**Adición de orujo de manzana a panes tipo brioche: análisis de calidad y percepción del consumidor**

Montolio P (1), Franceschinis L (2), Salvatori D (2), Rocha Parra AF (3)

(1) Universidad Nacional del Comahue, 25 de Mayo y Reconquista, Villa Regina, Río Negro, Argentina.

(2) PROBIEN (CONICET- Universidad Nacional del Comahue). Buenos Aires 1400, Neuquén. Argentina.

(3) Universidad Nacional de Río Negro, CIT-Río Negro, CONICET, 9 de julio 446, Villa Regina, Río Negro, Argentina.

frocha@unrn.edu.ar

RESUMEN

El subproducto de la industria de jugo de manzana que queda después la molienda, y posterior paso por el decanter (separador), contiene una cantidad apreciable de fibra dietaria y azúcares solubles, por lo que adecuadamente tratado podría ser utilizado como ingrediente alimentario para enriquecer diversos productos. En el presente trabajo se empleó orujo de manzana (OM) obtenidos de una industria de jugos (Jugos S.A., Villa Regina, Río Negro, Argentina). Se planteó como objetivo evaluar el efecto sobre la calidad y la percepción del consumidor de panes elaborados con OM. El orujo fue acondicionado para lo cual se deshidrató en estufa de convección forzada con una temperatura de 50°C, molido y pasado por un tamiz con malla de 500 micras. El OM acondicionado se usó como ingrediente para elaborar panes tipo brioche, para lo cual se reemplazó la harina de trigo con dos porcentajes de OM: 10 y 20%, los mismos se compararon frente a un control sin adición de OM. Se determinó la humedad de la miga, volumen específico, y color (corteza y miga) de los distintos panes. Después del acondicionamiento del OM (secado, molido tamizado) se obtuvo un polvo aromático, de color marrón, cuya composición porcentual presentó los siguientes valores: humedad, 10,42%; azúcares solubles reductores, 45,67%, proteína, 3,58%; y cenizas, 1,65%. El análisis sensorial con consumidores (n=102) se realizó empleando la técnica de asociación libre. Tres analistas realizaron el conteo de palabras, en forma independiente y se acordaron los criterios para lograr una categorización representativa del consenso. Se calcularon las frecuencias relativas del uso de las categorías y con ellas se construyó una nube de palabras. El 62% de consumidores fueron mujeres, los consumidores estuvieron situados en un rango de edad de 17 a 65 años. De un total de 26 categorías, aparecieron términos utilizados positivamente como dulce (16,02%), rico (10,22%), ácido (5,52%), sabroso (4,69%), y otros en forma negativa entre los que se encontraron seco (3,04%), textura desagradable (1,66%), sabor indefinido (1,66%), sabor desagradable (1,10%). Conforme se incrementó %OM, el volumen disminuyó 13,72% para el nivel de remplazo del 20%, pero aumentó en un 6,53% para el nivel de reemplazo del 10%. A medida que se aumentó el % OM los panes tanto en miga y corteza presentaron un color más rojizo (que se evidencia en el mayor valor de a\*). La luminosidad de corteza y miga disminuyó a medida que se aumentó el nivel de reemplazo de harina de trigo por OM. La humedad de la miga fue 33,61% para el control, 36,22% para 10% OM, y 34,88% para 20% OM. De acuerdo a los parámetros de calidad evaluados, se encontró que el pan con un 10% de OM, presentó una mejor aceptación sensorial, y además el volumen del pan aumentó, por el contrario, se registró una disminución de volumen con mayor nivel de remplazo de OM (20%). La nube de palabras muestra la caracterización sensorial de los panes realizada por los consumidores donde existe una prevalencia de los términos positivos hedónicos lo que coincide con la elevada aceptabilidad.

Palabras Clave: Subproductos, Fibra dietaria, Panificados, Análisis Sensorial.