



B BETTER TASTE *in older age*

Investigación para evaluar la mejora de la agradabilidad gustativa en la alimentación de adultos mayores, mediante la incorporación de un aroma alimentario.

índice

1. SERUNION

2. AGRADECIMIENTOS

3. DATOS GENERALES

4. INTRODUCCIÓN

5. FASES DEL ESTUDIO BETTER TASTE IN OLDER AGE

Fase 1: Valldoreix en Barcelona

Fase 2: Perpetuo Socorro en Madrid

Fase 3: Roca i Pi en Barcelona

Fase 4: Roca i Pi en Barcelona y Puente Viesgo en Cantabria
+ Focus Group

6. CONCLUSIONES GENERALES

7. GLOSARIO

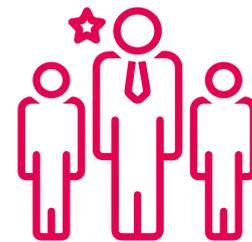
1. SERUNION

Serunion es la compañía líder en el sector de la restauración de colectivos en España que cuida de las personas en todas las etapas de su vida, promoviendo una alimentación saludable, actuando de forma sostenible, responsable y cuidando del planeta.

Tras más de 30 años en el mercado, es una de las compañías líderes con más del 24% de cuota de mercado. Actualmente ofrece un servicio cercano y personalizado gracias a su red formada por 23 oficinas, 7 delegaciones de vending y 15 cocinas centrales repartidas por toda España.

La compañía opera en áreas tan diversas como la educación, empresas, sanidad, residencias de la tercera edad, vending y catering de autor bajo la marca Singularis.

Está presente en todas ellas a través de sus diferentes divisiones:



Junto a su apuesta por la calidad y la innovación, Serunion se compromete a avanzar en el desarrollo sostenible a través de su programa Positive Foodprint Plan y de acuerdo con cuatro Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas:



SALUD Y BIENESTAR



HAMBRE CERO



**PRODUCCIÓN Y
CONSUMO RESPONSABLES**



**TRABAJO DECENTE Y
CRECIMIENTO ECONÓMICO**



498.000

Menús al día

3.050

Centros de restauración.

20.700

Colaboradores distribuidos entre todos sus centros, convirtiéndose en una de las principales empresas empleadoras del país:

Desde 2003, pertenece a la multinacional francesa Elior, líder mundial en restauración, servicios y concesiones, que opera en 15 países.



B BETTER TASTE
in older age

serunion©

2. AGRADECIMIENTOS

El desarrollo del estudio 'Better taste in older age' ha sido posible gracias a los codirectores de la investigación, el Dr. Pere Navalles, doctor en comunicación por la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB); y el Dr. Saül Martínez-Horta, neuropsicólogo en Unidad de Trastornos de Movimiento – Hospital de la Santa Creu i Sant Pau en Barcelona; a los participantes de Hospital Sant Pau, de Laboratorios Lucta y de la UAB.

También agradecer de manera especial a los voluntarios y voluntarias de todas las residencias que han participado en el estudio y las pruebas llevadas a cabo: Jardins de Valldoreix y Roca i Pi (ambas en Barcelona), Perpetuo Socorro (Madrid) y Puente Viesgo (Cantabria). También a sus respectivos directores y trabajadores de los centros; a las cuidadoras de las residencias Roca i Pi y Puente Viesgo por la participación en el estudio y Focus Group realizado en Barcelona; y a todo el personal técnico de los centros y el propio para la realización de la investigación.

Finalmente, agradecer también a la dirección comercial, marketing y comunicación de Serunion, por su orientación y participación en la investigación; y por seguir apostando por la innovación, tanto en la empresa como en la sociedad desde el punto de vista de la alimentación.

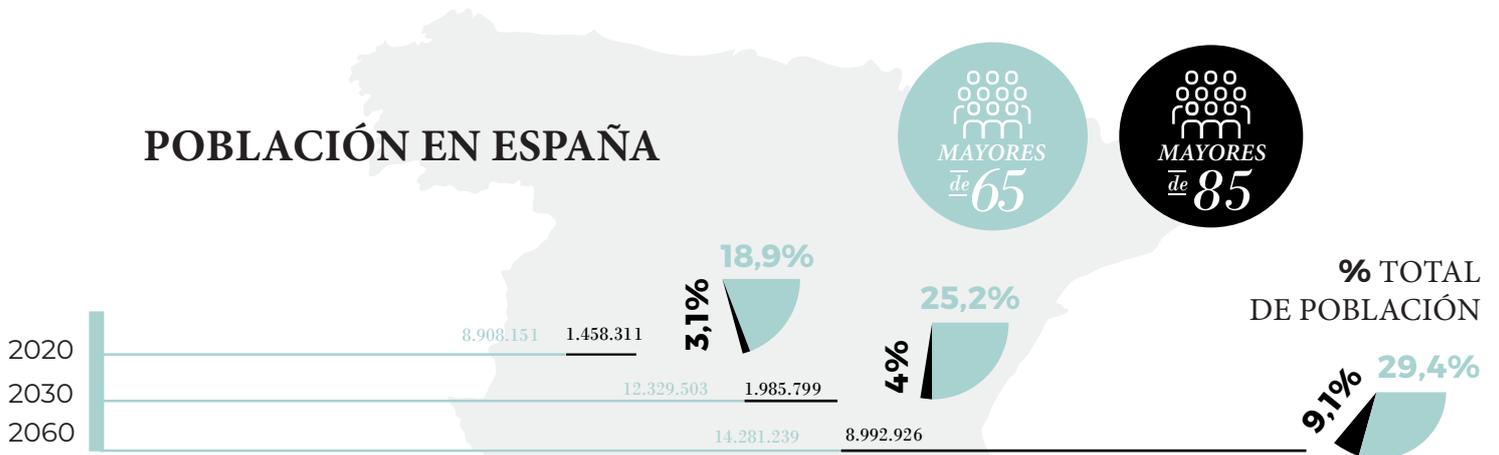
Antoni Llorens,
Presidente y Director general de Serunion

