

PRODUCTOS CASHER: NORMAS Y MERCADOS

Ing. Alim. Juan Manuel Alderete. 2007. Dirección de Promoción de la Calidad,
Dirección Nacional de Alimentos, Subsecretaría de Política
Agropecuaria y Alimentos, Secretaría de Agricultura,
Ganadería, Pesca y Alimentos.
www.produccion-animal.com.ar

Volver a: [Producción orgánica](#)

INTRODUCCIÓN

Independientemente del marco religioso en que se inscribe su elaboración, en importantes mercados del mundo los alimentos casher son cada vez más apreciados en virtud de su probada calidad. Su producción y venta han sido encaradas por importantes empresas, y constituye un negocio con muy buenas perspectivas internacionales. Normas que guían su fabricación y características del consumo en diversos países.

Casher es una palabra hebrea cuya traducción más acertada es “adecuado”. El término designa a los productos que cumplen con la kashrut, conjunto de leyes dietéticas del judaísmo.

La kashrut tiene su origen en las pautas alimentarias enunciadas en los libros del Pentateuco (la Torá hebrea), particularmente en el Éxodo (Shemót), el Deuteronomio (Devarim) y el Levítico (Vaikrá). Aunque muchos estudiosos han atribuido la existencia de estas pautas a necesidades de tipo higiénico-sanitarias, la kashrut se basa principalmente en argumentos simbólicos, principios éticos y motivos místicos. Estos conceptos y sus implicancias deben tenerse presentes a la hora de producir y/o comercializar productos dentro del segmento casher, uno de los mercados más seductores en lo referente a precios.

MERCADOS

Casi el 75% de la población judía mundial se concentra en los Estados Unidos e Israel, por lo cual estos dos mercados marcan la tendencia global del segmento casher. Sin embargo, existen otros países que cuentan con un mercado para los productos casher cuya dinámica hace imprescindible su inclusión en este análisis.

Estados Unidos

- ◆ Los Estados Unidos son el mayor productor y exportador de productos casher del mundo.
- ◆ La producción de alimentos certificados posee una larga historia en suelo americano, que se remonta al siglo XIX.
- ◆ Se estima que existen 14.000 plantas de alimentos certificados casher, habiéndose incrementado el número de establecimientos en un 52% con respecto a 2000.
- ◆ EE.UU. produce cerca de 100.000 productos casher envasados.
- ◆ Según encuestadores privados, el 28% de los estadounidenses consideran que la certificación casher puede definir la elección de un alimento por sobre otro similar.
- ◆ Las encuestas muestran que esta importante fracción de los consumidores americanos está plenamente informada sobre las características del sistema de certificación, lo que determina que el mercado de los productos casher en EE.UU. constituya un gran nicho, cuyo crecimiento es impulsado por la adopción de la observancia entre judíos secularizados y, lo más importante, por la difusión del sistema casher entre los no judíos.
- ◆ El 35% de los encuestados relacionó a la certificación casher con características organolépticas diferenciales (sabor y olor fundamentalmente).
- ◆ El 16% manifestaron que compran alimentos casher porque valorizan las normas que rigen su producción.
- ◆ 8% dijo que compran casher porque es sinónimo de buenos productos.
- ◆ 5% sienten que la certificación casher garantiza productos saludables
- ◆ 8% declararon que su consumo deviene de la observancia religiosa hebraica, mientras que otro 4% está compuesto por musulmanes que consideran a la kashrut congruente con la reglas alimentarias del Islam.
- ◆ Otro 8% son vegetarianos estrictos, y los sellos casher les permiten distinguir productos compatibles con su dieta.
- ◆ Si bien las ventas de todos los productos certificados crece anualmente un 2,5%, determinados rubros muestran un comportamiento mucho más acelerado.
- ◆ El caso más impactante es el de las galletitas dulces y los bizcochos, cuyo consumo se acrecienta un 10% por año.

