



Las especias crecen impulsadas por la **multiculturalidad** gastronómica

◆ José Luis Murcia
Periodista

Resumen: Este artículo repasa la historia y la realidad presente de las especias en el mundo, con una tendencia actual de crecimiento favorecida por la multiculturalidad de la gastronomía, sus ventajas más saludables como alternativa a aditivos artificiales y productos saborizantes; y sus cualidades nutritivas.

Asimismo, se analizan los datos básicos del sector de especias en España, el consumo, el comercio exterior, la estructura empresarial y las tendencias más innovadoras en la utilización de especias y mezclas de especias en las cocinas internacionales.

Palabras clave: Especias, condimentos, gastronomía, multiculturalidad, nutrición.

El intercambio multicultural de las cocinas de todo el mundo, con un protagonismo creciente de las variantes más exóticas, está impulsando el interés por el uso de especias en la cocina, tanto por su importancia en la elaboración de las recetas como porque actúan como dique de contención más natural y saludable frente a aditivos artificiales y productos saborizantes.

Las especias ya se conocían en el Neolítico como sazonador de las comidas, tal como se demuestra con hallazgos en cuevas y tumbas de este periodo; hallazgos que se acentúan en el Próximo Oriente con el impulso de su comercio. En Mesopotamia ya se encontraron testimonios escritos en tablas de arcilla del 1750 antes de nuestra era, con recetas que incluían el ajo, el comino y el cilantro. Estos descubrimientos se multiplican en el antiguo Egipto donde, además, se utilizaban en la elaboración de perfumes.

Las especias llegaron a Europa, siguiendo la Ruta de la Seda. Ya en la época del Imperio Romano se importaba pimienta. En el año 330 de nuestra era se consolida Constantinopla como metrópolis del comercio donde llegan el clavo y la nuez moscada.

Durante la Edad Media, los benedictinos se ocuparon de estudiar sus efectos beneficiosos para la salud y durante la época de las Cruzadas (siglos XI-XIII) se equipararon a las joyas en las transacciones comerciales. Durante el siglo XV, la pimienta multiplicó su valor un 3.000%.

La época de los descubrimientos de España y Portugal supuso un aumento de las transacciones comerciales de las especias y se establecieron monopolios que se rompieron en 1770, cuando un funcionario francés se dedicó al contrabando de clavo y nuez moscada en las colonias francesas. A partir de ese momento, el cultivo se globalizó.

ESPECIAS MUY NUTRITIVAS

Desde los orígenes históricos de las especias hasta nuestra realidad actual, comprobamos ahora como 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 menos saludables y ultraprocesados.

De hecho, el uso del glutamato monosódico en la industria alimentaria como medio para potenciar el sabor de platos precocinados, embutidos, aperitivos o fiambres se ve frenado ahora por la vuelta a especias

Desde los orígenes históricos de las especias hasta nuestra realidad actual, comprobamos ahora como 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 menos saludables y ultraprocesados

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 mileniales 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 precio algo mayor si 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 de las costumbres, sino también a la recuperación de las especias y hierbas aromáticas que una vez fueron minoritarias y elitistas y hoy se han convertido en recurso habitual generalizado.

el informe Technomic's Recent Flavor Consumer Trends Report propugna dos tendencias claramente definidas a la hora de elegir: picante y dulce, incluida 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 también 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.

UN SECTOR QUE CRECE EN ESPAÑA

El sector industrial de las especias y condimentos en España volvió a registrar en 2023 un balance positivo, pues al aumento de la producción se sumó un mayor consumo en los hogares.

Según los datos del Panel de Consumo que publica el Ministerio de Agricultura, en 2023 el consumo de especias y condimentos en los hogares españoles creció un 8% en volumen y un 13,5% en valor. El consumo total en los hogares de especias y condimentos llegó a los 6,5 millones de kilos, por un valor de 159 millones de euros. El consumo *per cápita* aumentó también un 6,8% hasta los 0,14 kilogramos.

Las ventas de especias, hierbas y condimentos en hipermercados y supermercados aumentaron un 7% en volumen durante 2023. Se vendieron en estos establecimientos casi 9.750 toneladas por un valor de 212 millones de euros, según estimaciones de la consultora Circana. De esas cifras totales, 4.117 toneladas fueron especias y colorantes y 5.432 toneladas hierbas. Entre las primeras, destacaron por el volumen comercializado el pimentón, la pimienta, el colorante y la canela. Por su parte, entre las segundas sobresalieron las ventas de ajo y de orégano.

