuma	4,9	5,6	0,677
	1 a 2 fatias/pães	79,2	71,8	
	3 a 4 fatias/pães	12,5	18,3	

	4 a 6 fatias/pães	3,5	4,2	
<i>Momento:</i>	Sim	67,4	69	0,807
<i>Pequeno Almoço</i>	Não	32,8	31	
<i>Momento:</i>	Sim	9,7	9,9	0,975
<i>A meio da manhã</i>	Não	90,3	90,1	
<i>Momento:</i>	Sim	18,1	8,5	0,063
<i>Almoço</i>	Não	81,9	91,5	
<i>Momento:</i>	Sim	53,5	54,9	0,840
<i>Lanche</i>	Não	46,5	45,1	
<i>Momento:</i>	Sim	20,1	11,3	0,105
<i>Jantar</i>	Não	79,9	88,7	
<i>Momento:</i>	Sim	2,1	5,6	0,168
<i>Após o jantar</i>	Não	97,9	94,4	
<i>Momento:</i>	Sim	5,6	15,5	0,016*
<i>A qualquer hora</i>	Não	94,4	84,5	
<i>Tipo de pão:</i>	Sim	74,3	67,6	0,303
<i>Trigo</i>	Não	25,7	32,4	
<i>Tipo de pão:</i>	Sim	35,4	15,5	0,002*
<i>Centeio</i>	Não	64,6	84,5	
<i>Tipo de pão:</i>	Sim	28,8	49,3	0,003*
<i>Integral</i>	Não	71,5	50,7	
<i>Tipo de pão:</i>	Sim	4,2	0	0,081
<i>Biológico</i>	Não	95,8	100	
<i>Tipo de pão:</i>	Sim	40,3	22,5	0,010*
<i>Mistura</i>	Não	59,7	77,5	
<i>Tipo de pão:</i>	Sim	1,4	15,5	0,000*
<i>Especial</i>	Não	98,6	84,5	
<i>Tipo de pão:</i>	Sim	12,5	7	0,223
<i>Milho</i>	Não	87,5	93	
<i>Tipo de pão:</i>	Sim	0,7	0	0,482
<i>Soja</i>	Não	99,3	100	
<i>Tipo de pão:</i>	Sim	0	1,4	0,153
<i>Castanha</i>	Não	100	98,6	
<i>Acompanhamento:</i>	Sim	57,6	81,7	0,000*
<i>Lácteos</i>	Não	42,4	18,3	
<i>Acompanhamento:</i>	Sim	28,5	11,3	0,005*
<i>Compotas e doces</i>	Não	71,5	88,7	
<i>Acompanhamento:</i>	Sim	13,3	14,1	0,872
<i>Simples</i>	Não	86,7	85,9	
<i>Acompanhamento:</i>	Sim	46,5	39,4	0,325
<i>Cárneos</i>	Não	53,5	60,6	

<i>Acompanhamento:</i>	Sim	69,4	60,6	0,194
<i>Gorduras vegetais</i>	Não	30,6	39,4	

*Existem diferenças nas proporções tendo em conta a nacionalidade

Tendo em conta a nacionalidade dos consumidores, foram identificadas diferenças nas proporções, no tipo de pão consumido, no momento de consumo e no acompanhamento escolhido. São os estrangeiros que em maior proporção consomem pão integral ($p\text{-value}=0,003$) e pão especial ($p\text{-value}=0,000$), a qualquer hora do dia ($p\text{-value}=0,016$), preferindo os lácteos como acompanhamento ($p\text{-value}=0,000$), nomeadamente, o queijo e o requeijão. Já os consumidores de nacionalidade portuguesa escolhem em maior proporção o pão de centeio ($p\text{-value}=0,002$) ou o pão de mistura ($p\text{-value}=0,010$), preferindo os doces como acompanhamento ($p\text{-value}=0,005$), nomeadamente, marmelada, geleia, mel, doce de abóbora, entre outros.

Tabela 5 - Comparação dos gostos, preferências e hábitos de consumo de pão por sexo (n=215)

Variável	Grupos	Frequências (%)		p-value
		Maculino	Feminino	
<i>Gosta de pão</i>	Sim	98,8	99,2	0,715
	Não	1,3	0,8	
<i>Inclui pão na dieta alimentar</i>	Sim	98,8	94,7	0,133
	Não	1,3	5,3	
<i>Importância do pão na dieta alimentar</i>	Nenhuma, é inútil	5	16,5	0,017
	Alguma, é muito energético	57,5	58,6	
	Muita, é essencial	37,5	24,8	
<i>Frequência de consumo</i>	Raramente	1,3	5,3	0,389
	1 vez/semana	5	6,8	
	2 a 3 vezes/semana	26,3	28,6	
	≥ 1 vez/dia	67,5	59,4	
<i>Quantidade diária consumida</i>	Nenhuma	2,5	6,8	0,000*
	1 a 2 fatias/pães	62,5	85,7	
	3 a 4 fatias/pães	26,3	6,8	
	4 a 6 fatias/pães	8,8	0,8	
<i>Momento: Pequeno Almoço</i>	Sim	67,5	69,2	0,799
	Não	32,5	30,8	
<i>Momento: A meio da manhã</i>	Sim	13,8	6,8	0,091
	Não	86,3	93,2	
<i>Momento: Almoço</i>	Sim	23,8	9,0	0,003*
	Não	76,3	91,0	
<i>Momento: Lanche</i>	Sim	53,8	54,1	0,956
	Não	46,3	45,9	
<i>Momento:</i>	Sim	28,8	9	0,000*

<i>Jantar</i>	Não	71,3	91	
<i>Momento:</i>	Sim	28,8	9	0,060
<i>Após o jantar</i>	Não	71,3	91	
<i>Momento:</i>	Sim	11,3	7,5	0,355
<i>A qualquer hora</i>	Não	88,8	92,5	
<i>Tipo de pão:</i>	Sim	76,3	69,9	0,318
<i>Trigo</i>	Não	23,8	30,1	
<i>Tipo de pão:</i>	Sim	27,5	29,3	0,776
<i>Centeio</i>	Não	72,5	70,7	
<i>Tipo de pão:</i>	Sim	32,5	37,6	0,456
<i>Integral</i>	Não	67,5	62,4	
<i>Tipo de pão:</i>	Sim	2,5	3,0	0,828
<i>Biológico</i>	Não	97,5	97,0	
<i>Tipo de pão:</i>	Sim	25,0	39,8	0,027*
<i>Mistura</i>	Não	75,0	60,2	
<i>Tipo de pão:</i>	Sim	10	3,8	0,065
<i>Especial</i>	Não	90	96,2	
<i>Tipo de pão:</i>	Sim	15	8,3	0,125
<i>Milho</i>	Não	85	91,7	
<i>Tipo de pão:</i>	Sim	0	0,8	0,437
<i>Soja</i>	Não	100	99,2	
<i>Tipo de pão:</i>	Sim	1,3	0	0,196
<i>Castanha</i>	Não	98,8	100	
<i>Acompanhamento:</i>	Sim	71,3	62,4	0,188
<i>Lácteos</i>	Não	28,8	37,6	
<i>Acompanhamento:</i>	Sim	22,5	22,6	0,992
<i>Compotas e doces</i>	Não	77,5	77,4	
<i>Acompanhamento:</i>	Sim	11,3	14,4	0,512
<i>Simple</i>	Não	88,8	85,6	
<i>Acompanhamento:</i>	Sim	58,8	34,6	0,001*
<i>Cárneos</i>	Não	41,3	65,4	
<i>Acompanhamento:</i>	Sim	67,5	65,4	0,755
<i>Gorduras vegetais</i>	Não	32,5	34,6	

*Existem diferenças nas proporções tendo em conta o sexo

Quanto ao sexo (Tabela 5), foram identificadas diferenças nas proporções, relativamente à quantidade consumida, ao momento de consumo, ao tipo de pão e ao acompanhamento. Sendo que os homens, consomem em maior proporção uma maior quantidade de pão ($p\text{-value}=0,000$), ao almoço ($p\text{-value}=0,003$) e ao jantar ($p\text{-value}=0,000$). Em relação ao tipo de pão e acompanhamento, há diferenças no consumo

de pão de mistura ($p\text{-value}=0,027$), sendo a maior proporção mulheres, enquanto o acompanhamento de carnes é feito em maioria pelos homens ($p\text{-value}=0,001$).

Tabela 6 - Comparação dos gostos, preferências e hábitos de consumo de pão por classe etária (n=215)

Variável	Grupos	Frequências (%)		p-value
		18-35	>35 anos	
<i>Gosta de pão</i>	Sim	99,2	98,9	0,804
	Não	0,9	1,1	
<i>Inclui pão na dieta alimentar</i>	Sim	93,6	100	0,015*
	Não	6,4	0	
<i>Importância do pão na dieta alimentar</i>	Nenhuma, é inútil	14,3	9,0	0,270
	Alguma, é muito energético	59,5	56,2	
	Muita, é essencial	26,2	34,8	
<i>Frequência de consumo</i>	Raramente	4,8	2,2	0,001*
	1 vez/semana	10,3	0	
	2 a 3 vezes/semana	40,0	22,5	
	≥ 1 vez/dia	53,2	75,3	
<i>Quantidade consumida diária</i>	Nenhuma	5,6	4,5	0,204
	1 a 2 fatias/pães	81,0	70,8	
	3 a 4 fatias/pães	11,1	19,1	
	4 a 6 fatias/pães	2,4	5,6	
<i>Momento: Pequeno Almoço</i>	Sim	63,5	74,2	0,090
	Não	36,5	25,8	
<i>Momento: A meio da manhã</i>	Sim	9,5	10,1	0,886
	Não	90,5	89,9	
<i>Momento: Almoço</i>	Sim	11,1	20,2	0,064
	Não	88,8	79,8	
<i>Momento: Lanche</i>	Sim	59,5	46,1	0,051
	Não	40,5	53,9	
<i>Momento: Jantar</i>	Sim	12,7	23,6	0,037
	Não	87,3	76,4	
<i>Momento: Após o jantar</i>	Sim	4,0	2,2	0,484
	Não	96,0	97,8	
<i>Momento: A qualquer hora</i>	Sim	11,1	5,6	0,162
	Não	88,9	94,4	
<i>Tipo de pão: Trigo</i>	Sim	65,9	80,9	0,016*
	Não	34,1	19,1	
<i>Tipo de pão: Centeio</i>	Sim	27,8	30,3	0,683
	Não	72,2	69,7	
<i>Tipo de pão: Integral</i>	Sim	42,1	25,8	0,014*
	Não	57,9	74,2	

<i>Tipo de pão:</i> <i>Biológico</i>	Sim Não	1,6 98,4	4,5 95,5	0,202
<i>Tipo de pão:</i> <i>Mistura</i>	Sim Não	33,3 66,7	36,0 64,0	0,690
<i>Tipo de pão:</i> <i>Especial</i>	Sim Não	10,3 89,7	0 100	0,020*
<i>Tipo de pão:</i> <i>Milho</i>	Sim Não	11,1 88,9	10,1 89,9	0,815
<i>Tipo de pão:</i> <i>Soja</i>	Sim Não	0 100	1,1 98,9	0,233
<i>Tipo de pão:</i> <i>Castanha</i>	Sim Não	0,8 99,2	0 100	0,400
<i>Acompanhamento:</i> <i>Lácteos</i>	Sim Não	70,9 29,4	58,4 41,6	0,063
<i>Acompanhamento:</i> <i>Compotas e doces</i>	Sim Não	19,8 80,2	27,0 73	0,220
<i>Acompanhamento:</i> <i>Simples</i>	Sim Não	15,1 84,9	11,4 88,9	0,435
<i>Acompanhamento:</i> <i>Cárneos</i>	Sim Não	50,8 49,2	34,8 65,2	0,020*
<i>Acompanhamento:</i> <i>Gorduras vegetais</i>	Sim Não	61,9 38,1	73,0 27,0	0,089

*Existem diferenças nas proporções tendo em conta a classe etária

Tendo em conta a classe etária dos consumidores (Tabela 6), foram identificadas diferenças nas proporções na inclusão do pão na dieta alimentar, na frequência de consumo, no tipo de pão consumido e no acompanhamento escolhido. Os jovens de 18 a 35 anos consomem em maior proporção pão com menos frequência ($p\text{-value}=0,001$) e alguns chegam a não o incluir na dieta ($p\text{-value}=0,015$). Aqueles que o consomem, optam, em maior proporção, pelo pão integral ($p\text{-value}=0,014$) ou pelo pão especial ($p\text{-value}=0,020$) enquanto as pessoas maiores de 35 anos consomem em maior proporção o pão de trigo ($p\text{-value}=0,016$), acompanhado de produtos cárneos ($p\text{-value}=0,020$).

Tabela 7 - Comparação dos gostos, preferências e hábitos de consumo de pão por escolaridade (n=215)

Variável	Grupos	Frequências (%)		p-value
		Ensino Superior	Ensino não Superior	
<i>Gosta de pão</i>	Sim	98,9	100	0,560
	Não	1,1	0	
<i>Inclui pão na dieta alimentar</i>	Sim	96,2	96,7	0,900
	Não	3,8	3,3	

<i>Importância do pão na dieta alimentar</i>	Nenhuma, é inútil	10,3	22,6	0,153
	Alguma, é muito energético	59,2	51,6	
	Muita, é essencial	30,4	25,8	
<i>Frequência de consumo</i>	Raramente	4,3	0	0,121
	1 vez/semana	5,4	9,7	
	2 a 3 vezes/semana	25,5	41,9	
	≥ 1 vez/dia	64,7	48,4	
<i>Quantidade diária consumida</i>	Nenhuma	4,9	6,5	0,311
	1 a 2 fatias/pães	75	87,1	
	3 a 4 fatias/pães	15,8	6,5	
	4 a 6 fatias/pães	4,3	0	
<i>Momento: Pequeno Almoço</i>	Sim	69,6	58,1	0,204
	Não	30,4	41,9	
<i>Momento: A meio da manhã</i>	Sim	9,8	9,7	0,985
	Não	90,2	90,3	
<i>Momento: Almoço</i>	Sim	14,7	16,1	0,985
	Não	85,3	83,9	
<i>Momento: Lanche</i>	Sim	51,1	71	0,040*
	Não	48,9	29	
<i>Momento: Jantar</i>	Sim	17,9	12,9	0,492
	Não	82,1	87,1	
<i>Momento: Após o jantar</i>	Sim	3,8	0	0,270
	Não	96,2	100	
<i>Momento: A qualquer hora</i>	Sim	9,2	6,5	0,613
	Não	90,8	93,5	
<i>Tipo de pão: Trigo</i>	Sim	73,9	61,3	0,147
	Não	26,1	38,7	
<i>Tipo de pão: Centeio</i>	Sim	27,2	38,7	0,190
	Não	72,8	61,3	
<i>Tipo de pão: Integral</i>	Sim	37,5	22,6	0,108
	Não	62,5	77,4	
<i>Tipo de pão: Biológico</i>	Sim	2,7	3,2	0,874
	Não	97,3	96,8	
<i>Tipo de pão: Mistura</i>	Sim	33,7	38,7	0,587
	Não	66,3	61,3	
<i>Tipo de pão: Especial</i>	Sim	6,5	3,2	0,476
	Não	93,5	96,8	
<i>Tipo de pão: Milho</i>	Sim	9,8	16,1	0,290
	Não	90,2	83,9	
<i>Tipo de pão: Soja</i>	Sim	0,5	0	0,681
	Não	99,5	100	
<i>Tipo de pão:</i>	Sim	0,5	0	0,681

<i>Castanha</i>	Não	99,5	100	
<i>Acompanhamento: Lácteos</i>	Sim	67,4	54,8	0,174
	Não	32,6	45,2	
<i>Acompanhamento: Compotas e doces</i>	Sim	22,8	22,6	0,976
	Não	77,2	77,4	
<i>Acompanhamento: Simples</i>	Sim	11,5	25,8	0,031*
	Não	88,5	74,2	
<i>Acompanhamento: Cárneos</i>	Sim	42,4	54,8	0,197
	Não	57,6	45,2	
<i>Acompanhamento: Gorduras vegetais</i>	Sim	65,8	71	0,570
	Não	34,2	29	

*Existem diferenças nas proporções tendo em conta a escolaridade

Tendo em conta a escolaridade dos consumidores (Tabela 7), foram identificadas poucas diferenças nas proporções, mostrando que as pessoas sem ensino superior consomem em maior proporção pão sem acompanhamento ($p\text{-value}=0,031$) e durante o lanche ($p\text{-value}=0,040$).

Tabela 8 - Comparação dos gostos, preferências e hábitos de consumo de pão por ocupação (n=215)

Variável	Grupos	Frequências (%)		p-value
		Ativo	Não ativo	
<i>Gosta de pão</i>	Sim	99,0	99,1	0,974
	Não	1,0	0,9	
<i>Inclui pão na dieta alimentar</i>	Sim	99,0	93,6	0,035*
	Não	1,0	6,4	
<i>Importância do pão na dieta alimentar</i>	Nenhuma, é inútil	11,4	12,7	0,731
	Alguma, é muito energético	56,2	60	
	Muita, é essencial	32,4	27,3	
<i>Frequência de consumo</i>	Raramente	2,9	4,5	0,001*
	1 vez/semana	0	11,8	
	2 a 3 vezes/semana	25,7	30,0	
	≥ 1 vez/dia	71,4	53,6	
<i>Quantidade consumida diária</i>	Nenhuma	4,8	5,5	0,739
	1 a 2 fatias/pães	74,3	79,1	
	3 a 4 fatias/pães	16,2	12,7	
	4 a 6 fatias/pães	4,8	2,2	
<i>Momento: Pequeno Almoço</i>	Sim	75,2	60,9	0,024*
	Não	24,8	32,1	
<i>Momento: A meio da manhã</i>	Sim	7,6	11,8	0,300
	Não	92,4	88,2	
<i>Momento: Almoço</i>	Sim	17,1	12,7	0,363
	Não	82,9	87,3	

<i>Momento:</i> <i>Lanche</i>	Sim Não	49,5 50,5	58,2 41,8	0,203
<i>Momento:</i> <i>Jantar</i>	Sim Não	20 80	14,5 85,5	0,290
<i>Momento:</i> <i>Após o jantar</i>	Sim Não	2,9 97,1	3,6 96,4	0,748
<i>Momento:</i> <i>A qualquer hora</i>	Sim Não	5,7 94,3	11,8 88,2	0,115
<i>Tipo de pão:</i> <i>Trigo</i>	Sim Não	75,2 24,8	69,1 30,9	0,315
<i>Tipo de pão:</i> <i>Centeio</i>	Sim Não	31,4 68,6	26,4 73,6	0,413
<i>Tipo de pão:</i> <i>Integral</i>	Sim Não	33,3 66,7	37,3 62,7	0,571
<i>Tipo de pão:</i> <i>Biológico</i>	Sim Não	4,8 95,2	0,9 99,1	0,086
<i>Tipo de pão:</i> <i>Mistura</i>	Sim Não	40 60	29,1 70,9	0,092
<i>Tipo de pão:</i> <i>Especial</i>	Sim Não	0 100	11,8 88,2	0,000*
<i>Tipo de pão:</i> <i>Milho</i>	Sim Não	12,4 81,6	9,1 90,9	0,435
<i>Tipo de pão:</i> <i>Soja</i>	Sim Não	1,0 99,0	0 100	0,305
<i>Tipo de pão:</i> <i>Castanha</i>	Sim Não	0 100	0,9 99,1	0,327
<i>Acompanhamento:</i> <i>Lácteos</i>	Sim Não	59 41	71,8 28,2	0,049*
<i>Acompanhamento:</i> <i>Compotas e doces</i>	Sim Não	26,7 73,3	19,1 80,9	0,186
<i>Acompanhamento:</i> <i>Simples</i>	Sim Não	10,6 89,4	16,4 83,6	0,216
<i>Acompanhamento:</i> <i>Cárneos</i>	Sim Não	39 61	49,1 50,9	0,138
<i>Acompanhamento:</i> <i>Gorduras vegetais</i>	Sim Não	72,4 27,6	60,9 39,1	0,075

*Existem diferenças nas proporções tendo em conta a ocupação

Tendo em conta a ocupação dos consumidores (Tabela 8), foram identificadas diferenças na inclusão do pão na dieta alimentar, na frequência e momento de consumo, no tipo de pão consumido e no acompanhamento escolhido. São as pessoas não ativas que consomem em maior proporção pão com menor frequência ($p\text{-value}=0,001$) e algumas

optam por não o incluir na sua dieta ($p\text{-value}=0,035$). São os ativos que em maior proporção consomem pão durante o pequeno almoço ($p\text{-value}=0,024$), porém em menor proporção, consomem pão especial ($p\text{-value}=0,000$) e acompanhamentos lácteos ($p\text{-value}=0,049$).