Israel

- ◆ El 60% de la población israelí (aproximadamente 5,5 millones de personas) consume alguna proporción de productos casher certificados como parte de su dieta.
- ◆ Se estima que el comercio de alimentos en Israel suma alrededor de US\$ 13.000 millones.
- ◆ Israel cubre sólo el 75% de su demanda interna de alimentos en base a su propia producción.
- ◆ A excepción de la carne, el pollo y sus derivados, las leyes israelíes no exigen la certificación casher para autorizar la importación. De todas formas, las mayores cadenas de supermercados, los comercios minoristas y los consumidores institucionales requieren la certificación para los productos que comercializan. Por esto el mercado para productos no certificados es muy limitado.
- ◆ Es importante destacar la oportunidad que representa el crecimiento del consumo de especialidades de alto valor agregado dentro del mercado israelí.
- ◆ Tanto en las ciudades como en las áreas suburbanas, es constante el aumento del número de comercios que venden delicatessen, licores, confecciones de azúcar y chocolate, así como pastelería de alta calidad.
- ◆ Dentro de las delicatessen requeridas por los minoristas, se destacan entre los productos importados las salsas, las conservas, los productos de pastelería, los snacks, el caviar y otras especialidades elaboradas con pescado.
- ◆ Aunque un producto haya sido certificado en el país de origen, el importador o el fabricante debe obtener el visto bueno del Consejo del Gran Rabinato de Israel, que según las leyes locales, es la única autoridad para determinar si un producto es o no casher.
- ◆ Para el segmento de consumo denominado Ultra Ortodoxo, la autorización del Gran Rabinato es condición necesaria pero no suficiente. En este caso, se requiere una supervisión especial denominada “Kashrut Mehuderet”. Este segmento del mercado tiende a crecer rápidamente, dada la elevada tasa de natalidad observada en las comunidades ultra ortodoxas.

Francia

- ◆ Tras 30 años de continuo desarrollo, el mercado francés de productos casher pasó de ser un pequeño nicho étnico a constituirse en el centro de distribución de productos certificados más importante de Europa. Desde principio de los 90', las ventas de productos certificados en el mercado galo crecen a razón de un 16% anual.
- ◆ Se estima que Francia comercializa alimentos casher por casi US\$ 550 millones anuales, lo que representa el 10% del mercado europeo.
- ◆ En consonancia con las características observadas para el mercado estadounidense, el consumo de alimentos casher en Francia trasciende a los judíos practicantes, puesto que esta certificación es considerada por una creciente cantidad de consumidores como garantía de productos saludables, de alta calidad, naturales y sabrosos.
- ◆ Cerca del 80% de la comunidad judía francesa es de origen sefardí (descendientes de judíos españoles), razón por la cual las características de los productos casher los asemejan a los componentes de la dieta mediterránea.
- ◆ La influencia sefardí puede observarse también en los 300 restaurantes casher de París y sus alrededores.
- ◆ Los canales de comercialización para los productos certificados están dados por comercios especializados y sectores específicos de los grandes supermercados.
- ◆ Dentro de los alimentos casher, los productos gourmet en general, y en particular el vino, las salsas, los aliños, los snacks, los alimentos vegetarianos, las golosinas, los productos tradicionales de la mesa judía y los alimentos adaptados a las normas pascuales cuentan con las mejores perspectivas para su colocación en el mercado francés.

Rusia

- ◆ El crecimiento de la población judía en Rusia abre una gran oportunidad para la colocación de productos casher.
- ◆ Según la fuente que se consulte, la población rusa de origen judío comprende entre 900 mil y 1,5 millones de personas.
- ◆ La comunidad hebrea más importante de la Federación se concentra en Moscú. Oficialmente la componen 200 mil habitantes, aunque estimaciones extraoficiales la ubican en torno de los 500 mil.
- ◆ Sólo una minoría de los judíos rusos mantiene una dieta totalmente basada en la cashrut. La mayoría alterna tanto productos certificados y convencionales en sus compras.
- ◆ Aunque constituye el mayor mercado casher de Rusia, Moscú cuenta con sólo dos tiendas dedicadas a la venta de productos certificados, además de la distribución de productos que se da a través de los comercios minoristas de alimentos y supermercados.
- ◆ Los productos certificados envasados y no refrigerados, tales como galletitas, caramelos, jugos, enlatados y condimentos, no tienen diferencia de precio con respecto a sus homólogos convencionales. En el caso de las

carnes y los lácteos, sí existe una gran diferencia de precios con respecto a los productos sin supervisión rabínica.

