



Facultad de Administración y Negocios

Trabajo de Investigación

“Importancia de la certificación Halal en la exportación de carne de pollo a los Emiratos Árabes- población musulmana”

Autores:

Gutiérrez Ortiz, Shirley Lorena – 1523722

Legua Rojas, Rocío del Pilar – 1012102

Para obtener el Grado de Bachiller en:

Administración de Negocios Internacionales

Lima, enero del 2020

DEDICATORIA

A Dios, por llenar mi vida de bendiciones.

AGRADECIMIENTO

*A mis profesores, por guiarnos en el
desarrollo de este proyecto.*

Tabla de contenido

INTRODUCCIÓN	6
CAPITULO I.....	7
ESTADO DEL ARTE	7
1.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	11
1.2 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	11
1.3 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN	12
1.3.1 IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES.....	12
1.4 DELIMITACIÓN	13
1.4.1 DELIMITACIÓN ESPACIAL.....	13
1.4.2 DELIMITACIÓN SECTORIAL.....	13
1.5 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	13
1.5.1 PREGUNTA PRINCIPAL	13
1.5.2 PREGUNTAS ESPECÍFICAS.....	14
1.6 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	14
1.6.1 OBJETIVO PRINCIPAL.....	14
1.6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	14
CAPITULO II.....	15
MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN	15
2.1 BASES TEÓRICAS.....	15
2.1.1 ISLAM	15
2.1.2 EXPORTACIÓN	17
2.1.3 CARNE DE POLLO.....	18
2.1.4 HALAL.....	19
2.1.5 BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA.....	20
2.1.6 IDIOSINCRASIA.....	21
2.1.7 COMERCIO.....	21
2.1.8 HACCP	22
CAPÍTULO III.....	24
3.1 DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN	24
3.1.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	24
3.1.2 NIVEL DE INVESTIGACIÓN	25
3.1.3 TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN	25
3.1.4 INSTRUMENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	26
3.1.5 VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN.....	29

3.1.6 POBLACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	38
3.1.7 MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.....	38
FICHA DE INVESTIGACIÓN ORIGINAL.....	39
FICHA DE INVESTIGACIÓN MODIFICADA.....	41
CAPÍTULO IV	44
4.1 RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO.....	44
4.2 APORTE DEL TRABAJO DE CAMPO A LA INVESTIGACIÓN.....	48
4.2.1 DISCUSIÓN	48
4.2.2 CONCLUSIONES.....	50
REFERENCIAS.....	51
GLOSARIO	53
ANEXOS	54
1. MATRIZ DE CONSISTENCIA	54
2. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....	55

INTRODUCCIÓN

Situación problemática

El presente trabajo de investigación tiene como razón analizar la importancia sobre la certificación Halal en las avícolas peruanas para que puedan iniciar la exportación de carne de pollo a los Emiratos Árabes enfocándonos a la población musulmana de dicho país.

En los últimos años, las avícolas peruanas han iniciado sus exportaciones a diferentes países como Panamá, Japón, Bolivia, Colombia y se ha realizados planes pilotos para iniciar exportaciones a EE.UU, cabe resaltar que según el Boletín mensual del Ministerio de Agricultura y Riesgo, en el año 2017 las exportaciones de carne de pollo fueron de 13.0 toneladas, en el año 2018 hubo una caída en estas exportaciones, ya que se tuvo un total de 6.0 toneladas; sin embargo, en el presente año 2019, en el rango de los meses de enero hasta agosto se ha tenido 38.8 toneladas en exportación de carne de pollo, siendo en el mes de agosto que alcanzó 33.7 toneladas en exportación.

Por otro lado, EUA (Emiratos Árabes Unidos) suelen importar de Brasil carne de pollo, aumentado sus compras este año en un 35.7% a diferencia del año pasado, alcanzado 192 mil toneladas de carne de pollo en el periodo de enero a junio.

Ante lo mencionado, las avícolas peruanas tienen oportunidad de entrar a nuevos mercados como lo son los países árabes – musulmanes logrando crecer su internacionalización. El actual trabajo de investigación estará orientado en las actividades operacionales que se desarrollan en el sector avícola y de qué manera pueden influir de forma positiva o negativa para la obtención de certificado Halal y las mejoras que deberán realizar para la obtención de la misma.

CAPITULO I

ESTADO DEL ARTE

En los últimos años, se ha observado el gran emprendimiento que existe en los países subdesarrollados para lograr captar e identificar nichos de mercado con la finalidad de encontrar una oportunidad comercial (Promperú, 2011), en este contexto toca establecer la viabilidad de exportación de carne de pollo a los Emiratos Árabes.

El mercado árabe es un mercado muy interesante para hacer negocios por su interesante factor financiero, ya que poseen un alto poder adquisitivo, lo cual resulta atractivo para cualquier inversionista o negociante (Datosmacro, 2019) También se debe tener en cuenta el aspecto psicográfico, ya que el mercado musulmán posee doctrinas que fomentan un determinado comportamiento de cada consumidor, las costumbres y tradiciones musulmanas rigen el estilo de vida que llevan. A partir de esto podría decirse que el aspecto más relevante a evaluar en los mercados árabes es el factor de la influencia de las costumbres y tradiciones.

Por lo cual, nuestro nicho de mercado se enfocará en el mercado musulmán y a su vez se va a dirigir el análisis de estudio de investigación en el país de los Emiratos Árabes dado que este mercado es competitivo por lo que cuenta con una población de 79.9% musulmán (Countrymeters, 2019). No obstante, antes de continuar es necesario definir y establecer algunos aspectos generales de la religión islámica, el cual viene a ser el elemento más predominante en la determinación de esta población para el consumo de alimentos.

D. Tomic, B. Vlahovic, A Puskaric, define el islam como una religión que guían el día a día la vida familiar, la educación de la crianza, el uso de productos farmacéuticos y cosméticos (D. Tomic, 2009). Asimismo, Kubota y otros en el 2016, hicieron referencia a lo que prescribe el Halal (hábitos alimentarios permitidos para los musulmanes) y Haram (no permitido o prohibido); por ejemplo, el consumo de carne de cerdo o alcohol (Satoko Kubota, 2016).

Baker Ahmad Alserhan, considera un término más para los negocios musulmanes, el MUSHTABEH, el cual puede ser tomado como malo o puede dar como consecuencia algo malo a futuro, por lo cual no es aconsejable consumir y se debe abstener porque puede conllevar al pecado (Alserhan B. A., The principle of islamic marketing, 2011). En ese sentido, cada musulmán tiene claro que toda empresa debe ser ejemplar en todo incluido en acciones, recursos y operaciones que se dé dentro de ellos.

Por ello, todo alimento que se quiera comercializar con éxito en el negocio debe contar con certificado Halal, el cual es significado de buenas prácticas, higiene y seguridad para esta parte del mundo donde nuestros clientes son el público musulmán, tal y como lo mencionan D. Tomic, B. Vlahovic B y A. Puškarić en la investigación que realizaron en el 2009.

Entonces, desarrollaremos este estado de la cuestión resolviendo la siguiente interrogante: ¿Qué tan importante es la certificación Halal en el desarrollo de exportación acerca de carne de pollo hacia la población musulmana de los Emiratos Árabes?

En el año 2016, Satoko y otros realizan una investigación acerca de la posibilidad de exportar alimentos Halal certificada en Hokkaido, en el que citan a Thomson Reutes, quien determina que en el mercado Halal de Asia, diversas empresas públicas y privadas se unen cada vez más al negocio de la exportación con este certificado hacia Japón, lo cual incrementa la probabilidad en convertirse en un socio exportador Halal por ser mercado clave; asimismo, indican que Malasia es un centro Halal atractivo para los musulmanes. A pesar de ello, contar con norma Halal es difícil en Japón, porque las costumbres islámicas no son muy comunes en su territorio y a pesar de que cuenten con este certificado, no es garantía que su aceptación sea al 100% (Satoko kobota, 2016).

Por ello, realizan una encuesta para tener más claro las preferencias del consumidor de productos japoneses para que puedan ser exportados a Malasia con certificado Halal. Este estudio no evidenció diferencias relevantes en el factor del nivel de confianza; es decir, sí es posible que la población de Malasia consuma productos japoneses con certificado Halal que sea aprobado por el organismo autorizado, JAKIM. De igual manera, es bastante influyente el nivel de conciencia sobre la salud, ellos consideran que si tiene un certificado que es sinónimo de calidad, entonces debe ser bueno para el organismo.

Tomic y colaboradores, indagaron acerca de la producción y exportación de productos cárnicos de Serbia en el mercado Halal para los consumidores islámicos, ya que consideran importante determinar si es posible o no la disposición de carne de bovina, oveja y pollo, buscando ampliar la gama de alimentos con certificación Halal, tratando de conseguir su certificación mucho antes de que estos sean evaluados y analizados, tomando en cuenta únicamente el buen sabor y duración. Para esto, restauran la agencia que es la encargada de emitir estos certificados Halal de calidad; sin embargo, la intención no fue posible y de todas maneras se les exigía una serie de documentos para determinar si cada fabricante cumplía con todos los requisitos establecidos para obtener la certificación Halal (D. Tomic, 2009).