Tabela 9 - Comparação dos gostos, preferências e hábitos de consumo de pão por meio onde vive (n=215)

Variável	Grupos	Frequências (%)		p-value
		Urbano	Rural	
Gosta de pão	Sim	98,9	100	0,560
	Não	1,1	0	
Inclui pão na dieta alimentar	Sim	96,7	93,3	0,362
	Não	3,3	6,7	
Importância do pão na dieta alimentar	Nenhuma, é inútil	12	12,9	0,637
	Alguma, é muito energético	57,1	64,5	
	Muita, é essencial	31	22,6	
Frequência de consumo	Raramente	4,3	3,2	0,444
	1 vez/semana	5,4	96,8	
	2a3 vezes/semana	28,8	0	
	≥ 1 vez/dia	61,4	0	
Quantidade consumida diária	Nenhuma	5,4	3,2	0,033*
	1 a 2 fatias/pães	73,4	96,8	
	3 a 4 fatias/pães	16,8	0	
	4 a 6 fatias/pães	4,3	0	
Momento: Pequeno Almoço	Sim	68,5	64,5	0,662
	Não	31,5	35,5	
Momento: A meio da manhã	Sim	10,3	6,5	0,501
	Não	89,7	93,5	
Momento: Almoço	Sim	13,6	22,6	0,193
	Não	86,4	77,4	
Momento: Lanche	Sim	53,3	58,1	0,620
	Não	46,7	41,9	
Momento: Jantar	Sim	16,8	19,4	0,732
	Não	83,2	80,6	
Momento: Após o jantar	Sim	2,7	6,5	0,278
	Não	97,3	93,5	
Momento: A qualquer hora	Sim	9,8	3,2	0,234
	Não	90,2	96,8	
Tipo de pão: Trigo	Sim	75	54,8	0,021*
	Não	25	45,2	
Tipo de pão: Centeio	Sim	27,2	38,7	0,190
	Não	72,8	61,3	

<i>Tipo de pão:</i> <i>Integral</i>	Sim	34,8	38,7	0,672
	Não	65,2	61,3	
<i>Tipo de pão:</i> <i>Biológico</i>	Sim	2,2	6,5	0,181
	Não	97,8	93,5	
<i>Tipo de pão:</i> <i>Mistura</i>	Sim	31,5	51,6	0,029*
	Não	68,5	48,5	
<i>Tipo de pão:</i> <i>Especial</i>	Sim	6	6,5	0,919
	Não	94	93,5	
<i>Tipo de pão:</i> <i>Milho</i>	Sim	9,2	19,4	0,092
	Não	90,8	80,6	
<i>Tipo de pão:</i> <i>Soja</i>	Sim	0,5	0	0,681
	Não	99,5	100	
<i>Tipo de pão:</i> <i>Castanha</i>	Sim	0,5	0	0,681
	Não	99,5	100	
<i>Acompanhamento:</i> <i>Lácteos</i>	Sim	67,4	54,8	0,174
	Não	32,6	45,2	
<i>Acompanhamento:</i> <i>Compotas e doces</i>	Sim	21,7	29	0,371
	Não	78,3	71	
<i>Acompanhamento:</i> <i>Simples</i>	Sim	14,2	9,7	0,496
	Não	85,8	90,3	
<i>Acompanhamento:</i> <i>Cárneos</i>	Sim	45,1	38,7	0,507
	Não	54,9	61,3	
<i>Acompanhamento:</i> <i>Gorduras vegetais</i>	Sim	67,4	61,3	0,506
	Não	32,6	38,7	

*Existem diferenças nas proporções tendo em conta o meio onde vive

Tendo em conta o meio onde vivem (Tabela 9), foram identificadas diferenças na quantidade de pão consumido e nos tipos de pão, sendo que são as pessoas que vivem em meio urbano consomem, em maior proporção, uma maior quantidade diária de pão (p -value=0,033) e pão de trigo (p -value=0,021), enquanto que a população rural consome em maior proporção o pão de mistura (p -value=0,029).

Tabela 10 - Comparação dos gostos, preferências e hábitos de consumo de pão por dimensão do agregado familiar (n=215)

Variável	Grupos	Frequências (%)					<i>p</i> -value
		1	2	3	4	>4	
Gosta de pão	Sim	100	98	100	100	95,7	0,306
	Não	0	2	0	0	4,3	
Inclui pão na dieta alimentar	Sim	96,6	92,2	100	98,4	91,3	0,156
	Não	3,4	7,8	0	1,6	8,7	

Importância do pão na dieta alimentar	Nenhuma, é inútil	20,7	11,8	10,2	9,5	13	0,573
	Alguma, é muito energético	44,8	56,9	65,3	55,6	69,6	
	Muita, é essencial	34,5	31,4	24,5	34,9	17,4	
Frequência de consumo	Raramente	0	9,8	0	1,6	8,7	0,215
	1 vez/semana	10,3	2,0	6,1	6,3	8,7	
	2 a 3 vezes/semana	27,6	21,6	26,5	31,7	34,8	
	≥ 1 vez/dia	62,1	66,7	67,3	60,3	47,8	
Quantidade consumida diária	Nenhuma	3,4	5,9	4,1	3,2	13	0,028*
	1 a 2 fatias/pães	72,4	64,7	79,6	84,1	76,7	
	3 a 4 fatias/pães	10,3	25,5	12,2	12,7	14,4	
	4 a 6 fatias/pães	13,8	3,9	4,1	0	0	
Momento: Pequeno Almoço	Sim	62,1	72,5	73,5	68,3	52,2	0,371
	Não	37,9	27,5	26,5	31,7	47,8	
Momento: A meio da manhã	Sim	6,9	13,7	8,2	9,5	8,7	0,853
	Não	93,1	86,3	91,8	90,5	91,3	
Momento: Almoço	Sim	17,2	13,7	16,3	11,1	21,7	0,768
	Não	82,8	86,3	83,7	88,9	78,3	
Momento: Lanche	Sim	51,7	56,9	57,1	44,4	69,6	0,289
	Não	48,3	43,1	42,9	55,6	30,4	
Momento: Jantar	Sim	20,7	19,6	18,4	9,5	26,1	0,357
	Não	79,3	80,4	81,6	90,5	73,9	
Momento: Após o jantar	Sim	6,9	0	2	3,2	8,7	0,255
	Não	93,1	100	98	96,8	91,3	
Momento: A qualquer hora	Sim	20,7	9,8	6,1	4,8	8,7	0,143
	Não	79,3	90,2	93,9	95,2	91,3	
Tipo de pão: Trigo	Sim	58,6	70,6	85,7	73,0	60,9	0,070
	Não	41,4	29,4	14,3	27,0	39,1	
Tipo de pão: Centeio	Sim	27,6	25,5	44,9	20,6	26,1	0,072
	Não	72,4	74,5	55,1	79,4	73,9	
Tipo de pão: Integral	Sim	48,3	33,3	34,7	25,4	52,2	0,099
	Não	51,7	66,7	65,3	74,6	47,8	
Tipo de pão: Biológico	Sim	3,4	2	2	3,2	4,3	0,972
	Não	96,6	98	98	96,8	95,7	
Tipo de pão: Mistura	Sim	37,9	29,4	34,7	33,3	43,5	0,810
	Não	62,1	70,6	65,3	66,7	56,5	
Tipo de pão: Especial	Sim	3,4	5,9	4,1	6,3	13	0,451
	Não	96,6	94,1	95,9	93,7	87	
Tipo de pão: Milho	Sim	3,4	15,7	12,2	7,9	13	0,451
	Não	96,6	84,3	87,8	92,1	87	
Tipo de pão: Soja	Sim	3,4	0	0	0	0	0,168
	Não	96,6	100	100	100	100	

Tipo de pão:	Sim	3,4	0	0	0	0	0,168
Castanha	Não	96,6	100	100	100	100	
Acompanhamento:	Sim	58,6	72,4	57,1	66,7	73,9	0,405
Lácteos	Não	41,4	27,5	42,9	33,3	26,1	
Acompanhamento:	Sim	13,8	31,4	20,4	23,8	17,4	0,400
Compotas e doces	Não	86,2	68,6	79,6	76,2	82,6	
Acompanhamento:	Sim	10,3	15,7	18,4	9,7	13	0,695
Simples	Não	89,7	84,3	81,6	90,3	86,4	
Acompanhamento:	Sim	48,3	39,2	42,9	42,9	44,2	0,698
Cárneos	Não	51,7	60,8	57,1	57,1	55,8	
Acompanhamento:	Sim	75,9	66,7	77,6	58,7	52,2	0,105
Gorduras vegetais	Não	24,1	33,3	22,4	41,3	47,8	

***Existem diferenças nas proporções tendo em conta a dimensão do agregado familiar**

Tendo em conta a dimensão do agregado familiar (Tabela 10) observaram-se diferenças, apenas, na quantidade diária consumida ($p\text{-value}=0,028$), sendo que as pessoas que vivem sozinhas consomem maior quantidade de pão.

Tabela 11 - Comparação dos gostos, preferências e hábitos de consumo de pão por agregados com menores (n=215)

Variável	Grupos	Frequências (%)		p-value
		Sim	Não	
Gosta de pão	Sim	100	98,8	0,416
	Não	0	1,2	
Inclui pão na dieta alimentar	Sim	98,1	95,7	0,413
	Não	1,9	4,3	
Importância do pão na dieta alimentar	Nenhuma, é inútil	7,5	13,6	0,241
	Alguma, é muito energético	54,7	59,3	
	Muita, é essencial	37,7	27,2	
Frequência de consumo	Raramente	0	8	0,064
	1 vez/semana	1,9	12	
	2 a 3 vezes/semana	22,6	48	
	≥ 1 vez/dia	75,5	94	
Quantidade diária consumida	Nenhuma	3,8	5,6	0,810
	1 a 2 fatias/pães	79,2	75,9	
	3 a 4 fatias/pães	15,1	14,2	
	4 a 6 fatias/pães	1,9	4,2	
Momento: Pequeno Almoço	Sim	79,2	64,2	0,042*
	Não	20,8	35,8	
Momento: A meio da manhã	Sim	11,3	9,3	0,661
	Não	88,7	90,7	
Momento: Almoço	Sim	20,8	13	0,167
	Não	79,2	87	

Momento: Lanche	Sim Não	50,9 49,1	54,9 45,1	0,613
Momento: Jantar	Sim Não	22,6 77,4	15,4 84,6	0,227
Momento: Após o jantar	Sim Não	3,8 96,2	3,1 96,9	0,807
Momento: A qualquer hora	Sim Não	7,5 92,5	9,3 90,7	0,703
Tipo de pão: Trigo	Sim Não	81,1 18,9	69,1 30,9	0,091
Tipo de pão: Centeio	Sim Não	39,6 60,4	25,3 74,7	0,046*
Tipo de pão: Integral	Sim Não	35,8 64,2	35,2 64,8	0,930
Tipo de pão: Biológico	Sim Não	7,5 92,5	1,2 98,8	0,015*
Tipo de pão: Mistura	Sim Não	37,7 62,3	33,3 66,7	0,558
Tipo de pão: Especial	Sim Não	1,9 98,1	0 100	0,080
Tipo de pão: Milho	Sim Não	11,3 88,7	10,5 89,5	0,866
Tipo de pão: Soja	Sim Não	1,9 98,1	0 100	0,080
Tipo de pão: Castanha	Sim Não	0 100	0,6 99,4	0,566
Acompanhamento: Lácteos	Sim Não	62,3 37,7	66,7 33,3	0,558
Acompanhamento: Compotas e doces	Sim Não	26,4 73,6	21,6 78,4	0,469
Acompanhamento: Simples	Sim Não	13,5 86,5	13,6 86,4	0,983
Acompanhamento: Cárneos	Sim Não	45,3 54,7	43,8 56,2	0,853
Acompanhamento: Gorduras vegetais	Sim Não	67,9 32,1	66 34	0,802

*Existem diferenças nas proporções tendo em conta agregado familiar com menores

Tendo em consideração o agregado contém ou não menores de idade (Tabela 11), observaram-se diferenças no momento de consumo e no tipo de pão. Quando o agregado inclui menores há um maior consumo de pão ao pequeno almoço ($p\text{-value}=0,042$), e em maior proporção, pão de centeio ($p\text{-value}=0,046$) e pão biológico ($p\text{-value}=0,015$).

4.6 Hábitos de compra e características sociodemográficas do inquirido

Para a verificação da existência de diferenças nos hábitos de compra tendo em conta as características sociodemográficas, da mesma forma que se fez para os hábitos de consumo, recorreu-se ao teste do Qui-Quadrado de *Pearson*, e sempre que não se verificaram as condições para a utilização deste teste, recorreu-se ao cálculo do teste do qui-quadrado com a simulação de Monte Carlo. Os resultados estão apresentados nas tabelas a seguir.

Tabela 12 - Comparação dos hábitos de compra de pão por nacionalidade (n= 192)

Variável	Grupos	Frequências (%)		p-value
		Portuguesa	Outra	
<i>Pão comprado Frequentemente</i>	Industrial	16,4	71,4	0,000*
	Regional	60,7	25,7	
	Caseiro	23,0	2,9	
<i>Frequência de Compra</i>	<1x/mês	1,6	7,1	0,000*
	1x/mês	0,8	5,7	
	2 a 3 x/mês	8,2	27,1	
	1x/semana	22,1	40,0	
	2 a 3x/semana	39,3	12,9	
	Todos os dias	27,9	7,1	
<i>Local de compra: Pastelaria</i>	Sim	15,6	5,7	0,043*
	Não	84,4	94,3	
<i>Local de compra: Produção própria</i>	Sim	9,0	2,9	0,102
	Não	91,0	97,1	
<i>Local de compra: Padaria</i>	Sim	39,3	22,9	0,020*
	Não	60,7	77,1	
<i>Local de compra: Eventos e feiras</i>	Sim	5,7	1,4	0,150
	Não	94,3	98,6	
<i>Local de compra: mercearia</i>	Sim	29,5	11,4	0,004*
	Não	70,5	88,6	
<i>Local de compra: Supermercado</i>	Sim	37,7	85,7	0,000*
	Não	62,3	14,3	
<i>Local de compra: Hipermercado</i>	Sim	39,3	30,0	0,194
	Não	60,7	70,0	
<i>Local de compra: Cafés</i>	Sim	1,6	0	0,282
	Não	98,4	100	
<i>Local de compra: Minimercado</i>	Sim	20,5	34,3	0,035*
	Não	79,5	65,7	
<i>Local de compra: à porta de casa</i>	Sim	13,1	2,9	0,019*
	Não	86,9	97,1	
<i>Local de compra:</i>	Sim	0	1,4	0,186

<i>Outro</i>	Não	100	96,8	
<i>Apresentação preferida</i>	Sem preferência	40,2	54,3	0,000*
	Pão embalado	10,7	34,3	
	Pão não embalado	49,2	11,4	
<i>Importância: Preço</i>	Nada/pouco importante	32,0	5,7	0,000*
	Indiferente	29,5	7,1	
	Importante/ muito importante	38,5	87,1	
<i>Importância: Frescura</i>	Nada/pouco importante	0	5,7	0,000*
	Indiferente	0,8	14,3	
	Importante/muito importante	99,2	80,0	
<i>Importância: Crosta</i>	Nada/pouco importante	5,7	12,9	0,000*
	Indiferente	9,0	27,1	
	Importante/ muito importante	85,2	60,0	
<i>Importância: Cheiro</i>	Nada/pouco importante	0,8	4,3	0,004*
	Indiferente	5,7	18,6	
	Importante/ muito importante	93,4	77,1	
<i>Importância: Maciez</i>	Nada/pouco importante	13,9	2,9	0,005*
	Indiferente	12,3	4,3	
	Importante/ muito importante	73,8	92,9	
<i>Importância: Duração</i>	Nada/pouco importante	23,0	11,4	0,108
	Indiferente	23,0	31,4	
	Importante/ muito importante	54,1	57,1	
<i>Importância: Que seja pequeno</i>	Nada/pouco importante	24,5	47,1	0,001*
	Indiferente	51,6	45,7	
	Importante/ muito importante	23,0	7,1	
<i>Importância: Que seja grande</i>	Nada/pouco importante	34,4	42,9	0,041*
	Indiferente	42,6	48,6	
	Importante/ muito importante	23,0	8,6	
<i>Importância: Que seja fatia</i>	Nada/pouco importante	53,3	45,7	0,209
	Indiferente	32,0	44,3	
	Importante/ muito importante	14,8	10,0	
<i>Importância: Pouco sal</i>	Nada/pouco importante	15,6	31,4	0,000*
	Indiferente	23,8	41,4	
	Importante/ muito importante	60,7	27,1	
<i>Importância: Tostado</i>	Nada/pouco importante	30,3	42,9	0,006*
	Indiferente	22,1	32,9	
	Importante/ muito importante	47,5	24,3	
<i>Importância: Que seja branco</i>	Nada/pouco importante	39,3	38,6	0,184
	Indiferente	30,3	41,4	
	Importante/ muito importante	30,3	20,0	
<i>Importância: Húmido</i>	Nada/pouco importante	38,5	32,9	0,728
	Indiferente	38,5	42,9	
	Importante/ muito importante	23,0	24,3	
<i>Importância: Miolo</i>	Nada/pouco importante	28,7	21,4	0,074
	Indiferente	39,3	30,0	
	Importante/ muito importante	32,0	48,6	

<i>Importância: Côdea</i>	Nada/pouco importante	28,7	47,1	0,000*
	Indiferente	36,9	48,6	
	Importante/ muito importante	34,4	4,3	
<i>Importância: Cereais integrais</i>	Nada/pouco importante	28,7	25,7	0,810
	Indiferente	30,3	28,6	
	Importante/ muito importante	41,0	45,7	
<i>Importância no local: Proximidade de casa</i>	Nada/pouco importante	11,5	8,6	0,286
	Indiferente	9,8	4,3	
	Importante/ muito importante	78,7	87,1	
<i>Importância no local: Proximidade do trabalho</i>	Nada/pouco importante	25,4	15,7	0,168
	Indiferente	30,3	27,1	
	Importante/ muito importante	44,3	57,1	
<i>Importância no local: Limpeza</i>	Nada/pouco importante	0,8	5,7	0,114
	Indiferente	4,1	2,9	
	Importante/ muito importante	95,1	91,4	
<i>Importância no local: Simpatia no atendimento</i>	Nada/pouco importante	1,6	7,1	0,133
	Indiferente	15,6	17,1	
	Importante/ muito importante	82,8	75,7	
<i>Importância no local: Qualidade dos produtos</i>	Nada/pouco importante	0,0	5,7	0,026*
	Indiferente	0,8	1,4	
	Importante/ muito importante	99,2	92,9	
<i>Importância no local: Variedade dos produtos</i>	Nada/pouco importante	1,6	7,1	0,096
	Indiferente	13,1	17,1	
	Importante/ muito importante	85,2	75,7	
<i>Importância no local: Rapidez</i>	Nada/pouco importante	3,3	5,7	0,696
	Indiferente	14,8	15,7	
	Importante/ muito importante	82,0	78,6	
<i>Importância no local: Que tenha pão quente</i>	Nada/pouco importante	13,9	7,1	0,245
	Indiferente	28,7	37,1	
	Importante/ muito importante	57,4	55,7	
<i>Importância no local: Instalações higiênicas</i>	Nada/pouco importante	2,5	7,1	0,211
	Indiferente	14,8	10	
	Importante/ muito importante	82,8	82,9	
<i>Importância no local: Preço acessível</i>	Nada/pouco importante	10,7	5,7	0,000*
	Indiferente	30,3	2,9	
	Importante/ muito importante	59,0	91,4	
<i>Regularidade de compra: Pão de Argozelo</i>	Nunca/raramente	54,9	95,7	0,000*
	Às vezes	28,7	2,9	
	Muitas vezes/ todos os dias	16,4	1,4	
<i>Regularidade de compra: Pão de Castanha</i>	Nunca/raramente	93,4	92,9	0,465
	Às vezes	4,9	7,1	
	Muitas vezes/ todos os dias	1,6	0	
<i>Regularidade de compra: Pão de França</i>	Nunca/raramente	76,2	78,6	0,304
	Às vezes	18	11,4	
	Muitas vezes/ todos os dias	5,7	10	
<i>Regularidade de compra:</i>	Nunca/raramente	58,2	90	0,000*

<i>Pão de Gimonde</i>	Às vezes	27,9	10	
	Muitas vezes/ todos os dias	13,9	0	
<i>Regularidade de compra: Pão de Izeda</i>	Nunca/raramente	88,5	95,7	0,091
	Às vezes	11,5	4,3	
	Muitas vezes/ todos os dias	--	--	
<i>Regularidade de compra: Pão de Nogueira</i>	Nunca/raramente	47,5	87,1	0,000*
	Às vezes	28,7	11,4	
	Muitas vezes/ todos os dias	23,8	1,4	
<i>Regularidade de compra: Pão Transmontano</i>	Nunca/raramente	77,0	78,6	0,959
	Às vezes	14,8	14,3	
	Muitas vezes/ todos os dias	8,2	7,1	
<i>Regularidade de compra: Pão de Rebordainhos</i>	Nunca/raramente	59,0	90	0,000*
	Às vezes	18,0	10	
	Muitas vezes/ todos os dias	23,0	0	
<i>Regularidade de compra: Pão de Samil</i>	Nunca/raramente	82,8	88,6	0,547
	Às vezes	15,6	10	
	Muitas vezes/ todos os dias	1,6	1,4	

*Existem diferenças nas proporções tendo em conta a nacionalidade

Os resultados da Tabela 12 mostram que existem diferenças nas proporções em relação aos hábitos de compra tendo em conta a nacionalidade do inquirido. Os portugueses compram em maior proporção o pão regional ($p\text{-value}= 0,000$), 2 a 3 vezes por semana ($p\text{-value}= 0,000$), especialmente em pastelarias ($p\text{-value}= 0,043$), padarias ($p\text{-value}=0,020$), mercearias ($p\text{-value}= 0,004$) e padarias à porta de casa ($p\text{-value}= 0,019$), enquanto que os inquiridos de outra nacionalidade em maior proporção optam por comprar pão industrial ($p\text{-value}= 0,000$), com menor frequência, geralmente 1 vez por semana ($p\text{-value}= 0,000$), e em locais como supermercados ($p\text{-value}= 0,000$) e minimercado ($p\text{-value}= 0,035$).