B

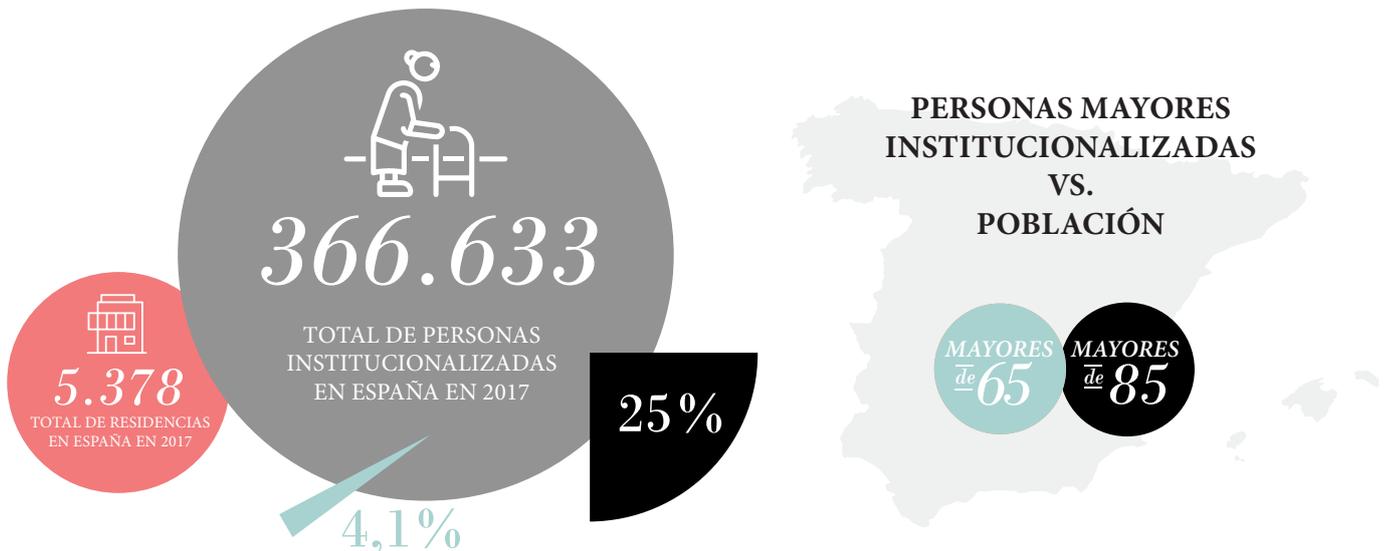
BETTER TASTE
in older age



3. DATOS GENERALES



Datos procedentes del Instituto Nacional de Estadística (INE).



²Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC). Centro de Ciencias Humanas y Sociales (CCHS). Envejecimiento en red.

³MSD

⁴Grupo IMQ (Iguatorial Médico Quirúrgico). Datos de 2019.

B BETTER TASTE
in older age



serunion©

4. INTRODUCCIÓN

El momento de las comidas es importante para las personas mayores, especialmente aquellas que se encuentran en residencias geriátricas. Sin embargo, el 90% de los pacientes mayores de 80 años presenta alteraciones del apetito por factores fisiológicos, generando en muchas ocasiones situaciones de inapetencia.

La reducción en el consumo de alimentos tiene un impacto significativo en la salud y el bienestar de esta población, junto con recursos médicos, psicológicos y relacionados con la atención de esta población.

Se ha demostrado que el olor y el sabor de los alimentos tienen un impacto significativo en el apetito y provoca en la persona mayor una menor apreciación de los alimentos, ingesta y peor estado nutricional⁵.



‘Better taste in older age’

Aborda la incorporación de un aroma alimentario para mejorar la experiencia gustativa de este sector de la población. La investigación se presenta como un resultado de interés para ofrecer una respuesta que palie los efectos negativos que provoca la falta de saborización de las comidas, frustración, desgana y, en último extremo, inapetencia. A esta realidad se suma la obligación de las cuidadoras a prestar una atención más exhaustiva en la asistencia a los residentes en el momento de la comida, sobre todo cuando son dependientes, con el consecuente desgaste que supone para ambas partes.

Asimismo, la mejora de la percepción gustativa facilita el proceso entre cuidador y la persona mayor para una mejor satisfacción por la comida, en un momento vital en el que es más difícil disfrutar del placer sensorial.

Como se mostrarán en los resultados del estudio, la administración de un aroma alimentario inocuo mezclado en la comida hace aumentar la saborización, ofreciendo una experiencia gustativa más completa.

⁵ Cain et al.1990; Palumerri & Galizzi, 1992; Duffy et al 1995; Griep et al.1996.

5. ESTUDIO 'BETTER TASTE IN OLDER AGE'

Objetivo

Mejorar la agradabilidad gustativa en la comida de personas mayores mediante la incorporación de un aroma alimentario y un aroma en el ambiente.

Participación al estudio

CODIRECTORES DEL ESTUDIO:

Dr. Pere Navalles, doctor en comunicación por la **Universidad Autónoma de Barcelona (UAB)** y **Dr. Saül Martínez-Horta**, neuropsicólogo en Unidad de Trastornos de Movimiento – Hospital de la Santa Creu i Sant Pau en Barcelona.



