

# Ruta para la internacionalización de productos agrícolas de Norte de Santander, con base en la Certificación Halal.

## Route for the internationalization of agricultural products from Norte de Santander, based on Halal Certification.

María Carolina Torrado-Bayona<sup>1</sup>, Nelson Emilio García-Torres<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universidad Francisco de Paula Santander, Cúcuta - Colombia

ORCID: <sup>1</sup>[0000-0002-0014-5731](https://orcid.org/0000-0002-0014-5731), <sup>2</sup>[0000-0003-1892-1011](https://orcid.org/0000-0003-1892-1011)

Recibido: 25 de julio de 2020.

Aprobado: 11 de noviembre de 2020.

**Resumen**—Una de las actividades económicas más representativas de Norte de Santander es la agrícola; sin embargo, ésta no cumple con las condiciones establecidas internacionalmente para exportar sus productos, impidiendo que el mercado crezca, se desarrolle e innove constantemente. Este proyecto muestra una ruta para la internacionalización de productos agrícolas de Norte de Santander, con base en la certificación Halal para dar solución a la necesidad de apertura económica de la región. Para tal efecto, se identifican las características de la certificación Halal en mercados musulmanes, se determinan los productos agrícolas que pueden obtener la certificación, se describe el procedimiento y los requisitos en la producción y se evalúa la certificación como estrategia de internacionalización. Como resultado, se desarrolla una guía metodológica que describe los procesos y requisitos para que un producto agrícola se certifique; evidenciando que Norte de Santander cuenta con niveles de producción aptos y con condiciones geográfico – climáticas para la siembra de diversos productos que permiten incursionar exitosamente en nuevos mercados internacionales.

**Palabras Clave:** Certificación Halal, producción agrícola, Norte de Santander, apertura económica, estrategia de internacionalización.

**Abstract**—One of the most representative economic activities in Norte de Santander is agriculture; however, it does not meet the internationally established conditions for exporting its products, preventing the market from growing, developing and innovating constantly. This project shows a route for the internationalization of agricultural products from Norte de Santander, based on Halal certification, to provide a solution to the region's need for economic openness. To this end, the characteristics of Halal certification in Muslim markets are identified, the agricultural products that can obtain certification are determined, the procedure and production requirements are described, and certification as an internationalization strategy is evaluated. As a result, a methodological guide is developed that describes the processes and requirements for an agricultural product to be certified, showing that Norte de Santander has suitable production levels and geographic-climatic conditions for planting various products that allow it to successfully enter new international markets.

**Keywords:** Halal certification, agricultural production, Norte de Santander, economic opening, internationalization strategy.

\*Autor para correspondencia.

Correo electrónico: [mariacarolinatb@ufps.edu.co](mailto:mariacarolinatb@ufps.edu.co) (María Carolina Torrado Bayona).

La revisión por pares es responsabilidad de la Universidad de Santander.

Este es un artículo bajo la licencia CC BY (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Forma de citar: M. C. Torrado-Bayona y N. E. García-Torres, "Ruta para la internacionalización de productos agrícolas de Norte de Santander, con base en la Certificación Halal", Aibi revista de investigación, administración e ingeniería, vol. 8, no. S1, pp. 244-268, 2020, doi: [10.15649/2346030X.2467](https://doi.org/10.15649/2346030X.2467)

## I. INTRODUCCIÓN

El Ministerio de Agricultura de Colombia, describe a Norte de Santander como un territorio heterogéneo conformado por seis subregiones con variedad de suelos, pisos térmicos y accidentes geográficos, que por sus características y variables climáticas, hacen que el departamento sea considerado potencialmente agrícola. A pesar de que Norte de Santander cuenta con un alto porcentaje de cultivos de diferentes productos agrícolas y reporta un aumento en la producción de estos, muchos no participan de manera activa en las exportaciones de la región [1], [2]. El problema radica en que las empresas no cumplen con las condiciones establecidas por los mercados internacionales para tener un potencial exportador de sus productos, que en muchas ocasiones es insuficiente en diferentes sectores [3], [4].

En ese sentido, una de las principales razones por las cuales los productos no pueden incursionar en los mercados internacionales se debe a la ausencia de certificaciones que son requeridas, ya sea por los mercados o por el consumidor final [5]. Esto implica que las certificaciones internacionales son una alternativa que utilizan las empresas para conquistar mercados y generar lazos de confianza con los consumidores a pesar de las posibles limitaciones organizativas, y que parte de la demanda de un producto está determinada por las certificaciones con que este cuenta, lo cual obliga a los exportadores a ser más competitivos para cubrir los requisitos del mercado [6]–[8].

Ahora bien, la región se encuentra en búsqueda de estrategias para la diversificación de su oferta exportable [9], [10]; y es allí donde toma importancia la certificación Halal, pues ésta, ha permitido que diferentes empresas como Brand T Burguer, Martiko, Cárnicas Coviher en España, Colanta, Nestle y Quinoasure en Colombia logren comercializar sus productos en países en donde no tendrían acceso de otra forma [11]. Diversas investigaciones alrededor de esta certificación reportan resultados favorables de implementación en España, Argentina, y Malasia; por mencionar algunos [12]–[17]. Por otro lado, países como los Emiratos Árabes Unidos, Brasil, Tailandia, Australia y Corea del Sur han aprovechado el enorme potencial de la economía islámica, siendo reconocidos a nivel mundial por el desarrollo exitoso de alimentos con esta certificación [18].

Tal es el impacto de la certificación Halal en el mundo, que los cinco continentes muestran un crecimiento económico alrededor de la participación de la población musulmana en cada sector de la economía, siendo el sector de alimentos quien presenta mayor actividad en el mercado actual. Por tanto, se permite ver la oportunidad que la certificación Halal representa para los productos agrícolas siendo un activo que puede ayudar a las empresas a superar los obstáculos inherentes a la transición hacia los mercados internacionales [15].

Por lo anterior, este artículo expone las oportunidades de desarrollar el mercado Halal estratégicamente a nivel regional, con el propósito de introducir la producción agrícola de Norte de Santander en los mercados internacionales islámicos, incrementando las exportaciones, mejorando las variables económicas y logrando el posicionamiento de los productos de la región de alta calidad en el mercado global. Es importante resaltar que las tendencias de consumo han marcado un determinante en las preferencias de los consumidores, pues en los últimos años han existido inclinaciones hacia una cultura deportista y saludable con exigencias cada vez más altas en su dieta. Lo anterior, sumado a la fuerte cultura religiosa de la población musulmana, hacen de la certificación Halal sea una respuesta a las necesidades de los consumidores.

Así mismo, se identifican las características de la certificación Halal para mercados musulmanes, luego se determinan los productos agrícolas de Norte de Santander que pueden aplicar a dicha certificación, seguido se describe el procedimiento y los requisitos en la producción de producto agrícola apto para la obtención de la certificación Halal, y por último se evalúa la certificación Halal como estrategia de internacionalización de productos agrícolas de Norte de Santander.

## II. MARCO CONCEPTUAL

### a) *Certificación Internacional*

Es un sistema establecido para identificar las características que poseen los productos que están acorde a lo exigido en ciertos mercados. Dependiendo del tipo de regulaciones que existe en los países de destino se exigen los certificados como son: certificado de registro sanitario, certificado fito – zoonosanitario, Certificado BPM (Buenas Prácticas de Manufactura), entre otras [19].

### b) *Mercados internacionales*

Son aquellos grupos de compradores potenciales que se encuentran en uno o más países fuera de donde tiene origen la empresa [20].

### c) *Internacionalización*

Se define como un proceso gradual en el tiempo durante el cual la empresa incrementa su participación en los mercados exteriores [21].

### d) *Posicionamiento de mercados*

Es un proceso que impacta en la percepción general que los clientes potenciales tienen de una marca, línea de productos u organización [22].

### e) *Consumidores*

Se define como un grupo de individuos con un objetivo de consumo unificado, de forma tal que satisfagan sus preferencias [23].

### f) *Productos agrícolas*

Son todos aquellos productos procedentes del fruto de la tierra generado con características particulares adtas para el consumo humano [24].

### g) *Certificación Halal*

Se define como el documento emitido por la autoridad musulmana del país exportador en el que se certifica que un determinado producto cumple los requisitos exigidos por la Ley Islámica. [25].

### h) *Teorema de las proporciones factoriales*

Basado en el modelo Heckscher – Ohlin (H-O) afirma que una nación exportará la mercancía cuya producción requiera el uso intensivo del factor relativamente abundante y barato, e importará la mercancía cuya producción requiera el uso intensivo del factor relativamente escaso y caro [26].

### i) *Teoría de la ventaja competitiva de las naciones*

Propuesta por Michael Porter, plantea un modelo con 4 factores: dotación, condiciones de demanda, industrias conexas y de apoyo y estrategia, estructura y rivalidad entre firmas; que establecen la ventaja competitiva de una nación respondiendo el por qué, cómo y dónde internacionalizar las actividades y operaciones de la misma [27], [28].

Los conceptos y enfoques teorías expuestos anteriormente están estrechamente vinculadas con objeto de estudio de esta investigación, por una parte, la teoría de Porter [29] sustenta que la decisión de optar por una certificación genera diferenciación en los productos y por lo tanto los hace más susceptibles de ser preferidos por los consumidores sin que el precio sea un determinante en la elección de éstos; y en complemento la teoría de Heckscher – Ohlin respalda ese valor agregado con generación de bienes que puedan ser producidos a grandes escalas y que generen menores costos en la producción y comercialización, es decir, aquellos en donde Norte de Santander tiene cierto grado de especialización.

## III. METODOLOGIA O PROCEDIMIENTO

A continuación, se presenta una descripción de la metodología propuesta, indicando el tipo de investigación, el procedimiento para el tratamiento de datos, la población, muestra y categorización de las variables, para el cumplimiento del objetivo del estudio concentrado en el establecimiento de una ruta para la internacionalización de productos agrícolas de Norte de Santander, con base en la Certificación Halal.

### a) *Tipo de Investigación*

El objetivo planteado propicia dos situaciones: la primera, analizar la certificación Halal con el propósito de identificar sus características y requerimientos; y la segunda, analizar la producción agrícola de Norte de Santander con el objetivo de conocer cuáles de esos productos son potencialmente más competitivos en los mercados internacionales. Lo anterior presenta dos escenarios: el primero, lleva la necesidad de cualificar y describir la certificación Halal; y el segundo, lleva a documentar los eventos que se corresponden con la producción agrícola de Norte de Santander y su rentabilidad en el mercado. Estas consideraciones implican que el enfoque de investigación sea cualitativo de base documental.

### b) *Procedimiento de tratamiento de datos*

Esta investigación aplica el método de análisis, pues se inicia por la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad, en este caso las certificaciones como estrategias de internacionalización. De esta manera se establece la relación causa efecto entre los elementos que componen el objeto de estudio en donde la causa es la obtención de la certificación Halal y el efecto es la internacionalización del producto.

### c) *Población*

Comprende todos los documentos de referencia, incluyendo los legales, sobre la certificación Halal; así como la producción agrícola en el departamento de Norte de Santander. Las bases documentales para la investigación incluyen Google Scholar, Legiscomex, Web of Science y la información suministrada por los entes gubernamentales. A continuación, se presenta en la Tabla 1 la producción agrícola del departamento para los años 2016 a 2017.

Tabla 1: Producción agrícola de Norte de Santander (2016 – 2017).

Cultivo	Área Sembrada (ha)		Variación (%)	Participación (%)
	2016	2017		
Arroz Mecanizado	34.755	41.074	18,2	23,9
Palma de Aceite	33.244	36.383	9,4	21,2
Café	24.336	23.986 -	1,4	14,0
Plátano	11.748	10.473 -	10,9	6,1
Cacao	11.136	10.314 -	7,4	6,0
Yuca	9.885	8.666 -	12,3	5,0
Caña Panelera	8.298	8.322	0,3	4,8
Maíz Tradicional	5.712	5.030 -	11,9	2,9
Frijol	5.506	5.624	2,1	3,3
Papa	4.148	3.849 -	7,2	2,2
Otros Cultivos	19.179	17.953 -	6,4	10,5
<b>TOTAL</b>	<b>167.947</b>	<b>171.674</b>	<b>2,2</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Elaboración propia con datos tomados de [2].

#### d) *Muestra*

Para la selección de la muestra, se tiene como criterio de inclusión todos aquellos productos agrícolas cuya participación en el mercado estén en un porcentaje superior al 2.5% según los datos presentados en la Tabla 1. Este tipo de muestra se define como no probabilística por ser aquella en la que la elección de los elementos no dependen de la probabilidad sino de causas afines con las particularidades del objeto de estudio o los propósitos del investigador [31]; pues se busca estudiar aquellos productos agrícolas que tienen mayor producción y que por tanto pueden satisfacer las necesidades de los nuevos mercados a incursionar.

#### e) *Categorización de variables*

En primer lugar, es necesario identificar las características de la certificación Halal para mercados musulmanes por medio de consultas, materiales escritos, audiovisuales, teorías, entre diversidad de información que pueda ser consultada en internet siempre que sea confiable y veraz. Luego, determinar los productos agrícolas de Norte de Santander que pueden aplicar a la obtención de la certificación Halal, por medio de la recolección de datos, y de ser necesario, consultas a organismos gubernamentales. Posteriormente, describir el procedimiento y los requisitos en la producción para obtener un producto agrícola apto para la certificación Halal, mediante técnicas de análisis y correlación de datos, y finalmente, evaluar la certificación Halal como estrategia de internacionalización de productos agrícolas de Norte de Santander.

La Tabla 2 muestra la categorización de las variables a estudiar, así como los indicadores importantes de cada una.

Tabla 2: Categorización de variables.

Variable	Indicador
Certificación Halal	Características
	Demanda del mercado
	Oportunidades comerciales
	Requisitos de la certificación
Producción agrícola de Norte de Santander	Producción agrícola
	Nivel de exportación

Fuente: Elaboración propia.

## IV. RESULTADOS, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Este capítulo presenta, para las variables objeto de estudio, un análisis descriptivo, contrastando los resultados con los referentes teóricos.

