

[PAGINA DE INICIO?](#)

[AÑADIR A FAVORITOS](#)

[INICIO](#)

[PUBLICIDAD](#)

[BUSCAR](#)

[CONTACTO](#)

## SECCIONES

[Agenda](#)

[Coyuntura](#)

[Distribución](#)

[Empresas](#)

[Vinos y licores](#)

[Equipamiento](#)

[Logística](#)

[Nombramientos](#)

[Novedades](#)

[Bebidas](#)

[Food](#)

[Non Food](#)

[Premios](#)

[Marketing y promociones](#)

[Monográficos](#)

[Opinión](#)

## Novedades: food

### Las cañitas mágicas Sipahh dan sabor a la leche

Marzo 2008

Unistraw, multinacional con sede en Australia, ha presentado en España las cañitas mágicas Sipahh que dan sabor a la leche. Después del éxito obtenido en países como Estados Unidos, Francia, Alemania, Brasil, Reino Unido y Australia, llega a nuestro país Sipahh, una cañita rellena de pequeñas bolitas de sabor que se disuelven al pasar la leche. Un producto innovador y revolucionario que motiva de una forma sana y divertida el consumo diario de leche en los niños.

Simplemente sumergiendo Sipahh en leche natural, templada o fría y sorbiendo, se produce, como por arte de magia, el cambio de sabor, según sea el contenido de la cañita: Fresa, Chocolate, Cookies&Cream y Choc Banana...los cuatro sabores protagonistas, en este primer paso de lanzamiento de la marca.

Las cañitas mágicas Sipahh están disponibles en las principales cadenas de supermercados nacionales en packs multisabores de 4 y 25 unidades y de un único sabor en packs de 8 unidades.

Informes de la Asociación Española de Pediatría demuestran que, desde el nacimiento hasta aproximadamente los 11 años en las niñas y los 13 años en los niños, su altura aumenta entre 5 y 6 centímetros por año. Este crecimiento implica numerosos cambios físicos, como el desarrollo de la masa muscular, ósea, cerebral, etc. Los productos de primer nivel, en especial la leche, juegan un papel fundamental en la contribución alimenticia. Según las conclusiones del VI Congreso de la Sociedad española de Nutrición Comunitaria, SENC (2004): "El consumo de lácteos es deficiente en el 35% de los niños. Es importante la recomendación general de consumir de 3 a 4 raciones diarias de leche".

Con menos de 14Kcal por cañita, Sipahh tiene entre 5 y 6 veces menos calorías que una dosis media (20 g) del clásico polvo que chocolatea la leche, además de no tener problemas de grumos, ni suciedad alrededor del vaso ni en la cuchara. Sipahh es limpio, ordenado y la porción justa para un vaso de leche de unos 250ml. El nombre Sipahh viene de la unión de las palabras Sip (Sorber en inglés) y Ah (Ay que bueno!) en cualquier idioma.

Cada cañita contiene el equivalente a 1/2 cucharadita de azúcar. Por tanto, un vaso de leche con Sipahh tiene menos azúcar que un refresco tradicional. Sipahh sólo contiene colorantes naturales, sin conservantes ni sabores artificiales.

Un vaso de leche de 250ml tomado con Sipahh proporciona: Proteínas necesarias para el crecimiento y desarrollo óptimo, el 40% del calcio diario recomendado para conseguir unos huesos fuertes y sanos y un 30% de la

## Publicidad



**VITALICIO**  
SEGUROS

**José M<sup>a</sup> de Castro Gutiérrez**  
Agente de Seguros / Registro 8121  
Tel.- 629 115 037  
jmcastrog@mediadoresvitalicio.es

riboflavina (vitamina B2) diaria recomendada, responsable de la transformación de los alimentos en energía.

La idea de Sipahh surgió hace unos diez años. Peter Baron, un ingeniero australiano ganador del Australian Design Award, quedó sorprendido al averiguar que la leche saborizada era 3 veces más cara que la normal y que no había muchas más opciones de bebidas sanas para sus nietos. Además era un lío preparar la leche para ellos. Con sus nietos y la leche en mente, decidió crear una alternativa divertida, práctica, rápida y con poco azúcar. Ese fue el primer paso a una invención que años más tarde revolucionaría el consumo de leche en muchos países del mundo.

Según Frederic Santoro, director de FS Innova, empresa responsable de la llegada de Sipahh a España, "en Australia se vendieron más de 22 millones de cañitas el primer año y 27 millones el segundo y además se incrementaron en 38% las ventas de su categoría en los supermercados del país. Casos muy similares han tenido lugar en Estados Unidos, Sudáfrica, Francia, Alemania e Italia y más recientemente en Brasil.

Las cañitas mágicas Sipahh ya se han lanzado en más de 60 países; a finales de 2008 estarán presentes en más de 100 países.

Sipahh ha obtenido numerosos premios como: Fine Food 2005 Australia, FMI Show 2006 (USA), ISM 2006 y ANUGA 2005 (Alemania), Australian Institute of Food Science and Technology 2006, o el premio "Entrepreneur of the Year" por Ernst & Young Eastern Region, otorgado al CEO de Unistraw, Martin Chimes.

## Cañitas mágicas de Sipahh

Cañas rellenas de pequeñas bolitas de tapioca con sabor que se disuelven al pasar la leche. Sólo con sumergir la cañita en leche, templada o fría, se puede disfrutar de leche con sabor a fresa, chocolate, choc banana y cookies&cream, los cuatro sabores elegidos por la multinacional austriaca Unistraw para el lanzamiento de la marca en España.

Este producto está disponible en packs multisabores de cuatro y 25 unidades y de un único sabor en packs de ocho unidades.