Relativamente aos atributos associados ao pão e ao local de compra considerados importantes foi possível observar que os portugueses preferem o pão não embalado ($p\text{-value}= 0,000$), priorizando a frescura ($p\text{-value}= 0,000$), a crosta ($p\text{-value}= 0,000$), o cheiro ($p\text{-value}= 0,004$), o tamanho, pequeno ($p\text{-value}=0,001$) ou grande ($p\text{-value}= 0,041$), a quantidade de sal ($p\text{-value}=0,000$), a tosta ($p\text{-value}= 0,006$) e a côdea ($p\text{-value}= 0,000$); e a qualidade do pão no local de compra ($p\text{-value}= 0,026$).

Os estrangeiros, por sua vez, não possuem preferência em relação à embalagem ($p\text{-value}= 0,000$), considerando o preço ($p\text{-value}= 0,000$) e a consistência mole ($p\text{-value}= 0,005$) os atributos mais importantes na escolha do pão. O preço é, também, um fator relevante na escolha do local de compra do pão ($p\text{-value}= 0,000$).

Os pães regionais em geral possuem uma baixa regularidade de compra, sendo que os estrangeiros raramente os consomem. Entre os portugueses, os mais consumidos são o pão de Argozelo ($p\text{-value}= 0,000$), de Gimonde ($p\text{-value}= 0,000$), de Nogueira ($p\text{-value}= 0,000$) e o pão de Rebordainhos ($p\text{-value}= 0,000$).

Tabela 13 - Comparação dos hábitos de compra de pão por sexo (n= 192)

Variável	Grupos	Frequências (%)		p-value
		Homem	Mulher	
<i>Pão comprado Frequentemente</i>	Industrial	47,9	29,1	0,018*
	Regional	42,5	51,3	
	Caseiro	9,6	19,7	
<i>Frequência de Compra</i>	<1x/mês	2,7	4,3	0,676
	1x/mês	2,7	2,6	
	2 a 3 x/mês	19,2	12,8	
	1x/semana	23,3	31,6	
	2 a 3x/semana	32,9	27,4	
	Todos os dias	19,2	21,4	
<i>Local de compra: Pastelaria</i>	Sim	13,7	10,3	0,471
	Não	86,3	89,7	
<i>Local de compra: Produção própria</i>	Sim	0,0	11,1	0,003*
	Não	100,0	88,9	
<i>Local de compra: Padaria</i>	Sim	32,9	33,3	0,948
	Não	67,1	66,7	
<i>Local de compra: Eventos e feiras</i>	Sim	2,7	5,1	0,425
	Não	97,3	94,9	
<i>Local de compra: mercearia</i>	Sim	26,0	21,4	0,459
	Não	74,0	78,6	
<i>Local de compra: Supermercado</i>	Sim	61,6	50,4	0,131
	Não	38,4	49,6	
<i>Local de compra: Hipermercado</i>	Sim	42,5	30,8	0,101
	Não	57,5	69,2	
<i>Local de compra: Cafés</i>	Sim	0	1,7	0,261
	Não	100	98,3	
<i>Local de compra: Minimercado</i>	Sim	24,7	25,6	0,879
	Não	75,3	74,4	
<i>Local de compra: Padaria a porta de casa</i>	Sim	8,2	10,3	0,641
	Não	91,8	89,7	
<i>Local de compra: Outro</i>	Sim	0	0,9	0,428
	Não	100	99,1	
<i>Apresentação preferida</i>	Sem preferência	42,5	46,2	0,081
	Pão embalado	27,4	14,5	
	Pão não embalado	30,1	39,3	

<i>Importância:</i>	Nada/pouco importante	23,3	21,4	0,395
<i>Preço</i>	Indiferente	16,4	24,8	
	Importante/muito importante	60,3	53,8	
<i>Importância:</i>	Nada/pouco importante	4,1	0,9	0,271
<i>Frescura</i>	Indiferente	6,8	5,1	
	Importante/muito importante	89,0	94,0	
<i>Importância:</i>	Nada/pouco importante	9,6	7,7	0,766
<i>Crosta</i>	Indiferente	13,7	17,1	
	Importante/muito importante	76,7	75,2	
<i>Importância:</i>	Nada/pouco importante	2,7	1,7	0,849
<i>Cheiro</i>	Indiferente	9,6	11,1	
	Importante/muito importante	87,7	87,2	
<i>Importância:</i>	Nada/pouco importante	11,0	9,4	0,789
<i>Maciez</i>	Indiferente	11,0	8,5	
	Importante/muito importante	78,1	82,1	
<i>Importância:</i>	Nada/pouco importante	17,8	19,7	0,639
<i>Duração</i>	Indiferente	30,1	23,9	
	Importante/ muito importante	52,1	56,4	
<i>Importância:</i>	Nada/pouco importante	42,5	28,2	0,059
<i>Que seja pequeno</i>	Indiferente	46,6	50,4	
	Importante/ muito importante	11,0	21,4	
<i>Importância:</i>	Nada/pouco importante	32,9	41,0	0,257
<i>Que seja grande</i>	Indiferente	43,8	44,4	
	Importante/ muito importante	23,3	14,5	
<i>Importância:</i>	Nada/pouco importante	58,9	46,2	0,203
<i>Que seja fatiado</i>	Indiferente	31,5	38,5	
	Importante/ muito importante	9,6	15,4	
<i>Importância:</i>	Nada/pouco importante	34,2	12,8	0,002*
<i>Pouco sal</i>	Indiferente	27,4	31,6	
	Importante/ muito importante	38,4	55,6	
<i>Importância:</i>	Nada/pouco importante	37,0	34,2	0,494
<i>Tostado</i>	Indiferente	20,5	28,2	
	Importante/ muito importante	42,5	37,6	
<i>Importância:</i>	Nada/pouco importante	35,6	41,9	0,537
<i>Que seja branco</i>	Indiferente	38,4	30,8	
	Importante/ muito importante	26,0	27,4	
<i>Importância:</i>	Nada/pouco importante	35,6	37,6	0,835
<i>Húmido</i>	Indiferente	38,4	40,2	
	Importante/ muito importante	26,0	22,2	
<i>Importância:</i>	Nada/pouco importante	26,0	26,5	0,252
<i>Miolo</i>	Indiferente	42,5	31,6	
	Importante/ muito importante	31,5	41,9	
<i>Importância:</i>	Nada/pouco importante	37,0	35,0	0,198
<i>Côdea</i>	Indiferente	46,6	37,6	
	Importante/ muito importante	16,4	27,4	
<i>Importância:</i>	Nada/pouco importante	42,5	18,8	0,001*

<i>Cereais integrais</i>	Indiferente	26,0	30,8	
	Importante/ muito importante	31,5	50,4	
<i>Importância no local: Proximidade de casa</i>	Nada/pouco importante	9,6	11,1	0,674
	Indiferente	5,5	8,5	
	Importante/ muito importante	84,9	80,3	
<i>Importância no local: Proximidade do trabalho</i>	Nada/pouco importante	24,7	20,5	0,121
	Indiferente	35,6	24,8	
	Importante/ muito importante	39,7	54,7	
<i>Importância no local: Limpeza</i>	Nada/pouco importante	4,1	1,7	0,018*
	Indiferente	8,2	0,9	
	Importante/ muito importante	87,7	97,4	
<i>Importância no local: Simpatia no atendimento</i>	Nada/pouco importante	2,7	4,3	0,797
	Indiferente	17,8	15,4	
	Importante/ muito importante	79,5	80,3	
<i>Importância no local: Qualidade dos produtos</i>	Nada/pouco importante	2,7	1,7	0,839
	Indiferente	1,4	0,9	
	Importante/ muito importante	95,9	97,4	
<i>Importância no local: Variedade dos produtos</i>	Nada/pouco importante	6,8	1,7	0,188
	Indiferente	13,7	14,5	
	Importante/muito importante	79,5	83,8	
<i>Importância no local: Rapidez</i>	Nada/pouco importante	5,5	3,4	0,763
	Indiferente	13,7	15,4	
	Importante/muito importante	80,8	81,2	
<i>Importância no local: Que tenha pão quente</i>	Nada/pouco importante	9,6	12,8	0,576
	Indiferente	35,6	29,1	
	Importante/muito importante	54,8	58,1	
<i>Importância no local: Instalações higiênicas</i>	Nada/pouco importante	6,8	2,6	0,016*
	Indiferente	20,5	8,5	
	Importante/muito importante	72,6	88,9	
<i>Importância no local: Preço acessível</i>	Nada/pouco importante	13,7	6,0	0,193
	Indiferente	19,2	21,4	
	Importante/muito importante	67,1	72,6	
<i>Regularidade de compra: Pão de Argozelo</i>	Nunca/raramente	65,8	71,8	0,679
	Às vezes	21,9	17,9	
	Muitas vezes/todos os dias	12,3	10,3	
<i>Regularidade de compra: Pão de Castanha</i>	Nunca/raramente	94,5	92,3	0,699
	Às vezes	4,1	6,8	
	Muitas vezes/ todos os dias	1,4	0,9	
<i>Regularidade de compra: Pão de França</i>	Nunca/raramente	69,9	81,2	0,197
	Às vezes	20,5	12,8	
	Muitas vezes/ todos os dias	9,6	6,0	
<i>Regularidade de compra: Pão de Gimonde</i>	Nunca/raramente	67,1	70,9	0,857
	Às vezes	23,3	20,5	
	Muitas vezes/ todos os dias	9,6	8,5	
<i>Regularidade de compra:</i>	Nunca/raramente	91,8	90,6	0,781
	Às vezes	8,2	9,4	

<i>Pão de Izeda</i>		Muitas vezes/ todos os dias	--	--	
<i>Regularidade compra: Pão de Nogueira</i>	de	Nunca/raramente	56,2	65,0	0,146
		Às vezes	30,1	17,9	
		Muitas vezes/ todos os dias	13,7	17,1	
<i>Regularidade compra: Pão Transmontano</i>	de	Nunca/raramente	76,7	77,8	0,440
		Às vezes	17,8	12,8	
		Muitas vezes/ todos os dias	5,5	9,4	
<i>Regularidade compra: Pão de Rebordainhos</i>	de	Nunca/raramente	65,8	72,6	0,557
		Às vezes	16,4	14,5	
		Muitas vezes/ todos os dias	17,8	12,8	
<i>Regularidade compra: Pão de Samil</i>	de	Nunca/raramente	83,6	85,5	0,280
		Às vezes	16,4	12,0	
		Muitas vezes/ todos os dias	0,0	2,6	

*Existem diferenças nas proporções tendo em conta o sexo

As mulheres consomem, em maior proporção, pão regional, havendo uma percentagem relevante de mulheres que consomem pão caseiro ($p\text{-value}=0,018$) ou pão de fabrico próprio ($p\text{-value}=0,003$). Os atributos considerados mais importantes pelas mulheres são, pão possuir baixo teor de sal ($p\text{-value}=0,002$) e a presença de cereais no pão ($p\text{-value}=0,001$). Em relação ao local de compra, mais mulheres do que homens consideram mais importante a limpeza ($p\text{-value}=0,018$) e as instalações bem higienizadas ($p\text{-value}=0,016$) (Tabela 13).

Tabela 14 - Comparação dos hábitos de compra de pão por classe etária (n= 192)

Variável	Grupos	Frequências (%)		p-value
		18-35 anos	>35 anos	
<i>Pão comprado Frequentemente</i>	Industrial	56,8	8,6	0,000*
	Regional	35,1	65,4	
	Caseiro	8,1	25,9	
<i>Frequência de Compra</i>	<1x/mês	5,4	1,2	0,002*
	1x/mês	3,6	1,2	
	2 a 3 x/mês	19,8	8,6	
	1x/semana	34,2	21,0	
	2 a 3x/semana	20,7	42,0	
	Todos os dias	16,2	25,9	
<i>Local de compra: Pastelaria</i>	Sim	12,6	11,1	0,752
	Não	87,4	88,9	
<i>Local de compra: Produção própria</i>	Sim	5,4	8,6	0,378
	Não	94,6	91,4	
<i>Local de compra: Padaria</i>	Sim	36,9	28,4	0,215
	Não	63,1	71,6	
<i>Local de compra: Eventos e feiras</i>	Sim	3,6	4,9	0,648
	Não	96,4	95,1	

<i>Local de compra:</i> <i>Mercearia</i>	Sim Não	12,6 87,4	37,0 63,0	0,000*
<i>Local de compra:</i> <i>Supermercado</i>	Sim Não	73,9 26,1	29,6 70,4	0,000*
<i>Local de compra:</i> <i>Hipermercado</i>	Sim Não	36,0 64,0	35,8 64,2	0,973
<i>Local de compra:</i> <i>Cafés</i>	Sim Não	0,9 99,1	1,2 98,8	0,822
<i>Local de compra:</i> <i>Minimercado</i>	Sim Não	27,0 73,0	23,5 76,5	0,575
<i>Local de compra:</i> <i>Padaria a porta de casa</i>	Sim Não	8,1 91,9	11,1 88,9	0,481
<i>Local de compra:</i> <i>Outro</i>	Sim Não	0,9 99,1	0 100	0,392
<i>Apresentação preferida</i>	Sem preferência Pão embalado Pão não embalado	54,1 25,2 20,7	33,3 11,1 55,6	0,000*
<i>Importância:</i> <i>Preço</i>	Nada/pouco importante Indiferente Importante/ muito importante	14,4 13,5 72,1	33,3 32,1 34,6	0,000*
<i>Importância:</i> <i>Frescura</i>	Nada/pouco importante Indiferente Importante/ muito importante	3,6 9,9 86,5	0 0 100	0,003*
<i>Importância:</i> <i>Crosta</i>	Nada/pouco importante Indiferente Importante/ muito importante	9,0 22,5 68,5	7,4 6,2 86,4	0,006*
<i>Importância:</i> <i>Cheiro</i>	Nada/pouco importante Indiferente Importante/ muito importante	2,7 16,2 81,1	1,2 2,5 96,3	0,006*
<i>Importância:</i> <i>Maciez</i>	Nada/pouco importante Indiferente Importante/ muito importante	2,7 9,0 88,3	19,8 9,9 70,4	0,000*
<i>Importância:</i> <i>Duração</i>	Nada/pouco importante Indiferente Importante/ muito importante	14,4 27,0 58,6	24,7 24,7 50,6	0,195
<i>Importância:</i> <i>Que seja pequeno</i>	Nada/pouco importante Indiferente Importante/ muito importante	38,7 50,5 10,8	25,9 48,1 25,9	0,014*
<i>Importância:</i> <i>Que seja grande</i>	Nada/pouco importante Indiferente Importante/ muito importante	34,2 52,3 13,5	42,0 34,6 23,5	0,036*
<i>Importância:</i> <i>Pouco sal</i>	Nada/pouco importante Indiferente	26,1 36,0	14,8 22,2	0,003*

	Importante/ muito importante	37,8	63,0	
<i>Importância:</i>	Nada/pouco importante	36,0	33,3	0,047*
<i>Tostado</i>	Indiferente	31,5	18,5	
	Importante/ muito importante	32,4	48,1	
<i>Importância:</i>	Nada/pouco importante	36,9	42,0	0,765
<i>Que seja branco</i>	Indiferente	36,0	32,1	
	Importante/ muito importante	27,0	25,9	
<i>Importância:</i>	Nada/pouco importante	31,5	43,2	0,040*
<i>Húmido</i>	Indiferente	47,7	29,6	
	Importante/ muito importante	20,7	27,2	
<i>Importância:</i>	Nada/pouco importante	18,0	37,0	0,003*
<i>Miolo</i>	Indiferente	35,1	37,0	
	Importante/ muito importante	46,8	25,9	
<i>Importância:</i>	Nada/pouco importante	39,6	29,6	0,000*
<i>Côdea</i>	Indiferente	50,5	28,4	
	Importante/ muito importante	9,9	42,0	
<i>Importância:</i>	Nada/pouco importante	24,3	32,1	0,331
<i>Cereais integrais</i>	Indiferente	33,3	24,7	
	Importante/ muito importante	42,3	43,2	
<i>Importância no local:</i>	Nada/pouco importante	9,9	11,1	0,121
<i>Proximidade de casa</i>	Indiferente	4,5	12,3	
	Importante/ muito importante	85,6	76,5	
<i>Importância no local:</i>	Nada/pouco importante	17,1	28,4	0,033*
<i>Proximidade do trabalho</i>	Indiferente	26,1	33,3	
	Importante/ muito importante	56,8	38,3	
<i>Importância no local:</i>	Nada/pouco importante	3,6	1,2	0,441
<i>Limpeza</i>	Indiferente	4,5	2,5	
	Importante/ muito importante	91,9	96,3	
<i>Importância no local:</i>	Nada/pouco importante	3,6	3,7	0,999
<i>Simpatia no atendimento</i>	Indiferente	16,2	16,0	
	Importante/ muito importante	80,2	80,2	
<i>Importância no local:</i>	Nada/pouco importante	3,6	0	0,104
<i>Qualidade dos produtos</i>	Indiferente	1,8	0	
	Importante/ muito importante	94,6	100	
<i>Importância no local:</i>	Nada/pouco importante	4,5	2,5	0,197
<i>Variedade dos produtos</i>	Indiferente	18,0	9,9	
	Importante/ muito importante	77,5	87,7	
<i>Importância no local:</i>	Nada/pouco importante	3,6	4,9	0,808
<i>Rapidez</i>	Indiferente	16,2	16,2	
	Importante/ muito importante	80,2	80,2	
<i>Importância no local:</i>	Nada/pouco importante	7,2	17,3	0,079
<i>Que tenha pão quente</i>	Indiferente	31,5	32,1	
	Importante/ muito importante	61,3	50,6	
<i>Importância no local:</i>	Nada/pouco importante	3,6	4,9	0,876
<i>Instalações higiênicas</i>	Indiferente	12,6	13,6	
	Importante/ muito importante	83,8	81,5	

<i>Importância no local:</i>	Nada/pouco importante	6,3	12,3	0,000*
<i>Preço acessível</i>	Indiferente	10,8	33,3	
	Importante/ muito importante	82,9	54,3	
<i>Regularidade compra:</i>	Nunca/raramente	86,5	46,9	0,000*
<i>Pão de Argozelo</i>	Às vezes	9,0	33,3	
	Muitas vezes/ todos os dias	4,5	19,8	
<i>Regularidade compra:</i>	Nunca/raramente	93,7	92,6	0,235
<i>Pão de Castanha</i>	Às vezes	6,3	4,9	
	Muitas vezes/ todos os dias	0,0	2,5	
<i>Regularidade compra:</i>	Nunca/raramente	79,3	74,1	0,632
<i>Pão de França</i>	Às vezes	13,5	18,5	
	Muitas vezes/ todos os dias	7,2	7,4	
<i>Regularidade compra:</i>	Nunca/raramente	82,9	51,9	0,000*
<i>Pão de Gimonde</i>	Às vezes	10,8	35,8	
	Muitas vezes/ todos os dias	6,3	12,3	
<i>Regularidade compra:</i>	Nunca/raramente	95,5	85,2	0,013*
<i>Pão de Izeda</i>	Às vezes	4,5	14,8	
	Muitas vezes/ todos os dias	--	--	
<i>Regularidade compra:</i>	Nunca/raramente	83,8	32,1	0,000*
<i>Pão de Nogueira</i>	Às vezes	10,8	38,3	
	Muitas vezes/ todos os dias	5,4	29,6	
<i>Regularidade compra:</i>	Nunca/raramente	78,4	76,5	0,293
<i>Pão Transmontano</i>	Às vezes	16,2	12,3	
	Muitas vezes/ todos os dias	5,4	11,1	
<i>Regularidade compra:</i>	Nunca/raramente	85,6	49,4	0,000*
<i>Pão de Rebordainhos</i>	Às vezes	9,9	22,2	
	Muitas vezes/ todos os dias	4,5	28,4	
<i>Regularidade compra:</i>	Nunca/raramente	89,2	79,0	0,144
<i>Pão de Samil</i>	Às vezes	9,9	18,5	
	Muitas vezes/ todos os dias	0,9	2,5	

*Existem diferenças nas proporções tendo em conta a classe etária

Tal como mostra a tabela 14, existem diferenças nas proporções tendo em conta os hábitos de compra dependendo da classe etária do consumidor. De forma geral, os inquiridos entre 18 e 35 anos, em maior proporção, compram pão industrial ($p\text{-value}=0,000$), consumindo com menor frequência, menos de 2 vezes na semana ($p\text{-value}=0,002$), comprando em supermercados ($p\text{-value}=0,000$) e consideram mais importante os seguintes atributos preço ($p\text{-value}=0,000$), macieza ($p\text{-value}=0,000$) e miolo ($p\text{-value}=0,003$); enquanto que em relação ao local de compra destacam-se a proximidade do local de trabalho ($p\text{-value}=0,033$) e o preço acessível ($p\text{-value}=0,000$).