Por otra parte, Baker Ahmad Alserhanta, también nos da un ejemplo sobre la empresa Coca-cola que era considerada como una empresa en que los consumidores no deberían confiar, por lo que era calificada comercialmente como “sharia”, es decir que esta no cumplía con la ley islámica tanto en sus acciones, como es sus operaciones dentro de esta, por lo tanto era tomada como una empresa anti-islámica (no Halal) por no acatar un boicot económico en una controversia que existía entre la Liga árabe con el país de Israel hasta el año 1991; sin embargo durante ese tiempo de controversia quien si acato el boicot contra Israel y en consecuencia estuvo bien posicionada en este mercado musulmán por los consumidores fue Pepsi (Alserhan B. A., 2011).

Entonces, cuando se realice comercio con en el mercado musulmán, el camino más eficaz es predominar la aplicación de los conceptos religiosos y valores islámicos, ya

que representan las variables más predominantes para los consumidores ante cualquier situación de negocios.

Romero de Macao y colaboradores, hace alusión a la importancia de contar con un mercado halal internacional, en este caso especifica al país de Brasil, y cuán importante es la convivencia de diversas culturas en un país, ejemplo de ello es la oficinas de orientaciones islámicas que se encuentran dentro de este, a su vez ayudando a respaldar que los requisitos religiosos sean respetados y también promover que ese país se convierta en el primer movimiento en exportaciones de alimentos de pollo al Oriente Medio (Romero de Macao, 2016).

En referencia a lo anterior, la barrera del Halal para las exportaciones hacia los países árabes puede ser posible porque existe un intercambio cultural desde los primeros inmigrantes árabes que llegaron al Perú hasta la fecha, Por lo que promueven su cultura al público por medio de sus embajadas, mediante diversas actividades como bailes, arte culinario, clases del idioma, etc. etc. A su vez la tecnología hace de forma más dinámica la interacción con diversas culturas por lo que nos permite conectarnos a tiempo real con otros países.

Cabe resaltar que en la actualidad en el Perú existe la Asociación islámica del Perú con sede en el distrito de Magdalena, contando con su propio centro de culto << mezquita>>. Asimismo, esta institución es la única que está permitida para brindar la certificación HALAL en territorio peruano, aspecto clave para realizar intercambios comerciales con este mercado.

A partir de lo revisado, se puede decir que sí es posible la exportación de carne de pollo a la población musulmana de los Emiratos árabes, porque estos productos cumplen con la normativa Halal que tanto exige este mercado.

En conclusión, el certificado Halal es esencial para poder ingresar al mercado musulmán, el cual es competitivo por su poder adquisitivo, pero en gran magnitud se rige por lo estrictas que son sus leyes islámicas que se encuentran latentes en su

estilo de vida, acciones y toma de decisiones para llevar a cabo un determinado negocio.

1.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

- **Título: Cadenas de valor alimentarias: Las redes sociales y transferencia de conocimiento en una Red Brasileña Aves Halal.** (Flavio Romero de Macao y otros, 2016)

Se trata de cómo las empresas exportadoras brasileñas de aves (pollos), ven que los preceptos religiosos juegan un papel fundamental para poder ingresar al mercado musulmán; junto con ello al hablar de preceptos religiosos se toma en conjunto las reglas y los procedimientos de estos para su alimentación según lo señala el Corán y los cuales se deben aplicar en la cadena de valor de sus productos de estas empresas para poder cumplir con la certificación Halal, la cual acredita que cumplen con los parámetros necesarios, brindando confiabilidad al producto ante los ojos de los musulmanes para que estos puedan ser consumidos.

- **Problema planteado:**

Se busca hallar la adaptación de las normas sociales entorno a las creencias extranjeras para la transformación tanto productiva como operativa de las aves; y si esta adaptación compromete la reputación del sistema de la cadena de valor para poder entrar a un mercado objetivo.

- **Principales conclusiones:**

Descripción de una red social de exportación de carne de aves de corral en Brasil, a su vez la importancia de los preceptos religiosos y como estos influyen en las empresas internacionales, en el caso de esta red la participación es de musulmanes y no musulmanes pero que de la misma forma respetan los procedimientos religiosos del islam.

1.2 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación tiene la finalidad de enfocar su estudio en la exportación de carne de pollo desde Perú a los Emiratos Árabes para saber el grado de importancia del certificado Halal para todo el proceso, ya que es indispensable que todo producto comercializado en el mercado musulmán cuente con esta certificación.

Este estudio tiene gran significado en el ámbito comercial, ya que nos permitirá establecernos en un mercado con gran demanda de este producto porque se tiene conocimiento que otros países como Brasil exporta carne de pollo a los musulmanes; sin embargo, hasta el momento aún se cuestiona la forma de sacrificio del animal. En este sentido, tenemos la seguridad de que podemos ingresar a los Emiratos Árabes con todas las exigencias que comprende las reglas del islam.

Por ello, consideramos realizar entrevista a una compañía que se ocupa a la venta internacional de carne de pollo, para así poder identificar puntualmente en qué aspectos es necesario mejorar para que sea posible concretar nuestro estudio.

1.3 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES

1.3.1.1 VARIABLE INDEPENDIENTE (X)

X: Certificación Halal

Se define a la Certificación Halal como aquel certificado indispensable para concretar la exportación a países en los cuales predomina la población musulmana, ya que de acuerdo a su cultura representa seguridad y garantía en todo el proceso.

1.3.1.1.1 INDICADORES DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

- La religión musulmana
- La idiosincrasia
- Las buenas prácticas en la producción avícola

1.3.1.2 VARIABLE DEPENDIENTE (Y)

Y: Exportación de carne de pollo

Se define como el envío de un bien hacia un país extranjero, en este caso el producto sería la carne de pollo. Esta operación se realizará con fines comerciales y de lucro.

1.3.1.2.1 INDICADORES DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

- Formas de exportación
- País a exportar
- Regímenes aduaneros

1.4 DELIMITACIÓN

La presente investigación posee las siguientes delimitaciones:

1.4.1 DELIMITACIÓN ESPACIAL: La empresa que estamos analizando se encuentra en el departamento de Lima, ya que los investigadores presentan limitaciones propias; además del tiempo requerido y el presupuesto necesario que se proyecta para culminar esta investigación.

1.4.2 DELIMITACIÓN SECTORIAL: Este análisis se atribuye puntualmente a empresas exportadoras de carne de pollo y se descartan aquellas que exporten productos similares o se desenvuelvan en otro sector económico como el pesquero, agrícola, minero, manufacturero, entre otros.

1.5 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.5.1 PREGUNTA PRINCIPAL

¿Qué tan importante es la certificación Halal en el proceso de exportación de carne de pollo a la población musulmana de los Emiratos Árabes?

1.5.2 PREGUNTAS ESPECÍFICAS

1. ¿Qué elementos del proceso operativo de las empresas exportadoras peruanas de carne de pollo son deficitarias para obtener el Halal?
2. ¿Cuáles son las limitaciones que presentan las empresas exportadoras peruanas para obtener la certificación Halal?
3. ¿Qué medidas se deben tomar para superar las barreras de idiosincrasia para satisfacer las exigencias del mercado árabe?

1.6 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.6.1 OBJETIVO PRINCIPAL

Establecer la importancia de la certificación Halal sobre el proceso de exportación de carne de pollo al mercado musulmán de los Emiratos Árabes.

1.6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Reconocer los elementos sobre el proceso operativo de las empresas exportadoras peruanas en su problemática para obtener el Halal.
2. Analizar las diversas limitaciones que presentan las empresas exportadoras peruanas para poder obtener el certificado Halal.
3. Explorar las acciones que se deben optar para superar las barreras de idiosincrasia para satisfacer las exigencias del mercado árabe.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 BASES TEÓRICAS

Estableceremos algunos conceptos básicos con la finalidad de que este pueda servir para el mejor entendimiento de nuestra investigación, es por ello que se presenta los siguientes términos dentro del marco teórico.

2.1.1 ISLAM

D. Tomic y colaboradores (2009) definen el islam como una religión que guían el día a día la vida familiar, la educación de la crianza y el uso de productos.

En la página Web Religión del islam se explica que esta doctrina de más de 1,7 billones de hombres y mujeres en el planeta proporciona a la sociedad con una percepción uniforme acerca del deseo de nuestro universo y presencia, nuestro último rumbo y lugar entre otros seres. El vocablo arábigo, "islam", significa el otorgamiento facultativo al mandato de Allah y la sumisión a sus ordenanzas. 'Allah'. Un individuo que es independiente y sensato, reconoce y admite la forma de subsistencia islámica y de corazón lo convierte en parte de su vida, se declara un "musulmán".

2.1.1.1 La fe islámica y Halal

Romeo Flavio y otros (2016) en el libro Cadenas de valor alimentarias sostienen que los musulmanes crecían rápidamente como grupo religioso, lo cual les permite llegar con gran potencial a millones de personas. Este grupo religioso considera al certificado Halal como principal criterio de compra, ya que es todo lo permisible de acuerdo a la ley islámica (Romero Flavio de Macao, 2016).

La certificación Halal implica procesos de producción, fabricación, transporte y comercialización, todo esto es supervisado por auditores, líderes religiosos, analistas de laboratorio y técnicos químicos, quienes trabajan en una unidad religiosa común.

Las empresas en expansión de los mercados musulmanes pueden tener dificultades para obtener esta certificación porque puede ser dificultoso adecuarse a los procesos religiosos y realizar una buena gestión del conocimiento. Los costos pueden ser muy altos debido a las reglas estrictas, pero esto se compensa con la demanda del mercado, quienes están dispuestos a pagar más por productos Halal.

