

LIDER EN DISEÑO Y CALIDAD



INVERNADEROS
INVESTIGACIÓN-PRODUCCIÓN - GARDENS



FOG SYSTEM
HUMIDIFICACIÓN-REFRIGERACIÓN -
SEMILLEROS-CÁMARAS- MEDIOAMBIENTE



PERFIL DE SUJECIÓN



PANEL RADIANTE
CALOR UNIFORME

Cuente con nosotros y nuestra experiencia para hacer realidad sus proyectos.



**INSTITUTO
TECNOLÓGICO
EUROPEO, S.L.**

Pol. Ind. 16 S.A.S.V. • Ctra. Moncada-Naquera Km. 6,5
46119 NAQUERA (Valencia) • Spain
Tel. (34) 902 198 266 • Fax (34) 902 198 401

E-mail: inst.tech@ehome.encis.net
Web: <http://www.encis.net/ite>

**Invernaderos y complementos
para todas las necesidades.
CALIDAD CONTROLADA**

Consumo y Salud

Marketing y educación para "convencer" al consumidor

Prevención del cáncer a través de las frutas y hortalizas

- Un análisis de los aspectos nutricionales, médicos, educativos y agronómicos relacionados con el consumo de estos alimentos.



Alicia Namesny

info@poscosecha.com

"El consumo de frutas y hortalizas en la prevención del cáncer" ha sido el tema de las primeras jornadas científicas organizadas por la Asociación Club 5 al Día de España; la fecha del encuentro fue el 2 de octubre, en el salón de actos del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), en Madrid, con una participación de prácticamente 200 asistentes. La organización técnica corrió a cargo de Ascensión Marco y Pilar Cano, del Instituto del Frío y miembros de la Junta Directiva de la Asociación.

La conferencia plenaria estuvo a cargo de Salvador Zamora, Catedrático de Nutrición de la Universidad de Murcia, quien explicó la importancia que tiene la nutrición en la salud, a través del análisis del papel de los diferentes compuestos constitutivos de frutas y hortalizas.

A lo largo de las diferentes conferencias se expusieron, en un foro multi-

Francisco de Asís, Director de Sanidad de Salud Pública, de la Consejería de Sanidad de la Comunidad de Madrid, explica el plan de prevención del cáncer de la Comunidad de Madrid.

disciplinar, aspectos nutricionales, médicos, educativos y agronómicos relacionados con el consumo de frutas y hortalizas. Como colofón, Francisco de Asís Babín, Director de Sanidad de Salud Pública, de la Consejería de Sanidad de la Comunidad de Madrid, explicó el plan de prevención del cáncer de la Comunidad de Madrid.

En la variedad está la salud

¿Qué gran diferencia nutricional hay entre una lechuga Iceberg y una Lollo Rosso? La respuesta está en los flavonoides, inexistentes en la primera y muy abundantes en la segunda. Sobre las diferencias de composición entre variedades en relación a estos compuestos, debidas a

Cuadro 1**Composición de alimentos según preparación y características varietales**

Preparación		Sustancias fenólicas en mg	
Melocotón "Snow King" pelado		110	
	Melocotón "Flavor Crest" sin pelar		14
Naranja "Navel" con parte del albedo (la parte blanca)		400	
	Naranja "Navel" con eliminación total del albedo		100

prácticas de cultivo y otros factores, así como en las formas de preparación, diseñó Francisco Tomás-Barberán, coordinador del área de Tecnología de Alimentos y profesor de investigación del CEBAS-CSIC. Un ejemplo práctico de consumo de 5 raciones al día ilustra que la forma de preparación y características varietales pueden dar grandes diferencias en composición (Ver Cuadro 1).

Mientras que en ambas opciones representadas en el Cuadro 1 se consumen 5 raciones, en un caso se están ingiriendo 960 mg de flavonoides y sólo 179 en el otro. Una profundización en las investigaciones requiere llegar a conocer cuál es el nivel de absorción real; la mayoría de los estudios se refieren a bioactividad in vitro y hace falta conocer qué pasa en el cuerpo humano. La fórmula empírica de buscar una alimentación variada palía las deficiencias de conocimientos.