Os inquiridos com idades superiores a 35 anos, em maior proporção, compram pão regional ($p\text{-value}=0,000$) mais frequentemente, ($p\text{-value}=0,002$), 2 a 3 vezes por semana ou até mesmo todos os dias. Diferente dos mais jovens, que em maior proporção

optam por fazer as suas compras em mercearias ($p\text{-value}=0,000$) e preferem o pão não embalado ($p\text{-value}=0,000$). Por outro lado, consideram mais importantes atributos tais como, frescura ($p\text{-value}=0,003$), cheiro ($p\text{-value}=0,006$), crosta ($p\text{-value}=0,006$), tosta ($p\text{-value}=0,047$), cõdea ($p\text{-value}=0,000$) e que tenha pouco sal ($p\text{-value}=0,003$). Em menor proporção, os atributos considerados importantes foram o tamanho do pão, grande ($p\text{-value}=0,036$) ou pequeno ($p\text{-value}=0,014$), humidade ($p\text{-value}=0,040$) e ser ou não fatiado ($p\text{-value}=0,001$).

Em relação a compra de pães regionais, as pessoas acima de 35 anos, em maior proporção, compram com maior frequência o Pão de Nogueira ($p\text{-value}=0,000$), Rebordainhos ($p\text{-value}=0,000$), Argozelo ($p\text{-value}=0,000$), Izeda ($p\text{-value}=0,013$) e Gimonde ($p\text{-value}=0,000$).

Tabela 15 - Comparação dos hábitos de compra de pão por escolaridade (n= 192)

Variável	Grupos	Frequências (%)		p-value
		Ensino superior	Ensino não superior	
<i>Pão comprado Frequentemente</i>	Industrial	37,3	30,4	0,642
	Regional	47,9	47,8	
	Caseiro	14,8	21,7	
<i>Frequência de Compra</i>	<1x/mês	4,1	0,0	0,230
	1x/mês	3,0	0,0	
	2 a 3 x/mês	15,4	13,0	
	1x/semana	29,0	26,1	
	2 a 3x/semana	30,8	21,7	
	Todos os dias	17,8	39,1	
<i>Local de compra: Pastelaria</i>	Sim	10,7	21,7	0,124
	Não	89,3	78,3	
<i>Local de compra: Produção própria</i>	Sim	5,9	13,0	0,202
	Não	94,1	87,0	
<i>Local de compra: Padaria</i>	Sim	31,4	47,8	0,116
	Não	68,6	52,2	
<i>Local de compra: Eventos e feiras</i>	Sim	3,6	8,7	0,247
	Não	96,4	91,3	
<i>Local de compra: mercearia</i>	Sim	24,3	13,0	0,230
	Não	75,7	87,0	
<i>Local de compra: Supermercado</i>	Sim	56,2	47,8	0,448
	Não	43,8	52,2	
<i>Local de compra: Hipermercado</i>	Sim	35,5	39,1	0,734
	Não	64,5	60,9	
<i>Local de compra: Cafés</i>	Sim	1,2	0,0	0,600
	Não	98,8	100,0	

<i>Local de compra:</i> <i>Minimercado</i>	Sim Não	27,8 72,2	8,7 91,3	0,049*
<i>Local de compra:</i> <i>Padaria a porta de casa</i>	Sim Não	8,3 91,7	17,4 82,6	0,160
<i>Local de compra:</i> <i>Outro</i>	Sim Não	0,6 99,4	0,0 100,0	0,711
<i>Apresentação preferida</i>	Sem preferência Pão embalado Pão não embalado	43,8 20,1 36,1	56,5 13,0 30,4	0,488
<i>Importância:</i> <i>Preço</i>	Nada/pouco importante Indiferente Importante/ muito importante	23,1 22,5 54,4	17,4 13,0 69,6	0,375
<i>Importância:</i> <i>Frescura</i>	Nada/pouco importante Indiferente Importante/ muito importante	2,4 6,5 91,1	0,0 0,0 100,0	0,330
<i>Importância:</i> <i>Crosta</i>	Nada/pouco importante Indiferente Importante/ muito importante	8,9 16,0 75,1	4,3 13,0 82,6	0,685
<i>Importância:</i> <i>Cheiro</i>	Nada/pouco importante Indiferente Importante/ muito importante	1,8 10,7 87,6	4,3 8,7 87,0	0,698
<i>Importância:</i> <i>Maciez</i>	Nada/pouco importante Indiferente Importante/ muito importante	10,1 8,3 81,7	8,7 17,4 73,9	0,372
<i>Importância:</i> <i>Duração</i>	Nada/pouco importante Indiferente Importante/ muito importante	18,9 25,4 55,6	17,4 30,4 52,2	0,877
<i>Importância:</i> <i>Que seja pequeno</i>	Nada/pouco importante Indiferente Importante/ muito importante	34,3 47,9 17,8	26,1 60,9 13,0	0,507
<i>Importância:</i> <i>Que seja grande</i>	Nada/pouco importante Indiferente Importante/ muito importante	40,2 44,4 15,4	17,4 47,8 34,8	0,028*
<i>Importância:</i> <i>Que seja fatiado</i>	Nada/pouco importante Indiferente Importante/ muito importante	54,4 34,9 10,7	21,7 47,8 30,4	0,004*
<i>Importância:</i> <i>Pouco sal</i>	Nada/pouco importante Indiferente Importante/ muito importante	22,5 30,8 46,7	13,0 26,1 60,9	0,401
<i>Importância:</i> <i>Tostado</i>	Nada/pouco importante Indiferente Importante/ muito importante	37,3 26,6 36,1	17,4 21,7 60,9	0,059
<i>Importância:</i> <i>Que seja branco</i>	Nada/pouco importante Indiferente Importante/ muito importante	38,5 34,9 26,6	43,5 30,4 26,1	0,882

<i>Importância:</i> <i>Húmido</i>	Nada/pouco importante	36,1	39,1	0,766
	Indiferente	39,6	43,5	
	Importante/ muito importante	24,3	17,4	
<i>Importância:</i> <i>Miolo</i>	Nada/pouco importante	26,0	26,1	0,991
	Indiferente	36,1	34,8	
	Importante/ muito importante	37,9	39,1	
<i>Importância:</i> <i>Côdea</i>	Nada/pouco importante	36,1	30,4	0,161
	Indiferente	42,6	30,4	
	Importante/ muito importante	21,3	39,1	
<i>Importância:</i> <i>Cereais integrais</i>	Nada/pouco importante	27,8	26,1	0,270
	Indiferente	27,8	43,5	
	Importante/ muito importante	44,4	30,4	
<i>Importância no local:</i> <i>Proximidade de casa</i>	Nada/pouco importante	10,1	13,0	0,888
	Indiferente	7,7	8,7	
	Importante/ muito importante	82,2	78,3	
<i>Importância no local:</i> <i>Proximidade do trabalho</i>	Nada/pouco importante	23,1	13,0	0,401
	Indiferente	27,8	39,1	
	Importante/ muito importante	49,1	47,8	
<i>Importância no local:</i> <i>Limpeza</i>	Nada/pouco importante	3,0	0,0	0,696
	Indiferente	3,6	4,3	
	Importante/ muito importante	93,5	95,7	
<i>Importância no local:</i> <i>Simpatia no atendimento</i>	Nada/pouco importante	4,1	0	0,040
	Indiferente	18,3	0	
	Importante/ muito importante	77,5	100	
<i>Importância no local:</i> <i>Qualidade dos produtos</i>	Nada/pouco importante	2,4	0	0,656
	Indiferente	1,2	0	
	Importante/ muito importante	96,4	100	
<i>Importância no local:</i> <i>Variedade dos produtos</i>	Nada/pouco importante	4,1	0,0	0,578
	Indiferente	14,2	17,4	
	Importante/ muito importante	81,7	82,6	
<i>Importância no local:</i> <i>Rapidez</i>	Nada/pouco importante	4,7	0,0	0,149
	Indiferente	16,6	4,3	
	Importante/ muito importante	78,7	95,7	
<i>Importância no local:</i> <i>Que tenha pão quente</i>	Nada/pouco importante	12,4	4,3	0,189
	Indiferente	33,1	21,7	
	Importante/ muito importante	54,4	73,9	
<i>Importância no local:</i> <i>Instalações higiênicas</i>	Nada/pouco importante	4,7	0,0	0,479
	Indiferente	12,4	17,4	
	Importante/ muito importante	82,8	82,6	
<i>Importância no local:</i> <i>Preço acessível</i>	Nada/pouco importante	9,5	4,3	0,634
	Indiferente	20,7	17,4	
	Importante/ muito importante	69,8	78,3	
<i>Regularidade de compra:</i> <i>Pão de Argozelo</i>	Nunca/raramente	69,8	69,6	0,434
	Às vezes	18,3	26,1	
	Muitas vezes/ todos os dias	11,8	4,3	

<i>Regularidade compra:</i>	<i>de</i>	Nunca/raramente	93,5	91,3	0,242
<i>Pão de Castanha</i>		Às vezes	5,9	4,3	
		Muitas vezes/ todos os dias	0,6	4,3	
<i>Regularidade compra:</i>	<i>de</i>	Nunca/raramente	77,5	73,9	0,925
<i>Pão de França</i>		Às vezes	15,4	17,4	
		Muitas vezes/ todos os dias	7,1	8,7	
<i>Regularidade compra:</i>	<i>de</i>	Nunca/raramente	68,0	82,6	0,357
<i>Pão de Gimonde</i>		Às vezes	22,5	13,0	
		Muitas vezes/ todos os dias	9,5	4,3	
<i>Regularidade compra:</i>	<i>de</i>	Nunca/raramente	90,5	95,7	0,417
<i>Pão de Izeda</i>		Às vezes	9,5	4,3	
		Muitas vezes/ todos os dias	--	--	
<i>Regularidade compra:</i>	<i>de</i>	Nunca/raramente	59,2	82,6	0,091
<i>Pão de Nogueira</i>		Às vezes	24,3	8,7	
		Muitas vezes/ todos os dias	16,6	8,7	
<i>Regularidade compra:</i>	<i>de</i>	Nunca/raramente	78,1	73,9	0,899
<i>Pão Transmontano</i>		Às vezes	14,2	17,4	
		Muitas vezes/ todos os dias	7,7	8,7	
<i>Regularidade compra:</i>	<i>de</i>	Nunca/raramente	69,2	78,3	0,628
<i>Pão de Rebordainhos</i>		Às vezes	15,4	13,0	
		Muitas vezes/ todos os dias	15,4	8,7	
<i>Regularidade compra:</i>	<i>de</i>	Nunca/raramente	84,6	87,0	0,414
<i>Pão de Samil</i>		Às vezes	14,2	8,7	
		Muitas vezes/ todos os dias	1,2	4,3	

*Existem diferenças nas proporções tendo em conta a escolaridade

Não foram observadas grandes diferenças nas proporções relativas aos hábitos de compra dos inquiridos consoante o grau de escolaridade, nota-se apenas que os indivíduos sem ensino superior fazem compras com menor frequência em minimercados ($p\text{-value}=0,049$) e consideram importante que o pão seja grande ($p\text{-value}=0,028$) e fatiado ($p\text{-value}=0,004$) (Tabela 15).

Tabela 16 - Comparação dos hábitos de compra de pão por ocupação profissional (n= 192)

Variável	Grupos	Frequências (%)		p-value
		Ativo	Não ativo	
<i>Pão comprado Frequentemente</i>	Industrial	14,7	57,7	0,000*
	Regional	63,2	33,0	
	Caseiro	22,1	9,3	
<i>Frequência de Compra</i>	<1x/mês	1,1	6,2	0,001*
	1x/mês	1,1	4,1	
	2 a 3 x/mês	8,4	21,6	
	1x/semana	24,2	33,0	
	2 a 3x/semana	41,1	18,6	
	Todos os dias	24,2	16,5	

<i>Local de compra:</i> <i>Pastelaria</i>	Sim Não	13,7 86,3	10,3 89,7	0,472
<i>Local de compra:</i> <i>Produção própria</i>	Sim Não	9,5 90,5	4,1 95,9	0,140
<i>Local de compra:</i> <i>Padaria</i>	Sim Não	31,6 68,4	35,1 64,9	0,610
<i>Local de compra:</i> <i>Eventos e feiras</i>	Sim Não	6,3 93,7	2,1 97,9	0,140
<i>Local de compra:</i> <i>Mercearia</i>	Sim Não	33,7 66,3	12,4 87,6	0,000*
<i>Local de compra:</i> <i>Supermercado</i>	Sim Não	34,7 65,3	75,3 24,7	0,000*
<i>Local de compra:</i> <i>Hipermercado</i>	Sim Não	36,8 63,2	35,1 64,9	0,796
<i>Local de compra:</i> <i>Cafés</i>	Sim Não	1,1 98,9	1 99	0,988
<i>Local de compra:</i> <i>Minimercado</i>	Sim Não	23,2 76,8	27,8 72,2	0,457
<i>Local de compra:</i> <i>Padaria a porta de casa</i>	Sim Não	10,5 89,5	8,2 91,8	0,588
<i>Local de compra:</i> <i>Outro</i>	Sim Não	0 100	1 99	0,321
<i>Apresentação preferida</i>	Sem preferência Pão embalado Pão não embalado	33,7 13,7 52,6	56,7 24,7 18,6	0,000*
<i>Importância:</i> <i>Preço</i>	Nada/pouco importante Indiferente Importante/ muito importante	32,6 31,6 35,8	12,4 11,3 76,3	0,000*
<i>Importância:</i> <i>Frescura</i>	Nada/pouco importante Indiferente Importante/ muito importante	0 1,1 98,9	4,1 10,3 85,6	0,002*
<i>Importância:</i> <i>Crosta</i>	Nada/pouco importante Indiferente Importante/ muito importante	7,4 8,4 84,2	9,3 22,7 68,0	0,017*
<i>Importância:</i> <i>Cheiro</i>	Nada/pouco importante Indiferente Importante/ muito importante	1,1 4,2 94,7	3,1 16,5 80,4	0,011*
<i>Importância:</i> <i>Maciez</i>	Nada/pouco importante Indiferente Importante/ muito importante	14,7 10,5 74,7	5,2 8,2 86,6	0,062
<i>Importância:</i> <i>Duração</i>	Nada/pouco importante Indiferente Importante/ muito importante	24,2 21,1 54,7	13,4 30,9 55,7	0,091

<i>Importância:</i> <i>Que seja pequeno</i>	Nada/pouco importante	24,2	42,3	0,001*
	Indiferente	49,5	49,5	
	Importante/ muito importante	26,3	8,2	
<i>Importância:</i> <i>Que seja grande</i>	Nada/pouco importante	37,9	37,1	0,410
	Indiferente	41,1	48,5	
	Importante/ muito importante	21,1	14,4	
<i>Importância:</i> <i>Que seja fatia</i>	Nada/pouco importante	57,9	43,3	0,067
	Indiferente	28,4	44,3	
	Importante/ muito importante	13,7	12,4	
<i>Importância:</i> <i>Pouco sal</i>	Nada/pouco importante	13,7	28,9	0,001*
	Indiferente	24,2	36,1	
	Importante/ muito importante	62,1	35,1	
<i>Importância:</i> <i>Tostado</i>	Nada/pouco importante	31,6	38,1	0,120
	Indiferente	22,1	29,9	
	Importante/ muito importante	46,3	32,0	
<i>Importância:</i> <i>Que seja branco</i>	Nada/pouco importante	37,9	40,2	0,660
	Indiferente	32,6	36,1	
	Importante/ muito importante	29,5	23,7	
<i>Importância:</i> <i>Húmido</i>	Nada/pouco importante	37,9	35,1	0,260
	Indiferente	34,7	45,4	
	Importante/ muito importante	27,4	19,6	
<i>Importância:</i> <i>Miolo</i>	Nada/pouco importante	30,5	21,6	0,095
	Indiferente	38,9	33,0	
	Importante/ muito importante	30,5	45,4	
<i>Importância:</i> <i>Côdea</i>	Nada/pouco importante	30,5	40,2	0,001
	Indiferente	34,7	47,4	
	Importante/ muito importante	34,7	12,4	
<i>Importância:</i> <i>Cereais integrais</i>	Nada/pouco importante	26,3	28,9	0,409
	Indiferente	26,3	33,0	
	Importante/ muito importante	47,4	38,1	
<i>Importância no local:</i> <i>Proximidade de casa</i>	Nada/pouco importante	10,5	10,3	0,376
	Indiferente	10,5	5,2	
	Importante/ muito importante	78,9	84,5	
<i>Importância no local:</i> <i>Proximidade do trabalho</i>	Nada/pouco importante	26,3	17,5	0,314
	Indiferente	26,3	32,0	
	Importante/ muito importante	47,4	50,5	
<i>Importância no local:</i> <i>Limpeza</i>	Nada/pouco importante	1,1	4,1	0,207
	Indiferente	2,1	5,2	
	Importante/ muito importante	96,8	90,7	
<i>Importância no local:</i> <i>Simpatia no atendimento</i>	Nada/pouco importante	3,2	4,1	0,772
	Indiferente	17,9	14,4	
	Importante/ muito importante	78,9	81,4	
<i>Importância no local:</i> <i>Qualidade dos produtos</i>	Nada/pouco importante	0,0	4,1	0,135
	Indiferente	1,1	1,0	
	Importante/ muito importante	98,9	94,8	
<i>Importância no local:</i>	Nada/pouco importante	1,1	6,2	0,037

<i>Variedade dos produtos</i>	Indiferente	10,5	18,6	
	Importante/ muito importante	88,4	75,3	
<i>Importância no local: Rapidez</i>	Nada/pouco importante	2,1	6,2	0,364
	Indiferente	15,8	14,4	
	Importante/ muito importante	82,1	79,4	
<i>Importância no local: Que tenha pão quente</i>	Nada/pouco importante	15,8	7,2	0,175
	Indiferente	30,5	33,0	
	Importante/ muito importante	53,7	59,8	
<i>Importância no local: Instalações higiênicas</i>	Nada/pouco importante	2,1	6,2	0,363
	Indiferente	13,7	12,4	
	Importante/ muito importante	84,2	81,4	
<i>Importância no local: Preço acessível</i>	Nada/pouco importante	10,5	7,2	0,000*
	Indiferente	32,6	8,2	
	Importante/ muito importante	56,8	84,5	
<i>Regularidade compra: Pão de Argozelo</i>	de Nunca ou raramente	51,6	87,6	0,000*
	Às vezes	29,5	9,3	
	Muitas vezes ou todos os dias	18,9	3,1	
<i>Regularidade compra: Pão de Castanha</i>	de Nunca/raramente	92,6	93,8	0,346
	Às vezes	5,3	6,2	
	Muitas vezes/todos os dias	2,1	0,0	
<i>Regularidade compra: Pão de França</i>	de Nunca/raramente	76,8	77,3	0,997
	Às vezes	15,8	15,5	
	Muitas vezes/todos os dias	7,4	7,2	
<i>Regularidade compra: Pão de Gimonde</i>	de Nunca/raramente	53,7	85,6	0,000*
	Às vezes	29,5	13,4	
	Muitas vezes/todos os dias	16,8	1,0	
<i>Regularidade compra: Pão de Izeda</i>	de Nunca/raramente	86,3	95,9	0,020*
	Às vezes	13,7	4,1	
	Muitas vezes/todos os dias	--	--	
<i>Regularidade compra: Pão de Nogueira</i>	de Nunca/raramente	40,0	83,5	0,000*
	Às vezes	31,6	13,4	
	Muitas vezes/todos os dias	28,4	3,1	
<i>Regularidade compra: Pão Transmontano</i>	de Nunca/raramente	75,8	79,4	0,688
	Às vezes	14,7	14,4	
	Muitas vezes/todos os dias	9,5	6,2	
<i>Regularidade compra: Pão de Rebordinhos</i>	de Nunca/raramente	54,7	85,6	0,000*
	Às vezes	18,9	11,3	
	Muitas vezes/todos os dias	26,3	3,1	
<i>Regularidade compra: Pão de Samil</i>	de Nunca/raramente	81,1	88,7	0,334
	Às vezes	16,8	10,3	
	Muitas vezes/todos os dias	2,1	1,0	

*Existem diferenças nas proporções tendo em conta a ocupação profissional

Analisando os hábitos de compra de inquiridos dependendo da sua ocupação profissional (Tabela 16), verifica-se que os indivíduos ativos, em maior proporção, compram pão regional ($p\text{-value}=0,000$), e mais frequentemente ($p\text{-value}=0,001$), 2 a 3

vezes por semana ou até mesmo todos os dias. Acabam comprando mais em mercearias ($p\text{-value}=0,000$), preferindo o pão não embalado ($p\text{-value}=0,000$) e dando mais importância para aspetos, tais como, frescura ($p\text{-value}=0,002$), crosta ($p\text{-value}=0,017$), cheiro ($p\text{-value}=0,011$), que seja pequeno ($p\text{-value}=0,001$) e que tenha pouco sal ($p\text{-value}=0,001$). Em relação aos pães regionais, são os ativos que mais compram os pães de Nogueira ($p\text{-value}=0,000$), Rebordainhos ($p\text{-value}=0,000$), Argozelo ($p\text{-value}=0,000$), Gimonde ($p\text{-value}=0,000$) e Izeda, em ordem.