COLABORACIÓN DE:

Carlos Ibáñez Pueyo y Núria Garcia-Gil (Laboratorios Lucta, aromas y fragancias)
Mauricio López-Chacón (Hospital Clínic Barcelona)
Mireya Sánchez Martínez (Serunion); Jordi Arnau Martín, Anna Casals López, Gabriel Lluesma Tarín.



Objetivo de Serunion

La división de Serunion Social trabaja con **el colectivo de la tercera edad** que vive en residencias. En el año 2018 surgió la oportunidad de **realizar un estudio** para intentar mejorar la satisfacción de aquellas personas que por un motivo u otro ya no disfrutaban a la hora de la comida.

Serunion busca **ofrecer soluciones** para combatir los efectos negativos que provoca la falta de saborización de la comida, la frustración, la desgana y/o la inapetencia, de manera que el comensal experimente una mejora gustativa, así como una mejora cualitativa entre el cuidador, el residente y el familiar.

Con este objetivo, Serunion se puso en contacto con el equipo antes mencionado para llevar a cabo un estudio sobre **la mejora de la agradabilidad de la comida** en personas de la tercera edad en residencias geriátricas cuya capacidad olfativa se hubiera visto disminuida por la edad, produciendo un efecto de falta de saborización de la comida que comportase otras conductas no deseadas.

B BETTER TASTE
in older age



La muestra de la investigación



En el estudio participaron inicialmente un total de **150 voluntarios** de la residencia geriátricas de Jardins de Valldoreix y otros tantos de Roca y Pi (Barcelona), Perpetuo Socorro (Madrid) y Puente Viesgo (Cantabria). Dada la complejidad de encontrar sujetos de estudio que reúnan los criterios de inclusión y exclusión determinados como necesarios, la muestra final fue de alrededor **30 personas** mayores.

Los criterios de exclusión se basaron en una puntuación inferior a <27 en el Mini examen del estado mental (MMSE), valorando un IMC > 30, antecedentes actuales de trastorno depresivo mayor, esquizofrenia u otras formas de psicosis, estar bajo tratamiento farmacológico para la depresión o con medicación antipsicótica, y antecedentes del desorden alimenticio.

Todos los procedimientos usados en el estudio se ajustaron a los estándares de la Junta de Revisión Ética local del Hospital Sant Pau de Barcelona y con la declaración de Helsinki del 1964 y sus posteriores modificaciones. Se obtuvo el consentimiento informado de todos los individuos participantes. Por tanto, los resultados obtenidos son 100% fiables.

Cabe destacar que el estudio es completamente inocuo para los sujetos participantes y no requiere de ninguna precaución adicional a las propias del centro ni las habituales en gerontología. Asimismo, se ha preservado la confidencialidad en la identidad de todos los sujetos participantes al estudio y estos han sido informados de que podían abandonar su participación en cualquier momento.

Tipos de aroma aplicados durante el estudio

El estudio analiza la mejora de la experiencia gustativa de las comidas a través de dos tipos de aroma



EL AROMA ALIMENTARIO



EL AROMA EN EL AMBIENTE

Aroma alimentario

El aroma alimentario aplicado durante la investigación ha sido seleccionado y elaborado por Laboratorios Lucta. La participación de la Unidad de Innovación Aromas en el proyecto ha incluido las siguientes tareas:

- Selección del aroma Luctaroma de carne 47942A. Este aroma es en base aceite de girasol.
- Generación (pesada) del aroma seleccionado.
- Ensayos laboratoriales y catas para la valoración del efecto del aroma sobre las distintas elaboraciones culinarias y determinación del método de aplicación del aroma.



Para la aromatización de las distintas elaboraciones culinarias con formato basal o Facile à Manger, la aplicación del aroma con espray mediante el pulverizador para aceite Misto de la marca Kitchen Craft fue la más apropiada frente a la aplicación con pincel de silicona por las siguientes razones:

- Permite pulverizar el aroma sobre toda la superficie, lo que ayuda a que la distribución del aroma sea más homogénea.
- Permite aromatizar todas las zonas superficiales con facilidad, lo que incrementa la probabilidad de que el usuario tenga una porción de superficie aromatizada en cada bocado.
- No implica contacto, por lo que garantiza la integridad del formato.
- Protege al aroma de la luz y del oxígeno reduciendo así la oxidación del aceite y, por consiguiente, manteniendo por más tiempo el perfil aromático propio del aroma.

El logro del aroma alimentario está en haber conseguido un aroma inocuo (de carne asada en base a aceite de girasol) que potencie el sabor de los alimentos sin necesidad de recurrir a la adición de cloruro de sodio, NaCl, ni glutamato monosódico, GMS, todos ellos desaconsejados en las dietas alimentarias, especialmente en grupos de población de edad avanzada.

De este modo, el aroma aplicado en el estudio permite mejorar la agradabilidad de las personas sin provocarles daños colaterales que puedan provocar otros aditivos potenciadores.

Aroma ambiente

Los adultos mayores pierden gradualmente, la función olfativa, en gran medida responsable de la percepción del sabor. El olfato aporta mayoritariamente el sabor de los alimentos, mucho más de lo que influye el gusto y juntamente con el tacto, e incluso el oído y la vista, dando como resultado la saborización placentera de los alimentos.

- Los alimentos parecen insípidos
- Aumenta la inapetencia y la desnutrición
- Mayor carga de trabajo para las cuidadoras



El olfato es importante en la población de adultos mayores. En estudios previos se ha visto que, por medio del olor, este sector de la población tiene la capacidad de percibir el 83%; de memoria olfativa el 51%, y de identificación forzada el 33%. La vinculación del olfato con el sistema límbico y las emociones hace que el aroma evoque recuerdos motivadores en todas las edades.