Flavonoides y sustancias fenólicas en general son metabolitos secundarios producidos por los organismos vegetales; entre sus funciones en la planta se encuentran la pigmentación, defensa frente

a microorganismos e insectos, señales para establecer relaciones simbióticas, etc. En nutrición animal, estas sustancias actúan como inhibidores de distintos procesos patogénicos, habiéndose demostrado claramente su actividad inhibidora de radicales libres (antioxidante). Los flavonoides forman parte de las sustancias fenólicas (el común denominador de todas ellas es la existencia de anillos aromáticos con hidroxilos fenólicos que son los responsables de su actividad) y constituyen un grupo de compuestos del que se conocen en la naturaleza más de 5000 estructuras diferentes.

Para qué la fibra

Fulgencio Saura, del Departamento de Metabolismo y Nutrición, IF-CSIC, de Madrid, explicó que la fibra dietética está compuesta de una fracción insoluble y otra soluble y sus propiedades dependen de la proporción de estas fracciones. La fibra insoluble fermenta escasamente y tiene un marcado efecto laxante y regulador intestinal, mientras que la fibra soluble es fermentada en una alta proporción y sus principales propiedades se relacionan con disminución del colesterol y glucosa en sangre y desarrollo de la flora intestinal.

Las fibras de frutas y hortalizas presentan en general una mejor calidad nutricional que los procedentes de cereales debido a su composición más equilibrada, dada por las siguientes características:

- Mayor contenido de fibra total
- Mayor porcentaje de fibra soluble
- Menor contenido calórico
- Menor contenido de ácido fítico
- Mayor retención de agua y grasa
- Mayor fermentabilidad colónica.

El sector hortofrutícola debe capitalizar los atributos de salud y alimentación sana asociadas a ellos. La variedad, ha de usarse como argumento promocional, ya que es uno de los más valorados por el consumidor



I+D en E.P.S.

CULTIVO HIDROPÓNICO

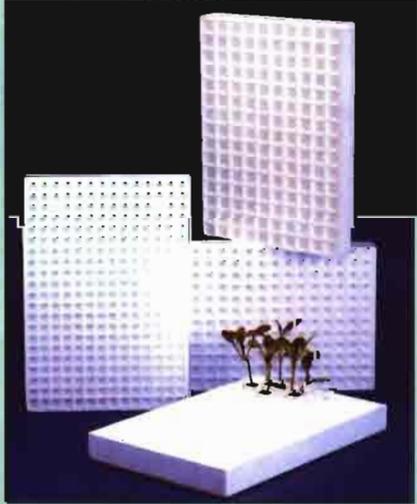


PARA TODO TIPO DE CULTIVOS
• FÁCIL MANTENIMIENTO
• Baja Necesidad de Nutrientes

CONSTRUYE:
• VASOS DE SIEMBRA
• CUBIERTOS
• SEMILLEROS
• ENVASES FRUTA Y VERDURA

El sistema ideal para el cultivo hidropónico

SEMILLEROS



ENVASES FRUTA Y VERDURA



envafom, s.l.
C/ Palau de Plegamans, 22
08213 POLINYÀ (BARCELONA) SPAIN
Tel.: 93 713 20 14 • Fax: 93 713 16 04
e-mail: envafom@retemail.es

Frutas y hortalizas aprovechan poco su potencial de marketing en comparación con otros productos, indica Antoni Font, jefe de productos frescos de Caprabo

Para cambiar un hábito hay que saber

La educadora Consuelo López Nomdedeu indica que la mejora de conocimientos en alimentación, nutrición y salud no lleva necesariamente a una modificación de los hábitos alimentarios negativos; Consuelo López habla de casos concretos en que, para sustituir el consumo de golosinas por parte de niños pequeños, se utilizó como "prescriptores" a adolescentes por que, por su edad, eran objeto de admiración por parte de los menores.

Para lograr un cambio es necesario conocer previamente las razones que están en la base de la resistencia al cambio y los posibles conflictos que pueden generar.

Nomdedeu señala la necesidad de conocer las experiencias previas de los grupos para construir sobre ellas y enlazar armónicamente las nuevas propuestas, acercarnos a las situaciones de la vida diaria que permiten un mejor aprendizaje y adaptación de los aspectos teóricos así como al desarrollo de habilidades y destrezas, imprescindibles para la puesta en marcha de una alimentación saludable.

La variedad como ventaja

Frutas y hortalizas hacen un escaso aprovechamiento del potencial del marketing, en comparación con otros productos, indica Antoni Font, desde su experiencia como jefe de productos frescos de Caprabo. La compra es cada vez menos planificada, por lo que el mensaje en el punto de venta cobra una importancia redoblada.