Durante 2023, según datos de Alimarket, el sector de especias y hierbas aromáticas produjo en España 9.745 toneladas por un valor total de 212 millones de euros. De estas cifras, 4.117 toneladas fueron especias por un valor de 135,50 millones de euros. Entre ellas, la



Según los datos del Panel de Consumo que publica el Ministerio de Agricultura, en 2023 el consumo de especias y condimentos en los hogares españoles creció un 8% en volumen y un 13,5% en valor. El consumo total en los hogares de especias y condimentos llegó a los 6,5 millones de kilos, por un valor de 159 millones de euros. El consumo per cápita aumentó también un 6,8% hasta los 0,14 kilogramos

más abundante fue el pimentón con 1.008 toneladas y 135,50 millones de euros, seguido de la pimienta con 825 toneladas y 23,50 millones de euros, el colorante con 443 toneladas y 7 millones de euros, la canela con 378 toneladas y casi 16 millones de euros, el comino con 241 toneladas por cerca de 5,50 millones de euros, el curry con 131 toneladas por 3,40 millones de euros y la nuez moscada con 96 toneladas por 3,35 millones de euros. Capítulo aparte merece el azafrán, con 2,7 toneladas por valor de 15,66 millones de euros.

En el caso de las hierbas, la producción ascendió a 5.432 toneladas por valor de 73 millones de euros. El ajo se sitúa en primer lugar con 1.197 toneladas por valor superior a 20 millones de euros, seguido de orégano con 263 toneladas por más de 11 millones de euros, la cebolla con 180 toneladas por 3,50 millones de euros, perejil con 100 toneladas por cerca de 7,50 millones de euros, el laurel con 75 toneladas por 6,00 millones de euros, la mezcla y el tomillo con 58 toneladas por 2,00 y 2,80 millones de euros, respectivamente, y la albahaca con 32 toneladas por 2,20 millones de euros.

El sector, según se desprende de los datos de Alimarket, creció casi un 7% en volumen y más de un 13% en valor. Mientras las hierbas crecieron un 12% en volumen y un 15% en valor, las especias y colorantes subieron un 0,2% en volumen y un 12,5% en valor.

ESTRUCTURA EMPRESARIAL

El sector español de empresas de especias y condimentos se caracteriza por su gran atomización. Se encuentran en actividad alrededor de 70 empresas que superan el millón de euros anuales de facturación.

La mayor facturación empresarial correspondió durante 2023, según datos de Alimarket, a Sabater con 147 millones de euros con un movimiento de 38.200 toneladas, seguido de Jesús Navarro (Carmencita) con 71 millones de euros y 4.800 toneladas; Manufacturas Ceylan con 62 millones de euros y 14.900 toneladas; Juan José Albarracín con 42,80 millones de euros y 10.165 toneladas; Paprimur con 31 millones de euros y 10.377 toneladas; Pimursa con 30 millones de euros y 10.000 toneladas y McCormick España con 29,20 millones de euros y 395 toneladas.

Las marcas de distribución (MDD) tienen una gran importancia también en este mercado por los precios más baratos. En 2023 representaban casi el 50% de las ventas en volumen en hipermercados y supermercados, mientras que la primera oferta con marca de fabricante (MDF) tenía una cuota del 5,3% y la segunda del 3,4%, según la consultora Circana. Al igual que en el año precedente, en 2023 disminuyó la cuota de las MDD y aumentó la de las MDF.

COMERCIO EXTERIOR

Los principales fabricantes y comercializadores de especias han conseguido vender fuera de nuestras fronteras una parte significativa de su producción, por lo que España ha dejado de ser importador neto para tener una balanza comercial positiva en este campo.

En 2023 se exportaron especias y hierbas por un volumen de 112.099 toneladas, un 1% menos que en el año anterior. Asimismo, el pimentón, el azafrán y, en menor medida, el orégano fueron las principales especias exportadas.

Los principales mercados de destino de estas exportaciones fueron Estados Unidos, Francia, Alemania, Reino Unido, Italia, Países Bajos y Portugal.

Por su parte, las importaciones alcanzaron las 107.303 toneladas, según datos del Ministerio de Comercio. Este volumen fue superior en un 4% al de 2022. Los países que más vendieron a España fueron China (casi el 40%), Irán, Perú, India y Alemania. En general, las especias más importadas fueron pimienta, canela y nuez moscada.

TENDENCIAS DE SABORES Y MEZCLAS EN EL MUNDO

La web www.pacificspice.com propone nuevas tendencias de sabores durante 2024 donde las especias son las auténticas protagonistas. La primera de ellas son los sabores terrosos con propiedades nutritivas con alimentos saludables con un mínimo procesa-



miento como champiñones, semillas, nueces o proteínas vegetales como el *tempeh*, los garbanzos o la soja. También aparecen flores comestibles como hibisco, rosa o lavanda en productos como bebidas envasadas, productos horneados, helados y chocolate. Aquí las especias funcionales cobran protagonismo con ajo, canela, cayena, cúrcuma, jengibre y cardamomo.