#### a) *Características de la Certificación Halal*

En el islam no existe una diferenciación entre la religión y la cultura como ocurre en otras poblaciones; los musulmanes en todos sus ámbitos, incluyéndose el de bienes y servicios, está totalmente ligado a sus creencias religiosas, es otras palabras, la economía y las preferencias de las personas están al servicio de la religión [25]. Estas preferencias se encuentran ligadas a un sello de confiabilidad determinado por la certificación Halal, que les permite a los consumidores musulmanes tener la tranquilidad de no estar defraudando las leyes religiosas en las que se fundamentan sus creencias y su cultura, modificando así, el comportamiento del mercado.

Lo anterior vislumbra una oportunidad para que nuevos mercados puedan ofrecer sus productos a la comunidad musulmana, siempre y cuando cuenten con esa garantía, a través de la certificación Halal; certificación que abarca el conjunto de prácticas que están permitidas por la religión musulmana. Aunque el término engloba todo tipo de prácticas es más comúnmente asociado a los alimentos que son aceptables según el Corán y las enseñanzas del profeta Mahoma o la ley islámica, siendo consideradas estas prácticas como beneficiosas y saludables para el ser humano y por tanto repercute en una mejor calidad de vida.

Los musulmanes consideran el termino Halal como un estilo de vida, que engloba, influye y afecta las actividades cotidianas como la alimentación, siendo está muy importante para esta población, considerando la higiene, la belleza, la economía, el comercio, el turismo entre otras esferas que se convierten en oportunidades para las empresas, de acceder y conquistar un mercado que según el Instituto Halal está valorado en más de 3 billones de dólares [32].

También cabe resaltar que el termino Halal ha trascendido raza, religión y credo, al estar asociado a un estilo de vida saludable que permite satisfacer las necesidades para todos los que desean tener una buena y alta calidad de vida en todos los aspectos. Por ello, es importante estudiar la certificación desde sus orígenes, abordando su importancia, evolución, entidades certificadoras, entre otras características que permitan finalmente presentar el estado actual de este mercado.

#### • *Orígenes*

La Figura 1 presenta, a manera de síntesis, los pilares fundamentales que dieron origen a la certificación Halal. A continuación, se describe en detalle cada uno de ellos.



Figura 1: Pilares fundamentales del concepto Halal.  
Fuente: Elaboración propia.

**Origen netamente religioso:** la certificación Halal está ligada a un supuesto religioso y cultural que se determina por las costumbres, creencias y prácticas de los individuos musulmanes, que se enfoca en un único Dios que envió a sus profetas, entre ellos Abraham y Mahoma, para que les guíe e instruya en el camino de vida y moldee su forma de vivir para que esta sea agradable ante la mirada de Dios.

**Solo Dios determina lo que es Halal:** la certificación Halal parte del principio que solo Dios puede determinar lo que es Halal, es decir, lo permitido o lícito para cada individuo, eso que proporciona todo aquello que es beneficioso y saludable para el ser humano y que le aporta una mejora en su calidad de vida, logrando reducir los riesgos para su salud, todo lo anterior a través de los escritos del Corán [25].

**Su contra parte se conoce como Haram:** El término Haram es lo contrario a lo permitido, es decir, representa todo lo ilícito, lo no recomendado, y que se convierte en perjudicial para el individuo; por tanto, no se acoge a las indicaciones determinadas por Dios para vivir la vida y por ende no es agradable ante sus ojos.

**Preceptos determinados por el Corán y el profeta Mahoma:** los preceptos para la certificación Halal están determinados por su libro religioso denominado el Corán y las enseñanzas del profeta Mahoma, plasmadas en la ley islámica. En estos dos escritos se encuentran detalladamente los requerimientos y exigencias para que un producto o servicio pueda ser considerado Halal. La ley islámica ha estado vigente desde la muerte del profeta Mahoma en el año 632 D. C., quien es considerado el fundador de esta y último de los profetas enviados por Dios; este libro ha sido guía de generaciones de musulmanes donde se fundamentan las costumbres y preceptos que debe regir a todo musulmán, así como también todo lo que es permitido o no permitido por Dios.

Aunque el término Halal ha estado establecido por generaciones y hay informes que indican que la certificación Halal comenzó en la década de 1960, no fue sino hasta 1982 que se dio a conocer la certificación como tal, con la creación del consejo islámico de alimentación y nutrición de América, el Consejo Islámico Da'Wah de Filipinas desde 1987, el Consejo de Coordinación Islámico de Victoria desde 1992 y Halal Australia desde 2004 [33].

- **Importancia**

Cabe resaltar que existen varias esferas de importancia desde las cuales es posible estudiar la certificación Halal, así por ejemplo, una esfera podría ser la salud que les proporciona a los individuos los alimentos certificados, otra podría ser la responsabilidad con el medio ambiente por los procesos que exige la certificación en el tratamiento y producción de los productos, por mencionar algunas; sin embargo, para esta investigación el enfoque está en la importancia comercial que tiene esta certificación y las oportunidades que representa para una empresa optar por la misma.

- ***Demanda del mercado Halal en el mundo***

El mercado Halal se destaca por ser una población en constante crecimiento, el Centro de Comercio Internacional menciona que: La población musulmana mundial rebasa los 1,6 billones de personas, crece a un ritmo 2 veces superior a la del mundo no musulmán y se espera que llegue a los 2,2 billones para el año 2030. Por ello, no es de extrañar que el mercado de productos y servicios Halal esté suscitando cada vez mayor interés [34].

El mercado Halal es uno de los más rápidos en crecimiento, y se encuentra distribuido en diferentes países por todo el mundo, donde es posible identificar cuáles son las regiones en que la población es predominantemente musulmana; no obstante, eso no quiere decir, que se pueda limitar el mercado Halal a una determinada zona o continente [35], por el contrario, el mercado Halal representa oportunidades comerciales en más de 57 países del mundo.

Por otra parte, según datos del informe State of the Global Islamic Economy Report 2016 – 2017, elaborado por Thomson Reuters y el Dubai Islamic Economy Development Centre: El valor total de la economía islámica alcanzó en 2017 los 2.1 trillones de dólares y para 2023 está previsto que esta cifra haya crecido llegando a los 3 trillones de dólares. Más allá de la banca, el sector agroalimentario es el principal impulsor de este crecimiento, representando un valor de 1,303 billones de dólares y se espera que crezca hasta los 1,863 billones para el 2023. Por su parte los sectores Halal de turismo, vestuario, medios y recreación, farmacéutico y cosmético van creciendo en el mismo orden [36].

En la Tabla 3 se aprecian algunos datos que muestran el crecimiento de los sectores mencionados anteriormente.

Tabla 3: Estimaciones actuales del mercado Halal.

Sector	Consumo Musulmán 2017 (\$ Bn)	Crecimiento esperado 2023 (\$ Bn)
Alimentos	1.303	1.863
Turismo	177	274
Moda	270	361
Entretenimiento	209	288
Fármacos	87	131
Cosméticos	61	90

Fuente: Las estimaciones están basadas en los datos de Thomson Reuters 2017 y de DinarStandard [36].

Es importante mencionar, que el sector Halal Food lo lidera, en consumo, los productos vegetales, representando así una oportunidad importante para la región de Norte de Santander pues es considerada agrícola en toda su extensión, donde su mayor producción proviene los productos agrícolas. En la Tabla 4 se muestra una subclasificación del sector Halal Food con el porcentaje de importación.

Tabla 4: Importaciones del sector Halal Food de los países de la OIC.

Sector	Sub – Sector	Valor de Importación (\$ Bn)
Halal Food	Animales y productos animales	35,86
	Productos vegetales	92,45
	Comida procesada y manufacturada	63,20

Fuente: Los datos se corresponden con alimentos y bebidas no alcohólicas basados en el programa de comparación internacional y agencias nacionales de estadísticas. Cubre productos de origen animal, productos vegetales y alimentos procesados, menos porcina, licores y tabaco [37].

Los consumidores musulmanes a nivel mundial han gastado un total de \$1.3 billones en alimentos y bebidas en 2017, lo que representa el 17% del gasto en el mercado mundial de \$7 billones de dólares. Este es un crecimiento del 3.4% respecto al año anterior, y es ligeramente más alto que el crecimiento del mercado global de 3.3%. Se espera que el gasto musulmán en alimentos y bebidas alcanzará los \$ 1.9 billones para el año 2023, un aumento del 9% a partir de 2017. Es importante mencionar que el gasto de consumo musulmán para alimentos y bebidas ocupa el primer lugar, por delante de China (\$ 854 mil millones), Estados Unidos (\$ 770 mil millones), Japón (\$ 380 mil millones) e India (\$ 341 mil millones).

A continuación, en la Tabla 5 se muestran los países musulmanes con el mayor gasto en alimentos y bebidas en 2017.

Tabla 5: Principales mercados musulmanes en consumo de alimentos y bebidas.

Países	Gasto en alimentos y bebida 2017 (Bn)
Indonesia	170
Turquía	127
Pakistán	118
Egipto	86
Bangladesh	76
Irán	63
Arabia Saudita	51
Nigeria	47
Rusia	41
India	38

Fuente: Los datos se corresponden con alimentos y bebidas no alcohólicas basados en el programa de comparación internacional y agencias nacionales de estadísticas. Cubre productos de origen animal, productos vegetales y alimentos procesados, menos porcina, licores y tabaco [36].

Además, como se ha mencionado anteriormente, la particularidad de esta religión es que tiene seguidores que han emigrado a todos los continentes. En la Tabla 6 se muestra a los 1.600 millones de potenciales consumidores distribuidos por cada continente.

Tabla 6: Población musulmana en el mundo.

Continente	Población musulmana	Población a nivel continental (%)	Población a nivel global (%)
África	412.500.000	45,76	27,23
Asia	1.025.000.000	26,22	69,34
Europa	44.090.000	6,10	3,00
América	6.230.000	0,70	0,42
Oceanía	373.000	1,22	0,03

Fuente: Tomado de [35].

Los ingresos por los productos Halal a nivel mundial se han estimado en \$1,3 mil millones en 2017, que representa las ventas totales estimadas de productos alimenticios en la cadena de valor de alimentos y bebidas. Esta estimación incluye el gasto tanto de musulmanes como no musulmanes en alimentos y bebidas Halal.

De lo anterior se puede inferir que, el mercado Halal es uno de los más grandes existentes, y que promete un crecimiento constante y acelerado dada las características que posee, siendo un mercado que recoge alrededor de 2,1 billones de dólares (datos del año 2017), y que se caracteriza por participar en varios sectores de la economía, como es la moda, el turismo, el sector farmacéutico, el cosmético, entre otros. Se debe rescatar que el sector más importante de este mercado es el alimenticio pues capta los más altos índices de demandas; por otra parte, este sector esta agrupado por una variedad de productos que son demandados por los musulmanes, siendo los productos vegetales los que tiene un

mayor porcentaje de importación permitiendo así que estos sean una oportunidad para la región norte santandereana dado que su mayor producción está en este tipo de alimentos.

○ **Oportunidades comerciales que la industria Halal ofrece**

Obtener la certificación Halal permite el acceso a más de 57 países emergentes de Asia y África, además de permitir acceso a aproximadamente 350 millones de musulmanes en países como China, Singapur, India, Estados Unidos, Rusia y la Unión Europea, lo cual aproxima una cifra de más de 1.600 millones de potenciales clientes a nivel mundial, cifra que se espera aumente hasta los 2.760 millones para el año 2050 [38].

En concordancia, la población musulmana es el grupo religioso que registra un mayor crecimiento mundial; a este dato, hay que añadir que los países cuya religión es mayoritariamente el Islam presentan un crecimiento económico superior al de la media mundial [38].

De lo anterior, vale la pena resaltar que el crecimiento económico mencionado tiene un alto porcentaje en el sector alimenticio, pues es el sector más maduro y con más trayectoria de la certificación Halal. En palabras de Santos-Miranda:

El Pew Research Center estima que el mercado de alimentación Halal mundial fue de 1,3 billones de dólares en el año 2015, lo que implica un 17,7% del gasto mundial en alimentación y supone además un enorme crecimiento en relación con lo que suponía este mercado apenas diez años antes. Las estimaciones más realistas prevén que para el 2025 esta cifra se elevará hasta los 2,54 billones de dólares o lo que es lo mismo, casi el 22% del consumo mundial de alimentos [39].

En la Tabla 7 se presenta la evolución estimada de cada uno de los sectores de la industria Halal con datos del 2015 y 2021 reportados por el Thomson Reuters, resaltando que el sector de alimentos y bebidas está en primer lugar en crecimiento.

Tabla 7: Evolución de la industria Halal por sectores a nivel mundial.

Sector	2017 (Bn)	2023 (Bn)
Alimentos y bebidas	1,3	1,9
Turismo	177	274
Moda	270	361
Medios y entretenimiento	209	288
Fármacos	87	131
Cosméticos	61	90

Fuente: Tomado de [40].

Lo anterior permite inferir, que el sector alimenticio está estimado como uno de los más crecientes para los próximos años, generando de esta manera oportunidades permanentes en el tiempo que abre un abanico de posibilidades para una región como Norte de Santander que se ha caracterizado a través de los años como una región agrícola, que permite así la posibilidad de llegar a mercados donde las demandas de los consumidores son altas y evoluciona a manera acelerada [32].

Es por ello que, contar la certificación Halal también permite superar barreras de entrada a países donde esta certificación es obligatoria para poder operar, permitiendo acceder a un nuevo mundo de oportunidades comerciales para un segmento de población creciente y con necesidades específicas y estrictas que logren satisfacer en todos los ámbitos de consumo. Un dato importante es que esta industria es especialmente atractiva en los seis países que forman parte del Consejo de Cooperación del Golfo, un bloque comercial que incluye a países como Arabia Saudí, Qatar, Emiratos Árabes Unidos y Kuwait, que cuenta con una renta per cápita superior a los 33.000 dólares (de las más altas del mundo) y una población de más de 50 millones de personas [18].