Para el estudio '**Better taste in older age**', nuevamente se ha contado con la participación de Laboratorios Lucta para aplicar un aroma de pan tostado con mantequilla, que actúa como preparación psicológica previa a la comida, abriendo la apetencia, mejorando el estado de ánimo en general y la auto percepción de mejora física en adultos mayores que viven en residencias geriátricas. La potencia de la llamada aromática del pan actúa sobre la voluntad de las personas y **mejora su auto valoración de estado mental y físico**.

La administración del aroma ambiente en el estudio se ha realizado por medio de difusores que automáticamente aromatizan el entorno cada 3 minutos. El proceso debe iniciarse 20 minutos antes de la comida o de la cena, en los espacios en los que se encuentran los adultos mayores, quienes van percibiendo gradualmente el aroma en un umbral adecuado, no excesivo, consiguiendo así varios **efectos positivos**.

La misma intervención hace que mejoren los resultados de quien percibe el aroma y en menor grado, de aquellos que no lo perciben.



PRIMERA FASE DEL ESTUDIO

JARDINS DE VALLDOREIX
(BARCELONA)

INTRODUCCIÓN

Tras aplicar los criterios de inclusión y exclusión antes mencionados, en la primera fase del estudio participaron un total de

9 personas de entre 83 y 97

años procedentes de la residencia geriátrica de Jardins de Valldoreix (Barcelona), uno de los centros gestionados por Serunion.

Se añadió el aroma alimentario totalmente inocuo en la comida habitual de las personas mayores seleccionadas, observando una mejor agradabilidad cuando el aroma estaba presente. Asimismo, mediante métodos complementarios, como el eye tracking, se comprobó qué elemento del plato llamaba más la atención, con la variable del color de los platos y los manteles.

Esta primera fase tuvo una duración de dos semanas, entre la selección de datos y los 4 días consecutivos en los que se realizó la prueba cada semana.

Tras los primeros resultados, se puso en marcha una segunda fase en la que se observó que el aroma de pan tostado en el aire, previamente elegido y aplicado en el ambiente minutos antes de comer les resultaba agradable y provocaba recuerdos emocionales asociados.

Los resultados validaron la hipótesis de que un aroma alimentario produce una mejor agradabilidad en las comidas de las personas mayores que viven en residencias geriátricas.

DESARROLLO

Los participantes fueron asignados al azar a un grupo de estudio que recibió la comida con el aroma alimentario durante la primera o la segunda semana. Al ser un estudio cruzado, todos los participantes recibieron la comida con aroma durante dicho periodo.

En colaboración con el departamento de dietética de Serunion y especialistas en aromas de Laboratorios Lucta, se determinaron los platos del menú basal de la residencia en los que incorporar el aroma, teniendo en cuenta su naturaleza, los procedimientos de cocción y de temperatura y su forma de presentación.



De 15 posibles platos, se optó por la crema de marisco y la hamburguesa con puré de patatas.



Su manipulación se produjo directamente en la cocina del centro. La correcta administración de los aromas es fundamental ya que existe un umbral de percepción hasta alcanzar la desagradabilidad cuando la intensidad es excesiva.

Antes de cada comida se realizaron entrevistas a cada participante y se clasificaron los sujetos de estudio para tener resultados fiables y profesionales. Asimismo, se realizó una olfatometría, que mide la capacidad de olfacción de los voluntarios, a cargo del Dr. López-Chacón, del Hospital Clínic, en una sala habilitada de la residencia con condiciones ambientales controladas. **Se utilizó el sistema Al BAST-24 (Barcelona Smell Test).**

Junto a la aplicación del aroma alimentario en las comidas, se aplicó en el ambiente un aroma de pan tostado, también a cargo de Laboratorios Lucta.

Se administró en el aire mediante difusores técnicos que de forma automática espolvoreaban el aroma cada 3 minutos. Esto se hizo 15 minutos antes de entrar a comer, en el espacio donde se esperan todos los residentes.

Por otro lado, para completar la investigación y conocer el nivel de conducta y el grado de atención de los participantes delante del plato de comida, se aplicó una metodología de seguimiento ocular (eye tracking). Concretamente, se incorporaron como variables el color del plato (blanco o negro) y el color del mantel (blancas o a cuadros rojos y blancos).

RESULTADOS

- ✓ Por el simple hecho de participar, los sujetos ya encontraron que todo estaba más bueno, llevase aroma o no.
- ✓ Los sujetos no consideraban que la comida fuera mala desde un inicio, así que había poco margen de mejora.
- ✓ No se observaron variaciones a variables relativas a estado de ánimo, recuerdo, etc.
- ✓ Sobre las expectativas de los sujetos, cabe destacar que la hamburguesa gustó mucho más de lo que esperaban cuando llevaba aroma. Por el contrario, donde se encontró mayor divergencia es en el pescado.
- ✓ Sobre el aroma en el ambiente, se observó que todos los que detectaron el olor indicaron que les resultaba agradable y se refirieron a recuerdos de carácter emotivo.
- ✓ Existe una aparente asociación entre cómo los sujetos califican la comida antes del estudio y cómo de buena la encuentran, a pesar de que no lleve aroma. Quienes afirmaron que ya les gustaba la hamburguesa de siempre resultaron ser quienes mejor valoraron la nueva aromatizada.
- ✓ La vinculación de la función olfativa con el sistema límbico hace que se produzca una citación de recuerdos emotivos que actúan como vivencias experimentales. Estos son altamente positivos y motivadores para todos los rangos de edad y particularmente en la tercera edad.
- ✓ En la metodología de seguimiento ocular, se realizó un mapa de calor donde se detectó la tendencia habitual de centrar la mirada al centro del espacio, en el caso de la crema de marisco y la de centrarse en la hamburguesa, desestimando la visión del puré de patatas.
- ✓ En el grupo con aroma hubo un cambio en el cómputo total: todo estaba más bueno si llevaba aroma.



