



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS – MBA**

**Actitudes y Percepciones Sobre el Consumo del Jamón  
Serrano Artesanal en los Restaurantes de la Ciudad de  
Huamachuco, 2020.**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:  
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

**AUTOR:**

**Cisneros Avila, Norberto (ORCID: 0000-0001-6281-4729)**

**ASESOR:**

**Dr. Márquez Yauri, Heyner Yuliano (ORCID: 0000-0002-1825-9542)**

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

**Gerencias Funcionales**

**Trujillo – Perú**

**2020**

## **DEDICATORIA**

A mis dos grandes pilares de mi vida: mi madre Mashito y hermana María Magdalena.

## **AGRADECIMIENTO**

Toda investigación que llega a su fin viene respaldada por grandes personas y por grandes instituciones. A todas ellas deseo dirigir mi agradecimiento porque han sido imprescindible en la realización de esta tesis.

Mi especial agradecimiento a los 3 asesores que impartieron con sabiduría sus conocimientos en la mejora continua y la culminación de la presente investigación.

Quiero dedicar un especial agradecimiento a los dueños y/o administradores de los 10 establecimientos por compartirme sus experiencias y vivencias en cada entrevista realizada.

## INDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA	
DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
<b>INDICE DE CONTENIDOS</b> .....	<b>iv</b>
ÍNDICE DE TABLAS .....	v
ÍNDICE DE FIGURAS .....	vi
RESUMEN .....	vii
ABSTRACT.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO .....	5
III. METODOLOGÍA.....	13
IV. RESULTADOS .....	18
V. DISCUSIÓN .....	27
VI. CONCLUSIONES.....	28
VII. RECOMENDACIONES .....	29
REFERENCIAS .....	30
ANEXOS.....	34

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b>	Recolección de datos.....	16
<b>Tabla 2</b>	Respuestas a la pregunta N° 03 realizadas a los dueños y/o administradores de los restaurantes de la ciudad de Huamachuco, 2020.....	18
<b>Tabla 3</b>	Respuestas a la pregunta N° 10, realizadas a los dueños y/o administradores de los restaurantes de la ciudad de Huamachuco, 2020.....	19
<b>Tabla 4</b>	Respuestas a la pregunta N° 08, realizadas a los dueños y/o administradores de los restaurantes de la ciudad de Huamachuco, 2020.....	20
<b>Tabla 5</b>	Respuestas a la pregunta N° 08, realizadas a los dueños y/o administradores de los restaurantes de la ciudad de Huamachuco, 2020.....	21
<b>Tabla 6</b>	Respuestas a la pregunta N° 09, realizadas a los dueños y/o administradores de los restaurantes de la ciudad de Huamachuco, 2020.....	22
<b>Tabla 7</b>	Respuestas a la pregunta N° 04 realizadas a los dueños y/o administradores de los restaurantes de la ciudad de Huamachuco, 2020.....	23
<b>Tabla 8</b>	Respuestas a la pregunta N° 10, realizadas a los dueños y/o administradores de los restaurantes de la ciudad de Huamachuco, 2020.....	24
<b>Tabla 9</b>	Respuestas a la pregunta N° 05, realizadas a los dueños y/o administradores de los restaurantes de la ciudad de Huamachuco, 2020.....	25
<b>Tabla 10</b>	Respuestas a la pregunta N° 06, realizadas a los dueños y/o administradores de los restaurantes de la ciudad de Huamachuco, 2020.....	26

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Fases de la producción del jamón serrano artesanal.....	10
<b>Figura 2</b> Formulario de Google.....	38
<b>Figura 3</b> Producción mundial de carne de cerdo - (FAOSTAT, 2018).....	39
<b>Figura 4</b> DS_4_2014_SA que modifica al DS 007_98_SA .....	40
<b>Figura 5</b> CODEX STAN 96-1981 “Norma Para El Jamón Curado Cocido” .....	44

## RESUMEN

El Perú tiene el más bajo consumo de carne de cerdo en la región de 8 kg por persona al año, esto debido a múltiples factores como: religiosos, desinformación, etc. En la ciudad de Huamachuco se produce jamón serrano artesanal a base de carne de cerdo e insumos naturales y el proceso es netamente artesanal, la preocupación es conocer las actitudes y percepciones sobre el consumo del jamón serrano artesanal en los restaurantes de la ciudad de Huamachuco, con la presente investigación se busca si conocen el jamón serrano artesanal, porque lo consumen, que estación del año aumenta su consumo, conocer las estrategias que los establecimientos realizan para fomentar su consumo y por ultimo nuevos canales de comercialización.

Se empleo una metodología cualitativa que ayudo en la búsqueda en que los individuos perciben y experimentan los fenómenos que los rodean, profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significados. Con un diseño fenomenológico que permitió identificar las esencias de las experiencias: lo que los participantes del estudio experimentan en común respecto a fenómenos o procesos. Se aplicó una entrevista a 10 dueños y/o administradores los más conocidos y visitados de la ciudad. El análisis de la información se desarrolló utilizando un análisis descriptivo univariable. Las respuestas señalan que existe un grado de conocimiento sobre el jamón serrano artesanal producido en Huamachuco.

En los resultados se encontró que la frecuencia de consumo de estos jamones, por lo general se realiza en fiestas patronales, en las demás fechas el consumo es bajo, también los entrevistados valoran positivamente la forma natural que lo preparan, además que es muy solicitado en eventos institucionales y familiares de la zona. Se ha logrado identificar actitudes con respecto del jamón (conocedores, tradicionales, escépticos y etnocentrismo), también tienen preferencias por el precio, aroma, color amarillo, sabor exquisito, peso ideal. Los entrevistados al desarrollar su intención de consumo le dan mucha importancia al precio, peso exacto, color y aroma.

Palabras clave: Actitudes, percepciones, consumo jamón serrano

## ABSTRACT

Peru has the lowest consumption of pork in the region of 8 kg per person per year, this due to multiple factors such as: religious, disinformation, etc. In the city of Huamachuco, artisan serrano ham is produced based on pork and natural inputs and the process is purely artisanal, the concern is to know the attitudes and perceptions about the consumption of artisan serrano ham in the restaurants of the city of Huamachuco, with this research, they are looking to see if they know the artisan serrano ham, why they consume it, what season of the year its consumption increases, to know the strategies that the establishments carry out to promote their consumption and, finally, new marketing channels.

A qualitative methodology was used that helped in the search in which individuals perceive and experience the phenomena that surround them, deepening their points of view, interpretations and meanings. With a phenomenological design that allowed us to identify the essences of the experiences: what the study participants experience in common regarding phenomena or processes. An interview was applied to 10 owners and / or managers the best known and most visited in the city. The information analysis was developed using a univariate descriptive analysis. The answers indicate that there is a degree of knowledge about the artisan serrano ham produced in Huamachuco.

In the results it was found that the frequency of consumption of these hams, is generally carried out at patron saint festivals, on other dates the consumption is low, also the interviewees positively value the natural way they prepare it, in addition that it is highly requested in institutional and family events in the area. It has been possible to identify attitudes towards the ham (knowledgeable, traditional, skeptical and ethnocentric), they also have preferences for price, aroma, yellow color, exquisite flavor, and ideal weight. The interviewees when developing their consumption intention give great importance to the price, exact weight, color and aroma.

Keywords: Attitudes, perceptions, consumption of Serrano ham



## I. INTRODUCCIÓN

El jamón serrano artesanal se produce en la ciudad de Huamachuco y es insumo y materia prima de muchos de los potajes locales, data de muchas décadas atrás, su producción se fue transmitiendo entre generaciones, donde las familias crearon fábricas informales y se elaboraba para consumo familiar y en las fiestas patronales de la zona que se celebran durante el año. En la actualidad las fábricas existentes continúan en la informalidad, algunas situadas dentro del mercado de abastos y otros en sus propios domicilios, el consumo del jamón se da en las familias huamachuquinas y de foráneos que regresan a su tierra en fiestas patronales que hay durante todos los años, los pedidos son nivel a nacional y del exterior, por los que algún día salieron en búsqueda de mejores oportunidades y de personas que consumieron y a la vez recomendaron lo rico y delicioso que es el jamón de Huamachuco, pero acá es donde se presente el problema de la presente investigación, sucede que en los diversos establecimientos como son cafeterías y restaurantes, no suelen ofrecer de manera continua el jamón como parte de sus platillos que ofrecen a sus clientes que los visitan en sus instalaciones, se supo esta información a raíz de un sondeo que se realizó el año 2019 durante los meses antes de las fiestas patronales durante y después de las mismas a un grupo de turistas, con el único propósito de conocer si habían consumido el jamón serrano de la zona y su respuesta fue que en los establecimientos que visitaron no lo ofrecían o que se les había acabado. Es allí donde nace la realidad problemática de la presente investigación, por ello se planteó identificar las actitudes y percepciones sobre el consumo del jamón serrano artesanal en los restaurantes de la ciudad de Huamachuco, año 2020. Según (ZAVALA POPE, 2009). El jamón serrano peruano tiene influencia del arte culinario de origen mediterráneo: Italia y España. La acción de salar y curar jamones ha sobrevivido a través de los siglos y se fortaleció con la llegada de los inmigrantes en la época de la conquista, la crianza del cerdo que se realiza normalmente en pastizales, frutales; en esta zona del país los cerdos son criados en los corrales y alimentados a base de maíz, trigo, sémola y la cebada se le da semanas antes de matarlos, los lugareños suelen decir que la cebada sirve para limpiar la carne del animal y que esté lista para su consumo, además la alimentación balanceada hace que la

carne del cerdo y el jamón sean suaves, sabrosa y nutritiva y es la forma directa de conseguir la materia prima para la elaboración del jamón serrano artesanal, también es costumbre su consumo en las fiestas patronales durante todo el año. En países vecinos tales como: mexicanos, colombianos, argentinos, chilenos y peruanos, en este último recibió influencia italiana dando un realce en la producción y el consumo del jamón serrano en las zonas frías del Perú. El consumo del jamón fue variando con el correr de los años 120 para ser exactos hasta llegar hoy en día que se realiza través de cortes como lonjas, en tajadas, y según las condiciones de salubridad de los mataderos y empresas de procesamiento, se incluyó la cadena de frío y la generación de la cortadora eléctrica de jamón (pág. 4, 8). En su estudio plantea, (ZAVALA POPE, 2009). El jamón es parte de la extensa variedad de nuestra gastronomía peruana, presente en diferentes platillos típicos de cada región donde lo producen, apreciado por turistas nacionales e internacionales, Por el clima es elaborado en zonas de la serranía del norte del Perú: Piura (Ayabaca), Cajamarca, Ancash, Lima (Cajatambo), Huánuco, lo refiere en su trabajo de investigación, (pág. 4, 8) y en La Libertad. A pesar de todo esto el consumo de jamón serrano es muy bajo en el país, tal como lo señala en su estudio de (Palazuelos & Blázquez, 2013). Indica que los peruanos consumen productos envasados (embutidos y jamón serrano), la cantidad encontrada es de (2.2 kg. Por persona a comparación de países como Argentina 14 Kg. Y Chile de 12 Kg.), (pág. 4, 8). La elaboración del jamón serrano difiere según la zona donde es preparado el jamón Huaracino (Ancash) y Huamachuco y otras ciudades en La Libertad, donde el proceso de secado se realiza sobre las cocinas a leña, lo que le da un sabor y estilo ahumado, que le confiere características organolépticas especiales al producto final. Los mitos que existen sobre la carne de cerdo materia prima para la fabricación del jamón serrano artesanal, de ser dañino por ser un peligro de contraer enfermedades entre ellas la triquinosis, e-coli, etc. Cada vez el turismo va en aumento en la ciudad de Huamachuco y en todo el corredor alto andino de la Libertad, por sus diferentes sitios arqueológicos, entre ellos tenemos a la maravilla nacional Markahuamachuco, su cultura, sus costumbres; es por ello que se desconoce las actitudes y percepciones sobre el consumo del jamón serrano en los establecimientos como es cafeterías y restaurantes de la ciudad de

Huamachuco. Lo que se busca es analizar las decisiones de los dueños y/o administradores para adquirir jamón e incluirlos en la preparación de los diferentes potajes en los establecimientos de su propiedad en los más conocidos sobre el jamón serrano artesanal como parte de la gastronomía local. Según las fuentes de Revisión del mercado de la carne de la FAO, (FAO, 2019), la producción de carne de cerdo en el 2018 se estima en 120.5 millones de toneladas, registrando un crecimiento marginal del 0.6 % con respecto al 2017.

