

## SETMANA DE LA INTERNACIONALITZACIÓ DE CATALUNYA- 2007

### Trobada de les economies de la Mediterrània

#### *“Requisitos para la exportación y comercialización de productos y servicios halal en el mundo islámico”*

Ponentes:

**M. Isabel Romero**, directora general del Instituto Halal  
**Hanif Escudero**, director de Desarrollo del Instituto Halal  
**Maria Turon**, Departamento de Calidad de LLUÍS OLIVERAS

El mundo musulmán está presente en los cinco continentes y representa más de 1.500 millones de personas. Una parte creciente de esa población precisa que los productos y servicios que consume cumplan los requisitos de la ley islámica (*sharia*). Con la obtención del certificado *halal*, se posibilita el acceso a este importante segmento de mercado. Los miembros del Instituto Halal expusieron las exigencias y especificidades para obtener el certificado de calidad *halal*, mientras que la experta Maria Turon, del Departamento de Calidad de LLUÍS OLIVERAS, explicó su experiencia práctica como empresa productora de alimentación *halal*. La sesión se abrió con unas palabras de Abdennur Prado, presidente de la Junta Islámica Catalana, que se mostró optimista respecto a que en breve hubiera una sede del Instituto Halal en Barcelona, puesto que en Cataluña hay más de 20 empresas certificadas, a la vez que reivindicó una ley *halal* en España.

#### **Isabel Romero, directora general del Instituto Halal**

Isabel Romero describió las diferencias de España respecto del mundo musulmán en el contexto europeo: desde los años noventa hay un ritmo de conversiones al islam muy alto (aun cuando el número total de musulmanes es menor que en otros países europeos) y, además, se da la peculiaridad de las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla, de mayoría musulmana. Se considera que España tiene actualmente 900.000 musulmanes, según datos oficiales, y cerca de 1,5 millones, reales.

Desde la Ley de Libertad Religiosa de 1992, en España se reconoce que tanto los musulmanes como los judíos y los protestantes practican religiones de arraigo. Esta ley dio paso a la negociación de unos acuerdos de cooperación del Estado con cada una de las confesiones en octubre de 1994. En cuanto a ordenamiento jurídico, España es el único país europeo con un marco legal que regula la vida y la presencia de los musulmanes en su seno. En concreto, y en relación con los musulmanes, la Ley de los Acuerdos de Cooperación recoge en su artículo 14

el derecho de alimentarse conforme a la ley islámica (sharia), aunque “habría hecho falta un reglamento para llevarlo a la práctica, que nunca se ha llegado a desarrollar”, explicó Isabel Romero.

Esta población musulmana ha generado una demanda de productos halal y ha dado lugar a la creación de una red de comercialización, que “todavía es muy deficiente en precios y en calidad de producto”. Precisamente para cubrir el vacío generado por la falta de una ley que regulara los productos según la sharia, el Instituto Halal consiguió que fuera reconocida una marca de calidad halal. En concreto, una marca de garantía halal, registrada desde agosto de 2003.

Como marca de garantía es, pues, una marca de aplicación voluntaria que tiene un reglamento de uso y un manual de procedimiento, diferentes condiciones según la tipología de producto, y funciona con una auditoría de una entidad externa e independiente. “Nosotros trabajamos con el Instituto Comunitario de Certificación, reconocido por el ENAC”, afirma. Es el Instituto Halal quien emite el certificado, que tiene validez por un año y requiere un seguimiento para sus renovaciones posteriores.

Pero lo que distingue a la marca halal es que “es una marca de garantía que tiene una vertiente muy clara de distintivo ético y religioso; esto quiere decir que la industria que apuesta por la producción halal está asumiendo un compromiso con una comunidad que se adscribe a un modelo de alimentación acorde con un precepto religioso, independientemente del posicionamiento y valoración que haga cada cual”, enfatizó Isabel Romero. La directora general del Instituto Halal quiso matizar que, pese a que aparentemente el consumidor final deba de ser musulmán, “los datos en Europa demuestran que los productos halal se han posicionado como productos de mayor garantía y control; aproximadamente el 40 % de consumidores halal no son musulmanes”, dato a tener muy en cuenta de cara a los volúmenes de consumo y comerciales.

