



Sipahh hace divertida la leche



La australiana Unistraw presentó en la pasada edición de Alimentaria unas cañitas que cambian el gusto de la leche y que proponen una revolución en los hábitos alimentación de los más pequeños de la casa.

Por Josep Lluís Silva

1 de Abril de 2008

Desde lo más remoto de Oceanía, han llegado las cañas [Sipahh](#) para endulzar uno de los peores momentos del día para los niños: la hora en la que tienen que afrontar el reto de beberse el vaso de leche que le preparan sus padres.



Son unas pajitas rellenas de bolitas de sabor que se disuelven al pasar la leche y, como por arte de magia, transforman el insulso gusto de la leche en un delicioso batido de chocolate, de fresa, crema de galletas (Cookies & Cream) o plátano con chocolate (ChocBanana).

[Unistraw](#) ha asegurado que las cañitas son un invento muy positivo para combatir la obesidad infantil, porque es un alimento atractivo para los niños, pero bueno para los padres, ya que sus hijos sólo reciben 12 calorías, mientras que el típico polvo de cacao que se disuelve en la leche aporta 20 calorías y un clásico batido de cacao, 77. Además, sus niños no dejan de obtener todas las propiedades nutricionales de la leche.

No obstante, la empresa ha remarcado que el producto no viene a sustituir ningún otro artículo, sino lo que persigue es ampliar el mercado,

incrementando el número de bebedores de leche. Y los datos lo demuestran, ya que, según ha informado la compañía a [Interalimentaria](#), entre el 26% y el 30% de los niños que utilizan estas pajitas bebe más leche.

Por este motivo, la [Asociación Española de Pediatría](#) no ha tardado mucho tiempo en dar su apoyo a este nuevo producto que ven como una buena manera de iniciar a los más pequeños en el hábito saludable de la ingesta de leche.

Como surgió la idea...

Hace diez años, el ingeniero australiano Peter Baron se sorprendió al descubrir que la leche saborizada era tres veces más cara que la normal y que no había muchas más opciones de bebidas sanas para sus nietos. Por eso decidió crear una bebida alternativa y divertida para ellos, a partir de cañitas normales, bolitas de sabor y medias de mujer como filtros.

Y lo que en un principio fue algo para solucionar un problema doméstico, se ha comercializado en todo el mundo, llegando a Estados Unidos, Francia, Alemania, Brasil, Reino Unido y, como no, Australia.