(FAO, 2019), Las importaciones mundiales de carne de cerdo en 2018 se realizó por los siguientes países China, Japón, México, la República de Corea y los Estados Unidos, que en conjunto importaron el 70% de las exportaciones mundiales. Tal como se detalla en la nota de prensa de (SIEA-MINAGRI, 2018), se estima una proyección de crecimiento al 2021 a 10 kg de consumo per cápita de carne de cerdo. Desde hace 2 años el ministerio viene impulsando campañas de consumo entre ellas figura una, la semana del cerdo, en la que permite incentivar el consumo y los beneficios de esta carne, además que sea parte de las loncheras nutricionales como un referente de nuestra gastronomía nacional. También informa el (SIEA-MINAGRI, 2018), que la actualidad un peruano consume entre 6.5 kg de carne de cerdo; siendo la cifra más baja de la región. Según datos de (FAO, 2019), indica que en Chile el consumo alcanza los 26 kg, Brasil y Argentina 14 kg, Ecuador 10kg y Colombia 7.8kg. En un artículo del mes de mayo en el diario (GESTIÓN, 2019) detalla el incremento en la producción de carne de cerdo en un 5% y sustituiría importaciones ante peste en China. Y todo esto debido al alza de los precios y el desabastecimiento en algunos mercados del exterior decisión que es tomada por los productores de embutidos, que están optando por carne nacional. Ante esto en otro artículo de (AGENCIA AGRARIA DE NOTICIAS, 2019), informa que la producción de carne de cerdo a junio del presente año alcanza los 240 mil toneladas, la cantidad aproximadamente es de 3.4 millones de cerdos, con una saca de 2.6 millones anuales, adicionalmente se estima que actualmente el peruano consume un aproximado de 8.5 kg per cápita al finalizar el 2019. Por la peste que se está dando en China la producción de carne de cerdo según (FAO, 2019), la producción mundial de carne de cerdo se reduciría levemente en 0.2% con respecto al año 2018. Algunos datos adicionales a tener en cuenta se mencionan en el artículo del diario (GESTIÓN,

2019), que la mayoría de las importaciones de carne de cerdo representan el 4.6% alrededor de 10,000 a 12,000 toneladas es lo que se comercializa en el país, de ello el 15% es representado por Lima, en el mismo artículo de (GESTIÓN, 2019) La gerenta general de la Asociación Peruana de Porcicultores (Asoporci), Ana María Trelles y Luis Salazar ex vicepresidente del Comité de Fabricantes de Embutidos de la Sociedad Nacional de Industrias (SIN) coinciden en indicar que dicha demanda puede ser cubierta por los productores nacionales, adicionalmente no descartan el incremento de los precios de la carne de cerdo, sin embargo el precio actual de la carne de cerdo se mantiene en S/. 12.00 soles el kg., esto es en mercados de la ciudad de Huamachuco, en mercados limeños el precio oscila según la zona de residencia del consumidor entre S/. 14.00 hasta S/. 16.00 soles el kg., los precios en supermercados el kg de una pierna de cerdo entera se encuentra entre S/. 125.00 hasta S/.139.00, lo más interesante de todo esto se logró identificar según detalla en un artículo del mes de octubre en el diario (La Republica, 2019), la región que tiene el más alto índice de consumo es Arequipa duplica los valores promedios de otras regiones, para Ana Trellez, presidenta de la Asociación Peruana de Porcicultores , indica que el arequipeño tiene un consumo promedio que asciende a 19.2 kilos por año, mientras tanto en otras regiones como Lima se mantiene en 8.5 kilos.

Para la presente investigación se formula el siguiente problema:

¿Cuáles son las actitudes y percepciones sobre el consumo de jamón serrano artesanal en los restaurantes de la ciudad de Huamachuco, 2020?

También se está planteando como objetivo general: Conocer las actitudes y percepciones sobre el consumo de jamón serrano artesanal en los restaurantes de la ciudad de Huamachuco.

Y sus objetivos específicos:

- ✓ Identificar las actitudes y percepciones sobre el consumo del jamón serrano artesanal en los restaurantes.
- ✓ Identificar la estación del año que más se consume jamón serrano artesanal.
- ✓ Identificar en qué tipo de presentación prefieren al jamón serrano.
- ✓ Identificar las estrategias que los dueños y/o administradores de las cafeterías realizan para fomentar el consumo del jamón serrano artesanal.
- ✓ Identificar nuevos canales de comercialización.

## II. MARCO TEÓRICO

Se consideró como el fundamento teórico que respalda la presente investigación según los diferentes conceptos encontrados.

Definiciones sobre Actitud:

(Allport, 1935) plantea la siguiente definición clásica que la considera ‘un estado de disposición mental y nerviosa, organizado mediante la experiencia, que ejerce un influjo directivo dinámico en la respuesta del individuo a toda clase de objetos y situaciones’. Según Campbell (1963) propone clasificar las distintas definiciones de actitud en dos categorías:

Según el enfoque Conductistas (disposiciones de respuesta a cualquier disposición que sirva de base a una ejecución aprendida).

Con el siguiente enfoque Cuasi fenomenológicas se divide en 3 componentes fundamentales: afectivos, conductuales y cognoscitivos.

(Kotler P., 1996) argumenta, "las actitudes son evaluaciones favorables o desfavorables, sentimientos y tendencias coherentes de una persona con respecto de un objeto o idea". Una persona podría adoptar la actitud de comprar lo mejor si cree que ese producto lo fabrican los mejores del mundo. Debido a que las actitudes van de acuerdo con el patrón de la persona, es muy difícil cambiarlas, el modificar una actitud implicaría realizar ajustes en las demás. Es por esto que las compañías deben intentar que sus productos vayan de acuerdo con las posturas del momento.

Para (Saylor.org, 2014). “¿Porque se compran cosas? ¿Cómo se escoge ir a un colegio? ¿Dónde le gusta comprar y cuándo? ¿Dónde sus amigos compran o en diferentes lugares?”.

Vallerand, (1994): argumenta que la actitud a) es un constructo o variable no observable directamente; b) implica una organización, es decir, una relación entre aspectos cognitivos, afectivos y conativos.

Cognitivo: proviene del vocablo latino *noscere*, que es “conocer”, de modo que se aplica a todo aquello relativo al conocimiento. O sea, a la facultad propia de la especie humana de aplicar su raciocinio al momento de interactuar con la naturaleza que lo rodea, creando nuevas relaciones, sacando conclusiones, augurando nuevos y proyectar teorías. (Concepto.de, 2020)

**Afectivo:** Se refiere a todo aquello que es propio o relativo al sentimiento del afecto. Es una de las tantas pasiones del ánimo. Implica la inclinación hacia algo o alguien, es decir, se puede sentir afecto por una persona amiga, por un familiar, por un lugar en el mundo que nos trae buenos recuerdos, por un sweater que nos ha regalado nuestra abuela cuando éramos niños y todavía lo conservamos, entre otras alternativas. Se puede decir que están mayormente vinculados con el estado psíquico de la persona que lo manifiesta. (ABC, 2010)

**Conativos:** Es un adjetivo que se aplica específicamente al lenguaje. O discurso conativo, o mejor la función conativa del discurso, se da cuando una expresión intenta provocar en el oyente el emprender una determinada acción. Así, tienen muy clara función conativa las expresiones imperativas, como por ejemplo “abre la puerta”, pero también muchas otras implican indirectamente la intención de activar en el oyente una reacción o un acto, como puede ser ¿me escuchas?, etc. (etimologías, 2020)

**La Percepción:** Es la forma en que captamos el mundo que nos rodea, las personas actúan y reaccionan sobre la base de sus percepciones de la realidad y no sobre la base de una realidad objetiva. La percepción también se relaciona con los objetos externos y se efectúa en el nivel mental, mientras que la sensación es una experiencia subjetiva derivada directamente de los sentidos. (S. Carver, 2014) Las personas que se autorrealizan tienen una rara habilidad para identificar entre lo falso y lo deshonesto de la personalidad y, en general, juzgan a las personas correcta y eficazmente. Adicionalmente, también distinguen mejor los fines de los medios, aunque son capaces de transformar en fuentes de gozo las situaciones que median entre otras más importantes, como un viaje o la preparación de una actividad relevante. (Mercado Montes, 2017). Según (Lazar Kanuk & Schiffman, 2010), los consumidores identifican la calidad en los productos mediante 2 formas: intrínsecamente (peso, color, sabor y aroma) y extrínsecamente (precio, empaque, advertencia).

Para la justificación en la siguiente investigación se está tomando en cuenta los criterios considerados por Sampieri, Fernández y Baptista, Pilar. (2006).

**Según su Conveniencia:** La presente investigación se justifica por la importancia de conocer y entender las actitudes y percepciones sobre el consumo del jamón serrano artesanal en los restaurantes; permitirá incrementar las ventas

del producto para los productores y distribuidores, esto a su vez el invertir en infraestructura, mejorar la presentación del producto.

Teniendo en cuenta la Relevancia Social: El tema asumido en la presente investigación está enfocado al análisis de las diversas actitudes y percepciones sobre el consumo del jamón serrano artesanal. Es importante debido a que la producción y comercialización aumentaría y se crearía más puestos de trabajo que beneficiaría a muchas familias Huamachuquinas.

Tenemos Implicaciones prácticas: Es de vital importancia en la implementación de estrategias por parte de las empresas, el aumentar el consumo en estos establecimientos, que son los de primera línea para un turista que visita la ciudad, esto aumenta la comercialización, aumenta los ingresos de las familias involucradas.

Además, se brinda un Valor Teórico: Con la información obtenida del presente estudio ayudara a tener un amplio conocimiento de las actitudes y percepciones sobre el consumo del jamón serrano artesanal en las cafeterías – restaurantes, identificar los meses de alta demanda de solicitud del producto por parte de la población local, turistas nacionales e internacionales que visitan Huamachuco.

También tenemos Utilidad metodológica: La presente investigación cumple con la metodología del método científico. Y se realizará una entrevista a través de formularios de Google, con la finalidad de recoger las diversas actitudes y percepciones sobre el consumo del jamón serrano artesanal en las cafeterías – restaurantes de la ciudad de Huamachuco.

En plena investigación se realizó consultas a diferentes trabajos, tesis, libros que sirven como trabajos previos al presente trabajo que le dan el sustento necesario.

Desde varias décadas atrás en el mundo se viene implementando regulaciones que estandarizan las cantidades permitidas en aditivos químicos en la industria alimentaria. Desde 1953 la Asamblea Mundial de la Salud, ente rector de la OMS, declaró que el uso desmedido o exagerado de dichas sustancias se está volviendo en un problema cada vez mayor y un riesgo para la salud pública, ambas organizaciones tomaron la delantera de iniciar estudios pertinentes sobre los aditivos usados en dicha industria. En uno de los estudios realizados se

determinó que los aditivos alimentarios constituían un factor esencial. En 1955 convocaron a la primera Conferencia Mixta FAO/OMS sobre Aditivos Alimentarios. Producto de esta reunión se creó el Comité Mixto FAO/OMS de Expertos en Aditivos Alimentarios (JEFCA).

El JEFCA, es independiente que proporciona capacitaciones especializadas a la Comisión Codex Alimentarius (CAC), en temas con aditivos alimentarios, contaminantes y residuos de medicamentos veterinarios, sus evaluaciones toxicológicas son objeto de publicaciones.

Codex Alimentarius significa "Código de alimentación" y es la compilación de todas las normas, Códigos de Comportamientos, Directrices y Recomendaciones de la Comisión del Codex Alimentarius, es el más alto organismo internacional en materia de normas de alimentación. La Comisión es un organismo subsidiario de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) y de la Organización Mundial de la Salud (OMS). (FAO - Codex, 1999)

Por ejemplo, tiene entre sus normas a CODEX STAN 96-1981, adoptado en 1981 y tiene su última modificación en 2015, y es la que regula el jamón cocido. (CODEX STAN 96-1981, 2015), ver anexo N° 8

La Norma Técnica Nacional vigente dada por INDECOPI, establece en relación al empleo de Nitrito sódico y de Nitrato sódico o potásico, como conservantes 16 y fijadores del color en las carnes y productos cárnicos, por otro lado la Ley General de Salud cuenta con un Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de los Alimentos y Bebidas (D.S. N° 007-98-SA, 1998), constituye un instrumento muy útil para la industria nacional en el marco de competencias intersectoriales y asimismo para la determinación de los parámetros legales a los cuales deben sujetarse en cuanto a higiene alimentaria. Aún existe retrasos en normativas en referencia a los aditivos alimentarios permitidos y sus niveles máximos de concentración. Cuando no responden las demás organizaciones, se acude a lo establecido por la Food and Drug Administration (FDA) de los Estados Unidos de Norteamérica.

