

Existen organizaciones dedicadas a promover el consumo de esta fruta

Sandía mínimamente procesada

Un producto con un gran potencial de crecimiento

Alicia Namesny
agrocon@ediho.es



A poco que se observe una estantería con productos de IV gama en Estados Unidos, llama la atención la presencia de preparados con frutas, entre los cuales la sandía ocupa un lugar importante. Suelen ser bandejas grandes, con un abundante contenido ya sea de sandía sola o en mezclas con melón. ¿Porqué esto no se ve en Europa también? Algunas respuestas pueden estar en el análisis realizado por dos participantes en la Primera Conferencia Internacional sobre Sandía, que tuvo lugar en Valencia en octubre pasado, organizada por Nunhems. Uno de ellos es Jack Wilder, de Bakka-vör Group, multinacional de la alimentación con gran experiencia en el mercado del Reino Unido, y Gordon Hunt, NWPB, National Watermelon Promotion Board, organización dedicada a la promoción del consumo de sandía en los Estados Unidos.

¿Qué se pide a una fruta en IV gama?

Una sandía, o cualquier

otro fruto, precortado, debe mantener su buen aspecto, color y textura, y estas características deben mantenerse a lo largo del ciclo, además de ser 100% sano para consumir.

La sandía es uno de los productos que debería dar un margen amplio de beneficio alto a los procesadores. Pero está sujeta a una serie de problemas que son el rajado, una mala textura de la carne, pobre retención de agua, una cáscara gruesa y una maduración variable.

Estos problemas son responsables al menos en parte del escaso éxito de la mezcla melón y sandía como fruta lista para consumir. El consumo en el Reino Unido experimentó crecimientos en las cifras de los tres años consecutivos 2006, 2007 y 2008, pero la comparación con lo ocurrido con otras opciones, todas han crecido con más intensidad.

La piña preparada es la que más se consumía y sigue siendo la mayoritaria, pero también experimentaron fuertes cre-

cimientos, la IV gama de mango, de melón verde, y la mezcla de melón y naranja.

Los productores de IV gama necesitan un producto crujiente y que mantenga su integridad al cortarse. Que retenga el agua. Que tenga una vida real de anaquel de 5 días. Sin semilla. Son preferibles tamaños grandes, con piel fina. Y una madurez homogénea.

En suma, una serie de requisitos cuyo cumplimiento reclama un trabajo en común entre el obtentor, el productor, el procesador y el detallista.

¿Qué atrae de una sandía?

Uno de los enfoques que da a sus promociones el NWPB, Comité Nacional para la Promoción de la Sandía, de Estados Unidos es, según explica Gordon Hunt, el sacar partido del concepto "un viejo producto, nuevos usos", con el que se acerca a los cocineros.

Según encuestas realizadas en ese país, más de $\frac{3}{4}$ partes de las respuestas dicen que si supieran más de las propiedades de las sandías, las consumirían más.

La sandía cuenta con un buen argumentario al respecto. El licopeno, un compuesto abundante en estos frutos, tiene propiedades anticancerígenas. La citrulina, otro compuesto de las sandías, tiene efectos benéficos desde el punto de vista cardiovascular. La FDA, Food and Drug Administration, conocida por la severa aplicación de sus directrices, aprobó que se utilizara como reclamo publicitario este tipo de acción: "bueno para tu corazón", reza una etiqueta utilizada en USA.

La citrulina es un precursor del aminoácido esencial ar-

ginina; éste último es una sustancia nitrogenada usada para sintetizar óxido nítrico y juega un rol esencial en las funciones cardiovasculares e inmunes.

Collins et al. publican un trabajo en 2007 en la revista Nutrition (23: 261-266) que titulan "El consumo de sandía aumenta las concentraciones de arginina en plasma en adultos". Gordon Hunt presenta, en la Conferencia de octubre, la portada de este artículo bajo el sugestivo título de "Estudio de caso: citrulina y Viagra", algo que se explica por los efectos en la circulación de la sangre. El óxido nítrico también ayuda en casos de angina, alta presión sanguínea y otros problemas cardiovasculares.

La Dra. Ma. de Cortés Sánchez Mata, de la Universidad Complutense de Madrid, durante su charla titulada "La sandía: una opción saludable", durante el VI Meeting Bouquet, que tuvo lugar el 27 y 28 de abril 2009, en el marco de la feria Euroagro.fruits, explicó el aprecio tradicional por la sandía en zonas cálidas, explicable por su especialmente alto contenido en agua.