A continuación, en la Figura 2 se muestran datos del porcentaje de población musulmana en cada continente y el crecimiento del PIB real en una ventana de tiempo del 2016 al 2018.

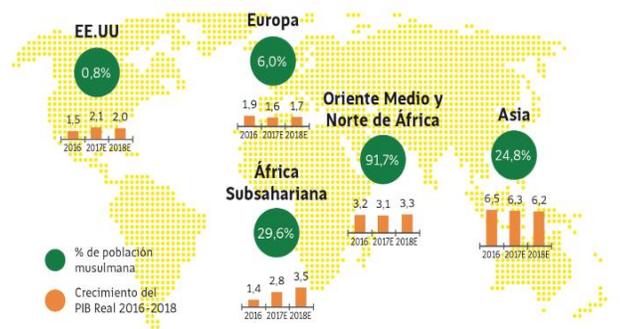


Figura 2: Población creciente en economías emergentes. PIB real y población musulmana (2016 – 2018).

Fuente: [41].

Por otra parte, la certificación Halal es considerada una barrera no arancelaria, esto es, que es obligatoria para entrar a comercializar bienes y servicios a países netamente de origen religioso islámico, no obstante, esta población tiene la particularidad de estar esparcidos en varios países y continentes, tal como se mostró en la Figura 2, dando así oportunidad para el aprovechamiento de las relaciones comerciales con países que cuenta con un alto porcentaje de población mundial como lo es Europa, Brasil, Argentina entre otros; países con los que actualmente Colombia tiene relaciones comerciales que permiten el acceso de este tipo de productos, es decir, aquellos que cuentan con la certificación en cuestión.

Contar con la certificación Halal proporciona, además, una garantía reputada y reconocida a nivel mundial, no solo por la población musulmana sino también por todos los consumidores mundiales que ven atractiva la certificación por su capacidad de producir alimentos con características saludables y pensadas para el bienestar del ser humano.

Finalmente, es importante conocer que esta certificación acredita a cualquier empresa a nivel mundial y por tanto, genera un valor agregado a sus productos, proporcionando una garantía de calidad y confianza a los consumidores, y facilitando la fidelización de los mismos a sus productos; esto hace diferenciación en cuanto a la competencia y permite el posicionamiento, como empresa, en mercados de alto poder adquisitivo y la entrada a países donde no se tendría acceso sino únicamente mediante esta certificación.

#### ○ *Los beneficios de la certificación Halal no son solo monetarios*

Hace unos años atrás hablar de Halal era totalmente desconocido, pero en recientes estudios hechos por el [37] se ha mostrado un creciente conocimiento del término a nivel mundial, y esto se debe a la actual sociedad que se caracteriza por ser más abierta, que no tiene miedo a lo desconocido y que además dejó de estigmatizar a las religiones, permitiéndose recibir lo bueno de cada una de ellas, y que en Halal pudieron encontrar calidad, seguridad y confianza en cuanto al consumo de productos y servicios, permitiendo de esta manera, junto con el esfuerzo de las asociaciones, que sea recocida con más fuerza en gran parte de los países del mundo.

En los últimos años se han conferido más certificaciones Halal a países donde el término era totalmente desconocido, donde la población musulmana es muy poca; no obstante, se ha logrado un posicionamiento de instituciones certificadoras en diferentes países para facilitar el acceso a este tipo de certificación, así por ejemplo, Colombia actualmente cuenta con un instituto Halal con sede en Cundinamarca que permite que la certificación sea más rápida de alcanzar; además, cuenta con empresas que cuyos productos ya están certificados como Halal, permitiendo de esta manera que dichas empresas puedan acceder a mercados que antes no eran un destino comercial, diversificando así, la oferta exportable de las regiones adquiriendo garantías de calidad y valor agregado en sus productos, características que se traducen en competitividad en mercados tan exigentes como lo es el mercado musulmán.

Todo ese auge de la industria Halal esta permeado en la introducción de un elemento profundamente ético y espiritual en la relación del ser humano con los alimentos y el comercio; Halal involucra el cuidado con el planeta, pues todo lo agrícola está enmarcado en lo orgánico, es decir, cero químicos que dañen la tierra y contaminen los alimentos; el respeto a los animales, pues su sacrificio es todo un ritual de cuidado y sutileza, es decir, no hay lugar para la brutalidad; el amor propio, pues todo lo Halal converge en el cuidado del cuerpo en todos los sentidos, desde lo que se come hasta lo que se aplica (maquillaje, cremas, etc.); comercialmente involucra honestidad, lealtad, legalidad, armonía con el entorno, respeto y verdad con los demás, es decir, no hay lugar para la indiferencia, el engaño o la usura.

En palabras del Centro de Comercio Internacional: Para que los productos y los servicios sean verdaderamente Halal, deben basarse en unas relaciones empresariales y sociales que no sean explotadoras y sean sostenibles medioambientalmente, así como equitativas y beneficiosas tanto para el comprador como para el vendedor; posicionando a la industria Halal como parámetro definitorio del mercado, pues lo Halal sigue evolucionando y a medida que va alcanzado su máximo potencial, se convierte en un signo de calidad y seguridad de los productos, es decir, en una fuerza beneficiosa en el comercio global. En este sentido, el crecimiento del mercado Halal tiene por sí mismo un impacto positivo, su desarrollo, si se aborda con inteligencia e intenciones puras, puede ser una fuerza activa para la mitigación de la pobreza; además, el crecimiento del sector Halal tiene el potencial de crear empleo y, por tanto, aportar a la armonía social y al mejoramiento del estilo de vida de muchas personas de todo el mundo [34].

### • *Evolución*

En este apartado, se aborda la evolución de la certificación Halal desde dos puntos de vista, uno legislativo, con el fin de presentar los hitos más importantes de creación de instituciones certificadoras y su desarrollo hacia la madurez actual, que fueron creciendo en los diferentes países con el fin de legislar todo lo que es Halal y con el propósito de establecer los parámetros de la certificación y de las entidades certificadoras.; y otro comercial con el fin de presentar el crecimiento de la industria Halal en los últimos años.

#### ○ *Evolución comercial o monetaria*

En la Tabla 8, se muestra la evolución comercial de la economía Halal en los últimos cinco años. Datos anteriores no son fiables, pues el primer informe oficial sobre el estado de la economía islámica mundial fue publicado en 2013 en colaboración con Thompson Reuters y DinarStandars.

Tabla 8: Evolución de la industria Halal por sectores a nivel mundial

Sector	2013 \$Bn	2014 \$Bn	2015\$Bn	2016\$Bn	2017 \$Bn	2023 \$Bn
Alimentos	1.29	1.128	1.173	1.245	1.303	1.863
Turismo	140	142	151	169	177	274
Moda	266	230	243	254	270	361
Finanzas	1,21	1,346	1,451	1,599	2,438	3,809
Entretenimiento	185	179	189	198	209	288
Fármacos	72	75	78	83	87	131
Cosméticos	46	54	56	57	61	90

Fuente: Elaboración propia con información tomada de [36], [37], [42]–[45].

Con la finalidad de apreciar de mejor manera la tendencia de crecimiento del sector de alimentos y bebidas Halal, se construye una gráfica (ver Figura 3) a partir de la información consignada en la Tabla 8, la cual permite apreciar la oportunidad que este sector representa, dado los niveles de demanda, que mantienen un crecimiento constante y consistente a través de los años, reflejando una economía madura y no improvisada, lo cual permite que los productos que cuenten con la certificación sean aceptados en un mercado de billones de dólares. Por otra

parte, la estimación a futuro regala un voto de confianza que se traduce en un riesgo mínimo a la hora de querer transformar los procesos de producción a los requerimientos Halal.

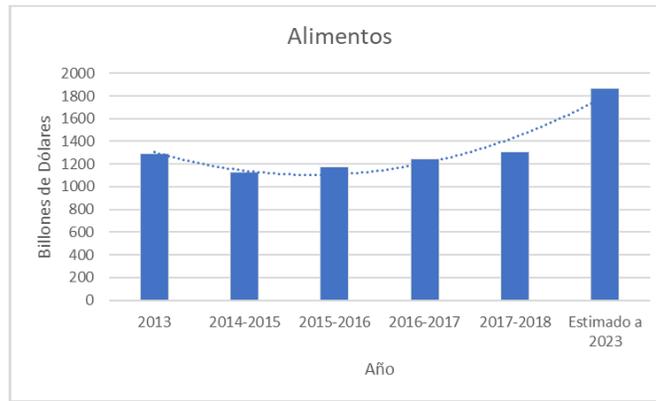


Figura 3: Tendencia de crecimiento del sector “alimentos y bebidas” Halal (2013 – 2023). Fuente: Elaboración propia con información tomada de [36], [37], [42]–[45].

• **Entidades certificadoras**

Para entender el funcionamiento de las entidades certificadoras Halal, es necesario conocer que “los marcos regulatorios del sector Halal son complejos, pues varían entre regiones y países, donde, los países de mayoría musulmana adoptan un enfoque distinto” [34] elaborándose así marcos regionales y a nivel de estados. En ese sentido, los marcos regulatorios varían dependiendo del sector Halal que quiera certificarse; para el caso particular del sector que enmarca esta investigación, el alimenticio, a continuación, se muestra su estructura en la Figura 4.

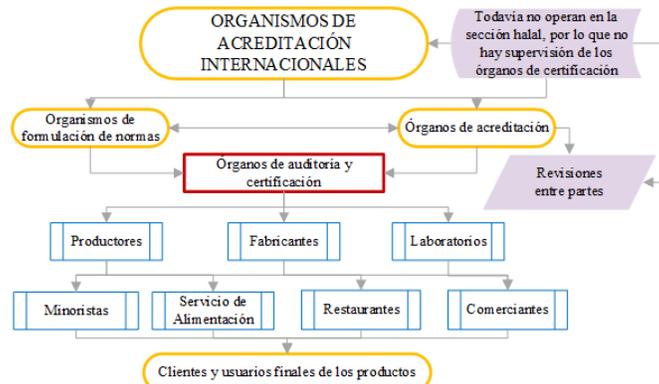


Figura 4: Marco regulatorio del sector alimentario general. Fuente: Elaboración propia con información tomada de [34].

La estructura presentada en la Figura 4 muestra de forma general el orden establecido que permite unificar los procesos y las normas según la metodología que requiera la certificación; sin embargo, para complementar la información, en la Figura 5 se evidencia un ejemplo claro de jerarquía de los organismos involucrados en un proceso de certificación.

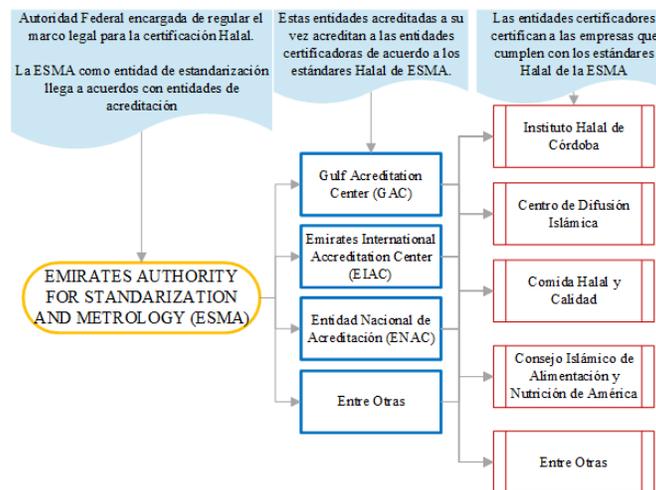


Figura 5. Estructura de organismos reguladores de la certificación Halal. Fuente: Elaboración propia con información tomada de [34].

Para concluir este apartado, es importante mencionar que en Colombia se encuentra la entidad Halal Certification Services – Halal Colombia, cuya sede se encuentra en Bogotá D.C. y las oficinas regionales están en Colombia se encuentran en: Cali, Barranquilla y Medellín, y por fuera

de Colombia en: Lima – Perú, La Paz – Bolivia y Santiago – Chile; ofreciendo a los consumidores la certificación de empresas productoras y comercializadoras [46].

- **Características generales**

En este apartado, se identifican los productos y servicios que pueden certificarse como Halal, tanto de origen animal como de origen vegetal, sin entrar en una descripción detallada los mismo; esto con el fin de brindar un panorama amplio del alcance que puede tener esta certificación.

A continuación, en la Tabla 9 se muestran algunos de los productos y servicios que hasta el momento han podido optar por una certificación Halal y por ende son permitidos por la ley Islámica.

Tabla 9: Productos y servicios permitidos según la certificación Halal.

Origen	Productos
Vegetal	Verduras, frutas, frutos secos, legumbres, cereales.
Animal	Animales de rebaño y aves de corral (vacas, pollos).
Marino	Algas, mariscos, pescados.
Mineral	Calcio, Sal.
Lácteos	Crema, leche, mantequilla, suero, queso, yogurt.
Otros	Miel, vinagre, enzimas, vitaminas, bebidas no embriagantes.
Servicios	Hoteles, restaurantes, catering, finanzas y turismo.

Fuente: Elaboración propia con información tomada de [47], [48].

- **Productos animales y vegetales – Tratamiento**

Es importante mencionar que, tradicionalmente al referirse a productos de origen animal, el enfoque de la certificación Halal estaba únicamente en cómo se sacrifica el animal en el momento de su muerte, pero a medida que ha evolucionado la certificación se han creado enfoques hacia la cría, manipulación y alimentación de los mismo, pues la certificación contiene un sentido de armonía con todos los elementos que involucren un producto o servicio, en otras palabras, lo único importante no es el resultado final sino que también es de vital importancia el proceso. Así por ejemplo, las condiciones inhumanas a las que el mercado de producción animal ha llevado la cría de estos, ha generado un sentido de conmoción en los consumidores que se han sensibilizados con respecto al trato de los animales y como deben acceder a ambientes naturales que les permitan tener un desarrollo y crecimiento propio, en consecuencia, la preocupación ha crecido en cuanto a la alimentación de los mismos y lo que les introducen en el caso de las hormonas de crecimiento y los antibióticos, exigiendo a los productores que se use una alimentación natural y por ende un proceso de desarrollo y crecimiento en concordancia con los tiempos que dictamina la naturaleza; los temas tratados son trascendentales para la obtención de la certificación.