El sector frutas y hortalizas debe capitalizar los atributos de salud y alimentación sana asociadas a ellos; y el atributo principal, la variedad, ha de usarse como argumento promocional ya que es uno de los más valorados por el consumidor. Hay que informar de la variedad, proporcionar ideas al consumidor, dar imagen de actualidad.



La organización técnica de las jornadas científicas corrió a cargo de Ascensión Marcos y Pilar Cano, del Instituto del Frío y miembros de la Junta Directiva de la Asociación.

El contrapunto al mensaje en el punto de venta lo constituye la gran campaña televisiva, de la que se ponen ejemplos de prevención de accidentes de tráfico y malos tratos en niños, por parte de José Manuel Lancha Martí, vicepresidente ejecutivo de Grey Trace.

Una herramienta asociada a presupuestos elevados, versus la comunicación en punto de venta, de costes abordables tanto por proveedor como distribuidor a sus respectivos niveles de actuación (envases, lineal).

Buenos y de calidad

José Ma. Múgica, director de Organización de Consumidores llama la atención sobre la inducción a error por parte del consumidor ante los términos bio y variantes: "bio" y "eco" no implican que los productos que no lo son sean malos. Igualmente sobre el problema de los suplementos que crean, injustificadamente, desconfianza sobre la alimentación tradi-

"Frutas y hortalizas hacen un escaso aprovechamiento del potencial del marketing, en comparación con otros productos"

cional y en algunos casos de especial desconocimiento, descrédito de la dieta habitual, bajo el convencimiento de que es suficiente el consumo de alimentos enriquecidos o funcionales.

El nivel de calidad y sanitario de los alimentos disponibles normalmente es satisfactorio y totalmente suficiente para que, con una alimentación variada, no existan carencias nutricionales en individuos sanos



Según Consuelo L. Nomdedeu, la mejora de conocimientos en alimentación, nutrición y salud no lleva necesariamente a una modificación de malos hábitos alimentarios.



JIFFY-7 Pellet-Pack



Ideal para:

- Aromáticas, Fuchsia, Dimorphotheca, Impatiens Nueva Guinea...

Características:

- Sistema listo para su utilización.
- Fácil de manipular y cultivo uniforme.
- Ahorro de espacio tanto en el transporte como en el cultivo. Fácil de almacenar.
- Excelente capacidad de drenaje

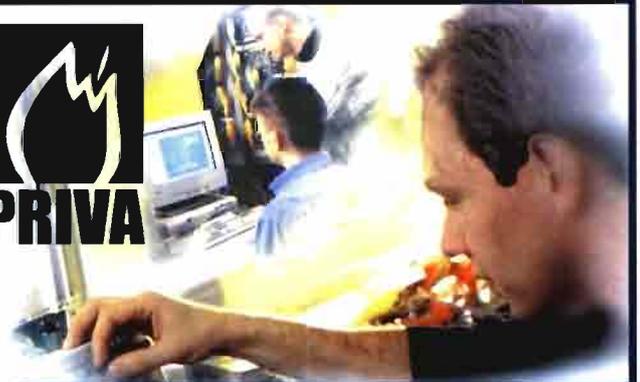


clause

CLAUSE-TÉZIER IBÉRICA, S.A.



Ctra. la Cañada, Pla del Pou, Km 10
Apdo. de correos 162 • 46980 PATERNA (Valencia)
Tel.: 96 132 27 05 - Fax: 96 132 31 77



El asesoramiento de un líder mundial

Más Cerca Ahora, Priva Nutricontrol Ibérica S.L. está más cerca de usted para ofrecerle las soluciones de tecnología agrícola más eficaces del mercado.

Más Servicio Con más de cuatrocientos profesionales en todo el mundo para asesorarle con rigor, calidad y eficacia, allí donde lo necesite.

Más Tecnología Con la tecnología más avanzada en automatización agrícola, gracias a más de cuarenta años de experiencia en el sector.

Más Productos Y la gama de productos más completa e innovadora en riego, fertirrigación y control climático. Con toda la confianza de un líder mundial.

PRIVA NUTRICONTROL IBÉRICA, S.L.

Pol. Industrial Cabezo Beaza

C/ Bucarest, 26 Apdo. 2035 - 30395 Cartagena Murcia (Spain)

Tel. (00 - 34) 968 123 900 • Fax: (00 - 34) 968 320 082

E-mail: privanutricontrol@privanutricontrol.com • Web: www.privanutricontrol.com