- ◆ En general, los no judíos se muestran indiferentes ante la certificación casher, aunque mediante el trabajo de las diferentes organizaciones confesionales, la misma comienza a posicionarse como garantía de calidad y confianza.
- ◆ La mayor parte de los alimentos casher que se consumen en el territorio ruso provienen de Israel y EE.UU.. Los productos más difundidos son los quesos, las carnes preparadas a la usanza hebrea, confecciones de azúcar y chocolate, tortas, galletas, galletitas, sopas deshidratadas y vinos.
- ◆ Es muy raro encontrar productos frescos certificados. En la mayoría de los casos se trata de productos importados y de alto precio.

Alemania

- ◆ En Alemania hay más de 200.000 habitantes de origen judío. El 4% observa estrictamente las normas de su religión.
- ◆ Este fenómeno se debe a que más del 85% proviene de la ex URSS, con lo que la situación se asemeja a la descripta para Rusia.
- ◆ De todas formas, entre el 60 y el 70% de los judíos alemanes respetan las normas alimentarias durante las festividades religiosas.
- ◆ Si bien se trata de un mercado aún pequeño, en los últimos años el consumo de productos certificados se vio incrementado por la acción de las organizaciones judías alemanas, que enfatizan el rescate y la promoción de las tradiciones hebraicas. Una de sus estrategias consiste en proveer alimentos y comidas preparadas casher a hogares de ancianos y escuelas.
- ◆ También han generado programas dedicados a los jóvenes, tales como viajes educacionales y otras actividades enfocadas a desarrollar el interés por su herencia judía.
- ◆ Las mismas organizaciones promueven los alimentos casher entre la población no judía, asociándolos con factores como la calidad y la sanidad, así como la oportunidad que representa la certificación para nichos específicos de consumidores, como los alérgicos a la lactosa.
- ◆ Actualmente, el 95% de los alimentos casher consumidos en Alemania se importan desde Israel, Francia, Holanda, Bélgica y EE.UU.
- ◆ La comercialización de productos certificados se concentra alrededor de las ciudades con una población judía considerable, tales como Berlín, Munich, Frankfurt y Dusseldorf.

Reino Unido

- ◆ Gran Bretaña cuenta con una comunidad judía compuesta por 300 mil personas.
- ◆ El mercado de los productos casher en el Reino Unido está dado por la citada comunidad, algunos musulmanes (cuya población se estima en 1,6 millones), los alérgicos a determinados componentes de los alimentos y, fundamentalmente, los casi 3 millones de vegetarianos.
- ◆ En general, los consumidores británicos de productos casher siguen las mismas reglas que se dan en el consumo de alimentos convencionales, es decir, privilegian la adquisición de alimentos de conveniencia, relacionados con el cuidado de la salud, productos orgánicos, especialidades gastronómicas y comida étnica.
- ◆ Como resultado de lo expuesto, hay oportunidades para la colocación de snacks, galletitas, aliños, salsas, cereales para desayuno y refrescos, así como frutas y hortalizas adaptados al gusto de consumidores sofisticados. En este sentido, existe un mercado para los vinos casher, particularmente para variedades secas.

Argentina

- ◆ Argentina cuenta con la comunidad judía más importante de Latinoamérica, conformada por entre 200 y 220 mil personas.
- ◆ Del 10 a 15% del total son judíos ortodoxos, que sólo consumen alimentos con certificación casher.
- ◆ Entre 30 y 40% siguen la dieta religiosa sólo en ocasiones de celebraciones tales como Pascua, el Año Nuevo judío o Yom Kippur.
- ◆ Algunos grupos de musulmanes, adventistas, vegetarianos, celíacos e intolerantes a la lactosa consumen productos certificados, pero representan una porción mínima del mercado total.
- ◆ Para los consumidores argentinos en general, los sellos del sistema casher no simbolizan una calidad diferencial apreciada.
- ◆ El mercado argentino de productos casher creció levemente durante la década de los 90'. Actualmente representa aproximadamente US\$ 52 millones, cifra que incluye la venta minorista, los servicios de comida y la producción industrial de alimentos.

