



Informe comercial elaborado por la
Embajada de la República Argentina en la
República Islámica de Pakistán.

26 de julio de 2021



Ministerio de Relaciones Exteriores,
Comercio Internacional y Culto

Embajada de la República Argentina
Reino de España

1. Mercado halal en Pakistán

Pakistán es una república islámica en la que se estima que 96% (1) de sus 207 millones de habitantes (2) son musulmanes. Es decir, se trata de un mercado de alrededor de 200 millones de personas que potencialmente consumen productos Halal (3) .

Por supuesto, no es lo mismo declararse musulmán frente a un encuestador que ser un devoto practicante de la fe y cumplir con sus preceptos. Entonces, para tener una idea de cuántas de esas 200 millones de personas realmente se ocupan de que los productos y servicios que consumen sean permitidos por su dogma, es importante dimensionar correctamente la intensidad del sentimiento religioso.

De acuerdo a un estudio realizado por el Centro de Investigaciones Pew (4), para 94% de los adultos pakistaníes la religión ocupa un lugar muy importante en su vida. Solamente hay un país del mundo con una población más devota que este: Senegal, con 98%. Como referencia, el promedio mundial es 54%, y en Argentina este porcentaje ronda 43%.

En principio, entonces, hay elementos para suponer que la gran mayoría de los musulmanes pakistaníes consumen productos Halal. Pero además de las creencias personales de su población, Pakistán es una república islámica, de modo que los productos que no son permitidos por el Islam (5) son ilegales. Es decir, inclusive aquellos ciudadanos que quisieran consumir productos vetados por la religión, no podrían adquirirlos en el mercado legal ya que están lisa y llanamente prohibidos por el Estado.

Ambos elementos operan en el mismo sentido, el de ampliar el tamaño del mercado de alimentos y bebidas Halal en Pakistán. Por eso, a pesar del modesto tamaño de su economía (6), es el quinto mayor consumidor del mundo musulmán de estos bienes. De acuerdo a la consultora Dinar Standard (7), durante 2019 los pakistaníes gastaron US\$ 82 mil millones en comidas y bebidas permitidas por los preceptos del Islam (8).

Aunque el mercado alimenticio es de una envergadura notable, es importante señalar que, al menos en relación a las carnes bovinas, se estima que las oportunidades son limitadas. Esto se debe a que se trata de un país con un inmenso stock vacuno, en el que el sector privado es poderoso y sumamente activo en el ejercicio de lobby para promover exportaciones (9) y evitar competencia externa en el mercado doméstico, y en el que el gobierno se muestra reacio a abrir el mercado a países no islámicos (10). El resultado de esta combinación de factores es que las importaciones de carne vacuna en los últimos tres años rondaron los US\$ 2 millones, una cifra insignificante.

En cuanto a los productos alimenticios Halal en los que sí podría haber oportunidades, esta Representación recabó las opiniones de las máximas autoridades públicas locales. La Directora General del Consejo Nacional de Acreditación de Pakistán (PNAC), Ismat Gul Khattak, coincidió en que no cree que haya mucho espacio para exportar carnes. En su lugar, recomendó explorar el mundo de los insumos para la industria alimenticia: habló de emulsionantes, colorantes y aditivos.

Por su parte, el Director General de la Autoridad Halal de Pakistán (PHA, por sus siglas en inglés), Akhtar A. Bughio, sugirió que podría haber nichos en algunos alimentos elaborados específicos como leches infantiles, barras de cereales y pastas secas.

Además de alimentos, otro segmento Halal en el que la demanda local tiene una envergadura muy significativa es el de la moda religiosa. Al igual que con la comida, el tamaño de la población y la ubicua presencia de la religión en la vida cotidiana robustece la demanda de estos bienes. De acuerdo a las mismas estimaciones privadas mencionadas antes (7), hombres y mujeres gastan anualmente US\$ 20 mil millones en este tipo de vestimenta (11), lo que lo posiciona en el cuarto puesto dentro del mundo musulmán.

Otro sector a considerar es el de las vacunas. Una medida de la importancia que los consumidores asignan a las vacunas con certificado Halal está dada el hecho de que el 49% de la población pakistaní se resiste a vacunarse contra el Covid es su creencia de que las vacunas disponibles no son Halal. La razón se encontraría en la presencia de gelatinas de origen porcino que se utilizan como estabilizantes en múltiples vacunas. La misma preocupación surge de la utilización de tejidos provenientes de fetos humanos.

En relación con el gasto en otros productos no alimenticios, lamentablemente no se cuenta con estadísticas recientes y fiables. Sin embargo, esta Sede tiene planificado replicar la metodología de la consultora Dinar Standard, de modo tal de contar con estimaciones propias sobre el mercado potencial -al menos en primera instancia- de productos farmacéuticos y cosméticos.