Os não ativos preferem o pão industrial ($p\text{-value}=0,000$), possuem uma menor frequência de compras ($p\text{-value}=0,001$), no máximo, 1 vez por semana, comprando mais em supermercado ($p\text{-value}=0,000$), dando mais importância ao preço do pão ($p\text{-value}=0,000$) e a um local onde o preço seja acessível ($p\text{-value}=0,000$).

Tabela 17 - Comparação dos hábitos de compra de pão por meio onde vive (n= 192)

Variável	Grupos	Frequências (%)		p-value
		Urbano	Rural	
<i>Pão comprado Frequentemente</i>	Industrial	39,1	17,4	0,117
	Regional	45,6	65,2	
	Caseiro	15,4	17,4	
<i>Frequência de Compra</i>	<1 x/mês	4,1	0,0	0,470
	1x/mês	3,0	0,0	
	2 a 3 x/mês	15,4	13,0	
	1x/semana	29,0	26,1	
	2 a 3x/semana	30,2	26,1	
	Todos os dias	18,3	34,8	
<i>Local de compra: Pastelaria</i>	Sim	10,7	21,7	0,124
	Não	89,3	78,3	
<i>Local de compra: Produção própria</i>	Sim	6,5	8,7	0,695
	Não	93,5	91,3	
<i>Local de compra: Padaria</i>	Sim	27,8	73,9	0,000*
	Não	72,2	26,1	
<i>Local de compra: Eventos e feiras</i>	Sim	3,6	8,7	0,247
	Não	96,4	91,3	
<i>Local de compra: Merceria</i>	Sim	23,1	21,7	0,886
	Não	76,9	78,3	
<i>Local de compra: Supermercado</i>	Sim	56,8	43,5	0,228
	Não	43,2	56,5	
<i>Local de compra: Hipermercado</i>	Sim	36,7	30,4	0,558
	Não	63,3	69,6	
<i>Local de compra: Cafés</i>	Sim	0,6	4,3	0,096
	Não	99,4	95,7	

<i>Local de compra:</i> <i>Minimercado</i>	Sim	27,2	13,0	0,143
	Não	72,8	87,0	
<i>Local de compra:</i> <i>Padaria a porta de casa</i>	Sim	8,3	17,4	0,160
	Não	91,7	82,6	
<i>Local de compra:</i> <i>Outro</i>	Sim	0,6	0,0	0,711
	Não	99,4	100,0	
<i>Apresentação preferida</i>	Sem preferência	46,7	34,8	0,066
	Pão embalado	20,7	8,7	
	Pão não embalado	32,5	56,5	
<i>Importância:</i> <i>Preço</i>	Nada/pouco importante	22,5	21,7	0,862
	Indiferente	21,9	17,4	
	Importante/ muito importante	55,6	60,9	
<i>Importância:</i> <i>Frescura</i>	Nada/pouco importante	2,4	0,0	0,330
	Indiferente	6,5	0,0	
	Importante/ muito importante	91,1	100,0	
<i>Importância:</i> <i>Crosta</i>	Nada/pouco importante	8,9	4,3	0,753
	Indiferente	15,4	17,4	
	Importante/ muito importante	75,7	78,3	
<i>Importância:</i> <i>Cheiro</i>	Nada/pouco importante	2,4	0,0	0,718
	Indiferente	10,7	8,7	
	Importante/ muito importante	87,0	91,3	
<i>Importância:</i> <i>Maciez</i>	Nada/pouco importante	10,7	4,3	0,391
	Indiferente	10,1	4,3	
	Importante/ muito importante	79,3	91,3	
<i>Importância:</i> <i>Duração</i>	Nada/pouco importante	19,5	13,0	0,297
	Indiferente	24,3	39,1	
	Importante/ muito importante	56,2	47,8	
<i>Importância:</i> <i>Que seja pequeno</i>	Nada/pouco importante	35,5	17,4	0,224
	Indiferente	47,9	60,9	
	Importante/ muito importante	16,6	21,7	
<i>Importância:</i> <i>Que seja grande</i>	Nada/pouco importante	39,6	21,7	0,124
	Indiferente	44,4	47,8	
	Importante/ muito importante	16,0	30,4	
<i>Importância:</i> <i>Que seja fatia</i>	Nada/pouco importante	52,7	34,8	0,206
	Indiferente	35,5	43,5	
	Importante/ muito importante	11,8	21,7	
<i>Importância:</i> <i>Pouco sal</i>	Nada/pouco importante	21,9	17,4	0,336
	Indiferente	28,4	43,5	
	Importante/ muito importante	49,7	39,1	
<i>Importância:</i> <i>Tostado</i>	Nada/pouco importante	34,3	39,1	0,602
	Indiferente	27,2	17,4	
	Importante/ muito importante	38,5	43,5	
<i>Importância:</i> <i>Que seja branco</i>	Nada/pouco importante	38,5	43,5	0,366
	Indiferente	36,1	21,7	
	Importante/ muito importante	25,4	34,8	

<i>Importância: Húmido</i>	Nada/pouco importante	37,3	30,4	0,814
	Indiferente	39,6	43,5	
	Importante/ muito importante	23,1	26,1	
<i>Importância: Miolo</i>	Nada/pouco importante	27,8	13,0	0,255
	Indiferente	34,3	47,8	
	Importante/ muito importante	37,9	39,1	
<i>Importância: Côdea</i>	Nada/pouco importante	33,1	52,2	0,201
	Indiferente	42,6	30,4	
	Importante/ muito importante	24,3	17,4	
<i>Importância: Cereais integrais</i>	Nada/pouco importante	27,8	26,1	0,551
	Indiferente	28,4	39,1	
	Importante/ muito importante	43,8	34,8	
<i>Importância no local: Proximidade de casa</i>	Nada/pouco importante	9,5	17,4	0,436
	Indiferente	8,3	4,3	
	Importante/ muito importante	82,2	78,3	
<i>Importância no local: Proximidade do trabalho</i>	Nada/pouco importante	22,5	17,4	0,730
	Indiferente	29,6	26,1	
	Importante/ muito importante	47,9	56,5	
<i>Importância no local: Limpeza</i>	Nada/pouco importante	3,0	0	0,696
	Indiferente	3,6	4,3	
	Importante/ muito importante	93,5	95,7	
<i>Importância no local: Simpatia no atendimento</i>	Nada/pouco importante	4,1	0	0,324
	Indiferente	17,2	8,7	
	Importante/ muito importante	78,7	91,3	
<i>Importância no local: Qualidade dos produtos</i>	Nada/pouco importante	2,4	0,0	0,656
	Indiferente	1,2	0,0	
	Importante/ muito importante	96,4	100,0	
<i>Importância no local: Variedade dos produtos</i>	Nada/pouco importante	3,6	4,3	0,961
	Indiferente	14,8	13,0	
	Importante/ muito importante	81,7	82,6	
<i>Importância no local: Rapidez</i>	Nada/pouco importante	4,1	4,3	0,633
	Indiferente	14,2	21,7	
	Importante/ muito importante	81,7	73,9	
<i>Importância no local: Que tenha pão quente</i>	Nada/pouco importante	11,8	8,7	0,199
	Indiferente	33,7	17,4	
	Importante/ muito importante	54,4	73,9	
<i>Importância no local: Instalações higiênicas</i>	Nada/pouco importante	4,1	4,3	0,999
	Indiferente	13,0	13,0	
	Importante/ muito importante	82,8	82,6	
<i>Importância no local: Preço acessível</i>	Nada/pouco importante	9,5	4,3	0,362
	Indiferente	18,9	30,4	
	Importante/ muito importante	71,6	65,2	
<i>Regularidade de compra: Pão de Argozelo</i>	Nunca/raramente	69,8	69,6	0,904
	Às vezes	18,9	21,7	
	Muitas vezes/ todos os dias	11,2	8,7	

<i>Regularidade compra:</i>	<i>de</i>	Nunca/raramente	92,9	95,7	0,829
<i>Pão de Castanha</i>		Às vezes	5,9	4,3	
		Muitas vezes/ todos os dias	1,2	0,0	
<i>Regularidade compra:</i>	<i>de</i>	Nunca/raramente	76,9	78,3	0,832
<i>Pão de França</i>		Às vezes	15,4	17,4	
		Muitas vezes/ todos os dias	7,7	4,3	
<i>Regularidade compra:</i>	<i>de</i>	Nunca/raramente	70,4	65,2	0,742
<i>Pão de Gimonde</i>		Às vezes	21,3	21,7	
		Muitas vezes/ todos os dias	8,3	13,0	
<i>Regularidade compra:</i>	<i>de</i>	Nunca/raramente	91,1	91,3	0,977
<i>Pão de Izeda</i>		Às vezes	8,9	8,7	
		Muitas vezes/ todos os dias	--	--	
<i>Regularidade compra:</i>	<i>de</i>	Nunca/raramente	59,8	78,3	0,171
<i>Pão de Nogueira</i>		Às vezes	23,1	17,4	
		Muitas vezes/ todos os dias	17,2	4,3	
<i>Regularidade compra:</i>	<i>de</i>	Nunca/raramente	78,7	69,6	0,560
<i>Pão Transmontano</i>		Às vezes	13,6	21,7	
		Muitas vezes/ todos os dias	7,7	8,7	
<i>Regularidade compra:</i>	<i>de</i>	Nunca/raramente	68,6	82,6	0,285
<i>Pão de Rebordainhos</i>		Às vezes	15,4	13,0	
		Muitas vezes/ todos os dias	16,0	4,3	
<i>Regularidade compra:</i>	<i>de</i>	Nunca/raramente	86,4	73,9	0,227
<i>Pão de Samil</i>		Às vezes	12,4	21,7	
		Muitas vezes/ todos os dias	1,2	4,3	

*Existem diferenças nas proporções tendo em conta o meio onde vive

No que diz respeito ao meio onde vive o inquirido (Tabela 17) apenas foram encontradas diferenças no local de compra. A população que vive em meio rural compra mais frequentemente em padarias ($p\text{-value}=0,000$).

Tabela 18 - Comparação dos hábitos de compra de pão por dimensão do agregado familiar (n= 192)

Variável	Grupos	Frequências (%)					<i>p-value</i>
		Eu	2	3	4	>4	
<i>Pão comprado Frequentemente</i>	Industrial	55,2	26,1	21,4	42,1	50,0	0,037*
	Regional	37,9	47,8	59,5	47,4	38,9	
	Caseiro	6,9	26,1	19,0	10,5	11,1	
<i>Frequência de Compra</i>	<1x/mês	3,4	6,5	0,0	3,5	5,6	0,046*
	1x/mês	3,4	2,2	0,0	1,8	11,1	
	2 a 3 x/mês	17,2	15,2	14,3	10,5	27,8	
	1x/semana	44,8	34,8	14,3	29,8	16,7	
	2a3x/semana	20,7	28,3	42,9	33,3	5,6	
	Todos os dias	10,3	13,0	28,6	21,1	33,3	
<i>Local compra: Pastelaria</i>	<i>de</i> Sim	0	8,7	19,0	14,0	16,7	0,135
	Não	100	91,3	81,0	86,0	83,3	

<i>Local compra: Produção própria</i>	<i>de</i>	Sim	13,8	6,5	2,4	5,3	11,1	0,368
		Não	86,2	93,5	97,6	94,7	88,9	
<i>Local compra: Padaria</i>	<i>de</i>	Sim	31,0	30,4	35,7	35,1	33,3	0,980
		Não	69,0	69,6	64,3	64,9	66,7	
<i>Local compra: Eventos e feiras</i>	<i>de</i>	Sim	6,9	2,2	4,8	3,5	5,6	0,881
		Não	93,1	97,8	95,2	96,5	94,4	
<i>Local compra: Merceria</i>	<i>de</i>	Sim	13,8	26,1	26,2	22,8	22,2	0,756
		Não	86,2	73,9	73,8	77,2	77,8	
<i>Local compra: Supermercado</i>	<i>de</i>	Sim	69,0	56,5	45,2	54,4	55,6	0,412
		Não	31,0	43,5	54,8	45,6	44,4	
<i>Local compra: Hipermercado</i>	<i>de</i>	Sim	31,0	43,5	31,0	35,1	38,9	0,740
		Não	69,0	56,5	69,0	64,9	61,1	
<i>Local compra: Cafês</i>	<i>de</i>	Sim	0	0	2,4	1,8	0	0,373
		Não	100	100	97,6	98,2	100	
<i>Local compra: Minimercado</i>	<i>de</i>	Sim	27,6	26,1	23,8	19,3	44,4	0,321
		Não	72,4	73,9	76,2	80,7	55,6	
<i>Local compra: Padaria a porta de casa</i>	<i>de</i>	Sim	10,3	8,7	11,9	8,8	5,6	0,950
		Não	89,7	91,3	88,1	91,2	94,4	
<i>Local compra: Outro</i>	<i>de</i>	Sim	0	0	0	1,8	0	0,666
		Não	100	100	100	98,2	100	
<i>Apresentação preferida</i>		Sem preferência	41,4	37,0	38,1	59,6	44,4	0,064
		Pão embalado	27,6	28,3	9,5	14,0	22,2	
		Pão não embalado	31,0	34,8	52,4	26,3	33,3	
<i>Importância: Preço</i>		Nada/pouco importante	27,6	23,9	21,4	19,3	22,2	0,362
		Indiferente	13,8	23,9	33,3	19,3	5,6	
		Importante/ muito importante	58,6	52,2	45,2	61,4	72,2	
<i>Importância: Frescura</i>		Nada/pouco importante	0	2,2	0	3,5	5,6	0,698
		Indiferente	6,9	4,3	2,4	7,0	11,1	
		Importante/ muito importante	93,1	93,5	97,6	89,5	83,3	
<i>Importância: Crosta</i>		Nada/pouco importante	10,3	8,7	2,4	12,3	5,6	0,330
		Indiferente	13,8	15,2	7,1	22,8	16,7	

	Importante/ importante	75,9	76,1	90,5	64,9	77,8	
<i>Importância: Cheiro</i>	Nada/pouco importante	0	0	0	5,3	5,6	0,371
	Indiferente	17,2	6,5	9,5	10,5	11,1	
	Importante/ importante	82,8	93,5	90,5	84,2	83,3	
<i>Importância: Maciez</i>	Nada/pouco importante	6,9	10,9	11,9	8,8	11,1	0,932
	Indiferente	10,3	10,9	11,9	8,8	0,0	
	Importante/ importante	82,8	78,3	76,2	82,5	88,9	
<i>Importância: Duração</i>	Nada/pouco importante	20,7	13,0	11,9	24,6	27,8	0,562
	Indiferente	31,0	26,1	21,4	28,1	22,2	
	Importante/ importante	48,3	60,9	66,7	47,4	50,0	
<i>Importância: Que seja pequeno</i>	Nada/pouco importante	37,9	32,6	26,2	36,8	33,3	0,292
	Indiferente	37,9	52,2	45,2	52,6	61,1	
	Importante/ importante	24,1	15,2	28,6	10,5	5,6	
<i>Importância: Que seja grande</i>	Nada/pouco importante	48,3	45,7	31,0	36,8	16,7	0,387
	Indiferente	37,9	37,0	45,2	47,4	66,7	
	Importante/ importante	13,8	17,4	23,8	15,8	16,7	
<i>Importância: Que seja fatiado</i>	Nada/pouco importante	51,7	58,7	50,0	49,1	33,3	0,324
	Indiferente	34,5	23,9	33,3	43,9	55,6	
	Importante/ importante	13,8	17,4	16,7	7,0	11,1	
<i>Importância: Pouco sal</i>	Nada/pouco importante	27,6	19,6	16,7	26,3	11,1	0,653
	Indiferente	24,1	26,1	28,6	35,1	38,9	
	Importante/ importante	48,3	54,3	54,8	38,6	50,0	
<i>Importância: Tostado</i>	Nada/pouco importante	34,5	39,1	31,0	36,8	27,8	0,353
	Indiferente	20,7	32,6	19,0	31,6	16,7	
	Importante/ importante	44,8	28,3	50,0	31,6	55,5	
<i>Importância: Que seja branco</i>	Nada/pouco importante	51,7	30,4	42,9	38,6	33,3	0,739
	Indiferente	27,6	34,8	31,0	38,6	38,9	
	Importante/ importante	20,7	34,8	26,2	22,8	27,8	
<i>Importância: Húmido</i>	Nada/pouco importante	48,3	43,5	38,1	28,1	22,2	0,326
	Indiferente	27,6	34,8	42,9	42,1	61,1	

	Importante/ importante	muito	24,1	21,7	19,0	29,8	16,7	
<i>Importância: Miolo</i>	Nada/pouco importante		17,2	26,1	23,8	28,1	38,9	0,352
	Indiferente		37,9	37,0	50,0	28,1	22,2	
	Importante/ importante	muito	44,8	37,0	26,2	43,9	38,9	
<i>Importância: Côdea</i>	Nada/pouco importante		34,5	32,6	16,7	49,1	44,4	0,003*
	Indiferente		55,2	28,3	52,4	36,8	38,9	
	Importante/ importante	muito	10,3	39,1	31,0	14,0	16,7	
<i>Importância: Cereais integrais</i>	Nada/pouco importante		24,1	32,6	26,2	26,3	27,8	0,417
	Indiferente		13,8	28,3	38,1	29,8	38,9	
	Importante/ importante	muito	62,1	39,1	35,7	43,9	33,3	
<i>Importância no local: Proximidade de casa</i>	Nada/pouco importante		3,4	6,5	7,1	12,3	33,3	0,040*
	Indiferente		13,8	10,9	7,1	3,5	5,6	
	Importante/ importante	muito	82,8	82,6	85,7	84,2	61,1	
<i>Importância no local: Proximidade do trabalho</i>	Nada/pouco importante		20,7	21,7	21,4	17,5	38,9	0,523
	Indiferente		34,5	30,4	19,0	35,1	22,2	
	Importante/ importante	muito	44,8	47,8	59,5	47,4	38,9	
<i>Importância no local: Limpeza</i>	Nada/pouco importante		0,0	0,0	2,4	3,5	11,1	0,381
	Indiferente		3,4	2,2	2,4	5,3	5,6	
	Importante/ importante	muito	96,6	97,8	95,2	91,2	83,3	
<i>Importância no local: Simpatia no atendimento</i>	Nada/pouco importante		3,4	2,2	2,4	5,3	5,6	0,262
	Indiferente		27,6	23,9	7,1	14,0	5,6	
	Importante/ importante	muito	69,0	73,9	90,5	80,7	88,9	
<i>Importância no local: Qualidade dos produtos</i>	Nada/pouco importante		0	2,2	0	3,5	5,6	0,369
	Indiferente		0	2,2	0	0	5,6	
	Importante/ importante	muito	100	95,7	100	96,5	88,9	
<i>Importância no local: Variedade dos produtos</i>	Nada/pouco importante		3,4	2,2	0	5,3	11,1	0,398
	Indiferente		6,9	17,4	11,9	19,3	11,1	
	Importante/ importante	muito	89,7	80,4	88,1	75,4	77,8	
<i>Importância no local: Rapidez</i>	Nada/pouco importante		0	6,5	2,4	5,3	5,6	0,095
	Indiferente		34,5	15,2	14,3	7,0	11,1	

