



Las tendencias étnicas resucitan las especias y aditivos naturales

JOSÉ LUIS MURCIA. Periodista.

RESUMEN

El auge de la dieta sana y equilibrada, unida al furor de las cocinas étnicas y exóticas, han supuesto el resurgir del sector de las especias, las hierbas aromáticas y los aditivos naturales en un consumidor que desea combinar sabor, autenticidad y originalidad con pautas ligadas al bienestar y la salud.

PALABRAS CLAVE: *Especias, aditivos, hierbas aromáticas, tendencias, salud, consumo.*

Los especialistas en nutrición, alertados por el excesivo consumo de azúcares, grasas saturadas y aditivos artificiales, aconsejan una vuelta a la autenticidad del uso de especias y hierbas aromáticas para contrarrestar la tendencia de alimentos poco saludables favorecidos por el ritmo de vida de hombres y mujeres que desarrollan gran parte de su actividad laboral y de ocio fuera del hogar. El uso del glutamato monosódico en la industria alimentaria como medio de potenciar el sabor de platos precocinados, embutidos, aperitivos o fiam-

bres para hacerlos más apetecibles se ve frenado por la vuelta a especias como el azafrán, el comino, la pimienta, el pimentón, el chile, la cúrcuma o el curry; y a hierbas aromáticas como la albahaca, el hinojo, el eneldo, el perejil, el tomillo o el romero.

Estudios internacionales como el informe Technomic's Recent Flavor Consumer Trends Report indican que más de la mitad de los consumidores milenials y el 35% del total de consumidores de mayor edad se ven atraídos de manera irresistible por la búsqueda de nuevos sabores y todos ellos se muestran dispuestos a

pagar un plus si, además, esa oferta lleva colgado el cartel de saludable.

La búsqueda de estos sabores no se circunscribe únicamente a la de sabores intensos, auténticos, audaces o exóticos impulsados por la globalización a la que, cada vez, con más frecuencia acuden jefes de cocina, amantes de los fogones y consumidores en general sino también a la recuperación de las especias y hierbas aromáticas que una vez fueron minoritarias y elitistas y hoy se han convertido en el caballo de batalla diario de quienes desean lo mejor. India, África y Oriente Medio, antaño señaladas por ser exportadores de productos como la pimienta o la vainilla se convierten ahora en suministradores de múltiples especias y aditivos naturales que forman parte ya inexorable de nuestros menús diarios.

Si tenemos en cuenta que el informe mencionada, se avanza dos tendencias claramente definidas a la hora de elegir: picante y dulce, no es de extrañar que buena parte de los consumidores, con mayor incidencia en los milenials, propugnen la mezcla de ambos, como tantas veces se hace en cocinas como la tailandesa, la mexicana o la peruana, por poner tres ejemplos de moda.

Sabores naturales de procedencia botánica como las flores o las hierbas aromáticas en su concepto más amplio forman parte de la demanda de la mayoría social como una combinación natural, atractiva y estimulante que se usa tanto en la comida como en las bebidas refrescantes más saludables.

BOTÁNICOS, ÉTNICOS Y EXÓTICOS

La página web Food Ingredients first (www.foodingredientsfirst.com), especializada en recoger tendencias que puedan servir a las industrias agroalimentarias a la hora de tomar decisiones, se hace eco de opiniones de los proveedores más importantes sobre la demanda de los consumidores en 2019 y subraya que las tendencias de sabor quedan marcadas por inspiración botánica, matices étnicos, exóticos y tonos ahumados.



En este sentido, Florian Buttmann, director de Producción de WFSI-ADM Nutrition, asegura que sus clientes están ávidos de productos nuevos y atrevidos como el hibisco con manzana o la albahaca con bayas rojas, ya que el desafío, a su juicio, tanto en bebidas como en pastelería es optar a nuevos sabores, mucho más sanos, y sin renunciar al dulce, ya que el consumidor, y más si es joven, está dispuesto a experimentar con sabores hasta ahora inusuales como puede ser el de las aguas tónicas con pimienta rosa.

Algo parecido piensa también Carolyn Chen, directora de Marketing en la compañía Takasago, quien asegura que las generaciones norteamericanas más jóvenes apuestan claramente por cocinas étnicas auténticas, por sabores fuertes y extraños, por nuevas y exóticas experiencias. Las cocinas globales están sirviendo para que haya un creciente interés en especias, hierbas, frutas y vegetales de otras latitudes como Japón, Corea, Filipinas e, incluso, del África Subsahariana y de Oriente Medio. Esta tendencia se ha trasladado también a la cocina callejera, la inspirada en los camiones que ofrecen comida a los viandantes, en la que abundan especias y hierbas aromáticas. Los consumidores más ávidos de aventura ven, de esta forma, colmadas sus expectativas.