Por otra parte, es posible hacer un símil con los alimentos de origen vegetal, pues aunque estos son considerados por naturaleza como Halal, en este sentido la certificación también ha evolucionado y ahora entra en consideración toda la cadena de producción de alimentos desde sus primeras etapas; es por ello, que los alimentos producidos deberían estar libres de cualquier producto e ingredientes dañinos, y solo usar los ingredientes permisibles (libres de fuentes prohibidas e incorrectas) respetando la Ley Islámica; lo cual permite apreciar la importancia de definir la certificación dentro de un marco donde las etiquetas: Halal y orgánico representan en su esencia un mismo fin. No obstante, más allá del simple etiquetado, se debe tener una mirada hacia el futuro y recordar que Halal es, por definición, a nivel teológico y teórico, orgánico [49].

La anterior conclusión se fundamenta en que lo orgánico tienen que ver con la naturaleza de producir alimentos que deberían estar libres de cualquier sustancia añadida, incluidas las hormonas de crecimiento, los plaguicidas, cualquier forma de aditivos nutricionales o aromatizantes, incluido el envasado, características que se encuentran claramente manifestadas y requeridas en la certificación Halal.

Otro aspecto que juega un papel fundamental es el tratamiento de los productos, según [50]: Las plantas procesadoras de vegetales y de carnes que pueden llegar a procesarse en el mismo lugar y con el mismo equipo, incrementando los índices y probabilidades de una contaminación cruzada. Ciertos ingredientes provenientes de fuentes animales pueden llegar a ser utilizados para el procesamiento de vegetales, lo que hace que el producto final sea dudoso. Por consiguiente, los procesos de asistencia y métodos de producción deben tener un monitoreo cuidadoso para mantener el status Halal de la comida. (párr. 59)

- **Almacenamiento y transporte**

En cuanto al almacenamiento y transporte [51] precisa que: Todos los alimentos Halal que son almacenados, transportados, vendidos y/o servidos deben ser categorizados y etiquetados con sello Halal; estos deben estar separados y prevenir que sean revueltos o contaminados con cosas que no son Halal. Los vehículos (en este caso camiones) deberán ser apropiados para el transporte de los alimentos y ser dedicados (en lo posible) única y exclusivamente para esos productos y cada contenedor deberá tener en forma legible la marca o la etiqueta de los alimentos Halal. Deberán cumplir con todas las condiciones de sanidad e higiene que requiera el tipo de alimento. (párr. 6)

- **Empacado y etiquetado**

En cuanto al empaque y etiquetado [51] precisa que: Todos los productos Halal deben ser empacados con materiales certificados por las entidades Halal, es decir, deben llevar la etiqueta Halal en su marca. Este proceso de empaque se realiza en un lugar limpio e higiénico y dentro de las condiciones sanitarias adecuadas según el tipo de alimentos lo requiera.

Por otra parte, los sabores artificiales no deben ser consignados con nombres parecidos a productos no Halal como el jamón, cerveza, tocino, etc., esto podría llevar confusión a los consumidores.

○ **Productos considerados Haram**

Los productos denominados Haram son todos aquellos que están prohibidos en la ley islámica y que según Ala son perjudiciales para el individuo. En la Tabla 10 se encuentra una descripción de algunos de ellos.

Tabla 10: Productos no permitidos por la certificación Halal.

Origen	Productos
Vegetal	Plantas y sustancias alucinógenas.
Animal	Cerdos, jabalíes y sus derivados; Perros, serpientes, monos, animales carnívoros con garras y colmillos, aves de presa, mulas, burros, animales venenosos; asfixiados o sacrificados fuera del rito islámico.
Bebidas	Bebidas alcohólicas y alucinógenas.
Aditivos	Colorantes o conservantes que contengan alcohol, drogas o derivados de animales no permitidos.

Fuente: Elaboración propia con información tomada de [47], [48], [52].

○ **Costos de la certificación**

En cuanto a los costos de la certificación, estos varían dependiendo de tres factores: El primero la cadena de producción del producto, es decir, todo lo referente a su tratamiento, el segundo la empresa, en cuanto a reglamentación y procesos de calidad internos que satisfagan la norma, y, finalmente, el país debido al instituto que regule, pues, aunque Halal es global, cada organismo es autónomo en la forma en que estructure el procedimiento para verificar el cumplimiento de la norma.

Sin embargo, para tener una idea es importante mencionar que en algunos países como España, Costa Rica y México la obtención y renovación de la certificación tiene un valor cercano a los 3.500 euros al año [53], [54].

**b) Producción agrícola de Norte de Santander**

Antes de aseverar que productos agrícolas de Norte de Santander pueden ser candidatos favorables en la obtención de la certificación Halal, se hace necesario estudiar un poco la producción agrícola de la región, analizar sus exportaciones y los productos que participan en esas exportaciones, así como también mostrar una perspectiva de la participación regional en las estadísticas nacionales.

• **Producción agrícola de Norte de Santander**

Según información del Ministerio de Agricultura de Colombia: El departamento Norte de Santander es un territorio heterogéneo formado por seis subregiones, que posee variedad de pisos térmicos y tipos de suelos, además de una gran diversidad de accidentes geográficos, esto hace de Norte de Santander un departamento potencialmente agrícola, gracias a sus variadas condiciones naturales que le permiten aprovechar sus tierras en una diversidad de cultivos. Es así, como en las tierras cálidas se cultiva arroz, caña de azúcar, yuca, sorgo, plátano y tabaco; mientras que, en las tierras templadas café, caña panelera, cebolla cabezona y frutales, y en las tierras frías papa, trigo y algunos frutales [55].

Dentro de los cultivos transitorios y anuales se destacan los presentados en la Tabla 11. En cuanto al valor de la producción los principales cultivos en orden de importancia son el arroz mecanizado que representa una participación del 20,7%, palma de aceite 19,8%, café 14,5%, y los demás cultivos con una participación por debajo del 10%; ver Figura 6. Por consiguiente, se espera que los productos anteriormente mencionados sean los candidatos favorables para obtención de la certificación, pues una de las características que debe tener un producto exportable es su alto nivel de producción.

Tabla 11: Producción agrícola de Norte de Santander 2016 – 2017.

Cultivo	Área Sembrada (ha)		Variación (%)	Participación (%)
	2016	2017		
Arroz	34.755	41.074	18,2	23,9
Palma de Aceite	33.244	36.383	9,4	21,2
Café	24.336	23.986-	1,4	14,0
Plátano	11.748	10.473-	10,9	6,1
Cacao	11.136	10.314-	7,4	6,0
Yuca	9.885	8.666 -	12,3	5,0
Caña Panelera	8.298	8.322	0,3	4,8
Maíz Tradicional	5.712	5.030 -	11,9	2,9
Fríjol	5.506	5.624	2,1	3,3
Papa	4.148	3.849 -	7,2	2,2
Otros Cultivos	19.179	17.953-	6,4	10,5
<b>TOTAL</b>	<b>167.947</b>	<b>171.674</b>	<b>2,2</b>	<b>100,0</b>

Fuente: [2].

**PRINCIPALES CULTIVOS  
POR ÁREA SEMBRADA EN 2016**

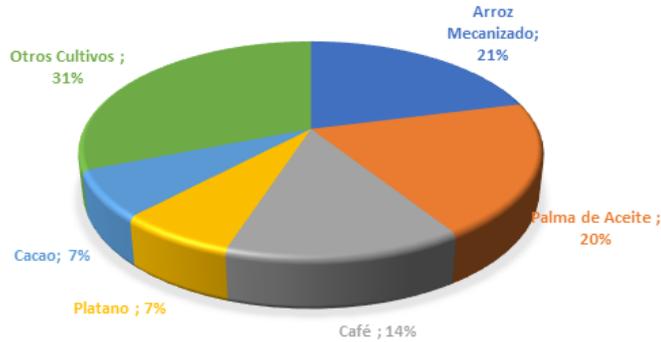


Figura 6: Principales cultivos, Norte de Santander 2016.  
Fuente: [56].

Existen otros productos agrícolas, que, a pesar de no formar parte de la producción principal de Norte de Santander sí forman parte de la categoría “Otros cultivos” indicada en la Tabla 11, los cuales en conjunto cuentan con una participación de 11,4%; por lo tanto, vale la pena resaltar su tendencia de crecimiento al lado de aquellos productos de mayor producción de la región, tendencia que se muestra en las Figuras 7 y 8. Estas Figuras arrojan información de gran importancia para el objetivo de esta investigación, pues permite identificar si realmente ha habido un crecimiento o no, en la producción; dejando ver la madurez y evolución de los mismos.

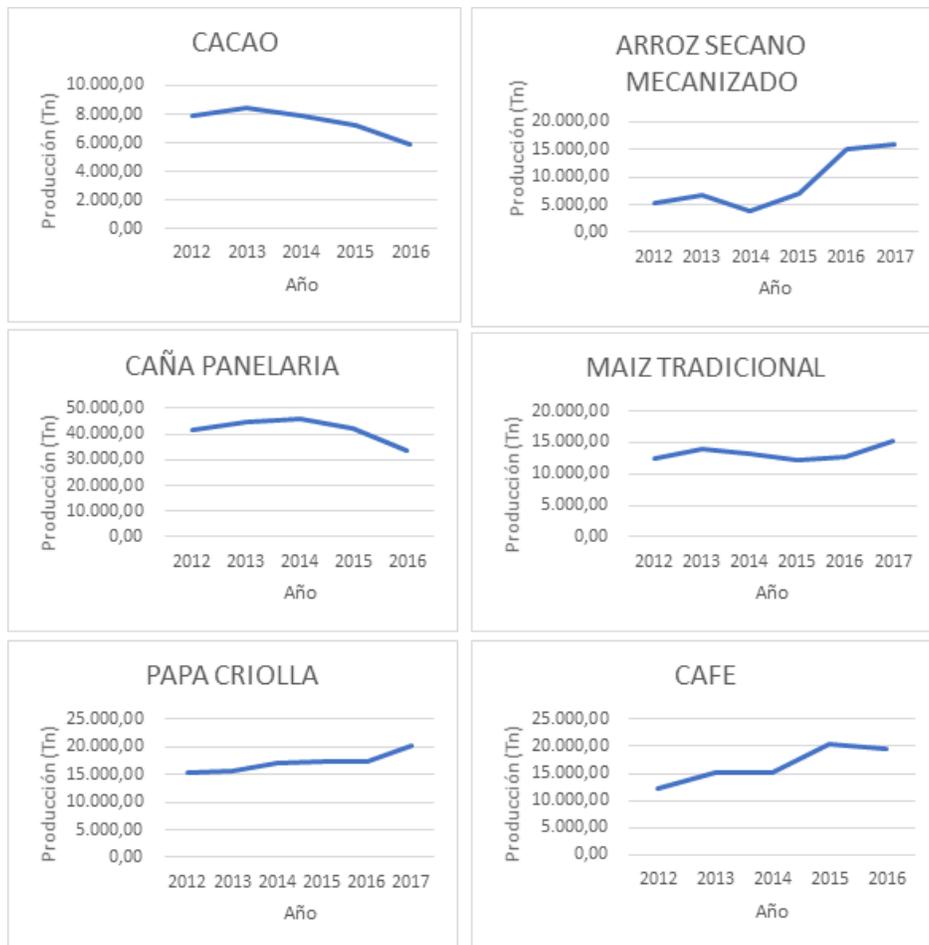


Figura 7: Tendencia de crecimiento de los principales cultivos por producción, Norte de Santander 2012 – 2017. Parte I.  
Fuente: [1].

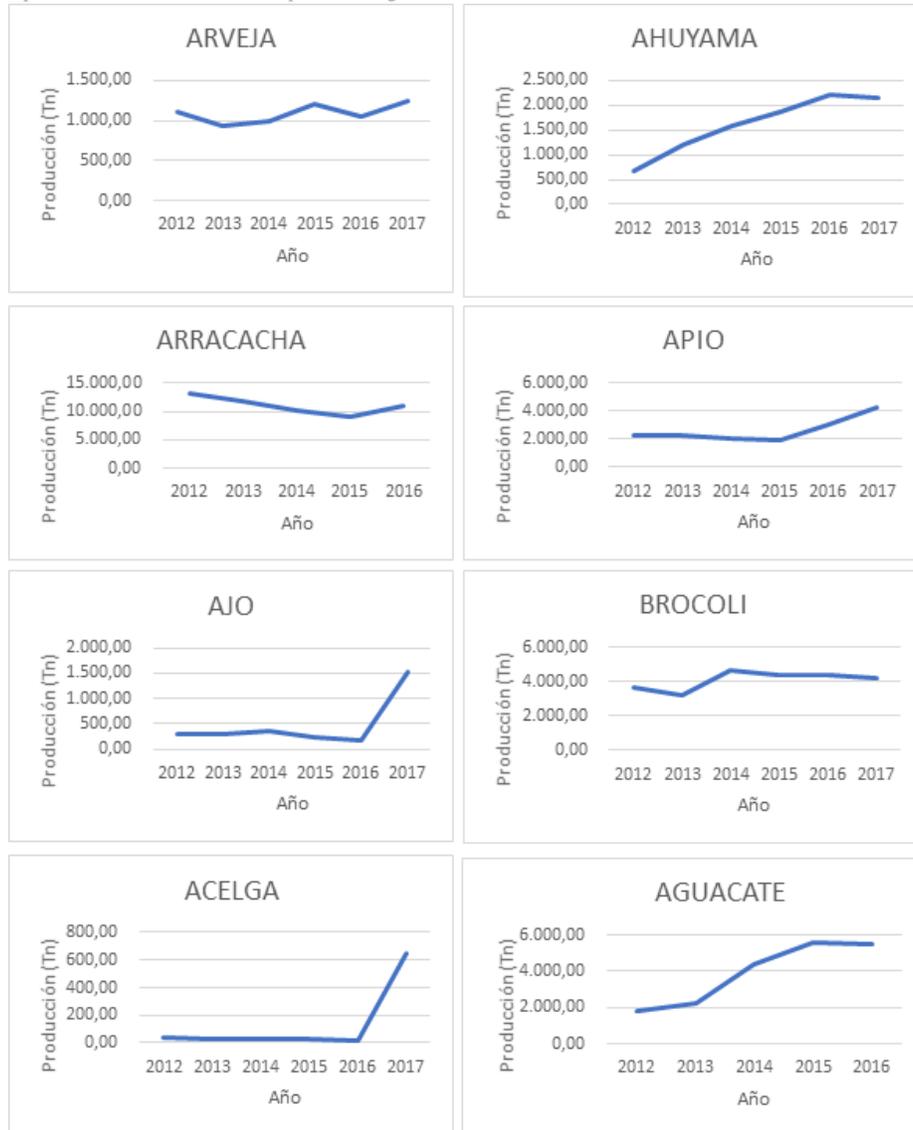


Figura 8: Tendencia de crecimiento de cultivos transitorios por producción, Norte de Santander 2012 – 2017. Parte II. Fuente: [1].