SEGUNDA FASE DEL ESTUDIO

NUESTRA SEÑORA DEL
PERPETUO SOCORRO
(MADRID)

INTRODUCCIÓN

Para ampliar y reconfirmar los resultados obtenidos tras la primera fase, Serunion propuso al equipo de la investigación realizar una nueva prueba con las mismas características a la del estudio en otra residencia.

Esta segunda prueba se llevó a cabo en la residencia de Nuestra Señora del Perpetuo Socorro, en Madrid, en noviembre de 2019. Los voluntarios fueron seleccionados por los siguientes criterios de admisión al estudio: adecuada capacidad cognitiva, IMC <30, residentes de más de 3 meses del centro, sin antecedentes de depresión profunda y sin medicación que pueda interferir en la percepción olfativa y gustativa.

Tras aplicar estos criterios, participaron un total de 11 voluntarios en esta segunda fase, quienes fueron consultados sobre factores de agradabilidad de las comidas, por medio de un formulario de respuestas y escala graduada.



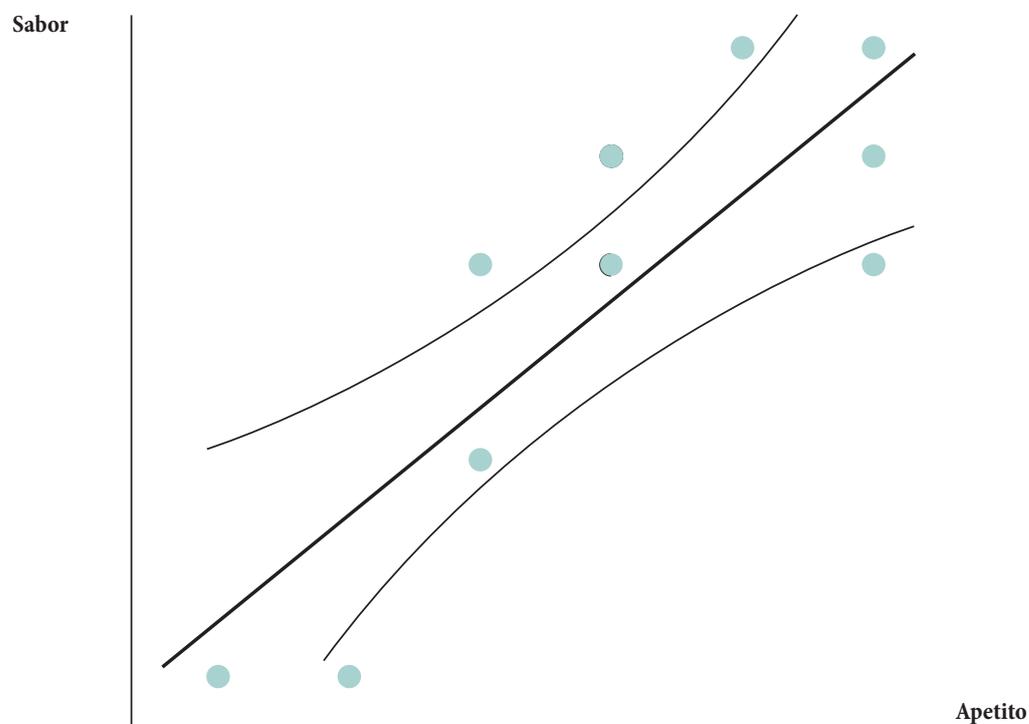
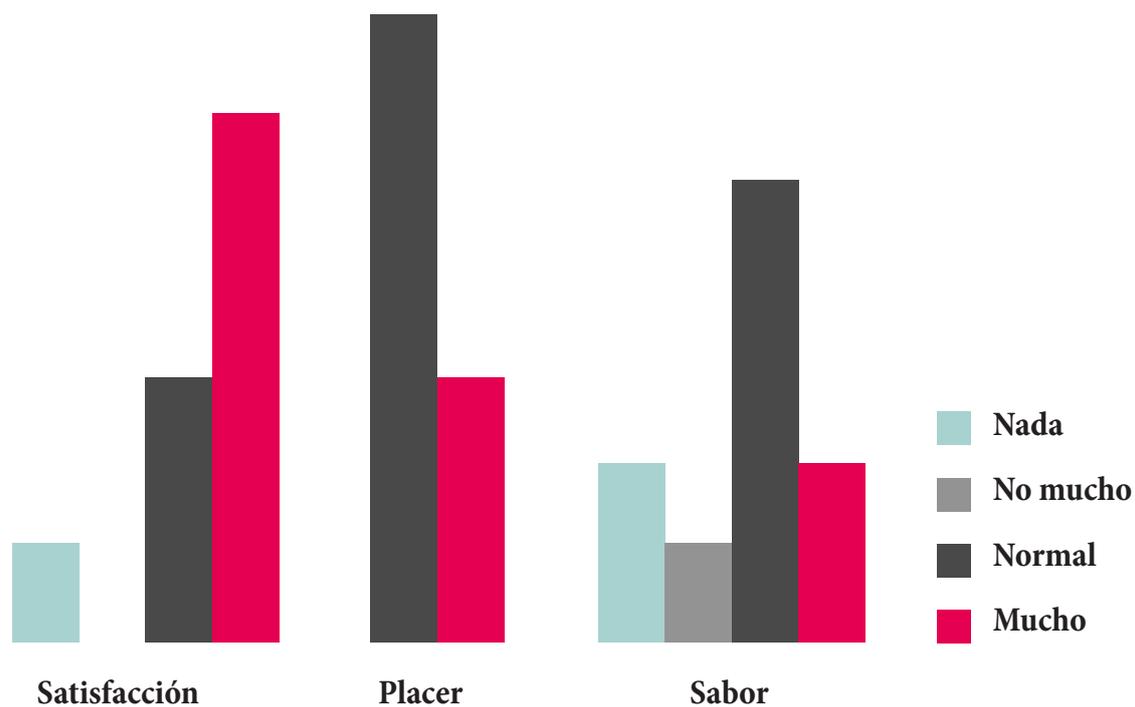
DESARROLLO