- ◆ El crecimiento de este nicho se ubica entre 15 y 20% anual, impulsado por el importante número de empresas que están lanzando líneas de alimentos certificados.
- ◆ El 80% de los productos casher que se producen en Argentina se exportan.
- ◆ El 45% de las ventas anuales de alimentos certificados se concentra en el período de las fiestas pascuales.
- ◆ Los consumidores habituales se aprovisionan en alrededor de 30 pequeños autoservicios y tiendas especializadas
- ◆ Existe una tendencia creciente al consumo de alimentos casher entre los jóvenes judíos. La vuelta a la tradición religiosa y el interés por la calidad alimentaria son las causas principales de este fenómeno.
- ◆ En lo referente a los precios, los alimentos certificados son levemente más caros que sus contrapartes tradicionales, a excepción de la carne vacuna y aviar, que tienen importantes sobreprecios.
- ◆ Algunos precios sufren grandes incrementos durante la Pascua, ya que se deben realizar tandas especiales de alimento de acuerdo a las reglas del Pesaj a la vez que el consumo aumenta, haciéndose más inelástico.
- ◆ Compañías importantes ya aprovechan las posibilidades que ofrece la producción de alimentos casher. Tal es el caso de ARCOR, que exporta a Israel.
- ◆ Existen en Argentina más de 400 productos con certificación casher, principalmente carne vacuna, aves, leche, algunos lácteos, miel y otros productos frescos.
- ◆ Algunas compañías medianas exportan alimentos casher tales como mosto de uva concentrado, mermeladas, dulces, yerba mate, pasta de maní, insumos alimenticios industriales, cereales, aceite de oliva, frutas disecadas, panificados, harinas, postres, galletas, aceites y azúcar orgánico a Israel, Brasil, Chile y Uruguay.
- ◆ La carne bovina certificada es el producto casher más reconocido en los mercados internacionales.

LAS NORMAS

Reglas Básicas

Las reglas básicas de la kashrut derivan directamente de las Sagradas Escrituras y son las siguientes:

- ◆ Prohibición de comer carne arrancada a un ser viviente (Ever min hajai).
- ◆ Proscripción del consumo de sangre de cualquier animal (Dam), y derivados de la misma.
- ◆ Prohibición de cocinar, consumir y/o vender carne y leche, o sus derivados, juntos. Esta regla se conoce como Basar Bejalav. Los dos grupos de alimentos involucrados no pueden compartir la misma vajilla, ni siquiera en distintos momentos.
- ◆ La cuarta regla (Jelev) determina que no se puede consumir la grasa dura que se forma bajo el diafragma, ni algunas otras secciones de los mamíferos domésticos permitidos.
- ◆ A estas reglas debe agregarse la denominada Guid Hanashe, que impide a los practicantes del judaísmo alimentarse del nervio ciático. Esto determina que los cuartos traseros de los animales permitidos sólo puedan consumirse una vez extirpado el “tendón escogido”.