2.1.1.2 Los Valores islámicos en los negocios

Baker Ahmad en su libro Principios del Marketing Islámicos menciona que el islam representa una forma de vida y su guía se esparce en la realidad del día a día, para controlar los diversos aspectos económicos de la sociedad, siempre reconociendo que la riqueza, los ingresos y los bienes materiales son propiedad de Dios y los seres humanos son solamente patronos (Alserhan B. A., Los principios del marketing islámico, 2011).

Para ello, se han planteado diversos principios:

- a) Prohibición del soborno o rashwa: De acuerdo con las enseñanzas del islam, el soborno es una forma de corrupción y está fuertemente condenado.
- b) Prohibición de fraude y engaño: islam hace hincapié en la importancia de la honestidad y advierte contra los vendedores exagerar o mentir acerca de sus productos o servicios.
- c) Prohibición de la discriminación: El Islam considera que todas las formas de discriminación injusta y se opone a ella en todos los aspectos de la vida.
- d) Una mayor responsabilidad social: Se relaciona más estrechamente con el negocio de lo que es habitual hoy en día. La responsabilidad social de una organización en el islam enfatiza en tres dominios: hacia sus grupos de interés, el entorno natural y la comunidad.
- e) Prohibición de interés: El Islam prohíbe todas las transacciones basadas en intereses, ya sea dar o recibir, y si se trata de musulmanes o no musulmanes.
- f) Prohibición de ciertas ganancias: El Islam prohíbe realizar ganancias de juegos de azar, loterías y la producción, venta y distribución de alcohol.

- g) Prohibición de acaparamiento: Tanto el acaparamiento de dinero y la acumulación de bienes son inaceptables y hay quienes soterran los metales preciosos y no lo emplean en el camino de Allah
- h) Prohibición de la extravagancia y el desperdicio: Un musulmán debe ser responsable en el gasto de dinero y en cuanto a la extravagancia y el desperdicio se aconseja no ponerlo en práctica.
- i) El pago del zakat (limosna): Todo musulmán que posee la riqueza, más de una cierta cantidad para satisfacer sus necesidades debe pagar una tasa fija (2,5 %) de zakat a los más necesitados.
- j) El pago de la caridad: Se insta a los musulmanes a dar constantemente en la caridad. Profeta Mahoma dijo que los activos de nadie se reducen por la caridad.
- k) Limpieza: No solo se aplica a aquellas áreas de un negocio, también incluye las operaciones entre máquinas, equipos y áreas de almacenamiento,

2.1.2 EXPORTACIÓN

Según la SUNAT, se refiere a este término como un sistema de despacho aduanero, que hace posible la partida de la superficie aduanera de las existencias y bienes regionales o regionalizados para su utilización o consumición absoluta en el extranjero

2.1.2.1 Formas de Exportación

2.1.2.1.1 Exportación Directa: Es en el momento que la compañía decide indagar un momento de conveniencia para realizar actividades de venta al exterior, la cual tiene diversas causas como: Exploración de nuevos mercados y contracción del mercado interno.

2.1.2.1.2 Exportación Indirecta: Dicha modalidad se emplea por ciertas sociedades que les falta la práctica necesaria y asimismo, se encuentran iniciando operaciones en el mercado internacional. De tal manera, deciden aprovechar la oportunidad de introducirse al exterior por medio de un

distribuidor o intermediario (bróker), lo cual representa una ventaja competitiva en la detección de negocios.

2.1.3 CARNE DE POLLO

Tatiana Martínez y Diana Mora en la revista Costar Salud Pública, sostienen que la dermis y epidermis del pollo contiene una serie de prótidos, ya que en su composición integra potasio, zinc y fósforo; también, contribuye con la salud con reducidos niveles de ácidos grasos. Tiene la ventaja de que, más del 70 % del tejido adiposo es de fácil remoción, lo cual no sucede con los cortes de otros animales (Tatiana Martinez, 2010).

Al comparar la carne de pollo con la carne res, en correlación con el aporte de grasa, cambia según el tipo de corte con que se realice, pues la carne de res comprende una medida de grasa y colesterol semejante a la del corte de pollo sin piel.

2.1.3.1 Estacionalidad:

La carne de pollo está disponible en el mercado en todo el mes del año, desde enero a diciembre.

2.1.3.2 Porción comestible:

La cantidad ideal es 70 gr. por 100 gr. de pollo entero. Asimismo, también mencionan dos tipos de pollo:

2.1.3.2.1 Pollo industrial: Se alimentan de forma intensiva en granjas industriales.

Engorda vertiginosamente hasta obtener un peso de 1 kg aproximadamente.

Su carne es más pálida y con un sabor no tan fuerte a diferencia con la carne de pollo de corral.

2.1.3.2.2 Pollo de corral: La alimentación es con maíz, en semi libertad y sin recibir medicamentos. Su tiempo de engorde es superior al industrial, pudiendo alcanzar los 3 kg. Presenta alto coste y falta de competitividad con respecto al pollo de granja industrial. Su carne, de color amarillento, es más firme que la variedad anterior, con menos grasa y de sabor más pronunciado.

La revista EROSKI CONSUMER hace mención acerca de la carne de pollo, refiriéndose a los tejidos procedentes de la variedad del pollo «Gallus gallus», una especie de ave gallinácea de cría que, por su económico precio y sus múltiples opciones culinarias, representa un alimento muy habitual en todas las cocinas. Sus características, tanto nutricionales como organolépticas, le confieren la etiqueta de alimento estrella en hogares y establecimientos de restauración (Morató, 2012).

2.1.4 HALAL

Hanif Escudero del Instituto Halal sostiene que el Halal se relaciona con aquello que se encuentra consentido y equilibrado, es sano para nuestra vida y evita riesgos en la salud.

Son conductas que practican los musulmanes y los consumidores de productos o servicios Halal, se convierte en un estilo de vida diaria que repercute comportamientos en la alimentación, la higiene, el turismo, la economía o incluso en el medio ambiente, lo cual no solamente da bienestar personal, también colectivo.

Es importante tomar en cuenta la moderación en el día a día, la dieta moderada es vital para mantenernos sanos, a ello le podemos aumentar actividades físicas, dormir las horas necesarias, recordar buenos momentos, son conductas muy saludables que van a conllevar disfrutar cada momento y disminuir la carga para uno mismo.

El concepto Halal se puede atribuir a diversos escenarios de aplicación como la alimentación, la medicina, las finanzas, etc., cada una con sus propias condiciones, por lo que la exigencia del concepto Halal en los alimentos brinda una mayor garantía y pueden ser consumidos con la seguridad de que no contenga productos dañinos.

Entonces, para considerar a un alimento Halal, se debe seguir lo que dice la normativa islámica que se encuentra en el Corán, Henif Escudero se detalla de la siguiente manera:

- a. El alimento debe estar liberado de cualquier ingrediente prohibido en toda su cadena de suministro.

- b. Los utensilios o maquinarias utilizadas para su preparación deben ser la adecuadas.
- c. Los animales que son sacrificados no deben haber sufrido siguiendo las condiciones establecidas.
- d. La comida con la que se alimentó al animal sacrificado debe ser de origen vegetal.

2.1.4.1 Certificación HALAL

Es el sacrificio de animales vivos respecto a la legislación islámica, y obligatoriamente es realizado por un islámico el cual debe conocer las condiciones del sacrificio Halal en la cual se dice que el animal debe ser sacrificado (Carle, 2014)

:

1. Mencionando a Allah mirando a la Meca.
2. Cortan las partes respiratorias, esófago y la yugular.
3. Producir el mínimo padecimiento posible, además del desangrado del animal.
4. Utilizar instrumentos y maquinarias aseadas.

“Es aquel procedimiento por el que un organismo certificador, autónomo e individualista controla y registra la elaboración de comestibles con la finalidad de brindar garantía de cada proceso por el que pasa el producto final, el cual se debe obtener de acuerdo a la disposición de los preceptos de elaboración y de utilización de aquellos insumos que se encuentren bajo la imposición del término HALAL” (HALALPERÚ, 2018).

2.1.5 BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURA

PromPerú sostiene que las BPM son el requisito mínimo indispensable para ofrecer productos inocuos. Además, es un prerrequisito para cualquier sistema de calidad.

“Las BPM están conformada por convicciones básicas y sistemas sanitarios en la cadena de suministro de alimentos” (Vallejos, 2012).

Las BPM son un cúmulo de técnicas de sanidad y utilización, que incorporan prácticas, rutinas y conductas, fundamentales para una fabricación limpia y la elaboración de productos alimenticios beneficiosos.

Las BPM se aplican en:

- i. Infraestructura e instalaciones adecuadas
- ii. Equipos adecuados que se mantengan en condiciones higiénicas.
- iii. Control del personal, higiene y estado de salud
- iv. Control del agua empleada en el proceso.
- v. Control de plagas
- vi. Identificación de las operaciones unitarias, con el fin de prevenir la contaminación.
- vii. Sistema interno de evaluación

2.1.6 IDIOSINCRASIA

Para la Real Academia Española se refiere a “Rasgos, temperamento o carácter, propios o distintos de un individuo o de una colectividad” (RAE, 2019).