Para complementar, la Figura 9 representa el 100% de la producción agrícola de Norte de Santander, unos con más participación que otros, por la característica de que algunos son cultivos permanentes ocupando un porcentaje más grande en el diagrama de torta y otros son cultivos transitorios, por tanto, no ocupan un valor alto. Sin embargo, la importancia y variedad de productos que se cultivan en esta región y su versatilidad, muestran que Norte de Santander cuenta con tierra capacitada para el cultivo de una gran variedad de productos, que pueden considerarse potencialmente importantes para estrategias futuras de producción y exportación.

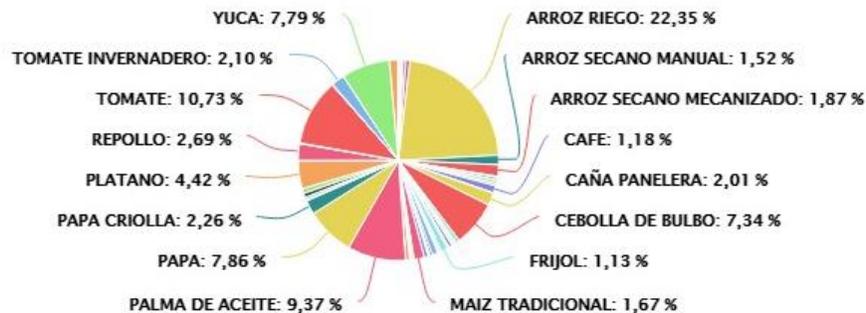


Figura 9: Producción agrícola total de Norte de Santander 2016 – 2017. Fuente: [1].

Para concluir, es importante recapitular que los principales cultivos de la región de Norte de Santander como se ha mostrado a través de los gráficos estadísticos presentados son: el arroz, la palma de aceite, el café, el plátano y el cacao.

Para el ejercicio de esta investigación se pretende abarcar y analizar cuáles de estos productos tiene mayor participación en la exportación, pues esto evidenciaría cuáles podría obtener la certificación Halal en busca de tener productos más competitivos y diversificar el destino de las exportaciones de la región.

• **Exportaciones de Norte de Santander**

Las exportaciones reportadas por el Data Cúcuta de Norte de Santander en el periodo de enero a diciembre del 2017 presentaron un aumento del 59,9% respecto al mismo periodo del 2016. Es importante mencionar que Venezuela vuelve a aparecer como el primer destino de las exportaciones departamentales con una participación de 10%, seguido de Turquía 9,3% y Ecuador con 7,9%. Los productos que presentaron mayor porcentaje en las exportaciones del departamento fueron combustibles minerales con un 70,3%, cobre con 4,2%, almidón con 4,1% y café con 3,2%; datos que se muestran en la Figura 10 para una mejor interpretación [57].



Figura 10: Principales productos exportados de Norte de Santander 2017. Fuente: [57].

A pesar de que Norte de Santander cuenta con un alto porcentaje de cultivos de diferentes productos agrícolas y que a través de los años la producción ha ido en acenso, estos no participan de manera activa en las exportaciones de la región, solamente el café aparece en escena (ver Figura 10), y una de las causas bien podría ser la ausencia de certificaciones internacionales que garanticen las condiciones más favorables para la exportación.

Lo anterior permite inferir, que la producción no es una limitante a la hora de decidir si un producto tiene el potencial para exportarse, pues este factor podría variar de manera decisiva si se cuenta con una demanda activa del producto y con las condiciones necesarias para la obtención de una certificación que de acceso a los mercados.

• **Participación del comercio regional (Norte de Santander) frente al nacional**

En cuanto a la participación del comercio regional frente al nacional, vale la pena resaltar las palabras de [58]: La agricultura ha sido históricamente una actividad prioritaria en la economía colombiana, y aunque su contribución al producto nacional ha disminuido en la medida que el país ha logrado mayores niveles de ingreso per cápita, el progreso agrícola seguirá siendo esencial para el crecimiento económico, la generación de empleo, el desarrollo rural y, especialmente, para la mitigación de la pobreza. En conformidad, la participación de Norte de Santander en exportaciones ha ido en aumento y por ende también su visibilidad a nivel nacional, datos que pueden apreciarse en la Tabla 12.

Tabla 12: Participación de Norte de Santander en las exportaciones nacionales de enero – diciembre 2017

	Exportaciones		Variación
	2016	2017	
<b>Colombia</b>	31.044.991	37.800.104	21,8%
<b>Norte de Santander</b>	120.009	211.413	76,2%
<b>Participación</b>	0,39%	0,56%	N. A.

Fuente: [57].

Por otra parte, vale la pena resaltar que para el año 2017 el principal destino de exportación de Norte de Santander seguía siendo Venezuela, a pesar de la ruptura de las relaciones comerciales con el vecino país y el fenómeno comercial que se presentó a partir del inicio de la crisis en el 2015, pues solo en ese año las exportaciones cayeron en un 56,7% según datos de aportador por [59] (ver Figura 11); situación que obligo de manera muy proactiva a la región a buscar nuevos destinos para la exportación de sus productos.

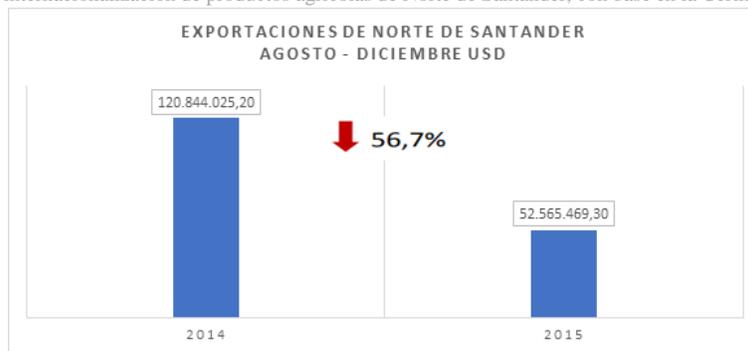


Figura 11: Exportaciones de Norte de Santander agosto – diciembre 2014 – 2015.  
Fuente: [59].

Es importante resaltar, que los datos reportados por Datacucuta para el 2018 muestran una diversificación en el destino de las exportaciones de la región, dejando ver el interés por nuevos mercados, mercados con rigurosidad a los que Norte de Santander le ha estado apuntando en los últimos meses dado el cierre de la frontera con Venezuela que por muchos años fue el principal destino de las exportaciones como se muestra en la Figura 12. A nivel nacional, las exportaciones registradas en junio de 2018 presentaron una variación del 14,7%, al pasar de 17.861 millones de dólares en el acumulado 2017 a 20.489 millones de dólares en el mismo periodo del 2018. En cuanto al departamento de Norte de Santander también se ve reflejado un notorio aumento de 99,2% en relación al mismo periodo del año anterior, así como una diversificación de los principales países de destino. El principal destino de las exportaciones fue Turquía con un 21,8%, seguido por Gabón con el 8,3% y Ecuador con 5,4%. Los productos que presentaron mayor porcentaje en las exportaciones del departamento fueron combustibles minerales con un 87%, grasas y aceites animales con 2%. Por otro lado, el medio de transporte más utilizado sigue siendo el marítimo, esta vez con un 90,6% de participación en las exportaciones totales de Norte de Santander. Se evidencia una disminución del 10,3% en las exportaciones a Venezuela, esto en relación al mismo periodo del año anterior.



Figura 12: Destino de las exportaciones de Norte de Santander 2018.  
Fuente: [57].

- **Productos agrícolas de Norte de Santander que pueden optar por la certificación Halal**

Para que un producto agrícola se pueda denominar o establecer como apto para la obtención de la certificación Halal se establecen, en esta investigación, tres características que debe tener, las cuales determinan su origen, producción y destino; características que se corresponden con tres indicadores: el primero que su origen sea orgánico, el segundo que sus niveles de producción sean aptos para la exportación y finalmente que su destino cuente con una demanda justificable. En la Figura 13 se presentan estos indicadores numerados por orden de importancia, teniendo presente que esta jerarquización se definió pensando solamente en los requerimientos de la certificación.

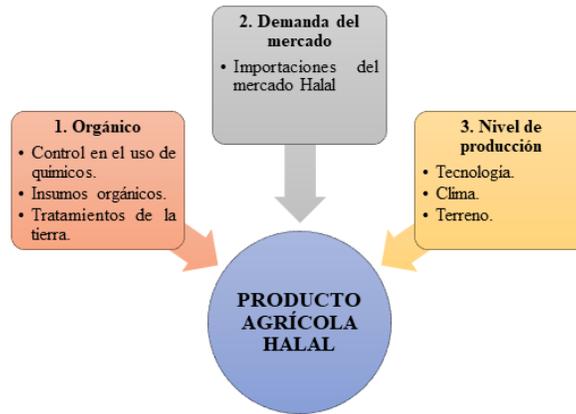


Figura 13. Indicadores que determinan si un producto puede ser Halal.  
Fuente: Elaboración propia.

En primer lugar, se define que el producto agrícola debe ser Orgánico, por tanto, es sumamente importante el control de uso de plaguicidas, fertilizantes, aditivos y sustancias que pueden afectar a toda la cadena de producción desde la tierra en donde se cultiva hasta la elaboración final del producto, así como también los insumos utilizados en el proceso.

En segundo lugar, se define la demanda del mercado Halal, pues conocer el porcentaje y estudiar el crecimiento del mercado determina la viabilidad, rentabilidad y sustentabilidad para futuras inversiones, de ahí que, garantizar el retorno de la inversión, que genera en este caso particular la obtención de la certificación, es un indicador importante ante la respuesta positiva o negativa de ofertar los productos. Por ello, conocer los productos agrícolas de mayor preferencia del mercado Halal permite identificar cuáles de los productos con los que cuenta la región pueden participar activamente en la demanda de ese mercado.

En tercer lugar, se define el nivel de producción agrícola de la región; este indicador se establece como último en importancia debido a que es un factor externo a la certificación y que puede ser manipulable dependiendo de la demanda del mercado, es decir, de requerirse mayores niveles de producción, la región cuenta con el terreno y las condiciones climáticas para satisfacerlo. Sin embargo, es conocido que, incrementar la producción requiere inversión en tecnología, tierra, materia prima y otros factores que pueden estar involucrados, no obstante, si se demuestra un retorno a dicha inversión entonces el esfuerzo es justificable. Por otra parte, para poder participar en las exportaciones de un país, se debe contar con los niveles de producción necesarios para la satisfacción de los mercados, pero estos factores que parecen incidir negativamente en el proceso de definir si un producto es apto o no para la certificación Halal, no pueden ser un determinantes para decidir no participar con ellos en un mercado que se ha mantenido creciente a través de los últimos años y que presenta una estimación de crecimiento alta, que garantiza la oportunidad de apertura económica y la incursión en nuevos destinos de exportación por todo el mundo, ofreciendo además fidelización de consumidores que se traducen en ganancias.

### c) *Procedimiento y requisitos para obtener un producto agrícola apto para la Certificación Halal*

El Ministerio de industria, comercio y turismo de España define la certificación Halal como un “documento emitido por la autoridad musulmana del país exportador en el que queda certificado que un determinado producto agroalimentario cumple los requisitos exigidos por la Ley Islámica para su consumo por la población musulmana” [60]. Con base en la definición anterior, se exponen, en este capítulo, los requisitos por parte de la empresa y del producto, así como el procedimiento a seguir para obtener la certificación Halal.

- ***Requisitos de la empresa y del producto para optar a la certificación***

En la Figura 14, se presentan los requisitos con que debe contar una empresa que quiere certificar como Halal alguno de sus productos, requisitos que están numerados en orden lógico de funcionamiento y por lo tanto de importancia [61]; es de resaltar que una empresa puede constituirse en su totalidad como Halal, sin embargo, ese es otro tema de estudio y está fuera del alcance de esta investigación.

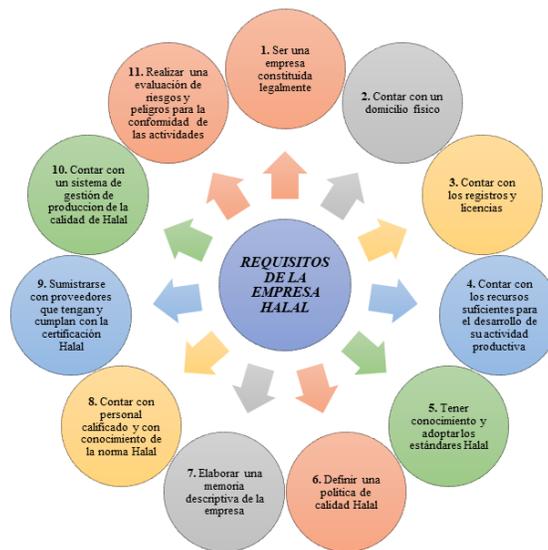


Figura 14. Requisitos de la empresa Halal.  
Fuente: [61].