	Importante/ muito importante	65,5	78,3	83,3	87,7	83,3	
<i>Importância no local: Que tenha pão quente</i>	Nada/pouco importante	10,3	17,4	2,4	15,8	5,6	0,120
	Indiferente	24,1	43,5	33,3	26,3	27,8	
	Importante/ muito importante	65,5	39,1	64,3	57,9	66,7	
<i>Importância no local: Instalações higiênicas</i>	Nada/pouco importante	0	6,5	0	5,3	11,1	0,378
	Indiferente	6,9	15,2	16,7	14,0	5,6	
	Importante/ muito importante	93,1	78,3	83,3	80,7	83,3	
<i>Importância no local: Preço acessível</i>	Nada/pouco importante	13,8	8,7	2,4	10,5	11,1	0,714
	Indiferente	17,2	23,9	26,2	17,5	11,1	
	Importante/ muito importante	69,0	67,4	71,4	71,9	77,8	
<i>Regularidade de compra: Pão de Argozelo</i>	Nunca/raramente	75,9	76,1	61,9	70,2	61,1	0,731
	Às vezes	17,2	10,9	23,8	21,1	27,8	
	Muitas vezes/ todos os dias	6,9	13,0	14,3	8,8	11,1	
<i>Regularidade de compra: Pão de Castanha</i>	Nunca/raramente	89,7	93,5	92,9	94,7	94,4	0,328
	Às vezes	10,3	6,5	2,4	5,3	5,6	
	Muitas vezes/ todos os dias	0	0	4,8	0	0	
<i>Regularidade de compra: Pão de França</i>	Nunca/raramente	75,9	89,1	73,8	77,2	55,6	0,035*
	Às vezes	17,2	10,9	9,5	17,5	33,3	
	Muitas vezes/ todos os dias	6,9	0,0	16,7	5,3	11,1	
<i>Regularidade de compra: Pão de Gimonde</i>	Nunca/raramente	65,5	71,7	64,3	73,7	72,2	0,969
	Às vezes	27,6	19,6	23,8	19,3	16,7	
	Muitas vezes/ todos os dias	6,9	8,7	11,9	7,0	11,1	
<i>Regularidade de compra: Pão de Izeda</i>	Nunca/raramente	89,7	91,3	85,7	94,7	94,4	0,597
	Às vezes	10,3	8,7	14,3	5,3	5,6	
	Muitas vezes/ todos os dias	--	--	--	--	--	
<i>Regularidade de compra: Pão de Nogueira</i>	Nunca/raramente	72,4	60,9	47,6	63,2	77,8	0,142
	Às vezes	17,2	15,2	31,0	24,6	22,2	
	Muitas vezes/ todos os dias	10,3	23,9	21,4	12,3	0	
<i>Regularidade de compra: Pão Transmontano</i>	Nunca/raramente	86,2	82,6	71,4	73,7	77,8	0,300
	Às vezes	10,3	13,0	11,9	21,1	11,1	
	Muitas vezes/ todos os dias	3,4	4,3	16,7	5,3	11,1	
<i>Regularidade de compra: Pão de Rebordainhos</i>	Nunca/raramente	79,3	69,6	61,9	70,2	77,8	0,797
	Às vezes	10,3	13,0	23,8	14,0	11,1	
	Muitas vezes/ todos os dias	10,3	17,4	14,3	15,8	11,1	

<i>Regularidade de compra:</i>	Nunca/raramente	86,2	84,8	83,3	84,2	88,9	0,805
	Às vezes	13,8	15,2	11,9	14	11,1	
<i>Pão de Samil</i>	Muitas vezes/ todos os dias	0	0	4,8	1,8	0	

*Existem diferenças nas proporções tendo em conta a dimensão do agregado familiar

Tal como mostra a tabela 18, identificaram-se diferenças nas proporções tendo em conta o número de pessoas que fazem parte do agregado familiar. São as pessoas que vivem sozinhas e as que fazem parte de agregados de maior dimensão (> 4 pessoas) que consomem mais o pão industrial ($p\text{-value}=0,037$), mais fazem compras mais frequentemente ($p\text{-value}=0,046$)

Verificou-se também, que os agregados com 2 a 3 indivíduos consideram a cêdea ($p\text{-value}=0,003$) uma característica importante do pão. Por outro lado, as pessoas que moram sozinhas preocupam-se em comprar o pão num local próximo da sua residência ($p\text{-value}=0,004$). Em relação aos pães regionais, notou-se que o pão de França é mais consumido em agregados com 3 ou mais de 4 indivíduos ($p\text{-value}=0,035$).

Tabela 19 - Comparação dos hábitos de compra de pão por agregados com menores (n= 192)

Variável	Grupos	Frequências (%)		p-value
		Sim	Não	
<i>Pão comprado Frequentemente</i>	Industrial	19,6	41,8	0,022*
	Regional	58,7	44,5	
	Caseiro	21,7	13,7	
<i>Frequência de Compra</i>	<1x/mês	0	4,8	0,137
	1x/mês	4,3	2,1	
	2 a 3 x/mês	8,7	17,1	
	1x/semana	21,7	30,8	
	2 a 3x/semana	39,1	26,7	
	Todos os dias	26,1	18,5	
<i>Local de compra: Pastelaria</i>	Sim	26,1	7,5	0,001*
	Não	73,9	92,5	
<i>Local de compra: Produção própria</i>	Sim	8,7	6,2	0,551
	Não	91,3	93,8	
<i>Local de compra: Padaria</i>	Sim	34,8	32,9	0,811
	Não	65,2	67,1	
<i>Local de compra: Eventos e feiras</i>	Sim	6,5	3,4	0,359
	Não	93,5	96,6	
<i>Local de compra: Mercearia</i>	Sim	34,8	19,2	0,028*
	Não	65,2	80,8	
<i>Local de compra: Supermercado</i>	Sim	32,6	62,3	0,000*
	Não	67,4	37,7	
<i>Local de compra:</i>	Sim	47,8	32,2	0,054

<i>Hipermercado</i>	Não	52,2	67,8	
<i>Local de compra:</i>	Sim	2,2	0,7	0,386
<i>Cafés</i>	Não	97,8	99,3	
<i>Local de compra:</i>	Sim	28,3	24,7	0,625
<i>Minimercado</i>	Não	71,7	75,3	
<i>Local de compra:</i>	Sim	8,7	9,6	0,856
<i>Padaria a porta de casa</i>	Não	91,3	90,4	
<i>Local de compra:</i>	Sim	0	0,7	0,574
<i>Outro</i>	Não	100	99,3	
<i>Apresentação preferida</i>	Sem preferência	41,3	46,6	0,006*
	Pão embalado	6,5	23,3	
	Pão não embalado	52,2	30,1	
<i>Importância:</i>	Nada/pouco importante	23,9	21,9	0,023*
<i>Preço</i>	Indiferente	34,8	17,1	
	Importante/ muito importante	41,3	61,0	
<i>Importância:</i>	Nada/pouco importante	2,2	2,1	0,159
<i>Frescura</i>	Indiferente	0	7,5	
	Importante/ muito importante	97,8	90,4	
<i>Importância:</i>	Nada/pouco importante	6,5	8,9	0,259
<i>Crosta</i>	Indiferente	8,7	17,8	
	Importante/ muito importante	84,8	73,3	
<i>Importância:</i>	Nada/pouco importante	2,2	2,1	0,110
<i>Cheiro</i>	Indiferente	2,2	13,0	
	Importante/ muito importante	95,7	84,9	
<i>Importância:</i>	Nada/pouco importante	13	8,9	0,711
<i>Maciez</i>	Indiferente	8,7	9,6	
	Importante/ muito importante	78,3	81,5	
<i>Importância:</i>	Nada/pouco importante	21,7	17,8	0,692
<i>Duração</i>	Indiferente	21,7	27,4	
	Importante/ muito importante	56,5	54,8	
<i>Importância:</i>	Nada/pouco importante	26,1	35,6	0,413
<i>Que seja pequeno</i>	Indiferente	52,2	48,6	
	Importante/ muito importante	21,7	15,8	
<i>Importância:</i>	Nada/pouco importante	30,4	39,7	0,476
<i>Que seja grande</i>	Indiferente	47,8	43,8	
	Importante/ muito importante	21,7	16,4	
<i>Importância:</i>	Nada/pouco importante	52,2	50,0	0,778
<i>Que seja fatia</i>	Indiferente	32,6	37,7	
	Importante/ muito importante	15,2	12,3	
<i>Importância:</i>	Nada/pouco importante	13	24	0,121
<i>Pouco sal</i>	Indiferente	26,1	31,5	
	Importante/ muito importante	60,9	44,5	
<i>Importância:</i>	Nada/pouco importante	28,3	37	0,218
<i>Tostado</i>	Indiferente	21,7	27,4	
	Importante/ muito importante	50	35,6	

<i>Importância: Que seja branco</i>	Nada/pouco importante	23,9	43,8	0,020*
	Indiferente	50,0	29,5	
	Importante/ muito importante	26,1	26,7	
<i>Importância: Húmido</i>	Nada/pouco importante	32,6	37,7	0,809
	Indiferente	43,5	39,0	
	Importante/ muito importante	23,9	23,3	
<i>Importância: Miolo</i>	Nada/pouco importante	19,6	28,1	0,148
	Indiferente	47,8	32,2	
	Importante/ muito importante	32,6	39,7	
<i>Importância: Côdea</i>	Nada/pouco importante	30,4	37,0	0,695
	Indiferente	45,7	39,7	
	Importante/ muito importante	23,9	23,3	
<i>Importância: Cereais integrais</i>	Nada/pouco importante	26,1	28,1	0,898
	Indiferente	28,3	30,1	
	Importante/ muito importante	45,7	41,8	
<i>Importância no local: Proximidade de casa</i>	Nada/pouco importante	10,9	10,3	0,958
	Indiferente	8,7	7,5	
	Importante/ muito importante	80,4	82,2	
<i>Importância no local: Proximidade do trabalho</i>	Nada/pouco importante	23,9	21,2	0,694
	Indiferente	32,6	28,1	
	Importante/ muito importante	43,5	50,7	
<i>Importância no local: Limpeza</i>	Nada/pouco importante	2,2	2,7	0,939
	Indiferente	4,3	3,4	
	Importante/ muito importante	93,5	93,8	
<i>Importância no local: Simpatia no atendimento</i>	Nada/pouco importante	0	4,8	0,302
	Indiferente	15,2	16,4	
	Importante/ muito importante	84,8	78,8	
<i>Importância no local: Qualidade dos produtos</i>	Nada/pouco importante	0	2,7	0,366
	Indiferente	2,2	0,7	
	Importante/ muito importante	97,8	96,6	
<i>Importância no local: Variedade dos produtos</i>	Nada/pouco importante	2,2	4,1	0,769
	Indiferente	13,0	15,1	
	Importante/ muito importante	84,8	80,8	
<i>Importância no local: Rapidez</i>	Nada/pouco importante	2,2	4,8	0,453
	Indiferente	10,9	16,4	
	Importante/ muito importante	87,0	78,8	
<i>Importância no local: Que tenha pão quente</i>	Nada/pouco importante	10,9	11,6	0,685
	Indiferente	37,0	30,1	
	Importante/ muito importante	52,2	58,2	
<i>Importância no local: Instalações higiênicas</i>	Nada/pouco importante	2,2	4,8	0,739
	Indiferente	13,0	13,0	
	Importante/ muito importante	84,8	82,2	
<i>Importância no local: Preço acessível</i>	Nada/pouco importante	6,5	9,6	0,283
	Indiferente	28,3	17,8	
	Importante/ muito importante	65,2	72,6	

<i>Regularidade compra:</i>	<i>de</i>	Nunca/raramente	43,5	78,1	0,000*
		Às vezes	43,5	11,6	
<i>Pão de Argozelo</i>		Muitas vezes/ todos os dias	13,0	10,3	
<i>Regularidade compra:</i>	<i>de</i>	Nunca/raramente	95,7	92,5	0,347
		Às vezes	2,2	6,8	
<i>Pão de Castanha</i>		Muitas vezes/ todos os dias	2,2	0,7	
<i>Regularidade compra:</i>	<i>de</i>	Nunca/raramente	69,6	79,5	0,359
		Às vezes	19,6	14,4	
<i>Pão de França</i>		Muitas vezes/ todos os dias	10,9	6,2	
<i>Regularidade compra:</i>	<i>de</i>	Nunca/raramente	43,5	78,1	0,000*
		Às vezes	41,3	15,1	
<i>Pão de Gimonde</i>		Muitas vezes/ todos os dias	15,2	6,8	
<i>Regularidade compra:</i>	<i>de</i>	Nunca/raramente	82,6	93,8	0,019*
		Às vezes	17,4	6,2	
<i>Pão de Izeda</i>		Muitas vezes/ todos os dias	--	--	
<i>Regularidade compra:</i>	<i>de</i>	Nunca/raramente	34,8	70,5	0,000*
		Às vezes	39,1	17,1	
<i>Pão de Nogueira</i>		Muitas vezes/ todos os dias	26,1	12,3	
<i>Regularidade compra:</i>	<i>de</i>	Nunca/raramente	71,7	79,5	0,507
		Às vezes	19,6	13	
<i>Pão Transmontano</i>		Muitas vezes/ todos os dias	8,7	7,5	
<i>Regularidade compra:</i>	<i>de</i>	Nunca/raramente	52,2	76,0	0,003*
		Às vezes	19,6	13,7	
<i>Pão de Rebordainhos</i>		Muitas vezes/ todos os dias	28,3	10,3	
<i>Regularidade compra:</i>	<i>de</i>	Nunca/raramente	78,3	87,0	0,119
		Às vezes	21,7	11,0	
<i>Pão de Samil</i>		Muitas vezes/ todos os dias	0	2,1	

*Existem diferenças nas proporções tendo em conta a presença de menores no agregado

Ademais, e tal como mostra a tabela 19, os agregado constituídos por elementos menores de idade consomem em maior proporção pão regional ($p\text{-value}=0,022$), comprando mais em pastelarias ($p\text{-value}=0,001$) e mercearias ($p\text{-value}=0,028$), preferindo o pão não embalado ($p\text{-value}=0,006$) e consumindo com maior frequência os pães regionais de Argozelo ($p\text{-value}=0,000$), Gimonde ($p\text{-value}=0,000$), Izeda ($p\text{-value}=0,019$), Nogueira ($p\text{-value}=0,000$) e Rebordainhos ($p\text{-value}=0,003$).

Já os agregados sem menores de idade, consomem praticamente, na mesma proporção, o pão industrial e regional ($p\text{-value}=0,000$), compram mais vezes em supermercados ($p\text{-value}=0,000$) e consideram o preço um atributo importante na sua decisão de compra ($p\text{-value}=0,023$).

Capítulo 5 - Discussão

5. DISCUSSÃO

É conhecida a necessidade de se desenvolverem estudos sobre os hábitos alimentares de uma determinada região, seja para descrever o perfil de compras em um período, ou para auxiliar nas tomadas de decisões em segmentos de comércio e de saúde. Um dos objetivos deste trabalho de investigação foi traçar o perfil sociodemográfico do inquirido, já que esses parâmetros são apontados como diretamente associados a comportamentos de compra (Ribeiro *et al.*, 2009; Sandvik *et al.*, 2014).

A maioria dos inquiridos possui nacionalidade portuguesa (67%), com idade compreendida entre os 18 e 35 anos (58,6%), mulher (61,9%), com formação superior (85,6%), não ativa (51,2%), que vive em meio urbano (85,6%), que faz parte de um agregado familiar de pequena dimensão (60%), sendo até 3 elementos e sem menores de idade (75,3%). O perfil sociodemográfico predominante neste estudo, remete a um inquirido que descreve um estudante universitário nesta região.

Dentre os inqueridos, houve uma parcela representativa de estrangeiros (33%), em sua maioria brasileiros (87,1%) e cabo-verdianos (4,2%), que estão a estudar na região por acordos firmados entre o IPB e as instituições de ensino dos respetivos países (Costa, 2017; Silva & Miranda, 2017).

Os inquiridos foram questionados a respeito de suas restrições alimentares, partindo do pressuposto de que isto reflete em alguns comportamentos de compra. Para além disso, conhecendo as restrições de maior incidência no consumidor, pode-se fomentar a criação de estratégias de desenvolvimento de produtos, comércio e saúde de uma região específica.

Quase metade dos inquiridos apresentam restrições alimentares (40%), sejam motivadas por doenças ou intolerâncias. Dentre os indivíduos que afirmaram seguir restrições, podendo o mesmo indivíduo seguir mais de uma, chamou a atenção a redução de sal (60,5%) e gordura (53,5%). Outras restrições como hidratos de carbono (17,4%) e glúten (5,8%) também possuem uma parcela representativa, e por serem nutrientes presentes no pão são fatores importantes a se destacar neste estudo.

As duas principais restrições apresentadas remetem à principal causa de morte em Portugal, as doenças cardiovasculares, sendo que dietas ricas em sal e gorduras podem aumentar hipertensão arterial e diabetes, dois fatores que podem intensificar o risco cardiovascular. Os hábitos alimentares inadequados estão relacionados ao risco de

doenças crônicas não transmissíveis de modo geral, e são responsáveis por 77% da carga de doenças da Europa (Pasa *et al.*, 2016; Bourbon, 2016; Pimentel *et al.*, 2018).

Em contraposição à elevada percentagem de inquiridos com restrições alimentares obtida neste trabalho, no estudo realizado por Almeida (2020) que inclui 759 estudantes da Universidade de Porto, apenas 3,3% dos inquiridos registraram restrições alimentares por doença ou intolerância. Levando a supor que o presente estudo tenha respostas de indivíduos que seguem restrições também por escolha própria, sem necessariamente seguir uma prescrição médica.

Nota-se em diversos estudos que os atributos relacionados à saúde são cada vez mais importantes na escolha alimentar, uma vez que as pessoas estão adotando hábitos alimentares mais conscientes, saudáveis e preventivos. Mesmo assim, considera-se necessária a criação de estratégias públicas, como projetos de redução de sal em alimentos e promoção de informação ao consumidor, visto que mudanças na alimentação ajudam na prevenção de doenças crônicas não transmissíveis (Bourbon, 2016; Pimentel *et al.*, 2018; Sajdakowska *et al.*, 2019; Júnior, Dias & Simas, 2020; Pereira *et al.*, 2020).

Citadas como outras restrições, apareceram neste trabalho as dietas vegans e vegetarianas, apontando o crescimento percentual de consumidores que têm adotado dietas com sustentabilidade ambiental e social (De Boni *et al.*, 2019).

Uma parte significativa dos inquiridos afirmou conhecer a composição do pão (80%) e atribuiu-lhe alguma importância nutricional, ao ponto de incluir este alimento na sua dieta alimentar (58,1%). Contudo, observou-se uma carência de informações/conhecimento efetiva quanto à sua constituição, visto que a única componente, maioritariamente, conhecida foi o amido (87,8%).

Essa falta de conhecimento leva grande parte dos consumidores a perceber o pão como sendo um alimento que contribui para o sobrepeso e, desta forma, evitam o seu consumo. Consumidores melhor informados podem optar por pães mais saudáveis e altamente nutritivos como os orgânicos, à base de massa azeda, sem gordura, baixo teor de sal, alto teor em fibras, grãos integrais e pão de fabrico local. Ou seja, informações sobre os benefícios do pão para a saúde têm um efeito inegável na percepção do consumidor com impacto na decisão de compra/consumo (De Boni *et al.*, 2019). A rotulagem pode ser usada como uma intervenção económica para melhorar a conscientização e a aceitação de produtos modificados de maior valor nutricional. Complementando as informações convencionais com possíveis benefícios da nova composição do produto, visto que a aceitação pelos consumidores depende da sua

familiaridade com os ingredientes ajustados, além das características sensoriais apresentadas (Gebski *et al.*, 2019).

O inquirido foi questionado a respeito dos gostos e preferências em relação aos pães, assim como o conhecimento de seus nutrientes. Quase a totalidade dos inquiridos incluem o pão na dieta alimentar (99,1%), sendo que mais da metade consome pelo menos uma vez por dia (62,3%), ademais 76,7% consomem entre 1 a 2 fatias/pães (76,7%), geralmente, durante o pequeno almoço (67,9%) e o lanche (54%).