Dicho vocablo se emplea para referirse a conjuntos de individuos, hombres y mujeres, abarcándolos de acuerdo a actitudes semejantes que los vinculan unos a otros. De igual manera, este concepto se aplica para destacar aquellas similitudes entre individuos de variada procedencia, estilo, tradición y categorías comunitarias.

2.1.7 COMERCIO

Francisco Bustelo indica que, el comercio se da en el intercambio de productos por ejemplo el trueque y compraventa, y lo separa en 2 formas: comercio interno donde se practica con miembros de la misma comunidad y comercio exterior, el cual se practica con miembros extranjeros (Bustelo, 1994).

Para Amalia Gómez, “Las actividades de compra y venta se visualizan estrechamente vinculadas con la labor de la compañía y la imagen del negociante o propietario. En la compañía, el dueño es quien determina la concesión de cada una de las forma de obtención del producto final.” (Gonzáles, 2018)

2.1.8 HACCP

Según Benito Moreno García El HACCP tiene relación con los puntos de control claves en la cadena de valor en aves de corral, asimismo en la contaminación del canal en los mataderos donde se sacrifican aves mediante el corte de cuello, para descontaminación se sugiere la desinfección con agua súper clorada. (Moreno, 2006)

En el momento que, se ejecuta un estudio de contingencia, se inspeccionan absolutamente las eventualidades que logren coexistir para que un bien o línea de proceso se puedan percibir perjudicados con la aparición de contaminantes de diversas fuentes como el físico, orgánico o químico, con la competencia de provocar deterioro a aquellos comen y beben determinadas comidas.”. (Silvio Mosquera, 2007)

Andrés Cartín- Rojas y colaboradores sustentan que el HACCP es una norma que algunos países han determinado introducir en sus normas para el control alimentario para así detectar aquellos peligros que podrían afectar al consumidor como los peligros microbiológicos o químicos; es por ello que con esta certificación podemos que llegar a más empresas interesadas en los productos a exportar. A su vez también indica el proceso operacional para del deshuesado del muslo de pavo los cuales son: 1. Recibo de componente de empaque , marca y rótulo, 2. Recibo del componente principal de carne, 3. Acopiamiento del componente principal, 4. Deshelamiento con líquido clorado, 5. Trozado, 6. Verificación del resultado final, 7. Empaque, rótulo y precinto, 8 Reserva del producto final, 9. Comercialización del producto fresco.

Cabe resaltar que la materia prima cárnica debe estar autorizada por SENASA, y el descongelamiento de estos debe ser con cloro en el agua entre las 1-3 ppm (25) las cuales deben ser medida cada 4 horas para que la manipulación sea de manera más factible al momento de deshuesar el muslo de pavo y así no se pueda quedar algún tipo de residuo ante ello después de este proceso debe ser verificado por un personal calificado; respecto al etiqueto debe contener todos los datos necesarios, sobre el deposito del producto se debe tener una temperatura inferior a 5°C. (Andrés Cartín-Rojas, 2014)

2.1.9 NORMA GSO

“Elabora planes y proyecciones acerca de la justificación y normas HALAL que poseen mayor probabilidad de obtener ganancia en el mercado. El resultado de la elaboración es capaz de expandirse con suficiente comodidad a través de los elementos del Consejo de Cooperación del Golfo.” (United National, 2015)

En el 2011 Mohamed Badri quien fue Autoridad de la única entidad reguladora de reglamentos y metodología de los Emiratos Árabes Unidos, en una entrevista se refirió que la junta de asistencia del golfo busca respetar las costumbres, y tener una unidad económica conjunta. (standardization news, 2011)

Por otra parte la Escuela Halal, indica que las normas GSO se han desarrollado por la entidad competente a raíz de representar a los países miembros del GCC (Gulf Cooperation Council) (Escuela Halal, 2019).

Alberto Martínez hace referencia que la Norma GSO se clasifican La Norma GSO 1694:2005 es aquella que regula aquellas condiciones de higienes en la producción de la buena comida y la Norma GSO CAC: 193:2008 es la que supervisa los contaminantes que pueden poner en riesgo al ser humano mediante los alimentos, Norma GSO 356:1994 regula los insumos especiales para mantener el comestible; y también la norma GSO conlleva al etiquetado como es la norma GSO 839:1997,

que es la que regula el envase para los productos de alimentos y de la misma forma son las Norma GSO 9:2007, GSO 654:1996 , a GSO 839:1997 que son para el etiquetado de estos estos productos; para el etiquetado nutricional son las normas 9:2007; para la fecha de producción y expiración con GSO 150 :2007 (Martínez, 2013).

CAPÍTULO III

3.1 DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Cualitativa: De acuerdo a lo que desarrolla Ana Cecilia Salgado expresa que la investigación cualitativa está orientada al análisis de los procesos mediante el cual se da el logro de objetivos, realizando preguntas abiertas y flexibles. Los datos deben recolectarse en el campo, de tal manera, el diseño se va ajustando a las condiciones del ambiente. Asimismo, se considera que existen tres momentos en la investigación cualitativa: Descubrimiento, exploración de posibles temas a desarrollar; Codificación, agrupamiento y análisis de todo lo referente a ideas, conceptos e interpretaciones; y Relativización, interpretación de datos en el mismo contexto en el que fueron recolectados.

El diseño etnográfico de investigación será de base para nuestra investigación ya que estas combinan las metodologías participativas y no participativas, lo cual nos permite realizar preguntas abiertas y con ello vamos a poder identificar los aspectos básicos que se pretenden describir en cada situación. (Ana Cecilia Salgado Lévano, 2017)

Por ello, se aplicará el enfoque cualitativo, basado en un estudio de las exportadoras de carne de pollo con el propósito de verificar si estos cuentan con los requisitos o

características necesarias para la obtención del certificado Halal y así puedan dirigirse a la población musulmana de los Emiratos Árabes.

3.1.2 NIVEL DE INVESTIGACIÓN

Explicativa: En un libro de la web llamado “Metodología de la investigación”, escrito por Víctor Niño, se refiere al nivel de investigación explicativa como la modalidad en la que ya se busca una respuesta formal a cada pregunta de investigación, es un proceso que no se conforma con solamente describir un fenómeno físico o social que se encuentra en el mundo, sino que es mucho más profundo y avanzado porque muestra el porqué de las cosas, lo cual le brinda la característica de ser compleja, haciendo que el riesgo de incurrir en errores sea mayor (Victor Niño Rojas, 2011).

Si bien es cierto, la explicación puede ser antecedida por un fenómeno descriptivo, pero mucho depende del área en el cual se desenvuelve, ya que el nivel explicativo suele ser cuantitativa si es hay concordancia para explicar el nexo causa – efecto; sin embargo, lo cualitativo no se descarta, siendo metodología clave para desarrollar un proceso de interpretación y análisis.

Este nivel nos permitirá responder cada una de las causas presentes en la investigación; además de identificar las condiciones en las cuales se muestran y relacionan.

3.1.3 TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN

Entrevista: Según Marta Pulido expresa que es un diálogo que tienen carácter profesional. Se trata de un recurso científico que incluye recolección de datos proveniente del proceso de interacción, en el que se puede apreciar la manera en que fluye la información naturalmente, ya que existen dos sujetos, uno que pregunta

y otro que responde, haciendo que la información que se obtiene sea tratada cualitativamente y no de forma estadística. Toda la información que se pueda recolectar a través de esta técnica complementaria se considera precisa y puntual, ya que no es posible hallarla en las fuentes secundarias existentes.

La entrevista cualitativa se caracteriza por adquirir los datos necesarios preguntando y conociendo la realidad de los fenómenos que estamos estudiando, ya que la entidad entrevistada ha sido elegida porque se acercaba más a las condiciones deseadas de nuestro campo de estudio y podía aportar más sobre el tema de investigación (Pulido, 2015)

Por tal motivo, la técnica que se empleará en la investigación será la entrevista a profundidad, la cual se tiene como objetivo indagar a la empresa SAN FERNANDO S.A., donde se tratarán los diversos temas de interés de forma descriptiva y explicativa sobre las operaciones que realizan. Al utilizar esta técnica, buscamos que la parte entrevistada exprese libremente sus opiniones y pensamientos acerca de un tema en específico y así como su nombre lo dice, lograr obtener información más profunda.

La elección de esta empresa se basa en que tiene varios años exportando a diversos países de la Unión Europea, donde podemos encontrar una gran población musulmana. Por lo que, se nos hace interesante saber si estas empresas cuentan con los estándares y medidas necesarias para poder acreditarse con el certificado Halal y así llegar también al mercado musulmán.

3.1.4 INSTRUMENTO DE LA INVESTIGACIÓN

Cuestionario: De acuerdo al proyecto de Eramis Bueno, llamado “La investigación científica: Teoría y metodología”, indica que el cuestionario es uno de los instrumentos de apoyo que guiarán la obtención de la información y datos que se

requieren. Las preguntas son diseñadas con anticipación, ya que tienen vital importancia para la investigación, las cuales se aplican a una muestra predefinida a través de un formulario; de tal manera, se puedan conocer las diversas opiniones, actitudes, comportamientos y planes de acción que ha realizado una determinada empresa. Las preguntas pueden ser abiertas, cerradas o mixtas. (Bueno, 2003)

Se manejará como instrumento de investigación un cuestionario que contiene 13 preguntas, las cuales fueron elaboradas para brindar respuesta a nuestros objetivos específicos que nos darán mayor alcance acerca de todo lo que concierne con la operatividad de la empresa SAN FERNANDO S.A.