A continuación, se describe brevemente cada uno de los requisitos:

Ser una empresa constituida legalmente, es el proceso a través del cual una persona o un grupo de personas registran su empresa ante el gobierno con el fin de cumplir con la ley.

Contar con un domicilio Físico, es el lugar donde se localiza al obligado tributario, ya sea persona natural o jurídica, de este modo será entendido como la vivienda que ocupa, así como también el distrito, ciudad, estado etc.

Contar con los registros y licencias, se refiere a todos aquellos permisos y trámites legales ante las autoridades de gobierno que confirman que la actividad económica se realiza de acuerdo a unos estándares mínimos de calidad y está registrada legalmente.

Contar con los recursos suficientes para su actividad productiva: contar con todos aquellos activos que tiene algún grado de liquidez como dinero en efectivo, créditos, depósitos, etc., que son indispensable para el funcionamiento de la empresa.

Tener conocimiento y adoptar los estándares Halal: la organización debe estar capacitada y conocer todo lo que implica la certificación Halal.

Definir una política de calidad Halal: puede definirse como el plan de acción de la empresa en términos de gestión de calidad, es decir define que debe hacer cada compañía, como, quienes son los encargados y con base a que objetivos, en este caso todo orientado a la certificación Halal.

Elaborar una memoria descriptiva de la empresa, actividad, productos, etc.: Es un documento donde se estable los datos más importantes de la empresa desde su razón social hasta las cuentas.

Contar con personal calificado y con conocimiento de la norma Halal: que todos los empleados tengan capacitación apropiada y tengan definido claramente la certificación Halal y todo lo que comprende.

Suministrarse con proveedores que tengan y cumplan con la certificación Halal: lo Halal está presente desde el inicio hasta el final de la producción dicho esto es sumamente importante que los proveedores también cuenten con la certificación en sus productos.

Contar con un sistema de gestión de producción de calidad de Halal: puede definirse como el plan de acción de la empresa en términos de gestión de producción de calidad, es decir define que debe hacer cada compañía, como, quienes son los encargados y que productos se desarrollaran, en este caso todo orientado a la certificación Halal.

Realizar una evaluación de riesgos y peligros para la conformidad de las actividades: esta evaluación busca identificar y eliminar los riesgos presentes, así como también la corrección y valoración de la urgencia al actuar.

Por otra parte, en la Figura 15, se presentan los requisitos con que debe contar un producto para poder optar por la certificación Halal. En términos generales para considerar un alimento Halal es necesario que éste se ajuste a: la normativa islámica que se recoge en el Corán, las tradiciones del Profeta Mahoma, y las enseñanzas de los juristas islámicos; esto implica que los alimentos son aptos para ser consumidos con una total seguridad. En relación al sector de la industria alimentaria, estas son algunas de las condiciones más importantes:

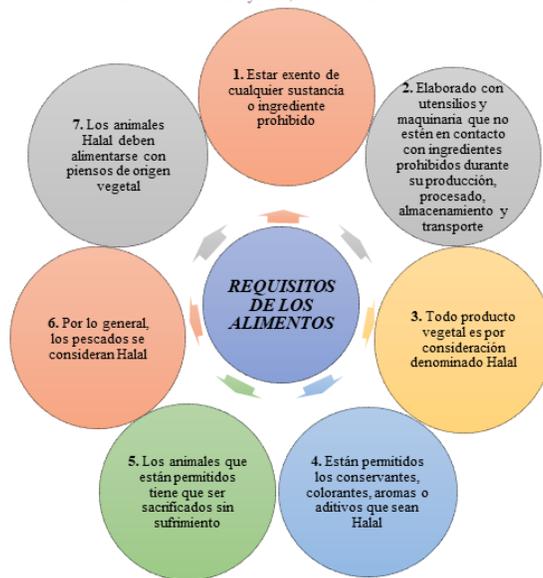


Figura 15. Requisitos de los alimentos Halal.  
Fuente: [62].

Por otra parte, para lograr internacionalizar los productos Halal se deben tener en cuenta algunos requisitos adicionales en cuanto al etiquetado, empaques y distribución de los alimentos; estos requisitos se muestran en la Figura 16.



Figura 16: Requisitos de etiquetado, empaque y distribución Halal.  
Fuente: [48].

- **Proceso para la certificación de un producto agrícola como Halal**

El procedimiento para la obtención de la certificación comprende el diligenciamiento del formulario de solicitud, la realización de auditorías en las empresas por parte de los encargados del instituto Halal, en donde se evalúa según el Ministerio de industria, comercio y turismo de España: Mediante la evaluación documental de los sistemas de calidad y de producción de las empresas y mediante la evaluación de ensayos de muestras tomadas en fábrica y de los productos finales. Al mismo tiempo, se evalúa el personal implicado en los diversos pasos de la producción como los matarifes, operarios de despiece, elaboración, distribución, etc [60].

Posteriormente, se emite un resultado favorable o desfavorable dependiendo de los resultados arrojados por la evaluación.

Sin embargo, el procedimiento descrito anteriormente no contempla las particularidades de cada producto, es decir, que no representa un proceso detallado en función del producto que se quiera certificar, sino que es más un conducto general que se debe seguir cuando ya se cuenta con un producto que tiene las condiciones de calidad establecidas por la certificación y que a su vez cuenta con las características propias de la cultura Halal. Es por ello, que se propone una metodología o procedimiento de los procesos y las condiciones que debe seguir un producto

agrícola antes de ser sometido a la solicitud de la certificación; este procedimiento se encuentra representado en la Figura 17 y acto seguido en la Figura 18 se presenta el proceso general de solicitud de la certificación con el propósito de obtener una respuesta favorable.

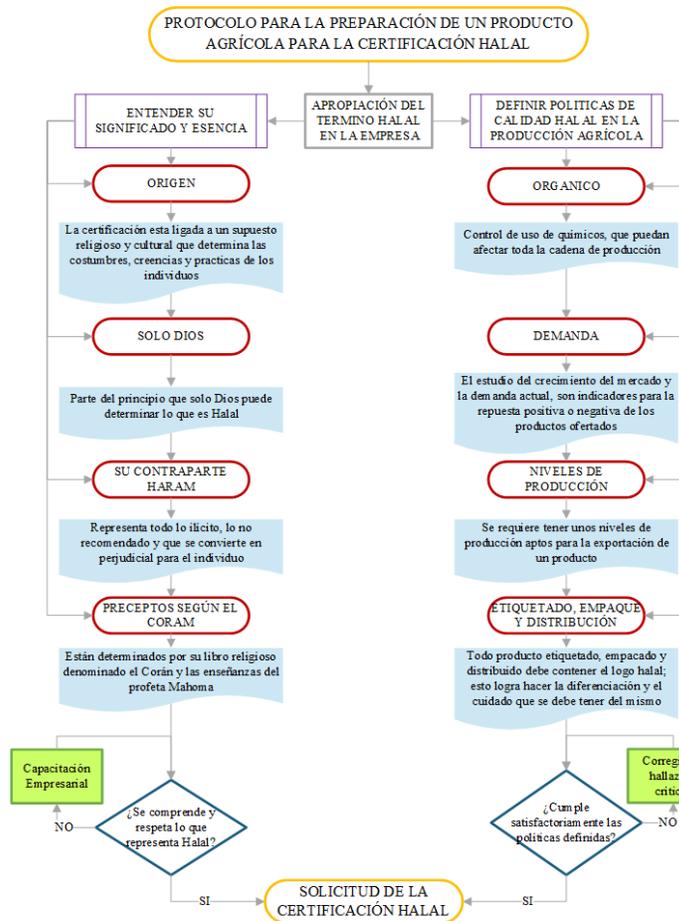


Figura 17: Procedimiento general para que un producto agrícola pueda optar por la certificación Halal. Fuente: Elaboración propia.

Para el procedimiento descrito en la Figura 18, se realiza, a continuación, una descripción detallada sobre el proceso y las condiciones generales de certificación Halal; es importante conocer que la Junta Islámica, a través de la Comisión de Trabajo Instituto Halal (en adelante IH), crea la entidad mercantil denominada Estándar Global de Certificación Halal, S.L. (en adelante EGCH, S.L.) y la autoriza para la gestión y comercialización en exclusiva del uso de la Marca de Garantía Halal de Junta Islámica (en adelante MGHJI). Para el correcto desarrollo de la aplicación de la MGHJI, todas las acciones referidas a la certificación Halal y al uso de la MGHJI, estarán gobernadas por el documento principal denominado “Reglamento de uso de la MGHJI”.

Inicialmente se encuentra la solicitud para obtener la certificación de un producto Halal, cualquier persona física o jurídica que lo desee (en adelante el solicitante), podrá ponerse en contacto con EGCH, S.L. y comunicar su interés por obtener la certificación Halal. El solicitante facilitará a EGCH, S.L. toda la documentación requerida por ésta, y cumplimentará adecuadamente el cuestionario que EGCH, S.L. le suministre, para así poder estudiar e identificar correctamente la actividad, viabilidad y necesidades de la Certificación del cliente. Una vez recibida la documentación, EGCH, S.L. facilitará un presupuesto a la empresa, quien deberá devolverlo debidamente firmado y sellado como aceptación del mismo. Una vez aceptado el presupuesto, EGCH, S.L. facilitará a la empresa la documentación necesaria para iniciar el proceso de certificación, la cual deberá el solicitante entregar a EGCH, S.L., cumplimentada, firmada y sellada correctamente. Cuando se haya recibido toda la documentación, y el dictamen del análisis de la misma haya sido favorable, EGCH, S.L. enviará comunicación formal al solicitante, confirmando la recepción del conjunto de la documentación y la idoneidad de la misma, y, por tanto, es posible avanzar a la siguiente etapa de la certificación Halal.

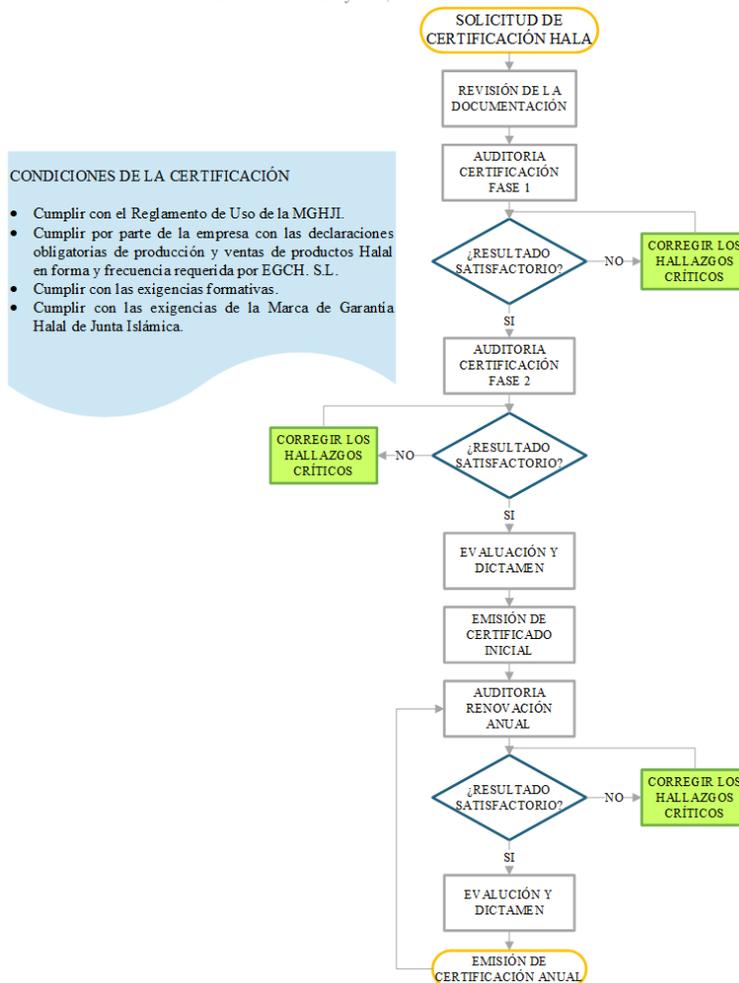


Figura 18: Procedimiento general de solicitud de la certificación Halal. Fuente: [63].

El siguiente procedimiento concierne a las auditorías, estas se establecen en tres momentos diferentes: Auditoría Inicial, Auditoría de Seguimiento/Renovación y Auditoría Extraordinaria. La EGCH, S.L., no realiza ningún tipo de asesoramiento, ni comercial ni de certificación, por lo que se procede a fijar la auditoría inicial. En esta Auditoría Inicial, EGCH, S.L. realizará una auditoría inicial Fase 1 que consistente en una evaluación inicial, con el fin de constatar la adecuación de la empresa para acometer el proceso de certificación, que los datos aportados por la empresa coinciden con la realidad y que no existe ningún factor que impida llevar a cabo la certificación, y una auditoría inicial Fase 2, en donde el objeto de la auditoría consistirá en la constatación de las evidencias de cumplimiento con los requisitos de la producción Halal, así como en la posible detección de aspectos de no conformidad.

En ambos casos se enviará un programa de auditoría en el cual se detallará como mínimo las fechas de realización, el equipo auditor designado, el lugar o lugares donde se llevará a cabo la auditoría, los productos motivo de la certificación y la normativa de referencia. Durante la auditoría inicial, los auditores comprobarán que tanto la industria, como los productos y/o servicios objetos de Certificación, cumplen con el Reglamento de Uso de la MGHJI. El equipo auditor, si lo considera necesario, recogerá muestras de todos los productos objeto de Certificación para analizar y verificar que no contienen carne de porcino ni alcohol o cualquiera de sus derivados, bien procesado de forma natural o de forma química. Estas muestras quedaran identificadas durante la auditoría y EGCH, S.L., decidirá el laboratorio de destino. El importe de las analíticas correrá a cargo de la empresa solicitante de la Certificación.

