



Resumen #218

Conocimientos y actitudes de alimentos con sustancias bioactivas

¹Gutiérrez J, ¹Vargas MF, ¹Aré ME, ¹Borelli MF
¹Facultad Ciencias de la Salud -Universidad Nacional de Salta

Área:

Básica

Resumen:

Introducción: La industria alimentaria ha desarrollado productos alimenticios funcionales que constituyen una opción para la prevención y tratamiento de enfermedades crónicas no transmisibles prevalentes en la actualidad.

Objetivo: Estudiar conocimientos y actitudes de trabajadores respecto a los alimentos funcionales con adición de ácidos grasos omega, fitoesteroles, sustancias prebióticas y/o fibras.

Metodología: Estudio observacional, descriptivo de corte transversal. Se realizó una entrevista en 90 trabajadores del Poder Judicial de Salta Capital, aplicando como instrumento un formulario con interrogantes estructurados y semiestructurados. Variables: conocimientos, motivo de consumo, actitudes, lectura de rotulado y publicidad. Se analizó distribución de frecuencias, promedio, desviación estándar y porcentaje; los resultados se expresaron en tablas, gráficos de barra y sectores.

Resultados: la población estuvo constituida en un 72% por personas de sexo femenino y un 28% de sexo masculino, con una edad promedio de 41,1 años \pm 11,6. El 94% no escuchó hablar del término producto alimenticio funcional, el total escuchó hablar de productos adicionados con fibras, ácidos grasos omega, fitoesteroles y/o prebióticos. El 31% y el 44% presentó un nivel de conocimientos moderado y escaso respectivamente, sobre los beneficios de las sustancias adicionadas. El principal motivo de consumo fue el tratamiento de enfermedades (34%) seguido de agrado y adopción de hábitos saludables (32%). El 38% de la población realizó siempre lectura del rotulado y el 18% a veces, manifestando además, el 46%, que no confía en la publicidad o rotulado de los productos funcionales. La fuente de información más mencionada fue la televisión seguida de internet. El 51% recomendaría el consumo de estos productos. Se observó una actitud positiva hacia estos productos en el 47% de los encuestados, con elevado interés en conocer y recibir mayor información sobre los mismos.

Conclusiones: Existiría, en los encuestados un adecuado comportamiento frente a los productos alimenticios funcionales. Cerca del total de la población identifica los productos alimenticios adicionados, reconociendo al menos un beneficio de las sustancias. La televisión fue la principal fuente de información de estos alimentos. La mitad de la población manifestó una actitud positiva hacia los productos alimenticios funcionales.

Palabras Clave:

Alimentos Funcionales, Actitud, Conocimiento

Knowledge and attitudes towards food with bioactive substances

¹Gutiérrez J, ¹Vargas MF, ¹Aré ME, ¹Borelli MF
¹Facultad Ciencias de la Salud -Universidad Nacional de Salta

Abstract:

Introduction: Food industry has developed functional food products that constitute an alternative to prevent and treat non-transmissible chronic illnesses prevalent nowadays.

Objective: To study knowledge and workers' attitudes towards functional food with additives of omega fatty acid, phytosterols, prebiotic substances and /or fibres.

Methodology: Descriptive transversal observation based study. An interview was carried out to 90 people who work in Judicial Power in Salta Capital city using a form with structural and semi-structural questions.

Variables: Knowledge, consumption reason, attitudes, label reading and advertisement. Frequency distribution, average, standard deviation and percentage were analysed. The results were expressed with scales, sector and bar graph.

Results: The population was constituted by 72 % of female sex and 28% of male sex with an average age of 41.1 year old \pm 11.6. 94% of people did not know the term functional food product. The total number knew about products with additives of fibre, omega fatty acids, phytosterols and/ or prebiotic substances. 31% and 44% showed a moderate and limited knowledge level respectively about the benefits of substances with additives. The main reason of consumption was the treatment of illnesses (34%) followed by taste and adoption of healthy habits (32%). 38% of population always read the labels and 18 % sometimes read them. 46% stated they do not trust in advertisements and functional food labels. The most mentioned source of information was television followed by internet. 51% would recommend the consumption of these products. A positive attitude towards these products was observed in 47% of the interviewees with a high interest in knowing and receiving more information about them.

Conclusions: An adequate behaviour towards functional food products would exist among the interviewees. Almost the total of the population identifies food products with additives recognizing at least one benefit from the substances. The main source of information about this food was television. Half of the population stated a positive attitude towards functional food products.

Keywords:

Functional food, attitude, knowledge