Tenemos en el ámbito Internacional: "Comportamiento del consumidor y posicionamiento de marca: Estudio de caso en el sector calzado de la ciudad de Manizales" Esta investigación me ayudo a definir el tipo de investigación como una investigación exploratoria cualitativa. Según su conclusión en su hipótesis **A**



afirma “Las decisiones de compra de los consumidores dependen de la experiencia que tengan las marcas en la búsqueda de suplir sus necesidades” y en su hipótesis **B** se afirma: “Las actitudes y las percepciones acerca de las marcas de calzado varían según el posicionamiento que tengan en el consumidor” (Cruz Hoyos & Gómez Ortiz, 2015). En ambas hipótesis plantean opciones de consumo y de cómo es de vital importancia las actitudes y percepciones de quienes realizan dicho consumo.

“Actitudes y percepciones sobre las fragancias de lujo en España: investigación en la Comunidad de Madrid”, Me ayudo a contextualizar mi marco teórico y darle un enfoque característico basándome en teorías que respaldan dicho estudio, plantea la influencia del lujo como punto de partida en su estudio de las fragancias. (DIAZ & BUSTAMANTE, 2012),

“Estudios de las actitudes y percepciones de los consumidores hacia los vinos de las denominaciones” comunidades como referentes en el estudio Alicante y Valencia (German Mora, 2005), me ayudo en el entendimiento y analizar mejor los resultados e identificar las actitudes que son similares a las que se encontró en la presente investigación.

En el ámbito nacional se pudo identificar los siguientes trabajos que guardan relación con el presente trabajo: (Palazuelos & Blázquez, 2013). Es un estudio de mercado del consumo de embutidos y especialmente de jamón serrano en el Perú, allí detalla la cantidad que se consume por persona al año en comparación con países de la región, (p. 4 - 8). (ZAVALA POPE, 2009). En su estudio para fomentar el uso de la técnica de salado y curado en el jamón serrano en el Perú, realiza un recorrido desde su historia y la llegada al continente sudamericano y la mención de las zonas productivas, (p. 3).

“La belleza también es salud”, entonces, ¿la carne de cerdo puede ser una buena opción para cuidar la piel y sus anexos? Y, de hecho, consumida dentro de una alimentación balanceada es una muy buena opción, ya que la carne de cerdo es rica en proteínas, aporta hierro, vitaminas del complejo B y otros nutrientes que son importantes que ayudarán a mantener el buen cuidado de tu cabello, la piel y las uñas. Dicho artículo ayuda en el fomento del consumo de la carne de cerdo en mi caso en la presentación de jamón serrano artesanal (Agurto, 2020).

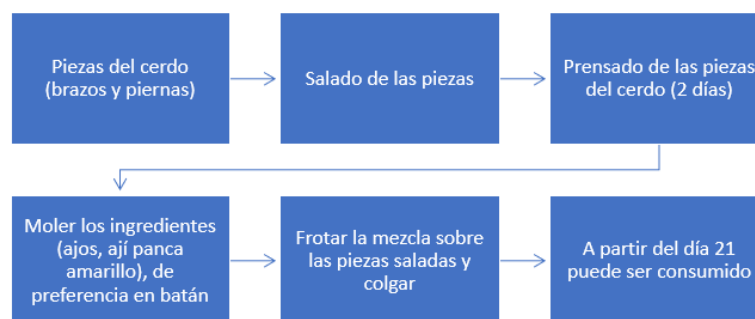
Comportamiento del consumidor:

(Arellano & Cueva, 2010) plantea: Cuando se estudia el comportamiento del consumidor, uno de los rubros más importantes en analizar es aspectos culturales. Las empresas logran alcanzar sus estrategias comerciales cuando comprenden mejor las decisiones de consumo al estudiar la cultura de una sociedad. Se puede apreciar las perspectivas teóricas del comportamiento de compra en el anexo (p.167)

Definición de jamón: La Real Academia define al jamón como la pierna trasera del cerdo, curada o cocida entera (ASALE, 2014). Su versión en inglés la define como “carne de la pierna trasera del cerdo, parte superior de la pierna de cerdo, salada y secada”. (Cambridge University Press, 1995)

Jamón serrano artesanal

Cuando se habla de jamón serrano artesanal, nos referimos al producto terminado luego de un proceso que va desde el salado de cada una de las piezas del cerdo, luego se da el prensado por 2 días, se muele los ingredientes entre ellos tenemos ajos, ají de panca amarillo sal, luego se frota dicha mezcla sobre las piezas, por último, se procede a ser colgado en espacios frescos. 20 días de reposo tendrá aroma y sabor a jamón.



Fuente: Elaboración propia

**Figura 1** Fases de la producción del jamón serrano artesanal

El ahumado es una técnica de someter los alimentos al humo proveniente de maderas con poca resina, esta técnica sirve para conservar la carne alargando su vida útil además para dar un sabor característico y esta forma de conservación proviene de épocas remotas. (Animal Gourmet, 2019).

En un inicio se refería a jamón solo a la carne de cerdo, hoy en día se está incursionando con carnes de otros animales para la fabricación de jamones.

El jamón es el producto estrella en España, ya que su producción data de la edad media y este es el jamón Ibérico muy famoso en el mundo, otro jamón es el serrano producido solo de carne de cerdo blanco.

Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medioambiente (2014), presenta las diferencias entre el jamón Ibérico y el jamón serrano

Jamón de Portugal: (Lusitaniatradition, 2016). Se tiene distintos tipos de jamones como el Chaves (conocido como el jamón de pata blanca), Ibérico Alentejano (conocido como jamón de pata negra) e Ibérico DOP, considerado el mejor de Portugal, por el tipo de cerdo llamado alentejano.

Jamón en el Perú: Según la entrevista realizada al Director de Ingredientes de Alitecno SA, en la actualidad existen en el Perú jamones crudos y cocidos. Los jamones crudos son de baja producción y solo se producen en ciertos negocios artesanales. Existen jamones de cerdo y pato, productos que son vendidos en bodegas o supermercados como productos "Premium". (Aritomi, 2016)

(Lazar Kanuk & Schiffman, 2010), argumentan, como el comportamiento del consumidor aquellos se exhiben al buscar, comprar, utilizar, evaluar y descartar productos y servicios que satisfagan sus necesidades, enfocados en la forma en que los consumidores toman sus decisiones referentes a los recursos disponibles (tiempo, dinero, esfuerzo), en artículos relacionados con el consumo, como se citó en Pardo, Contrí y Borja, (2014).

Motivación: Se define como la fuerza que les impulsa a los individuos a la acción, y esto es generada por un estado de tensión. (Lazar Kanuk & Schiffman, 2010), como se citó en Vadillo, (2013, p.88).

Percepción: Es la forma como las personas analizan la realidad objetiva basándose en el adquirido, y actúan y reaccionan de acuerdo a sus percepciones. Cada individuo, su realidad es totalmente singular basado en sus necesidades, deseos, valores y experiencias (Lazar Kanuk & Schiffman, 2010), como se citó en Moreno-Murcia, Zomeño, Marín de Oliveira y Ruiz, (2013, p.154).

Según la dimensión de la Actitud: Es la predisposición aprendida para comportarse de una manera consistentemente favorable o desfavorable en relación con un objeto determinado y estos pueden ser una categoría de productos, una marca, un servicio, un anuncio, un sitio de productos (Lazar Kanuk

& Schiffman, 2010), cómo fue citado en Anaya, Fernández, San Francisco, Torres, Entisne e Iglesias, 2013, p.257).

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y Diseño de Investigación**

El trabajo de investigación se consideró la realización del tipo de investigación básica (comprensión de los aspectos fundamentales de los fenómenos, de los hechos observables) y Cualitativa porque se busca examinar la forma en que los individuos perciben y experimentan los fenómenos que los rodean, profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significados. (CONCYTEC, 2018)

Diseño fenomenológico nos permitió identificar las esencias de las experiencias: lo que los participantes del estudio experimentan en común respecto a fenómenos o procesos. (Hernandez, Fernandez y Baptista, 2014, pág. 471), Se realizó 2 reuniones entre productores, y 10 entrevistas a profundidad a los dueños y/o administradores de los restaurantes, interpretándolos como descripciones de actitudes y percepciones es la búsqueda de la investigación la misma que trató de comprender el contexto proporcionado por experiencias comunes o transmitido por otros.

### 3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización apriorística.

ÁMBITO TEMÁTICO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS
<b>Actitudes y percepciónes sobre el consumo del jamón serrano artesanal</b>	Según Vallerand, (1994): a) es un constructo o variable no observable directamente; b) implica una organización, es decir, una relación entre aspectos cognitivos, afectivos y conativos.  Según Schiffman y Kanuk (2000) Los consumidores perciben la calidad en los productos mediante 2 formas: intrínsecamente (peso, color, sabor y aroma) y extrínsecamente (precio, empaque, advertencia).	Se analizará mediante una entrevista realizada a dueños y/o administradores de los restaurantes sobre el consumo del jamón serrano artesanal teniendo en cuenta las siguientes categorías: Afectiva conativa, cognitiva, intrínseca y extrínsecamente	Afectivo	Empatía frente al consumo de jamón serrano. Sentimiento frente al consumo de jamón serrano.
			Conativo	Compromiso sobre el consumo del jamón serrano. Fomentar el consumo del jamón serrano.
			Cognitivo	Conocimiento si el consumo de jamón serrano perjudica la salud. Conocer las bondades de consumir jamón serrano.
			intrínsecamente	Peso ideal del jamón serrano. Color amarillo característico del buen jamón serrano. Sabor exquisito del jamón serrano.
				El aroma ha de ser intenso, pero agradable y equilibrado al mismo tiempo del jamón serrano y debe tener mínimo 20 días de curado.
				El precio justo acorde al mercado.
			Extrínsecamente	El jamón serrano debe disponer de un empaque idóneo para ser despachado. Cuando el jamón serrano es enviado a distancia debe contener una advertencia de perecible.

Fuente: Elaboración propia

### **3.3. Escenario de estudio**

La ciudad de Huamachuco es capital de la provincia de Sánchez Carrión, cuyo nombre significa "Sombrero de Halcón". Se ubica en la parte nor-oriental del departamento de La Libertad, en un valle interandino rodeado de cerros, de los cuales resaltan los cerros Sazón, Cacañan, Santa Bárbara y Haylillas. La ciudad dista de Trujillo 180 km y 52 km de Cajabamba (Provincia de Cajamarca). En su actividad agrícola destaca su producción de papa, trigo, cebada y maíz amiláceo, entre otros; en lo pecuario, concentran su actividad en vacuno y ovino. Además, fue denominada por San Martín como "La muy ilustre y fiel ciudad de Huamachuco" y Bolívar la llamo "Tierra clásica de Patriotas". Entre sus hijos ilustres destacan: Faustino Sánchez Carrión, César Vallejo, Ciro Alegría y Abelardo Gamarra (El Tunante). (Asunción Alonso, 2010)

El presente estudio está centrado en los restaurantes los más reconocidos de la ciudad de Huamachuco, donde se pretende identificar las actitudes y percepciones sobre el consumo del jamón serrano artesanal que se produce en la ciudad y que recibe el aprecio de turistas nacionales e internacionales en sus visitas a las fiestas patronales que se desarrollan a lo largo de todo año.

### **3.4. Participantes**

Para la presente investigación, se realizará una entrevista a 10 dueños y/o administradores de los restaurantes de la ciudad de Huamachuco, con el fin de conocer las actitudes y percepciones sobre el consumo del jamón serrano artesanal. Los establecimientos escogidos son: Restaurante "Viejo Molino", Cafetería y Pastelería "San Francisco", Mi casita, La casa de al lado, Cafetería Restaurante "NINA", Cafetería "Doña Emilia", Cafetería Restaurante "Don coronel", Restaurante "La choza de Don Mino", Restaurante "Colonial", El Colibrí Restaurant & Grill.

### 3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se realizaron entrevistas a profundidad usando formularios de Google dirigido a los 10 dueños y/o administradores de los restaurantes más conocidos de la ciudad de Huamachuco.