También Hugh Evans, director de Marketing de Synergy Flavors para Asia y

Europa, está de acuerdo en que los sabores de inspiración botánica centran la atención de buena parte del público y por eso sus equipos están apostando por yogures de fresa y geranio, magdalenas de flor de cerezo, productos con un cítrico de origen japonés como el yuzu o el mochi, un postre dulce elaborado con arroz y especias. Pero la aventura de los nuevos sabores alcanza en ocasiones ofertas tan atrevidas como la aparición de panceta ahumada en sabores dulces aderezado con diversas hierbas aromáticas que rompe con todos los moldes establecidos.

La adición de humo sin fuego, junto a hierbas aromáticas como el perejil, el cilantro o el orégano, entre otras, hace que la oferta culinaria sea más amplia tanto en tipo barbacoa como en ahumados aromáticos de madera de manzano o cerezo y alcanza a productos como la carne, los quesos, los pescados, las salsas, los postres, las bebidas derivadas de lácteos y hasta la miel.

HIERBAS Y ESPECIAS SE DISPARAN EN EUROPA

La demanda europea de hierbas aromáticas y especias se incrementa anualmente cerca del 7%, según un estudio del Ministerio de Asuntos Exteriores holandés que asegura que el consumo ha

La adición de humo sin fuego, junto a hierbas aromáticas como el perejil, el cilantro o el orégano, entre otras, hace que la oferta culinaria sea más amplia tanto en tipo barbacoa como en ahumados aromáticos de madera de manzano o cerezo y alcanza a productos como la carne, los quesos, los pescados, las salsas, los postres, las bebidas derivadas de lácteos y hasta la miel

pasado de las 300.000 toneladas de 2013 a las cerca de 400.000 toneladas de 2017, unas importaciones que, en su mayoría, concretamente el 97% del volumen total, provienen de países en vías de desarrollo. Este hecho permite, a su vez, la aparición de empresas pequeñas y medianas en la Europa comunitaria y su especialización en función de las preferencias del consumidor. La comercialización en volúmenes pequeños permite el suministro de variedades especiales como el chile mexicano, la cúrcuma o los granos de pimienta tellicherry; además de centrarse en la mejora de la presentación del producto, tanto en color como en sabor, personalizar la oferta de acuerdo a la preferencia del consumidor en una molienda mayor o menor y la producción de forma más sostenible y orgánica.

La tendencia general de los precios en el mercado mundial de especias y hierbas ha sido al alza por la creciente demanda en unos países que no han sido capaces hasta ahora de lograr mantener ese ritmo de incremento. Un claro ejemplo es el de la vainilla, cuyos precios de importación aumentaron un 40% anual entre 2009 y 2017, con un margen aún más amplio, aún no contabilizado de forma oficial, en 2018.

Al afán aventurero de los consumidores más jóvenes se une también la fusión de culturas, en una población multicultural que acoge con satisfacción el legado de sus países de origen y el afán de fusión del resto de europeos. Especies como la cúrcuma se utilizan cada vez más por su sabor y sus beneficios para la salud, algo parecido ocurre con las semillas de cilantro en batidos.

Del gusto chino nos llegan pimienta, jengibre o anís; del indio curry o cardamomo; del tailandés canela, clavo o nuez moscada; del vietnamita hinojo o pimienta; del mexicano chiles, orégano o cilantro y del mediterráneo comino o albahaca. Estos gustos se combinan con la presencia de diferentes grupos étnicos en cada país. Reino Unido (India, Pakistán, Sri Lanka y Bangladesh), Países Bajos (Indonesia, Turquía y Marruecos), Alemania (Turquía, Irán y Siria), Francia (Marruecos, Argelia, Túnez o Costa de Marfil) y España (Rumanía, Marruecos, Colombia y Venezuela).

La expansión de los alérgenos ha permitido reducir cada vez más la ingesta de grasas, azúcares y aditivos artificiales mientras crece la demanda de especias y hierbas aromáticas que, en no pocas ocasiones, sirven para sustituir proteínas animales por proteínas vegetales, en las preferencias vegetarianas, que se complementan perfectamente con aditivos naturales. A esta tendencia se suma, además, el mercado de productos ecológicos donde la adición de hierbas y especias crece de manera continua.