Preguntas para la empresa a entrevistar:

1. ¿Tiene conocimiento acerca de la normativa del ISO 9001, certificación HACCP, norma GSO y certificación Halal?
(Si la respuesta es NO, se le brindará al entrevistado una breve explicación de cada una)
2. ¿Cuenta con alguno de estos certificados?
3. ¿Cuál le parece más importante y por qué?
4. ¿De qué manera considera que el ISO 9001 influiría para su negocio de exportación de pollo?
5. ¿De qué manera cree Ud. que la certificación HACCP puede ayudarle a que su producción sea de mayor calidad?
6. ¿Qué cambios ha realizado o debe realizar en sus procesos dentro de la empresa para obtener estas certificaciones?
7. ¿De qué forma los colaboradores pueden participar para obtener el ISO 9001 y la certificación HACCP?
8. ¿Qué consecuencias y aspectos negativos puede lograr reducir con la certificación ISO 9001?
9. ¿De qué manera cree Ud. que la norma GSO puede ayudarle a incrementar sus exportaciones al ingresar al mercado de los Emiratos Árabes?

10. ¿Qué elementos del proceso operativo de las empresas exportadoras peruanas de carne de pollo son deficitarios para obtener el Halal?
11. ¿Cuáles son las limitaciones que presentan las empresas exportadoras peruanas para obtener la certificación Halal?
12. ¿Qué medidas se deben tomar para superar las barreras de idiosincrasia para satisfacer las exigencias del mercado árabe?
13. ¿Qué costos y esfuerzos asumirán para adecuarse a las exigencias de estas normativas?

3.1.5 VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

FORMATO DE VALIDACIÓN DE LA ENTREVISTA ESTRUCTURADA PARA LA EMPRESA "SAN FERNANDO S.A"

Estimado Docente José M. Galvez,

Siendo conocedores de su trayectoria académica y profesional, nos hemos tomado la libertad de poder elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido de la entrevista que pretendemos utilizar para la siguiente investigación "Importancia de la certificación Halal en la exportación de carne de pollo a los Emiratos Árabes- población musulmana"

A continuación, le presentamos una lista de preguntas relacionadas al tema. Lo que se le solicita es marcar con un aspa (X) el grado de congruencia y calidad de redacción de cada pregunta, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional.

Los resultados de esta evaluación, servirá para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario.

A.- INFORMACION SOBRE EL ESPECIALISTA:

Apellidos y nombres:	GALVEZ CHAVEZ, José
Profesión:	ING. ADMINISTRATIVO
Especialidad:	COMERCIO EXTERIOR
Años de experiencia laboral:	20
Lugar de trabajo:	UTP.

B.- GUIA DE ENTREVISTA

Objetivos:

- Identificar los puntos en los cuales se debe reforzar para realizar la exportación de pollo al mercado árabe.
- Determinar los certificados realmente necesarios que deben obtener las exportadoras peruanas de carne de pollo para ingresar al mercado árabe.

PREGUNTAS	¿ES CONGRUENTE CON LA INVESTIGACIÓN?		¿REQUIERE UNA MEJOR REDACCIÓN?	
	SI	NO	SI	NO
1. ¿Tiene conocimiento acerca de la normativa del ISO 9000, certificación HACCP, norma GSO y certificación Halal? (Si la respuesta es NO, se le brindará al entrevistado una breve explicación de cada una)	✓			✗
2. ¿Cuenta con alguno de estos certificados?	✓			✗
3. ¿Cuál le parece más interesante y por qué?	✓			✗
4. ¿De qué manera considera que el ISO 9000 contribuye para su negocio de exportación de pollo?	✓			✗
5. ¿De qué manera cree Ud. que la certificación HACCP puede ayudarle a que su producción sea más segura?	✓			✗
6. ¿Qué cambios ha realizado o debe realizar en sus procesos dentro de la empresa para obtener estas certificaciones?	✓			✗
7. ¿De qué forma los trabajadores pueden participar para obtener el ISO 9000 y la certificación HACCP?	✓			✗
8. ¿Qué incidencias negativas puede lograr reducir con el ISO 9000?		✗	✗	
9. ¿De qué manera cree Ud. que la norma GSO puede ayudarle a incrementar sus exportaciones al ingresar al mercado de los Emiratos Árabes?		✗	✗	
10. ¿Qué elementos del proceso operativo de las empresas exportadoras peruanas de carne de pollo son deficitarias para obtener el Halal?	✗			✗
11. ¿Cuáles son las limitaciones que presentan las empresas exportadoras peruanas para obtener la certificación Halal?	✗			✗
12. ¿Qué medidas se deben tomar para superar las barreras de idiosincrasia para satisfacer las exigencias del mercado árabe?	✗			✗
13. ¿Qué costos y esfuerzos representan para adecuarse a las exigencias de estas normativas?	✗			✗

Sírvase a detallar sus observaciones:

- PREGUNTA 8
- "QUE ASPECTOS NEGATIVOS PUEDE LOGRAR REDUCIR CON LA CERTIFI' CON ISO 9000"
- PREGUNTA 9
- "LOCALAR EL SIGNIFICADO DE LA SIGLA ISO"

¡Muchas gracias por su colaboración!


Firma del Experto
JOSE GALVEZ CHAVEZ
C11229

**FORMATO DE VALIDACIÓN DE LA ENTREVISTA ESTRUCTURADA PARA
LA EMPRESA "SAN FERNANDO S.A"**

Estimado Docente Luis Alberto Silva Rosales,

Siendo conocedores de su trayectoria académica y profesional, nos hemos tomado la libertad de poder elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido de la entrevista que pretendemos utilizar para la siguiente investigación "Importancia de la certificación Halal en la exportación de carne de pollo a los Emiratos Árabes- población musulmana"

A continuación, le presentamos una lista de preguntas relacionadas al tema. Lo que se le solicita es marcar con un aspa (X) el grado de congruencia y calidad de redacción de cada pregunta, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional.

Los resultados de esta evaluación, servirá para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario.

A.- INFORMACION SOBRE EL ESPECIALISTA:

Apellidos y nombres:	Silva Rosales Luis Alberto.
Profesión:	ING CIP Industrial.
Especialidad:	Logística, Producción, Finanzas.
Años de experiencia laboral:	20
Lugar de trabajo:	UTA CCL

B.- GUIA DE ENTREVISTA

Objetivos:

- Identificar los puntos en los cuales se debe reforzar para realizar la exportación de pollo al mercado árabe.
- Determinar los certificados realmente necesarios que deben obtener las exportadoras peruanas de carne de pollo para ingresar al mercado árabe.

PREGUNTAS	¿ES CONGRUENTE CON LA INVESTIGACIÓN?		¿REQUIERE UNA MEJOR REDACCIÓN?	
	SI	NO	SI	NO
1. ¿Tiene conocimiento acerca de la normativa del ISO 9000, certificación HACCP, norma GSO y certificación Halal? (Si la respuesta es NO, se le brindará al entrevistado una breve explicación de cada una)	X			
2. ¿Cuenta con alguno de estos certificados?	X			
3. ¿Cuál le parece más interesante y por qué? <i>importante</i>			X	
4. ¿De qué manera considera que el ISO 9000 contribuye <i>mejora</i> para su negocio de exportación de pollo?			X	
5. ¿De qué manera cree Ud. que la certificación HACCP puede ayudarle a que su producción sea más segura? <i>de mayor calidad</i>			X	
6. ¿Qué cambios ha realizado o debe realizar en sus procesos dentro de la empresa para obtener estas certificaciones?	X			
7. ¿De qué forma los trabajadores <i>directivos</i> pueden participar para obtener el ISO 9000 y la certificación HACCP?			X	
8. ¿Qué incidencias negativas <i>consecuencias</i> puede lograr reducir con el ISO 9000?	X			
9. ¿De qué manera cree Ud. que la norma GSO puede ayudarle a incrementar sus exportaciones al ingresar al mercado de los Emiratos Árabes?	X			
10. ¿Qué elementos del proceso operativo de las empresas exportadoras peruanas de carne de pollo son deficitarias para obtener el Halal?	X			
11. ¿Cuáles son las limitaciones que <i>que</i> presentan las empresas exportadoras peruanas para obtener la certificación Halal?	X			
12. ¿Qué medidas se deben tomar para superar las barreras de idiosincrasia para satisfacer las exigencias del mercado árabe?	X			
13. ¿Qué costos y esfuerzos representan <i>representan</i> para adecuarse a las exigencias de estas normativas?	X			

Sírvase a detallar sus observaciones:

- 3 importante
- 4 Influiría
- 5 de mayor calidad. (Cinco)
- 7 directivos
- 8 consecuencias
- 13 asumirán "o" innovarán.

¡Muchas gracias por su colaboración!



Firma del Experto

CIP 57247

**FORMATO DE VALIDACIÓN DE LA ENTREVISTA ESTRUCTURADA PARA
LA EMPRESA "SAN FERNANDO S.A"**

Estimado Sr. Marco Sarmiento,

Siendo conocedores de su trayectoria profesional, nos hemos tomado la libertad de poder elegirlo como JUEZ EXPERTO para revisar el contenido de la entrevista que pretendemos utilizar para la siguiente investigación "Importancia de la certificación Halal en la exportación de carne de pollo a los Emiratos Árabes- población musulmana"

A continuación, le presentamos una lista de preguntas relacionadas al tema. Lo que se le solicita es marcar con un aspa (X) el grado de congruencia y calidad de redacción de cada pregunta, de acuerdo a su propia experiencia y visión profesional.

