



2

Más ▾ Siguiente blog»

Crear un blog Acceder

# Nuevo Viernes - Nuevo Libro

Nace con la misión de ayudar mediante la lectura de libros de management a difundir nuevas técnicas y conocimientos teórico-prácticos que puedan ayudar a la mejora continua en la gestión de las pymes, tanto a directivos como a profesionales, para hacer frente a los nuevos retos con más recursos. Con el objetivo y los valores de recomendar siempre libros que yo hubiese leído antes y supiese a fondo que realmente servirían de ayuda.

## Datos personales



G+ Javier Pérez Caro

Seguir

2.469

Consultor de Management, Profesor, Speaker, Mentor de #Startup en @Smart\_Pyme, @OpenFuture\_And (#EICubo), #SmartAgro, Blogger, #MTB

[Ver todo mi perfil](#)

## Google+ Followers

G+ Javier Pérez Caro

+ Añadir a círculos



2.468 me tienen en sus círculos.

[Ver todo](#)

## Reconocimientos

lunes, 5 de diciembre de 2016

## Ética, marketing y finanzas islámicas; El consumidor musulmán

Estimad@s amig@s

### Sinopsis

Vivimos en una nueva realidad. Algunas **tendencias empresariales** se consolidan: **acciones más éticas y responsables**, «one to one» en **microsegmentación** y delimitación de **nuevos mercados y sectores** de actividad.

El **cliente** de hoy es más exigente, está mejor formado e interactúa. En definitiva, está demandando que se dirijan hacia él tratando su **vertiente más emocional**. **Quien compra, decide**.

Nuestra función es adaptar la forma de **vender** a su **nueva realidad**. El objetivo del **libro** es hacer un compendio de los diversos elementos que se derivan del **islam**, en general, y del **concepto halal**, en particular, sobre el **consumidor musulmán**. Para lo cual se ha contado con la colaboración de los mejores profesionales y académicos sobre el tema, no solo de España, participan ocho países. Algunos capítulos están escritos en inglés y otros, en castellano. Los autores son **«glocales» e interdisciplinares**.

El **libro** se ha estructurado en cuatro partes: **ética, marketing, finanzas y consumidor musulmán**. En el primer bloque se aborda la **ética** como **elemento vertebrador** de la forma de **vida económica y empresarial**. En la segunda parte, se realiza una visión del **marketing islámico**. En el tercer bloque se abordan las **finanzas islámicas** y finaliza la **obra** con una cuarta parte que se centra en el **consumidor musulmán**.





## Páginas vistas



1,145,538

## Suscribirse Nuevo Vie



## Entradas más visitadas



La empresa colaborativa;  
La nueva revolución  
económica



EMPRESAS QUE  
SOBRESALEN Por qué unas  
sí pueden mejorar la  
rentabilidad y otras no



Espíritu de remontada; la  
energía necesaria para  
superar las dificultades de  
la vida

Alibaba y Jack Ma

«No he sido enviado sino para completar las buenas costumbres»

*Profeta Muhammad*

### Prólogo

La ética de la empresa es una ética cívica, que va más allá de criterios religiosos o de moralidad es particulares, y que, partiendo del reconocimiento de la dignidad humana y ciudadana –«ética de mínimos»–, quiere crear una sociedad pluralista, basada en valores de libertad, igualdad y solidaridad, respeto a los derechos humanos, clima de tolerancia y actitud dialógica.

**Eduardo Gomez**

Director general de ESIC

« (...) una empresa responsable sigue un código de conducta explícito, por lo general escrito. No obstante, la efectividad de estos códigos depende de quién los escriba y supervise»

Para **estudiar** y **caracterizar un mercado** debemos conocer las tres dimensiones: la **demográfica**, la **económica**, y la **psicológica**. Si somos capaces de extraer información de valor estaremos en condiciones de ofrecer al consumidor una propuesta ajustada a sus necesidades, acorde a sus creencias y bajo sus parámetros de «fabricación».

El **mercado musulmán** a nivel mundial es un mercado en crecimiento económico y demográfico, por lo que debemos de **estudiar**, **conocer** y buscar **sinergias** con nuestros **productos-servicios**.

«La legitimidad de la actividad empresarial y de los beneficios, realizados en el marco de unas normas éticas y religiosas, es uno de los principales directores de la ética empresarial en la tradición judía».

*Profesor Domènec Melé*

A las personas no solo les motiva el dinero, los premios o castigos, sino también hacer un trabajo que les guste, que tenga sentido de trascendencia, y también ser parte de un equipo ganador. En este sentido es importante poder conectar los valores personales con los valores corporativos.

Las actitudes que entrañan el reconocimiento de la identidad implican obtener información de parte de los trabajadores/ as actuales y futuros sobre sus características culturales, hacer un mapa de la diversidad de la empresa, elaborar un plan de acogida, seguimiento o de adaptación de los trabajadores de procedencia diversa, analizar las necesidades que presentan los empleados con diversidad cultural, con el fin de identificar ámbitos de



Smart Mentoring; Una metodología para el desarrollo estratégico del talento



Ventas y Marketing. Un solo corazón: Por qué los vendedores tienen que pensar en las técnicas del mercado para ser súper vendedores



La cuarta revolución industrial



La tercera ola; El futuro de Internet según uno de los máximos impulsores



Empresas que perduran; Principios básicos de las compañías con visión de futuro



Abundancia; El futuro es mejor de lo que piensas

## Buscar en este blog

## Archivo del blog

### ▼ 2016 (96)

#### ▼ diciembre (3)

Ética, marketing y finanzas islámicas; El consumidor...