Dialogo mediante llamadas telefónicas con los productores y distribuidores ubicados en el mercado central y en sus domicilios.

### 3.6. Procedimiento

Se utilizó como recolección instrumento de recolección de datos la guía de entrevista, estructurado en categorías y subcategorías, la misma que fue ejecutada mediante formulario de Google y llamadas telefónicas.

**Tabla 1**

*Recolección de datos*

TÉCNICA	INSTRUMENTO
Entrevista	Guía de entrevista.

### 3.7. Rigor Científico

En esta investigación es necesario que cumpla con el rigor científico sustentado o respaldado por autores principales que han formulado criterios para determinar la rigurosidad científica del estudio cualitativo realizado, se consideró la propuesta de autores quienes proponen cuatro criterios aplicados a los procesos de recopilación de información, su análisis e interpretación, para considerar una investigación cualitativa con rigor científico (Lincoln & Guba, 1985).

Los criterios considerados veracidad, o credibilidad y confianza en la verdad de lo investigado y los descubrimientos para los partícipes y el contexto en que se realizó; permitió responder a las creencias e interpretaciones realizadas por el que desarrolló la investigación y a su vez con las creencias e interpretaciones de otras fuentes, siendo la más importante la de los participantes.

Aplicabilidad o transferibilidad, el detalle que se realizó del entorno de donde se recolecto la información y los resultados que se fueron obteniendo



constituyó el aporte de mayor importancia, identificando que la investigación es aplicable a otros contextos o realidades

Neutralidad, se evitó alterar los resultados obtenidos de cada una de las entrevistas a los expertos o influenciar a nuestros intereses o motivaciones del investigador. Los datos obtenidos se abordaron mediante la Confirmabilidad recurriendo a la verificación e interpretación.

### **3.8. Método de análisis de la Información**

Uno de los objetivos de la presente investigación es identificar las actitudes y percepciones sobre el consumo del jamón serrano en los restaurantes de la ciudad de Huamachuco año 2020. Para tal fin se realizó entrevistas a profundidad utilizando formularios de Google y llamadas telefónicas, a los dueños y/o administradores de estos establecimientos los más conocidos de la ciudad. Luego según las categorías planteadas por dos autores y que son aplicables para la investigación se pudo identificar lo planteado en uno de los objetivos.

Se realizó la recolección de información y antecedentes para enriquecer el marco teórico, además de las normas que rigen el entorno y desarrollo del proceso de fabricación y/o distribución del jamón hasta su consumo.

### **3.9. Aspectos éticos**

La presente investigación se realizó siguiendo los lineamientos que la Universidad tiene establecidos, sin trasgredir las normas éticas existentes, teniendo en cuenta que el propósito de la investigación es identificar las actitudes y percepciones sobre el consumo del jamón serrano artesanal en los restaurantes de la ciudad de Huamachuco, y para ello se procedió a realizar una entrevista a profundidad a los dueños o administradores de estos establecimientos, los resultados son presentados tal fueron obtenidos de las fuentes raíz. Adicionalmente se obtuvo la información de los responsables de los que toman las decisiones o realizan las compras en estos establecimientos. Y resulto un punto a favor del desarrollo de la investigación.

#### IV. RESULTADOS

OBJETIVO 01: Identificar las actitudes y percepciones sobre el consumo del jamón serrano artesanal en los restaurantes.

**Tabla 2**

*Respuestas a la pregunta N° 03 realizadas a los dueños y/o administradores de los restaurantes de la ciudad de Huamachuco, 2020.*

PREGUNTA	ENTREVISTADOS	RESPUESTA	ANÁLISIS
<p><b>Pregunta N° 03</b></p> <p>¿Considera Ud. que consumir jamón serrano es una tradición familiar? y ¿Desde cuándo consume jamón serrano artesanal Ud. y su familia?</p>	Cafetería y Pastelería "San Francisco"	Por supuesto en mi familia consumimos cuando hay una cena, cuando llega un familiar. Y consumo desde que tengo uso de razón como mencione anteriormente la vecina de mi nona vende jamones.	<p>Es habitual encontrar reunidos en restaurantes o cafeterías a familias enteras celebrando la llegada de un familiar, cumpleaños o un evento religioso, todo esto ayuda a preservar las costumbres de la zona, degustando jamón serrano artesanal.</p>
	Mi casita	Pues si porque cuando la familia se junta, en la mesa no falta un jamón cocido listo para degustar, aproximadamente 20. años	
	La casa de al lado	Si, y lo venimos consumiendo desde nuestras generaciones de los abuelos	
	Cafetería Restaurante "NINA"	Si ayuda a preservar las costumbres de juntar a las familias en las tertulias degustando su jamón, como lo mencione en la pregunta anterior desde niña hace ya casi 50 años.	
	Cafetería "Doña Emilia"	Si, fortalece las relaciones de familia, amigos. el consumo viene de generación en generación. Siempre sé que en casa comían jamoncito.	
	Cafetería Restaurante "Don coronel"	Sí porque junta a las familias, consumo desde uso de razón, aunque ahora poco.	
	Restaurante "La choza de Don Mino"	Bueno acá en Huamachuco las familias suelen consumirlo muy a menudo en el restaurante. yo aún no lo eh probado y mi familia tampoco (son evangélicos).	
	Restaurante "Colonial"	Recuerdo que siendo niño esperábamos con emoción al costado del fogón a que cocinara el jamón, desde que tengo uso de razón.	
	Restaurante "Viejo Molino"	Esa tradición familiar aún se mantiene gracias a la celebración de ciertos eventos como las fiestas patronales donde se celebra consumiendo este tipo de productos. Desde que tengo uso de razón eh consumido porque mis padres eran criadores de cerdos y allí aprendí a comerlos.	
	El Colibrí Restaurant & Grill	Pues sí en mi negocio se reúnen a celebrar algún evento familiar, cumpleaños. No consumimos aún.	

*Fuente: Elaboración propia*

**Tabla 3**

*Respuestas a la pregunta N° 10, realizadas a los dueños y/o administradores de los restaurantes de la ciudad de Huamachuco, 2020.*

<b>PREGUNTA</b>	<b>ENTREVISTADOS</b>	<b>RESPUESTA</b>	<b>ANÁLISIS</b>
<b>Pregunta N° 10</b> ¿Recomendaría el consumo de jamón serrano de Huamachuco?, ¿Por qué?	Cafetería y Pastelería "San Francisco"	Claro que sí, porque es un producto sano, porque conocemos su preparación, es rico y nutritivo.	Refieren que el jamón serrano artesanal es sano, es delicioso, de procesamiento natural, es saludable y se identifican con el producto, afirman que no engorda y que sus nutrientes son beneficios a quien lo consume.
	Mi casita	Sí, porque es delicioso	
	La casa de al lado	Sí, porque es único en su sabor, no se compara con otros lugares	
	Cafetería	Si porque es muy rico, además hay que promocionar productos de la zona para dar más trabajo a mis paisanos.	
	Restaurante "NINA"	Si porque las carnes deshidratadas aumentan sus nutrientes y el jamón es una de ellas.	
	Cafetería "Doña Emilia"	Si porque es saludable el consumirlo, no engorda.	
	Cafetería	Sí porque es casero y su preparación es sana sin conservantes.	
	Restaurante "Don coronel"	Sí porque es un producto de la zona y se conoce que es preparado de manera natural y es delicioso.	
	Restaurante "La choza de Don Mino"	Pues sí lo recomendaría es un producto fabricado de manera artesanal con insumos naturales y sus procesos son naturales y porque es muy rico, su sabor es único.	
	Restaurante "Colonial"	Sí, porque es un producto saludable y que une amigos y familias en fechas especiales.	

*Fuente: Elaboración propia*

**Tabla 4**

*Respuestas a la pregunta N° 08, realizadas a los dueños y/o administradores de los restaurantes de la ciudad de Huamachuco, 2020.*

<b>PREGUNTA</b>	<b>ENTREVISTADOS</b>	<b>RESPUESTA</b>	<b>ANÁLISIS</b>
<b>Pregunta N° 08</b>  ¿En qué ocasiones sus clientes solicitan potajes con jamón serrano artesanal?	Cafetería y Pastelería "San Francisco"	Reuniones familiares, para las novenas de los santos que tenemos celebración todo el año	El jamón es un producto muy requerido en los eventos que se celebran durante el año como fiestas, cumpleaños, aniversarios de las instituciones, cenas entre amigos, etc.
	Mi casita	Fiesta patronal y novenas religiosas	
	La casa de al lado	Para la hora del lonchecito, como acompañante de una cena	
	Cafetería Restaurante "NINA"	En aniversarios de las instituciones, mi negocio queda frente de la municipalidad, en las novenas religiosas.	
	Cafetería "Doña Emilia"	En esta época estamos solo delivery nos piden para las cenas acompañado de pan royal en nuestro caso es exquisito, aniversarios institucionales.	
	Cafetería Restaurante "Don coronel"	En fiesta patronal y novenas religiosas que se celebran a lo largo del año.	
	Restaurante "La choza de Don Mino"	Reuniones familiares, cumpleaños, aniversarios de las instituciones.	
	Restaurante "Colonial"	Reuniones de amigos, familiares, aniversarios de las instituciones.	
	Restaurante "Viejo Molino"	Lo solicitan para fiestas institucionales, cumpleaños o reuniones familiares.	
	El Colibrí Restaurant & Grill	Fechas especiales como cumpleaños, aniversarios de las Instituciones, aniversario del mercado.	

*Fuente: Elaboración propia*

OBJETIVO 02: Identificar la estación del año que más se consume jamón serrano artesanal.

**Tabla 5**

*Respuestas a la pregunta N° 08, realizadas a los dueños y/o administradores de los restaurantes de la ciudad de Huamachuco, 2020.*

PREGUNTA	ENTREVISTADOS	RESPUESTA	ANALISIS
<b>Pregunta N° 08</b> ¿En qué ocasiones sus clientes solicitan potajes con jamón serrano artesanal?	Cafetería y Pastelería "San Francisco" Mi casita	Reuniones familiares, para las novenas de los santos que tenemos celebración todo el año	Como estrategia para determinar la estación con mayor demanda encontramos eventos que se dan durante el año como: cumpleaños, fiestas patronales, reuniones familiares, aniversario de instituciones, novenas religiosas.
	La casa de al lado	Fiesta patronal y novenas religiosas	
	Cafetería Restaurante "NINA"	Para la hora del lonchecito, como acompañante de una cena	
	Cafetería "Doña Emilia"	En aniversarios de las instituciones, mi negocio queda frente de la municipalidad, en las novenas religiosas.	
	Cafetería Restaurante "Don coronel"	En esta época estamos solo delivery nos piden para las cenas acompañado de pan royal en nuestro caso es exquisito, aniversarios institucionales.	
	Restaurante "La choza de Don Mino"	En fiesta patronal y novenas religiosas que se celebran a lo largo del año.	
	Restaurante "Colonial"	Reuniones familiares, cumpleaños, aniversarios de las instituciones.	
	Restaurante "Viejo Molino"	Reuniones de amigos, familiares, aniversarios de las instituciones.	
	El Colibrí	Lo solicitan para fiestas institucionales, cumpleaños o reuniones familiares.	
	Restaurant & Grill	Fechas especiales como cumpleaños, aniversarios de las Instituciones, aniversario del mercado.	

*Fuente: Elaboración propia*

**Tabla 6**

*Respuestas a la pregunta N° 09, realizadas a los dueños y/o administradores de los restaurantes de la ciudad de Huamachuco, 2020.*

PREGUNTA	ENTREVISTADOS	RESPUESTA	ANÁLISIS
<b>Pregunta N° 09</b>  ¿Mencione en qué temporada del año tiene mayor demanda de jamón serrano artesanal?	Cafetería y Pastelería "San Francisco"	agosto y diciembre, pero más se consume en agosto la mayoría de los clientes son foráneos o Huamachuquinos que regresan después de años y gustan volver a degustar jamón casero.	Los entrevistados refieren que el mayor consumo se da en temporadas altas, fiestas patronales y estas se ubican en los meses de agosto como predominante, seguido de octubre y último se ubica diciembre.
	Mi casita	Agosto y octubre	
	La casa de al lado	Para las fiestas patronales, agosto y en octubre, festividades religiosas.	
	Cafetería Restaurante "NINA"	Agosto para la fiesta patronal, octubre en la fiesta de panchito y en diciembre para las promociones.	
	Cafetería "Doña Emilia"	Si se vende como entrada es todo el tiempo, pero más demanda es en agosto la fiesta patronal en platos más elaborados.	
	Cafetería Restaurante "Don coronel"	Agosto y diciembre	
	Restaurante "La choza de Don Mino"	En agosto nuestra demanda aumenta por la afluencia de turistas.	
	Restaurante "Colonial"	El mes que más se consume jamón es en agosto que la ciudad se llena de paisanos Huamachuquinos que regresan a los años.	
	Restaurante "Viejo Molino"	En una pregunta anterior mencione temporadas altas son: fiestas patronales agosto, octubre y también en diciembre.	
El Colibrí Restaurant & Grill	Los fines de semana son fechas altas por la cantidad de clientes que nos visitan y en agosto para la fiesta patronal.		