Observou-se um grande consumo de pão de trigo (72,5%) e pão integral (64,7%). Como acompanhamento, foi preferido as gorduras vegetais (66,5%) e os lácteos (65,6%). Esses resultados mostram que os hábitos apresentados evidenciam características de uma dieta alimentar mediterrânea, tendo o pão como um alimento básico e imprescindível, além de rica em produtos de origem vegetal e lácteos (Santos, 2003; Cipriano, 2009; de Lorgeril, 2013; Trichopoulou *et al.*, 2014).

No estudo desenvolvido por Cipriano (2009), que envolveu jovens portugueses dos 2º e 3º ciclos, se observou um consumo de 2 pães por dia (44,7%), especialmente, ao jantar (33%) e ao almoço (32%). Justificado pelo fato de muitas refeições completas serem feitas em cantinas, que incluem sopa e pão. Já no estudo de Santos (2003), também realizado com jovens portugueses de ciclos escolares, o pão era consumido, sobretudo, ao pequeno almoço (80,2%) por grande parte dos inquiridos.

Tendo em conta o tipo de pão, os resultados registrados neste estudo são semelhantes aos obtidos por Cipriano (2009) no que diz respeito ao pão branco (67,8%). Porém, o autor relatou um consumo elevado de pão de forma (37,2%) e um menor consumo de pão integral (20%) quando comparado à este trabalho. Como acompanhamento, os inquiridos de Cipriano (2009) utilizavam em maior número, o fiambre (77,5%), a manteiga (69%) e o queijo (58,5%), enquanto que no presente estudo, o acompanhamento de preferência foram as gorduras vegetais (66,5%).

Estudos desenvolvidos em outros países europeus apresentaram alguns resultados semelhantes. De Boni *et al.* (2019) apontaram que na Itália a média de consumo diária era de dois pães/fatias, bem como Sajdakowska *et al* (2019) mostraram que na população polonesa mais da metade dos entrevistados consumia pão pelo menos uma vez por dia, porém, apenas um quinto consumia pão integral diariamente. Valores mais elevados foram encontrados no Reino Unido, segundo O'connor (2012) os inquiridos afirmaram consumir mais de duas fatias por dia.

Em relação aos hábitos de compra, nesta investigação foi observado que uma parte significativa dos inquiridos é responsável pela compra de pão (89,3%), comprando especialmente o pão regional (47,9%) e pão industrial (36,5%), sendo baixo o número de pessoas que compram o pão caseiro (15,6%).

Em relação à forma de embalagem a maior parte dos inquiridos não tem preferência (45,3%), contudo, o pão fresco não embalado é preferido por mais de 35% dos inquiridos enquanto apenas 19,3% afirmaram preferir pão já embalado.

A compra deste alimento foi considerada frequente. Uma boa parte dos inquiridos, compra pão 2 a 3 vezes por semana (29,7%) ou todos os dias (20,3%). O local preferido para a compra desse produto foi o supermercado (55,2%), seguido de hipermercados (35,9%) e padarias (33,3%). A escolha do local deve-se a fatores tais como, a qualidade dos produtos (96,6%), às condições de higiene e limpeza (93,7%), as instalações agradáveis (82,8%) e a variedade de pães (81,8%), demonstrando uma preocupação com o ambiente e com a forma de apresentação dos vários tipos de pão disponíveis para venda.

Na escolha do tipo de pão, as características mais importantes para o consumidor foram as sensoriais, como a frescura (92,2%), o cheiro (87,6%), a maciez (80,8%), a crocância (76,1%), seguido de outros fatores como o preço (56,2%) e a duração (55,2%). Em menor percentagem, porém, relevante, foram considerados importantes os atributos associados à saúde, tais como, o baixo teor de sal (48,4%) e a inclusão de cereais integrais (42,7%).

De uma forma geral, o inquirido mostrou-se hedónico em relação à compra de pão, valorizando mais aspetos de sabor e prazer associados ao seu consumo, porém, admite-se que não foram incluídas neste estudo questões suficientes relacionadas com a saúde, ambiente e sociedade. No estudo de Sajdakowska *et al.* (2019) os inquiridos consideraram como características importantes associadas ao pão a naturalidade, os benefícios para saúde e a familiaridade com o produto, mas prevaleceram como mais importantes características como o sabor e a frescura.

Marty *et al.* (2020) observaram que durante o bloqueio nacional causado pela COVID-19, houveram mudanças de hábitos alimentares associados à interrupção da rotina dos indivíduos. Ocorreu neste período uma diminuição na qualidade nutricional da dieta em média, e as motivações de escolha aumentaram no que se diz respeito ao humor (48%), saúde (26%), preocupação ética (21%) e conteúdo natural (19%). Identificando que o período motivou um aumento na consciência da importância dos fatores sustentáveis, além ter provocado alterações emocionais.

Os resultados deste estudo mostraram que, de facto, alguns hábitos de compra e consumo estão associados a características sociodemográficas do inquirido.

Diferenças na quantidade de pão consumido se deram considerando o sexo e a dimensão do agregado familiar, sendo que os homens e as pessoas que moram sozinhas são os que consomem uma maior quantidade. Relativo à frequência de consumo, são os indivíduos com idades superiores a 35 anos e os ativos que mais frequentemente incluem o pão na dieta. Rangan (2006) mostrou a mesma correlação entre pessoas com mais idade mais avançada e uma maior frequência de consumo, não necessariamente maiores quantidades.

Quanto ao momento de consumo, registou-se diferenças de acordo com diversos fatores sociodemográficos. Os estrangeiros afirmaram consumir pão a qualquer momento do dia, durante o almoço e o jantar apresentou maior consumo por homens, mostrou-se que no pequeno almoço é consumido principalmente por pessoas com ocupação profissional e com menores de idade no agregado familiar, e durante o lanche por indivíduos com formação superior.

Em relação ao acompanhamento, os estrangeiros e os indivíduos sem ocupação profissional preferem os lácteos, enquanto que os doces são preferidos pelos portugueses. Ademais, os produtos cárneos são consumidos com maior frequência por homens, pessoas com idades até a 35 anos e sem ensino superior.

O consumo de pão branco neste estudo teve destaque para indivíduos com idade superior a 35 anos e por pessoas que vivem em meio urbano. Enquanto que o pão integral, foi consumido em maior proporção por estrangeiros e pessoas com idade inferior a 35 anos.

Resultados diferentes foram encontrados na população sueca num estudo desenvolvido por Sandvik *et al.* (2014). De acordo com os autores, são os mais jovens, com filhos e com menor nível educacional, os que mais optam pelo consumo de pão branco. Enquanto que os indivíduos com idade mais avançada, optam pelo pão seco, pão integral e pão de centeio integral. Os mesmos resultados foram registados por O'connor (2012) na população do Reino Unido. Neste contexto, aos jovens e às crianças é muitas vezes associado o consumo de pão branco e, aos indivíduos de idade mais avançada é associado o consumo de pão integral.

Em relação ao consumo de pães substitutos do trigo, o pão de mistura é consumido em maior número por mulheres, portugueses e por indivíduos que residem em meio rural; o pão especial é consumido em maior proporção por jovens, estrangeiros e não ativos; o

pão de centeio é consumido em maior proporção por portugueses e em agregados familiares de menor dimensão e, por fim, o pão biológico é consumido em maior proporção por indivíduos com menores de idade no agregado.

Pôde verificar-se, nesta investigação, que o pão regional é adquirido, em maior proporção por indivíduos com idade superior a 35 anos, ativos e que fazem parte de agregados familiares que incluem menores de idade. É mais frequentemente adquirido em pequenos supermercados sendo que os atributos mais valorizados foram os sensoriais, nomeadamente, frescura, cheiro, crosta e tamanho. Há também quem prefira este tipo de pão por considerar que inclui menor quantidade de sal na sua composição.

O pão industrial, por sua vez, era mais consumido por estrangeiros, homens, pessoas que moram sozinhas e por agregados familiares de maior dimensão. Acredita-se que pela duração e quantidade. O atributo preço foi considerado relevante, entre os inquiridos de outra nacionalidade, que não a portuguesa, maiores de 35 anos, não ativos e sem menores de idade no agregado familiar, sendo que foram estes que, também, relataram maior frequência de compra em supermercados.

Segundo Machado *et al.* (2017) o preço é considerado um fator primário que, pode eventualmente, levar os consumidores a substituir as lojas tradicionais por supermercados. As mudanças na forma de abastecimento levam ao aumento do número supermercados, com produtos geralmente ligados a uma propaganda agressiva, em termos de políticas de preço, introdução constante de novos produtos, promoções e estratégia de marketing.

No estudo desenvolvido por Cipriano (2009), por se tratar um inquirido infantil muitos compravam o pão em cafés (34,9%) e padarias (32,2%), em razão de serem lugares de conveniência, já que, para estes o supermercado seria um local de difícil acesso sozinhos.

O pão é feito em casa por uma pequena parcela dos inquiridos, representada por mulheres, maiores de 35 anos e com menores no agregado familiar. O estudo de Almeida (2020), realizado com estudantes universitários do Porto, mostra que o pão apresentou os piores resultados a respeito das habilidades culinárias dos jovens, sendo que poucos afirmam ser capazes de fazer pão, tendo mais conhecimento e prática na elaboração de bolos e caldos/sopas.

Em relação a importância atribuída a cereais integrais na composição do pão foram observadas diferenças apenas quanto ao sexo do inquirido, sendo um atributo

considerado importante mais por mulheres do que por homens, visto que, também, são as mulheres as que mais se preocupam com o teor de sal no pão.

O estudo de Almeida (2020) aponta as mulheres como tendencialmente apresentando melhores conhecimentos de nutrição e alimentação, mais motivadas a adotar um estilo de vida saudável. O que ocorre muitas vezes devido a pressões culturais e sociais que as obriga a manter um padrão corporal esguio (Bernardi, Cichelero & Vitolo, 2005). Sajdakowska *et al.* (2019) defendem que homens são menos orientados em questões de saúde comparativamente às mulheres, sendo estas mais conscientes dos benefícios dos produtos a base de cereais, como o pão.

O desconhecimento, da maioria dos consumidores, sobre as recomendações de ingestão de sal e a disponibilidade dos produtos com baixo teor de sal são as principais barreiras à melhoria dos hábitos alimentares. Antunez *et al.* (2020) mostra que advertências nutricionais, como rotulagens informativas e de fácil compreensão, não só orientam melhor o consumidor, mas também estimulam a indústria de alimentos a reformular produtos com perfis mais saudáveis, dessa forma, aumentando a disponibilidade e variedade no mercado.

Partindo da importância atribuída a comercialização de produtos regionais agrícolas, este estudo analisou o conhecimento do inquirido a respeito de alguns pães da região de Bragança, além de seu consumo e hábito de compra. Como citado por Cabo *et al.* (2019) e Fernandes *et al.* (2017), os alimentos regionais possuem relevância na manutenção dos hábitos tradicionais e no desenvolvimento de regiões rurais mais frágeis.

Apesar de muitos dos inquiridos conhecerem os vários tipos de pão regional, uma vez que 69,3% dos inquiridos afirmam conhecer pelo menos um dos pães da região, com maior destaque para o pão de Argozelo (77,2%), de Nogueira (67,8%) e de França (50,3%), no entanto, as percentagens de compra e ou consumo se mostraram reduzidas. Apenas 15,6% dos inquiridos afirmaram consumir frequentemente o pão de Nogueira, seguido dos pães de Rebordainhos e Argozelo, com 14,6% e 11,0%, respetivamente.

Um dos fatores que pode ter ocasionado o baixo consumo neste estudo é o perfil do inquirido. Os inquiridos com diferenças nos hábitos de compra do pão regional, são em maior proporção, portugueses, maiores de 35 anos de idade, ativos e com menores no agregado familiar. São também estes consumidores os que apresentam diferenças em relação ao local de compra, frequentando mais os locais alternativos ao supermercado, como padarias e mercearias.

Cabo *et al.* (2019) e Fernandes *et al.* (2017) afirmam que a comercialização de produtos regionais dispõe de um grande potencial a ser aproveitado, uma vez que esses possuem um sabor, aroma e textura singular, além de valorizar a natureza dos ingredientes e o modo de produção; possuindo um processo de fabricação evolutivo, que conta com práticas aperfeiçoadas de gerações e um bom nível de segurança alimentar. Com essa evidência, De Boni *et al.* (2019) sugerem que para melhorar o consumo de pães artesanais típicos, se deve optar por produtos de elevada qualidade, mais sustentáveis, orgânicos ou étnicos. Por outro lado, comunicar/informar melhor aos consumidores sobre os benefícios do pão para a saúde, sustentabilidade social e desenvolvimento local, tem efeitos positivos na percepção do consumidor e, conseqüentemente, no desenvolvimento do comércio local e áreas rurais específicas.

Capítulo 6 - Conclusões, limitações e
investigações futuras

6. CONCLUSÕES, LIMITAÇÕES E INVESTIGAÇÕES FUTURAS

Apesar de tendencialmente os hábitos alimentares serem mais saudáveis e conscientes com o passar do tempo, verifica-se que, em relação, ao pão ainda permanece a existência de uma cultura hedônica, onde o sabor e a frescura são fatores decisivos na compra do produto. Os resultados deste estudo mostraram que há um aumento do consumo de pão integral e outros pães mais saudáveis, demonstrando que o pão é um alimento que pode atender às necessidades dos vários consumidores acompanhando as suas exigências e preferências, porém, o consumidor terá de abrir mão dos aspetos tradicionais e estar disposto a mudar os hábitos em prol da sua saúde.

Incentivar o consumo de pão regional fortalecendo a cultura e o comércio local, são estratégias a ter em conta para a valorização deste tipo de produto de grande qualidade nutricional. A implementação de estratégias, como sejam a construção de museus e/ ou oficinas onde possam ser demonstradas todas as atividades relacionadas com o ciclo de produção do pão e experimentadas receitas inovadoras, com a utilização de recursos naturais endógenos da região, pode ser uma mais valia para a economia local, e um complemento à atividade turística das regiões menos favorecidas. Neste contexto, seria interessante, em trabalhos futuros, abordar o pão numa perspetiva mais educativa e económica.

Neste estudo, quando se questionaram os inquiridos sobre os atributos que consideravam importantes no pão, as questões focaram-se essencialmente, nas qualidades sensoriais. Numa próxima investigação poderão ser incluídos outros atributos, igualmente importantes, relacionados com a tradição e o ambiente.

Inicialmente foi planejado e previsto, para esta investigação, a aplicação do questionário através de entrevista estruturada, em locais públicos do Concelho de Bragança, tais como praças e feiras. Contudo, dado o contexto vivenciado pela pandemia covid-19, este método mostrou-se inviável. Assim sendo, optou-se pela aplicação do mesmo, via online, correndo o risco de não se obterem respostas de consumidores de todas as idades e com vários níveis de escolaridade e ou formação. De facto, a aplicação do questionário online impossibilitou ou limitou o acesso aos consumidores de idades mais avançadas e aos consumidores que não possuíam nem os meios nem os conhecimentos informáticos necessários para participar nesta investigação. Por outro lado, o desenvolvimento de estudos transversais, apesar de fornecerem informações valiosas sobre os hábitos alimentares, pelo facto de serem estudos que se reportam a um

único momento, não permitem acompanhar os hábitos dos consumidores que se alteram com a evolução do tempo e, especialmente, com o aparecimento de novos produtos substitutos no mercado.

Referências Bibliográficas e Anexo

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almeida, S. R. B. (2020). *Adesão ao Padrão Alimentar de Tipo Mediterrânico em Estudantes da Universidade do Porto: Estudo dos Fatores Associados*. In I Ciclo em Ciências da Nutrição. Faculdade de Ciências da nutrição e alimentação da Universidade do Porto.
- Antunez, L., Alcaire, F., Giménez, A., & Ares, G. (2020). Can sodium warnings modify preferences? A case study with white bread. *Food Research International*, 134, 109239.
- Azcona, A. C. (2016). *Importancia del consumo diario de pan para la salud*. Facultad de Farmacia Universidad Complutense de Madrid.
- Babbie, E. R. (2010). *The Practice of Social Research*. (12ª Ed.) Belmont, CA: Wadsworth Cengage.
- Bernardi, F., Cichelero, C., & Vitolo, M. R. (2005). Comportamento de restrição alimentar e obesidade. *Revista de nutrição*, 18, 85-93.
- Biloukha, O., & Utermohlen, V. (2000). Correlates of food consumption and perceptions of foods in an educated urban population in Ukraine. *Food Quality and Preference*, 11, 475-485.
- Borges, J. T., Pirozi, M. R., De Paula, C. D., Ramos, D. L., & Chaves, J. B. (2011). Caracterização físico-química e sensorial de pão de sal enriquecido com farinha integral de linhaça. *Boletim do Centro de Pesquisa de Processamento de Alimentos*, 29, 83-96.
- Bourbon, M., Miranda, N., Moura Vicente, A., & Rato, Q. (2016). *Doenças cardiovasculares*. Instituto Nacional de Saúde Doutor Ricardo Jorge, IP.
- Cabo, P., Ribeiro, M. I., Fernandes, A., & Matos, A. (2015). *Hábitos e preferências dos consumidores de produtos tradicionais regionais certificados: o caso de Trás-os-Montes*. In XXV Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica, 1-10. Universidade de Vigo.
- Cabo, P., Rodrigues, N., Pereira, J. A., & Baptista, P. (2019). *Hábitos de consumo e preferências do consumidor de azeite em Portugal*. In III Congresso Nacional das Escolas Superiores Agrárias (IIICNESA). Instituto Politécnico de Viseu.
- Canesqui, A. M., & Garcia, R. W. D. (2005). *Antropologia e nutrição: um diálogo possível*. Editora Fiocruz.

- Carocho, M., Morales, P., Ciudad-Mulero, M., Fernández-Ruiz, V., Ferreira, E., Heleno, S., Rodrigues, P. Barros, L. & Ferreira, I. C. F. R. (2020). Comparison of different bread types: Chemical and physical parameters. *Food Chemistry*, 310, 125954.
- Cauvain, S. P. & Young, L. S. (2009). *The ICC handbook of cereals, flour, dough & product testing: methods and applications*. Lancaster, PA: DEStech Pub.
- Cipriano, I. V. (2009). *Pão: Hábitos de consumo e preferências. Trabalho de investigação*. Faculdade de Ciências da Nutrição e Alimentação.
- Cohen, L. & Manion, L. (1989). *Research methods in education*, (3rd). London: Routledge.
- Conte, P., Del Caro, A., Urgeghe, P. P., Petretto, G. L., Montanari, L., Piga, A. & Fadda, C. (2020). Nutritional and aroma improvement of gluten-free bread: is bee pollen effective? *LWT*, 118, 108711.
- Costa, R. M. (2017). O país está a perder estrangeiros. Em Bragança e Beja estão a aumentar. *Público PT Web site*. Acedido Agosto 21, 2020, em <https://www.publico.pt/2017/12/26/sociedade/noticia/numero-de-estrangeiros-em-braganca-e-beja-foi-o-que-mais-cresceu-entre-2008-e-2016-1796933>
- Cordeiro, O. T. (19/02/2020). Portugal entra para organização internacional da panificação e pastelaria. *Brigantia PT Web site*. Acedido Agosto 21, 2020, em <https://brigantia.pt/noticia/portugal-entra-para-organizacao-internacional-da-panificacao-e-pastelaria>
- Da Silva-Bueno, I. C., Gomide, C. A., Tenório, A. I. G., de Oliveira, G. G., Veronez, J. B., da Silva Dias, L. & Belo, Y. C. (2019). *Metabolismo de minerais em animais: Cálcio*. Universidade de São Paulo, Parassununga, Brasil.
- Damodaran, S., Parkin, K. L. & Fennema, R. O. (2010). *Química de Alimentos de Fennema*. (4ª ed.). Artmed editora.
- De Boni, A., Pasqualone, A., Roma, R., & Acciani, C. (2019). Traditions, health and environment as bread purchase drivers: A choice experiment on high-quality artisanal Italian bread. *Journal of cleaner production*, 221, 249-260.
- De Lorgeril, M. (2013). Mediterranean diet and cardiovascular disease: historical perspective and latest evidence. *Curr Atheroscler Rep.*, 15-370.

