



092 CHANGES IN THE USE OF NON-SUGAR SWEETENERS IN BEVERAGES OF FIVE COUNTRIES ACROSS THE AMERICAS IN THE LAST DECADE

Srta. Mariana Fagundes Grilo¹, Mrs. G Vatauvuk Serrati², PhD L Smith Taillie³, PhD AC Duran⁴

¹George Washington University, Washington DC, United States, ²University of North Carolina, Chapel Hill, United States, ³University of North Carolina, Chapel Hill, United States, ⁴University of Campinas, Campinas, Brazil.

Introduction: Replacing added sugars for non-sugar sweeteners (NSS) in beverages is a widely known food reformulation strategy to reduce added sugars in the food supply. In the light of the adverse effects of NSS, the extent to what such changes are happening deserves further investigation. This study investigated changes in the use of NSS in beverages launched in five countries in South and North America over the last 11 years. **Methods:** We used commercial data from 64,374 beverages provided by the Mintel Global New Products Database. We identified foods and beverages with NSS and added sugars using the list of ingredients. We ran country- and year-fixed effect models to investigate the yearly changes in the prevalence of beverages with NSS (artificial or natural nonnutritive sweeteners and sugar alcohols) launched in Argentina, Brazil, Colombia, Mexico, and the United States between 2010 and 2021. **Results:** The overall prevalence of beverages with NSS launched over the last decade had a significant increase of 8.6 percentage points (p.p.) between 2010 (20.1%) and 2021 (28.7%). Sharpest increases were observed in Brazil (13.5 p.p.) and Mexico (12.5 p.p.). The prevalence of products with NSS decreased in Argentina and rose by 7 p.p. in the USA. We observed the largest increase in the prevalence of NSS in beverage mixes, carbonated soft drinks, dairy beverages, nectars, energy and sport drinks across all studied countries. **Conclusion:** We found increased use of NSS in beverages sold in the Americas in the last decade. Continuous monitoring of the prevalence of NSS is critical, particularly in the presence of strategies that may lead to further increases in the use of these additives.

Keywords: sweeteners; food additives; nutritional labeling.

093 CONSUMO DE ALIMENTOS DIET/LIGHT E DE ADOÇANTES DE MESA NA POPULAÇÃO BRASILEIRA, 2017/2018

Srta. Luisa Gazola Lage¹, Sr. Marcos Anderson Lucas da Silva¹, Sra. Claudia Cristina Gonçalves Pastorello¹, Prof., Dra., Maria Laura da Costa Louzada^{1,2}

¹Universidade de São Paulo - Faculdade de Saúde Pública. Doutorandos no Programa de Pós-Graduação em Nutrição em Saúde Pública. São Paulo, Brasil., São Paulo, Brazil,

²Universidade de São Paulo - Faculdade de Saúde Pública. Professora/Orientadora no Programa de Pós-Graduação em Nutrição em Saúde Pública. São Paulo, Brasil. , São Paulo, Brazil.

Introdução e Objetivo. Os alimentos diet/light e os adoçantes de mesa são produtos destinados a pessoas que apresentam necessidades alimentares especiais como, por exemplo, as que precisam reduzir ou eliminar determinados nutrientes ou calorias em sua dieta. Baseado na versão tradicional é realizada a modificação nos alimentos de acordo com a legislação vigente. Os adoçantes de mesa, por sua vez, servem como substitutos do açúcar de adição. No entanto, evidências recentes sugerem que o consumo de adoçantes pode ter efeitos negativos na saúde. O consumo desses alimentos pela população brasileira ainda não é bem conhecido. Esse estudo tem o objetivo de avaliar o consumo de alimentos diet/light e de adoçantes de mesa na população brasileira no período de 2017/2018. **Metodologia.** Foram utilizados os dados das Pesquisas de Orçamentos Familiares (POF) de 2017/2018, que fornecem informações sobre o consumo alimentar e as características dos indivíduos. Foi analisada a prevalência de consumidores de alimentos diet/light e adoçantes de mesa e as principais fontes alimentares. **Resultados.** Observou-se que 1,68% dos indivíduos consumiram alimentos diet/light, 7,3% adoçantes de mesa e 8,58% pelo menos uma das categorias. Para as três análises respectivamente, a maior proporção dos consumidores foram mulheres (2,02%;8,9%;10,44%), idosos (>60 anos) (2,78%;16,95%;18,68%) e pessoas com maior renda (quintil 5) (3,87%;11,67%;14,57%). Os grupos de alimentos diet/light mais consumidos foram, em ordem decrescente, chás, refrigerantes, shakes/substitutos de refeições, queijos, biscoitos salgados, iogurtes/bebidas lácteas. Os alimentos com a adição de adoçantes de mesa mais consumidos foram, em ordem decrescente, café com leite, café, suco, leite, refresco, vitamina (leite com frutas) e iogurte. **Conclusões/Considerações.** Quase 10% da população brasileira consumiu pelo menos uma fonte de alimentos diet/light e adoçantes de mesa, sendo mais intenso em mulheres, idosos e pessoas com maior renda. Estes grupos também são aqueles que mais procuram por serviços de saúde e demonstram maior preocupação com a alimentação. Sobretudo, é necessário revisar as recomendações de consumo desses alimentos, considerando seus potenciais efeitos negativos à saúde.

Palavras-chave: diet; light; adoçantes de mesa; consumo alimentar.