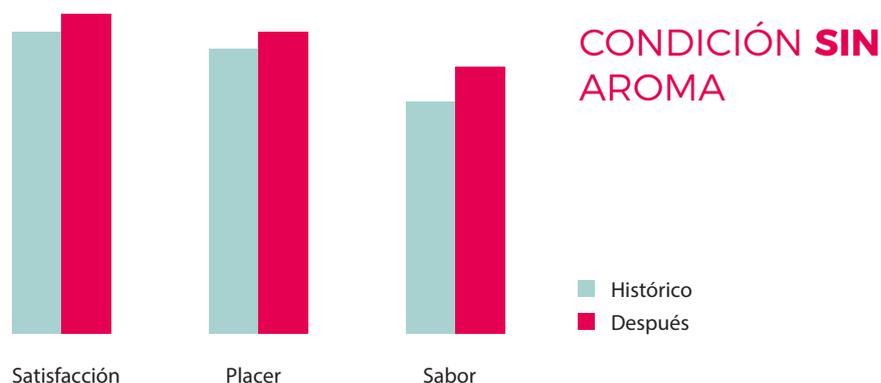
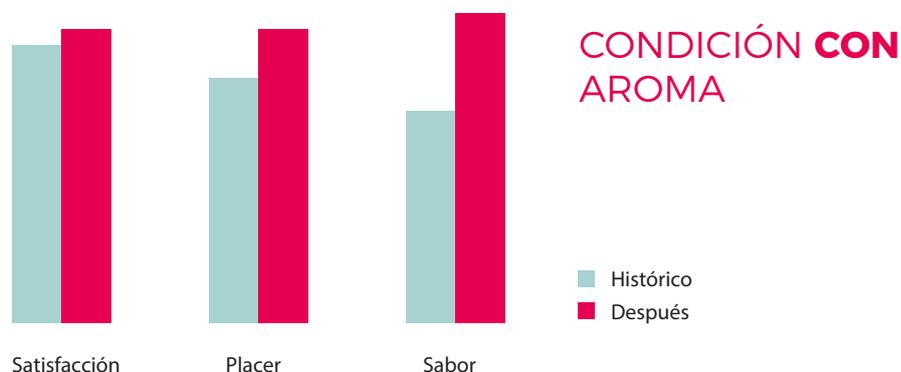
Siguiendo con el mismo procedimiento que en la primera fase, se aplicó el aroma alimentario al menú basal formado por crema de marisco como primer plato, y puré de patatas y hamburguesa como segundo plato. Se realizaron las pruebas a doble ciego, siendo el primer y tercer día con aroma, y el segundo y cuarto sin aroma. El aroma alimentario se aplicó en las horas de la comida (mediodía), siguiendo la normalidad del centro para no alterar los hábitos diarios de los participantes.

RESULTADOS

- ✓ La valoración media del grado de satisfacción, placer y sabor de las comidas recibidas se situó en el rango medio de la normalidad para satisfacción y placer y en rango intermedio para sabor.
- ✓ Cuanto más positiva es la valoración sobre el placer y el sabor, más apetito tienen antes de comer.
- ✓ Correlación significativa entre la experiencia subjetiva de placer y el sabor que recuerdan sobre lo que comen a diario y el apetito que tienen antes de empezar a comer.
- ✓ Mayor variabilidad en el % de casos con respecto a la apreciación subjetiva del sabor (30% da puntuación entre malo o no muy bueno).
- ✓ Con respecto a las valoraciones previas relativas a la satisfacción, placer y sabor se produce un cambio significativo tras la exposición al aroma alimentario a nivel de placer subjetivo reportado y sabor de la comida.
- ✓ La “ratio” de cambio entre la valoración histórica del sabor y el actual sabor correlaciona de manera significativa con el incremento positivo de la experiencia subjetiva después de comer.
- ✓ En la fase de no exposición al aroma no se detectan cambios significativos con respecto a las valoraciones previas.







✓ La valoración media de las comidas es eminentemente normal, con cerca de un 30% de los casos evaluando el sabor como malo o regular.

✓ En la muestra estudiada existe una clara relación entre sabor y el apetito de los participantes. De manera histórica, el sabor se ha integrado como característica de los alimentos que se consumen en la residencia.

✓ Solo cuando se emplea un aroma existe un cambio positivo y significativo entre el grado de satisfacción, placer y sabor construido a lo largo del periodo de institucionalización y la satisfacción, placer y sabor real percibido tras las comidas.

✓ Tal es así, que en el 100% de los casos donde se evaluó el sabor como malo o regular (el 30%), la valoración pasó a buena o muy buena una vez aplicado el aroma.

✓ Cuanto mayor es la distancia entre cómo perciben y cuál ha sido la experiencia, más positiva resulta la experiencia subjetiva después de comer.



TERCERA FASE DEL ESTUDIO

ROCA I PI
(BARCELONA)

PUENTE VIESGO
(CANTABRIA)

INTRODUCCIÓN

Tras confirmar la relación entre el aroma alimentario y la agradabilidad de los alimentos en menú basal, Serunion puso en marcha una tercera fase enfocada a obtener los mismos resultados, pero en este caso, aplicando el aroma alimentario en otro ámbito a la comida basal: **la técnica del *Facile à Manger***.