El equipo auditor dejará por escrito en la auditoría, las posibles desviaciones detectadas en el proceso de fabricación y/o prestación de productos o servicios Halal. Asimismo, el auditor elaborará en un plazo de 10 días desde la realización de la auditoría, un informe de la misma, donde quedará claramente reflejado el proceso seguido en su realización, los productos o servicios auditados y las posibles desviaciones detectadas. Estas desviaciones o No Conformidades (en adelante NC), se pueden presentar de dos tipos: Menores y Mayores. En el caso de NC Menores la empresa deberá enviar al auditor una Propuesta de Acciones Correctivas para solucionar las NC detectadas en el plazo máximo de 1 mes, indicando el plazo de ejecución del plan; para las NC Mayores, la empresa deberá además enviar evidencias del cierre de las mismas antes de 90 días, siempre que el equipo auditor no fije un plazo inferior debido a la naturaleza de la NC Mayor detectada, en ese caso, dicho plazo quedará claramente reflejado en el informe de la auditoría. Estos plazos no son aplicables cuando existe un límite inferior más estricto, por ejemplo, en el caso de tener que evaluar y tomar una decisión sobre el expediente antes de expirar la fecha de validez del certificado.

En el caso de NC Mayores el auditor jefe podrá requerir la realización de una auditoría extraordinaria de verificación para confirmar el cierre de la NC. El cierre de NC Mayores y la respuesta a las NC Menores y su aceptación por el auditor jefe, son requisitos para la emisión o renovación del certificado. Para solucionar las NC la empresa deberá aportar todos aquellos documentos y evidencias que considere necesarias

para justificar que se han solucionado las causas de la NC. Una vez recibidas las acciones correctoras por parte de la empresa, el auditor jefe procederá a aceptarlas en el caso que las considere adecuadas, o podrá solicitar documentación adicional a la empresa para evidenciar que se soluciona la causa de la NC. Si las acciones correctoras presentadas en segunda instancia, no permite solucionar la causa de la desviación, EGCH, S.L., podrá decidir sobre la conveniencia o no de una auditoría extraordinaria.

El hecho de no enviar un Plan de Acciones Correctoras o de no realizar las acciones correctoras para corregir las NC encontradas indicadas por EGCH, S.L., se entenderá como que el cliente desestima continuar con el proceso de certificación, no eximiéndole por ello de las obligaciones económicas acordadas en esta oferta. Las Auditorías de Renovación y complementarias estarán sujetas al mismo procedimiento que la Auditoría Inicial, pero en este caso solo se realizará una fase de auditoría, la correspondiente a la Fase 2. Auditorías Extraordinarias: EGCH S.L. se reserva la posibilidad de realizar auditorías de seguimiento o análisis de control cuando lo estime necesario, con el objeto de velar por el correcto uso de la Certificación. Las Auditorías Extraordinarias se podrán realizar sin previo aviso, para la vigilancia del correcto cumplimiento de los requisitos del Reglamento de Uso de la MGHJI o cuando exista una sospecha de incumplimientos por parte de la organización certificada.

Finalizando las auditorías, inicia el proceso de concesión del certificado de producto. En este proceso, cuando el equipo auditor dé por cerrada la auditoría y se compruebe que los resultados analíticos, cumplen con lo establecido en el Reglamento de Uso de la MGHJI, EGCH S.L., emitirá el Certificado de Producto y/o Servicio a la empresa solicitante. La responsabilidad de concesión del Certificado será siempre de EGCH S.L., y en ningún caso del equipo auditor. 4.3.- Una vez aprobado y emitido el "Certificado de producto y/o Servicio", la empresa recibirá un documento de Concesión de Uso de Certificado del Producto y/o Servicio y de la MGHJI, que remitirá firmado comprometiéndose a la correcta utilización tanto del Certificado como de la aplicación de la MGHJI. Este uso adecuado viene recogido y regulado en la Guía de Uso de la MGHJI.

El uso y aplicación del Certificado y de la MGHJI está limitado al uso y promoción de la empresa solicitante, no pudiendo en ningún caso cederla a terceros. La validez de la Concesión de Uso de la MGHJI y el Certificado que lo acredita, tiene una duración de 1 año, siempre y cuando EGCH S.L., no establezca lo contrario. La concesión del uso de la MGHJI y del Certificado, no exime a la empresa certificada del cumplimiento de las obligaciones legales existentes en el marco jurídico en el que opere. La responsabilidad del buen uso de la MGHJI y del Certificado recae exclusivamente sobre la empresa que recibe la concesión. La empresa asume la obligación de declarar en la forma y frecuencia requerida por EGCH, S.L., toda la producción y venta de producto Halal, tomando EGCH, S.L., las medidas oportunas si no se cumpliera con esta obligación.

Finalmente, se realiza un seguimiento del certificado de producto y concesión de uso de la MGHJI. Si el cliente desea renovar el certificado, deberá completarse el proceso de renovación (antes del vencimiento del certificado vigente). EGCH, S.L., realizará visitas periódicas de seguimiento según lo establecido en el Reglamento de uso de la MGHJI. EGCH, S.L., se compromete a comunicar a las empresas cualquier modificación del Reglamento de Uso de la MGHJI o cualquier otro requisito que sufra modificaciones a lo largo de la vida del contrato de certificación. Forman parte importante del proceso de control y seguimiento de la certificación Halal y del uso de la MGHJI, el cumplimiento con las declaraciones de producción y comercialización. El incumplimiento de este requerimiento en la forma y frecuencia en la que EGCH, S.L., lo establezca, podrá generar NC y como consecuencia inmediata la suspensión de la Certificación Halal por la MGHJI.

#### ***d) La Certificación Halal como estrategia de internacionalización de productos agrícolas de Norte de Santander***

Poseer certificación Halal en los países del Consejo de Cooperación del Golfo (CCG) no es sólo una ventaja de diferenciación, es un requisito establecido por el gobierno. En ese aspecto se ha dado un gran paso al establecer y definir un procedimiento claro sobre cómo llevar un producto agrícola de la región a la obtención de la certificación, por lo que todas las empresas nacionales que estén habilitadas para exportar podrán hacerlo también en aquellos países que tengan población musulmana. Si bien la producción de alimentos Halal puede verse como un hito de sacrificio y producción de alimentos, el concepto de alimentación Halal va más allá, con respecto a calidad, conservación de los alimentos, insumos, higiene, etc.; es por ello que los productores e industriales deben ofrecer productos confiables que asegure calidad, sabores que gusten al consumidor y sin olvidar la trazabilidad.

En palabras de [64]: Queda un largo camino por recorrer para las empresas deseosas de entrar a un mercado en pleno desarrollo. Uno de los principales factores que se debe considerar es entender una nueva cultura y ofrecer productos con un sello que garantiza el estado del producto como Halal, pues actualmente muchos consumidores musulmanes analizan la posibilidad de obtener cosméticos, productos farmacéuticos y alimentos no cárnicos Halal; lo cual se traduce en un enorme mercado potencial que está aún en gran parte inexplorado. Finalmente se presenta en la Tabla 13, un análisis DOFA, en donde se establecen las razones por las cuales se considera, en esta investigación, que la certificación Halal contribuye de forma plena al posicionamiento de productos en el mercado, valor agregado, ingreso a mercados antes no explorados, al mejoramiento de la calidad y a la adaptación a nuevas tendencias, entre otras; lo cual hacen de esta certificación una estrategia viable de internacionalización.

Tabla 13: Análisis DOFA de la certificación Halal como estrategia de internacionalización de productos agrícolas de Norte de Santander

ESTRATEGIA		FACTORES INTERNOS	
		Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ingreso al mercado musulmán.</li> <li>✓ Adaptación a tendencias de consumo.</li> <li>✓ Aumento en la competitividad de la región.</li> <li>✓ Producción de alta calidad y competitiva en otros mercados.</li> <li>✓ Producción certificada ante competidores.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Norte de Santander se caracteriza por la producción agrícola.</li> <li>• Sus características geográficas y climáticas le permiten producir casi cualquier tipo de producto agrícola.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de conocimiento de la existencia del mercado Halal en la región.</li> <li>• Falta entender al consumidor musulmán, no basta con certificarse Halal.</li> </ul>
<b>F A C T O R E S  E X T E R N O S</b>	<b>Oportunidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprovechar los productos que ya tienen experiencia exportando, generando un valor agregado con la certificación Halal para que puedan adaptarse a otros mercados.</li> <li>• Norte de Santander ya cuenta con experiencia en la producción agrícola, la cual puede ser utilizada para proponer productos novedosos que logren competir en el mercado musulmán.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar estudios de mercado que sean publicados en revistas para mostrar la importancia y el alcance de la certificación para que las empresas logren interesarse.</li> <li>• Desarrollar productos con múltiples certificaciones (orgánica, gluten free, Halal, etc.)</li> <li>• Asociarse con un organismo de certificación confiable.</li> </ul>
	<b>Amenazas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mejorar los niveles de producción para proponer precios más competitivos.</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competidores con alta experiencia en el sector alimenticio Halal.</li> </ul>		

Fuente: Elaboración propia con la estructura adaptada de [65], [66].

Para el análisis de esta herramienta se utilizó la información analizada a través de la investigación, donde se pudo identificar las características de la producción agrícola, así como también el comportamiento del mercado musulmán y a partir de estos factores se establecieron algunas estrategias y por tanto unas recomendaciones para el logro de estas.

Las estrategias planteadas se establecieron tomando en cuenta las oportunidades, fortalezas, amenazas y debilidades identificadas; por lo tanto, se propone como primera estrategia, aprovechar los productos que ya tienen experiencia exportando con la finalidad de generar un valor agregado al certificarlos como Halal y de esta forma hacerlos aptos para otros mercados. El componente de experiencia en las exportaciones permite agilizar los procesos e implica una calidad en los productos que puede evitar esfuerzos en la implementación del protocolo de preparación para la certificación.

Otra estrategia propuesta es aprovechar la experiencia que tiene la región de Norte de Santander en la producción agrícola, lo cual le permite generar productos novedosos a partir de la producción actual e incluso arriesgarse con nuevos cultivos; esto con la finalidad de mejorar la competitividad con otros productos que ya se encuentren en el mercado musulmán.

Un factor importante en cualquier escenario empresarial, es la investigación, por lo cual se propone como estrategia el desarrollo de estudios de mercado que sean publicados en revistas y que reflejen la importancia de la certificación, así como su alcance, para que las empresas logren interesarse y mejoren en todos sus procesos, es decir, ingresen y se sometan voluntariamente a una mejora continua y certificada con grandes oportunidades en mercados internacionales.

Finalmente, implementar un proceso de calidad como lo exige la certificación Halal lleva inevitablemente otros beneficios asociados que se logran de forma indirecta como lo es obtener mejores precios de mercado, ofrecer mejores e innovadores productos, alcanzar diferentes certificaciones (orgánica, gluten free, Halal etc.) con las cuales acceden a diferentes mercados logrando incluso asociaciones con organismo de certificación confiables.

## V. CONCLUSIONS

Se encontró que la cultura es el determinante fundamental de los deseos y del comportamiento de las personas, es por ello que juega un papel esencial a la hora de conocer y entender las tendencias de consumo; tendencias que se acentúan con mayor fuerza en la población musulmana por el alto nivel de reverencia hacia su religión, lo cual permite que el termino Halal sea aplicable a todas las esferas de la sociedad como son la política, la economía, los negocios, el consumo, el sistema financiero, la familia, etc. Es por ello que surge una gran oportunidad para satisfacer necesidades conforme lo indica la ley Islámica en todos sus compendios, es decir, tanto los productos como los servicios que se ofrecen en el mundo islámico deben ser permitidos y certificados, para poder ser comercializados.

Según los datos analizados durante el proyecto, se encontró que la población musulmana está en constante y acelerado crecimiento a nivel mundial y que estará distribuida en los centros más importantes de consumo de los cinco continentes; es aquí donde nace la potencialidad de abastecer a este mercado con productos y servicios, lo que representa una oportunidad de exportación, no solamente para la región de Norte de Santander, sino para todo el país. Es importante señalar que la certificación está al alcance de cualquier empresa, siempre que esta cumpla con las normas de calidad requeridas por los organismos reguladores musulmanes; normas que son una representación de excelencia, competitividad, alta calidad y rentabilidad, que de lograrse permiten posicionarse en un mercado de alto crecimiento.

Para lograr captar la potencialidad del mercado islámico, es completamente necesario contar con el conocimiento adecuado del mismo, no solo a nivel global si no a nivel particular considerando que cada país tiene sus rasgos culturales distintivos y sus organismos reguladores específicos; de esta forma cualquier bien o servicio nacional puede significar un éxito en el mercado internacional Halal.

Se observó que Norte de Santander es una región con un alto porcentaje de producción agrícola y que además posee las condiciones climáticas y de terreno que le permiten tener una gran variedad de productos, lo cual representa una oportunidad de ofertar en el mercado Halal, no solamente aquellos productos que cuentan con un alto índice de producción o que tengan experiencia exportadora, sino que pueden aprovecharse las bondades para certificar cualquier clase de producto que se requiera o se demande por la población musulmana.

En cuanto a los productos agrícolas de Norte de Santander que ya cuentan con experiencia exportadora y que cuentan con altos índices de productividad, pueden, con la certificación Halal, generar un valor agregado a sus productos y posicionarse en mercados donde es necesario contar con sellos de garantía que generen confianza en los consumidores, y que en algunos países es exigida por los niveles de calidad que representa, para así, poder comercializar dichos productos en esas regiones, en este caso todos aquellos lugares en donde la religión musulmana es representativa.

La empresa debe, además de contar con un conocimiento claro de lo que significa la norma Halal, definir políticas de calidad que orienten todo lo que la adopción de la certificación Halal implica, esto es, desde su producción hasta la distribución de sus productos, igualmente debe tener una visión y unos procesos claros que apunten hacia el mercado al que se quiere llegar y la forma en cómo se pretende alcanzarlo.

Para que un producto agrícola sea considerado Halal debe contar con cuatro factores imprescindibles: ser orgánico en todo su proceso de producción, contar con una alta demanda, es decir, que exista el consumo de dicho alimento por parte de la población musulmana, tener unos niveles de producción aptos para exportación, y finalmente, debe tener estricto cuidado en el etiquetado, empaquetado y distribución de los alimentos pues estos deben contener el sello Halal y no pueden ser mezclados con otros alimentos que sean Haram pues contaminarían todo el proceso.