A la par que crece la preocupación por la salud y el bienestar, muchos consumidores, especialmente los que no viven en pareja, apuestan por platos fáciles de preparar y bien condimentados, lo que propicia un aumento mayor del uso de aditivos naturales y hierbas aromáticas. Estos movimientos se realizan también con la aquiescencia de los consumidores, cada vez con mayor conciencia social, que tienen predilección por el pago de un precio justo a sus productores en



países en desarrollo. De ahí que se produzca de forma paulatina un incremento de las importaciones a través de pequeñas y medianas empresas.

LA POPULARIDAD DE LOS EXTRACTOS

El mercado mundial de extractos de especias y hierbas aromáticas (apio, comino, chile, cilantro, cardamomo, orégano, pimienta, albahaca, jengibre, tomillo o romero, entre otros) crece cada año de forma regular, según un estudio comentado por Research and Markets, de Irlanda. Estos productos se encuentran disponibles en tintura y polvo y son soluciones concentradas hechas por extracción con una solución de alcohol y agua o glicerina y agua.

La mayor parte de este comercio revierte socialmente en pequeños agricultores de la zona de Asia-Pacífico donde las condiciones climáticas son favorables para su cultivo y existe una importante demanda de estos tanto en el mercado local como en el de exportación.

Alessia Cisternino, colaboradora gastronómica de diversos medios, publica en el suplemento Summum, un artículo titulado "Mezclas de especias: una pizca de Magia" en la que realiza un interesante recorrido por este fantástico mundo que ella cita de la India a Japón, pasando por China, Egipto y Marruecos. Recalca que las especias han sido durante siglos un bien de lujo que permiten convertir una simple ensalada o sopa en un exclusivo manjar.

Cisternino, en su magnífico artículo, describe las mezclas de especias. Pre-



cisamente en el Norte de la India, apunta, se da el Masala, que significa mezcla de especias, que tiene variantes en cada región, aunque destaca la Garam Masala, la más famosa y popular, que se compone de una mezcla picante de canela, clavo, cardamomo, cilantro, comino, laurel, macis y pimienta negra. Sus notas aromáticas dulces la hacen apta para cocina salada, pero también para la agridulce y la repostería.

El Gomasio es uno de los condimentos típicos de la cocina japonesa y porta semillas de sésamo tostadas con sal gruesa. Se trata de un aderezo salado con aroma de frutos secos que se emplea para aromatizar arroces y sopas, sobre todo.

La Dukkah es una mezcla de origen egipcio de semillas aromáticas (pipas de girasol, hinojo, cilantro, comino y sésamo) y avellanas que se trituran hasta hacerlas polvo que se utiliza para dar sabor al aceite, a ensaladas verdes, arroz, verduras cocidas, lentejas y, por supuesto, al tradicional hummus.

El curry, original de la región india de Madras, es probablemente la mezcla de especias más conocida en occidente. Aunque sus ingredientes pueden variar ligeramente, suele contener canela, cardamomo, cilantro, comino, clavo, cúrcuma, fenogreco, hinojo, jengibre, mostaza, nuez moscada y pimienta negra. Junto a él, existe, según apunta Cisternino, curry rojo creado con chile rojo y pimentón, curry verde, con cilantro y hiera limón que, junto al amarillo, constituyen una pirámide importante de la cocina tailandesa.

En Europa es tradicional la mezcla medieval de las Cuatro Especias (canela, clavo, jengibre, nuez moscada y pimienta blanca o pimienta negra molidas) es un clásico, sobre todo en Francia. Y es muy utilizada en charcuterías, estofados, sopas y verduras.

El Berbere es una mezcla muy popular en el cuerno de África (Eritrea y Etiopía) en la que abundan las guindillas, el comino, el ajo, la ruda, la neguilla, el jengibre y la korarima. Pura opulencia y

El mercado mundial de extractos de especias y hierbas aromáticas (apio, comino, chile, cilantro, cardamomo, orégano, pimienta, albahaca, jengibre, tomillo o romero, entre otros) crece cada año de forma regular



lujo, como lo describe la autora del artículo, es utilizado para carnes asadas al horno o la parrilla, especialmente el cordero.

¿Y QUÉ TENDENCIAS HAY EN ESPAÑA?