*Fuente: Elaboración propia*

OBJETIVO 03: Identificar en qué tipo de presentación prefieren al jamón serrano.

**Tabla 7**

*Respuestas a la pregunta N° 04 realizadas a los dueños y/o administradores de los restaurantes de la ciudad de Huamachuco, 2020.*

PREGUNTA	ENTREVISTADOS	RESPUESTA	ANÁLISIS
<p><b>Pregunta N° 04</b></p> <p>¿En qué potajes ofrece al jamón serrano artesanal como parte o como insumo principal? Mencionar algunos.</p>	Cafetería y Pastelería "San Francisco"	Acá es el compañero de un buen café: en Sándwich, jamón con yuca y ensalada	<p>El jamón es un producto que es valorado en el ambiente familiar, por ello las presentaciones (potajes) que es solicitado en los establecimientos predomina el sándwich, jamón con yuca, Shambar, etc.</p>
	Mi casita	Jamón con yuca	
	La casa de al lado	Para el almuerzo y cena.	
	Cafetería	En mi negocio los lunes es clásico en Shambar, en sándwich acompañado de ensalada con rocoto, con yuca, con mote, etc.	
	Restaurante "NINA"	En Sándwich, jamón con yuca/camote, jamón con mote	
	Cafetería "Doña Emilia"	En Shambar los lunes, sándwich, jamón con ensalada.	
	Cafetería	Acá lo ofrecemos como aperitivo: Jamón con yuca y ensalada de cebolla, Con mote de maíz y trigo.	
	Restaurante "Don coronel"	Como entrada acompañada con yucas y arroz, jamón con yucas y ensalada de cebolla.	
Restaurante "La choza de Don Mino"	Bueno la variedad es inmensa entre los más solicitados por nuestros clientes son: Jamón acompañados de yuca, mote y ensalada en los desayunos; en los almuerzos lo prefieren en el Shambar los lunes, en sancochado, y en las cenas acompañado de pan royal y su café.		
Restaurante "Colonial"	Normalmente lo solicitan en Sándwich con su zarza, acompañado de mote y su café.		
Restaurante "Viejo Molino"			
El Colibrí Restaurant & Grill			

*Fuente: Elaboración propia*

OBJETIVO 04: Identificar las estrategias que los dueños y/o administradores de las cafeterías realizan para fomentar el consumo del jamón serrano artesanal.

**Tabla 8**

*Respuestas a la pregunta N° 10, realizadas a los dueños y/o administradores de los restaurantes de la ciudad de Huamachuco, 2020.*

PREGUNTA	ENTREVISTADOS	RESPUESTA	ANÁLISIS
<p><b>Pregunta N° 10</b></p> <p>¿Recomendaría el consumo de jamón serrano de Huamachuco?, ¿Por qué?</p>	Cafetería y Pastelería "San Francisco"	Claro que, si porque es un producto sano, porque conocemos su preparación, es rico y nutritivo.	<p>Recomiendan el consumo del jamón por tratarse un producto que al ser fabricado utilizan insumos naturales y el proceso en si es sano, también consideran por ser carne deshidratada sus nutrientes aumentan y es beneficio para quien lo consume.</p>
	Mi casita	Sí, porque es delicioso.	
	La casa de al lado	Sí, porque es único su sabor, no se compara con otros lugares.	
	Cafetería Restaurante "NINA"	Sí porque es muy rico, además hay que promocionar productos de la zona para dar más trabajo a mis paisanos.	
	Cafetería "Doña Emilia"	Sí porque las carnes deshidratadas aumentan sus nutrientes y el jamón es una de ellas.	
	Cafetería Restaurante "Don coronel"	Sí porque es saludable el consumirlo, no engorda.	
	Restaurante "La choza de Don Mino"	Sí porque es casero y su preparación es sana sin conservantes.	
	Restaurante "Colonial"	Sí porque es un producto de la zona y se conoce que es preparado de manera natural y es delicioso.	
	Restaurante "Viejo Molino"	Pues sí lo recomendaría es un producto fabricado de manera artesanal con productos naturales y sus procesos son naturales y porque es muy rico, su sabor es único.	
El Colibrí Restaurant & Grill	Sí, por su delicioso sabor y su calidad.		

*Fuente: Elaboración propia*



OBJETIVO 05: Identificar nuevos canales de comercialización.

**Tabla 9**

*Respuestas a la pregunta N° 05, realizadas a los dueños y/o administradores de los restaurantes de la ciudad de Huamachuco, 2020.*

PREGUNTA	ENTREVISTADOS	RESPUESTA	ANÁLISIS
<p><b>Pregunta N° 05</b></p> <p>¿Conoce Ud. algún productor o vendedor de jamón serrano artesanal en Huamachuco y donde se ubican? Mencionar</p>	Cafetería y Pastelería "San Francisco"	Bueno si conozco a varios la mayoría son amigas de mi nona una de ellas es su vecina, los demás se ubican en el mercado central de Huamachuco.	<p>Se logró identificar la información que tienen de los productores de la zona y de donde se abastecen de dicho producto.</p>
	Mi casita	Solo los que están en el mercado de abastos	
	La casa de al lado	Si conozco en Jr. Leoncio Prado, ref. al costado de la tienda de CURACAO, en el mercado también.	
	Cafetería Restaurante "NINA"	al menos 3 pero de ellos solo consumo a 1 que está cerca de mi negocio.	
	Cafetería "Doña Emilia"	Algunos, pero suelo comprar más en esta dirección Leoncio Prado 724 y después traigo de la ciudad de Cajabamba de la Sra. Juliana.	
	Cafetería Restaurante "Don coronel"	Los del mercado y después traigo de Santiago de Chuco o de Cajabamba porque conozco como lo preparan.	
	Restaurante "La choza de Don Mino"	No, porque el mismo dueño es el que provee de jamón, porque se dedica a la crianza de cerdos. Los trae de Cajabamba.	
	Restaurante "Colonial"	Solo de la Sra. Mashito. se ubica en la calle Leoncio Prado 724	
Restaurante "Viejo Molino"	Si los encuentras en el mercado de abastos, pero en mi caso prefiero de dos lugares que es en sus domicilios uno está en Leoncio Prado y el otro está a espaldas del colegio San Nicolás.		
El Colibrí Restaurant & Grill	Las Antucas, por el Taurikusi		

*Fuente: Elaboración propia*

**Tabla 10**

*Respuestas a la pregunta N° 06, realizadas a los dueños y/o administradores de los restaurantes de la ciudad de Huamachuco, 2020.*

<b>PREGUNTA</b>	<b>ENTREVISTADOS</b>	<b>RESPUESTA</b>	<b>ANÁLISIS</b>
<b>Pregunta N° 06</b>  ¿Cuál es la cantidad necesaria en kilos que compra de jamón serrano artesanal para cumplir con sus pedidos? y ¿Cuál es la frecuencia de compra?	Cafetería y Pastelería "San Francisco"	Acá lo venden en libras y en kilos, cuando compro de su vecina de mi nona, compro 8 libras que me dura para una semana aproximadamente y si compro del mercado es en kilos allí solo 4 kilos por el mismo tiempo una semana	Se puede determinar que los establecimientos entrevistados son nuevos canales de comercialización debido al consumo que registran por semana.
	Mi casita	5kg para 2 semanas, pero lo traigo de Cajabamba	
	La casa de al lado	5 o 6 libras por semana en temporadas altas.	
	Cafetería Restaurante "NINA"	8 libras por 3 semanas.	
	Cafetería "Doña Emilia"	Una pierna que equivale a un aproximado de 8 libras y si es brazo de 10 libras que me dura para un mes.	
	Cafetería Restaurante "Don coronel"	Compraba aproximadamente 5 kilos para una quincena, pero últimamente ya no compro porque me salió mal.	
	Restaurante "La choza de Don Mino"	El dueño trae para 2 semanas un aproximado de 3 o 4 kilos (una pierna)	
	Restaurante "Colonial"	Nosotros compramos en libras entre 6 a 8 libras para 2 semana	
Restaurante "Viejo Molino"	Poco, porque nos salió mal la última vez que compramos.		
El Colibrí Restaurant & Grill	Baja, porque solo conocemos un solo lugar donde comprar y no suelen tener siempre jamones		

## V. DISCUSIÓN

Estudios de consumo de jamón donde intervengan actitudes y percepciones no se encontró, pero si sobre las actitudes y percepciones, como identificarlas a la hora de decidir por uno u otro producto. Este es el caso del “Estudio de las actitudes y percepciones de los consumidores hacia los vinos de las denominaciones” comunidades como referentes en el estudio Alicante y Valencia. (German Mora, 2005), me ayudo identificando la actitud del etnocentrismo que no es otra cosa que la identificación de un grupo de personas por su cultura, sus costumbres y esto es lo que sucede con el jamón serrano, su consumo se realiza en cada reunión familiar, fiesta patronal, o novenas religiosas.

Nuevamente logramos coincidir con el “artículo La belleza es salud”, donde refiere el consumo de carne de cerdo como un alimento beneficioso, que aporta con muchas bondades al cuerpo humano, lo mismo sucede en las respuestas brindadas por los participantes de la presente investigación, recomiendan su consumo porque ayuda con nutrientes al que lo consume, refieren que las carnes deshidratadas como lo es el jamón serrano artesanal de cerdo. Además, indican que su proceso de fabricación es artesanal y saludable porque es cero conservantes.

Según Vallerand, (1994): en su definición b) implica una organización, es decir, una relación entre aspectos cognitivos, afectivos y conativos. Son las 3 categorías que permitió determinar las actitudes sobre el consumo del jamón que las familias de Huamachuco prefieren consumir. Muestran un apego y arraigo de generación en generación.

Lo mismo sucede con lo que plantea Schiffman y Kanuk (2000) Los consumidores perciben la calidad en los productos mediante 2 formas: intrínsecamente (peso, color, sabor y aroma) y extrínsecamente (precio, empaque, advertencia). EL consumidor para poder adquirir o no un jamón se fija en su mayoría por el olor y la apariencia de la pierna o brazo

## **VI. CONCLUSIONES**

Se concluye que en la presente investigación los participantes recomiendan el consumo del jamón serrano artesanal por considerarse un producto procesado al natural sin el uso de conservantes, además, que es nutritivo a quienes lo consumen, en cualquiera de las presentaciones o potajes que se suele consumir.

El jamón serrano es consumido mayormente en fiestas patronales principalmente, reuniones familiares, aniversarios de las instituciones locales, es el típico compañero de un buen café, Shambar los días lunes y en diversos potajes que es consumido en los hogares huamachuquinos.

Tiene horas fijas que es ofrecido en los establecimientos participantes tales como es en los desayunos, en las cenas y son días específicos que los ofrecen.

El no tener identificados productores y/o distribuidores es por ello que muchos de los establecimientos no se encuentran abastecidos del producto, tal como refieren solo conocen 1 o 2, que llegaron allí por recomendación, estos productores dependen del abastecimiento de carne de cerdo de buena calidad para que puedan realizar jamones. Refieren los productores que no siempre traen buenos cerdos, en muchas ocasiones es escasa la carne de cerdo.

Se concluye que el jamón es un producto que necesita estar presente en los diferentes potajes locales propios de la gastronomía y evitar que desaparezcan con el pasar de los años, porque refieren los participantes, cuando en casa o en los establecimientos hay reuniones el rey de la mesa es un buen trozo de jamón en sus diferentes presentaciones.

Me permitió conocer más sobre las normas internacionales, nacionales y locales, que rigen cuando de alimentos se trata, su producción, manipulación, por ejemplo, en el salado de las piezas de cerdo, determinar cuánto de sal es lo ideal. Además, el tipo de alimento que debe de consumir los cerdos, los mataderos, las normas de salubridad y como debería de estar todo el personal que son quienes están en contacto con la carne de cerdo.