Las mezclas de especias de todo el mundo cobran protagonismo con tacos al curry, carne marinada con garam masala, karaage gechuam, dulet etiope y asados con harissa experimentando en hamburguesas de vacuno con harissa, hamburguesas de pollo tandoori, hamburguesas asiáticas a la barbacoa y otras versiones exóticas que incluyen especias como hierbas provenzales o sazónador de chiles.

Con la inspiración de estas especias nacen la coliflor kung pao, churros de calabaza especiados, hamburguesa de cordero con alioli de harissa, hamburguesa de garbanzos con tahini y salsa de limón, tacos de coliflor siracha o tacos sazonados.

Especias complejas ahumadas y picantes son cada vez más populares en Estados Unidos e incluyen pimientas scorpion, guajillo, pimientas húngaras, pimientas fantasma, harissa y gochugaru (copos coreanos de Chile). Pimentón ahumado, comino y chiles ahumados son los productos más populares.

Por su parte, en India, el país que lidera el uso de especias en sus cocinas, una información de www.yumda.com asegura que el mercado de especias, gracias a la popularidad de su oferta en mercados callejeros, camina de forma inexorable hacia el envase gracias al empuje de las nuevas generaciones, según un estudio de la consultora Mintel.

Las mezclas de especias de todo el mundo cobran protagonismo con tacos al curry, carne marinada con garam masala, karaage gechuam, dulet etiope y asados con harissa experimentando en hamburguesas de vacuno con harissa, hamburguesas de pollo tandoori, hamburguesas asiáticas a la barbacoa y otras versiones exóticas que incluyen especias como hierbas provenzales o sazón de chiles

Aún así, el 56% de los indios continúan comprando especias a granel y el 44% mezcla de masala (cilantro, comino, canela, clavo, nuez moscada, cardamomo y pimienta negra) sin envasar. Nuevos factores como la comodidad, la elevada competencia que mejora los precios y las costumbres urbanas impulsan a los consumidores hacia el envasado. Entre un 22% y un 27% están dispuestos a cambiar sus costumbres tradicionales a favor del envasado, una tendencia que se da, sobre todo, entre los más jóvenes.

El 82% de los consumidores han dado un paso adelante y están dispuestos a pagar más por comprar especias con certificación ecológica y en bolsitas individuales, una decisión que atañe especialmente a las personas urbanas, más jóvenes e informadas.

Un excelente artículo de Richard Kestenbaum en www.forbes.com indica que en 1950 la cocina nacional estadounidense contenía una media de 10 especias, condimentos y extractos, mientras ese número se acerca en estos momentos al medio centenar, en unos momentos en el que los norteamericanos, especialmente tras el Covid19, comen más en casa y van menos al restaurante.

El incremento de la cocina casera trae consigo la subida en el consumo de determinados productos, entre los que destacan la pimienta como potenciador natural del sabor, las sales más saludables como la mítica del Himalaya o la de la costa de Oregón, pero especialmente las especias y las mezclas de especias, cada vez más populares en canales como Amazon.

La transnacional McCormick, líder mundial en el segmento de las especias, apuesta por esas mezclas que serían complejas de hacer para el consumidor de a pie y buenos ejemplos son la sal de trufa o la mezcla de origen africano berbere, utilizada para asados y que incluye ají, ajo, jengibre y albahaca.

En el mercado minorista, la empresa Savory Spice cuenta con una treintena de tiendas y 554 variedades

de especias donde propone al consumidor hacer un recorrido étnico y multicultural por todo el mundo con platos indios, marroquíes, mexicanos... y nuevas apuestas como el uso del ajo negro fermentado en el hummus.

Y como las tendencias son siempre algo más que moda, 2024 ha llegado con un sabor apuntado por McCormick & Company como el Sabor del Año (*Flavor Forecast*): el tamarindo. Esta especia, denominada popularmente como “dátil de la India”, tiene mucho arraigo en ese país, África y Oriente Medio, es una fruta con forma de vaina que puede utilizarse para cocinar, pero también con fines medicinales.

Su sabor ácido y dulce, a la vez, puede agregarse a una enorme variedad de alimentos como patatas fritas, helados, café y en salsas, adobos, *chutneys*, bebidas y postres, ya que su alto contenido en antioxidantes (flavonoides) ayudan a regular los niveles de colesterol y a mejorar el funcionamiento del corazón. También tiene alto contenido en magnesio con efectos antiinflamatorios y antidiabéticos y reduce la presión arterial.

Un amplio equipo de 50 expertos, de todo el mundo, eligieron el tamarindo como Sabor del Año por, entre otras características, su sabor amargo, su tendencia ácida y unas sensaciones que se vinculan con recuerdos, emociones del pasado y experiencias vividas, además de sabor y textura creativa, divertida, diferente y que anima a la reflexión. Entre los platos lanzados con esta especia figura la hamburguesa de pollo, las patatas fritas y un batido.