El Instituto Halal es un departamento de la Junta Islámica que no tiene CIF propio. Su objetivo no es lucrativo, sino “ofrecer un buen servicio y reinvertir los posibles beneficios de la aplicación de la marca en otros proyectos de

mejora de las condiciones de vida de la comunidad musulmana en España”, explicó Isabel Romero. Después de unos inicios difíciles, a causa de la falta de recursos, actualmente el Instituto Halal se financia gracias al proceso de certificación de las industrias. El cobro varía en función del tipo de industria, de la cantidad de productos y de si su mercado potencial es nacional o internacional, “pero siempre cuidamos de no grabar en exceso al productor para que el consumidor no se vea afectado”.

En los últimos años, el Instituto Halal ha hecho un esfuerzo de reconocimiento internacional, puesto que, como explicó su directora general, “no tenía sentido una marca únicamente para la demanda nacional, porque lógicamente muchas industrias tenían interés por el mercado internacional, toda vez que hay 1.500 millones de personas en todo el mundo, no sólo en mercados árabes, sino también en los Estados Unidos, el Canadá, Sudamérica, Sudáfrica, etc.”. Actualmente, con el apoyo del Ministerio de Industria, la marca de garantía halal ha sido homologada y reconocida por los diferentes organismos internacionales, entre los que Isabel Romero destacó el de Malasia. “Cualquier industria con la marca de garantía halal española puede exportar a todo el mundo.”

La otra línea de interés se concreta en que los Estados de la UE tengan su reglamento de control, que determine unos requisitos mínimos para controlar la producción y evitar el fraude, “aun cuando debemos decir que el fraude no es un hecho común”, añadió Isabel Romero. Dentro de España, Cataluña y Andalucía son las dos comunidades más abiertas a la hora de contemplar la posibilidad de un reglamento consensuado.

Finalmente, la directora general del Instituto Halal señaló que halal es un estilo de vida saludable. “No es sólo alimentación, sino muchos aspectos de la vida de las personas, incluidas las finanzas. En breve, empezaremos a tener cuentas de ahorro halal y productos financieros halal como, por ejemplo, hipotecas”, puesto que la ley islámica no admite el interés sobre el dinero, pero sí el beneficio y el comercio. Isabel Romero apuntó como dato interesante que la banca islámica crece a un ritmo del 15 %, por encima de la convencional.

## **Hanif Escudero, director de Desarrollo del Instituto Halal**

Hanif Escudero centró su exposición en el procedimiento y las condiciones que debería seguir una empresa para obtener la marca halal. Halal es aquello que es bueno y saludable para el ser humano, por contraposición a haram, lo prohibido y abusivo: pornografía, usura, alcohol, cerdo y animales con garras o reptiles.

Halal son los animales sacrificados en el nombre de Dios y matados por un musulmán. El término no hace referencia sólo al producto, sino a la forma de matar al animal para que no sufra innecesariamente. Halal es el pescado y todos los animales, menos el cerdo. Pero lo más importante de cara al productor es tener claro que cualquier ingrediente que provenga del cerdo o del alcohol determina que el producto pase a ser haram: unas golosinas hechas con gelatinas procedentes del cerdo, serían haram. Hay una serie de productos que se consideran masbouq, porque resulta controvertido determinar si son halal o haram, por ejemplo, la carne de caza, puesto que es casi imposible certificar su muerte de manera correcta.

La marca de garantía halal cumple, pues, con unos requisitos religiosos y unos requisitos técnico-sanitarios –como se explicó– y el modelo de certificación se basa en cinco pilares: acuerdos de cooperación, reglamentación halal, procedimiento de calidad, control y formación, y reconocimiento de las autoridades islámicas.

### **Reglamentación del sector alimentario**

Los alimentos y productos alimentarios no pueden tener ingredientes haram y la producción se debe hacer de manera totalmente separada en tiempo y espacio, en cuanto a que en las mismas instalaciones se haga producción haram. No puede haber contaminación cruzada y se exige una trazabilidad, “requisitos obligados en general”, apuntó Hanif Escudero.