Liderazgo made in Spain; Claves para la competitiv...

La tercera ola; El futuro de Internet según uno de...

#### ▶ noviembre (14)

#### ▶ octubre (10)

#### ▶ septiembre (6)

#### ▶ agosto (3)

#### ▶ julio (11)

#### ▶ junio (5)

#### ▶ mayo (10)

#### ▶ abril (5)

#### ▶ marzo (11)

#### ▶ febrero (3)

#### ▶ enero (15)

### ▶ 2015 (66)

### ▶ 2014 (4)

acción (...)

(...) para que un producto pueda llevar el **sello *casher***, tiene que estar controlado desde el comienzo del proceso de producción hasta el envasado (...) **solo los productos que llevan de un rabino autorizado son considerados *casher*** (...)

La importancia del mercado *halal* en España es tal que incluso existe una asociación para la defensa de los intereses de los consumidores de este tipo de productos.

***Halal*** es un término árabe, recogido en el Sagrado Corán, y que se puede traducir con diversas acepciones: permitido, saludable, recomendable (...)

**«Los principios éticos sobre los que se basan las finanzas islámicas acercan los bancos a sus clientes y al verdadero espíritu que debería caracterizar a todos los servicios financieros»**

*L'Osservatore Romano*

(...) las actividades económicas solo son consideradas satisfactorias si están en armonía con los valores morales (...) así, las **finanzas islámicas** reposan sobre seis **fundamentos: prohíben la usura** o el **interes** (*riba*), la **especulación** (*maysir*), la **incertidumbre sobre las características del contrato** (*garar*) y las **actividades ilícitas** (*haram*). Igualmente preconizan el **reparto** de las **ganancias** y las **pérdidas**, el adosamiento a un activo tangible, e imponen la **limosna legal** (*zakat*).

**HALAL = Economía justa**

(...) la **certificación *halal*** para el sector de los **servicios financieros** será una herramienta fundamental para acceder y posicionarse en el **mercado *halal***, tal y como **demandan los consumidores musulmanes**.

**«Dios ha permitido el comercio y ha prohibido la usura»**

*Corán 2:276*

**«La legislación islámica se alzó tanto contra la sobreexplotación de los recursos naturales como contra la explotación del hombre por el hombre»**

*Lahlou, 2015*

La **banca islámica** no es la banca de los países árabes o de tradición musulmana, sino la interpretación particular de los preceptos de la ley islámica relativos a transacciones financieras. Según la visión islámica, se trata de actos de piedad, que serán retribuidos en el más allá. La finalidad es promover la equidad y la solidaridad.

**«El eje de la gestión ética de la empresa son los**

- ▶ 2013 (47)
- ▶ 2012 (73)
- ▶ 2011 (141)
- ▶ 2010 (217)
- ▶ 2009 (165)
- ▶ 2008 (59)
- ▶ 2007 (21)

## Blogs recomendados

 Carlos Andreu



La solución siempre es la misma - \*Este será el último post que publique aquí. No te olvides que desde hace casi un mes puedes

encontrarme en mi nueva página web. Además si te suscribes al...

Hace 7 meses

 Cartografía Emocional

Cuatro estilos de productividad - ¿Por qué fracasan muchas herramientas de organización personal y gestión del tiempo? Carson Tate considera que ello es debido a que tenemos diferentes esti...

Hace 1 año

 hablemos de talento

El Éxtasis de Fluir. 12 pasos para entregarte a la vida - Domingo muy lluvioso, apacible para estar en casa. Ayer cumplieron años Darryl Hannah (la entrañable sirenita de Splash) y Julianne Moore. Ambas, 56. Dar...

Hace 20 horas



Este obra está bajo una licencia Creative Commons Atribución 3.0 Unported.

**valores, esa dimensión intangible que determina los usos y costumbres de la organización, su carácter o modo de ser y hacer las cosas (...)**»

*Daniela gallego Salazar*

## Ética, marketing y finanzas islámicas

### El consumidor musulmán

Pilar Sánchez ©

Carmen de la Orden ©

ESIC editorial

### **Link de interes**

#### Instituto Halal

#### Turismo Halal en España

**« (...) el libro sagrado judío considera que la riqueza es en gran medida deseable para servir mejor a Dios mientras que la pobreza es percibida como un mal que se atribuye a alguna transgresión de la ley, algún pecado (...)»**

*Carlos Ballesteros García*

*Laura Sierra Moral*

### Recibid un cordial saludo

Publicado por [Javier Pérez Caro](#) en 14:47 



+2 [Recomendar esto en Google](#)

Etiquetas: adaptación, casher, clientes, consumidor, consumidores, cultura, ética, finanzas, futuro, halal, islam, islámicas, marketing, mercados, microsegmentos, musulmán, musulmanes, necesidades, nuevos, tendencias