- Dewettinck, K., Van Bockstaele, F., Kühne, B., Van de Walle, D., Courtens, T. M. & Gellynck, X. (2008). Nutritional value of bread: Influence of processing, food interaction and consumer perception. *Journal of Cereal Science*, 48, 243-257.
- Fernandes, A., Ribeiro, M. I., Cabo, P. & Matos, A. (2017). Consumo de queijos DOP da região de Trás-os-Montes no concelho de Bragança, Portugal. *Revista Mundi Meio Ambiente e Agrárias*, 2, 1-13.
- Fontelles, M. J., Simões, M. G., Farias, S. H. & Fontelles, R. G. S. (2009). Metodologia da pesquisa científica: diretrizes para a elaboração de um protocolo de pesquisa. *Revista paraense de medicina*, 23, 1-8.
- Bragança Município (2015). Forno do Pão comunitário inaugurado. (2015/03/16). *Bragança Município Web site*. Acedido Agosto 24, 2020 em <https://www.cm-braganca.pt/servicos-e-informacoes/noticias/arquivo/noticia/forno-do-pao-comunitario-inaugurado>
- Gębski, J., Jezewska-Zychowicz, M., Szlachciuk, J. & Kosicka-Gębska, M. (2019). Impact of nutritional claims on consumer preferences for bread with varied fiber and salt content. *Food quality and preference*, 76, 91-99.
- Gellynck, X., Kühne, B., Bockstaele, F. V., Walle, D. V. & Dewettinck, K. (2009). Consumer perception of bread quality. *Appetite*, 53, 16-23.
- Gil, A. C. (2002). Como elaborar projetos de pesquisa. *São Paulo: Atlas*, 4, 175.
- Gil, A. C. (2008). Métodos e técnicas de pesquisa social. (6ª ed.). Editora Atlas S.A.
- Girão, A. (1958). *Atlas de Portugal*, Instituto de Estudos Geográficos, Coimbra.
- Graça, P. (2013). *Estratégia para a redução do consumo de sal na alimentação em Portugal*. Direção Geral de Saúde, Lisboa.
- Hochman, B., Nahas, F. X., Oliveira Filho, R. S. & Ferreira, L. M. (2005). Desenhos de pesquisa. *Acta Cirurgica Brasileira*, 20, 2-9.
- Jorge, R. & Santos, A. (2013). Análise do aporte de sódio sob a forma de pão, numa população idosa institucionalizada. *Alimentação Humana*, 19, 60-64.
- Jornal Nordeste. (2008). Aldeias amassam o pão que a cidade come. (15/04/2008). *Jornal Nordeste Web site*. Acedido Agosto 18, 2020, em <http://www.jornalnordeste.com/noticia/aldeias-amassam-o-pao-que-cidade-come>
- Júnior, L. C. L., Dias, S. S. & Simas, L. (2020). Alimentos funcionais na prevenção e tratamento de doenças crônicas não transmissíveis. *Boletim de Conjuntura (BOCA)*, 4(10), 54-61.

- Machado, P. P., Claro, R. M., Canella, D. S., Sarti, F. M. & Levy, R. B. (2017). Price and convenience: The influence of supermarkets on consumption of ultra-processed foods and beverages in Brazil. *Appetite*, 116, 381-388.
- Maćkowiak, K., Torlińska-Walkowiak, N. & Torlinska, B. (2016). Dietary fibre as an important constituent of the diet. *Postępy Higieny i Medycyny Doświadczalnej (Advances in Hygiene and Experimental Medicine)*, 70, 4-109.
- Magalhães, A., Pereira, E., Pawlak, C., Malheiro, R., Ferreira, E., Pereira, J. A. & Ramalhosa, E. (2015). *Análise ao processo de fabrico de pão do Nordeste Transmontano com vista à elaboração de um caderno de especificações - Estudo Preliminar*. In I Congresso Nacional das Escolas Superiores Agrárias: livro de resumos. Instituto Politécnico de Bragança, Escola Superior Agrária, Bragança.
- Maihara, V. A., Silva, M. G., Baldini, V. L.S., MigueL, A. M. R. & Fávaro, D. I. T. (2006). Avaliação Nutricional de Dietas de Trabalhadores em Relação a Proteínas, Lipídeos, Carboidratos, Fibras Alimentares e Vitaminas. *Ciência e Tecnologia de Alimentos*, 26, 672-677.
- Manzato, A. J. & Santos, A. B. (2012). *A elaboração de questionários na pesquisa quantitativa*. Departamento de Ciência de Computação e Estatística– Universidade de Santa Catarina. Santa Catarina.
- Marconi, M. D. A. & Lakatos, E. M. (2002). Técnicas de pesquisa. *Atlas*, 2, 35-36.
- Maroco, J. (2018). *Análise Estatística com o SPSS statistics*. Pero Pinheiro: ReportNumber.
- Marty, L., de Lauzon-Guillain, B., Labesse, M. & Nicklaus, S. (2020). Food choice motives and the nutritional quality of diet during the COVID-19 lockdown in France. *Appetite*, 157, 105005.
- Mesquita, R. I. A. (2019). *A vitamina C na Periodontia*. (Tese de Doutoramento, Universidade Fernando Pessoa, Porto, Portugal).
- Mintz, S. W. (2001). Comida e antropologia: uma breve revisão. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 16, 31-42.
- Miranda-Ramos, K. C., Sanz-Ponce, N. & Haros, C. M. (2019). Evaluation of technological and nutritional quality of bread enriched with amaranth flour. *LWT*, 114, 108418.
- Montoya, M. T. G. (2013). *Mejora de las características tecnológicas y de los perfiles sensorial y nutricional de un producto de panificación mediante la formulación con aceite de oliva virgen*. (Tese de Doutoramento, Universitat de Lleida, Lleida,

- Espanha).
- Motta, C. (2016). *Pseudocereais como ingredientes de formulações destinadas a uma alimentação especial*. (Tese de Doutoramento, Faculdade de Ciências da Nutrição e Alimentação, Universidade do Porto, Porto, Portugal).
- Nascimento, A. C., Santiago, S., Santos, M., Mesquita-Bastos, J., Silva, J. G. D. & Calhau, M. A. (2019). *Pão do norte de Portugal: um estudo interventivo com vista a reduzir o teor de sal no pão*. Instituto Nacional de Saúde Doutor Ricardo Jorge, IP.
- Naska, A., & Trichopoulou, A. (2014). De volta ao futuro: o paradigma da dieta mediterrânea. *Nutrition, Metabolism and Cardiovascular Diseases*, 24, 216-219.
- O'connor, A. (2012). An overview of the role of bread in the UK diet. *Nutrition Bulletin*, 37, 193-212.
- Paciulli, M., Mert, I. D., Rinaldi, M., Pugliese, A. & Chiavaro, E. (2019). Chestnut and Breads: Nutritional, Functional, and Technological Qualities. In *Flour and Breads and their Fortification in Health and Disease Prevention*, 237-247. Academic Press.
- Pasa, D., Chiconatto, P., Pedroso, K. S. & Schmitt, V. (2016). Alimentação e Doenças Crônicas não Transmissíveis em Idosos Participantes de um Grupo de Terceira Idade. *Revista UNIABEU Belford Roxo*, 9, 1-15.
- Pauline, M., Roger, P., Nina, N. E. S. N., Arielle, T., Eugene, E. E. & Robert, N. (2020). Physico-chemical and nutritional characterization of cereals brans enriched breads. *Scientific African*, 7, e00251.
- Pereira, H. N. S., de Oliveira Santos, R. I. & Uehara, S. C. D. S. A. (2020). Efeito da Estratégia Saúde da Família na redução de internações por doenças crônicas não transmissíveis. *Revista Enfermagem UERJ*, 28, 49931.
- Pestana, M., & Gageiro, J. (2014). *Análise de Dados para Ciências Sociais: A complementaridade do SPSS*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Pimentel, J.P., Morais, A., Cordeiro, E., Pires, G., Carvalho, L., Almeida, M. L. & Lourenço, S. (2018). *Plano Regional de Saúde do Centro 2018-2020*. Administração Regional de Saúde do Centro, IP.
- Pinheiro, D. M., Porto, K. R. P. & Menezes, M. E.S. (2005). *A Química dos Alimentos: carboidratos, lipídeos, proteínas, vitaminas*. Maceió-Alagoas: Edufal - Editora da Universidade Federal de Alagoas.
- Portaria n.º 52/2015 de 26 de fevereiro, 2015. Diário da República, 1.ª série, N.º 40, Ministérios da Economia, da Agricultura e do Mar e da Saúde (PT). Acedido

- Agosto 17, 2020, em
<https://dre.pt/home/-dre/66603017/details/maximized?serie=I&dreId=66603010>
- Prodanov, C. C. & Freitas, E. C. (2013). *Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico*. (2ª ed.). Feevale.
- Rangan, A., Gill, T. & Webb, K. (2006). Short questions for surveys about bread and cereal intake: comparing measures of quantity versus frequency. *New South Wales public health bulletin*, 17, 39-43.
- República Portuguesa. (2019). Modelos de intervenção na comunidade da região de saúde do centro. *Plataforma de prevenção das doenças crónicas*. (Documento versão 2). Acedido Agosto 17, 2020, em
<https://www.arscentro.minsaude.pt/SaudePublica/Programas/Documents/preven%C3%A7ao%20doen%C3%A7as%20cronicas/PROJETOS%20PPDC%20VC.3.pdf>
- Ribeiro, M., Matos, A., Almeida, A., Fonseca, A., Fernandes, B., Mota, C., Gonçalves, E., Garcia, E., Pereira, E., Garção, H., Guedes, H., Rodrigues, M., Neto, M. & Abreu, R. (2009). Produtos alimentares tradicionais: hábitos de compra e consumo do mel. *Revista de Ciências Agrárias*, 32, 97-112.
- Richemont. (2020). Healthy bread, professional training and the relevant European legislation. *Richemont Club International Web site*. Acedido Outubro 10, 2020, em
<https://richemont-club.com/en/science-blog/healthy-bread-professional-training-and-the-relevant-european-legislation>
- Rodrigues, A. M. D. P. (2012). *Caracterização do pão regional do distrito de Viseu e de Pão São*. (Tese de Doutoramento, Instituto Politécnico de Viseu, Viseu, Portugal).
- Rodrigues, A. P., Gaio, V., Kislaya, I., Graff-Iversen, S., Cordeiro, E., Silva, A. C., Namorado, S., Barreto, M., Gil, A. P., Antunes, L., Santos, A., Miguel, J. P., Nunes, B. & Dias, C. M. (2019). Sociodemographic disparities in hypertension prevalence: Results from the first Portuguese National Health Examination Survey. *Revista Portuguesa de Cardiologia (English Edition)*, 38, 547-555.
- Roux, C., Le Couedic, P., Durand-Gasselín, S. & Luquet, F.-M. (2000). Consumption patterns and food attitudes of a sample of 657 low-income people in France. *Food Policy*, 25, 91-103.

- Sajdakowska, M., Gębski, J., Żakowska-Biemans, S. & Jezewska-Zychowicz, M. (2019). Willingness to eat bread with health benefits: habits, taste and health in bread choice. *Public health*, 167, 78-87.
- Sandvik, P., Kihlberg, I., Lindroos, A. K., Marklinder, I. & Nydahl, M. (2014). Bread consumption patterns in a Swedish national dietary survey focusing particularly on whole-grain and rye bread. *Food & nutrition research*, 58, 24024.
- Santos, C. F. (2015). *Integração das Normas BRC e ISO 22000: 2005 na indústria de panificação tradicional*. (Dissertação de Mestrado, Universidade do Minho).
- Santos, N. P. D. & Gama, A. (2011). As tradições do pão, territórios e desenvolvimento. *Trunfos de uma Geografia Activa*, 273-282.
- Santos, P. M. D. (2003). *A qualidade da dieta mediterrânea numa população jovem do Sul de Portugal*. Faculdade de ciências da nutrição e alimentação da universidade do porto.
- Saueressig, A. L. C., Kaminski, T. A. & Escobar, T. D. (2016). Inclusão de fibra alimentar em pães isentos de glúten. *Braz. J. Food Technol.*, Campinas, 19, e2014045.
- Silva, S., Miranda, A. (2017). Aqui os estrangeiros só lamentam uma coisa: “Isso mesmo, o frio”. *Público PT Web site*. Acedido Agosto 20, 2020, em <https://www.publico.pt/2017/12/26/sociedade/reportagem/porque-aumentam-os-estrangeiros-em-braganca-1797029>
- Silva, V. A. J. D. (2019). *O fabrico de queijo nas áreas com Denominação de Origem Protegida (DOP) em Trás-os-Montes (Nordeste de Portugal): análise de sua sustentabilidade turística*. (Dissertação de Mestrado, Universidade do Minho).
- Sinesio, F., Raffo, A., Peparao, M., Moneta, E., Civitelli, E. S., Narducci, V., Turfani, V., Nicoli, S. F. & Carcea, M. (2019). Impact of sodium reduction strategies on volatile compounds, sensory properties and consumer perception in commercial wheat bread. *Food chemistry*, 301, 125252.
- Soares, C. (2014). *Pão e vinho sobre a mesa: um “clássico” da alimentação portuguesa*. Parte: <http://hdl.handle.net/10316.2/34012>.
- Teuber, R., Dolgoplova, I. & Nordström, J. (2016). Some like it organic, some like it purple and some like it ancient: Consumer preferences and WTP for value-added attributes in whole grain bread. *Food Quality and Preference*, 52, 244-254.
- Trichopoulou, A., Martínez-González, M. A., Tong, T. Y., Forouhi, N. G., Khandelwal, S., Prabhakaran, D., Mozaffarian, D. & de Lorgeril, M. (2014). Definitions and

potential health benefits of the Mediterranean diet: views from experts around the world. *BMC medicine*, 12, 112.

Truninger, M. (2020). *Hábitos alimentares dos portugueses*. Fundação Francisco Manuel dos Santos.

Viana, V. (2002). Psicologia, saúde e nutrição: Contributo para o estudo do comportamento alimentar. *Análise Psicológica*, 20, 611-624.

Vieira, E. M. F. (2007). *Estudo do teor de sódio em pão e sua relação com as doenças cardiovasculares: trabalho de investigação*. Faculdade de Ciências da Nutrição e Alimentação, Universidade do Porto.

Wieser, H. (2007). Chemistry of gluten proteins. *Food Microbiology*, 24,115- 119

ANEXO I

QUESTIONÁRIO AO CONSUMIDOR DO CONCELHO DE BRAGANÇA

Esta investigação está a ser desenvolvida no âmbito do Mestrado em Qualidade e Segurança Alimentar, da dupla diplomação do Instituto Politécnico de Bragança e Universidade Tecnológica Federal do Paraná e tem como objetivo conhecer as preferências e os hábitos de consumo e compra do pão no Concelho de Bragança. Ao responder ao questionário, assinale com uma cruz (x) a resposta que julgar mais apropriada em relação a cada uma das perguntas e preencha os espaços em branco. Procure responder com a máxima sinceridade, pois só assim este estudo terá validade.

Garante-se o anonimato, não sendo guardada qualquer informação que permita identificar uma pessoa singular, preservando deste modo a confidencialidade dos dados. Trata-se de um questionário para fins, única e exclusivamente, de investigação. Agradecemos o interesse e o tempo disponibilizado no preenchimento do questionário.

A investigadora: Leticia Cabrera

I. CARACTERIZAÇÃO DO INQUIRIDO

- 1.1. Nacionalidade: Portuguesa Outra. Qual? _____
- 1.2. Meio onde vive: Rural Urbano
- 1.3. Sexo: Feminino Masculino
- 1.4. Idade _____ anos
- 1.5. Profissão: Ativo Reformado Desempregado Estudante
- 1.6. Habilitações Literárias:
- 1º ciclo incompleto
- 1º ciclo (4 anos)
- 2º ciclo (6 anos)
- 3º ciclo (9 anos)
- Ensino Secundário (12 anos)
- Ensino Superior (Licenciatura, Mestrado, Doutoramento)
- 1.7. Quantas pessoas fazem parte do agregado familiar? Apenas eu 2 pessoas 3 pessoas
- 4 pessoas mais de 4 pessoas
- 1.8. Qual é o número de menores no seu agregado familiar? Nenhum 1 2
- 3 4 ou mais
- 1.9. Segue algumas das restrições alimentares abaixo descritas (Assinale todas as que se aplicam):
- Não sigo restrições
- Baixo teor de gordura
- Sem lactose
- Sem glúten
- Baixo Colesterol
- Pouco açúcar
- Pouco sal
- Baixo teor em hidratos de carbono
- Outra. Especifique _____
- 1.10. Da região de Bragança quais as variedades de pão que conhece? (assinale todas as opções que se aplicam)
- Pão de Argozelo Pão de França Pão do Nordeste Transmontano
- Pão de Castanha Pão de Nogueira Pão de Rebordainhos
- Pão de Izeda Pão de Samil
- Outro (s). Qual(is) _____

II. GOSTOS, PREFERÊNCIAS E HÁBITOS DE CONSUMO

2.1. Gosta de pão?

 Sim Não

2.2. Em relação ao valor nutricional, sabe-se que o pão é rico em: (assinale todas as opções que se aplicam)

Glicose Amido
 Proteínas Lipídios
 Não sei

2.3. Inclui o pão na sua dieta alimentar?

 Sim Não

2.4. Qual a importância do pão para a sua dieta alimentar e para o seu corpo?

 Nenhuma, é inútil (não faz falta) Alguma, é muito energético Muita, é essencial

2.5. Com que frequência costuma comer pão?

 Nunca 1 vez/semana 2 a 3 vezes/semana pelo menos uma vez por dia

2.6. Quantos pães pequenos/fatias come por dia?

 Nenhum(a) 1 a 2 3 a 4 Mais de 4

2.7. Que tipo de pão consome mais frequentemente? (assinale todas as opções que se aplicam)

Pão de trigo Pão de milho ou broa
 Pão de centeio Pão de mistura (milho, trigo, centeio, ...) Pão de soja
 Pão integral Pão especial (Ex. Pão de leite, pão tostado ou tosta) Pão de castanha
 Pão biológico

2.8. Em que momento, do dia, consome, habitualmente, pão?

Nunca Pequeno-almoço
 A meio da manhã Almoço Lanche
 Jantar Depois do jantar A qualquer hora

2.9. Qual o tipo de acompanhamento que prefere ou utiliza mais frequentemente no pão?

Não consumo pão Queijo/requeijão/...
 Compotas/marmelada/geleia/... Simples (sem acompanhamento)
 Fiambre/presunto/chouriça/salpicão/hambúrguer Manteiga/margarina/maionese/azeite
 Outro(os). Qual(is)? _____

III – HÁBITOS DE COMPRA

3.1. É o responsável pela compra de pão para a sua casa?

 Sim Não

3.2. Compra mais frequentemente :

 Pão industrial Pão de fabrico regional Pão de fabrico caseiro

3.3. Com que frequência se compra pão em sua casa?

<1 vez/mês 1 vez/mês 2 a 3 vezes/mês 1 vez/semana 2 a 3 vezes/semana Todos os dias

3.4. Qual a importância que atribui aos seguintes fatores na escolha de pão?

	1.Nada importante	2. Pouco importante	3.Neutro	4.Importante	5. Muito importante
a) Preço					
b) Que o pão seja fresco					
c) Que o pão tenha uma crosta crocante					
d) Que o pão cheire a pão fresco					
e) Que o pão seja macio quando o aperto					
f) Que o pão seja de longa duração					
g) Que o pão seja pequeno					
h) Que o pão seja grande, redondo e inteiro					
i) Que o pão seja grande, redondo e fatiado					
k) Que o pão tenha pouco sal					
l) Que o pão seja mais cozido (tostado)					
m) Que o pão seja menos cozido (branco)					
n) Que o pão seja mais húmido					
o) Que o pão tenha mais miolo					
p) Que o pão tenha mais côdea					
q) Que o pão inclua cereais integrais (ex. sementes de sésamo)					

3.5. Onde tem o hábito de comprar o pão?

Pastelaria Produção própria Padaria Feiras/eventos
 mercearia Supermercado Hipermercado Café |
 Minimercado Padeiro à porta de casa Outro(s) Quais? _____

3.6. Qual a importância que atribui aos seguintes fatores em relação à escolha do local de compra do pão?

	1.Nada importante	2. Pouco importante	3.Neutro	4.Importante	5. Muito importante
a) Proximidade da residência					
b) Proximidade do local de trabalho					
c) Condições de higiene/limpeza					
d) Simpatia no atendimento					
e) Qualidade dos produtos					
f) Variedade de pão					
g) Rapidez no atendimento					
h) Pão quente a toda a hora					
i) Instalações e ambiente agradável					
i) Preço mais acessível					

3.7. Quais as formas de apresentação do pão que prefere:

Não tenho preferências Pão embalado Pão não embalado

3.8. Com que regularidade compra as seguintes variedades de pão regional:

	1. Nunca	2. Raramente	3. Às vezes	4. Muitas vezes	5. Todos os dias
Pão de Argozelo					
Pão de Castanha					
Pão de França					
Pão de Gimonde					
Pão de Izeda					
Pão de Nogueira					
Pão do Nordeste Transmontano					
Pão de Rebordainhos					
Pão de Samil					

Obrigado pela sua colaboração!