El sacrificio del animal es un aspecto clave de todo el proceso. Los animales se deben matar con la cabeza orientada a la Meca y en aras de Dios, diciendo la fórmula “Bismillah Allah hu Akbar”, para lo cual el matarife debe ser preferentemente musulmán. En términos generales, está prohibido el aturdimiento del animal, a excepción de que sea reversible y no

deje lesiones crónicas. Una alternativa al aturdimiento muy extendida en Cataluña es el box giratorio, “que no es la mejor opción; el box puede ser correcto siempre y cuando no choque la cabeza del animal contra el suelo, puesto que no preservaría su bienestar”.

Otro tema es el sacrificio manual o mecánico, sobre todo en lo que a aves se refiere. Se tiende a hacer de manera automática, aun cuando el Instituto Halal lo prefiere manual. Se está dando el caso de que muchos mataderos empiezan a tender a matar a todos los animales conforme a las reglas halal, puesto que son válidas para todos los consumidores, mientras que al revés, no.

Hanif Escudero cerró su intervención destacando que, además de la comida halal, también entran los servicios en este concepto: restaurantes y hoteles con menús halal y espacios de oración, cosmética y perfumería sin ingredientes haram, moda respetuosa, economía sin usura, entierros según el rito musulmán, ciudades integradoras con mezquitas, etc.

## **Maria Turon, Departamento de Calidad de LLUÍS OLIVERAS**

Maria Turon explicó cómo se compagina en una empresa española la producción mixta de productos halal y haram, como es el caso de su marca, que tradicionalmente ha trabajado siempre con cerdo. En segundo término, destacó las ventajas comerciales que están consiguiendo.

El primer punto es asegurar que las materias primas sean halal y que ningún aditivo o ingrediente añadido sea haram, al igual que las tripas que se usan para los embutidos. En esta empresa se han separado completamente las producciones, distinguiendo los días de la semana y reservando cámaras y secaderos exclusivos para productos halal.

Cada producción tiene una trazabilidad diferenciada, con una ficha de producción por cada producto para llevar un control exhaustivo. Además, se envía una muestra de todos los productos elaborados al laboratorio para que se analice su ADN y se certifique que no es haram y que se corresponde al 100 % con lo que dice la etiqueta, sea lo que sea. Las etiquetas especifican que son productos elaborados conforme a la ley islámica e incluso se envía una relación por

expedición con el número de kilogramos y los lotes, para que el cliente tenga siempre un control exhaustivo de lo que recibe. Uno de los aspectos que destacó Maria Turon de la certificación halal “es que es una combinación mixta de una certificación de calidad con una certificación de producto halal”.

En las auditorías se analiza la recepción de la materia prima, que los proveedores sean correctos y homologados por la Junta Islámica, el proceso de fabricación, las formulaciones, la identificación y el etiquetado; se hace un control de trazabilidad ascendente y descendente y, finalmente, se verifican los autocontroles de la empresa, las infraestructuras y las buenas prácticas de manipulación. Maria Turon destacó que este año han empezado a impartir formación a los empleados, porque “es muy importante que el personal interno entienda qué significa ‘producto halal’ para que esté concienciado y no trabaje de una determinada manera sólo porque la empresa lo dice, sino porque entiende que es necesario”, afirmó.

“Nosotros fabricamos halal porque queríamos vender al público musulmán. Queríamos salir al mercado extracomunitario y primero fuimos a

los Emiratos Árabes, a Dubai”, explicó Turon. En Europa, añadió, las grandes superficies empiezan a interesarse y a comprar; por ejemplo, los supermercados Casino. “En España también se interesan; quizás ha entrado producto fresco, pero no acaban de comprar productos elaborados, como los embutidos curados y cocidos.” Por otro lado, para la pequeña tienda regentada por musulmanes, el producto curado es caro y, respecto al producto cocido, encuentra muchos problemas de desconfianza, además de que los proveedores son empresas radicadas en la UE con la cabecera de ventas en Francia. “Nuestra preocupación fue: si en España ya había recelo con los productos españoles, ¿qué pasaría en los Emiratos?; pero la experiencia en Dubai fue muy grata, porque la marca de garantía halal está plenamente reconocida y no estamos teniendo ningún problema distinto de los habituales”, concluyó Maria Turon.