El portal cremasysopas.com publicaba a mediados de 2018 las tendencias de especias que cualquier amante de la cocina espera con ansiedad. Y estos son los cinco nombres que comienzan a sonar en muchos restaurantes, en las tiendas especializadas y hasta en las casas de los amantes de las modas culinarias: Harissa, Za´atar, Tahini, Halloumi, Cúrcuma y Kadaif.

La Harissa viene de Magreb norteafricano y es una salsa tremendamente picante que funciona espectacularmente para aliñar aperitivos, verduras al vapor o con el tradicional cuscús. Incluso algunos la consumen untada en el pan. Ideal para amantes del picante y las emociones fuertes.

El Za´atar es una amplia combinación de especias, semillas y hierbas aromáticas muy asentada, de forma tradicional, en países como Jordania, Libia o Turquía. Se trata de un condimento ligeramente ácido que acentúa los sabores de los alimentos que se cocinan a la parrilla o la barbacoa. Es fácil de encontrar en tiendas gourmet y especializadas. En ocasiones se unta sobre pan de pita como aperitivo exótico.

El Tahini es uno de los ingredientes básicos del hummus o del baba ganush. Es una pasta elaborada con semillas de ajonjolí, ajo y perejil y va muy bien como guarnición de los platos de carne o para acompañar platillos de falafel, pescados como el salmón o platillos de aperitivo.

El Halloumi es un queso tradicional de Chipre elaborado con mezcla de leche de cabra y oveja y una consistencia parecida a la mozzarella italiana. Resulta excelente para asar o freír. Se puede acompañar de especias y, sobre todo, con sandía, limón y menta.

La Cúrcuma, además de ser el remedio de todos los males de salud a juicio de algunos y ponerse de moda en la cocina española, es un excelente antioxidante con sabor ligeramente picante e ingrediente principal del curry. Esta especia india, pariente del jengibre, es muy versátil y útil en la cocina para los paladares más variopintos.

El Kadaif llega desde Oriente Medio y el Mediterráneo y resulta ligeramente dulce. Es conocido también como cabello de ángel. Se trata de una pasta finísima de trigo endulzada con almíbar que se usa, junto a varias especias, en postres tradicionales que llevan queso.

UN SECTOR EN AUJE EN ESPAÑA

Durante 2017, según datos del Anuario de la Alimentación, editado por Mercasa, el sector de especias y hierbas

aromáticas produjo 4.780 millones de toneladas por un valor total de 130 millones de euros. De estas cifras, 3.340 toneladas fueron especias por un valor de 89 millones de euros. Entre ellas, la más abundante fue el pimentón con el 24% del volumen, seguido de la pimienta con el 19% y la canela con el 15% del valor con un peso de solo el 0,7% del volumen total.

En el caso de las hierbas la producción ascendió a 1.441 toneladas por valor de 41 millones de euros y el 49% del volumen lo absorbió el ajo, el 13% el orégano y el 8 el perejil.

El sector, según datos de Alimarket, creció un 5% en volumen y un 6% en facturación, con una oferta marquista que acapara el 76% de la producción total y unas ventas globales, incluyendo también salsas, de 73,4 millones de euros para Ramón Sabater, 70,65 millones de euros para Jesús Navarro y 41 millones de euros para Manufacturas Ceylán.

El Azafrán de La Mancha es una de las Denominaciones de Origen Protegidas (DOP) más conocida y apreciada en buena parte del sector culinario. Abarca 83 hectáreas en 332 términos municipales de las provincias de Albacete, Ciudad Real, Cuenca y Toledo. Hay inscritas un total de 20 empresas envasadoras y 320 productores que comercializan más de 650 kilos.

El Pimentón de la Vera ampara 50 términos municipales del norte de la provincia de Cáceres con cerca de un millar de hectáreas. Se extrae de pimientos de la variedad capsicum annum y dan lugar a tres tipos de pimentón: dulce, agri-dulce y picante. En el registro de la DOP figuran 457 agricultores y 17 empresas que comercializan 2,5 millones de kilos acogidos a su normativa.

El Pimentón de Murcia alcanza una zona protegida de 14 términos municipales de la Comarca de Cartagena, mientras la elaboración se extiende a toda la Comunidad Autónoma. La molienda de los capsicum annum, de variedad bola, se circunscribe a 300 hectáreas de cultivo y 13 empresas que comercializan 250.000 kilos con la vito-la de la DOP. ■