En el mismo sentido, se prevé mantener encuentros con funcionarios del Ministerio de Comercio a fin de identificar con claridad los orígenes de las importaciones Halal.

II. Sistema de certificación Halal en Pakistán

El sistema de acreditación Halal en Pakistán es sumamente intrincado, existen múltiples organizaciones involucradas con competencias superpuestas, y normas no del todo armónicas entre sí.

Por un lado, se encuentra la Autoridad de Control de Calidad y Estándares de Pakistán (PSQCA). Este es el órgano formulador de los estándares Halal de Pakistán (PS). Sería el equivalente al Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM).

Por otro, se encuentra el Consejo Nacional de Acreditación de Pakistán (PNAC) que, desde 2012, es el órgano técnico encargado de acreditar a las entidades que emiten los certificados Halal. En Argentina, este rol lo cumple el Organismo Argentino de Acreditación (OAA).

Adicionalmente, desde 2016 hay nuevo actor para el cual la ley local dio un rol clave. Se trata de la Autoridad Halal de Pakistán (PHA), que tiene capacidad de veto: la PHA determina qué productos pueden comercializarse como Halal. Además, es un órgano consultivo en aspectos generales de certificación y aplicación de estándares.

Finalmente, en este universo complejo de organizaciones hay dos de alcance internacional: el Instituto de Metrología y Estándares para los Países Islámicos (SMIIC, por sus siglas en inglés), que es una entidad que tiene como meta reducir las barreras técnicas al comercio entre los países de la Organización para la Cooperación Islámica (OIC); y el Foro Internacional de Acreditación Halal (Ihaf, por sus siglas en inglés), que reúne en un mismo espacio a los órganos

nacionales de acreditación de 38 países, entre ellos los de Argentina y Pakistán, y persigue como objetivo la armonización de las prácticas de acreditación de sus miembros.

Esquemáticamente, el ciclo de la certificación Halal en Pakistán es el siguiente: en base a los acuerdos técnicos alcanzados en la SMIIC, la PSQCA emite los estándares Halal de Pakistán para cada producto. Consultada por esta Representación, la Directora General de PNAC, Ismat Gul Khattak, señaló que entre 95% y 98% del estándar nacional (PS) es igual que el del SMIIC. Entre las diferencias más importantes se encuentra el hecho de que Pakistán no otorga certificado Halal a carne de animales que hayan sido sacrificados con medios mecánicos o que hayan sido atontados (stunned) previamente.

En base a esos estándares, la PNAC acredita a las entidades habilitadas para emitir el certificado Halal. En la actualidad, en Pakistán hay ocho de esas entidades, las cuales tienen competencias específicas: algunas pueden otorgar el certificado para determinados productos alimenticios (perceberos, frescos, enlatados), otras certifican procesos productivos (pesca, granja, salado, endulzado, enharinado, congelado) y otras habilitan la utilización de ciertos materiales de empaque.

Aunque el Organismo Argentino de Acreditación (OAA) y la PNAC son miembros de IHAF, lo que significa que los criterios que siguen ambas organizaciones para acreditar empresas emisoras de certificados Halal son los mismos, esto no garantiza que un certificado emitido en Argentina sea automáticamente aceptado en Pakistán.

Esta información fue confirmada a esta Representación por Akhtar A. Bughio, Director General de PHA. Para que un producto Halal pueda ser importado por Pakistán, tiene que cumplir dos normas internas: la Orden de Política Importadora - S.R.O. 902 (I)/2020, y el Acta Constitutiva de la PHA. De acuerdo a la primera, la importación de productos alimenticios requiere que el embarque sea acompañado por un certificado emitido por una entidad certificadora acreditada por un órgano nacional de acreditación que sea miembro de la IHAF. Más allá de la profusión de certificados, acreditaciones y procesos asociados, esto significaría que un producto con sello Halal en Argentina debería poder ser importado por Pakistán.

Sin embargo, esto sólo podrá ocurrir con la conformidad de la PHA, ya que esta entidad guardó para sí una potestad clave: el poder de veto. De acuerdo a su Acta constitutiva, entre sus funciones está la de autorizar el uso del logo Halal. Más aun, es esta entidad la que tiene poder para inspeccionar los productos provenientes del exterior.

Sin embargo, de acuerdo a lo informado por el propio Sr. Bughio, existe un proceso en marcha de modificación del Acta de la PHA, cuya conclusión y anuncio tendrán lugar próximamente, según la cual este organismo perdería tal poder de veto. De tal manera, bastará que el OAA esté registrado en la PHA para que una empresa argentina pueda exportar productos Halal.