Los resultados de esta evaluación, servirá para determinar los coeficientes de validez de contenido del presente cuestionario.

A.- INFORMACION SOBRE EL ESPECIALISTA:

Apellidos y nombres:	SARMIENTO ARTEAGA MARCO
Profesión:	ESPECIALISTA EN COMERCIO EXTERIOR
Especialidad:	COMERCIO EXTERIOR
Años de experiencia laboral:	13 años
Lugar de trabajo:	PALACIOS & ASOCIADOS AG. ADUANA

B.- GUIA DE ENTREVISTA

Objetivos:

- Identificar los puntos en los cuales se debe reforzar para realizar la exportación de pollo al mercado árabe.
- Determinar los certificados realmente necesarios que deben obtener las exportadoras peruanas de carne de pollo para ingresar al mercado árabe.

PREGUNTAS	¿ES CONGRUENTE CON LA INVESTIGACIÓN?		¿REQUIERE UNA MEJOR REDACCIÓN?	
	SI	NO	SI	NO
1. ¿Tiene conocimiento acerca de la normativa del ISO 9000, certificación HACCP, norma GSO y certificación Halal? (Si la respuesta es NO, se le brindará al entrevistado una breve explicación de cada una)	X		X	
2. ¿Cuenta con alguno de estos certificados?	X			X
3. ¿Cuál le parece más interesante y por qué?		X	X	
4. ¿De qué manera considera que el ISO 9000 contribuye para su negocio de exportación de pollo?		X	X	
5. ¿De qué manera cree Ud. que la certificación HACCP puede ayudarle a que su producción sea más segura?	X		X	
6. ¿Qué cambios ha realizado o debe realizar en sus procesos dentro de la empresa para obtener estas certificaciones?	X			X
7. ¿De qué forma los trabajadores pueden participar para obtener el ISO 9000 y la certificación HACCP?		X	X	
8. ¿Qué incidencias negativas puede lograr reducir con el ISO 9000?		X	X	
9. ¿De qué manera cree Ud. que la norma GSO puede ayudarle a incrementar sus exportaciones al ingresar al mercado de los Emiratos Árabes?		X	X	
10. ¿Qué elementos del proceso operativo de las empresas exportadoras peruanas de carne de pollo son deficitarias para obtener el Halal?	X			X
11. ¿Cuáles son las limitaciones que presentan las empresas exportadoras peruanas para obtener la certificación Halal?	X			X
12. ¿Qué medidas se deben tomar para superar las barreras de idiosincrasia para satisfacer las exigencias del mercado árabe?		X	X	
13. ¿Qué costos y esfuerzos representan para adecuarse a las exigencias de estas normativas?	X		X	

Sírvase a detallar sus observaciones:

- Redactar preguntas más específicas
- la norma ISO 9000 es de vocabulario la certificable es ISO 9001
-
-
-

¡Muchas gracias por su colaboración!



Firma del Experto

P & ASOC. S.A.
AGENTES DE ADUANA

MARCO ANTONIO SARMIENTO ARTEAGA
COORDINADOR DE DESPACHO MARITIMO
DNI 108.11570

3.1.6 POBLACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Nuestra población está constituida por todas las empresas exportadoras de carne de pollo, las cuales deben cumplir con las siguientes condiciones y formalidades:

- Encontrarse debidamente registrada en SUNAT.
- Actualmente debe estar exportando el producto investigado, o en todo caso, comercializar el producto y tener planes proyectados de exportación.
- Pertenecer al sector que nos hemos orientado a analizar.
- La empresa debe estar establecida en Perú, ubicada en Lima Metropolitana, o en su defecto tener una de sus oficinas en esta ciudad.

3.1.7 MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

Para nuestra investigación utilizaremos el método de muestreo no probabilístico, ya que seleccionamos a la empresa en base a pautas definidas y preestablecidas; además, esta empresa es una de las más reconocidas en el sector del cual abarca la investigación.

Asimismo, el tipo de muestreo no probabilístico que incluiremos será:

- Intencional o por criterio, porque al ser esta compañía las más significativas del sector, hemos elegido de forma directa y voluntaria. Por ello, utilizaremos como guía a la empresa seleccionada de acuerdo a nuestra experiencia.

FICHA DE INVESTIGACIÓN ORIGINAL

ANEXO 6

FICHA DE TAREA INVESTIGACION



FACULTAD: FAyN

CARRERA: Administración de Negocios Internacionales

1. Título del trabajo de la tarea de investigación propuesta

Título: Investigar la posibilidad de exportación langostinos congelados a liga de estados Árabes

2. Indique la o las competencias del modelo del egresado que serán desarrolladas fundamentalmente con esta tarea de investigación:

- 2.1 investiga mercado potencial
- 2.2 proyecta y emprende nuevos negocios

3. Indique el número de alumnos posibles a participar en este trabajo (Máximo 2)

Número de alumnos: 2

4. Indique si el trabajo tiene perspectivas de continuidad después de que el alumno obtenga el Grado Académico para la titulación por la modalidad de tesis o no.

Si

5. Enuncia 4 o 5 palabras claves que le permitan al alumno realizar la búsqueda de información para el trabajo en Revistas indizadas en WoS, SCOPUS, EBSCO, Scielo, etc. desde el comienzo del curso y obtener información de otras fuentes especializadas.

Ejemplo:

Palabras Claves	REPOSITORIO 1	REPOSITORIO 2	REPOSITORIO 3
1.- exportación			
2.- langostinos congelados			
3.- estados árabes			
4.- inteligencia comercial			
5.- emprendimiento			

6. Como futuro asesor de investigación para titulación colocar:

(Indique sus datos personales)

a) Nombre Luis Alberto Silva Rosales
b) Código docente c11307
c) Correo c11307@utp.edu.pe 975101718

7. Especifique si el trabajo de investigación:

(Marcar con un círculo lo que corresponde, puede ser más de una)

- a) Contribuye a un trabajo de investigación de una Maestría o un doctorado de algún profesor de la UTP,
- b) Si está dirigido a resolver algún problema o necesidad propia de la organización,
- c) Si forma parte de un contrato de servicio a terceros,
- d) Corresponde a otro tipo de necesidad o causa (Explicar cuál)

V18-2

investigación de mercado

8. explique de forma clara y comprensible al alumno los objetivos o propósitos del trabajo de investigación.

Hacer una investigación del mercado para este producto con este mercado de destino

9. brinde al alumno una primera estructuración de las acciones específicas que debe realizar para que le permita al alumno iniciar organizadamente su trabajo.

Buscar información en SUNAT, TRADEMAP Y SIICEX

10. incorpore todas las observaciones y recomendaciones que considere de utilidad al alumno y a los profesores del curso para poder desarrollar con éxito todas las actividades.

Esta clase exportación tiene potencial pero se tiene que determinar su real dimensión

11. Fecha y docente que propone la tarea de investigación

Fecha de elaboración de ficha: 1 de marzo / 2019

Docente que propone la tarea de investigación:

12. Esta ficha de tarea de investigación ha sido aprobada como de investigación para el Grado de Bachiller en esta carrera por:

Nombre:

Código:

Cargo:

Fecha de aprobación de ficha

VO-BO. FIRME:

[Firma manuscrita]
211307

FICHA DE INVESTIGACIÓN MODIFICADA

ANEXO 6
FICHA DE TAREA INVESTIGACION



FACULTAD: FAYN

CARRERA: Administración de Negocios Internacionales

1. Título del trabajo de la tarea de investigación propuesta
Título: Importancia de la certificación Halal en la exportación de carne de pollo a los Emiratos Árabes-población musulmana.
2. Indique la o las competencias del modelo del egresado que serán desarrolladas fundamentalmente con esta tarea de investigación:
2.1. Investiga mercado potencial
2.2. Proyecta y emprende nuevos negocios
3. Indique el número de alumnos posibles a participar en este trabajo (Máximo 2)
Número de alumnos: 2
4. Indique si el trabajo tiene perspectivas de continuidad después de que el alumno obtenga el Grado Académico para la titulación por la modalidad de tesis o no.
SI
5. Enuncia 4 o 5 palabras claves que le permitan al alumno realizar la búsqueda de información para el trabajo en Revistas indexadas en WoS, SCOPUS, EBSCO, Scielo , etc. desde el comienzo del curso y obtener información de otras fuentes especializadas.

Ejemplo:

Palabras Claves	REPOSITORIO 1	REPOSITORIO 2	REPOSITORIO 3
1.- exportación			
2.- carne de pollo			
3.- estados árabes			
4.- inteligencia comercial			
5.- emprendimiento			

6. Como futuro asesor de investigación para titulación colocar:
(Indique sus datos personales)

a) Nombre Luis Alberto Silva rosales

b) Código docente c11307

c) Correo c11307@utp.edu.pe 975101718

7. Especifique si el trabajo de investigación:

(Marcar con un círculo lo que corresponde, puede ser más de una)

- a) Contribuye a un trabajo de investigación de una Maestría o un doctorado de algún profesor de la UTP,
- b) Si está dirigido a resolver algún problema o necesidad propia de la organización,
- c) Si forma parte de un contrato de servicio a terceras,
- d) Corresponde a otro tipo de necesidad o causa (Explicar cuál)

8. explique de forma clara y comprensible al alumno los objetivos o propósitos del trabajo de investigación.