## **VII. RECOMENDACIONES**

Se recomienda fomentar por parte de la municipalidad la creación de asociaciones de criadores de cerdos y de esta manera no dejar desabastecidos a los productores de jamones en diversas épocas del año.

Es necesario la existencia de una asociación de restaurantes, con el fin de incluir el jamón en sus diversos platillos típicos de la zona.

Se recomienda por parte de los establecimientos capacitar a su personal y también instaurar modificaciones a como su personal manipula los alimentos.

Se recomienda a los productores y los establecimientos en estudio la participación en las ferias de la zona para hacer conocer su producto.

## REFERENCIAS

- ABC. (noviembre de 2010). *Definición* - ABC.  
<https://www.definicionabc.com/social/afectivo.php>
- Agencia Agraria de Noticias. (17 de junio de 2019). *agraria.pe*.  
<https://agraria.pe/noticias/produccion-nacional-de-carne-de-cerdo-alcanza-las-240-mil-to-19212>
- Agurto, M. (18 de junio de 2020). *come cerdo come sano*  
<https://www.comecerdocomesano.com/single-post/2020/06/18/La-belleza-tambi%C3%A9n-es-salud>
- Allport, G. (1935). *Attitudes*. In C. M. Murchison. Handbook of Social Psychology. Winchester, MA: Clark University Press.
- Animal Gourmet. (25 de marzo de 2019). <https://www.animalgourmet.com>.  
<https://www.animalgourmet.com/2019/03/25/tecnica-ahumado-fria-caliente-tendencia-gastronomica/>
- Arellano, & Cueva. (2010). *Comportamiento del Consumidor*. Trujillo.
- Aritomi, C. (2016). jamón serrano artesanal en Perú.
- ASALE. (2014). Definiciones del Jamón. ASALE.
- Asunción Alonso, E. (26 de marzo de 2010). *Geografía - Territorio*. <http://geografia-territorio.blogspot.com/2010/03/huamachuco.html>
- Barragan. (2017).
- Cambridge University Press. (1995). Definiciones del Jamón Curado. *Cambridge*.
- CODEX STAN 96-1981. (2015). *codex alimentarius* [www.codexalimentarius.org](http://www.codexalimentarius.org)

- Concepto.de. (24 de mayo de 2020). *concepto.de* <https://concepto.de/cognitivo/>
- CONCYTEC. (2018). *Reglamento de calificación, clasificación y registro de los investigadores del sistema nacional de ciencia, tecnología e innovación tecnológica - reglamento RENACYT*. Lima: [www.concytec.gob.pe](http://www.concytec.gob.pe).
- Cruz Hoyos, J., & Gómez Ortiz, M. (2015). *Comportamiento del consumidor y posicionamiento de marca: Estudio de caso en el sector calzado de la ciudad de Manizales*. Manizales: Universidad de Manizales. Facultad de Ciencias Contables Económicas y Administrativas.
- D.S. N° 007-98-SA. (setiembre de 1998). *MINSA*  
<https://www.gob.pe/institucion/minsa/normas-legales/256394-007-98-sa>
- DIAZ, M., & BUSTAMANTE, V. (2012). *Actitudes y percepciones sobre las fragancias de lujo en españa - investigación en la comunidad de madrid*. madrid: tesis doctoral.
- etimologias. (20 de junio de 2020). *Etimologias-dechile*  
<http://etimologias.dechile.net/?conativo>
- FAO - Codex. (1999). *FAO*. <http://www.fao.org/noticias/1999/codex-s.htm>
- FAO. (17 de abril de 2019). *Producción de carne de cerdo en el 2018*.  
[https://www.3tres3.com/ultima-hora/fao-produccion-y-comercio-mundial-de-carne-de-cerdo-en-2018\\_40972/](https://www.3tres3.com/ultima-hora/fao-produccion-y-comercio-mundial-de-carne-de-cerdo-en-2018_40972/)
- German Mora, G. M. (2005). *Estudio de las actitudes y percepciones de los consumidores hacia los vinos de las denominaciones*. Valencia, España.

GESTIÓN. (21 de mayo de 2019). Diario *Gestion*

<https://gestion.pe/economia/produccion-peruana-carne-cerdo-creceria-sustituiria-importaciones-pestes-porcina-china-267505-noticia/>

Hernandez, Fernandez y Baptista. (2014). *Metodología de la Investigación - Sexta Edición*. México D.F.: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

La Republica. (23 de octubre de 2019). Diario La Republica

<https://larepublica.pe/sociedad/2019/10/23/arequipa-en-primer-lugar-de-consumo-de-carne-de-cerdo->

[lrsd/#:~:text=Arequipa%20se%20sit%C3%BAa%20como%20la,promedio%20es%20de%208%20kilos.](https://larepublica.pe/sociedad/2019/10/23/arequipa-en-primer-lugar-de-consumo-de-carne-de-cerdo-)

Lazar Kanuk, L., & Schiffman, L. (2010). *Comportamiento del Consumidor - 10ma. Edición*. México: Pearson Education.

Lincoln, & Guba. (1985). *Metología de la Investigación*. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Mercado Montes, J. A. (2017). *Enciclopedia filosofica online*.

<http://www.philosophica.info/voces/maslow/Maslow.html#toc29>

Palazuelos, J., & Blázquez, Ó. (2013). El mercado de Embutidos y Jamón en Perú. *ICEX*, 4.

S. Carver, C. (2014). Abraham Maslow y la psicología transpersonal. En C. S. Carver, *Teorías de la personalidad 7ma. Edicion* (págs. 458-494). México: Cámara Nacional de la Industria Mexicana.  
<http://biblio3.url.edu.gt/Libros/2013/teo-per/14.pdf>



SIEA-MINAGRI. (24 de Abril de 2018). *Sistema Integrado de Estadística Agraria*.

<http://siea.minagri.gob.pe/siea/?q=noticias/al-2021-se-espera-incrementar-10-kilos-el-consumo-c%C3%A1pita-de-carne-cerdo>

ZAVALA POPE, J. M. (2009). *Jamón Serrano Peruano - del norte / planchado*. Lima:

Ministerio de Agricultura - Dirección General de Competitividad Agraria.

## **ANEXOS**

## Anexo 1: Matriz de Consistencia

TÍTULO INVESTIGACIÓN	PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ÁMBITO TEMÁTICO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS
ACTITUDES Y PERCEPCIONES SOBRE EL CONSUMO DEL JAMÓN SERRANO ARTESANAL EN LOS RESTAURANTES DE LA CIUDAD DE HUAMACHUCO AÑO 2020.	¿Cuáles son las actitudes y percepciones sobre el consumo de jamón serrano artesanal en los restaurantes de la ciudad de Huamachuco año 2020?	Conocer las actitudes y percepciones sobre el consumo de jamón serrano artesanal de los restaurantes de la ciudad de Huamachuco.	<p>1.- Identificar las actitudes y percepciones sobre el consumo del jamón serrano artesanal en las cafeterías - restaurantes.</p> <p>2.- Identificar la estación del año que más se consume jamón serrano artesanal.</p> <p>3.- Identificar en qué tipo de presentación prefieren al jamón serrano.</p> <p>4.- Identificar las estrategias que los dueños y/o administradores de las cafeterías realizan para fomentar el consumo del jamón serrano artesanal.</p> <p>5.- Identificar nuevos canales de comercialización.</p>	<b>Actitudes y percepciones sobre el consumo del jamón serrano artesanal</b>	Según Vallerand, (1994): a) es un constructo o variable no observable directamente; b) implica una organización, es decir, una relación entre aspectos cognitivos, afectivos y conativos.	Se analizará mediante una entrevista realizada a dueños y/o administradores de los restaurantes sobre el consumo del jamón serrano artesanal teniendo en cuenta las siguientes categorías: Afectiva conativa, cognitiva, intrínsecamente y extrínsecamente	Afectivo	Empatía frente al consumo de jamón serrano
					Sentimiento frente al consumo de jamón serrano			
					Conativo		Compromiso sobre el consumo del jamón serrano.	
							Fomentar el consumo del jamón serrano.	
					Cognitivo		Conocimiento si el consumo de jamón serrano perjudica la salud.	
							Conocer las bondades de consumir jamón serrano	
					intrínsecamente		Peso ideal del jamón serrano	
							Color amarillo característico del buen jamón serrano.	
							Sabor exquisito del jamón serrano.	
					Extrínsecamente		El aroma ha de ser intenso, pero agradable y equilibrado al mismo tiempo del jamón serrano y debe tener mínimo 20 días de curado.	
							El precio justo acorde al mercado.	
							El jamón serrano debe disponer de un empaque idóneo para ser despachado.	
			Cuando el jamón serrano es enviado a distancia debe contener una advertencia de perecible.					

## **Anexo 2: Instrumento de recolección de datos**

### **Guía de entrevista**

Nombre de su Establecimiento: .....

Indique el tipo de establecimiento que dirige: .....

¿Mencione su horario de atención?: .....

Buenos días Sra., Sr. gracias por disponer de su tiempo para responder la presente entrevista, de paso informarle que la información que nos brinde el día de hoy me permitirá fortalecer el desarrollo de la presente investigación y su uso será exclusivamente con fines académicos, además que le ayudará a su establecimiento en alternativas de mejorar los productos ofrecidos por sus proveedores.

#### **Preguntas:**

- 1. ¿Cuántos años de funcionamiento tiene su establecimiento en la ciudad de Huamachuco?**
- 2. ¿Ud. o su familia alguna vez ha consumido jamón serrano artesanal de Huamachuco? Comente.**
- 3. ¿Considera Ud. que consumir jamón serrano es una tradición familiar? y ¿Desde cuándo consume jamón serrano artesanal Ud. y su familia?**
- 4. ¿En qué potajes ofrece al jamón serrano artesanal como parte o como insumo principal? Mencionar algunos.**
- 5. ¿Conoce Ud. algún productor o vendedor de jamón serrano artesanal en Huamachuco y donde se ubican? Mencionar**
- 6. ¿Cuál es la cantidad necesaria en kilos que compra de jamón serrano artesanal para cumplir con sus pedidos? y ¿Cuál es la frecuencia de compra?**
- 7. ¿Cómo logra reconocer si el jamón serrano artesanal es de buena calidad y cumple con lo que Ud. necesita?**

8. **¿En qué ocasiones sus clientes solicitan potajes con jamón serrano artesanal?**
9. **¿Mencione en qué temporada del año tiene mayor demanda de jamón serrano artesanal?**
10. **¿Recomendaría el consumo de jamón serrano de Huamachuco?, ¿Por qué?**

### Anexo 3: Formulario de Google



## Entrevista: Actitudes y percepciones sobre el consumo del jamón serrano artesanal en las cafeterías - restaurantes de la ciudad de Huamachuco año 2020.

Buenos días Sra., Sr. gracias por disponer de su tiempo para responder la presente entrevista, de paso informarle que la información que nos brinde el día de hoy me permitirá fortalecer el desarrollo de la presente investigación y su uso será exclusivamente con fines académicos, además que le ayudará a su establecimiento en alternativas de mejorar los productos ofrecidos por sus proveedores.

Figura 2 Formulario de Google

## Anexo 4: Producción mundial de cerdo al 2018

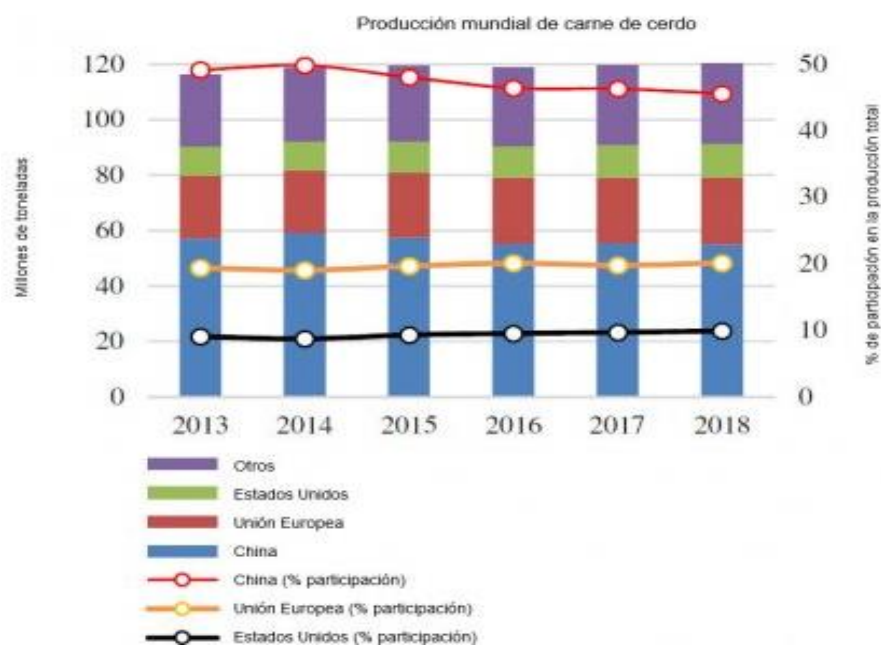


Figura 3 Producción mundial de carne de cerdo - (FAOSTAT, 2018)

## Anexo 5: DS\_4\_2014\_SA que modifica al DS 007\_98\_SA



Figura 4 DS\_4\_2014\_SA que modifica al DS 007\_98\_SA



consumo humano de procedencia nacional, importados y de exportación.

