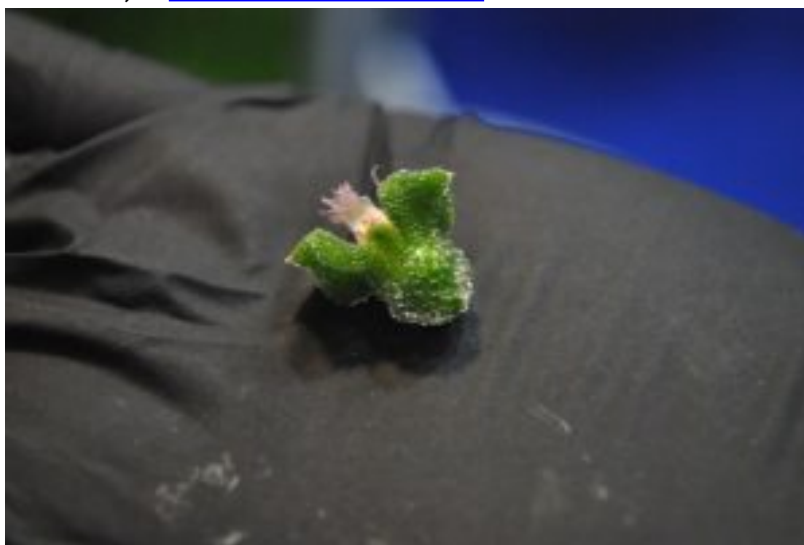


*Koppert Cress, con sede en los Países Bajos, hizo que las papilas gustativas hormiguearan en la New York Produce Show en diciembre, ofreciendo una amplia selección de **microvegetales** con algunos sabores intrigantes.*

"Simplemente somos una mezcla entre Willy Wonka e Indiana Jones", dice Nicolas Mazard, gerente general de la división estadounidense, a Portalfruticola.com en el stand de la compañía.



La compañía fue fundada hace 20 años y se ha centrado en la obtención de variedades de hierbas de todo el mundo. Ahora tiene una colección de docenas de ellas, muchas con sabores que sorprenderán al consumidor.

Popcorn Shoots, por ejemplo, que parecen **mini hojas de trigo de color amarillo brillante** tienen el mismo sabor que un maíz dulce en la mazorca, mientras que las Hojas de Syrha en forma de corazón brindan el inconfundible sabor ácido y crujiente de una manzana Granny Smith.

Tahoon Cress, que proviene del Tíbet, tiene un sabor a nuez y duradero que parece evolucionar de una seta al ajo y la cebolla.

También hay hojas de Yka, informalmente conocidas como 'hojas de mariposa' debido a su extraña semejanza con el insecto, y Tangerine Cress (tangerina berro), que deja un sabor en la boca casi indistinguible del de los cítricos en sí.

Aún más sorprendente es uno que se origina en Japón y que según Mazard contiene más calcio que un vaso de leche.

"Recolectamos todas esas raras variedades de semillas y hemos contratado a productores que las cultivan solo para nosotros", explicó.

"Las variedades que se encuentran en el mercado ahora han sido cruzadas para el rendimiento, porque el rendimiento tiene un buen precio, no sabor".

Cuando la compañía comenzó a hacer negocios hace un par de décadas, su base de clientes estaba compuesta casi en su totalidad por restaurantes de estrellas Michelin, pero Mazard explicó que desde entonces la escena culinaria ha madurado y ahora la demanda proviene de un conjunto mucho más grande de personas.

"Estas son variedades de hierbas que han existido durante mucho tiempo".

*"Este", indicó, sosteniendo una delicada pieza de barro en forma de corazón, "se llama **Atsina**, que lleva el nombre de una tribu de nativos americanos. La tribu lo usaría como edulcorante para sus bebidas. Tiene un sabor similar al anís que es ligeramente dulce también".*

Mazard explicó que para la mayoría de las hierbas que comúnmente se consumen hoy en día, existe una selección varietal mucho mayor que la que se puede encontrar en los supermercados de la mayoría de los países.

"La albahaca, por ejemplo. Tienes quizás cinco variedades, incluida la albahaca al limón, tailandesa e italiana, pero hay más de 400 variedades en el mundo", señaló.

"Hay muchas más variedades de hierbas aromáticas que las que conocemos, que se usaron tal vez en Inglaterra o Francia hace 500 años".

Selección antinatural

Dijo que una razón clave por la que ya no estaban disponibles en la mayoría de los lugares se debía a la logística.

"Si viajas a un mercado de productos sudamericanos, verás frutas que nunca has visto antes y podrías pensar '¿por qué? esta es una fruta fantástica'. Bueno, nunca has oído hablar de eso porque no viaja bien", explicó.



"La logística ha sido el proceso de selección antinatural de estas frutas que no se han vuelto populares. Es por eso por lo que, los tomates y las bananas son tan populares, puedes enviarlos en verde, resisten el frío y pueden manejar la logística".

"Este proceso de des-selección ha tenido lugar durante cientos de años, porque tardaba mucho tiempo en transportarse a caballo desde Nueva York a Boston, por ejemplo, pero ahora podemos mirar hacia atrás en esas variedades y decir 'sabes qué, con FedEx'. o UPS puedo enviar hoy y estará allí mañana. **Las limitaciones no son las mismas y podemos reconsiderar la selección completa que teníamos**".

Koppert Cress USA produce sus microvegetales en dos invernaderos en Long Island, desde donde se envían a distribuidores a lo largo de la costa este y hasta el oeste de Texas y Colorado.

Hoy en día, la compañía está mejorando, experimentando un crecimiento anual de alrededor del 13-14%, ya que la demanda de productos nuevos y emocionantes no muestra signos de desaceleración.

www.portalfruticola.com