Se trata de la comida texturizada de Serunion dirigida a aquellas personas que presentan dificultades para masticar y/o deglutir, pero que todavía no es necesario que coman triturado.

En este punto, cabe destacar la dificultad que supone seleccionar una muestra de personas que reúnan las características necesarias para desarrollar esta fase del estudio. Al estudiar el perfil de los posibles participantes, se observó un deterioro cognitivo elevado, por lo que se decidió incorporar a las cuidadoras y contar con su participación para que fueran ellos los que contestaran un formulario expresamente elaborado para la ocasión, teniendo en cuenta su experiencia y conocimiento a la hora de asistir a este colectivo tan vulnerable.

Esta fase se realizó desde finales de octubre a principios de noviembre de 2019 y se llevó a cabo en las residencias Roca i Pi de Barcelona y Puente Viesgo de Cantabria.

La prueba se realizó en ambos centros a través de una prueba doble ciego. La selección de los usuarios se hizo juntamente con las residencias para seleccionar los que ya de por sí comían ***Facile à Manger*** en el centro, de modo que en total participaron 11 personas mayores y 6 cuidadores de ambas residencias.



DESARROLLO

En esta fase se aplicó el aroma alimentario en un menú ***Facile à Manger*** compuesto por dos platos de segundo

PLATO A
Lentejas
estofadas

PLATO B
Tenera a
la jardinera

Eligiendo de primero una ensalada o una sopa o una crema, según las costumbres de los participantes. Estos dos platos se mantuvieron durante los cuatro días en los que se realizó la prueba, combinándose entre sí.

Asimismo, se intercaló la aplicación el aroma según el día y el plato, de modo que:



Al aplicar el aroma alimentario desde las cocinas de los centros, el cuidador desconocía en qué día se servía un menú con el aroma incorporado para no condicionar los resultados. Una vez el usuario acababa de comer, el cuidador contestaba el cuestionario proporcionado sobre el estado de ánimo y físico del adulto mayor.

Esta fase se complementó con la organización de un **Focus Group** formado por cuidadores en Barcelona, que se realizó a la semana siguiente de la prueba en los centros para contrastar observaciones y resultados obtenidos. El encuentro fue coordinado por el **Dr. Pere Soler** y contó con la asistencia de las cuidadoras encargados de contestar las encuestas durante la fase del estudio.

RESULTADOS DEL FOCUS GROUP



Las cuidadoras están de acuerdo en que este intento es bueno, “Se está trabajando para renovar”, “Se sale de la rutina del día a día”, “Es positivo para el hospital o centro”. Su convencimiento se sintetiza con la frase “Se puede mejorar el proceso de alimentación”.



Están en representación de otras personas que colaboran con ellas y que serán informadas de las conclusiones que salgan tras la reunión, implicando incluso a la dirección de los centros.



Sobre el sabor, las cuidadoras reafirman los beneficios positivos de los que sí pueden manifestarlo, “El menú con saborizante les estimula más el apetito”, “Con aroma se come mejor”. El grupo de cuidadores está convencido que el sabor ayuda.



Sobre el color, las cuidadoras manifiestan que el tono y el color influye en la percepción del usuario, aunque esta afirmación entra en contradicción con el dictamen del especialista en neurología, quien considera que a mayor deterioro cognitivo menor es la importancia del estímulo en cuanto a forma y/o color.



Sobre el aroma, algunos cuidadores consideran que “También el olor puede ayudar”, por lo que dan importancia al olor penetrante del café de cada mañana en el desayuno, y lo presentan como un aliciente o un estímulo para el consumo de cualquier alimento o bebida.



La familia es un punto importante para las cuidadoras, quienes consideran que el familiar del residente percibe “el deterioro en su estado de salud [de la persona mayor] y que en algunos casos entienden que su familiar va de bajada”. Ante este punto, las cuidadoras afirman, “intentamos que los familiares prueben la comida”.



El grupo valora los esfuerzos de esta investigación.

CUARTA FASE DEL ESTUDIO

ROCA I PI
(BARCELONA)

INTRODUCCIÓN

Tras reconfirmar nuevamente la hipótesis de una mayor agradabilidad con el aroma alimentario, Serunion quiso realizar una nueva prueba enfocada a reconfirmar el uso del aroma ambiente como factor clave en el apetito de las personas mayores en residencias geriátricas. Para esta fase se cogió como centro de estudio la residencia

Roca i Pi de Barcelona.



DESARROLLO

Antes de iniciar esta fase, se analizó el lugar de acceso a los comedores, donde los residentes se esperan antes de entrar a comer. Dadas las características del espacio, con techos muy altos, los especialistas concluyeron que la mejor metodología a seguir consiste en la aplicación del aroma a través de difusores colocados encima de las salidas de ventilación, de manera que al 'espraiar' el aroma, este se disperse por el ambiente. La prueba se realizó durante un día.

20 minutos antes de la comida, los difusores empezaron 'espraiar' el ambiente, con una periodicidad de 3 minutos, de manera que los usuarios percibieran el aroma de manera gradual.



RESULTADOS

Tras realizar la prueba en el centro se reconfirma que el aroma ambiente, aplicado un tiempo antes en la zona de accesos de los comedores, contribuye a mejorar el apetito de las personas mayores en residencias. Concretamente, todos los participantes que detectaron el olor a pan tostado en el aire indicaron que les resulta agradable y muchos de ellos tuvieron recuerdos emotivos. Así pues, los resultados trascienden la agradabilidad gustativa de las comidas.