Por su parte, un informe de www.nazluxuryliving.com asegura que otras especias son tendencia mundial en 2024, tal es el caso de la pimienta de Alepo, originaria de Siria, y ampliamente utilizada en Turquía y resto de Oriente Medio. Es un ingrediente moderadamente picante que se utiliza en kebabs, pollo y mariscos, además de incluirse en aderezos para ensaladas y salsas de yogur.

Parecido al picante del pimiento rojo, esta especia ofrece un sabor más sutil con toques ahumados y de tomate seco y una textura similar a la sal, lo que

la hace ideal para huevos, tostadas o ensaladas de tomate.

El berbere, mezcla especiada y ahumada típica del norte de África, suaviza el chile rojo y el jengibre con otras especias más suaves como cilantro, cardamomo, comino, canela, pimienta de Jamaica y clavo. Muy utilizado en sopas y aderezos, así como en frutas, verduras y pescado. Y también como aderezo seco para la carne.

El gochujang es una pasta de chile fácilmente identificable para quien haya probado una barbacoa coreana. Su versatilidad combina el picante con el dulce y el umami y da personalidad a adobos, sopas, guisos, postres y cócteles. Está hecha de hojuelas de pimiento rojo gochugaru, arroz glutinoso, soja fermentada y sal. Es más suave y dulce que la siracha, pero no hay que olvidar que se trata de una pasta muy concentrada.

La web www.harrisspice.com apunta cinco tendencias de condimentos para el año 2024 con una revolución a la hora de la merienda con especias preparadas para aperitivos y bocadillos donde destacan la hierba cítrica de ajo, condimento de hierbas mantecosas, guacamole de lima y jalapeño, siracha, pepinillo encurtido y chipotle ahumado.

Lo dulce se encuentra con lo picante en la tendencia conocida como SWICY que combina sabores dulces y picantes. Los consumidores atenúan el sabor de chiles picantes con edulcorantes naturales como jarabe de arce, miel o azúcar moreno de caña. Entre los productos se encuentra el sazón de arce y nogal, condimento de mango y habanero, ajo miel caliente, hamburguesa de cebolla caramelizada y sazón dulce y ahumado.

Asados y adobos versátiles son cada vez más populares como forma de potenciar sabores en platos como huevos, ramen, pastas y patatas. Los productos más populares son el sazón de pollo asado, alitas picantes de Nashville, topper de sal de tocino, sazón navideño de jamón y miel, alitas con sal y vinagre y crujiente de cítricos con ajo.

Otra tendencia al alza es el conjunto de sabores de siempre con un toque de modernidad y cada vez más demandados por nuevos consumidores, que bucean en sus recuerdos de la infancia. Entre ellos se encuentran el rancho de suero de leche, condimento de hierbas mantecosas, condimento de chile, chipotle de papá, condimento para churros con rico cacao, queso de jalapeño y queso, rollo de canela y pollo a la mantequilla hindú. Todos ellos, ideales para guisos de olla, pastel de carne, pasteles de cumpleaños, algodón de azúcar, churros y limonada de fresa.

Finalmente existe una tendencia dedicada a los productos de Investigación y Desarrollo donde se eliminan sabores artificiales, colorantes sintéticos y gluten. La empresa Harris Spice ofrece una selección de 500 especias, hierbas y mezclas personalizadas con un importante componente del I+D.

ESPECIAS Y CONDIMENTOS ESPAÑOLES CON CALIDAD DIFERENCIADA

En España hay cuatro Denominaciones de Origen Protegidas que reconocen y amparan a cuatro especias y condimentos. Se trata del Azafrán de La Mancha, el Pimentón de la Vera, el Pimentón de Murcia y la Cochinilla de Canarias.

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 19 empresas envasadoras y 250 productores que comercializan 520 kilos anuales.

La DOP Pimentón de la Vera ampara 50 términos municipales del norte de la provincia de Cáceres con más de 1.400 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 433 agricultores y 16 empresas que producen unos 4 millones de kilogramos, de los que 2,2 millones de kilos salen al mercado con el certificado de la Denominación.

La DOP 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 producen más de medio millón de kilos y comercializan, con la vitola de la DOP, 250.000 kilos con la vitola de la DOP.

La DOP Cochinilla de Canarias es un colorante natural que sale de la desecación de las hembras adultas de este insecto que pueblan las chumberas de las siete islas, territorio al que se extiende la nueva figura de calidad. Al triturar el insecto se obtiene el carmín, producto muy utilizado en cosmética, así como en temas alimentarios como yogures, helados, bebidas y dulces. No hay datos oficiales de cultivo adheridos a la DOP, aunque más de 400 hectáreas, la mayor parte de ellas en Lanzarote, Fuerteventura y Tenerife, son susceptibles de adscribirse. ■