Se logró definir un procedimiento específico para describir el detalle de los procesos y requisitos con que debe contar un producto agrícola y la empresa que lo produce, para optar por la certificación Halal. Este procedimiento permea al propuesto de forma generalizada por el Instituto Halal en su documentación oficial, por tanto, el aporte en esta investigación se acotó hacia la producción agrícola, la cual se definió correctamente.

Finalmente, como herramienta de evaluación se utilizó el análisis DOFA, en donde se establecieron algunas estrategias para la internacionalización de los productos agrícolas de Norte de Santander, que implica entre ellos, el ingreso al mercado musulmán, la adaptación a las tendencias de consumo, el aumento de la competitividad en la región, el ofrecer productos de alta calidad y sofisticados para poder competir en otros mercados, y proponer productos con certificación como estrategia ante competidores.

## VI. RECOMENDACIONES

Se recomienda continuar con la investigación de este tipo de certificaciones, pues quedó demostrado en los resultados presentados, el alcance e importancia que tiene la certificación Halal a nivel mundial; por tanto, se espera la implementación de la misma.

Se recomienda que se capacite a los empresarios y se dé a conocer la importancia de las certificaciones internacionales pues éstas generan buenas prácticas en los cultivos y por lo tanto una mejora continua en la calidad de los productos, calidad que es vista y valoradas en los mercados internacionales.

Se recomienda desarrollar convenios con el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) que permitan promover los cultivos orgánicos independientemente si se logra la certificación Halal o no, pues de esta forma se generan cultivos de calidad y se desarrollan buenas prácticas en los mismos.

Se recomienda a las instituciones de educación superior promover proyectos de investigación cuyo desarrollo genere conocimiento que sea útil para las empresas de la región en términos de competitividad, esto es, que les permita ver la importancia de mejorar como empresa y el potencial que tiene para lograr posicionarse en nuevos mercados que incluso pueden llegar hacer de talla internacional. Así mismo, buscar alianzas estratégicas con empresas donde puedan implementarse el desarrollo de los proyectos de investigación, adelantados en el programa.

## VII. REFERENCIAS

- [1] MinAgricultura, “Estadísticas Agrícolas: área, producción, rendimiento y participación,” agronet, 2018. [Online]. Available: <http://www.agronet.gov.co/estadistica/Paginas/default.aspx..>
- [2] Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, “Evaluaciones Agropecuarias Municipales,” 2018.
- [3] R. Narasimhan, M. V. Ravi Kumar, and M. K. Sridhar, “Organizational Transformation of Internationalizing Hi-Tech SMEs in India: A Case-Based Analysis,” Springer, Singapore, 2019, pp. 379–400.
- [4] M. C. Stoian, P. Dimitratos, and E. Plakoyiannaki, “SME internationalization beyond exporting: A knowledge-based perspective across managers and advisers,” *J. World Bus.*, vol. 53, no. 5, pp. 768–779, Nov. 2018.
- [5] P. Arora and P. De, “Environmental sustainability practices and exports: The interplay of strategy and institutions in Latin America,” *J. World Bus.*, vol. 55, no. 4, p. 101094, Jun. 2020.
- [6] R. Raats and P. Krakauer, “International entrepreneurial orientation: Exploring the Brazilian context,” *Entrep. Bus. Econ. Rev.*, vol. 8, no. 1, pp. 51–69, Mar. 2020.
- [7] A. Chepte, C. Emlinger, and K. Latouche, “Exporting firms and retail internationalization: Evidence from France,” *J. Econ. Manag. Strateg.*, vol. 28, no. 3, pp. 561–582, Sep. 2019.

- [8] S. L. Ramirez-Ceballos, "Conocimiento y aplicación de las certificaciones internacionales por las empresas del altiplano del oriente antioqueño," *Sci. Hum. Action*, vol. 1, no. 2, pp. 300–322, 2016.
- [9] A. Y. López Cárdenas, Y. C. Velandia Paredes, and M. S. González Verjel, "Propuesta para aumentar la competitividad de los productores de Uchuva de Norte de Santander mediante la diversificación de su oferta exportable," *Aibi Rev. Investig. Adm. e Ing.*, pp. 41–51, Jul. 2018.
- [10] J. C. C. Rodríguez, "Perfil tecnológico del comercio rural del cacao en el departamento Norte de Santander," *Aibi Rev. Investig. Adm. e Ing.*, pp. 37–46, Jul. 2015.
- [11] J. Sánchez and C. Neda, "Mercado de productos agrícolas ecológicos en Colombia," *suma negocios*, vol. 8, no. 2, pp. 156–163, 2017.
- [12] A. N. Ahmad, R. Abdul-Rahman, M. Othman, and U. F. Ungku-Zainal-Abidin, "Critical success factors affecting the implementation of halal food management systems: Perspective of halal executives, consultants and auditors," *Food Control*, vol. 74, pp. 70–78, Apr. 2017.
- [13] M. S. Ab-Talib, "Motivations and benefits of halal food safety certification," *J. Islam. Mark.*, vol. 8, no. 4, pp. 605–624, 2017.
- [14] B. Othman, S. M. Shaarani, and A. Bahron, "The Potential of ASEAN in Halal Certification Implementation," *Pertanika J. Soc. Sci. Humanit.*, vol. 24, no. 1, pp. 1–24, 2016.
- [15] F. N. Dubé, H. Yang, and L. Huang, "Halal certification system as a key determinant of firm internationalisation in the philippines and malaysia," *Asian Acad. Manag. J.*, vol. 21, no. 1, pp. 73–88, 2016.
- [16] M. S. Ab-Talib, S. S. Md. Sawari, A. B. Abdul-Hamid, and T. Ai-Chin, "Emerging Halal Food Market: An Institutional Theory of Halal Certificate Implementation," *Manag. Res. Rev.*, vol. 39, no. 9, pp. 987–997, 2016.
- [17] N. Noordin, N. L. M. Noor, and Z. Samicho, "Strategic Approach to Halal Certification System: An Ecosystem Perspective," *Procedia - Soc. Behav. Sci.*, vol. 121, pp. 79–95, Mar. 2014.
- [18] M. Santos-Miranda, "Las oportunidades que la economía halal ofrece a México," *Forbes, México*, 2017.
- [19] G. E. Quezada-Dias, "Documentos de soporte y acompañamiento que debe presentar junto a la declaración aduanera la empresa Cafeza S.A al exportador cafe," Universidad Tecnica de Machala, 2016.
- [20] R. E. Quiñones-Navarro, *Mercadotecnia internacional. Red Tercer Milenio*, 2012.
- [21] E. Rossano, "Los determinantes del resultado exportador: Un análisis comparativo entre empresas españolas e italianas," Universidad Autónoma de Barcelona, 2001.
- [22] C. W. Lamb, J. Hair Jr., and C. McDaniel, *Marketing*, 11th ed. CENGAGE Learning, 2011.
- [23] F. Lozano, S. Monsalve, and E. Villa, "El modelo Arrow - Debreu es un modelo estático," *Cuad. Econ.*, vol. 16, no. 26, pp. 21–46, Jan. 1997.
- [24] C. C. Vargas-Cruz, "Guía metodológica para el desarrollo de planes de negocio referentes a proyectos productivos del sector agrícola en el proyecto Utopía de la Universidad de La Salle," Universidad De La Salle, 2016.
- [25] M. Santos-Miranda and H. Rubio-Canales, *Las oportunidades que la economía halal ofrece a la empresa española*. 2017.
- [26] D. O. Villarreal-Larrinaga, "La estrategia de internacionalización de la empresa. Un estudio de caso de multinacionales vascas," Universidad del país Vasco, 2006.
- [27] K. J. Hostos-Pradilla and G. L. Salgado-Sanchez, "Proceso de internacionalización: Grupo Bimbo," Universidad del Rosario, 2012.
- [28] Y. Pedrero-Carrasco, "La estrategia de internacionalización: análisis comparativo de los mecanismos de entrada en mercados exteriores de seis empresas que operan en diferentes sectores de la economía," Universidad de Barcelona, 2014.
- [29] M. E. Porter, *La ventaja competitiva de las naciones*, vol. 1025. Vergara Buenos Aires, 1991.
- [30] C. E. Méndez-Álvarez, *Metodología: Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales.*, 4ta. Edici. Editorial Limusa, 2006.
- [31] P. Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C., Baptista-Lucio, *Metodología de la investigación*, 6a Edición. México: Mc Graw Hill, 2014.
- [32] H. Instituto Halal, "Instituto Halal," 2018. [Online]. Available: <http://www.institutohalal.com/por-que-halal/>.
- [33] K. Smith, "The Origins Of Halal Certification Schemes," *The Picketing Post*, 25-Oct-2014.
- [34] Centro de Comercio Internacional, *La globalización de lo halal: de nicho de mercado a mercado general*. 2015.
- [35] G. Aravena, "Investigación sobre el Mercado Halal," *Gestiopolis*, 2017. [Online]. Available: <https://www.gestiopolis.com/investigacion-mercado-halal/>.
- [36] T. Reuters and D. Standard, "State of the global Islamic economy report 2018/19," Retrieved from Haladinar website <https://haladinar.io/hdn/doc/report2018.pdf>, 2018.
- [37] R. Thomson and D. Standard, "State of the global islamic economy report 2016/17," 2017.
- [38] Pew Research Center, "Muslims in Europe are much younger than non-Muslims," 2017. [Online]. Available: [http://www.pewforum.org/2017/11/29/europes-growing-muslim-population/pf\\_11-29-17\\_muslims-update-18/](http://www.pewforum.org/2017/11/29/europes-growing-muslim-population/pf_11-29-17_muslims-update-18/).
- [39] M. Santos-Miranda, "El imparable ascenso de la economía 'halal,'" *esglobal*, 2017. [Online]. Available: <https://www.esglobal.org/imparable-ascenso-la-economia-halal/>.
- [40] Thomson Reuters, "Annual Report 2017," 2018.
- [41] Fondo Monetario Internacional, "FMI -- Página inicial del Fondo Monetario Internacional (FMI)," 2018. [Online]. Available: <http://www.imf.org/external/spanish/index.htm>.
- [42] R. Thomson and D. Standard, "State of Islamic Economy Report 2013," 2014.
- [43] T. Reuters and D. Standard, "State of the global islamic economy report 2014/15," 2015.
- [44] R. Thomson and D. Standard, "State of the global islamic economy report 2015/16," 2016.
- [45] R. Thomson and D. Standard, "State of the global islamic economy report 2017/18," 2018.
- [46] Halal Colombia, "Halal Certification Services Colombia - Halal ColombiaAboutUsHalal Certification Services Colombia - Halal Colombia," 2018. [Online]. Available: <http://www.halalcol.com/halalcol/aboutus.html>.
- [47] D. Awad, "Certificación Halal," 2014.
- [48] D. Awad, "Certificación Halal Lima-Perú," Perú, 2015.
- [49] J. Nassir, H. Ottot, and M. Farhan, "Halal; Organic; and Preservative: Marketing Concept for Bread Industry," *Proc. Annu. Paris Bus. Soc. Sci. Res. Conf.*, pp. 978–979, 2013.
- [50] I. Korn, "ALIMENTOS HALAL: Religión, Salud y Nutrición," Seda, 2015. [Online]. Available: <https://evaristocultural.com.ar/2015/08/19/alimentos-halal-religion-salud-y-nutricion/>.
- [51] V. Mondragón, "Lo que necesita saber sobre la certificación Halal," *Diario del exportador*, 2017. [Online]. Available: <https://www.diariodelexportador.com/2017/02/lo-que-necesita-saber-sobre-la.html>.

- [52] Asociación Islámica del Perú, “Halal,” 2014.
- [53] Emprendedores, “Certificación halal: una vía de acceso a consumidores musulmanes - Crea tu empresa - Emprendedores - Webs,” Emprendedores, 2017. [Online]. Available: <http://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/certificado-halal-marketing-consumidores-musulmanes>.
- [54] C. Infante-Méndez, O. Mena-Calderón, and G. Bustos-Morales, “Reportes del CEMOAN: El certificado Halal como factor identitario,” Costa Rica, 2016.
- [55] MinAgricultura, “Plan frutícola nacional: Desarrollo de la fruticultura en el Norte de Santander,” 2006.
- [56] MinAgricultura, “Evaluaciones agropecuarias municipales,” 2017.
- [57] Datacucuta, “Observatorio Económico de la Cámara de Comercio de Cúcuta,” 2018. [Online]. Available: <http://www.datacucuta.com/>.
- [58] I. Lozano-Espitia and J. C. Restrepo-Salazar, “El papel de la infraestructura rural en el desarrollo agrícola en Colombia,” Coyunt. Económica, vol. 46, no. 1, pp. 107–147, 2016.
- [59] Datacucuta, “6 meses de la crisis con Venezuela,” 2016.
- [60] ICEX - España Exportación e Inversiones, “Certificado Halal,” Gobierno de España, Ministerio de industria, comercio y turismo, 2016. [Online]. Available: <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/tramites-y-gestiones/documentos-certificados-especificos/agroalimentarios/otros-documentos/EST2014310304.html>.
- [61] M. Escudero-Urbe, “La Certificación Halal: Una herramienta de acceso a los mercados musulmanes para las empresas catalanas,” Barcelona, 2018.
- [62] H. Escudero-Urbe, “Halal, un concepto global,” Aldaba, pp. 89–97, 2017.
- [63] Instituto Halal, “Estándar Global de Certificación Halal S.L. - Condiciones Generales de Certificación Halal,” 2017.
- [64] S. Gay-Challiol, “Oportunidades de mercados en expansión ¿Cómo certificar?,” For Export, 2016. [Online]. Available: <http://revistaforexport.com/oportunidades-mercados-expansion-certificar/>.
- [65] ProChile, “Tendencias del Mercado: Alimentos con Certificación HALAL en Emiratos Árabes Unidos,” 2014.
- [66] ProChile, “Tendencias del Mercado: Alimentos HALAL,” 2015.