Hacer una investigación del mercado para este producto con este mercado de destino

9. brinde al alumno una primera estructuración de las acciones específicas que debe realizar para que le permita al alumno iniciar organizadamente su trabajo.

Buscar información en SUNAT, TRADEMAP Y SIICEX

10. incorpore todas las observaciones y recomendaciones que considere de utilidad al alumno y a los profesores del curso para poder desarrollar con éxito todas las actividades.

Esta clase exportación tiene potencial pero se tiene que determinar su real dimensión

11. Fecha y docente que propone la tarea de investigación

Fecha de elaboración de ficha: 1 de marzo / 2019

Docente que propone la tarea de investigación:

12. Esta ficha de tarea de investigación ha sido aprobada como de investigación para el Grado de Bachiller en esta carrera por:

Nombre:

Código:

Cargo:

Fecha de aprobación de ficha

VO-BO. FIRME:

[Firma manuscrita]
C11307

CAPÍTULO IV

4.1 RESULTADOS DEL TRABAJO DE CAMPO

La siguiente entrevista se realizó al Gerente Corporativo de Operaciones, Francisco Bersch.

Preguntas:

1. ¿Tiene conocimiento acerca de la normativa del ISO 9001, certificación HACCP, norma GSO y certificación Halal?

Efectivamente, conocemos a qué se refiere cada normativa; ISO 9001, se centra en los procesos de la gestión de calidad; HACCP, en las buenas prácticas de seguridad alimenticia; norma GSO, tiene que ver con la normal Halal, ya que solamente se aplica a un grupo determinado de países.

2. ¿Cuenta con alguno de estos certificados?

Por supuesto, en San Fernando contamos con 4 certificados: ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001 y el ISO 22000, este último incorpora elementos del sistema HACCP.

3. ¿Cuál le parece más importante y por qué?

Para este negocio, todos los certificados son importantes. No podríamos definir cuál es más relevante que otro porque en conjunto nos orientamos a lograr la competitividad, siendo estos certificados componentes claves para nuestra reputación en el mercado nacional e internacional.

4. ¿De qué manera considera que el ISO 9001 influiría para su negocio de exportación de pollo?

Si bien es cierto nuestro rubro principal lo representa la producción de pollo; sin embargo, no hemos exportado pollo, solo enviamos carne de pavo y justamente ese tema se relaciona con nuestro objetivo a mediano plazo. En San Fernando, también criamos pavo y cerdo, entonces queremos exportar

estas carnes, dando prioridad a los requisitos que debemos cumplir para seguir contando con el ISO 9001, ya que va a evidenciar nuestra capacidad para la producción y desarrollo del producto y probando que la empresa posee tecnología de exportación.

5. ¿De qué manera cree Ud. que la certificación HACCP puede ayudarle a que su producción sea de mayor calidad?

La certificación HACCP, garantiza los controles de peligro de todos los productos que ofrecemos, porque de la misma manera tenemos productos elaborados como hamburguesas, jamones, salchichas, Nuggets, etc. Muchos relacionamos la certificación HACCP con “alimentos seguros” y nosotros como proveedores tenemos la responsabilidad de brindar productos que cumplan con las buenas prácticas de Seguridad Alimenticia que exige esta industria, siendo este un factor importante de garantía al consumidor.

6. ¿Qué cambios ha realizado o debe realizar en sus procesos dentro de la empresa para obtener estas certificaciones?

Son diversos los cambios que hemos tenido que realizar, te mencionaré los más resaltantes:

- Cuando las aves son llevadas a la planta en camiones, se debe esperar 15 minutos en el vehículo para evitar el golpe entre ellas, antes eran descargadas inmediatamente.
- Tuvimos que implementar la estadía de un veterinario en planta para garantizar el estado sanitario con el que llegan las aves, ya que solo había uno en granja, quien expide el certificado y garantiza que las aves están libres de enfermedades y a la vez que se hayan retirado los antibióticos en el periodo adecuado.
- Luego, cuando las aves son colgadas en un espacio con luz infrarroja que les funciona como tranquilizante, sigue la etapa de aturdimiento, en el cual el ave recibe una descarga eléctrica al tener contacto la cabeza con el agua, se trata de un voltaje y una frecuencia que se

establece de acuerdo al tamaño de cada una, esto ocasiona que el ave se desmaye y no sufra.

- Asimismo, durante todas estas etapas, incluyendo el degollado, pelado, eviscerado, lavado, enfriamiento, entre otras, hay personas designadas que se encargan de mantener el área de trabajo limpia y sin contaminaciones de ningún tipo.
- Además ahora, sí o sí se encuentra un inspector de Senasa, esta persona prácticamente vigila que todos los procesos tengan la sanidad adecuada, haciendo cumplir las normas sanitarias y asegurando que el alimento sea más sano.
- También toda persona que tenga acceso a la planta de procesamiento debe cumplir con las normas correspondientes de higiene, como usar la indumentaria adecuada, pasar por la zona de desinfección, limpieza de botas por escobillas especiales, lavado y secado de manos. Las botas de seguridad, mascarillas, gorras, mandil y guantes se han convertido en componentes básicos que deben usar diariamente todos los colaboradores de esta avícola.

7. ¿De qué forma los colaboradores pueden participar para obtener el ISO 9001 y la certificación HACCP?

Nuestros colaboradores se hacen presente mediante el programa, Sistema de Sugerencias Memo 3GP, en los que se implementaron 470 Memos, los cuales agruparon las opiniones e iniciativas de nuestros propios colaboradores para optimizar la labor que realizamos cada día.

Asimismo, se brinda una capacitación permanente al personal para todos siempre saber y recordar a dónde nos orientamos, enfocándonos así en el consumidor, logrando la consolidación de cada colaborador correctamente capacitado en los procesos de mejora continua y equipos tecnológicos que contribuyen a la eficiencia en tiempo real, esto es vital porque se establece buscando la satisfacción completa de nuestros clientes y consumidores.

8. ¿Qué consecuencias y aspectos negativos puede lograr reducir con la certificación ISO 9001?

En realidad, nosotros ya contamos con el ISO 9001 en nuestros diferentes centros de producción y nos ayudó a poder entrar a mercados como Panamá, Colombia y sobre todo al mercado más exigente como lo es Japón; sin esta certificación hubiese sido imposible entrar a nuevos mercados, ya que nos certifica a nivel internacional que contamos con una gestión de calidad.

9. ¿De qué manera cree Ud. que la norma GSO puede ayudarle a incrementar sus exportaciones al ingresar al mercado de los Emiratos Árabes?

Esta norma en si nos ayudaría a ingresar a un mercado musulmán específico, ya que esta norma busca hacer cumplir las costumbres musulmanas y dentro de ella está lo que es el HALAL.

10. ¿Qué elementos del proceso operativo de las empresas exportadoras peruanas de carne de pollo son deficitarias para obtener el Halal?

Cada empresa tiene un proceso diferente, pero relativamente pienso que podría ser la contaminación de la carne de pollos con otros elementos, sea con los materiales o químicos que han podido tener contacto con otro producto, ya que la mayoría de las avícolas no se enfocan solo en los pollos, sino también en lo que son pavos, por otra parte, estas avícolas también cuentan con una línea de cerdos.

11. ¿Cuáles son las limitaciones que presentan las empresas exportadoras peruanas para obtener la certificación Halal?

A mi punto de vista una de las limitaciones es la falta de capacitación al personal sobre el corte adecuado de los pollos según los preceptos islámicos.

El otro punto es contar con la licencia de buenas prácticas de higiene que este conlleva con todo el proceso hasta el empaquetado y la distribución, ahora otra

cosa en que también se debe tener en cuenta es los gases o químicos que utilizan no tengan algún tipo de efecto toxico.

12. ¿Qué medidas se deben tomar para superar las barreras de idiosincrasia para satisfacer las exigencias del mercado árabe?

Se debería de abrir mercados hacia otras culturas y religiones, siempre manteniendo respeto hacia ellas, para ello debemos de estar informados que es lo que estas sociedades permiten y que no permiten, adaptando nuestros productos a ese mercado

13. ¿Qué costos y esfuerzos asumirán para adecuarse a las exigencias de estas normativas?

Básicamente en hacer modificaciones en cada planta para que se asegure la higiene correspondiente para ello creo que deberíamos de tener una planta por producto para no incurrir en alguna contaminación.

4.2 APORTE DEL TRABAJO DE CAMPO A LA INVESTIGACIÓN

4.2.1 DISCUSIÓN

Los resultados de esta investigación, se obtuvieron mediante el instrumento de una entrevista profunda guiada a la empresa San Fernando.

Decidimos optar por la técnica de entrevistar a una empresa avícola porque de esta manera nos ayuda a tener una visión más exacta de los procesos que incurran dentro de ella. Y a su vez nos va a ayudar a identificar si la empresa cuenta con procesos adecuados para obtener el certificado Halal.

Se tomó como muestra a la empresa San Fernando porque se considera como una de las empresas más representativas del rubro, teniendo ya

experiencia previa en exportaciones hacia el continente asiático, América del Sur y América del Norte.