Que, el segundo párrafo del artículo 8° del Reglamento de la Ley de Inocuidad de los Alimentos, aprobado por Decreto Supremo N° 034-2008-AG, ha previsto que los proveedores deben cumplir con la normativa sanitaria sustentada en la aplicación de los Principios Generales de Higiene, así como las Buenas Prácticas Agrícolas, Buenas Prácticas de Pesca y Acuícolas, Buenas Prácticas de Manufactura, Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP) y otras normas establecidas por las autoridades competentes.

Que mediante Resolución Ministerial N° 365-2013/ MINSAL, de fecha 26 de junio de 2013, se dispuso la republicación del proyecto de Decreto Supremo que modifica el Reglamento para la Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas, aprobado por Decreto Supremo N° 007-98-SA, a fin de recibir las sugerencias y comentarios de las entidades públicas o privadas, así como de la ciudadanía en general.

Que, a fin de garantizar la inocuidad de los alimentos y bebidas destinados al consumo humano y proteger la salud de las personas, resulta necesario efectuar modificaciones al Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas, aprobado por Decreto Supremo N° 007-98-SA.

De conformidad con lo dispuesto en el numeral 6 del artículo 118° de la Constitución Política del Perú y en la Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo,

**DECRETA:**

**Artículo 1°.-** Modificación del artículo 58°, primer párrafo e inciso c.1 del literal c) del artículo 88°, literales a) y b) del artículo 89°, artículo 91° y artículo 95° del Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas, aprobado por Decreto Supremo N° 007-98-SA.

Modifíquese el artículo 58°, primer párrafo e inciso c.1 del literal c) del artículo 88°, literales a) y b) del artículo 89°, artículo 91° y artículo 95° del Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas, aprobado por Decreto Supremo N° 007-98-SA, de acuerdo al siguiente detalle:

**Artículo 58°.-** Control de calidad sanitaria e inocuidad

Para el control de la calidad sanitaria e inocuidad de los alimentos y bebidas, en todo establecimiento de fabricación, elaboración, fraccionamiento y almacenamiento de alimentos y bebidas destinados al consumo humano, se deben aplicar los Principios Generales de Higiene del Código Alimentario, y cuando corresponda, adicionalmente el Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP), los cuales son los patrones de referencia para la vigilancia sanitaria.

La Autoridad de Salud de nivel nacional o la que ésta delegue otorgará las certificaciones sanitarias conforme a lo señalado en los artículos 58-A y 58-B del presente Reglamento.

Las funciones de Certificación de Principios Generales de Higiene del Código Alimentario y la Certificación de la Validación Técnica Oficial del Sistema de Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP) podrán ser delegadas a las Direcciones de Salud (DISAs) o quien haga sus veces, así como a las Direcciones Regionales de Salud (DIREASAs) o Gerencias Regionales de Salud (GERESAs) o las que hagan sus veces a nivel regional, previa evaluación de su idoneidad técnica en la aplicación y verificación del Sistema HACCP y/o los Principios Generales de Higiene, según corresponda, realizada por la Autoridad de Salud de nivel nacional.

**Artículo 88°.-** Solicitud para la Certificación

Para efectos de la expedición del Certificado Sanitario Oficial de Exportación, el interesado debe presentar a la Autoridad de Salud de nivel nacional la correspondiente solicitud, de preferencia dentro de los tres (3) días hábiles anteriores a la fecha del embarque. Esta solicitud debe consignar la siguiente información:

(...)

c) Origen del producto

c.1) Número de la Resolución que certifique la Validación Técnica Oficial del Plan HACCP otorgada por la Autoridad de Salud de nivel nacional.

(...)

**Artículo 89°.-** Documentos obligatorios para la solicitud

Adjunto a la solicitud, el interesado deberá presentar la siguiente documentación:

a) Informe de la evaluación higiénico-sanitaria del producto o embarcarse en lo que respecta a las condiciones de almacenamiento, envase y empaque, expedido por un organismo de inspección acreditado por INDECOPI u otro organismo acreditador de país extranjero, que cuente con reconocimiento internacional, es decir, sea firmante del Acuerdo de Reconocimiento Mutuo de ILAC (International Accreditation Cooperation) o del IAAC (Inter American Accreditation Cooperation).

b) Informe de análisis de las muestras seleccionadas y tomadas del respectivo lote de embarque por el organismo de inspección a que se refiere el inciso a) del presente artículo. Dicho informe de análisis debe ser expedido por un laboratorio acreditado por INDECOPI u otro organismo acreditador de país extranjero que cuente con reconocimiento internacional, es decir, sea firmante del Acuerdo de Reconocimiento Mutuo de ILAC (International Accreditation Cooperation) o del IAAC (Inter American Accreditation Cooperation).

(...)

**Artículo 91°.-** Servicios de laboratorio y de organismo de inspección

El laboratorio y el organismo de inspección acreditados por INDECOPI u otro organismo acreditador de país extranjero que cuente con reconocimiento internacional, es decir, sea firmante del Acuerdo de Reconocimiento Mutuo de ILAC (International Accreditation Cooperation) o del IAAC (Inter American Accreditation Cooperation), son de libre elección por el interesado, quien contratará directamente sus servicios y cubrirá los gastos respectivos.

**Artículo 95°.-** Habilitación de Planta

Un establecimiento que cuenta con la certificación de la Validación Técnica Oficial del Plan HACCP para una determinada línea de producción, otorgada por la Autoridad de Salud de nivel nacional, se considerará habilitado sanitariamente sólo para dicha línea.

El otorgamiento de la certificación de la Validación Técnica Oficial del Plan HACCP por parte de la Autoridad de Salud de nivel nacional representa el cumplimiento de todos los requisitos y condiciones sanitarias del establecimiento, aplicando el Sistema de Análisis de Peligros y de Puntos Críticos de Control (HACCP) para la fabricación de alimentos y bebidas elaborados industrialmente destinados al consumo nacional y para la exportación.

**Artículo 2°.-** Incorporación de los artículos 58-A, 58-B, 58-C, 58-D y 58-E al Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas, aprobado por Decreto Supremo N° 007-98-SA.

Incorpórese los artículos 58-A, 58-B, 58-C, 58-D y 58-E al Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas, aprobado por Decreto Supremo N° 007-98-SA, conforme al siguiente detalle:

**Artículo 58-A.-** Certificación de la Validación Técnica Oficial del Plan HACCP

La certificación de la Validación Técnica Oficial del Plan HACCP expresa la verificación de la correcta aplicación del Sistema HACCP por cada línea de producción y en cada establecimiento de fabricación de alimentos y bebidas; la cual es otorgada por la Autoridad de Salud de nivel nacional o la que ésta delegue.

Para fines de exportación, la certificación de la Validación Técnica Oficial del Plan HACCP, debe ser otorgada por la Autoridad de Salud de nivel nacional.

La certificación de la Validación Técnica Oficial del Plan HACCP se otorga por cada línea de producción.

La certificación de la Validación Técnica Oficial del Plan HACCP se otorga especificando cada uno de los productos que involucra la línea de producción en cada establecimiento de fabricación de alimentos y bebidas.

La certificación de la Validación Técnica Oficial del Plan HACCP, tiene una vigencia de dos (2) años contados a partir de la fecha de su otorgamiento. Es responsabilidad de la empresa mantener las condiciones sanitarias en las cuales se otorgó la certificación, durante el periodo de vigencia de la misma; así como contar con la certificación vigente permanentemente durante el ejercicio de su producción.

La vigencia de la certificación de la Validación Técnica Oficial del Plan HACCP otorgada está condicionada a la vigilancia que ejerce la autoridad sanitaria, la misma que puede realizarse de oficio o a petición de parte. De comprobarse el incumplimiento de las condiciones bajo las cuales se otorgó la certificación de la Validación Técnica Oficial del Plan HACCP, se procederá a cancelar la misma.

Son requisitos para la certificación de la Validación Técnica Oficial del Plan HACCP, la presentación de los siguientes documentos:

- Solicitud con carácter de Declaración Jurada, firmada por el Representante Legal, conforme al formato que establezca la Autoridad de Salud de nivel nacional.
- Manuales de Programa de Buenas Prácticas de Manipulación o Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y Programa de Higiene y Saneamiento (PHS).
- Última versión del Plan HACCP por línea de producto.
- Pago por derecho de tramitación.

Las demás disposiciones técnicas referidas a la aplicación del Sistema HACCP en la fabricación de alimentos y bebidas, se encuentran contenidas en la norma sanitaria vigente.

Los establecimientos que fabriquen o elaboren alimentos y bebidas de alto riesgo, deben contar obligatoriamente con la certificación de la Validación Técnica Oficial del Plan HACCP.

#### **Artículo 58-B.- Certificación de Principios Generales de Higiene del Codex Alimentarius (PGH)**

Los Principios Generales de Higiene del Codex Alimentarius comprenden el Programa de Buenas Prácticas de Manipulación o Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y el Programa de Higiene y Saneamiento (PHS).

La micro y pequeña empresa (MYPE) debe contar obligatoriamente con la certificación de Principios Generales de Higiene del Codex Alimentarius (PGH), a excepción de aquella que fabrique o elabore alimentos y bebidas de alto riesgo que debe contar con la certificación de la Validación Técnica Oficial del Plan HACCP vigente.

La certificación de Principios Generales de Higiene del Codex Alimentarius expresa la verificación de la correcta aplicación de dichos principios, la cual es otorgada por la Autoridad de Salud de nivel nacional o la que ésta delegue.

La certificación se otorga por establecimiento de fabricación de alimentos y bebidas.

La certificación de Principios Generales de Higiene del Codex Alimentarius (PGH), tiene una vigencia de dos (2) años contados a partir de la fecha de su otorgamiento. Es responsabilidad de la empresa mantener las condiciones sanitarias en las cuales se otorgó la certificación, durante el periodo de vigencia de la misma; así como contar con la certificación vigente permanentemente durante el ejercicio de su producción.

La vigencia de la certificación otorgada, está condicionada a la vigilancia que ejerce la autoridad sanitaria, la misma que puede realizarse de oficio o a petición de parte. De comprobarse el incumplimiento de las condiciones bajo las cuales se otorgó la certificación, se procederá a cancelar la misma.

#### **Artículo 58-C.- Evaluación sanitaria para la Certificación de Principios Generales de Higiene del Codex Alimentarius (PGH)**

Para la certificación de Principios Generales de Higiene del Codex Alimentarius (PGH) durante la inspección se verifica la implementación y/o condiciones de los aspectos siguientes:

- Infraestructura.
- Programa de Buenas Prácticas de Manipulación o Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).
- Programas de Higiene y Saneamiento.

La evaluación se realiza en base a lo establecido en el Título IV - De la fabricación de alimentos y bebidas, del presente Reglamento.

#### **Artículo 58-D.- Requisitos**

Son requisitos para la certificación de Principios Generales de Higiene del Codex Alimentarius (PGH), la presentación de los siguientes documentos:

- Solicitud con carácter de Declaración Jurada, firmada por el Representante Legal, conforme al formato que establezca la Autoridad de Salud de nivel nacional.
- Manuales de Programa de Higiene y Saneamiento (PHS) y Programa de Buenas Prácticas de Manipulación o Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), los mismos que deben ser firmados en forma idéntica por cualquiera de los siguientes profesionales, tales como: Biólogo, Ingeniero Industrial, Microbiólogo, Ingeniero Químico, Ingeniero Alimentario, Ingeniero Agroindustrial, o afín, debidamente colegiado y habilitado.
- Pago por derecho de tramitación.