B BETTER TASTE
in older age



6. CONCLUSIONES GENERALES

- ✓ La práctica totalidad de los encuestados notan mejor sabor de los alimentos cuando hay un aroma.
- ✓ El uso de un aroma supone una mejor percepción en el bienestar físico y emocional de las personas mayores al mejorar la experiencia alimentaria.
- ✓ El nivel de satisfacción previa de los adultos mayores de las comidas que ofrece Serunion en los centros (residencias), es bueno.
- ✓ Las expectativas por parte de los adultos mayores sobre cómo mejorar la intervención a realizar, son altas.
- ✓ La intervención misma hace que aumente la percepción de satisfacción y la agradabilidad de las comidas, incluso cuando no hay aroma. Cuando hay aroma, dicha percepción de satisfacción y agradabilidad aumenta más.
- ✓ Ninguna persona mayor ha rechazado el sabor del aroma alimentario.
- ✓ El aroma alimentario ha demostrado ser eficaz independientemente de la presentación de alimento en estado basal o Facile à Manger.
- ✓ Las cuidadoras son una parte fundamental para mejorar la percepción y estado de ánimo del adulto mayor institucionalizado.
- ✓ Las cuidadoras participantes en el estudio agradecen la dedicación de recursos a la investigación de población dependiente, de este segmento de edad.
- ✓ Las cuidadoras consideran que el aroma alimentario puede ayudar a ganar un mejor sabor de los alimentos y facilitar la ingesta de alimentos de los adultos mayores.
- ✓ Las cuidadoras consideran estudiar también forma y color, en los alimentos para adultos mayores institucionalizados.
- ✓ La dificultad de intervención sobre una población especialmente vulnerable, así como criterios de exclusión estrictos, hace que el tamaño de la muestra sea necesariamente pequeña.
- ✓ Solo el 15 % de la población de adultos mayores institucionalizados en los centros de estudio, supera los criterios de inclusión.

Por todo lo anteriormente expuesto, podemos concluir que:

-  Del resultado del proyecto 'Better taste in older age' se constata que la administración de un aroma alimentario inocuo en la comida se consigue aumentar la saborización, ofreciendo así una mejora en la experiencia gustativa.
-  El uso de un aroma alimentario tiene efectos positivos sobre múltiples variables incluso cuando la percepción del menú basal y la experiencia durante las comidas es normal.
-  El estudio evidencia que algunos aromas alimentarios se pueden utilizar en residencias geriátricas para mejorar el comportamiento alimentario, la experiencia subjetiva, el sabor y, por último, el estado de salud de los residentes.
-  Los datos recogidos en ambos estudios refuerzan la posibilidad de mejorar la percepción subjetiva de bienestar físico y emocional a través de mejorar la experiencia alimentaria empleando un aroma.
-  Los resultados obtenidos ayudan a mejorar la sensación de sabor en las comidas y podrán ser aplicados a otros centros de geriatría y en general en la alimentación para personas de edad avanzada.
-  El uso de aromas alimentarios aparece como una opción razonable a tener en cuenta en las comidas elaboradas en centros de geriatría y en general en la alimentación para personas de edad avanzada, que ayuden a mejorar el comportamiento alimentario de este sector de la población y en consecuencia su estado de salud y calidad de vida.

PRÓXIMOS PASOS



Después de este estudio, Serunion Vitae quiere presentar esta alternativa a sus clientes de forma que se pueda aplicar en las residencias donde actualmente la compañía está presente y ayudar a aumentar el nivel de satisfacción de las personas mayores que se encuentran en residencias geriátricas.

B

BETTER TASTE
in older age



serunion©

7. GLOSARIO

AROMA ALIMENTARIO:

Son sustancias que se añaden a los alimentos para darles olor o modificar el olor o sabor que tienen. Se usan normalmente durante la producción de alimentos porque los procesos utilizados suelen modificar sus características organolépticas.

AROMA EN EL AMBIENTE:

técnica de estimulación capaz de reavivar recuerdos y emociones vividas. Los aromas transmiten unos valores y provocan reacciones en el consumidor, dando lugar a recuerdos que pueden tener olvidados.

EYE TRACK:

tecnología de seguimiento ocular que permite conocer los comportamientos visuales de una persona ante lo que se le presenta delante. Mediante la tecnología que emplea, se puede extraer información del usuario analizando sus movimientos oculares.

ESTUDIO OLFACAT:

establece los principales factores de riesgo para la anosmia (pérdida total del sentido del olfato) y la hiposmia (pérdida parcial del olfato). Con más de 10.000 participantes, se trata del mayor estudio europeo sobre el sentido del olfato en la población general.

DIETA BASAL:

se trata de la alimentación común que llevamos a diario, siempre teniendo en cuenta que cumpla con las necesidades de nutrientes y calorías estimadas para cada persona

COMIDA TEXTURIZADA:

la texturización es una técnica que permite dar a los alimentos una consistencia segura y atractiva para las personas con disfagia. Así, una dieta texturizada ayuda a conseguir una alimentación adaptada a la capacidad individual de cada paciente y a facilitar una ingesta más completa.

COMIDA FACILE À MANGER:

es una técnica de preparación de los alimentos especialmente creada por Serunion para las personas que tienen dificultades para masticar y deglutir, pero sin perder su sabor ni su valor nutricional.

DETERIORO COGNITIVO:

es el declive de las funciones cognitivas, ya sea debido a las alteraciones atribuibles al proceso fisiológico del envejecimiento o debido a otros factores.

AROMA INOCUO:

que no es dañino para la salud de las personas.

SISTEMA BAST 24:

el Barcelona Smell Test 24 es una prueba olfativa que consta de 24 olores que puntúan la detección, identificación y elección forzada de olores. Se trata de un método bueno y confiable para probar la función olfativa en la práctica clínica.

B

BETTER TASTE
in older age

serunion®