Se evidencia que la empresa San Fernando no es ajena a los conceptos del islam, el cual establece cada una de las condiciones para que un producto o servicio sea aceptado por el mercado musulmán, ya que a lo largo de la entrevista, nos comentaban que sí tienen conocimiento acerca del Halal y norma GSO que son certificados claves que identifican a este mercado, demostrando así que esta compañía es muy competitiva y capaz de adaptarse a cualquier mercado porque cuenta con la capacidad organizacional, técnica y posee la suficiente experiencia como para modificar cada uno de sus procesos de acuerdo a lo que demanda el mercado.

Asimismo, nos da a entender que a San Fernando no se le dificultará adecuar sus procesos porque es una empresa grande y reconocida; sin embargo, las pequeñas empresas existentes en el Perú no contarían con la misma suerte debido a que no tiene los mismos recursos para todo el cambio que se requiere.

Entonces, se puede decir que esta entrevista nos sirvió para verificar la situación de las empresas exportadoras peruanas frente a las exigencias del mercado internacional, específicamente el musulmán y nos permitió saber que mucho depende de los recursos con los que cuente la compañía para poder cumplir con cada pauta establecida.

4.2.2 CONCLUSIONES

De la entrevista realizada a la empresa San Fernando llegamos a las siguientes conclusiones:

1. Las empresas se encuentran capacitadas en regular medida para realizar los cambios necesarios y adaptar su modelo de negocio a las exigencias del mercado musulmán, porque cuentan con diversas certificaciones como ISO y HACCP.
2. Empresas grandes como San Fernando requieren hacer un cambio en sus áreas de procesos, ya que actualmente estas son compartidas con otros elementos como los pavos y cerdos; y para tener la certificación Halal, es necesario que cuenten con una planta exclusiva para el proceso de la obtención de carne de pollo.
3. El Perú cuenta con diversas religiones, entre ellas la musulmana que demandan productos con este tipo de certificaciones, por lo cual la empresa San Fernando debería orientar sus procesos hacia otros mercados, dando oportunidad de trabajo y al mismo tiempo satisfaciendo la demanda de ese pequeño mercado musulmán que en su mayoría opta por importar ciertos productos con certificación Halal para su consumo diario.

REFERENCIAS

- Alserhan, B. A. (2011). *Los principios del marketing islamico*. EUA: Universidad de los Emiratos Arabes.
- Alserhan, B. A. (2011). *The principle of islamic marketing*. Emiratos Arabes Unidos: Gower Publishing.
- Alserhan, B. A. (2011). *the principles of islamic marketing*. UAE: Gower Publishing.
- Ana Cecilia Salgado Lévano. (5 de Setiembre de 2017). Investigación cualitativa: Diseños, evaluación del rigor metodológicos y retos. (U. d. Porres, Ed.) *LIBERABIT*.
- Andrés Cartín-Rojas, A. V.-T. (2014). Implementación del análisis de riesgo en la industria alimentaria mediante la metodología AMEF. *Revista de Medicina Veterinaria ISSN 0122-9354, N.º. 27, 135-138*.
- Bustelo, F. (Noviembre de 1994). *Historia Economica*. Madrid, España: Complutense.
- Carle, G. C. (2014). *Internacionalización, mercado y empresas* (. Madrid: Esic Editorial.
- Countrymeters. (05 de octubre de 2019). *Countrymeters*. Obtenido de https://countrymeters.info/en/United_Arab_Emirates
- D. Tomic, B. V. (2009). *HALAL MERCADO - Las perspectivas para la agro - SERBIA*. Novi Sad: Camara Regional de Comercio Novi Sad.
- Datosmacro. (2019). *Datos macro.com*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/paises/comparar/emiratos-arabes-unidos/peru>
- Escuela Halal. (2019). *Escuelo Halal*. Obtenido de <https://www.escuelahalal.com/normativa-halal>
- González, A. (Junio de 2018). *Economia Simple*. Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/comercio>
- HALALPERÚ. (2018). *HALAL PERÚ*. Obtenido de <https://www.halal.pe/faq/>
- Martínez, A. (2013). *Repositorio Institucional de PromPerú*. Obtenido de http://repositorio.promperu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/508/Emiratos_arabes_unidos_acceso_mercado_productos_alimenticios_peruanos_2013_keyword_principal.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Moreno, B. (2006). *Higiene e inspección de carnes-I*. España: Diaz de Santos.
- Promperú. (2011). *Guía de mercado Emiratos Árabes Unidos*. Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/155413849rad52485.pdf>
- Pulido, M. (2015). Ceremonial y protocolo: métodos y técnicas de investigación científica. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*.
- RAE. (2019). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/?id=KuOOEhr>
- Romero de Macao, J. A. (2016). *Cadenas de valor alimentarias: las redes sociales y transferencia de conocimiento en una Red Brasileña Aves Halal*. Sao Paulo: Asociación Internacional de gestión de alimentos y agroindustria .

- Romero Flavio de Macao, J. A. (2016). *Cadenas de valor alimentarias: las redes sociales y transferencia de conocimiento en una Red Brasileña Aves Halal*. Sao Paulo, Brasil: IFAMA.
- Sánchez, E. B. (diciembre de 2003). *Escuela de postgrado en ciencias de administración y educación*. Obtenido de <http://www.postgradoune.edu.pe/pdf/documentos-academicos/ciencias-de-la-educacion/13.pdf>
- Satoko kobota, H. K. (2016). *Posibilidad de exportar alimentos Halal certificada en Hokkaido, Japón: la aceptación por los consumidores de Malasia*. Japón : IFAMA.
- Satoko Kubota, H. K. (2016). *Posibilidad de exportar alimentos halal certificada en Hokkaido, Japón: la aceptación por los consumidores de Malasia*. Japón.
- Silvio Mosquera, C. A. (2007). APLICACIÓN DE PRINCIPIOS HACCP. *Bioteconologi*all.
- standardization news. (Julio/ Agosto de 2011). *Standardization news*. Obtenido de https://www.astm.org/SNEWS/SPANISH/SPJA11/provocative_spja11.html
- Tatiana Martinez, D. M. (2010). Conocimientos y opiniones sobre la carne de pollo de comunidades rural - urbana de Costa Rica. *Costar Salud Pública*, 3-9.
- United National. (2015). De nicho de mercado a mercado general: La globalización de lo halal. 28. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=NZGzDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Vallejos, C. V. (2012). *Diseño de Buenas Prácticas de Manufactura en una avícola faeneadora: Procedimientos Operacionales Estandarizados de Sanidad en un establecimiento avícola de faeneo para su implementación*. Academia Española.
- Victor Niño Rojas. (2011). *Metodología de la Investigación; Diseño y ejecución*. Bogota: Ediciones de la U.

GLOSARIO

HALAL	Legal, consentido por el derecho musulmán
HARAM	vetado, censurado por el derecho musulmán
GSO	Organización de Normalización del Golfo
CCG	Consejo de Cooperación del Golfo
MUSHTABEH	Actos de dudosa procedencia.

ANEXOS

1. MATRIZ DE CONSISTENCIA

"Importancia de la certificación Halal en la exportación de carne de pollo a los Emiratos Árabes- población musulmana"						
PREGUNTAS	OBJETIVOS	ENFOQUE	PROCEDIMIENTOS E INSTRUMENTOS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGIA
PREGUNTA GENERAL	OBJETIVO GENERAL					
¿Qué tan importante es la certificación Halal en el proceso de exportación de carne de pollo a la población musulmana de los Emiratos Árabes?	Determinar la importancia de la certificación Halal en el proceso de exportación de carne de pollo al mercado musulmán de los Emiratos Árabes.	Aplicaremos el enfoque cualitativo, basado en un estudio de las exportadoras de carne de pollo hacia la población musulmán de los Emiratos Árabes.	La técnica que emplearemos en la investigación será la realización de una ENTREVISTA, donde se tratarán los diversos temas de interés de forma descriptiva sobre las operaciones que realizan.	VARIABLE INDEPENDIENTE: -Certificación Halal VARIABLE DEPENDIENTE: - Exportacion de carne de pollo	VARIABLE INDEPENDIENTE - La religión musulmana - La idiosincrasia - Las buenas prácticas en la producción avícola VARIABLES DEPENDIENTES -Formas de exportación -País a exportar -Regímenes aduaneros	TIPO DE INVESTIGACION: Cualitativa NIVEL DE INVESTIGACIÓN: Explicativa METODOLOGÍA -Participativa -No participativa
PREGUNTAS ESPECÍFICAS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	Nuestro propósito es verificar si estos cuentan con los requisitos o características necesarias para la obtención del certificado Halal.	Empresa objetivo para la investigación: -SAN FERNANDO S.A.			TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS: -Diseño de entrevista -Cuestionario POBLACIÓN: Empresas establecidas en Perú que exporten carne de pollo MUESTRA: 1 empresas más reconocidas en el mercado
¿Qué elementos del proceso operativo de las empresas exportadoras peruanas de carne de pollo son deficitarias para obtener el certificado Halal?	Identificar los elementos del proceso operativo de las empresas exportadoras peruanas en su problemática para obtener el certificado Halal.					
¿Cuáles son las limitaciones que presentan las empresas exportadoras peruanas para obtener la certificación Halal?	Analizar las diversas limitaciones que presentan las empresas exportadoras peruanas para poder obtener el certificado Halal.					
¿Qué medidas se deben tomar para superar las barreras de idiosincrasia para satisfacer las exigencias del mercado árabe?	Explorar las medidas que se deben tomar para superar las barreras de idiosincrasia para satisfacer las exigencias del mercado árabe.					