#### **Artículo 58-E.- Tramitación y expedición de la certificación de Principios Generales de Higiene del Codex Alimentarius (PGH)**

El procedimiento tiene un plazo máximo de treinta (30) días hábiles, dentro de los cuales se realiza la revisión documental y la inspección sanitaria a fin de verificar el cumplimiento de los requisitos, y se emite el acto administrativo que declara el otorgamiento o denegación de la solicitud.

De existir derechos pendientes de pago o la documentación presentada no se ajusta a lo requerido impidiendo la continuación del procedimiento, la Autoridad de Salud de nivel nacional o la que ésta delegue, por única vez, deberá notificar al administrado a fin que realice la subsanación correspondiente en un plazo no mayor de dos (2) días hábiles.

De hallarse observaciones durante la inspección, se puede otorgar el plazo de diez (10) días hábiles como máximo, para la subsanación.

Los plazos para subsanar observaciones se encuentran dentro del plazo máximo de treinta (30) días hábiles contados desde el inicio del procedimiento.

#### **Artículo 3°.- Refrendo**

El presente Decreto Supremo es refrendado por el Presidente del Consejo de Ministros, el Ministro de Economía y Finanzas, el Ministro de la Producción, el Ministro de Agricultura y Riego, la Ministra de Comercio Exterior y Turismo, y la Ministra de Salud.

#### **DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES**

##### **Primera.- Vigencia**

Las disposiciones contenidas en el artículo 1° del presente Decreto Supremo entran en vigencia el día siguiente de su publicación en el Diario Oficial "El Peruano". Las disposiciones contenidas en el artículo 2° del presente Decreto Supremo, entran en vigencia a los sesenta (60) días hábiles, contados a partir del día siguiente de su publicación en el Diario Oficial "El Peruano".

##### **Segunda.- Plazo para la obtención de la Certificación de Principios Generales de Higiene (PGH)**

La micro y pequeña empresa (MYPE) deberá en el plazo de dos (2) años, contado a partir de la entrada en vigencia del artículo 2° del presente Decreto Supremo, obtener la certificación de Principios Generales de Higiene del Codex Alimentarius (PGH). Dicho plazo no exime el cumplimiento de la normativa sanitaria.

**Tercera.- Plazo para que las micro y pequeña empresa (MYPES) obtenga la Certificación de la Validación Técnica Oficial del Plan HACCP**

Las micro y pequeñas empresas (MYPES) deberán en el plazo de cuatro (4) años, contados a partir de la entrada en vigencia del artículo 2° del presente Decreto Supremo, obtener la certificación de la Validación Técnica Oficial del Plan HACCP. Dicho plazo no exime el cumplimiento de la normativa sanitaria.

**Cuarta.- Aprobación de la lista de alimentos y bebidas de alto riesgo**

La Autoridad de Salud de nivel nacional, en un plazo de cuarenta y cinco (45) días hábiles contados a partir del día siguiente de la publicación del presente Decreto Supremo en el Diario Oficial "El Peruano", aprobará mediante Resolución Ministerial la lista de alimentos y bebidas de alto riesgo.

**DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA  
TRANSITORIA**

**Única.- Regulación Transitoria**

Los procedimientos administrativos iniciados antes de la entrada en vigor del presente Decreto Supremo, se regirán por la normativa anterior hasta su conclusión, no obstante son aplicables a los procedimientos en trámite, las disposiciones del presente Decreto Supremo que reconozcan derechos o facultades a los administrados frente a la administración.

**DISPOSICIÓN COMPLEMENTARIA  
DEROGATORIA**

**Única.- Derogación**

Deróguese a partir de la vigencia del artículo 1° del presente Decreto Supremo, los artículos 94°, 96°, 97°, 98°, 99° y 100° del Reglamento sobre Vigilancia y Control Sanitario de Alimentos y Bebidas aprobado por Decreto Supremo N° 007-98-SA.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los veintinueve días del mes de marzo del año dos mil catorce.

**OLLANTA HUMALA TASSO**  
Presidente Constitucional de la República

**RENÉ CORNEJO DÍAZ**  
Presidente del Consejo de Ministros  
y Encargado del Despacho del  
Ministerio de Economía y Finanzas

**PIERO GHEZZI SOLÍS**  
Ministro de la Producción

**JUAN MANUEL BENITES RAMOS**  
Ministro de Agricultura y Riego

**MAGALI SILVA VELARDE-ÁLVAREZ**  
Ministra de Comercio Exterior y Turismo

**MIDORI DE HABICH ROSPIGLIOSI**  
Ministra de Salud

1068539-6

**Anexo 6: CODEX STAN 96-1981 “Norma Para El Jamón Curado Cocido”**

# CODEX ALIMENTARIUS

NORMAS INTERNACIONALES DE LOS ALIMENTOS



Organización de las Naciones  
Unidas para la Alimentación  
y la Agricultura



Organización  
Mundial de la Salud

E-mail: [codex@fao.org](mailto:codex@fao.org) - [www.codexalimentarius.org](http://www.codexalimentarius.org)

---

**NORMA PARA EL JAMÓN CURADO COCIDO**  
**CODEX STAN 96-1981**

**Adoptado en 1981. Revisión: 1991, 2014 y 2015.**

**Figura 5** CODEX STAN 96-1981 “Norma Para El Jamón Curado Cocido”

## 1. ÁMBITO DE APLICACIÓN

Esta Norma se aplica a los productos denominados "jamón cocido" envasados en un material de envase adecuado.

No se aplica a los productos de jamón cocido cuyas características de composición sean distintas de las especificadas en la Norma. Estos productos se designarán con una declaración calificativa que describa la verdadera naturaleza, evitando que se induzca a error al consumidor y se confundan con los productos regulados por esta Norma.

## 2. DESCRIPCIÓN

El producto deberá prepararse con carne de las patas traseras del cerdo - separadas transversalmente del resto del costado en un punto que no esté más adelante que la extremidad del hueso de la cadera. Se descartarán todos los huesos, cartilagos, tendones y ligamentos desprendidos. Podrán quitarse o no, a voluntad, el pellejo y la grasa.

La carne deberá ser curada, y podrá ser ahumada, sazonada con especias y/o aromatizada.

El tratamiento térmico a que el producto se haya sometido y el tipo de curado y el envasado deberán ser suficientes para asegurar que el producto no presente ningún riesgo para la salud pública y se mantenga en buen estado en las condiciones de almacenamiento, transporte y venta.

## 3. COMPOSICIÓN Y FACTORES ESENCIALES DE CALIDAD

### 3.1 Ingredientes esenciales

- Jamón no curado
- Salmuera, compuesta de agua y sal de calidad alimentaria y nitrito de sodio o de potasio

### 3.2 Ingredientes facultativos

- Sacarosa, azúcar invertido, dextrosa (glucosa), lactosa, maltosa, jarabe de glucosa (Incluido el jarabe de malz), miel
- Especias, aderezos y condimentos
- Proteínas aromáticas hidrolizadas, solubles en agua
- Gelatina de calidad alimentaria

### 3.3 Factores esenciales de calidad

#### 3.3.1 Materias primas

Los ingredientes con que se prepare el producto deberán ser de calidad apta para el consumo humano y estar exentos de olores y sabores objetables.

#### 3.3.2 Producto final

El producto deberá estar limpio y sustancialmente exento de manchas y contaminación debidas al envase. La carne deberá estar curada de modo uniforme y completo, y poder cortarse en lonjas.

### 3.4 Contenido de carne

- Porcentaje medio de proteínas de carne en el producto sin grasa:  $\geq 18,0\%$
- Porcentaje mínimo de proteínas de carne en el producto sin grasa:  $= 16,5\%$  (mínimo absoluto)

(Para los productos envasados, el porcentaje de proteínas de carne se calcula respecto del contenido total del envase y con corrección para tener en cuenta la gelatina, en caso de que ésta se haya añadido - véase la Sección 8.1).

## 4. ADITIVOS ALIMENTARIOS

El uso de sustancias conservadoras y humectantes utilizados de acuerdo con los Cuadros 1 y 2 de la Norma General para los Aditivos Alimentarios (CODEX STAN 192-1995) en la categoría de alimentos 08.2.2 "Productos cárnicos, de aves de corral y caza elaborados, tratados térmicamente, en piezas enteras o en cortes" y sus categorías de alimentos generales es aceptable en los alimentos regulados por esta norma. En los alimentos regulados por esta Norma solamente es aceptable el uso de determinados aditivos alimentarios del Cuadro 3 (tal como se indican en el Cuadro 3).

El uso de aromatizantes debe concordar con las Directrices para el uso de aromatizantes (CAC/GL 66-2008).

Se aplicará la sección 4.1 de la *Norma General para los Aditivos Alimentarios* (CODEX STAN 192-1995), que se refiere a las condiciones aplicables a la transferencia de aditivos alimentarios de ingredientes y materias primas a los alimentos.

## 5. CONTAMINANTES

Los productos a los que se aplican las disposiciones de la presente Norma deberán cumplir con los niveles máximos de la *Norma General para los Contaminantes y las Toxinas presentes en los Alimentos y Piensos* (CODEX STAN 193-1995).

Los productos a los que se aplican las disposiciones de la presente Norma deberán respetar los límites máximos de plaguicidas y/o medicamentos veterinarios establecidos por la CAC.

## 6. HIGIENE

Se recomienda que los productos regulados por las disposiciones de la presente Norma se preparen de conformidad con las secciones apropiadas de los *Principios generales de higiene de los alimentos* (CAC/RCP 1-1969), el *Código de práctica de higiene para la carne* (CAC/RCP 58-2004), el *Código de prácticas de higiene para alimentos poco ácidos y alimentos poco ácidos acidificados envasados* (CAC/RCP 23-1979) y otros textos pertinentes del Codex, como códigos de prácticas y códigos de prácticas de higiene.\*

Los productos deberán cumplir con los criterios microbiológicos establecidos de conformidad con los *Principios y directrices para el establecimiento y la aplicación de criterios microbiológicos para los alimentos* (CAC/GL 21-1997).

## 7. ETIQUETADO

Se aplicarán las siguientes disposiciones de la *Norma General para el Etiquetado de los Alimentos Preenvasados* (CODEX STAN 1-1985):

### 7.1 Nombre del alimento

El nombre del alimento que habrá de declararse en la etiqueta deberá ser "Jamón cocido".

El nombre del producto deberá incluir, según proceda, las denominaciones siguientes:

- "con piel"
- "en/con su jugo natural"
- "con adición de X" respecto de la gelatina, agar, alginatos o carragaen
- "ahumado"
- "con adición de ahumante"

Deberá hacerse una declaración que describa con exactitud el método de preparación, elaboración o presentación de manera que se vea simultáneamente con el nombre del producto, si su omisión pudiera inducir a error al consumidor.

### 7.2 Marcado de la fecha e instrucciones para la conservación

Para los productos estables en almacén la fecha de duración mínima deberá declararse por año.

Para los productos que no sean estables en almacén, es decir, que es de esperar que no duren como mínimo 18 meses en las condiciones normales de almacenamiento y venta, y que estén envasados en recipientes listos para ofrecerlos al consumidor, o que se destinen a los servicios de comidas para colectividades, la fecha de duración mínima se declarará por día, mes y año.

Para los productos que no sean estables en almacén y que estén envasados en recipientes no destinados a la venta directa al consumidor, o a los servicios de comidas para colectividades, se declararán las instrucciones para la conservación y distribución apropiadas.

### 7.3 Etiquetado de los envases no destinados a la venta al por menor

La información que se considere necesaria para el etiquetado de los envases destinados a la venta al por menor figura o bien en los envases no destinados a la venta al por menor o en los documentos que lo acompañan, salvo que el nombre del producto, el marcado de la fecha y las Instrucciones para la conservación, la identificación del lote y el nombre y la dirección del fabricante o del envasador deberán aparecer en el envase no destinado a la venta por menor.

No obstante, la identificación del lote y el nombre y la dirección del fabricante o del envasador podrán ser sustituidos por una señal de identificación, siempre que tal señal sea claramente identificable con los documentos que lo acompañen.

## 8. MÉTODOS DE ANÁLISIS

Véase CODEX STAN 234-1999

### 8.1 Corrección para tener en cuenta la gelatina añadida

Para los productos acerca de los cuales se desconozca la cantidad de gelatina añadida, se deberá restar el 0,5% de proteínas del porcentaje de proteínas referido al producto sin grasa.