III. Conclusiones

La primera impresión recogida es que el mercado Halal pakistaní tiene un inmenso potencial. Su vasta población, la apabullante predominancia del Islam, el profundo apego a los preceptos religiosos y el carácter islámico del Estado nacional sugieren que aquí hay 200 millones de personas que sólo consumen Halal. Además, en la medida en que el ritmo de crecimiento demográfico no se detenga y el económico mejore un poco, este mercado se expandirá.

Sin embargo, no se trata de un mercado en el que haya oportunidades en cualquier lado. Se explicaron las razones por las que no se advierte que las haya para carne bovina. Frente a la consulta a dos autoridades nacionales del sector, se identificaron algunos insumos de la industria alimenticia en los que ellos consideran que habría lugar para la oferta argentina. Del mismo modo, se mencionaron algunos alimentos elaborados.

Se destacó el caso de las vacunas para ilustrar cuán profundo es el sentimiento religioso en este país y por qué, en opinión de esta Sede, una estrategia de inserción en este mercado debe incluir un énfasis especial en demostrar que se trata de productos absolutamente permitidos por el Islam.

Una alternativa para obtener este reconocimiento es el de alcanzar un acuerdo bilateral con la PHA, como lo tiene, por lo informado por su Director General, con Malasia y Emiratos Arabes Unidos. Sin embargo, por lo averiguado por esta Sede, en el transcurso de las próximas semanas habrá novedades regulatorias que establecerán criterios claros para que los órganos de acreditación extranjeros sean reconocidos por la PHA, lo que habilitará a que el certificado argentino sea válido en Pakistán. Se mantendrá informada a esa Cancillería al respecto.

Esta Representación se abocará a investigar los segmentos del mercado Halal pakistaní que podrían ser aprovechados por firmas argentinas. En ese sentido, se anticipó, se prevé replicar la metodología de la consultora Dinar Standard para mensurar el tamaño de otros segmentos de consumo, como el de productos farmacéuticos y cosméticos. Con el mismo objetivo, se prevé organizar encuentros con representantes del sector privado.

Notas

(1) Se trata de información oficial, del Pakistan Bureau of Statistics, accesible a través del siguiente vínculo: <https://www.pbs.gov.pk/sites>

[/default/files//tables/POPULATION%20BY%20RELIGION.pdf](https://www.pbs.gov.pk/sites/default/files//tables/POPULATION%20BY%20RELIGION.pdf)

(2) Son datos del Censo de 2017, accesible a través del siguiente vínculo: https://www.pbs.gov.pk/sites/default/files//population_census/National.pdf

(3) Halal es una palabra árabe que significa permitido . <https://www.talimulislam.com/halal/>

(4) <https://www.pewforum.org/2018/06/13/the-age-gap-in-religion-around-the-world/>

(5) Los denominados Haram, palabra árabe que significa prohibido, ilícito. <https://www.talimulislam.com/halal/>

(6) De acuerdo a información del Banco Mundial, se trata de US\$ 263 mil millones, disponible en: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?locations=PK> Para tener una referencia, el ingreso per cápita de Pakistán es US\$ 1200, mientras que el de Argentina es US\$ 8400.

(7) State of the Global Islamic Economy Report: 2020-2021, descargable en: <https://cdn.salaamgateway.com/reports/pdf/456642acf95a783db590e5b104cae94046047101.pdf>

(8) Esta cifra representa 31% del PIB pakistaní, valor concordante con las estadísticas oficiales de composición del gasto familiar, que señalan que para el bienio 2018 -2019, el 36% del

ingreso fue destinado a comprar alimentos y bebidas. Disponible en https://www.pbs.gov.pk/sites/default/files//pslm/publications/hies2018-19/TABLE_15.pdf

(9) La opinión y reclamos del sector se encuentran resumidas en: <https://nation.com.pk/06-Oct-2020/pakistan-can-become-leader-in-halal-sector>

(10) <https://pakobserver.net/ishrat-expresses-concern-over-low-share-of-oic-countries-in-halal-market/>

(11) Al igual que con los alimentos, la información reportada es coherente con las estadísticas oficiales: para la consultora Dinar, el gasto en vestimenta y calzado representa 7,6% del PIB; para el PBS, es 7,5%. Disponible en el mismo vínculo que el de la referencia 8.



Muchas gracias por su atención.
Ante cualquier duda, comuníquese con la Embajada Argentina en Reino
de España.
<http://eespa.cancilleria.gob.ar>

<https://www.cancilleria.gob.ar/es/argentinatradenet>

