

AVALIAÇÃO DO CONSUMO DE HORTOFRUTÍCOLAS E LEGUMINOSAS POR PARTE DE CONSUMIDORES DE UMA GRANDE CADEIA DE HIPERMERCADOS PORTUGUESA

Sampaio AS¹, Carola LF^{II}, Delgado MT^{II}

INTRODUÇÃO

Segundo a Organização Mundial de Saúde cerca de 1,7 milhões de mortes no mundo são atribuíveis ao baixo consumo de hortofrutícolas, sendo a sua ingestão adequada fundamental para prevenir as principais doenças crónicas não-transmissíveis. No que diz respeito à ingestão de hortofrutícolas em Portugal os dados são escassos, no entanto a análise da Balança Alimentar Portuguesa aponta para que os consumidores tendam a procurar uma alimentação mais saudável, observando-se uma disponibilidade crescente de hortofrutícolas frescos.

¹ Estagiária da Licenciatura de Ciências da Nutrição – Universidade Católica do Porto.

^{II} Nutricionistas do Movimento Hiper Saudável – Sonae MCH.

OBJETIVOS

Avaliar se os consumidores de uma grande cadeia de hipermercados cumprem a ingestão diária preconizada de 400g de hortofrutícolas e se o seu consumo, em cores, é variado; avaliar o consumo isolado de leguminosas e analisar, para ambos os consumos, alguns determinantes.

MÉTODOS

Participaram 115 consumidores com idade igual ou superior a 18 anos. Recolheu-se a ingestão alimentar referente às 24h precedentes e informação sobre características demográficas, sociais, e antropométricas. A análise estatística efetuou-se através do programa Statistical Package for Social Science, versão 20.0.

RESULTADOS

O consumo médio de hortofrutícolas na população analisada rondou os 476 g, sendo esta média estatisticamente equivalente em ambos os sexos, faixas etárias, graus de escolaridade e classes de índice de massa corporal. Relativamente à análise qualitativa do consumo de hortofrutícolas manifestou-se que a população analisada consumia diariamente entre 2 a 3 cores diferentes. Quanto à análise das leguminosas determinou-se que o seu consumo médio foi de 18 g diários. Também neste caso a média de consumo revelou-se estatisticamente igual para todas as variáveis analisadas.

CONCLUSÕES

As campanhas referentes à promoção do consumo em quantidade de hortofrutícolas parecem estar a atingir o efeito desejado, contudo segundo os resultados obtidos é importante impulsionar o consumo de leguminosas, uma vez que o mesmo está aquém do recomendável.