Los animales y la kashrut

- ◆ Los animales permitidos por la kashrut se denominan tahor (puro o limpio), mientras que los no permitidos se denominan tamé (impuro, contaminado, sucio), sheketz (detestable) o toevá (abominación).
- ◆ De los animales terrestres sólo se consideran tahor aquellos que posean pezuñas hendidas y a la vez sean rumiantes. De esta manera, las posibilidades de elección se restringen a la oveja, la vaca, la cabra y siete animales no-domésticos entre los que resalta el ciervo.
- ◆ Las aves permitidas están listadas en la Biblia. A pesar de ello, en la práctica se permiten sólo la gallina, el pavo, el ganso, el pato y la paloma, quedando prohibidas todas las aves de rapiña o aquellas que consiguen su alimento en forma similar a la rapiña. Algunas interpretaciones ubican a la perdiz y la codorniz dentro de este segundo grupo.
- ◆ A su vez, para ser tahor tanto aves como animales deben ser sacrificados según el ritual prescripto por la kashrut y su carne encontrarse completamente libre de sangre (esto se logra salando o asando la carne de acuerdo a la ley).
- ◆ En lo atinente a peces, para ser tahor deben tener aletas y escamas. Esta regla deja fuera del consumo a los mariscos. El pez espada y el esturión tienen escamas dudosas, por lo que ciertas autoridades religiosas los colocaron en la nómina prohibida.
- ◆ Los derivados de los animales tamé (leche, huevos, caviar, etc.) no pueden ser consumidos de ninguna forma, con la única excepción de la miel de abejas.

Los alimentos parve

Los alimentos casher pueden dividirse en tres categorías. Las primeras dos corresponden a los cárneos (incluidas las aves) y los lácteos, que no pueden mezclarse en forma alguna. La tercera categoría incluye a los productos que pueden consumirse acompañando tanto a cárneos como a lácteos. Este grupo se designa con la palabra idish Parve (Neutros).

Esta categoría incluye:

- ◆ Las frutas, vegetales y granos, que deben encontrarse libres de insectos, gusanos o cualquier otro animal por el estilo.
- ◆ Las infusiones.
- ◆ La sal y las especias.
- ◆ Los peces casher, que no pueden consumirse junto con la carne de mamíferos y aves.
- ◆ Los huevos, que deben ser examinados cuidadosamente, a fin de comprobar que no se hallen coágulos de sangre.
- ◆ Los aditivos y coadyuvantes de origen sintético.
- ◆ El vino, que debe cumplir con una serie de requerimientos especiales.

Casher: una oportunidad

Por todo lo expuesto queda claro que la comercialización de productos casher constituye una oportunidad comercial actual y con buenas perspectivas, dada la tendencia a reconocer a esta certificación religiosa como una probada garantía de calidad, independientemente del marco religioso. Dicha tendencia, si bien aún no es universal, está muy desarrollada en los principales mercados.

En lo atinente a la Argentina, este tipo de alimentos abre la posibilidad de colocar productos de alto valor agregado que, como ha podido comprobarse, son muy requeridos internacionalmente, tales como las carnes preparadas, los lácteos, golosinas, galletitas, snacks, y otros.

En este sentido, nuestro país cuenta con una ventaja adicional vinculada a su importante colectividad judía, puesto que su existencia dio origen a varias instituciones que brindan el servicio de certificación:

- ◆ Ajdut Israel, Asociación Religiosa, Educativa y Cultural Concordia Israelita.
- ◆ Rabinato de Agudath Israel.
- ◆ Kosher Unit Supervision.
- ◆ Unión de Rabinos Ortodoxos de Argentina.
- ◆ Yesod Hadaat, Congregación Sefardí Argentina.
- ◆ Jabad Lubavitch Argentina.
- ◆ Comunidad Sefaradí Ortodoxa.
- ◆ Organized Koshrus Laboratories (Internacional).
- ◆ Orthodox Union (Internacional).
- ◆ Orthodox Kosher.

El costo de la certificación es variable, porque depende de la entidad certificadora, del origen de la misma y de la cantidad de artículos a certificar. A la hora de calcular costos es conveniente consultar directamente al certificador.

FUENTES CONSULTADAS

¿Qué es kashrut? Antología del Pensamiento Judío, selección de textos y edición del Rabino Eliahu Birnbaum.

USDA

CEE-foodindustry.com

Kosher Today

Comunidad Ajdut , Argentina

Rabinato de Agudath Israel.

www.todokosher.com

Agradecemos el asesoramiento brindado por:

Rabino Daniel Oppenheimer,

Lic. Cynthia Waisbord y

Librería Sigal lib-sigal@cybergal.com

Volver a: [Producción orgánica](#)