Pero la sandía tiene también un contenido interesante en compuestos bioactivos; además de los ya mencionados licopeno y citrulina, esta ponente se refirió al ácido ascórbico, vulgarmente, vitamina C, cuyas funciones más importantes en el organismo, aunque no las únicas, son el actuar como cofactor enzimático (ayuda a la función de las enzimas), y como antioxidante. En relación al licopeno, remarcó su capacidad antioxidante y explicó su intervención favorable en la infertilidad masculina, prevención de la osteoporosis y fotoprotección de la piel.

También forman parte de los compuestos bioactivos de la sandía la morina, un fenol, con actividad antioxidante que tiene efecto protector frente a varias enfermedades como diabetes, cáncer, cardiopatías, infecciones víricas, úlcera estomacal y duodenal, e inflamaciones. También reduce el riesgo de afecciones cardiovasculares al actuar sobre

El grupo Bakkavör

El grupo Bakkavör, con sede central en Islandia, al cual pertenece la murciana Sogesol, cuenta, según datos presentados en octubre 2008 por Jack Wilder en la 1ª Conferencia Internacional sobre la Sandía, octubre 2008, con 62 plantas distribuidas en 10 países y 20.000 empleados. Fabrican en total 6000 tipos de productos alimenticios que se distribuyen en 18 tipos (categorías), ya sea para consumo en a temperatura ambiente o en caliente. La facturación pasó de 26 millones de libras en el año 2000, a prácticamente 1.500 en 2007, con tendencia creciente.

Jack Wilder, gerente para cultivos frutas y cultivos protegidos del Grupo Bakkavör, analizó el mercado del Reino Unido para los frutos preparados.

la agregación plaquetaria y modular la acción de enzimas inductoras de procesos tumorales, lo que resulta en efectos anticancerígenos en colon, glándula mamaria y ovario, en región gastrointestinal y leucemia.

El contenido en fibra es otra de las características de la sandía, que tiene un efecto específico en cada parte del tracto intestinal (aumentar la viscosidad, etc.). Otra propiedad de este fruto es el ser diurético, por lo que se recomienda a personas con cálculos, gota, hipertensión, retención de líquidos y en dietas de adelgazamiento.

Está especialmente indicada para ancianos y niños por la sencillez de consumo, fácil de masticar y de digerir, y por el hecho de ser muy hidratante. La ponente recordó al final de su ponencia la importancia de consumir al menos 5 raciones de fruta y hortaliza al día, práctica que disminuye el riesgo de cáncer en un 20%.

En Estados Unidos existen varias organizaciones regionales dedicadas a la promoción del consumo de sandía, un consumo que ha crecido en los últimos años.

Con su experiencia, positiva, animan a realizar esfuerzos similares en Europa, para lo cual opción puede ser una entidad de carácter comunitario. Los argumentos a favor son un gran sabor, una eficiencia de costes y los nuevos argumentos que significan lo que se sabe sobre sus propiedades sobre la salud.



+ (IN):

Sobre el grupo Bakkavor, www.bakkavor.is; sus productos los dividen en para consumir calientes (platos preparados) y de consumo en frío (ensaladas de hojas).

La web del NWPB es www.watermelon.org y en ella se encuentran recetas, argumentos de venta, elementos de marketing, propuestas para niños, etc.

En promoción del consumo de sandía en España y el extranjero, Anecoop, www.anecoop.com, fue pionera en la promoción de la sandía sin semilla bajo la marca Bouquet, que ahora cuenta con cuatro tipos. Para la empresa de semillas Nunhems, www.nunhems.com, la sandía es uno de los productos principales y apoya la línea de marketing Fashion, una sandía sin semilla que se comercializa bajo la forma de club. En ambos casos, la promoción del consumo es el eje de sus actividades.

XXV EXPO AGRO-ALMERÍA

Feria Internacional de Negocio de la Industria Agroalimentaria del Mediterráneo

Palacio de Exposiciones y Congresos
Cámara de Almería (España)

Del 25 al 27 de noviembre de 2009



Lo más natural del mundo

Expo Agro-Almería es la Feria Internacional de Negocio de la Industria Agroalimentaria del Mediterráneo, una cita imprescindible para los sectores de producción y comercialización, innovación e industria auxiliar.

Expo Agro-Almería es un gran espacio dedicado al comercio con 7.500 metros cuadrados, 180 expositores y más de 100.000 visitantes y veinticinco años de historia.

Expo Agro-Almería es un foro internacional en el que se celebran jornadas, encuentros empresariales, presentaciones... que este año acoge el **XVIII Congreso Internacional de Plásticos para la Agricultura**.

Estar en Expo Agro-Almería es lo más natural del mundo.



Transportistas oficiales:



Organizan:

