



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS

INTERNACIONALES

TESIS

LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS APLICADOS POR

GERCETUR EN COMERCIO EXTERIOR PARA

ENFRENTAR LA PANDEMIA EN LA REGIÓN

LAMBAYEQUE, 2020-2021

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE

LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Autor(a):

Bach. Inoñan Uvidia, Xiara Yesenia

<https://orcid.org/0000-0001-8817-8644> Asesor:

Dr. Espinoza Rodriguez Hugo Redib

<https://orcid.org/0000-0003-0783-7770>

Línea de Investigación:

Gestión Empresarial y Emprendimiento

Pimentel – Perú 2022

APROBACIÓN DEL JURADO

**LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS APLICADOS POR GERCETUR EN COMERCIO EXTERIOR PARA
ENFRENTAR LA PANDEMIA EN LA REGIÓN LAMBAYEQUE, 2020-2021.**

Aprobación de informe de investigación

Asesor

Dr. Espinoza Rodríguez Hugo Redib

Presidente

Mg. Reyes Arroyo Carlos André

Secretario (a)

MBA. Rocero Salazar Cesar Ricardo

Vocal

Dr. Espinoza Rodriguez Hugo Redib

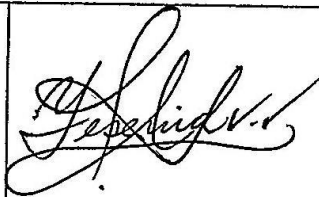
DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Quien(es) suscribe(n) la **DECLARACIÓN JURADA**, soy(somos) egresado (s) del Programa de Estudios de Negocios Internacionales de la Universidad Señor de Sipán S.A.C, declaro (amos) bajo juramento que soy (somos) autor(es) del trabajo titulado:

Lineamientos estratégicos aplicados por GERCETUR en comercio exterior para enfrentar la pandemia en la región Lambayeque, 2020-2021

El texto de mi trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Señor de Sipán (CIEI USS) conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación a las citas y referencias bibliográficas, respetando al derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédito, original y autentico.

En virtud de lo antes mencionado, firma:

Inoñan Uvidia Xiara Yesenia	DNI: 44728650	
-----------------------------	---------------	---

Pimentel, 24 de Enero de 2023.

DEDICATORIAS

Al omnipresente, por ser mi conductor y mi fortaleza espiritual, por darme la oportunidad de vivir esta hermosa experiencia de convertirme en una profesional íntegra, por encaminar y bendecir cada paso durante este proceso, por brindarme sosiego en los momentos más difíciles y sobre todo, por permanecer en todo momento a mi lado, por ello, en primer lugar dedico mi trabajo a Dios.

A mis padres, por ser mi motor, mi apoyo incondicional, por enseñarme que con esfuerzo todo se puede lograr, por celebrar mis triunfos y corregir mis faltas, por su amor y su confianza para hacer de mí una persona capaz de afrontar cualquier dificultad.

A mi hermana, por ser mi confidente, mi equilibrio en momentos de tensión, por su dulzura y sus oportunos consejos.

A todos mis profesores, por ser parte de mi formación como profesional, por los conocimientos impartidos, por la motivación y el apoyo en la realización de la presente tesis.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por permitirme lograr este sueño que con tanto esfuerzo se pudo alcanzar, por ser mi guía en momentos difíciles y permitirme vivir experiencias que se han convertido en aprendizajes que suman significativamente a mi carrera profesional.

A mis padres por su esfuerzo y dedicación constante en este extenuante, pero a su vez gratificante proceso de formación profesional, por cada desvelo compartido, por cada sabio consejo, por su apoyo incondicional e infinito amor, por ser ese ejemplo a seguir que me permite continuar con mis metas y enseñarme que como familia siempre estarán presentes en cada etapa de mi vida.

A mi hermana, por su amor y su apoyo incondicional, por ser mi fiel admiradora, y porque con su dulzura sabe mitigar y orientarme con sus oportunos consejos, por enseñarme cada día a ser una mejor hermana y porque con sus acciones me demuestra día con día que todo vale la pena.

A mi asesor de tesis, por su diligente orientación y constante soporte en la realización de la presente de tesis, por su amistad y sus prudentes consejos que me han permitido aprender y perfeccionarme más sobre el tema de estudio.

A los Señores del Jurado Calificador de Tesis por las instrucciones dadas, por la atención prestada y la acertada dirección en la ejecución y culminación de la presente investigación.

LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS APLICADOS POR GERCETUR EN COMERCIO EXTERIOR PARA ENFRENTAR LA PANDEMIA EN LA REGIÓN LAMBAYEQUE, 2020-2021

Xiara Yesenia Inoñan Uvidia¹

¹ Adscrita a la Escuela Profesional de Negocios Internacionales Pregrado, Universidad Señor de Sipán, Pimentel, Perú, email: xiaraino@crece.uss.edu.pe Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8817-8644>

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo general describir los lineamientos estratégicos aplicados por GERCETUR en comercio exterior para enfrentar la pandemia en la región Lambayeque, 2020-2021, para lo cual se aplicó una metodología del tipo descriptiva, mediante un diseño no experimental, con un enfoque cualitativo y cuya caracterización de sujetos estuvo conformado por cuatro especialistas de la Dirección de Comercio Exterior de GERCETUR Lambayeque y el Gerente de la institución, teniendo como escenario de estudio las instalaciones de la Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo de Lambayeque ubicada en Avenida Sáenz Peña 838 en la ciudad de Chiclayo, asimismo se utilizaron herramientas digitales como el correo electrónico y el Whatsapp para recabar la información que no puede ser accesible de forma presencial.

A través de la aplicación de entrevistas se logró describir los lineamientos estratégicos aplicados por GERCETUR en comercio exterior para enfrentar la pandemia en la región Lambayeque, 2020-2021, obteniéndose como resultados el cumplimiento de las medidas dictadas por el gobierno nacional para enfrentar la pandemia, ya que se desarrollaron las actividades cumpliendo los protocolos de bioseguridad y utilizando herramientas digitales; asimismo, se continuó con las capacitaciones, estudios de mercado, fichas técnicas, actualización de catálogo de la oferta exportable, participación en la EXPO DUBAI 2020, así como también el logro del primer puesto a nivel nacional con respecto al avance del PERX LAMBAYEQUE 2025 en los dos últimos años.

Finalmente, se puede deducir que la Dirección de Comercio Exterior de GERCETUR Lambayeque aplicó los lineamientos estratégicos necesarios para enfrentar la pandemia, pese a no cuentan con el personal, ni con los recursos presupuestarios necesarios. Asimismo, existe una escasa articulación entre los sectores del Gobierno Regional que permitan la realización de actividades en conjunto que signifiquen un resultado positivo en el avance del PERX Lambayeque 2025.

Palabras Clave: *Lineamientos estratégicos, Comercio exterior, Pandemia.*

STRATEGIC GUIDELINES APPLIED BY GERCETUR IN FOREIGN TRADE TO FACE THE PANDEMIC IN THE LAMBAYEQUE REGION, 2020-2021

Abstract

The general objective of this research was to describe the strategic guidelines applied by GERCETUR in foreign trade to face the pandemic in the Lambayeque region, 2020-2021, for which a descriptive methodology was applied, through a non-experimental design, with a qualitative and whose characterization of subjects was made up of four specialists from the Directorate of Foreign Trade of GERCETUR Lambayeque and the Manager of the institution, having as study scenario the facilities of the Regional Management of Foreign Trade and Tourism of Lambayeque located on Avenida Sáenz Peña 838 in the city of Chiclayo, digital tools such as email and WhatsApp were also used to collect information that cannot be accessible in person.

Through the application of interviews, it was possible to describe the strategic guidelines applied by GERCETUR in foreign trade to face the pandemic in the Lambayeque region, 2020-2021, obtaining as a result the fulfillment of the measures dictated by the national government to face the pandemic, since the activities were carried out in compliance with biosafety protocols and using digital tools; Likewise, training, market studies, technical sheets, updating of the catalog of the exportable offer, participation in the EXPO DUBAI 2020, as well as the achievement of first place at the national level with respect to the advance of PERX LAMBAYEQUE 2025 in The last two years.

Finally, it can be deduced that the Foreign Trade Directorate of GERCETUR Lambayeque applied the necessary strategic guidelines to face the pandemic, despite not having the necessary personnel or budgetary resources. Likewise, there is little articulation between the sectors of the Regional Government that allow joint activities to be carried out that mean a positive result in the advancement of PERX Lambayeque 2025.

Key Words: *Strategic guidelines, Foreign trade, Pandemic.*

ÍNDICE	ix
I. INTRODUCCIÓN	11
1.1 Planteamiento del problema.....	11
1.2 Antecedentes de estudio.....	15
1.3 Abordaje teórico.....	18
1.3.1 Lineamientos estratégicos	20
1.4 Formulación del problema	46
1.5 Justificación e importancia del estudio	47
1.6 Objetivos	47
1.6.1 Objetivo general	47
1.6.2 Objetivos específicos.....	47
1.7 Limitaciones.....	47
II. MATERIAL Y MÉTODO	48
2.1 Tipo de estudio y diseño de la investigación	48
2.1.1 Tipo de estudio	48
2.1.2 Diseño de la investigación.....	49
2.2 Escenario de estudio	49
2.3 Caracterización de sujetos.....	50
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	50
2.4.1 Técnicas de recolección de información	50
2.4.2 Instrumento de recolección de datos	50
2.4.3 Validación de instrumentos	50
2.5 Procedimientos para la recolección de datos	51
2.6 Procedimientos de análisis de datos.....	52
2.7 Criterios éticos	52
2.8 Criterios de rigor científico.....	52
III. REPORTE DE RESULTADOS.....	53
3.1 Análisis y discusión de los resultados.....	53
3.1.1 Análisis de los resultados	53
3.1.2 Discusión de los resultados	90
3.2 Consideraciones finales	92
IV. REFERENCIAS.....	93
V. ANEXOS.....	99

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Cadenas productivas exportadoras	33
Tabla 2. Cadena hortalizas y derivados: Acciones específicas e indicadores	34
Tabla 3. Cadena frutas y derivados: Acciones específicas e indicadores	35
Tabla 4. Cadena servicios: Acciones específicas e indicadores	36
Tabla 5. Cadena confecciones y accesorios: Acciones específicas e indicadores	37
Tabla 6. Cadena insumos y bienes intermedio de producción: Acciones específicas e indicadores	38
Tabla 7. Cadena otros productos: Acciones específicas e indicadores	38
Tabla 8. Lambayeque: Exportaciones acumuladas según sector productivo (Miles de USD FOB) Enero-Diciembre 2019-2020	39
Tabla 9. Lambayeque: Exportaciones acumuladas según sector productivo (Miles de USD FOB) Enero-Diciembre 2020-2021	40

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. PENX 2025: Pilares, objetivos estratégicos y líneas de acción	22
Figura 2. Plan Nacional De La Competitividad Y Productividad: Objetivos prioritarios y lineamientos.	24
Figura 3. Normativa en materia de Facilitación de Comercio Exterior	27
Figura 4. Acciones aduaneras aplicadas por la SUNAT	29
Figura 5. Reanudación de actividades económicas de forma gradual	31
Figura 6. Decreto de Urgencia N°025-2020	57
Figura 7. Resolución Ministerial N°055-2020-TR	58
Figura 8. Grupo de interés conformado por GERCETUR Lambayeque para socializar lineamientos	59
Figura 9. Estudio de mercado de productos exportables	60
Figura 10. Mancomunidad Regional del Norte	61
Figura 11. Expo Perú Norte en la EXPO 2020 DUBAI UAE	61
Figura 12. Tapa y contratapa del catálogo de la oferta exportable de Lambayeque	62
Figura 13. Exportadores autorizados	63
Figura 14. Capacitación sobre la Elaboración del Plan de vigilancia, prevención y control COVID-19 en el Sector agroindustrial	64
Figura 15. Capacitación sobre certificaciones de calidad e inocuidad Haccp - BRC	64
Figura 16. Capacitación sobre el Programa de Apoyo a la Internacionalización	65
Figura 17. Estudio de mercado de textiles de algodón para bebé	65
Figura 18. Directorio de empresas exportadoras	66
Figura 19. Ficha técnica de Harina de banano	66
Figura 20. Video promocional de Lambayeque	67
Figura 21. Publicación del catálogo exportador de Lambayeque 2021.....	67

Figura 22. Avance del PERX Lambayeque 2025- Corte 2021	74
Figura 23. Semáforo de avance de las acciones específicas de las cadenas productivas hortalizas y derivados, frutas y derivados y servicios del PERX Lambayeque 2025, corte 2021	75
Figura 24. Semáforo de avance de las acciones específicas de las cadenas productivas confecciones y accesorios, insumos y otros productos del PERX Lambayeque 2025, corte 2021	76
Figura 25. Conclusiones del diagnóstico del sector exportador de servicios de la región Lambayeque.....	77
Figura 26. Programa de Fortalecimiento y Promoción de la Exportación de Servicios ..	78

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Planteamiento del problema.

Como bien se sabe, el 2020 se tornó un año devastador para el mundo, ello como consecuencia del brote y la proliferación del virus COVID-19, el cual produjo una crisis en los distintos sectores de la economía a nivel mundial, siendo el sector salud el más afectado, ya que la atención médica y los suministros fueron saturados y escasos. En ese sentido, le sigue el comercio exterior, el cual se puso a prueba a través de una serie de lineamientos que las naciones debieron aplicar como medida de protección y continuidad al tránsito de bienes y servicios, ya que este sector es esencial para la generación y evolución de las operaciones industriales y el crecimiento de la economía de toda nación, provocando así satisfacción a sus habitantes. Por su parte, la aplicación de dichos lineamientos, más una eficiente y adecuada comunicación entre los diversos organismos gubernamentales, sectores empresariales y la sociedad civil, aseguran la obtención de resultados exitosos significando un importante avance para el país.

Es así que los diversos informes de la Organización Mundial del Comercio sobre los efectos del COVID-19 en la comercialización a nivel mundial fueron:

El bloqueo temporal en el movimiento transfronterizo tanto de personas como de mercancías fue una disposición elemental en esta crisis sanitaria, sin embargo este cierre perjudicó enormemente el comercio, ya que el trato directo entre las personas agiliza la comercialización de bienes y servicios, siendo el sector turismo el más afectado por las diversas restricciones que se aplicaron a los viajes, además en los servicios educativos, la reducción de matrículas de alumnos extranjeros fue evidente. Por otro lado, en el comercio de bienes, la crisis afectó directamente al transporte y elevó los precios por obtención de información y por operaciones comerciales, ya que el bloqueo limítrofe fue total, tanto para el transporte vía terrestre, aéreo y marítimo, provocando aglomeraciones y demora en el tránsito de mercancías, por su parte, la falta de trato presencial propicia mayores limitaciones para la obtención de redes información, además de propiciar incertidumbre y costos innecesarios para el cumplimiento de compromisos contractuales.(2020a)

En definitiva los costos del comercio mundial han sido perturbados y el correcto funcionamiento de los servicios de traslado de mercancías es relevante para las tarifas en la comercialización de productos agrícolas (representan el 15%) como en el de

productos industriales (representan el 31%). El transporte vía marítimo presentó dificultades en la organización en los puertos, ya que muchos gobiernos habían cambiado procedimientos como el bloqueo de embarcaderos y la exigencia de impedimento de variación del personal a bordo; además de requerimientos extras como documentos y reconocimiento físico del navío; además del personal a bordo proveniente de países con mayor contagio o que hayan realizado una parada en alguno de ellos. En ese sentido, con la finalidad de que los servicios de transporte marítimo no redujeran sus tarifas debido a una menor demanda, se consideró disminuir la venta de los mismos, situación que se mantuvo hasta el recuperación del mercado chino que elevó los precios en marzo; y posteriormente en mayo aumentó inesperadamente producto de las múltiples compras de los ciudadanos estadounidenses. Por su parte, el tipo terrestre se vió alterado por las distintas inspecciones en las fronteras, normas de carácter sanitario y otras regulaciones que han generado demora en la entrega de mercancías, por ello algunos han optado por realizar la transporte vía ferrocarril. Finalmente, en el servicio de transporte vía aérea, en marzo se redujo el volumen de carga en un 24.6% y se presentó un alza en sus tarifas, esto perjudicó a exportadores de bienes perecibles, material médico y distribuidores de artículos y elementos, sobretodo puede empeorar más la situación para la producción de manufacturas. (2020b)

Conforme a las restricciones producto de la pandemia y a sus efectos que parecen prolongarse un poco más, se produjeron nuevas preferencias de compra y venta, dando paso a la era de la economía digital, donde el comercio electrónico se convierte en una herramienta y alternativa para las empresas y consumidores con el fin de dar continuidad a la actividad empresarial, esto significa, un propulsor económico, ya que incluye a pequeñas empresas que necesitan formar parte de dicha evolución económica, asimismo, cabe resaltar que este a su vez presenta ciertas debilidades con respecto a su funcionamiento, ya que aún existe deficiencias en materia de seguridad en los sistemas informáticos, poca velocidad de conexión, escaso desarrollo tecnológicos en algunas zonas e insuficiente capacitación sobre TICs sobretodo en poblaciones alejadas. (2020c)

La comercialización de bienes se redujo en un 8% y el de servicios en un 21%, en cifras fueron 22 billones de dólares estadounidenses (12% menos en relación al

2019). La exportación de productos agrícolas se incrementaron en un 0.9%, la comercialización de productos líquidos derivados del petróleo y demás productos obtenidos de procesos extractivos disminuyeron en un 23.9% debido a la reducción en sus tarifas y a una disminución en la intención de compra, de la totalidad de bienes de atención médica, el 52% corresponde a fármacos; en lo que respecta a servicios, en la categoría de transportes y viajes tuvo una reducción de un 43% a 31%, por su parte los servicios computacionales, de carácter legal y especializados crecieron de un 54% a 66%. (2020e)

En ese sentido, Okonjo-Iweala (2021) Directora General de la Organización Mundial del Comercio indica que la capacidad equilibrada de inmunización de las naciones impulsa la reactivación continua del desarrollo y la actividad comercial, además un esquema comercial variado fortalecido reforzará las soluciones impuestas a la pandemia y la mejora económica.

Por su parte, la Organización Mundial de Aduanas a través de la comunicación que emitió el 9 de marzo del 2020 refiere que es esencial una cercana cooperación entre las aduanas y los demás organismos e instituciones sanitarias y de defensa, con el fin de garantizar una sólida y fluida comercialización de mercancías y trabajadores que brindan asistencias médica durante una ejecución de contingencia apropiada. Asimismo, dicho organismo coordinó sus operaciones con otras entidades a nivel internacional tales como la Organización Mundial de Salud, Organización Mundial del Comercio, entre otras, con el propósito de reducir las perturbaciones de índole económico y social de la crisis sanitaria, proponiendo recomendaciones a las aduanas de los estados asociados como: contribuir a la comercialización internacional de mercancías, esencialmente a las que son de gran apoyo para lidiar con la pandemia, asistir al sector económico y preservar la prosecución de la cadena de abastecimiento, resguardar a los trabajadores a través de mecanismos sanitarios, procurando las labores a distancia con el uso de la tecnología; y por último; salvaguardar a la comunidad mediante la difusión oportuna de datos y demás información estadística que vayan de acuerdo conforme una adecuada planeación para combatir la crisis sanitaria.

(Aliaga Aliaga , 2020)

Por otro lado, a través del informe anual del año 2020 se indicó que América Latina y el Caribe tuvo un rendimiento deficiente debido a la crisis sanitaria a nivel mundial y sus perturbaciones, resultando una reducción de un 13% en las exportaciones y en las importaciones un 20%, por ende, se puede colegir que es elemental reforzar la unificación

de los estados miembros con el fin de estimular la reactivación económica. (Comisión Económica para la región, 2021)

En tal sentido, de acuerdo al informe sobre el impacto del COVID-19 en América Latina y el Caribe indica que:

Desde antes que empezara la crisis sanitaria los países de esta zona ya tenían problemas económicos, ya que seis años antes de este suceso, solo habían crecido un 0.4%, siendo el más bajo desde 1951. Asimismo, en América Latina la diferencia tributaria disminuyó, el pasivo del estado se incrementó de un 30% del PIB (2009-2011) a un 45% del PIB (2019); y en el Caribe la media fue de un 68.5% del PIB (2019). (Organización de las Naciones Unidas, 2020, pág. 9)

Por su parte, el especialista en comercio internacional e integración regional del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura refiere en su estudio que los impactos de la pandemia en la actividad comercial fueron las operaciones logísticas detenidas, rompimiento en la red de suministros, aparición de nuevos obstáculos en la actividad comercial, cumplimiento de nuevas medidas sanitarias y de calidad de los alimentos; además de nuevas costumbres alimenticias. Asimismo señala que el desafío de la región es lograr que la comercialización de los productos agrícolas impulse el resurgimiento de sus economías y el progreso de las naciones, ya que para el primer semestre de la pandemia, las exportaciones de estos productos tuvieron un incremento significativo de 8.7% en relación al mismo periodo de tiempo del 2019; además hay informes previos que registraron un incremento en la participación de la agricultura al PIB en los cuatro primeros meses en Perú, Brasil, Colombia y México, también indica que como institución está impulsando el debate entre sectores, instituciones tanto a nivel nacional como internacional, está proporcionando informes y evaluaciones sobre los efectos de la pandemia, está fomentando la apertura de medidas de la actividad comercial utilizados por otros países ante la pandemia, está estimulando medidas de fomento de la actividad comercial para el resurgimiento de la economía ante la pandemia y está afianzando las habilidades para vender al extranjero. (Rodríguez, 2020)

En Perú, los efectos del COVID-19 no fueron ajenos al panorama comercial durante el año 2020, por lo cual Luna (2021) manifiesta que las exportaciones disminuyeron en un 15%, mientras que la exportación de productos agrícolas resistió el impacto reflejando un incremento en un 7.5%. Pese a todo lo anterior, Cornejo (2021) señala que se obtuvo un

valor de \$ 39.3 mil millones en exportaciones, además muchas regiones obtuvieron índices de desarrollo favorable, siendo las más destacadas, Ica, La Libertad y Lambayeque con un 22%, 21% y 9% de participación.

Con respecto a lo antes mencionado, cabe destacar la gran labor que realizó el gremio empresarial conjuntamente con las entidades y demás autoridades partícipes de la región Lambayeque, ello como respuesta a los efectos que produjo la pandemia en el comercio mundial, respuesta que proviene de políticas públicas emitidas por el Estado peruano, de las cuales se deslindan diversos lineamientos estratégicos que guiaron el accionar de la Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo de Lambayeque, el cual impulsó las exportaciones de bienes y servicios de la región y que son materia de estudio de la presente investigación.

1.2 Antecedentes de estudio.

Por su parte, en el ámbito internacional, en el artículo de revista científica Dominio de las ciencias sobre las perturbaciones en el comercio internacional del Ecuador debido al COVID-19, como mencionan Quevedo et al. (2020) el estudio se realizó en base al método de verificación de la información, así como también de escritos emitidos por instituciones

mundiales para brindar una idea global de la repercusión del COVID-19 y las perturbaciones en el comercio exterior de la nación.

El estudio enunciado finiquitó señalando que las operaciones mercantiles internacionales del país se basan en cuatro bienes fundamentales: el crudo, el plátano, flores y la pesquería, que en su totalidad representan el 75% de las exportaciones nacionales hacia sus asociados prioritarios como EE.UU, China y la UE, también menciona que el crudo es principal aportador presupuestal, con más del 40%. Por último, las exportaciones se vieron perjudicadas por el COVID-19, esto a raíz de las disposiciones asumidas por los asociados mercantiles con la nación como el bloqueo fronterizo, reducción de la demanda, etc, originaron efectos importantes a nivel económico, ya que la recaudación obtenida se basa en las ventas internacionales, por ello, incide en la solvencia y ralentiza el equilibrio mercantil.

De lo anterior se puede deducir que los países de América Latina se vieron afectados por las medidas que se tuvieron que seguir como parte de la reducción en la propagación del virus, sin embargo esto paralizó enormemente la comercialización de potenciales productos de estas naciones, economías que dependían de estos para sopesar una serie de servicios, proyectos, programas, pago de deudas, etc., lo cual significaba momentos de incertidumbre para los gobiernos de turno, situación que fue mejorando conforme se fueron flexibilizando las medidas y se aplicaron mecanismos de facilitación del comercio.

Con referencia al artículo de la Revista Internacional de Gestión del Conocimiento y la Tecnología (GECONTEC) referente a la gestión de las empresas mexicanas y los efectos del COVID-19, según Borboa et al. (2021) indican que dicha investigación fue cualitativa experimental, en la cual se establecieron datos estadísticos explicativos a través encuestas aplicadas a 106 pequeñas y medianas empresas del estado de Sonora en México, específicamente a los administradores y/o dueños de estos negocios, con el propósito de conocer las alteraciones más importantes originadas por la crisis sanitaria a nivel mundial.

El estudio antes mencionado concluyó que inevitablemente la gran mayoría de comercios interrumpió sus actividades, asimismo realizaron cambios en las operaciones de los empleados para mitigar los efectos de la crisis sanitaria mundial, esto en cifras significó que el 64.5% de los comercios mantenían interrumpidas sus operaciones hasta septiembre del año 2020. Asimismo, pese a que las autoridades de Sonora establecieron asistencias a estos comercios, el 78.5% indicó que no tenían conocimiento de ello y el 74.4% que dichas asistencias fueron insuficientes en relación a la cantidad de empresas que existen, incluso si

contaban con todos los requerimientos. También finiquitó afirmando que dentro de los efectos que propició esta pandemia fue el de realizar los ajustes necesarios conforme a impedimentos en las labores de los colaboradores sensibles al contagio, la alternancia en los horarios, así como las labores a distancia, corrección en el giro del negocio y en los diseños de reparto y envío, adaptar la comercialización online, así también la segmentarización de compradores, disminución de tarifas y/o aplazar cumplimiento del abono, postergar liquidaciones y/o reorganizar deudas anteriores.

A través de las conclusiones se puede resaltar que el COVID-19 generó un panorama caótico para el mundo, y en efecto, los pequeños comercios afrontaron el desafío de mantenerse vigentes a pesar de las circunstancias reinventándose día a día para sopesar las diferentes obligaciones que debían cumplir.

A nivel nacional, Bejarano y Quispe (2021) Perú. En su tesis sobre el antes y durante la pandemia COVID-19 en Lima para los gestores de la logística de comercio exterior conforme a su manejo logístico y su rendimiento en operaciones logísticas en el año 2020 refieren que dicha investigación fue de tipo cuantitativo no experimental de prevalencia, en el cual se realizaron encuestas a 32 operadores logísticos(muestra) de Lima y Callao del periodo 2019 según la agenda comercial de PROMPERU, encuestas aplicadas a través de cuestionarios para cada variable de la investigación que tuvo como objetivo principal definir la vinculación entre las mismas.

La presente investigación resolvió que pese a que durante la crisis sanitaria mundial los gestores operativos no estaban capacitados para enfrentar este tipo de circunstancias, elaboraron medidas para hacer frente a múltiples dificultades como incorporar procedimientos de seguridad biológica en sus establecimientos, lidiar con retrasos en el tiempo de reparto, insuficiente personal para la asistencia en puntos clave como el embarcadero y zonas de almacenamiento, aumento en los impuestos de todo tipo de transporte internacional, falta de preparación esencial, control frecuente para evaluar el desempeño en todos los procedimientos logísticos, por ello, se deduce que la vinculación entre los factores en los gestores de la logística de comercio exterior fue favorable y medida.

La tesis citada enfatiza la importancia de contar con un plan de contingencia por parte de sujetos clave en el desarrollo del comercio exterior, ya que a través una adecuada gestión se garantizará el flujo comercial de un país.

En relación con Morales Adrianzén (2021) Perú. En su investigación sobre la Asociación PROMANGO conforme a sus técnicas competitivas y ventas internacionales durante la crisis sanitaria mundial en el año 2020 que la misma fue de naturaleza aplicable, de criterio cuantificable; y con un esquema narrativo y de correspondencia, por ende se aplicó un cuestionario mediante el procedimiento de encuestas a 23 organizaciones pertenecientes a dicha asociación, esto con el objetivo de evidenciar si la aplicación de dichas estrategias influyen considerablemente en las ventas internacionales.

Dicha tesis resolvió que se presenta una vinculación inmediata entre las variables (84%), de lo cual se infiere que la implementación de dichas técnicas competitivas durante la crisis sanitaria mundial no disminuyó la circulación de las ventas internacionales, ya que la vinculación entre las técnicas de competitivas con respecto a líder en precios y ventas internacionales fue de 73%, en técnicas de competitivas de especialización en bienes ofrecidos y ventas internacionales fue de 68% y las técnicas de competitivas fragmentación significativa y ventas internacionales fue de 85%.

En la presente tesis se destaca una notable relevancia conforme a las estrategias de competitividad que toda empresa exportadora debe aplicar con el fin de lograr un posicionamiento en mercados internacionales, ya que no solo basta vender si no también es importante desatacarse mediante productos potenciales diferenciados.

1.3 Abordaje teórico.

Debido a la crisis sanitaria a nivel mundial, el Director de la Organización Mundial de la Salud en su discurso de comunicación a medios de prensa internacional de fecha 11 de marzo del 2020, Dr. Adhanom Ghebreyesus (2020) refiere que a raíz del preocupante grado de propagación del COVID-19 en el mundo, su magnitud, además de la desconcertante inoperancia de los sistemas de salud, declara al COVID-19 como pandemia con la finalidad de mantener un análisis constante, impulsar la salud pública, así como atenuar las repercusiones en el ámbito social y económico.

En este sentido, en el plano nacional, de acuerdo con el Diario Oficial El Peruano (2020a, 2020b, 2020c) el Estado peruano emitió las primeras leyes como son el Decreto de Urgencia 025-2020 y el Decreto Supremo 008-2020-SA, ambos de fecha 11 de marzo del 2020, en el primero se señalaron una serie de disposiciones, entre las cuales se puntualizaba las pautas para el desarrollo del trabajo remoto utilizando las TICs durante el COVID- 19; y el otro es conforme al Estado de Emergencia Sanitaria a nivel nacional por un plazo de 90 días

calendario, en la cual se señalan las disposiciones sanitarias que deben aplicar las administraciones estatales y particulares, además del Decreto Supremo N°044-2020-PCM el 15 de marzo del 2020; en el que se señaló el Estado de Emergencia a nivel nacional por un periodo de 15 días calendario, en el que se indicaron una serie de medidas, en las que se puede destacar: cuarentena, toque de queda, bloqueo provisional fronterizo, etc., por otro lado, es importante subrayar que en estos impedimentos no estuvo señalado las operaciones de traslado y el tránsito de bienes.

Por otro lado, Alianza del Pacífico (2020) desarrolló una hoja de ruta para combatir los efectos de la crisis sanitaria mundial elaborado por los representantes de la cartera de comercio y de relaciones internacionales del Grupo de Alto Nivel, esto es una serie de disposiciones a cumplir, de las cuales destacan:

- En primer lugar, la transmisión de datos sobre procedimientos de gravámenes y limitaciones a la venta internacional de bienes y servicios.
- En segundo lugar, la simplificación de la actividad comercial mediante la admisión digital de la duplicación de certificados de origen, además de procedimientos aduaneros automáticos a través de las Ventanillas Únicas de Comercio Exterior y la suspensión de procedimientos con presencia física.
- En tercer lugar, la vinculación de la actividad productiva es la posibilidad para impulsar la actividad comercial entre los estados miembros.
- En cuarto lugar, fortalecer las capacidades informáticas de las PYMES mediante propuesta que permitan el cambio tecnológico con la finalidad de agilizar sus procedimientos y generar mayor rentabilidad.
- En quinto lugar, construcción de un plan experimental con el fin de propiciar instrumentos tecnológicos para impulsar el comercio electrónico como la firma electrónica de avance transnacional.
- Por último, el fomento empresarial mediante ruedas de negocios online por sectores que asiste en la elaboración de posibilidades comerciales para los negociantes de esta zona comercial.

1.3.1 Lineamientos estratégicos

Estos forman parte de un plan estratégico. Este plan estratégico se desarrolla mediante el proceso del direccionamiento estratégico. (González et al. , 2019, pág. 253). Asimismo, estos son componentes del nivel más alto de una táctica institucional. (Muriel, 2021). En síntesis, todo lineamiento se formula con el fin de destacar medidas o actividades que provienen de alguna o diversas estructuras de más alto nivel.

En este marco, el Estado Peruano a través del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y el Consejo Directivo del Consejo Nacional de Competitividad y Formalización dictó una serie de medidas las cuales son dirigidas por lineamientos estratégicos, los cuales están enmarcados dentro del Plan Estratégico Nacional Exportador al 2025, por otro lado, elaboró el Plan Nacional de Competitividad y Productividad 2019-2030, los que a su vez, son coordinados y armonizados con los requerimientos específicos de cada región del país, desarrollando así los PERX (Plan Exportador Regional), que para el presente estudio se citará el que corresponde a la región Lambayeque, como es el PERX LAMBAYEQUE 2025.

PLAN ESTRATÉGICO NACIONAL EXPORTADOR (PENX)

Según Cachuan Astocondor et al. (2017) señala que mediante el D.S. N° 002-2003MINCETUR la Comisión Multisectorial Mixta Permanente, en el 2003 creó la primera herramienta para el crecimiento constante del volumen exportado de bienes y servicios paralelamente con el impulso de la percepción del país con capacidad de exportador, el PENX 2003-2013.

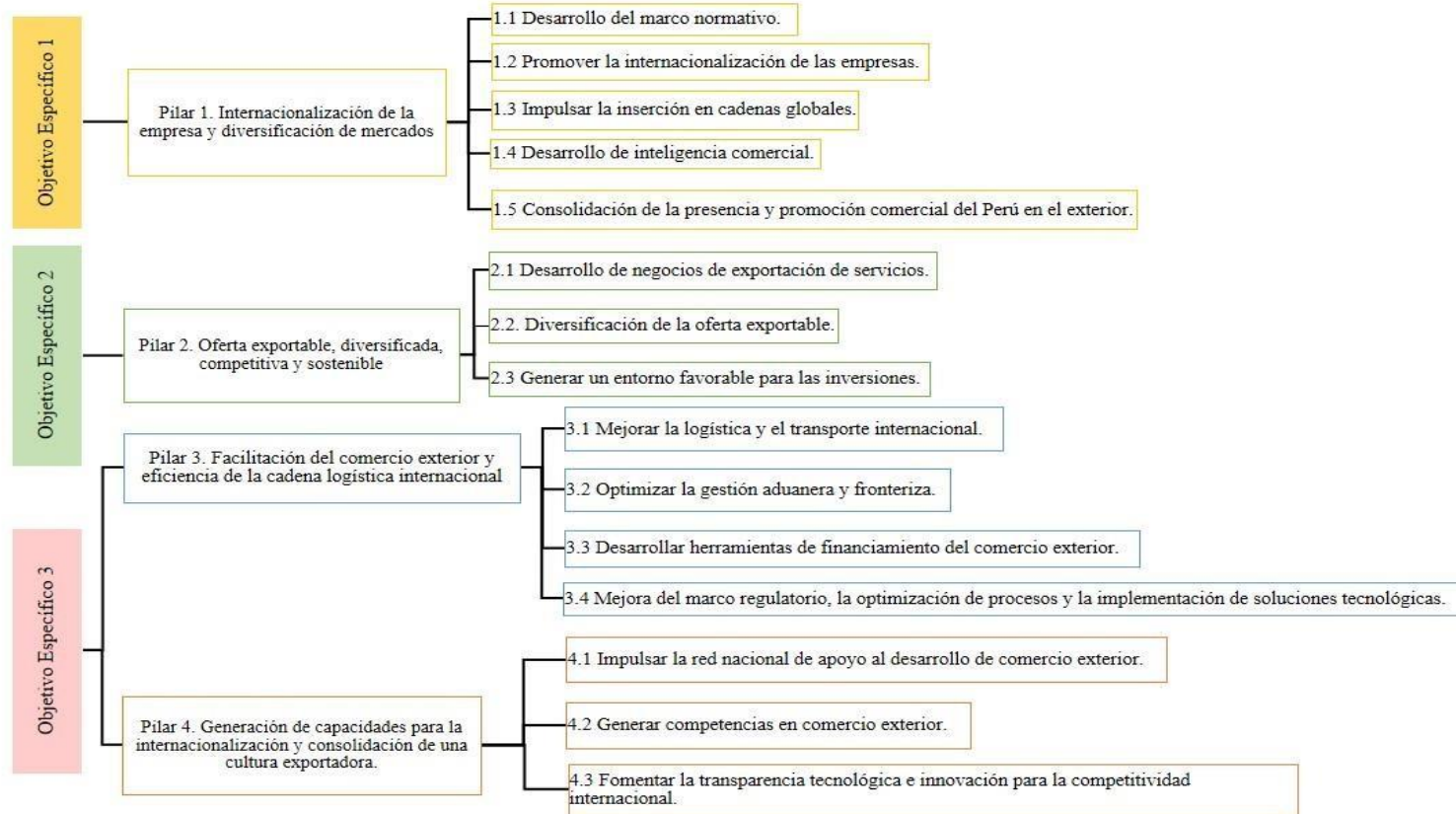
La primera versión de esta herramienta fue PENX 2003-2013, este se perfeccionó en el 2015 con una perspectiva al 2025, el cual se desarrolla en bases a los resultados alcanzados en su primera versión.

PENX 2025

Está conformado por 3 objetivos específicos, 4 pilares, 15 líneas de acción y 94 programas o proyectos, además tiene como finalidad que las empresas peruanas se internacionalicen, el cual fue promulgado a través del Resolución Ministerial N°377-2015. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2020)

Figura 1.

PENX 2025: Pilares, objetivos estratégicos y líneas de acción



Nota. Datos obtenidos del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2020) Elaboración

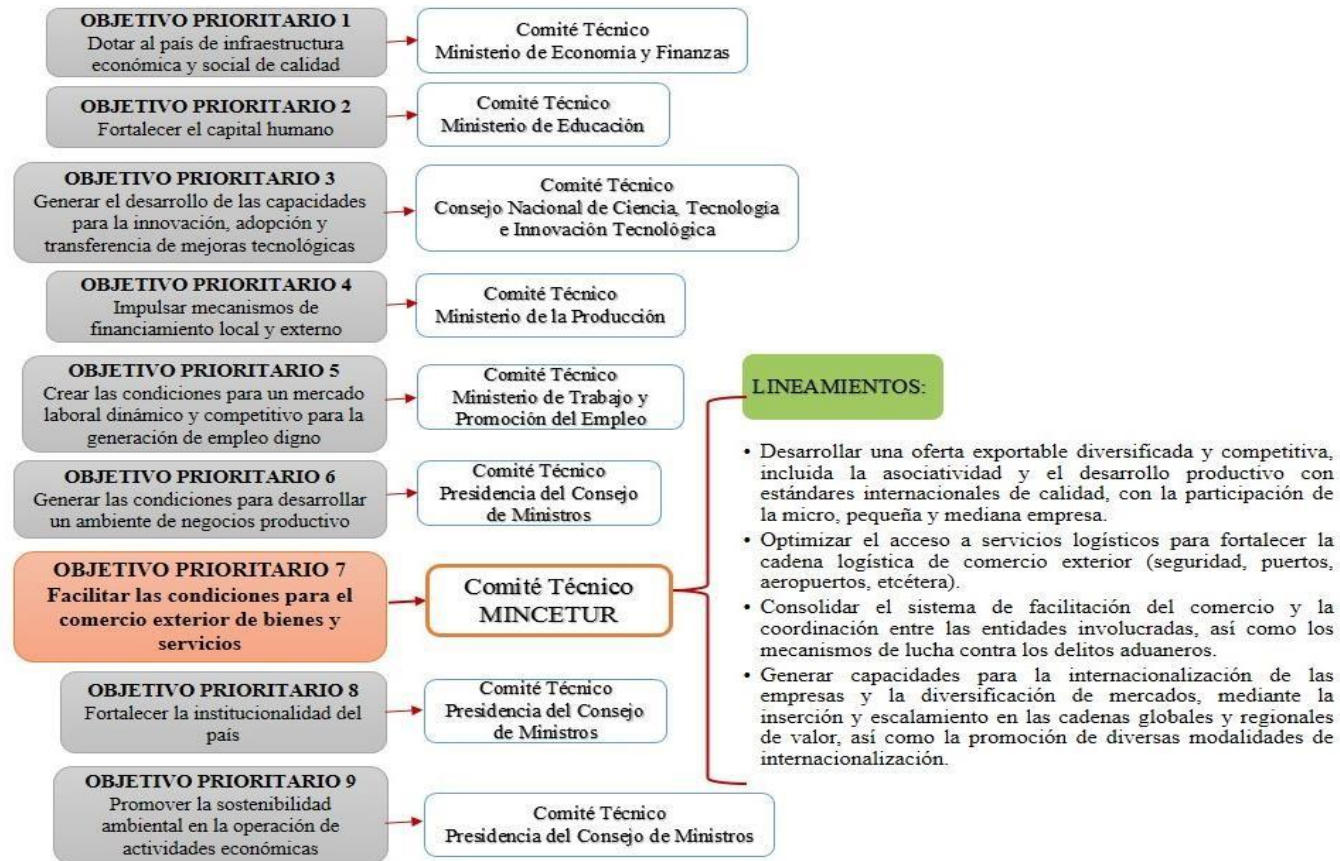
Propia.

PLAN NACIONAL DE COMPETITIVIDAD Y PRODUCTIVIDAD 2019-2030

Este documento cuenta con 84 disposiciones divididas en 9 objetivos prioritarios, cada cual con sus propios lineamientos, asimismo, este tiene por finalidad construir los cimientos para una nación más competitiva, además de producir prosperidad conforme a los pilares del incremento sostenible de la economía con una perspectiva por territorios. Este a su vez, fue impulsado por el Consejo Nacional de Competitividad y Formalización, el cual es un comité de articulación instaurado en el año 2002; y en el año 2009 es asignado al Ministerio de Economía y Finanzas, se aprobó mediante Decreto Supremo N° 237-2019-EF de fecha 28 de julio del 2019. (Ministerio de Economía y Finanzas, s.f.). En este sentido, el desarrollo de la presente investigación se basó en el objetivo prioritario 7 de este plan.

Figura 2.

Plan Nacional De La Competitividad Y Productividad: Objetivos prioritarios y lineamientos.



Nota. Datos obtenidos del Ministerio de Economía y Finanzas (2019) Elaboración propia.

Normativa en materia de Facilitación de Comercio Exterior:

- **Reglamento de fortalecimiento de la Ventanilla Única de Comercio Exterior - Decreto Supremo N°008-2020-MINCETUR de fecha 3 de agosto del 2020.**

Aliaga Aliaga (2020) señala que esta normativa establece disposiciones para fortalecer y mejorar los procedimientos vinculados a los trámites y servicios que se desarrollan en esta plataforma, así como propiciar la competitividad en el comercio exterior, ya que optimiza los procedimientos y agiliza los procesos de comercio exterior, disminuye los tiempos y los costos de las operaciones, proporciona datos sistemáticos, actualizados y acertados sobre el comercio exterior y el proceso logístico mundial, así también impulsa la vinculación de los organismos públicos con el comercio exterior.

- **Reactivación, continuidad y efectividad de las operaciones logísticas vinculadas a la cadena logística del comercio exterior- Decreto Legislativo 1492 de fecha 10 de mayo del 2020.**

Aliaga Aliaga (2020) indica que dicha normativa tiene como objetivos consolidar la digitalización de la documentación y los procedimientos de los organismos estatales y particulares con el fin de agilizar los tiempos de los procedimientos, logrando así la prevención y la reducción en el peligro de transmisión del virus al equipo de trabajo que opera en el proceso logístico, además de proporcionar circunstancias ideales de sanidad. Asimismo, prevé asegurar la transparencia en las tarifas de los servicios del proceso logístico del comercio exterior, ello con el propósito de obtener una mayor información de lo que se paga por la obtención de la carga; y que por consiguiente, solo se pague por los servicios contratados.

- **Reglamento del exportador autorizado - Decreto Supremo N°006-2020MINCETUR de fecha 12 de junio del 2020.**

Aliaga Aliaga (2020) expresa que dicha normativa es una autorización que permite que los exportadores puedan emitir sus declaraciones de origen, logrando así la reducción de tiempos y costos de las operaciones, ya que no necesitan acudir a las entidades competentes para la entrega del certificado de origen, además con esta certificación el exportador peruano tiene la facilidad de ingresar sus productos libres de arancel a importantes mercados como la Unión Europea, Costa Rica, Panamá, Honduras, Japón, Reino Unido y la Asociación Europea de Libre Comercio

25

- **Reglamento MISLO (Módulo de Información sobre los Servicios de Logística del Comercio Exterior) - Decreto Supremo N°007-2020 - MINCETUR de fecha 30 de junio del 2020.**

Aliaga Aliaga (2020) revela que dicha normativa es una iniciativa que tiene como finalidad promover la transparencia en los servicios logísticos, esto con el fin de reducir las diferencias en los datos y lograr así una mejor toma de decisiones en el contrato de dichos servicios que conlleve a una óptima realización de los procesos.

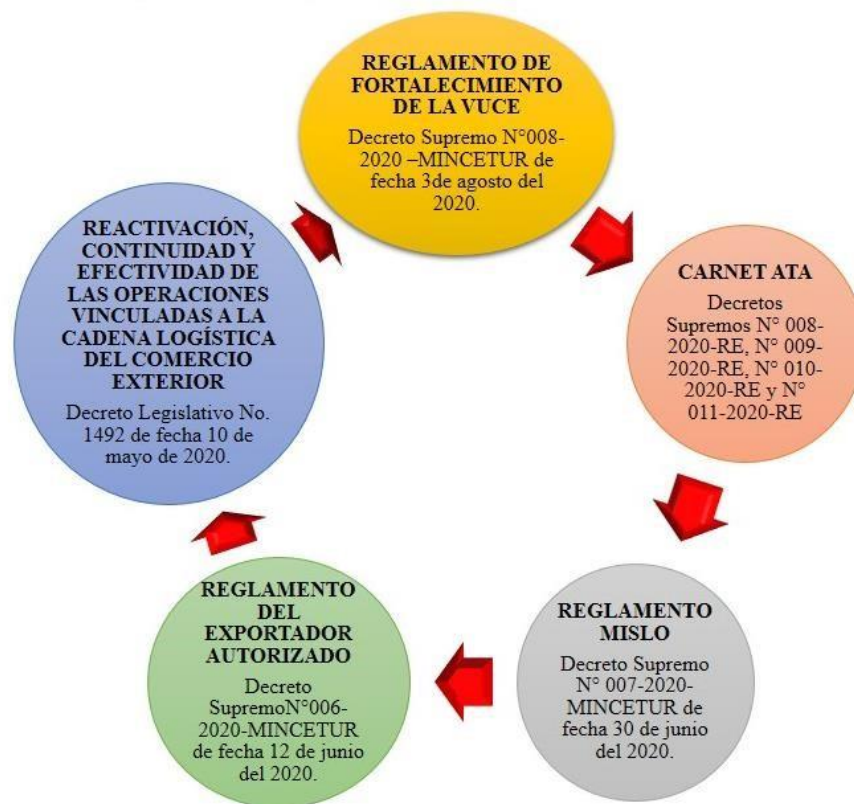
- **Carnet ATA - “Convenio Relativo a la Importación Temporal”-Decretos Supremos N° 008-2020-RE, N° 009-2020-RE, N° 010-2020-RE y N° 011-2020-RE**

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2021) señala que dicha normativa entró en vigencia desde 27 de octubre del 2021, dicho mecanismo aduanero permite el

ingreso de mercancías de bajo riesgo al país, dicho instrumento facilita el comercio exterior, ya que facilita el manejo de riesgos en el envío de las mercancías, generando así una mayor competitividad en el progreso del comercio exterior.

Figura 3. Normativa en materia de Facilitación de Comercio Exterior

Normativa en materia de Facilitación de Comercio Exterior



Nota. Datos obtenidos del Ministerio de Comercio exterior y Turismo (2021a, 2021b), Aliaga Aliaga (2020) Elaboración propia.

Acciones aduaneras aplicadas por la SUNAT:

Mecanismos legales de alivio: Entre los que se pueden destacar son los siguientes:

- **Aplicación del régimen de aplazamiento y/o fraccionamiento -Suspensión de plazos para cumplimiento de obligaciones aduaneras- Decreto –Legislativo 1487 de fecha 10 de mayo del 2020.**

Aliaga Aliaga (2020) expresa que dichas normativas evitaron que los exportadores e importadores y los operadores de comercio exterior en general pudieran perder la oportunidad de acceder a beneficios aduaneros que faciliten el pago de las deudas.

- **Facultad Discrecional para no aplicar sanciones aduaneras – Resoluciones de Superintendencia Nacional Adjunta de Aduanas desde marzo hasta agosto del 2020**

Aliaga Aliaga (2020) revela que dichas normativas tienen como propósito proteger la voluntad del aportador tributario conforme a la falta de cumplimiento de la responsabilidad del pago de las tasas aduaneras, sin alterar la voluntad popular.

- **Reducción temporal de derechos arancelarios- Decreto Supremo N°051-2020EF de fecha 13 de marzo del 2020 y el Decreto Supremo N°059-2020-EF de fecha 28 de marzo del 2020.**

Aliaga Aliaga (2020) sostiene que dichas normativas ordenaron la rebaja a 0% de arancel nacional para bienes destinados a la protección de la salud.

Figura 4. *Acciones aduaneras aplicadas por la SUNAT*



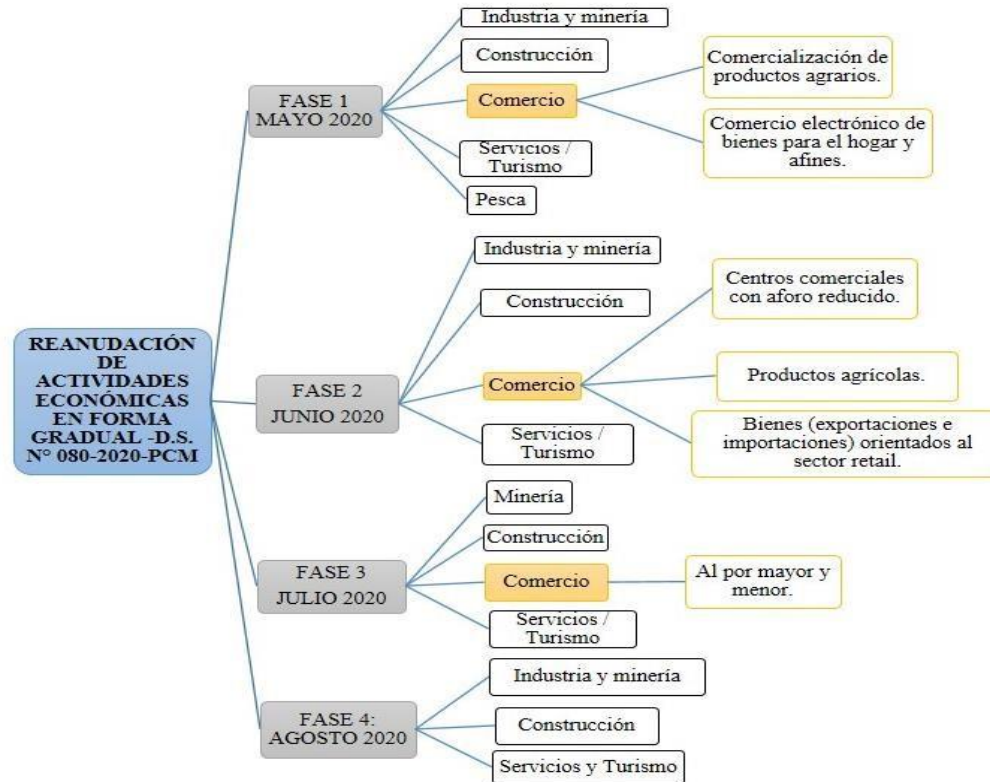
Nota. Datos obtenidos de Aliaga Aliaga (2020).

Elaboración propia.

Reanudación de actividades económicas de forma gradual:

Diario Oficial El Peruano (2020) señala que conforme al Decreto Supremo 080-2020-PCM de fecha 2 de mayo del 2020 la reapertura de la economía y de la interacción social es esencial comenzar el cambio para el reinicio de operaciones de forma progresiva, esto bajo el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad ante el COVID-19, proceso que constó de 4 fases, las cuales fueron evaluadas constantemente por la Autoridad Sanitaria del país.

Figura 5. Reanudación de actividades económicas de forma gradual



Nota. Datos obtenidos del Diario Oficial El Peruano (2020) conforme al Decreto Supremo 080-2020-PCM de fecha 2 de mayo del 2020. Elaboración propia.

1.3.1.1 PLAN ESTRATÉGICO REGIONAL EXPORTADOR – PERX LAMBAYEQUE AL 2025

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (s.f.) manifiesta que es un instrumento que contribuye al entendimiento y conocimiento de los bienes y servicios exportables del país, este a su vez, identifica el “puente” entre las competencias que la región necesita de sus empresas exportadoras y las que poseen verdaderamente dichas organizaciones, además determina un accionar específico que facilitará la eliminación de “puentes” de las regiones, asimismo, este se aprueba mediante una disposición legal de la región, cada PERX se implementa mediante herramientas administrativas regionales como: el Plan coordinado de desarrollo, el Plan institucional de operaciones y el Presupuesto.

Por su parte, Ferreyros (2017) indica que el PERX Lambayeque al 2025 es producto de la labor en conjunto de las administraciones públicas tanto de la región como de las distintas localidades con las empresas privadas y el sector educativo de la zona, los cuales conforman el Comité Ejecutivo Regional Exportador, el cual determinó 4 “puentes” en la capacidad competitiva de exportación de la región; para luego identificar 6 cadenas productivas exportadoras y 43 actividades particulares que forman de los programas del PENX 2025, las cuales son ejecutadas adecuadamente, así como supervisadas constantemente por dicho comité. También, resalta que la capacidad de la región recae en la variedad de productos tangibles e intangibles que ofrece, pero básicamente en los productos agroindustriales, los cuales serán impulsados mediante la aplicación de dichas actividades particulares que permitirán una mejor coordinación con sus demás socios comerciales. El PERX Lambayeque al 2025 fue aprobado por ordenanza regional N° 027-2017GR.LAMB/CR de fecha 27 de diciembre del 2017.

Tabla**1.***Cadenas productivas exportadoras*

MESA	CADENA	PRODUCTOS
1	Hortalizas y derivados	Espárrago (verde, blanco), capsicum (pajrika, pimientos), cebolla blanca dulce, leguminosas (gandul, pallar bebe, castilla, frejol de palo, loctao y sus semillas), zapallo loche deshidratado y hongo deshidratado.
2	Frutas y derivados	Mango (kent fresco, IQF, pulpa), uva de mesa (seedles, redglobe, Thompson), maracuyá (fresca y congelada), palta (hass), mandarina (murcott), arándanos, banano orgánico, limón (tahiti, sutil), y aceite de limón.
3	Servicios	Servicios salud, gestión empresarial para PYMES y turismo (arqueológico, ecológico y gastronómico).
4	Confecciones y accesorios	Algodón nativo, gorros de confecciones textiles y textiles y confecciones (accesorios para bebe).
5	Insumos y bienes intermedios de producción	Yeso agrícola para cultivo, fertilizantes orgánicos y bioles orgánicos.
6	Otros productos	King kong, plantas aromáticas (manzanillas), quinua convencional, tara, café (orgánico) y panela orgánica.

Nota. Datos obtenidos del Plan Regional Exportador (2017) **2.**

Cadena hortalizas y derivados: Acciones específicas e indicadores

Tabla

ACCIÓN ESPECÍFICA	INDICADOR	2018	META	
			2021	2025
Implementar un banco de semillas de hortalizas y leguminosas.	Banco implementado		1	
Implementar viveros de hortalizas y leguminosas.	Nº de viveros implementados	1	1	
Certificar en BPA, BPM, Global Gap, HACCP.	Nº de organizaciones certificadas	2	10	19
Difundir los procedimientos para acceder a fondos concursables.	Nº de empresas que acceden a fondos concursable	2	4	6
Realizar talleres especializados en el uso de plataformas logísticas.	Nº de personas capacitadas	20	40	80
Capacitar en gestión empresarial y asociatividad.	Nº de capacitaciones realizadas	5	10	
Implementar programas de especialización en comercio exterior en las universidades.	Nº de programas implementados	1	4	
Suscribir convenios entre universidades y empresas para el desarrollo de investigaciones aplicadas en hortalizas.	Nº de convenios suscritos		2	
Impulsar convenios entre la academia y centros de innovación tecnológica.	Nº de iniciativas propuestas		1	

Nota. Datos obtenidos del Plan Regional Exportador (2017)

3.

Tabla*Cadena frutas y derivados: Acciones específicas e indicadores*

ACCIÓN ESPECÍFICA	INDICADOR	META		
		2018	2021	2025
Participar en pasantías de programas exitosos de asociatividad.	Nº de organizaciones fortalecidas	2	4	6
Difundir información sobre programas del Estado de apoyo empresarial.	Nº de difusiones	3	6	10
Implementar un programa de concientización para promover la confianza empresarial.	Programa implementado		1	
Promover la apertura de un CITE para la investigación.	CITE implementado		1	
Realizar asistencia técnica a productores para el control de plagas de la fruta.	Nº de productores asistidos	2,500	5,500	9,500
Certificar productos agrícolas.	Nº de organizaciones certificadas	5	8	10
Promover proyectos de inversión para riego tecnificado de pequeños productores.	Nº de propuestas presentadas		1	
Implementar una base de datos regional de especialistas en gestión de cultivos de la fruta.	Base de datos implementada	1		
Desarrollar programas especializados para la formación de especialistas en gestión de cultivos de la fruta.	Programa implementado	1		
Actualizar las currículas universitarias de acuerdo a las necesidades de la región.	Nº de currículas actualizadas	1	2	4
Desarrollar investigación sobre cultivos exportables de la región.	Nº de investigaciones realizadas	1		
Capacitar de forma presencial sobre comercio exterior.	Nº de organizaciones capacitadas	2	4	8

Nota. Datos obtenidos del Plan Regional Exportador (2017)**4.**

Tabla*Cadena servicios: Acciones específicas e indicadores*

ACCIÓN ESPECÍFICA	INDICADOR	META		
		2018	2021	2025
Realizar la propuesta de mejora normativa en exportación de servicios.	Nº de propuestas presentadas.	1		
Desarrollar estudios de prospectiva del mercado internacional.	Nº de estudios realizados.		1	1
Desarrollar estrategias de promoción conjunta (público - privada).	Nº de organizaciones que participan en ferias nacionales e internacionales.		3	
Desarrollar un diagnóstico sobre la exportación de servicios en la región.	Diagnóstico publicado.	1		
Mejorar la infraestructura vial para el acceso a los centros turísticos.	Nº de destinos cuyas vías de acceso están afirmadas.		2	4
Capacitar en exportación de servicios.	Nº de capacitaciones realizadas.		2	

Nota. Datos obtenidos del Plan Regional Exportador (2017)

Tabla

5.

Cadena confecciones y accesorios: Acciones específicas e indicadores

ACCIÓN ESPECÍFICA	INDICADOR	META		
		2018	2021	2025
Participar en ruedas de negocios, ferias presenciales, virtuales, exposiciones demoda.	Nº de empresas participantes	1	3	5
Realizar estudios especializados sobre aptitud de suelos y dimensión de áreas aptas para el cultivo de algodón nativo.	Nº de estudios	1		
Promover la investigación genética para mejorar el algodón blanco y nativo.	Nº de investigaciones realizadas	1	2	
Elaborar el manual para obtención de certificación orgánica.	Manual realizado	1		
Asesorar en buenas prácticas de producción orgánica en alianza público –privada.	Nº de asesorías realizadas	2	3	5
Fomentar la incorporación de empresas a la cadena de valor de la fibra textil del algodón.	Nº de empresas incorporadas	50	150	300
Promover la generación de marcas colectivas.	Nº de elementos diferenciadores		1	
Promover el proceso para la obtención de la denominación de origen del algodón nativo.	Denominación de origen			1
Promover investigación e innovación articulado con productores, academia y estado para mejorar el proceso productivo.	Nº de iniciativas implementadas	1	2	3
Capacitar en gestión empresarial y asistencia técnica productiva.	Nº de capacitaciones	2	5	10
Crear el observatorio de la cadena de valor textil y confecciones.	Observatorio textil	1		

Tabla

Nota. Datos obtenidos del Plan Regional Exportador (2017)

6.

Cadena insumos y bienes intermedio de producción: Acciones específicas e indicadores

ACCIÓN ESPECÍFICA	INDICADOR	META		
		2018	2021	2025
Insertar el Biol en la cadena de valor agrícola.	Nº de empresas en uso del biol.		100	
Proponer la norma técnica peruana para la elaboración del Biol.	Norma técnica propuesta.		1	
Obtener certificación orgánica del proceso productivo del Biol.	Certificación publicada		1	

Nota. Datos obtenidos del Plan Regional Exportador (2017)

Tabla 7. *Cadena otros productos: Acciones específicas e indicadores*

ACCIÓN ESPECÍFICA	INDICADOR	META		
		2018	2021	2025
Realizar asistencia técnica en gestión de la inocuidad alimentaria.	Nº de asistencias técnicas	1	3	
Realizar estudios de mercado para productos priorizados.	Nº de estudios realizados	1	3	4
Aplicar proyectos de desarrollo con fondos concursables.	Nº de proyectos implementados	2	4	6

Tabla

Nota. Datos obtenidos del Plan Regional Exportador (2017)

En el año 2020, de acuerdo con la Gerencia Regional de Comercio Exterior Turismo (2020) refiere en su VI Boletín Estadístico Anual Lambayeque Exporta que el total de las exportaciones alcanzó los US\$ 729 millones, lo que significa un incremento de 9.02% con respecto al 2019, el cual fue de US\$ 669 millones. Asimismo se registraron despachos por US\$ 665 millones en el sector no tradicional, siendo el más distintivo del total de productos ofertados, además, los arándanos, paltas, uvas y café en grano verde constituyen el 61% de los productos exportables de la región, a su vez, estos son enviados por 198 empresas exportadoras regionales, entre las que destacan Agrovisión Peru S.A.C. y Gandules INC S.A.C., dichos envíos tuvieron como destino 81 socios comerciales internacionales.

Tabla 8. Lambayeque: Exportaciones acumuladas según sector productivo (Miles de USD FOB) Enero-Diciembre 2019-2020

SECTOR	FOB (USD)		VAR. %	PART. %	N° DE EMPRESAS
	2019	2020			
No Tradicional	583,888,886	665,560,736	13.99%	91.20%	198
Agropecuario	569,838,813	654,666,375	14.89%	89.71%	155
Pesquero	6,188,167	5,776,779	-6.65%	0.79%	1
Químico	4,566,065	3,511,541	-23.09%	0.48%	17
Minería no metálica	477,030	965,022	102.30%	0.13%	8
Textil	988,909	338,267	-65.79%	0.05%	9
Varios (inc. joyería)	29,305	171,605	485.59%	0.024%	3
Maderas y papeles	695	51,770	7348.06%	0.007%	1
Sidero – metalúrgico	48,503	42,101	-13.20%	0.006%	1
Metal-mecánico	1,722,844	19,367	-98.88%	0.003%	2
Piel y cueros	28,555	17,910	-37.28%	0.0025%	1
Tradicional	85,540,925	64,228,179	-24.92%	8.80%	17
Café	70,494,160	57,715,779	-18.13%	7.91%	9
Melazas	4,455,230	3,659,680	-17.86%	0.50%	6
Azúcar		2,754,073		0.38%	1
Algodón Pima	110,548	98,647	-10.77%	0.0135%	1
Harina de pescado	31,499				
Chancaca	10,403,945				
Aceite de pescado	45,542				
TOTAL	669,429,811	729,788,915	9.02%	100%	215

Nota. Datos obtenidos de GERCETUR LAMBAYEQUE, ICOMEX, MINCETUR (2020) Asimismo, se debe puntualizar que el 92% corresponde al sector agropecuario frente a otros sectores de la región, por ello, en el año 2021, el total de exportaciones ascendió a US\$ 920 millones (incrementó en un 26% con respecto al año 2020), destacándose en la exportación de productos no tradicionales: arándanos (36.3% participación), uvas frescas (30.4% de participación) y las demás hortalizas (6.9% de participación), asimismo, 236 empresas exportadoras de la región realizaron sus envíos a los mercados internacionales, de los cuales se destacan: Agrovisión Peru S.A.C. y Gandules INC S.A.C, Complejo

Agroindustrial Beta S.A. con envíos a 78 mercados de los 81 que figuraban en el 2020. (Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo, 2022)

Tabla 9.

Lambayeque: Exportaciones acumuladas según sector productivo (Miles de USD FOB) Enero-Diciembre 2020-2021

SECTOR	FOB (USD)		VAR. %	PART. %	N° de Empresas
	2020	2021			
No Tradicional	665,321,881	862,990,666	29.71%	93.78%	243
Agropecuario	654,427,520	848,407,793	29.64%	92.20%	179
Químico	3,511,541	6,993,387	99.15%	0.76%	20
Pesquero	5,776,779	3,253,477	-43.68%	0.35%	6
Textil	338,267	1,979,605	485.22%	0.22%	10
Minería no metálica	965,022	1,451,161	50.38%	0.16%	12
Maderas y papeles	51,770	592,166	1043.84 %	0.06%	1
Metal-mecánico	19,367	151,478	682.15%	0.02%	5
Varios (inc. joyería)	171,605	126,388	-26.35%	0.01%	5
Sidero-metalúrgico	42,101	31,084	-26.17%	0.003%	3
Artesanías		2,511		0.0003%	1
Piel y cueros	17,910	1,617	-90.97%	0.0002%	1
Tradicional	64,467,034	57,219,092	-11.24%	6.22%	16
Café	57,954,634	51,037,043	-11.94%	5.55%	11
Melazas	3,659,680	6,182,028	68.92%	0.67%	5
Chancaca		20			1
Azúcar	2,754,073				
Algodón Pima	98,647				
TOTAL	729,788,915	920,209,757	26.09%	100%	259

Nota. Datos obtenidos de GERCETUR LAMBAYEQUE, ICOMEX, MINCETUR (2021)

1.4 Formulación del problema.

¿Cuáles fueron los lineamientos estratégicos aplicados por GERCETUR en comercio exterior para enfrentar la pandemia en la región Lambayeque, 2020-2021?

1.5 Justificación e importancia del estudio.

En vista del panorama económico mundial producido por los efectos de la pandemia del COVID-19 a nivel global, el gobierno peruano ha dictado una serie de medidas para darle continuidad a la actividad de comercio exterior a nivel nacional, por ello es importante conocer los lineamientos estratégicos aplicados por la Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo de Lambayeque para la ejecución de las políticas de comercio exterior en la región, esto con el fin de asegurar la continuidad de la actividad exportadora e impulsar mayores ingresos económicos, los cuales significan mayores oportunidades de empleo y mejores condiciones de vida para los habitantes, esto mediante el trabajo coordinado entre las instituciones públicas y privadas. Asimismo, esto conlleva a una mayor competitividad a nivel nacional, lo cual permite mejores oportunidades comerciales para el empresariado lambayecano.

Finalmente, la presente investigación servirá como guía para futuras investigaciones tanto académicas como gubernamentales que necesiten de otras perspectivas con respecto al tema de estudio.

1.6 Objetivos.

1.6.1 Objetivo general.

Describir los lineamientos estratégicos aplicados por GERCETUR en comercio exterior para enfrentar la pandemia en la región Lambayeque, 2020-2021.

1.6.2 Objetivos específicos.

Identificar las acciones realizadas por GERCETUR Lambayeque en base a las medidas dictadas por el gobierno peruano para darle continuidad a las exportaciones durante la pandemia.

Examinar las acciones realizadas por GERCETUR Lambayeque con respecto al avance del PERX LAMBAYEQUE 2025 durante la pandemia.

Conocer la opinión de los especialistas de GERCETUR Lambayeque sobre las políticas dictadas por el gobierno nacional en materia de comercio exterior durante pandemia.

1.7 Limitaciones.

No existen investigaciones específicas sobre el tema de estudio.

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1 Tipo de estudio y diseño de la investigación.

2.1.1 Tipo de estudio

El presente estudio se diseñó sobre el marco metodológico de enfoque cualitativo, ya que este se adecua mejor a las particularidades y exigencias del mismo.

Según Hernández Sampieri et al. (2014) señala que este recolecta y analiza la información con el fin de precisar las interrogantes del estudio o develar nuevas interrogantes durante el procedimiento de comprensión. (pág. 7) Este a su vez es descriptivo porque mediante el análisis de un evento se pretende detallar cualidades y particularidades relevantes, asimismo expone patrones de un conjunto de personas o de una localidad. (pág.

92).

2.1.2 Diseño de la investigación

El diseño de la investigación fue no experimental porque no existió manipulación intencional de la variable de estudio.

La misma podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, no se produce una variación intencional de los factores autónomos, se centra en propiedades, particularidades, definiciones y eventos que ya sucedieron o se produjeron sin la propia participación del indagador. (Hernández Sampieri et al. , 2014, pág. 165).

El presente estudio tiene por diseño de investigación el siguiente esquema:

En el cual:

—————→ X1 O1

—————→ X2 O2

—————→ X3 O3

X1 O1: Observación de las acciones realizadas por GERCETUR Lambayeque en base a las medidas dictadas por el gobierno peruano para darle continuidad a las exportaciones durante la pandemia.

X2 O2: Observación de las acciones realizadas por GERCETUR Lambayeque con respecto al avance del PERX LAMBAYEQUE 2025 durante la pandemia.

X3 O3: Observación de la opinión de los especialistas de GERCETUR Lambayeque sobre las políticas dictadas por el gobierno nacional en materia de comercio exterior durante pandemia.

2.2 Escenario de estudio.

El presente estudio se realizó en su mayoría en las instalaciones de la Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo de Lambayeque ubicada en Avenida Sáenz Peña 838 en la ciudad de Chiclayo, asimismo se utilizaron herramientas digitales como el correo electrónico y el Whatsapp para recabar la información que no puede ser accesible de forma presencial.

2.3 Caracterización de sujetos.

Se entrevistó a los siguientes especialistas de la dirección de Comercio Exterior de GERCETUR LAMBAYEQUE:

- Dra. Danna Jhoana Jiménez Boggio (ex funcionaria), laboró como Directora de Comercio Exterior de GERCETUR Lambayeque desde 2019 hasta marzo de 2022.
- Lic. Juan Pio Martin Ganvini Falen, Gerente Regional de GERCETUR Lambayeque.
- Lic. Ericka Roxana Requejo Bustamante, Directora de Comercio Exterior de GERCETUR Lambayeque.
- Econ. Anselmo Moore Morey, Economista III de la Dirección de Comercio Exterior de GERCETUR Lambayeque.
- Mg. Marco Antonio Lluncor Tello, Técnico Administrativo de la Dirección de Comercio Exterior de GERCETUR Lambayeque.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

2.4.1 Técnicas de recolección de información

Entrevista

Esta se centra en la interactividad, asimismo, se da el dialogo con el fin de intercambiar información entre quien realiza las preguntas y el que las responde, logrando así la elaboración de definiciones conforme a un asunto en particular. (Janesick, 1998, como se citó en Hernández Sampieri et al. , 2014, pág. 403). A su vez, esta es estructurada porque el investigador aplicará solamente preguntas elaboradas previamente en el orden establecido. (Hernández Sampieri et al. , 2014, pág. 460).

2.4.2 Instrumento de recolección de datos.

Guía de entrevista

Para Hernández Sampieri et al. (2014) señala que dicho instrumento busca recabar datos imprescindibles con el fin de resolver la formulación del problema. (pág. 407)

2.4.3 Validación de instrumentos

La validación del instrumento de recolección de datos (guía de entrevista) se realizó mediante el criterio juicio de expertos; los mismos que determinaron la validez, éste estuvo conformado por 3 especialistas en la materia de estudio, los cuales fueron:

- Jhon Hitler Mena Dávila, Magister en tributación, funcionario de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria.
- Hugo Espinoza Rodriguez, Dr. en Administración de Empresas, Director de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad Señor de Sipán
- Luis Montenegro Camacho, Dr. en Administración de la Educación, labora como docente universitario en la Universidad Señor de Sipán Procedimientos para la recolección de datos.

2.5 Procedimientos para la recolección de datos.

La información del presente trabajo de investigación se recabó mediante la aplicación de una guía de entrevista a un ex funcionario y funcionarios actuales de la Dirección de Comercio Exterior de la Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo de Lambayeque, así como al Gerente Regional de dicha institución. Previamente se presentó una solicitud vía mesa de partes virtual de la institución con la finalidad de solicitar entrevistas para el desarrollo de la investigación. Los especialistas que apoyaron el desarrollo de la presente investigación fueron:

- Dra. Danna Jhoana Jiménez Boggio (ex funcionaria), laboró como Directora de Comercio Exterior de GERCETUR Lambayeque desde 2019 hasta marzo de 2022, ella facilitó la entrevista a través de una videollamada vía Whatsapp, el día 22 de junio del 2022 a las 21:34 hrs.
- Lic. Juan Pio Martin Ganvini Falen, Gerente Regional de GERCETUR Lambayeque, la entrevista se realizó el día 27 de junio del 2022 a las 15:52hrs en la oficina de la Gerencia de GERCETUR Lambayeque.
- Lic. Ericka Roxana Requejo Bustamante, Directora de Comercio Exterior de GERCETUR Lambayeque, la entrevista se realizó el día 27 de junio del presente año, aproximadamente a las 16:30 hrs en la oficina de la Dirección de Comercio Exterior de GERCETUR Lambayeque.
- Econ. Anselmo Moore Morey, Economista III de la Dirección de Comercio Exterior de GERCETUR Lambayeque, la guía de entrevista la envió desarrollada en un documento adjunto mediante correo electrónico el día 30 de junio del presente año y envió el documento firmado el 1 de julio del presente año.
- Mg. Marco Antonio Lluncor Tello, Técnico Administrativo de la Dirección de Comercio Exterior de GERCETUR Lambayeque, la entrevista se realizó el día 01 de julio del presente año, aproximadamente a las 8:00 am en la oficina administrativa de la Dirección de Comercio Exterior de GERCETUR Lambayeque.

Cabe resaltar que en la Dirección de Comercio Exterior de GERCETUR Lambayeque actualmente laboran 4 personas, de las cuales solo dos realizan sus funciones de forma presencial, la Directora de Comercio Exterior y el Técnico Administrativo, las otras dos personas de forma remota por razones médicas, el Econ. Anselmo Moore Morey y el Mg. Eduardo Elera Hurtado, a este último se le invitó a formar parte de la presente investigación, pero no accedió por motivos personales.

2.6 Procedimientos de análisis de datos.

Para el análisis de datos se tuvo en cuenta los objetivos de investigación, el mismo que fue de carácter cualitativo en base a las entrevistas realizadas de manera individual, las cuales se interpretaron en base a los objetivos establecidos.

- Un análisis para determinar las acciones realizadas por GERCETUR Lambayeque en base a las medidas dictadas por el gobierno peruano para darle continuidad a las exportaciones durante la pandemia.
- Un análisis para determinar las acciones realizadas por GERCETUR Lambayeque con respecto al avance del PERX LAMBAYEQUE 2025 durante la pandemia.
- Un análisis para determinar la opinión de los especialistas de GERCETUR Lambayeque sobre las políticas dictadas por el gobierno nacional en materia de comercio exterior durante pandemia.

2.7 Criterios éticos.

La realización del presente proyecto de investigación, con respecto a citas y referencias bibliográficas se elaboró respetando las normas y reglamentos que estipulan las normas APA 7ma edición, asimismo, desde el aspecto ético personal se desarrolló una conducta adecuada en investigación, obteniendo así veracidad y fidelidad en la información.

2.8 Criterios de rigor científico.

La presente investigación utilizó un instrumento de recolección de datos que goza de confiabilidad, aplicabilidad, consistencia y neutralidad, ya que la finalidad de la misma es ser un precedente para futuras investigaciones que tengan como objetivo dar a conocer las políticas públicas utilizadas para impulsar el comercio exterior en la región, información que permitirá desarrollar mejoras a dicho proceso y lograr un mayor desarrollo económico para la región.

III. REPORTE DE RESULTADOS

3.1 Análisis y discusión de los resultados.

3.1.1 Análisis de los resultados.

Los resultados del presente estudio se recabaron a través de la aplicación de una guía de entrevista a los especialistas de la Dirección de Comercio Exterior de la Gerencia de Comercio Exterior y Turismo de Lambayeque, así como al Gerente de dicha institución, la misma que constó de 12 preguntas. Dichas entrevistas se solicitaron el día 8 de junio del presente año vía mesa de parte virtual de la institución, la cual estaba firmada por el Dr. Hugo Espinoza Rodríguez, Director de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad Señor de Sipán, posteriormente, el día 10 de junio se recibió una comunicación mediante un correo electrónico de parte de la Lic. Ericka Roxana Requejo Bustamante, Directora de Comercio Exterior de GERCETUR Lambayeque, donde se coordinó ciertos detalles para la realización de las entrevistas.

Dichas entrevistas se aplicaron en el siguiente orden a los especialistas:

- (1) Dra. Danna Jhoana Jiménez Boggio (ex funcionaria), laboró como Directora de Comercio Exterior de GERCETUR Lambayeque desde 2019 hasta marzo de 2022.

- (2)Lic. Juan Pio Martin Ganvini Falen, Gerente Regional de GERCETUR Lambayeque.
- (3)Lic. Ericka Roxana Requejo Bustamante, Directora de Comercio Exterior de GERCETUR Lambayeque.
- (4)Econ. Anselmo Moore Morey, Economista III de la Dirección de Comercio Exterior de GERCETUR Lambayeque.
- (5)Mg. Marco Antonio Lluncor Tello, Técnico Administrativo de la Dirección de Comercio Exterior de GERCETUR Lambayeque.

A continuación se mostrarán los resultados, los cuales, en su efecto, están vinculados con la consecución de cada objetivo específico del presente trabajo de investigación.

3.1.1.1 Con relación al Objetivo Específico 1:

Identificar las acciones realizadas por GERCETUR Lambayeque en base a las medidas dictadas por el gobierno peruano para darle continuidad a las exportaciones durante la pandemia. Los resultados se muestran de la siguiente manera para cada entrevistado:

Entrevistado 01, Directora de Comercio Exterior Dra. Danna Jhoana Jiménez Boggio, periodo 2019 hasta marzo del 2022: Coordinaciones con los demás organismos del Estado. De hecho ya coordinábamos con todas las instituciones, de forma particular o individual con cada de las instituciones como MINCETUR y PROMPERU, pero juntamente con PROMPERU decidimos la creación de un grupo de interés, íbamos informando a los que estábamos incluyendo cual era el objetivo de este grupo, ya que como todo se hacía de forma virtual, entonces habían empresas que pedían que se incluyeran a otras, y así íbamos sumando más actores a este grupo. Estas acciones se realizaron en la primera semana de pandemia. Ahora específicamente para lo de la pandemia, la primera medida que se tomó debido al desconcierto durante los procesos, ya que no se sabía si estaba permitido o no, por ejemplo el transporte de mercancías, la apertura de los puertos, el transporte local, el proveer de insumos. Entonces como todo en realidad era incierto en cuanto a procesos, lo primero que se hizo fue establecer un grupo de interés, que es un grupo con todos los exportadores de Lambayeque e instituciones vinculadas, dichas instituciones serían, por ejemplo, estaban incluidos los alcaldes, la Policía, SENASA, MINCETUR, Cámara de Comercio, Sociedad

Nacional de Industrias, y en realidad es un grupo de más de 100 personas incluidas, porque también hicimos un grupo de Whatsapp con ellos para que la comunicación sea más fluida; y a partir de ellos comenzamos a socializar los lineamientos. Luego teníamos, por ejemplo, algunos inconvenientes de bloqueos en las carreteras para los camiones con los contenedores o con la carga para ser procesada, no estaba prohibido, sin embargo, había mucho desconocimiento, también en el personal de la Policía o los militares, así que ellos paralizaban la carga; y como estábamos dentro de ese grupo con el MINCETUR y con la misma Policía, entonces hacíamos la coordinaciones pertinentes para que puedan solucionarse prontamente y no tengan problemas con los productos perecibles sobretodo, que si estaban permitidos. Así también, al inicio de la pandemia las empresas necesitaban contar con una autorización por parte de PRODUCE, el procedimiento de esta autorización se llevó a través de este grupo, aparte de ello las empresas que no estaban agremiadas no podían tener esta autorización directamente con el Ministerio de la Producción, así que fue GERCETUR Lambayeque quien los representó, ya que no estaban incluidos en los gremios, muy pocas de las empresas que nosotros teníamos estaban dentro de los gremios como ADEX, Cámara de Comercio, etc. Muchos de nosotros hicimos el procedimiento directamente con PRODUCE para representarlos, eso les dió como ventaja tener esa autorización y operar sin ningún problema. **Acciones sobre inteligencia de mercados.** Debido a la coyuntura muchas cosas cambiaron, los requisitos o barreras no arancelarias por ejemplo, los requisitos de ingreso a mercados, la investigación de mercados se dió a través de la priorización de los productos, tenemos que priorizar ciertos productos los más importantes de la región y elaborar estudios de inteligencia comercial para que los empresarios estuviesen mucho más informados, con data actualizada, y no solo nacía propiamente de la GERCETUR, sino también habían empresas que solicitaban ciertos estudios y entonces respondíamos bajo esa necesidad. **EXPO DUBAI 2020.** En el 2020 no se aplicaron ferias presenciales, la EXPO DUBAI como tal se realizó a finales del 2021 y comienzos del 2022, porque duró aproximadamente 6 meses. **Capacitación sobre certificados de origen.** Eso está relacionado con la certificación de exportador autorizado. En GERCETUR Lambayeque incluimos un programa de socialización y de fortalecimiento en cuanto a la certificación de exportador autorizado, esto tuvo como resultado de que la región Lambayeque era la región que contaba con más empresas certificadas como exportador autorizados a nivel nacional, porque digamos que nuestra función no solamente fue socializar esta certificación que es otorgada por MINCETUR , sino que también

preparamos a las empresas para que obtuvieran esa certificación, porque ellos debían hacer un examen, entonces los preparamos para este examen, los capacitamos, hicimos seguimiento, los ayudamos a preparar su documentación también; y obtuvimos la ventaja o el resultado fue que éramos la región con más empresas certificadas y es una certificación opcional pero a medida de que pasa el tiempo nos dimos cuenta que los importadores la pedían como algo mas obligatorio que opcional, prácticamente los hemos preparado para ese procedimiento. ***Difusión de información para fortalecer las exportaciones.*** Estudios de mercado, fichas técnicas, inteligencia de mercados, además de una gran campaña de promoción de la oferta exportable regional, dentro de esa campaña hay materiales audiovisuales y escritos como por ejemplo el catálogo de la oferta exportable de la región completamente actualizado y que dentro del programa esta socializarlo con las embajadas, hacer una campaña de promoción bastante intensa y luego que ha cumplido con todos los estándares para luego ser difundido por cualquier institución pública y privada, las empresas lo han replicado, les parece un material bastante profesional y se ha tomado en cuenta aspectos como que esté en español, en inglés, y que existan subtítulos en inglés, bastante importante, ha sido replicado muchas veces y es parte de la promoción de nuestra oferta, además hay empresas y clientes que nos decían “no sabíamos que eso había en Lambayeque, no sabíamos cuán importante era Lambayeque en el caso de comercio exterior”, y como el video ha sido una parte de sensibilizarlos. También establecimos un programa de capacitaciones en cuanto a los protocolos de bioseguridad, muchas de las personas no sabían cuáles eran los procesos, porque salina resoluciones de forma muy frecuente por parte del Ministerio de Salud, entonces aplicamos, en este caso, las capacitaciones o asistencias a las empresas o webinars, porque todo lo que teníamos que hacer era de forma virtual y sectorizada, por ejemplo, lo hacíamos para las empresas del sector agro, por ejemplo la capacitación sobre certificaciones de calidad e inocuidad: Haccp – BRC, desarrollado el 16 de setiembre del 2020, o para las empresas del sector textil, ya que eran diferentes los lineamientos por cada uno de los sectores. Mandamos a producir también varios videos instructivos y esto fue en articulación con la academia, con la Universidad UTP, para que los alumnos puedan diseñar o elaborar videos, que los puedan instruir y que ellos puedan pasarlo a su personal (empresas), porque parte de los protocolos que ellos tenían que cumplir decían socializar imágenes, videos del uso de mascarillas, de los guantes, del uniforme en sí, además del trato que debían tener con los productos.

Entrevistado 02, Gerente Regional de Comercio Exterior y Turismo de Lambayeque

Lic. Juan Pio Martin Ganvini Falen desde el 09 de junio del presente año: Desde el 2019 hasta mayo del 2021 estaba otro gerente, el Sr. Julio César Fernández Alvarado, el 1ero de mayo del 2021 ingresó el Ing. Ulises Ponte López y desde el 09 de junio del presente año ingresé al cargo de Gerente Regional de Comercio Exterior y Turismo de Lambayeque, siendo anteriormente Director de Turismo y Artesanía en GERCETUR Lambayeque.

Coordinaciones con los demás organismos del Estado. Desde el 2019 se realizó un diagnóstico de base, donde hubo este acercamiento a las empresas, eso valió para que en el 2020 y 2021 se pueda responder de la mejor manera. Se hizo trabajo de campo, se articuló con AREX con PROMPERU, integrándolos a todos ellos, pese a que ciertas instituciones nos indicaban textualmente que “nosotros no debemos meternos en eso porque no es nuestra competencia”, sin embargo si bien es cierto no es nuestra competencia, pero si no hay nadie que lo hace, y hay una necesidad del sector nosotros nos ponemos al hombro y nos ponemos a articular, ahí fue como unas piedras en el camino que se suscitaron en el momento, pero lo supimos sacar al frente, entonces hubo trabajo de campo, hubo un acercamiento con las líneas base que se trabajaron con los productores. Desde el 2019 se conformó un grupo de Whatsapp y se tuvo varias reuniones para la reconfiguración del comité directivo del PERX. Durante pandemia, el manejo y coordinación de las acciones se realizaban a través de llamadas telefónicas con MINCETUR, todo era de forma remota desde la primera semana, dos veces a la semana se venía de manera presencial a la oficina para ver cierta documentación, hasta julio del 2020 que recién se retomó el trabajo de campo, se inició el trabajo presencial en oficina pero menos horas (7:30 a. m- 2:30 p. m) de lo que habitualmente se realizan (7:30 a. m- 4:30 p. m). Entonces , lo que se logró fue tener un acercamiento a la gran mayoría de las empresas agroexportadoras de la región, en ese acercamiento ha involucrado, no solamente, en el tema de mejoras de la cadena productiva de cada uno de los productos de exportación, sino también se ha logrado que estas empresas puedan participar de ciertos programas como el PAI, este programa de apoyo al tema de la exportación, y con el tema de la certificación de origen, desde la pandemia en adelante, las empresas agroexportadoras prácticamente se comunicaban con nosotros para poder conocer sobre alguna medida, o si es que había un paro de transportes, cómo se podía solucionar, si se había habilitado, es decir, prácticamente GERCETUR creó la necesidad de la comunicación empresa exportadora-gerencia regional de comercio exterior y turismoPolicía Nacional del Perú, entonces se logró ese nexo para conocer y habilitar ciertas rutas a ciertas

trabas que se le ponía el sector, esto con el fin de darle fluidez, y que los camiones que llevaban los productos tengan ese pase respectivo, entonces ahí se fue articulando, incluso en entrevistas con esas empresas privadas agroexportadoras, ellos siempre nos dicen que nunca han tenido el acercamiento así del ente público como tal. ***Acciones sobre inteligencia de mercados.*** Estas acciones no se detuvieron, más aun en pandemia, ya que algunas empresas necesitaban información sobre ciertos mercados o productos en sí, entonces se elaboraban a petición de ellos, asimismo nosotros realizábamos estas investigaciones según los productos con mayor volumen de exportaciones. ***EXPO DUBAI 2020.*** Esta duró más o menos 5 o 6 meses, esta se postergó por la pandemia, empezó aproximadamente en octubre del 2021 y terminó aproximadamente en marzo. El gobierno regional participó, asistió el gobernador donde tuvo acercamiento con ciertas instituciones, donde promocionó tanto el video institucional de comercio exterior de Lambayeque y también el tema de los catálogos exportadores actualizados. Los resultados sobre este evento lo maneja MINCETUR, además esta es la primera vez que como región de participa en un evento internacional. ***Capacitación sobre certificados de origen.*** Estas siempre se realizan con MINCETUR y con unos aliados estratégicos con los cuales tenemos ciertos convenios, quienes nos apoyan con estos temas de capacitaciones sobre este tema y también para el fortalecimiento de los mismos directivos o de las mismas personas que desean incursionar en el tema de exportación. Si bien es cierto vemos a grandes empresas y a MYPES, pero es sobre todo a estas últimas a las que le brindamos una mayor asesoría, apoyándolos con catálogos, tarjetas de presentación, logos, y de ahí los llevamos a ferias hasta que tengan la experiencia para llevarlos a ruedas de negocios como en una EXPO ALIMENTARIA. ***Difusión de información para fortalecer las exportaciones.*** Se realizó capacitaciones de acorde a lo dispuesto por el gobierno nacional con respecto a los protocolos sanitarios para las empresas, asimismo se mantuvo la elaboración del material instructivo necesario para brindar la información necesaria a los empresarios de la región.

Entrevistado 03, Directora de Comercio Exterior Lic. Ericka Roxana Requejo Bustamante, ingresó a GERCETUR Lambayeque en el año 2021: Ingresó a laborar a la Dirección de Comercio Exterior de GERCETUR Lambayeque desde el año 2021 como asistente, por ende ella no conoce como fue el manejo de estas acciones al inicio de la pandemia, pero si conoce como estas se vinieron desarrollando a partir de ese año en adelante, sobre todo desde que se convirtió en Directora de Comercio Exterior desde el 2 de mayo del presente año. ***Acciones sobre inteligencia de mercados.*** Se continúa con las

investigaciones para la exportación a nuevos mercados, ya que es fundamental contar con la información necesaria para los empresarios de la región. **EXPO DUBAI 2020.** Expo Dubái fue la primera exposición universal en la región MENA (Medio Oriente y el Norte de África), la cual se realizó desde el 01 de octubre del 2021 al 31 de marzo del 2022. Este evento tuvo la participación de 23 gobiernos regionales de nuestro país. La Mancomunidad Regional del Norte (Tumbes, Piura, Lambayeque, La Libertad, Cajamarca y Ancash como invitado) se presentó el 23 y 24 de febrero del 2022, estuvo representada por el Señor de Sipán. Se tuvo la presencia del gobernador regional, visitó a la OCEX, el cual le armó una agenda, estuvo conformada por dos reuniones con unos empresarios de la India para poder promocionar a Lambayeque allí; y llevó el catálogo de oferta exportable regional en español y en inglés, el cual además tiene un código QR que contiene el video promocional (como una campaña de promoción que realizó GERCETUR Lambayeque) realizado en el 2021 y en el mes de agosto del presente año dicho catálogo se presentará en las embajadas. Cabe precisar que existe un tema de formalidad para que una empresa peruana logre una reunión de negocio con una empresa extranjera, debe gestionarlo primero a través de la OCEX, primero debe pasar un filtro para que ellos se aseguren que es una empresa formal, confiable, porque se representa al país, para Dubái no existe un requisito fitosanitario más si una certificación como el Halal, es una certificación religiosa para los musulmanes. Para que una empresa participe en una feria como la EXPO DUBÁI 2020 tiene que pasar el test exportador, ruta exportadora de PROMPERU. Las ruedas de negocio no fue en la misma feria, esto fue definido por las OCEX como gestores comerciales. Como GERCETUR, apoyamos en la difusión, enviando correos, mandamos link de registro que iba directamente a PROMPERU, ese link es el RUTEX, donde se crea una cuenta y se puede postular como empresa o emprendedor, además se debe presentar otros requisitos: certificaciones, además de por qué te deben elegir, ahí te van a validar o no para la feria, Dicho evento fue de gran importancia para nuestro país, ya que dicha plataforma contribuyó con la reactivación económica, ya que promueve las exportaciones, genera un impulso al turismo, mayor inversión extranjera y consolida el posicionamiento de la marca país. **Capacitación sobre certificados de origen.** Capacitamos a las empresas para que puedan obtener la certificación de exportador autorizado, GERCETUR acompaña paso a paso a los empresarios para obtener esta certificación de parte de MINCETUR, esto bajo nuestro programa de promoción de la certificación de Exportador Autorizado, en abril del 2021 se logró certificar a 2 empresas exportadoras de la región, sumando con ellas 15 empresas certificadas hasta ese

momento. ***Difusión de información para fortalecer las exportaciones.*** Dentro de las actividades que se realizaron en el 2021 están: el lanzamiento del directorio de las empresas exportadoras de la Región Lambayeque, actualizado al 2021, dicha data fue socializada a través de la página web institucional y redes sociales. Se realizó una capacitación sobre financiamiento para la internacionalización PAI, se contó con la participación de 48 personas a través de la plataforma virtual Meet y en coordinación con el MINCETUR. Junto con nuestro aliado el Instituto Peruano de Negocios se elaboró el estudio de mercado de textiles de algodón para bebé, el mismo que ha sido socializado a través de la página web institucional, redes sociales y correos electrónicos. Elaboración de video promocional de la oferta exportable de la región Lambayeque, así como de la ficha técnica correspondiente a la Harina de Banano, el cual fue socializado a través de la página web institucional y redes sociales

Entrevistado 04, Econ. Anselmo Moore Morey: *Coordinaciones con los demás organismos del Estado.* Desde diciembre 2019 que se conoció por medio de las noticias que se había iniciado una pandemia en China en la ciudad de Wuhan, ya había un estado de alerta en el comercio internacional y a partir del 16 de marzo del 2020 cuando en Perú entró en vigencia el Estado de Emergencia y Cuarentena obligatoria con aislamiento social, el MINCETUR y MINSA coordinaron estrechamente con los demás ministerios para minimizar los contagios, acciones centralizadas en el más alto nivel gubernamental liderados por la Presidencia de la República y la Presidencia del Consejo de Ministros, se involucraron todos los ministerios y los gobiernos regionales y locales, también los actores diversos del comercio exterior como Aduanas, Ministerio de Relaciones Exteriores, DIGESA, SENASA, ADEX, CONFIEP, Cámaras de Comercio, Colegios Profesionales, Fuerzas Armadas y Policía Nacional, se aplicaron estrictos protocolos sanitarios en las empresas en los procesos productivos, trabajadores e insumos y materias primas, se monitoreó a las empresas para apoyarles en sus dificultades de conocimiento de dichos protocolos y su aplicación. ***Acciones sobre inteligencia de mercados.*** Con el fin de no perder mercados, ya se había perdido temporalmente el mercado chino por paralización de puertos de Shanghái y otros, se continuó con la inteligencia de mercados mediante plataformas virtuales, especialmente vía zoom, conferencias virtuales Meet, con los webinars y eventos de información especializado como estudios de mercado y requisitos fitosanitarios e inocuidad extremas que exigían los mercados del mundo para proteger a su población, dirigidos a las empresas regionales con bastante éxito, al menos la asistencia era mayor que los eventos presenciales

pre pandemia por el interés de parte de los empresarios. **EXPO DUBAI 2020**. Esta se realizó recién en el 2021, por motivo de la pandemia, fue desde el 1 ero de octubre hasta el 31 de marzo del 2022, participamos como la Mancomunidad Regional del Norte. **Capacitación sobre certificados de origen**. Mediante Talleres Webinars a los empresarios exportadores y potenciales exportadores de nuestra región, dictado por especialistas expertos en este tema. **Difusión de información para fortalecer las exportaciones**. Boletines informativos con estadísticas de exportaciones regionales analizados por sectores, por productos, por partidas, por empresas y mercados de destino, así también calendario de oportunidades productivo comercial, estudios de mercado de productos exportables, diagnóstico del Sector Exportador de Lambayeque, fichas técnicas de productos exportables, catálogo de Oferta Exportable, directorio actualizado de empresas exportadoras regionales, capacitaciones a empresariado regional en diversos temas de interés sobre comercio exterior.

Entrevistado 05, Mg. Marco Antonio Lluncor Tello: Coordinaciones con los demás organismos del Estado. En el 2020 las coordinaciones se realizaron a través de la comunicación de Whatsapp, ahí se comunican no solo las instituciones de Lambayeque si no demás instituciones a nivel nacional y empresas exportadoras, el manejo fue mucho más óptimo, ahí se manejó el tema de las capacitaciones virtuales, y eso nos ayudó muchísimo puesto que también se tenía q articular algunas actividades como formalización de algunas empresas, porque estaba de por medio la marca país, y algunos necesitaban eso para vender al extranjero, la comunicación fue instantánea. Siempre hubo un directorio, una comunicación con las empresas, y en pandemia se creó un grupo más grande en whatsapp, allí se avisaban de todas las medidas o acciones nacionales y regionales. Empezamos inmediatamente a realizar trabajo remoto, desde el 14 de marzo, este periodo fue terrible porque todas las coordinaciones las realizábamos desde nuestros domicilios, el estrés nos aquejó mucho, retornamos el 1 de julio del 2020 presencial y remoto, esto en parte para salvaguardar la salud de algunos de nosotros que padecíamos de enfermedades pre existentes. **Acciones sobre inteligencia de mercados**. No muchas empresas están interesadas en la capacitación que se brinda. Por eso siempre desde las universidades buscábamos el fortalecimiento de capacidades para la exportación. Durante el 2020 todo fue virtual, el manejo de las estadísticas, exportaciones a nivel de región, a nivel de país vino a la baja. Todo se publicaba en la página web, las coordinaciones se realizó a través de videoconferencia. **EXPO DUBAI 2020**. Esta se realizó en el año 2021, en octubre y se extendió hasta marzo de este año. El gobernador viajó, él tuvo la oportunidad de presentar

el catalogo exportador de la región. Considero que toda feria es exitosa, todo depende de cómo se represente y el Perú lo hizo muy bien a pesar de no contar con un presupuesto tan holgado como el de otros países que invierten en promoción. **Capacitación sobre certificados de origen.** Siempre se han realizado con apoyo del MINCETUR, este tema y otros se dieron de forma virtual, los expositores pueden ser del mismo MINCETUR como terceros contratados por dicha institución, sé que se utilizaron medios virtuales para seguir con el proceso de capacitación. **Difusión de información para fortalecer las exportaciones.** Toda comunicación se hizo de forma virtual durante el 2020, para dar cumplimiento realizamos cartillas de información, catálogos pequeños sobre producción, estacionalidad de productos, sobre mercados de exportación. En 2021, todo fue poco a poco, priorizamos actividades, por lo menos las capacitaciones se continuaron de forma virtual, recién en el 2022 es de forma presencial, siempre cumpliendo con los protocolos de bioseguridad.

Conforme a la información recabada, se puede inferir que la Dirección de Comercio Exterior de la Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo de Lambayeque respondió según lo dispuesto por las medidas dictadas por el gobierno nacional para enfrentar la pandemia, ya que desde la primera semana de la pandemia se desarrollaron las actividades cumpliendo los protocolos de bioseguridad y utilizando herramientas digitales para su cumplimiento, por ende, el trabajo se realizó de forma remota, para lo cual utilizaron las videoconferencias, correo electrónico y el Whatsapp para coordinar de forma interna las actividades a realizar, dicha forma de trabajo se cumplió hasta julio del 2020, y a partir de esa fecha algunos volvieron a laborar a las oficinas de GERCETUR Lambayeque de forma presencial hasta las 2:30 p. m. y no hasta las 4:30 p. m. como usualmente lo hacían, mientras que otros continuaron su labor de forma remota por cuestiones de salud. En el 2021 volvieron al horario habitual de 7:30 a. m. hasta las 4:30 p. m., pero aún se mantiene cierto personal trabajando de forma remota para salvaguardar su salud. Esto según lo que se muestra en sus publicaciones de su fan page de la red social Facebook de fecha 13 de marzo del 2020, donde se adjuntaron los documentos sobre el Decreto de Urgencia N°025-2020 y el Decreto Supremo N° 008-2020-SA; ambas de fecha 11 de marzo del 2020, en el primero se señalaron una serie de disposiciones, entre las cuales se puntualizaba las pautas para el desarrollo del trabajo remoto utilizando las TICs durante el COVID- 19; y el otro es conforme al Estado de Emergencia Sanitaria a nivel nacional por un plazo de 90 días calendario, en la cual se señalan las disposiciones sanitarias que deben aplicar las administraciones estatales y particulares; además de la Resolución Ministerial N° 055-2020-TR, de fecha 6 de marzo del

2020, en el cual se señala información tanto para los empleados como los empleadores, sobre disposiciones para prevenir y actuar de forma concreta, para evitar la propagación del COVID-19 en los centros de labores.(GERCETUR Lambayeque, 2020a,2020b)

Figura 6. Decreto de Urgencia N°025-2020



Nota. Publicación de estado obtenida

de la página de Facebook de Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo de Lambayeque de fecha 13 de marzo del 2020.

Figura

7.

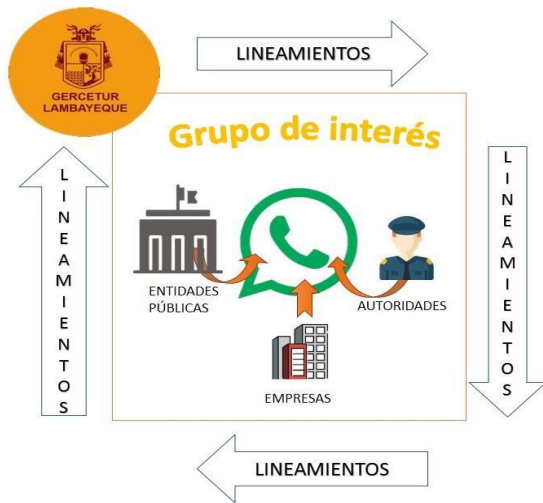
Resolución Ministerial N°055-2020-TR



Nota. Publicación de estado obtenida de la página de Facebook de Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo de Lambayeque de fecha 13 de marzo del 2020.

Por otro lado, se conformó un grupo de interés de más de 100 personas coordinado con PROMPERU a través del Whatsapp, donde se socializaban de forma inmediata los lineamientos a realizar en conjunto con las demás instituciones públicas y autoridades, además del empresariado como tal, dicha herramienta digital fue indispensable, sobretodo en los inicios de la pandemia, cuando las autoridades desconocían las disposiciones con respecto a la movilización de la carga por carreteras, evitándose así mayores inconvenientes y acelerando las coordinaciones pertinentes principalmente con los productos perecibles.

Figura 8. Grupo de interés conformado por GERCETUR Lambayeque para socializar lineamientos



Nota. Conformación del grupo de interés de GERCETUR Lambayeque Elaboración propia.

Con respecto a la autorización de PRODUCE para la reanudación de actividades, GERCETUR Lambayeque cumplió con la representación de las empresas que no estaban agremiadas y apoyó en el procedimiento para adquirir dicho requisito, esto conforme al Decreto Supremo 080-2020-PCM (Figura N°5) de fecha 2 de mayo del 2020, disposición que enfatiza que para la reapertura de la economía y de la interacción social es esencial comenzar el cambio para el reinicio de operaciones de forma progresiva, esto bajo el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad ante el COVID-19, proceso que constó de 4 fases, las cuales fueron evaluadas constantemente por la Autoridad Sanitaria del país. (Diario Oficial El Peruano, 2020).

Asimismo, se realizaron estudios de mercado conforme a los nuevos requisitos de ingreso debido al COVID-19 de los productos más importantes de la región, esto se puede visualizar en su página web de la institución.

Figura

9.

Estudio de mercado de productos exportables



Nota. Información obtenida de la página web de GERCETUR Lambayeque (s.f.)

Conforme a la EXPO DUBAI 2020, este evento se postergó debido al COVID-19 y se realizó recién el 01 de octubre del 2021 hasta el 31 de marzo del 2022. Por otro lado, la participación de la región estuvo representada por la Mancomunidad Regional del Norte, es decir estuvo conformado por Tumbes, Piura, Lambayeque, La Libertad, Cajamarca y Ancash como invitado, su participación fue el 23 y 24 de febrero del 2022, además es la primera vez que la región participa en un evento internacional, asimismo esta estuvo representada por el Señor de Sipán. Por otro lado, a este evento asistió el gobernador regional, el cual tuvo dos reuniones con empresarios de la India, reuniones que fueron gestionadas por las OCEX, en estas reuniones tuvo la oportunidad de presentar en físico el catálogo de oferta exportable regional en español, el cual contaba con tres códigos QR en la parte posterior, uno del video oficial de oferta exportable de la región en inglés y el otro en español, y el último del catálogo en inglés. La rueda de negocios no se realizó en el mismo recinto, son las OCEX las que preparan una agenda de negocios, pero antes la empresa peruana que deseaba participar en esta feria necesitaba pasar por un filtro que realizaba PROMPERU, esto a través del link de la página Ruta Exportadora proporcionada por GERCETUR Lambayeque mediante correo electrónico, en el cual las empresas debían cumplir con los requisitos que se señalaban tanto para empresas que ya exportan como para las que aún no lo hacen. Asimismo, cabe señalar que el Perú obtuvo excelentes resultados en dicha feria con exhibiciones gastronómicas, de

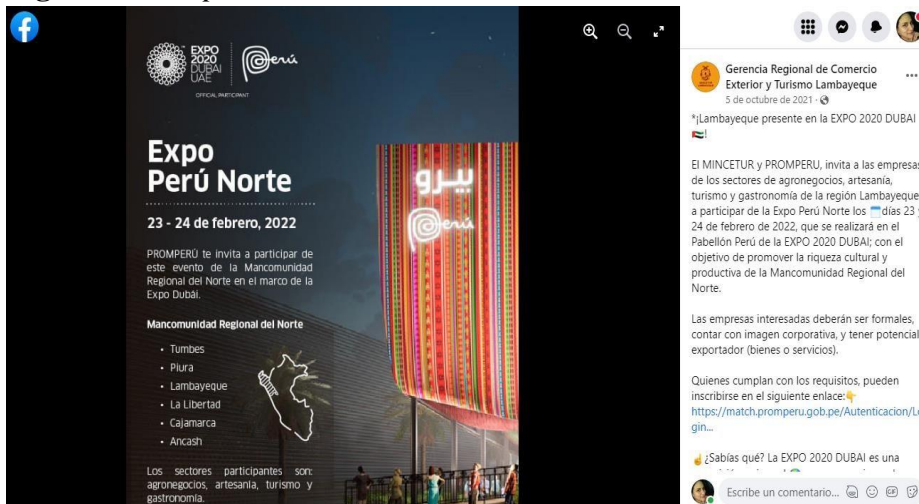
artesanía y música, ya que de los 192 países que participaron, logró el primer puesto obteniendo el galardón World Expo Awards en la clasificación de People's Choice Awards. (Diario Gestión, 2022)

Figura 10. Mancomunidad Regional del Norte



Nota. Información obtenida de GERCETUR Lambayeque (2021).

Figura 11. Expo Perú Norte en la EXPO 2020 DUBAI UAE



Nota. Publicación de estado obtenida de la página de Facebook de Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo de Lambayeque de fecha 5 de octubre del 2021.

12.

Tapa y contratapa del catálogo de la oferta exportable de Lambayeque

Figura



Nota. Catálogo presentado por el Gobernador Regional en la Rueda de negocios de la EXPO DUBAI 2020.

GERCETUR Lambayeque preparó a las empresas para obtener la certificación de exportador autorizado, la cual es otorgada por MINCETUR, esto mediante un programa de promoción de la certificación de Exportador Autorizado, logrando en abril del 2021 certificar a 15 empresas de la región. Dicho programa se basaba en la capacitación para el examen y la preparación de la documentación requerida para la obtención de dicha certificación. Asimismo, dicha certificación está establecida mediante el Decreto Supremo N°006-2020-MINCETUR de fecha 12 de junio del 2020, la cual se trata de elegir a aquellos exportadores frecuentes que voluntariamente deseen acceder a esta herramienta para que ellos mismos puedan certificar el origen de sus mercancías, ahorrando tiempo, costos logísticos y generando confianza en el mercado internacional para sus embarques, además con esta certificación el exportador peruano tiene la facilidad de ingresar sus productos libres de arancel a importantes mercados como la Unión Europea, Costa Rica, Panamá, Honduras, Japón, Reino Unido y la Asociación Europea de Libre Comercio. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2020)

Figura 13. *Exportadores autorizados*



Nota. Publicación de estado obtenida de la página de Facebook de Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo de Lambayeque de fecha 29 de octubre del 2020.

Por otro lado, para continuar con el fortalecimiento de las exportaciones, dentro de las actividades que se realizaron se pueden mencionar: capacitaciones en cuanto a la Elaboración del Plan de vigilancia, prevención y control COVID-19 en el Sector agroindustrial, certificaciones de calidad e inocuidad Haccp –BRC de la mano de su aliado estratégico el Instituto Peruano de Negocios, así como el de financiamiento para la internacionalización PAI. Asimismo, se socializó el estudio de mercado de mercado de textiles de algodón para bebé, así como el directorio de las empresas exportadoras de la Región Lambayeque al 2021, se elaboró la ficha técnica sobre la Harina de Banano, además del video promocional de la oferta exportable de la Región Lambayeque y la actualización de catálogo de la oferta exportable de la Región Lambayeque, actividades que fueron socializadas a través de la página web institucional y de la red social Facebook.

14.

Capacitación sobre la Elaboración del Plan de vigilancia, prevención y control COVID-

Figura

19 en el Sector agroindustrial

The screenshot shows the website of the Regional Government of Lambayeque, Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo. The main heading is "PLAN DE VIGILANCIA, PREVENCIÓN Y CONTROL COVID-19". Below this, there is a banner for a virtual meeting on June 30th at 11:00 AM. The banner includes the following information:

- Martes 30 de Junio 11:00 AM**
- Expositor:** MBA. Edwin Mechato Sandoval, Jefe de Gestión del Talento Humano, Coopac: Norandino
- Unirse con Google Meet:** meet.google.com/icr-inbk-dcv
- Unirse por Teléfono:** +55 11 4949-2137, PIN: 211328250

The banner also features logos for the Regional Government of Lambayeque, the Regional Government of Comercio Exterior y Turismo, and PROMPERU. A photograph of a person in a red protective suit and mask handling green grapes is included in the banner. To the right of the banner, there is a section titled "Últimas Noticias" with a list of news items:

- EXPOAMAZÓNICA 2022
- PARTICIPA DEL CURSO VIRTUAL GRATUITO
- RETOMAN PLAN "VAMOS A TU ENCUENTRO" PARA ENFRENTAR CUARTA OLA DE COVID-19
- PROGRAMA DE APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN
- "DRAWBACK Y FISCALIZACIÓN EN EMPRESAS EXPORTADORAS"
- OPERACIONES PARA GESTORES EN TURISMO DE AVENTURA

Nota. Información obtenida de la página web de GERCETUR Lambayeque (2020)

Figura 15. Capacitación sobre certificaciones de calidad e inocuidad Haccp - BRC

The screenshot shows a Facebook post from the Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo Lambayeque, dated September 15, 2020. The post text reads:

La Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo de Lambayeque junto a su aliado estratégico Instituto Peruano de Negocios, los invitan a participar del siguiente evento virtual :

Webinar Certificaciones de Calidad e Inocuidad: Haccp - BRC
Miércoles 16 setiembre 2020
08:00 p. m. ... Ver más

The post includes a promotional graphic for the webinar. The graphic features the date "16 SETIEMBRE 8:00 PM" and logos for the Regional Government of Lambayeque, the Regional Government of Comercio Exterior y Turismo, and the Instituto Peruano de Negocios. The title of the webinar is "Certificaciones de calidad e inocuidad: Haccp - BRC". A circular portrait of Ing. Marco Yepes is shown, along with his name.

Nota. Publicación de estado obtenida de la página de Facebook de Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo de Lambayeque de fecha 15 de septiembre del 2020.

Figura 16.

Capacitación sobre el Programa de Apoyo a la Internacionalización



Nota. Publicación de estado obtenida de la página de Facebook de Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo de Lambayeque de fecha 7 de octubre del 2021.

Figura 17. *Estudio de mercado de textiles de algodón para bebé*



Nota. Publicación de estado obtenida de la página de Facebook de Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo de Lambayeque de fecha 24 de agosto del 2021.

Figura 18.

Directorio de empresas exportadoras



Nota. Publicación de estado obtenida de la página de Facebook de Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo de Lambayeque de fecha 19 de abril del 2021.

Figura 19. Ficha técnica de Harina de banana



Nota. Publicación de estado obtenida de la página de Facebook de Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo de Lambayeque de fecha 23 de octubre del 2021.

Figura 20.

Video promocional de Lambayeque



Nota. Publicación de estado obtenida de la página de Facebook de Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo de Lambayeque de fecha 24 de marzo del 2022.

Figura 21. Publicación del catálogo exportador de Lambayeque 2021



Nota. Publicación de estado obtenida de la página de Facebook de Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo de Lambayeque de fecha 14 de marzo del 2022.

Figura

3.1.1.2 *En lo concerniente al Objetivo Específico 2:*

Examinar las acciones realizadas por GERCETUR Lambayeque con respecto al avance del PERX LAMBAYEQUE 2025 durante la pandemia. Se obtuvo la siguiente información de parte de los especialistas:

Entrevistado 01, Dra. Danna Jhoana Jiménez Boggio- periodo 2019 hasta marzo del 2022: Nuestras acciones están enmarcadas en el PERX, nuestro Plan Operativo Institucional de todos los años están enmarcados en las actividades del PERX, sin embargo en el 2020 para ser precisa, fue un limitante la pandemia, por la movilidad en sí, pero eso no quiere decir que no hayamos seguido haciendo el seguimiento de las acciones de este plan estratégico; y utilizando los medios que podíamos nos comunicábamos con las instituciones que eran responsables de realizar cada una de estas actividades, por eso es que también estamos dentro del top de las regiones que han cumplido con este plan (1° puesto 2020 y 2021). La percepción del ministerio es que somos una región que está trabajando bastante activa con respecto a comercio exterior, como te decía éramos la primera región en realizar un diagnóstico de exportación de servicios, entonces habían muchas cosas en la que nosotros liderábamos ciertas actividades. Hay una plataforma de seguimiento del PERX donde el ingreso autorizado es del ministerio y de los gobiernos regionales, en relación a la exportación de servicios, no existe una data estadística propiamente así como de la SUNAT, por ejemplo para servicios, y eso no solamente se da en nuestro país, sino en mucho de los países, no es algo que se pueda contabilizar, por la naturaleza del servicio, es intangible, que no se declara ante la SUNAT como un bien, no existe una declaración única de aduanas de un servicio exportado, para el año 2020 no hubo restricciones para los servicios. A nivel nacional hay un reporte sobre las exportaciones del 2021 de MINCETUR que lo elabora junto con PROMPERU, donde se especifica cuáles han sido los servicios más comercializados, no existe volúmenes, ni precios FOB como para los bienes , pero si te dicen de los servicios cuales son los más cotizados en el exterior, lo que se hizo a partir de GERCETUR Lambayeque fue un trabajo muy minucioso en cuanto a los servicios, ya que no se contaba con información sobre ello, por ende se realizó un diagnóstico del sector exportación de servicios, ese diagnóstico nos permitió conocer que ya habían empresas de servicios exportadores en nuestra región, esas exportaciones de servicios eran marketing digital, producciones, manejo de redes sociales, de software, y teníamos las exportaciones para Latinoamérica y algunas para Europa, dentro del diagnóstico se les preguntó qué tipo

de empresa era, que servicio exportaba, hacia dónde lo exportaba, desde que tiempo lo hacía, y de las que no exportaban pero si eran potenciales exportadoras de servicio comenzamos a trabajar con ellas también en programas de capacitación para que puedan participar de una feria internacional de servicios que se llama Perú Service Summit, y el objetivo es que participen para que puedan tener mayor apertura mercados, además somos la primera región que realizó un diagnóstico sobre la exportación de servicios y forma parte de nuestra plan estratégico regional exportador.

Entrevistado 02, Gerente Regional de Comercio Exterior y Turismo de Lambayeque

Lic. Juan Pio Martin Ganvini Falen desde el 09 de junio del presente año: El PERX LAMBAYEQUE 2025 se cumplió a pesar de la pandemia, se logró un puesto meritorio tanto en el 2020, como en el corte del 2021; asimismo pese al poco personal con el que se cuenta en la DCE (Dirección de comercio Exterior) se cumplió satisfactoriamente, ahora son 4 personas las que laboran, la mitad de forma presencial y la otra mitad de forma remota, pero aun así no contamos con el personal suficiente y es bastante complicado, pero si se pone énfasis y esfuerzo en las actividades que realmente se deben cumplir como son las que se indican en el PERX, se logra, porque es más difícil esperar que cada empleado decida qué acciones realizar por su propia cuenta, ya que pueden ser repetitivas y así no se avanza con dicha hoja de ruta. Por otra parte, con respecto a la exportación de servicios, sé que se realizó un diagnóstico en el año 2020 para conocer justamente sobre los mercados y servicios mayormente exportados en la región.

Entrevistado 03, Lic. Ericka Roxana Requejo Bustamante, ingresó a GERCETUR

Lambayeque en el año 2021: Las acciones que se van avanzando del PERX LAMBAYEQUE 2025 se ingresan a través de la plataforma de monitoreo del PERX mediante el extranet de MINCETUR, solo se le facilita el acceso a funcionarios acreditados de GERCETUR. La fecha de ingreso es hasta el 2025, pero se trata de hacer anualmente de acuerdo al avance de las entidades involucradas, la plataforma solo nos da el resumen de 3 cortes: 2018, 2021 y 2025. Para Lambayeque son 6 cadenas productivas con 43 acciones específicas, para el año 2021 se obtuvo 7 en ejecución y 19 completadas, es decir cerró con 26 acciones específicas ejecutadas, ocupó el primer puesto a nivel nacional. Dicho resumen para el año 2021 corresponden a gráficas en base a un semáforo donde cada color tiene un porcentaje de avance, el color rojo (0-20%), ámbar (20% - 75%) y verde (75%- 100%), por ello, *para la cadena productiva de hortalizas y derivados:* hubo un avance del 33.3%, tiene

como acciones específicas: 4 en color rojo, 2 en color amarillo y 3 en color verde, ***para la cadena productiva de frutas y derivados***: hubo un avance del 75%, esta es la cadena productiva que más avance ha presentado porque por aquí tienes por ejemplo promover la apertura de citas para la investigación, tiene un cite agroindustrial que está en proyecto, en dos meses empieza la construcción, tienes una acción específica que ayuda mucho directamente a esta cadena productiva, tiene como acciones específicas: 2 en color rojo, 1 en amarillo y 9 en color verde, ***para la cadena productiva de servicios***: hubo un avance del 40%, tiene como acciones específicas: 2 en color rojo, 1 en amarillo y 2 en color verde, con respecto a esta cadena productiva en el 2020 se inició el diagnóstico de servicios y se culminó en el 2021, lo hizo GERCETUR pero lo trabajó en coordinación con PROMPERU, porque ellos tienen el sector de servicios y manufacturas entonces ellos si hacen actividades para los exportadores, dicho diagnóstico se realizó de manera virtual debido a la pandemia, este se aplicó a 30 empresas, después de aplicar ciertos criterios de evaluación, de las cuales 27 son personas jurídicas y 3 son personas naturales con negocio. Las líneas de servicio más destacables son: marketing digital, software, consultoría en ingeniería, servicios gráficos, diseño y animación. Dicho diagnóstico tuvo las siguientes conclusiones: estas 30 empresas participaron en reuniones de acercamiento con el fin de poder transmitir el objetivo de impulsar el sector a través de actividades que buscan internacionalizar sus servicios, este se realizó en estrecha articulación con PROMPERU, para dar a conocer los programas de la ruta exportadora de servicios, los eventos de promoción comercial, talleres y capacitaciones explicándoles por ejemplo, que deben registrarse en SUNAT, ya que deben aparecer como exportadores de servicios, asimismo, el 90% de las empresas no cuentan con certificaciones de calidad, también destacan en su mayoría las líneas de servicio vinculadas a las actividades relacionadas con las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), caso contrario con las líneas de servicios educativos y capacitaciones y servicios de animación digital, por otro lado, la mayoría de las empresas de servicios de la región son MYPE, aún no han exportado y no han participado en feria o misión comercial; y más del 90% no se encuentran agremiadas y las pocas que si lo están es a través de la Cámara de comercio y Producción, también se debe resaltar que debido al ímpetu de jóvenes profesionales, asimismo, durante el periodo 2018-2020 seis empresas lograron exportar sus servicios a Dinamarca, España, Brasil y Argentina, por último, cabe resaltar que existe una potencial salida comercial a los mercados de México, Brasil, Panamá, Colombia, Ecuador y Bolivia, este último es el más potencial, ya que está en un proceso de transformación digital relevante en las áreas de

marketing digital e-commerce. Por otro lado, en Lambayeque hay dos empresas grandes que realizan exportación de servicios que son: MediaComunica y Fotosíntesis. Por su parte, una vez que el exportador de servicio recibe asistencia técnica con PROMPERU, que ya es viendo si tiene un servicio con potencial, luego se les prepara a una rueda de negocios internacional que es en el PERU SERVICE SUMMIT que es cada fin de año. El incoterm solo es para mercancía, es para bienes tangibles, no hay incoterm para servicios, ***para la cadena productiva de confecciones y accesorios:*** hubo un avance del 27.3%, tiene como acciones específicas: 7 en color rojo, 1 en color amarillo y 3 en color verde, ***para la cadena productiva de insumos y bienes intermedios de producción:*** no hubo ningún avance, tiene como acciones específicas 3 acciones en color rojo al 0%, por ello toda la cadena productiva se ha solicitado que se anule en la próxima actualización del PERX LAMBAYEQUE 2025, por no formar parte de la oferta exportable de Lambayeque, ***para la cadena productiva de otros productos:*** hubo un avance 66.7%, tiene como acciones específicas: 1 en color amarillo y 2 en color verde. Para el cumplimiento del PERX se realizaron comunicaciones formales con las instituciones involucradas de cada acción específica para poder comentarle que ellos se han comprometido a ejecutar esa acción, se les recordaba la fecha límite que era el 2025. En cada acción específica hay un responsable, hay un directorio para cada comunicación. Asimismo, hay 9 acciones para anulación del PERX: en confecciones y accesorios son 4, en frutas y derivados 1, en insumos las 3, es decir toda la cadena productiva, en servicios 1, como es la propuesta de mejora normativa en exportación de servicios, porque estaba como responsable el gobierno regional, MINCETUR, empresas o gremios; y no hay gremios de empresas de servicios.

Entrevistado 04, Econ. Anselmo Moore Morey: GERCETUR Lambayeque en materia de comercio exterior representa en nuestra región al MINCETUR y al Gobierno Regional con funciones determinadas y autorizadas, en el PENX y PERX 2025. Así pues, el avance del PERX LAMBAYEQUE se basa en acciones puntuales que se realizan articuladamente con diversas instituciones vinculadas de la región.

Dentro de las acciones realizadas para la cadena de Hortalizas y derivados, se pueden mencionar:

Talleres webinarios sobre certificaciones de calidad para exportaciones como BPA, BPM, Global Gap, HACCP, seminario de la CCLAMB y BCP Finanzas para exportaciones y un evento con CODEX y especialistas sobre fondos concursables; también webinarios talleres

de certificación de origen, webinarios talleres de formas de asociación empresarial y de gestión de empresas.

Dentro de las acciones realizadas para la cadena de frutas y derivados, se pueden mencionar:

Participación en webinarios con PRODUCE en temas de apoyo del Estado a las empresas MIPYMES, un diagnóstico del sector exportador regional para impulsar la creación de un Centro de Innovación Productiva y Transferencia Tecnológica Agroindustrial que estará ubicado en Jayanca, el cual será impulsado conjuntamente por el Instituto Tecnológico de la Producción y Ministerio de la Producción; además de un evento con SENASA técnica a productores para el control de mosca de la fruta, se logró la certificación de banano orgánico para la Asociación La Juliana en valle viejo Olmos, una base de datos regional de especialistas en gestión de cultivos de fruta, investigaciones de mercados de cultivos exportables o con potencial exportador, arándano, panela, pitahaya, etc., participación con MINCETUR y PROMPERU en diversas capacitaciones a empresarios y actores del comercio internacional.

Dentro de las acciones realizadas para la cadena de servicios, se pueden mencionar:

Capacitaciones presenciales a empresarios en demanda internacional de servicios, articulación con PROMPERU y empresas para participación en ferias de servicios, GERCETUR elaboró el diagnóstico del sector servicios a nivel regional, además de un evento de capacitación e información sobre participación en feria PERU SERVICE SUMMIT gracias a MINCETUR y la ACADEMIA, desarrollo de capacitaciones y talleres de capacitación en coordinación con PROMPERU y MINCETUR.

Entrevistado 05, Mg. Marco Antonio Lluncor Tello: Hay cadenas productivas y esas están enmarcadas dentro del PERX Lambayeque, hay acciones e instituciones involucradas, el año pasado se hizo una evaluación, asimismo hay personal que aun realiza trabajo remoto, y como deben cumplir con el seguimiento a estas acciones del PERX, en su mayoría lo constatan a través de llamadas telefónicas y con suerte se capta información; y sobre eso se hace la evaluación. En el corte que se realizó en el 2021, ocupamos el primer puesto a nivel nacional. La cadena productiva que tuvo más desarrollo fue el de frutas.

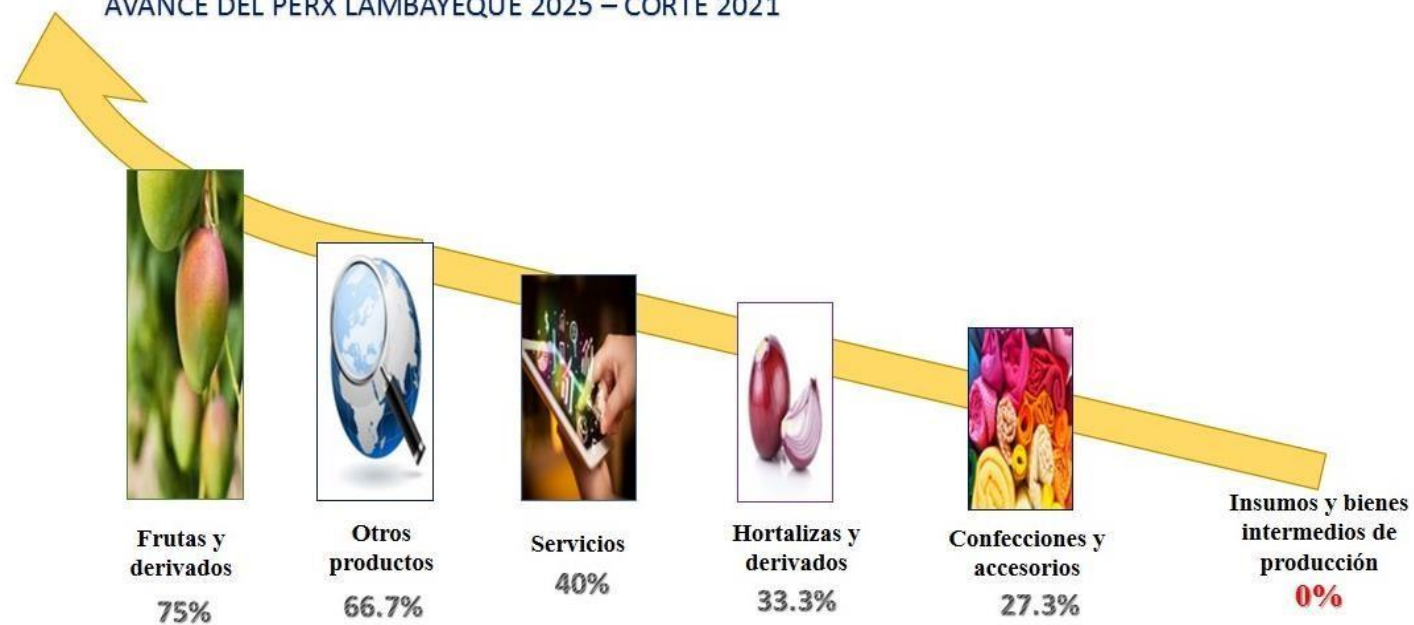
De acuerdo con la información recabada se puede concluir que a pesar de que el año 2020 fue devastador debido a la crisis sanitaria a nivel mundial, la región de Lambayeque cumplió con el avance del Plan Estratégico Regional Exportador al 2025 de la mano con las entidades

involucradas, ya que ocupó el primer lugar en la realización del PERX, según el Gobierno Regional de Lambayeque (2021) señala en su nota de prensa que mediante la supervisión que realizó el MINCETUR, esta se destacó con la realización de 24 acciones (55.8%), le sigue Ancash (55.6%), Amazonas (45.5%), Loreto (41.2%) , Puno (38.5%), Apurímac (38.1%) , Junín (37.5%) y Pasco (37.1%) respectivamente. Asimismo, señala que el PERX Lambayeque tiene como finalidad que las organizaciones empresariales exportadoras de la región se consoliden y se desarrollen de manera sostenible, toda vez que facilite el incremento de la economía, produzca más puestos de trabajo, disminuya la miseria y fortalezca la igualdad (...) así también resalta que la región exporta en su mayoría productos agroindustriales significando un 96.4% del total. Por su parte, en lo que corresponde al avance del corte del PERX Lambayeque para el año 2021 se obtuvo 26 acciones ejecutadas (60.5%), ocupando nuevamente el primer lugar a nivel nacional, obteniendo el 75% para la cadena productiva de frutas y derivados, 66.7% para la cadena productiva de otros productos, 40% para la cadena productiva de servicios, 33.5% para la cadena productiva de hortalizas y derivados, 27.3% para la cadena productiva de confecciones y accesorios y por último un 0% para la cadena productiva de insumos y bienes intermedios de producción, asimismo hay 9 acciones para anulación del PERX: en confecciones y accesorios son 4, en frutas y derivados 1, en insumos las 3; es decir toda la cadena productiva, en servicios 1, como es la propuesta de mejora normativa en exportación de servicios, porque estaba como responsable el gobierno regional, MINCETUR, empresas o gremios; y no hay gremios de empresas de servicios. En conclusión, existe un mayor avance para la cadena productiva de frutas y derivados, mientras que para la cadena de insumos y bienes de producción no hubo ningún avance, por ello toda la cadena productiva se ha solicitado que se anule en la próxima actualización del PERX LAMBAYEQUE 2025, por no formar parte de la oferta exportable de la región.

Figura 81.

Avance del PERX Lambayeque 2025- Corte 2021

AVANCE DEL PERX LAMBAYEQUE 2025 – CORTE 2021



Elaboración propia.

Figura 82.

Semáforo de avance de las acciones específicas de las cadenas productivas hortalizas y derivados, frutas y derivados y servicios del PERX Lambayeque 2025, corte 2021

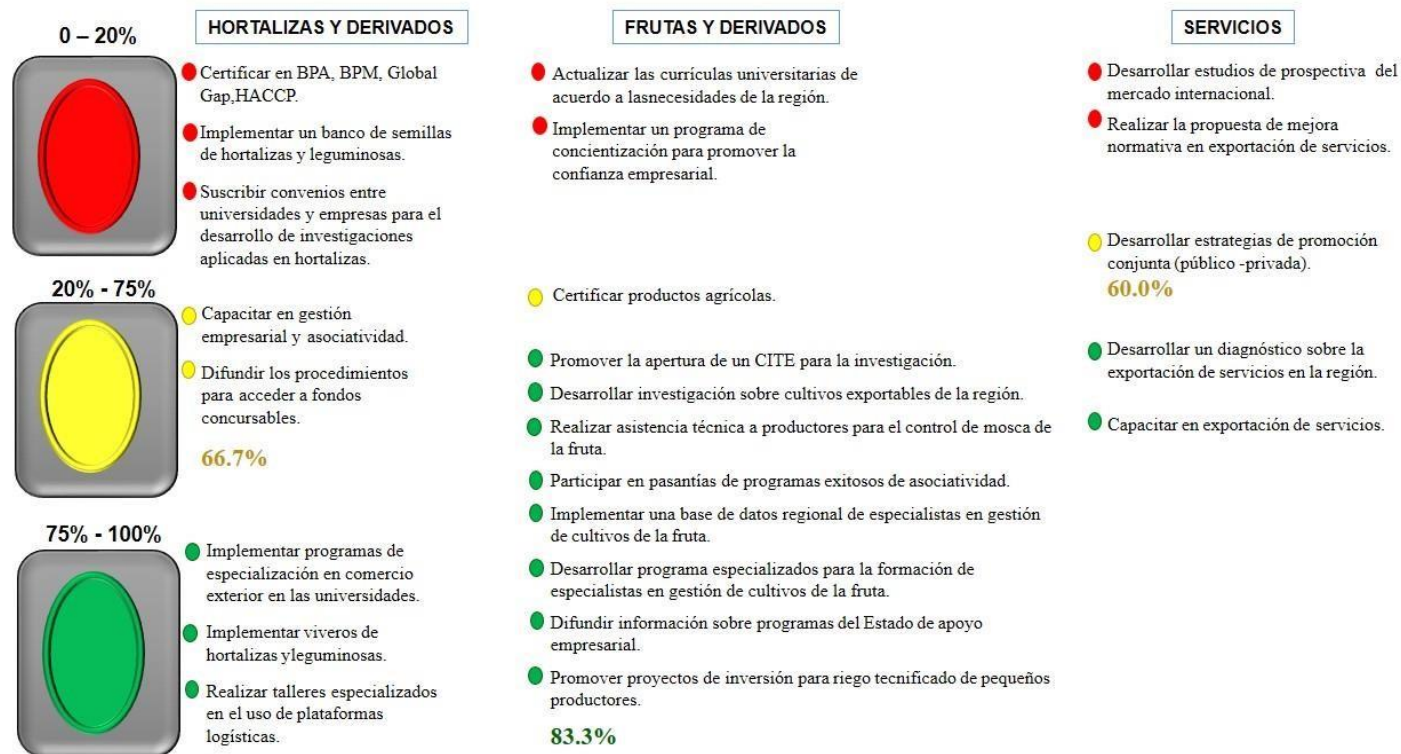
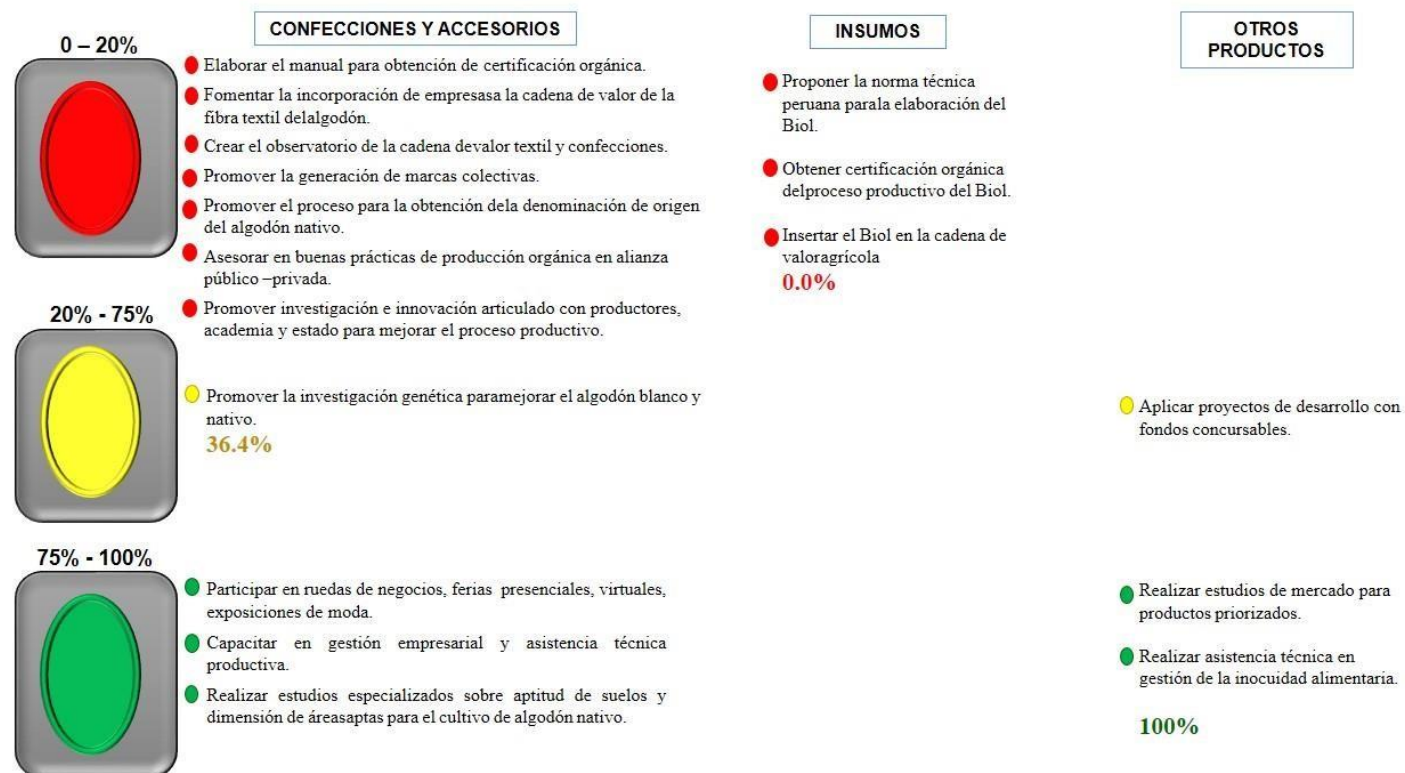


Figura 83.

Elaboración propia.

*Semáforo de avance de las acciones específicas de las cadenas productivas confecciones y accesorios, insumos y otros productos del PERX
Lambayeque 2025, corte 2021*

Figura 84.



Elaboración propia.

Por otro lado, con respecto a la cadena productiva de servicios, su avance se debe en gran parte al desarrollo del “DIAGNÓSTICO DEL SECTOR EXPORTADOR DE SERVICIOS DE LA REGIÓN LAMBAYEQUE”, el cual se inició en el año 2020 y culminó en el año 2021, el mismo que fue aplicado a 30 empresas de la región, convirtiéndose así en la primera región en realizar dicha acción, obteniendo conclusiones relevantes tales como:

Figura 25. Conclusiones del diagnóstico del sector exportador de servicios de la región Lambayeque



Elaboración propia.

Una vez finalizada dicha evaluación, y conociendo a las empresas exportadoras y potenciales exportadoras de la región, GECERTUR Lambayeque empezó a trabajar articuladamente con PROMPERU para dar a conocer la ruta exportadora de servicios, capacitaciones y talleres, así como la participación en ferias como el PERU SERVICE SUMMIT, esto con el fin de impulsar la internacionalización de los servicios.

Figura 26. Programa de Fortalecimiento y Promoción de la Exportación de Servicios



Nota. Publicación de estado obtenida de la página de Facebook de Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo de Lambayeque de fecha 6 de julio del 2021.

3.1.1.3 Por lo que se refiere al Objetivo Específico 3:

Conocer la opinión de los especialistas de GERCETUR Lambayeque sobre las políticas dictadas por el gobierno nacional en materia de comercio exterior durante pandemia.

Entrevistado 01, Directora de Comercio Exterior Dra. Danna Jhoana Jiménez Boggio, periodo 2019 hasta marzo del 2022: Puedo resumir que fue de forma puntual y práctica, porque con este grupo de interés que se formó, que es más sumamos a empresas de otras regiones como La Libertad y Piura, las dificultades que estaban atravesando las empresas se solucionaban de manera rápida, muy efectiva, ese grupo todavía sigue funcionando, y por ejemplo el 27 hay un comunicado de que hay paro de transportistas y a las personas se les sigue informando a través de este grupo, ahí se encuentran las instituciones involucradas, entonces digamos que la reacción ha sido muy precisa y puntual, me parece que ha sido un grupo muy fuerte. Solo para contarte una pequeña experiencia, en ese mismo grupo ¿te acuerdas que en Lambayeque se formó un hospital de campaña ubicada en la Universidad Cesar Vallejo?, se necesitaba la apertura de los empresarios para poder colaborar y que puedan traer ese hospital de campaña, porque se necesitaba pagar flete, etc. Y en 5 minutos el gerente de la Cámara de Comercio de Lambayeque, con el cual se estaban haciendo estas gestiones “se va a traer un hospital de campaña, entonces necesitamos por favor que puedan

colaborar, y en menos de 5 minutos tuvo el monto que se requería para traer ese hospital de campaña, entonces era muy práctico, muy efectivo y muy puntual.

Entrevistado 02, Lic. Juan Pio Martin Ganvini Falen: El comercio como tal no se vió restringido, todo siguió su curso, ya que estas empresas cumplieron con las normas sanitarias que se dictaron, tienen las certificaciones necesarias, tienen altos estándares, y se manejó correctamente, y en el histórico no se vió afectado. Por su parte considero que las medidas no fueron prudentes, ya que no se debió copiar de otros países, se debió dar un mejor enfoque, sobre todo a nivel regional, en la gran mayoría las acciones que tomó el ejecutivo no fueron correctas, desde el cierre de fronteras debió ser de forma inmediata, o quizás mejor de un control de fronteras, esto hubiese reducido el impacto de esta pandemia en nuestro país. Como gerente espero el compromiso de todo aquel que ingrese a laborar a esta institución, que no solo se busque cumplir con el POI sino ver que este también este alineado a todos los documentos normativos que son la razón de ser como es el Plan de Desarrollo Regional Concertado, el PERX y cualquier otro documento normativo que tenga GERCETUR dependiendo de la línea.

Entrevistado 03, Lic. Ericka Roxana Requejo Bustamante, ingresó a GERCETUR Lambayeque en el año 2021: El comercio exterior nunca se frenó, más bien hubo crecimiento en el 2020, el tema de ofrecer alimentos en una crisis es lo primero que se va a atenderse. En un primer momento las medidas eran estrictas por el tema de salud, personal específico, el confinamiento complicó el tema operativo. Debieron ser más flexibles al inicio de la pandemia, antes de cerrar todo completamente, es decir se debieron tomar las medidas de forma gradual, pero pasado el tiempo se analiza que después de todas las medidas tan estrictas no se tuvo una buena gestión, pero es un tema más sanitario. Las medidas fueron dictadas de manera muy general, las medidas se debieron de tomar de manera más específica de acuerdo a las necesidades de cada región, de todas formas se tornaron más específicas poco a poco, conforme a la experiencia. Al final de la pandemia el estado se dio cuenta que no podemos poner a todos en un solo saco, porque habían regiones que respondían mejor que otras, más responsables. Las medidas debieron ser más específicas de acuerdo a las características de cada región. Porque hasta cada empresa quiso hacerse cargo de la vacunación de su personal no se les permitió en un primer momento, pero luego para poder avanzar con el proceso se coordinó con el personal del MINSA.

Entrevistado 04, Econ. Anselmo Moore Morey: La pandemia de COVID-19 ha tenido consecuencias sanitarias y económicas devastadoras y ha supuesto una perturbación sin precedentes en la vida de las personas, la economía y el comercio mundial. Uno de los medios más eficaces para hacer frente a esta crisis es la información oportuna y veraz. Una población informada está en mejores condiciones de adoptar decisiones acertadas, también sobre cuestiones relacionadas con el comercio. La actuación del Estado a través del MINCETUR y PROMPERÜ, así como del MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES con sus embajadas y consulados fue acertada, los resultados saltan a la vista, en 2020 no disminuyeron las exportaciones, por el contrario ascendieron a 729 millones de dólares (9% respecto al año 2019) y el año 2021 se rompió record de exportaciones que alcanzó los 920 millones de dólares, incrementándose en 26% respecto del 2020, esto debido a mayor demanda de nuestros productos que incrementó la cantidad y el precio, favorecido también por restricciones en otras zonas productivas del mundo, en 2020 llegamos a 81 mercados y en 2021 vendimos en 78 mercados externos (disminución casi imperceptible de 3 mercados, en orden del 4%). La articulación Empresa - Estado estuvo en su punto más alto, los empresarios valoraron los denodados esfuerzos del Estado para disminuir los contagios pero minimizando la pérdida de mercados para nuestros productos, se manifestó el alto profesionalismo de los especialistas en comercio exterior, funcionarios públicos del MINCETUR, ADUANAS, SUNAT; RREE y también de los profesionales de las empresas exportadoras del sector privado, este trabajo fue favorecido por la cantidad de tratados y convenios comerciales que tiene el Perú con casi todos los países del mundo y también por nuestra rica oferta exportable de alimentos tradicionales y no tradicionales, entre ellos los orgánicos que vieron favorecida su demanda en esta pandemia.

Entrevistado 05, Mg. Marco Antonio Lluncor Tello: El gobierno no se abasteca para poder atender todas las demandas, si bien es cierto el gobierno dicta medidas para reactivar el comercio exterior, pero siempre existen pequeñas falencias, que si bien es cierto a quien más apoyaron fueron a las grandes empresas, con REACTIVA PERU los más beneficiados fueron las grandes empresas, mientras que las micro y pequeñas empresas los dejaron de lado, ese fue el gran error, ese favoritismo para ellos fue uno de los motivos para que estos programas de reactivación no dieran resultado, hubo muchas protestas de muchas organizaciones, vinieron a GERCETUR y hablaron con el Dr. Julio Cesar Fernández a quien le manifestaron su malestar, además, de forma particular, a raíz de la pandemia nos vimos afectados con respecto al presupuesto, ya que parte de lo que nos asignaron se derivó para

atender la emergencia sanitaria, si bien hacíamos trabajo remoto de igual manera teníamos que ejecutarlo, a pesar de ello, nos vinimos recuperando y cumplimos con lo que nos correspondía, y eso ha sido reconocido por el MEF y eso nos ha permitido hacer algunos arreglos para mejorar nuestras oficinas, el mobiliario de estas, así como crear otros espacios como es la oficina para la biblioteca.

Conforme a las opiniones vertidas por los especialistas se puede deducir que las políticas dictadas por el gobierno nacional en materia de comercio exterior durante pandemia son de manera general, puntuales y efectivas, pese a que en un primer momento estas se tornaron estrictas debido al brote del virus COVID-19 en el país, ya que se produjo el cierre total de fronteras, medida que se replicó como parte de una respuesta rápida por parte de los gobiernos para evitar la propagación del virus, la misma que se ejecutó después del anuncio del primer caso positivo, así como también el bloqueo de carreteras y la inmovilización de personas, dichas medidas produjeron ciertos inconvenientes con respecto al traslado de mercancías, situaciones que se vieron superadas mediante las coordinaciones entre las instituciones gubernamentales y privadas, poniendo así a prueba el profesionalismo de los especialistas de la Dirección de Comercio Exterior de GERCETUR Lambayeque, asimismo, dichas situaciones se convirtieron en experiencias que permitieron que el gobierno nacional dicte, con el pasar del tiempo, medidas mucho más específicas según las necesidades de cada región, medidas que han impulsado el avance del PERX de cada región, y en específico el de la región Lambayeque, logrando así contrarrestar la disminución de mercados producto de la pandemia con el fortalecimiento de las capacidades de exportación de las empresas y generando mayores oportunidades de mercado, resultados en la recuperación de las exportaciones en el último año. Asimismo, cabe resaltar que el gobierno como tal dispuso del apoyo a empresarios afectados por la pandemia con el REACTIVA PERU, un programa de financiamiento que al parecer no pudo ser aprovechado también por las MYPES, dejando así un malestar en este grupo de empresarios que sintieron que el gobierno solo respalda a las grandes empresas.

3.1.2 Discusión de los resultados.

Con respecto a los resultados encontrado conforme a las disposiciones cumplidas por la Dirección de Comercio Exterior de GERCETUR Lambayeque dictadas por el gobierno nacional para enfrentar la pandemia, las mismas que permitieron que el personal desarrollara sus actividades siguiendo los protocolos de bioseguridad y utilizaran las herramientas digitales para ejecutar sus labores de forma remota, herramientas digitales como el Whatsapp que permitió realizar coordinaciones de forma inmediata con respecto al bloqueo de carreteras, evitando así mayores inconvenientes en la movilización de carga, asimismo, dicha forma de trabajo se cumplió hasta julio del 2020, y a partir de esa fecha algunos volvieron a laborar a las oficinas de GERCETUR Lambayeque de forma presencial hasta las 2:30 p. m. y no hasta las 4:30 p. m. como usualmente lo hacían, mientras que otros continuaron su labor de forma remota por cuestiones de salud. En el 2021 volvieron al horario habitual de 7:30 a. m. hasta las 4:30 p. m., pero aún se mantiene cierto personal trabajando de forma remota para salvaguardar su salud, estos resultados se contrastan con la investigación de Borboa et al. (2021) quienes resolvieron que los efectos que propició esta pandemia fue el de realizar los ajustes necesarios conforme a impedimentos en las labores de los colaboradores sensibles al contagio, la alternancia en los horarios, así como las labores a distancia, corrección en el giro del negocio y en los diseños de reparto y envío, adaptar la comercialización online, así también la segmentarización de compradores, disminución de tarifas y/o aplazar cumplimiento del abono, postergar liquidaciones y/o reorganizar deudas anteriores.

De acuerdo a los resultados obtenidos en relación a la preparación que realizó GERCETUR Lambayeque sobre la certificación de exportador autorizado, la cual es otorgada por MINCETUR, logrando hasta abril 2021 certificar a 15 empresas de la región, dicha certificación trata de elegir a aquellos exportadores frecuentes que voluntariamente deseen acceder a esta herramienta para que ellos mismos puedan certificar el origen de sus mercancías, ahorrando tiempo, costos logísticos y generando confianza en el mercado internacional para sus embarques, además con esta certificación el exportador peruano tiene la facilidad de ingresar sus productos libres de arancel a importantes mercados como la Unión Europea, Costa Rica, Panamá, Honduras, Japón, Reino Unido y la Asociación Europea de Libre Comercio, dichos resultados difieren de la investigación de Bejarano y Quispe (2021) quienes concluyeron que pese a que durante la crisis sanitaria mundial los gestores operativos no estaban capacitados para enfrentar este tipo de circunstancias,

elaboraron medidas para hacer frente a múltiples dificultades como incorporar procedimientos de seguridad biológica en sus establecimientos, lidiar con retrasos en el tiempo de reparto, insuficiente personal para la asistencia en puntos clave como el embarcadero y zonas de almacenamiento, aumento en los impuestos de todo tipo de transporte internacional, falta de preparación esencial, control frecuente para evaluar el desempeño en todos los procedimientos logísticos, por ello, se deduce que la vinculación entre los factores en los gestores de la logística de comercio exterior fue favorable y medida.

En relación a los resultados obtenidos respecto a la cadena productiva de frutas y derivados, la cual tuvo un avance del 75% del PERX Lambayeque 2025 en el corte del año 2021, es la que obtuvo un mayor avance respecto de las demás debido a una mayor realización de acciones específicas las cuales también se traducen en una mayor comercialización de frutas tales como: arándano, palta, uva y mango, estos resultados se contrastan con la investigación de Morales Adrianzén (2021) quien resolvió que la implementación de técnicas competitivas en la Asociación PROMANGO durante la crisis sanitaria mundial no disminuyó la circulación de las ventas internacionales, ya que la vinculación entre las técnicas de competitivas con respecto a líder en precios y ventas internacionales fue de 73%, en técnicas de competitivas de especialización en bienes ofrecidos y ventas internacionales fue de 68% y las técnicas de competitivas fragmentación significativa y ventas internacionales fue de 85%, lo cual evidenció que la aplicación de dichas estrategias influyen considerablemente en las ventas internacionales.

3.2 Consideraciones finales

La Dirección de Comercio Exterior de GERCETUR Lambayeque aplicó los lineamientos estratégicos necesarios para enfrentar la pandemia siguiendo los protocolos de bioseguridad y utilizando herramientas digitales para su cumplimiento, ello pese a no contar con el personal, ni con los recursos presupuestarios necesarios para la realización de las actividades.

Es necesario una mayor articulación entre los sectores del Gobierno Regional para la realización de actividades en conjunto que signifiquen un resultado positivo en el avance del PERX Lambayeque 2025.

IV. REFERENCIAS

- Adhanom Ghebreyesus, T. (11 de Marzo de 2020). *Organización Mundial de la Salud*. Obtenido de <https://www.who.int/es/director-general/speeches/detail/who-directorgeneral-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>
- Aliaga Aliaga, E. R. (2020). *Algunos apuntes sobre la actuación de las administraciones aduaneras frente a la pandemia del COVID-19*. Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. Obtenido de <http://repositorio.sunat.gob.pe/handle/SUNAT/128>
- Alianza del Pacífico. (Abril de 2020). *Alianza del Pacífico*. Obtenido de https://alianzapacifico.net/wp-content/uploads/PLAN_TRABAJO_COVID_19.pdf
- Bejarano Chura, B. A., & Quispe De La Cruz, P. M. (2021). *Gestión logística y desempeño logístico en operadores logísticos de comercio exterior antes y durante la pandemia COVID-19 en Lima, 2020*. Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica del Perú, Lima, Lima. Obtenido de <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/5107>
- Borboa Álvarez, E. P., García Jiménez, H., Hernández Ponce, O. E., Valdez Juárez, L. E., & Limón Ulloa, R. (5 de Enero de 2022). El impacto del Covid-19 en la gestión de las empresas mexicanas. *GECONTEC: Revista Internacional de Gestión del Conocimiento y la Tecnología*, IX(2), 22-46. Obtenido de <https://www.upo.es/revistas/index.php/gecontec/article/view/6413>
- Cachuan Astocondor, J. C., Martina Leon Alvarez, L. S., & Yap Sandoval, B. S. (2017). *ANÁLISIS COMPARATIVO DEL PENX 2003 - 2013 y 2025: PERÚ, EN LA BÚSQUEDA DE LA SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD COMO PAÍS EXPORTADOR*. Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Lima. Obtenido de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/621417/TSP%20FINAL.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- Comisión Económica para la región. (2021). *Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe 2020*. CEPAL. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/46613-perspectivas-comerciointernacional-america-latina-caribe-2020-la-integracion>
- Cornejo, C. (23 de Marzo de 2021). *gob.pe: Plataforma digital única del Estado Peruano*. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/349624-mas-de-10regiones-del-peru-incrementaron-sus-exportaciones-pese-a-la-pandemia>
- Cosío Jara, E. F. (2 de Agosto de 2021). La legislación aduanera en la nueva normalidad de la COVID-19. *Advocatus: Revista semestral editada por los alumnos de la Facultad de Derecho de la Universidad de Lima*(40), 195-211. Obtenido de <https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/Advocatus/article/view/5294>

Diario Gestión. (16 de Marzo de 2022). Pabellón Perú es elegido como el mejor de la Expo Dubái 2020. *Diario Gestión*. Obtenido de <https://gestion.pe/tendencias/pabellonperu-es-elegido-como-el-mejor-de-la-expo-dubai-2020-promperu-192-paisesrmmn-noticia/?ref=gesr>

Diario Oficial El Peruano. (11 de Marzo de 2020). DECRETO DE URGENCIA N° 0252020. *Dictan medidas urgentes y excepcionales destinadas a reforzar el Sistema de Vigilancia y Respuesta Sanitaria frente al COVID-19 en el territorio nacional*. Obtenido de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/dictan-medidasurgentes-y-excepcionales-destinadas-a-reforza-decreto-de-urgencia-n-025-20201863981-1/>

Diario Oficial El Peruano. (2 de Mayo de 2020). DECRETO SUPREMO 080-2020-PCM . *Decreto Supremo que aprueba la reanudación de actividades económicas en forma gradual y progresiva dentro del marco de la declaratoria de Emergencia Sanitaria Nacional por las graves circunstancias que afectan la vida de la Nación a consecuencia del COVID*.

Diario Oficial El Peruano. (11 de Marzo de 2020). DECRETO SUPREMO N° 008-2020SA. *Decreto Supremo que declara en Emergencia Sanitaria a nivel nacional por el plazo de noventa (90) días calendario y dicta medidas de prevención y control del COVID-19*. Obtenido de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decretosupremo-que-declara-en-emergencia-sanitaria-a-nivel-decreto-supremo-n-0082020-sa-1863981-2/>

Diario Oficial El Peruano. (15 de Marzo de 2020). DECRETO SUPREMO N° 044-2020PCM. *Decreto Supremo que declara Estado de Emergencia Nacional por las graves circunstancias que afectan la vida de la Nación a consecuencia del brote del COVID-19*. Obtenido de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decretosupremo-que-declara-estado-de-emergencia-nacional-po-decreto-supremo-n-0442020-pcm-1864948-2/>

Diario Oficial El Peruano. (6 de Marzo de 2020). RESOLUCIÓN MINISTERIAL N° 0552020-TR. *Guía para la prevención ante el coronavirus (COVID-19) en el ámbito laboral*. Obtenido de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/aprueban-eldocumento-denominado-guia-para-la-prevencion-de-resolucion-ministerial-n-0552020-tr-1862592-1/>

Ferreiros, E. (27 de Abril de 2017). *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo*. Obtenido de <https://www.mincetur.gob.pe/ministro-ferreiros-desarrollo-exportador-delambayeque-sera-posible-gracias-a-perx-3/>

GERCETUR Lambayeque. (13 de Marzo de 2020). *Facebook*. Obtenido de <https://www.facebook.com/GERCETURLambayeque/posts/pfbid0Qv6isoFDNRyg7ECqw4L1Ggbqe8NSmioyi2t6KiWXmk4wN6eAGvSvVA6j94TDVVSJMI>

GERCETUR Lambayeque. (29 de Octubre de 2020). *Facebook*. Obtenido de <https://www.facebook.com/GERCETURLambayeque/photos/a.1844178069177551/2756836184578397/>

- GERCETUR Lambayeque. (15 de Septiembre de 2020). *Facebook*. Obtenido de <https://www.facebook.com/GERCETURLambayeque/photos/a.1888674521394572/2714917762103573>
- GERCETUR Lambayeque. (29 de Junio de 2020). *Gobierno Regional de Lambayeque*. Obtenido de <https://www.regionlambayeque.gob.pe/web/noticia/detalle/31346?pass=MTMwNA==>
- GERCETUR Lambayeque. (5 de Octubre de 2021). *Facebook*. Obtenido de <https://www.facebook.com/GERCETURLambayeque/photos/a.1888674521394572/3026007244327955>
- GERCETUR Lambayeque. (7 de Octubre de 2021). *Facebook*. Obtenido de <https://www.facebook.com/GERCETURLambayeque/photos/a.1888674521394572/3027756314153048/>
- GERCETUR Lambayeque. (24 de Agosto de 2021). *Facebook*. Obtenido de <https://www.facebook.com/page/1835202733408418/search/?q=textil%20para%20bebe>
- GERCETUR Lambayeque. (19 de Abril de 2021). *Facebook*. Obtenido de <https://www.facebook.com/GERCETURLambayeque/photos/a.1844178069177551/2893726904222657/>
- GERCETUR Lambayeque. (23 de Octubre de 2021). *Facebook*. Obtenido de <https://www.facebook.com/page/1835202733408418/search/?q=harina%20de%20banano>
- GERCETUR Lambayeque. (24 de Marzo de 2022). *Facebook*. Obtenido de <https://www.facebook.com/page/1835202733408418/search/?q=video%20promocional>
- GERCETUR Lambayeque. (14 de Marzo de 2022). *Facebook*. Obtenido de <https://www.facebook.com/page/1835202733408418/search/?q=Cat%C3%A1logo%20de%20Exportaci%C3%B3n%20de%20Lambayeque>
- GERCETUR Lambayeque. (s.f.). *Gobierno Regional de Lambayeque*. Obtenido de <https://www.regionlambayeque.gob.pe/web/tema/detalle/19996?pass=MTMwNA==>
- Gerencia Regional de Comercio Exterior y turismo. (2020). *Lambayeque exporta: VI Boletín Estadístico*. Boletín informativo, Gobierno Regional de Lambayeque, Chiclayo. Obtenido de <https://siga.regionlambayeque.gob.pe/docs/imgfckeditor1304/BOLETIN%20ESTADISTICO,%20ENERO%20A%20DICIEMBRE%202020-comprimido.pdf>
- Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo. (9 de Marzo de 2022). *Lambayeque Exporta 2021: VI Boletín Estadístico Bimestral de las exportaciones Enero - Diciembre 2021*. Boletín Informativo, Gobierno Regional de Lambayeque, Chiclayo. Obtenido de

[https://siga.regionlambayeque.gob.pe/docs/imgfckeditor1304/Lambayeque%20Exporta%202021%20-%20Nov%20-%20Dic%202021\(1\).pdf](https://siga.regionlambayeque.gob.pe/docs/imgfckeditor1304/Lambayeque%20Exporta%202021%20-%20Nov%20-%20Dic%202021(1).pdf)

Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo de Lambayeque. (13 de Marzo de 2020). *Facebook*. Obtenido de <https://www.facebook.com/GERCETURLambayeque/posts/pfbid02PYGNARdoJRj bGJUyjBqe2nX7h47KmDigd5QT2ZAXQCEg6V3BxMZpDLHg5HoZ46bzl>

Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo de Lambayeque. (6 de Julio de 2021). *Facebook*. Obtenido de <https://www.facebook.com/GERCETURLambayeque/photos/a.1888674521394572/2953629664899047/>

Gobierno Regional de Lambayeque. (27 de Octubre de 2021). *Gobierno Regional de Lambayeque*. Obtenido de <https://www.regionlambayeque.gob.pe/web/noticia/detalle/34822?pass=Mg==>

González, J., Salazar, F., Ortiz, R., & Verdugo, D. (7 de Enero de 2019). Gerencia estratégica: herramienta para la toma de decisiones en las organizaciones. *Telos: Revista científica arbitrada*, I(1), 242-256. Obtenido de <http://ojs.urbe.edu/index.php/telos/article/view/3002>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). México D.F., México: Mc Graw Hill. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Luna, J. (13 de Julio de 2021). *El Comercio*. Obtenido de <https://elcomercio.pe/opinion/colaboradores/exportaciones-peruanas-librecomercio-comercio-exterior-retos-y-oportunidades-por-jessica-lunanoticia/?ref=ecr>

Ministerio de Comercio exterior y Turismo. (Mayo de 2020). *Congreso de la República del Perú*. Obtenido de https://www.congreso.gob.pe/Docs/comisiones2020/Turismo/files/1_mincetur.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (13 de Febrero de 2020). *gob.pe: Plataforma digital única del Estado Peruano*. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/informes-publicaciones/21903-planestrategico-nacional-exportador-2025>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (12 de Junio de 2020). *gob.pe: Plataforma digital única del Estado Peruano*. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/normas-legales/1134740-006-2020mincetur>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (3 de Octubre de 2021). *Congreso de la República del Perú*. Obtenido de https://www.congreso.gob.pe/Docs/comisiones2021/Presupuesto/files/cronograma_de_sectores/sectores/comercio_exterior/resumen_ejecutivo_presupuesto_2022_al_03.10.2021.pdf

- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2021). *gob.pe*. Obtenido de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2861738/RCR%20Lambayeque%202021.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (3 de Noviembre de 2021). *gob.pe: Plataforma digital única del Estado Peruano*. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/551501-entra-en-vigencia-carnetata-en-beneficio-de-exportadores>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (s.f.). *gob.pe: Plataforma digital única del Estado Peruano*. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/coleccion/138-el-plan-regionalexportador-perx-todos>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2020). *gob.pe: Plataforma digital unica del Estado Peruano*. Obtenido de <https://www.gob.pe/9020-conocer-si-mi-empresa-puedereiniciar-labores-despues-del-estado-de-emergencia>
- Ministerio de Economía y Finanzas. (s.f.). *Consejo Nacional de Competitividad y Formalización*. Obtenido de <https://www.cnc.gob.pe/institucional/acerca-del-cncf>
- Morales Adrianzén, S. I. (2021). *Estrategias de competitividad y las exportaciones de la Asociación PROMANGO durante el escenario de COVID 19, 2020*. Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo, Piura, Piura. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/85795>
- Muriel, R. (2021). *Liderazgo en acción: Cómo construir confianza en la organización* (Primera ed.). Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina: Autores de Argentina. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=JeFYEAAAQBAJ&pg=PT197&dq=estrategia+organizacional,+lineamientos+estrategicos&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjHgYLKpeX3AhX1JrkGHfzyCu8Q6AF6BAGIEAI#v=onepage&q=estrategia%20organizacional%2C%20lineamientos%20estrategicos&f=false>
- Okonjo-Iweala, N. (13 de Abril de 2021). *Organización Mundial del Comercio*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/news_s/news21_s/dgno_13apr21_s.htm
- Organización de las Naciones Unidas. (Julio de 2020). Obtenido de https://peru.un.org/sites/default/files/2020-07/SG%20Policy%20brief%20COVID%20LAC%20%28Spanish%29_10%20July_0.pdf
- Organización Mundial del Comercio. (2020). *Comercio electrónico, comercio y la pandemia de COVID-19*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/covid19_s/ecommerce_report_s.pdf
- Organización Mundial del Comercio. (2020). *Costos del comercio en tiempos de pandemia mundial*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/covid19_s/trade_costs_report_s.pdf

- Organización Mundial del Comercio. (2020). *La movilidad transfronteriza, la COVID-19 y el comercio mundial*. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/covid19_s/mobility_report_s.pdf
- Organización Mundial del Comercio. (2020). *Normas, Reglamentaciones y COVID-19: ¿Qué medidas han adoptado los miembros de la OMC?* Obtenido de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/covid19_s/standards_report_s.pdf
- Organización Mundial del Comercio. (2021). *Examen estadístico del comercio mundial de 2021*. Ginebra: Organización Mundial del Comercio. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/wts2021_s/wts2021_s.pdf
- Organización Mundial del Comercio. (2021). *Informe sobre el comercio mundial 2021: Resiliencia económica y comercio*. Ginebra: Organización Mundial del Comercio. Obtenido de https://www.wto.org/spanish/res_s/booksp_s/wtr21_s/00_wtr21_s.pdf
- Quevedo Barros, M. R., Vásquez Lafebre, L. M., Quevedo Vázquez, J. O., & Pinzon Prado, L. T. (27 de Julio de 2020). COVID-19 y sus efectos en el comercio internacional. Caso Ecuador. *Revista científica: Dominio de las ciencias*, VI(3), 1006-1015. Obtenido de <https://dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/1330>
- Rodríguez, D. (11 de Agosto de 2020). *Banco de Desarrollo de América Latina*. Obtenido de <https://www.caf.com/es/actualidad/eventos/2020/08/retos-para-las-cadenasagroalimentarias-de-america-latina-el-comercio-global-e-intraregional-post-covid19/>

V. ANEXOS

CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	TÉCNICA/INSTRUMENTO	
LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS	Acciones realizadas por GERCETUR Lambayeque en base a las medidas dictadas por el gobierno peruano para darle continuidad a las exportaciones durante la pandemia.	<ul style="list-style-type: none"> -Coordinaciones con los organismos del Estado. -Acciones de Inteligencia de Mercados - -Participación en la EXPO DUBÁI 2020. -Capacitación sobre certificación de origen. - Acciones para fortalecer y darle continuidad a las exportaciones regionales. 	Entrevista/ Guía de entrevista	
	Acciones realizadas por GERCETUR Lambayeque con respecto al avance del PERX LAMBAYEQUE 2025 durante la pandemia.	Acciones específicas de la cadena productiva de hortalizas y derivados.		
		Acciones específicas de la cadena productiva de frutas y derivados		
		Acciones específicas de la cadena productiva de servicios		
		Acciones específicas de la cadena productiva de confecciones y accesorios		
		Acciones específicas de la cadena productiva de insumos y bienes intermedios de producción		
		Acciones específicas de la cadena productiva de otros productos		
	Opinión de los especialistas de GERCETUR Lambayeque sobre las políticas dictadas por el gobierno nacional en materia de comercio exterior durante pandemia.	Perspectiva con respecto a la forma en la que actuó el gobierno nacional como respuesta a la crisis sanitaria a nivel global para darle continuidad al comercio exterior		

Guía de entrevista para determinar las características de la problemática en estudio.

Fecha: ____/____/____

Sr. (a) Funcionario

Dirección de Comercio Exterior-GERCETUR LAMBAYEQUE

Por medio de la presente, reciba Ud. un cordial saludo y al mismo tiempo solicito amablemente de su colaboración para aplicarle una entrevista con preguntas referidas al trabajo de investigación sobre “Lineamientos estratégicos aplicados por GERCETUR en comercio exterior para enfrentar la pandemia en la región LAMBAYEQUE, 2020-2021”.

Tenga a bien responder con objetividad y transparencia, dado que el estudio exige rigurosidad en el desarrollo de la misma. Gracias.

Debido a la emergencia sanitaria a nivel nacional producto del COVID-19:

1. ¿Cuándo y cómo empezaron a coordinar las acciones a ejecutar con los demás organismos del Estado?
2. ¿Cómo se continuo con las acciones de inteligencia de mercados?
3. ¿Cómo fue la participación de la región en la EXPO DUBÁI 2020?
4. ¿Cómo se logró la capacitación sobre certificados de origen?
5. ¿Qué otra información se difundió para fortalecer y darle continuidad a las exportaciones?

Conforme al PERX LAMBAYEQUE 2025:

6. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de hortalizas y derivados?
7. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de frutas y derivados?
8. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de servicios?
¿Cuánto fue el total de exportaciones durante el 2020 y 2021?
9. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de confecciones y accesorios?
10. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de insumos y bienes intermedios de producción?
11. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de otros productos?
12. Para finalizar, ¿Cuál es su perspectiva con respecto a la forma en la que actuó el gobierno nacional como respuesta a la crisis sanitaria a nivel global para darle continuidad al comercio exterior?

Nombre y Apellidos:

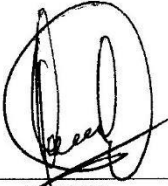
Cargo:

DNI:

CARTILLAS DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

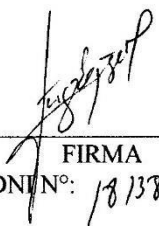
CARTILLA DE VALIDACION NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO:	
NOMBRE DEL JUEZ	John Hitler Meno Doula
PROFESIÓN	Administrador
TITULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO	Maestro en Tributación
ESPECIALIDAD	Tributación y Aduanas.
INSTITUCIÓN DONDE LABORA	Sunat
CARGO	Especialista 1
TITULO DE LA INVESTIGACION	
LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS APLICADOS POR GERCETUR EN COMERCIO EXTERIOR PARA ENFRENTAR LA PANDEMIA EN LA REGIÓN LAMBAYEQUE, 2020-2021	
NOMBRE DEL TESISISTA	Xiara Inoñan Uvidia
INSTRUMENTO EVALUADO	Guía de entrevista
OBJETIVO DEL INSTRUMENTO	Describir los lineamientos estratégicos aplicados por GERCETUR en comercio exterior para enfrentar la pandemia en la región Lambayeque, 2020-2021.
INSTRUCTIVO PARA EL EXPERTO	
<p>Evalúe cada ítem del instrumento marcando con un aspa en "TA" si está totalmente de acuerdo o con el ítem "TD" si está totalmente en desacuerdo, si está en desacuerdo por favor especifique sus sugerencias.</p>	
DETALLE DEL INSTRUMENTO	
<p>El instrumento consta de 12 preguntas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez del contenido para finalmente ser aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.</p>	
PREGUNTAS	
Debido a la emergencia sanitaria a nivel nacional producto del COVID-19:	
1. ¿Cuándo y cómo empezaron a coordinar las acciones a ejecutar con los demás organismos del Estado?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:
2. ¿Cómo se continuo con las acciones de inteligencia de mercados?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:

<p>3. ¿Cómo fue la participación de la región en la EXPO DUBÁI 2020?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>4. ¿Cómo se logró la capacitación sobre certificados de origen?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>5. ¿Qué otra información se difundió para fortalecer y darle continuidad a las exportaciones?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>Conforme al PERX LAMBAYEQUE 2025:</p>	
<p>6. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de hortalizas y derivados?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>7. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de frutas y derivados?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>8. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de servicios? ¿Cuánto fue el total de exportaciones durante el 2020 y 2021?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>9. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de confecciones y accesorios?</p>	<p>TA(X) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>

<p>10. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de insumos y bienes intermedios de producción?</p>	<p>TA <input checked="" type="checkbox"/> TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>11. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de otros productos?</p>	<p>TA <input checked="" type="checkbox"/> TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>12. Para finalizar, ¿Cuál es su perspectiva con respecto a la forma en la que actuó el gobierno nacional como respuesta a la crisis sanitaria a nivel global para darle continuidad al comercio exterior?</p>	<p>TA <input checked="" type="checkbox"/> TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>PROMEDIO OBTENIDO</p>	<p>Nº TA <u>12</u> Nº TD <u> </u></p>
<p>COMENTARIOS GENERALES</p>	<p>Las preguntas formuladas tienen coherencia lógica con el tema y las variables de investigación</p>
<p>OBSERVACIONES</p>	
<div style="text-align: center;">  <p>FIRMA</p> <p>DNI N°: <u>43401661</u></p> </div>	


CARTILLA DE VALIDACION NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO:	
NOMBRE DEL JUEZ	<i>Jorge Espinoza Rodríguez</i>
PROFESIÓN	<i>- ADMINISTRADORA</i>
TITULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO	<i>DOCTORA</i>
ESPECIALIDAD	<i>ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS</i>
INSTITUCIÓN DONDE LABORA	<i>UNIVERSIDAD SEÑORA DE LIZIARRA</i>
CARGO	<i>DIRECTORA DE ESCUELAS</i>
TITULO DE LA INVESTIGACION	
LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS APLICADOS POR GERCETUR EN COMERCIO EXTERIOR PARA ENFRENTAR LA PANDEMIA EN LA REGIÓN LAMBAYEQUE, 2020-2021	
NOMBRE DEL TESISTA	Xiara Inoñan Uvidia
INSTRUMENTO EVALUADO	Guía de entrevista
OBJETIVO DEL INSTRUMENTO	Describir los lineamientos estratégicos aplicados por GERCETUR en comercio exterior para enfrentar la pandemia en la región Lambayeque, 2020-2021.
INSTRUCTIVO PARA EL EXPERTO	
Evalúe cada ítem del instrumento marcando con un aspa en "TA" si está totalmente de acuerdo o con el ítem "TD" si está totalmente en desacuerdo, si está en desacuerdo por favor especifique sus sugerencias.	
DETALLE DEL INSTRUMENTO	
El instrumento consta de 12 preguntas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez del contenido para finalmente ser aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.	
PREGUNTAS	
Debido a la emergencia sanitaria a nivel nacional producto del COVID-19:	
1. ¿Cuándo y cómo empezaron a coordinar las acciones a ejecutar con los demás organismos del Estado?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD() SUGERENCIAS:
2. ¿Cómo se continuo con las acciones de inteligencia de mercados?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD() SUGERENCIAS:

3. ¿Cómo fue la participación de la región en la EXPO DUBÁI 2020?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD() SUGERENCIAS:
4. ¿Cómo se logró la capacitación sobre certificados de origen?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD() SUGERENCIAS:
5. ¿Qué otra información se difundió para fortalecer y darle continuidad a las exportaciones?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD() SUGERENCIAS:
Conforme al PERX LAMBAYEQUE 2025:	
6. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de hortalizas y derivados?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD() SUGERENCIAS:
7. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de frutas y derivados?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD() SUGERENCIAS:
8. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de servicios? ¿Cuánto fue el total de exportaciones durante el 2020 y 2021?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD() SUGERENCIAS:
9. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de confecciones y accesorios?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD() SUGERENCIAS:

10. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de insumos y bienes intermedios de producción?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:
11. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de otros productos?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:
12. Para finalizar, ¿Cuál es su perspectiva con respecto a la forma en la que actuó el gobierno nacional como respuesta a la crisis sanitaria a nivel global para darle continuidad al comercio exterior?	TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD(<input type="checkbox"/>) SUGERENCIAS:
PROMEDIO OBTENIDO	N° TA <u> 12 </u> N° TD <u> </u>
COMENTARIOS GENERALES	
OBSERVACIONES	
 <hr/> FIRMA DNI N°: <u>18138235</u>	

CARTILLA DE VALIDACION NO EXPERIMENTAL POR JUICIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO:	
NOMBRE DEL JUEZ	<i>José Montenegro Camacho</i>
PROFESIÓN	<i>Docente Universitario</i>
TITULO Y GRADO ACADÉMICO OBTENIDO	<i>Dr. en Administración de la Educación</i>
ESPECIALIDAD	<i>Matemática.</i>
INSTITUCIÓN DONDE LABORA	<i>Universidad Señor de Sipán.</i>
CARGO	<i>Docente.</i>
TITULO DE LA INVESTIGACION	
LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS APLICADOS POR GERCETUR EN COMERCIO EXTERIOR PARA ENFRENTAR LA PANDEMIA EN LA REGIÓN LAMBAYEQUE, 2020-2021	
NOMBRE DEL TESISISTA	<i>Xiara Inoñan Uvidia</i>
INSTRUMENTO EVALUADO	<i>Guía de entrevista</i>
OBJETIVO DEL INSTRUMENTO	<i>Describir los lineamientos estratégicos aplicados por GERCETUR en comercio exterior para enfrentar la pandemia en la región Lambayeque, 2020-2021.</i>
INSTRUCTIVO PARA EL EXPERTO	
Evalúe cada ítem del instrumento marcando con un aspa en "TA" si está totalmente de acuerdo o con el ítem "TD" si está totalmente en desacuerdo, si está en desacuerdo por favor especifique sus sugerencias.	
DETALLE DEL INSTRUMENTO	
El instrumento consta de 12 preguntas y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez del contenido para finalmente ser aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.	
PREGUNTAS	
Debido a la emergencia sanitaria a nivel nacional producto del COVID-19:	
1. ¿Cuándo y cómo empezaron a coordinar las acciones a ejecutar con los demás organismos del Estado?	TA <input checked="" type="checkbox"/> TD () SUGERENCIAS:
2. ¿Cómo se continuo con las acciones de inteligencia de mercados?	TA <input checked="" type="checkbox"/> TD () SUGERENCIAS:

3. ¿Cómo fue la participación de la región en la EXPO DUBÁI 2020?	TA () TD() SUGERENCIAS:
4. ¿Cómo se logró la capacitación sobre certificados de origen?	TA () TD() SUGERENCIAS:
5. ¿Qué otra información se difundió para fortalecer y darle continuidad a las exportaciones?	TA () TD() SUGERENCIAS:
Conforme al PERX LAMBAYEQUE 2025:	
6. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de hortalizas y derivados?	TA () TD() SUGERENCIAS:
7. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de frutas y derivados?	TA () TD() SUGERENCIAS:
8. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de servicios? ¿Cuánto fue el total de exportaciones durante el 2020 y 2021?	TA () TD() SUGERENCIAS:
9. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de confecciones y accesorios?	TA () TD() SUGERENCIAS:

<p>10. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de insumos y bienes intermedios de producción?</p>	<p>TAX <input checked="" type="checkbox"/> TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>11. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de otros productos?</p>	<p>TA <input checked="" type="checkbox"/> TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>12. Para finalizar, ¿Cuál es su perspectiva con respecto a la forma en la que actuó el gobierno nacional como respuesta a la crisis sanitaria a nivel global para darle continuidad al comercio exterior?</p>	<p>TA <input checked="" type="checkbox"/> TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p>
<p>PROMEDIO OBTENIDO</p>	<p>Nº TA <u>12</u> Nº TD _____</p>
<p>COMENTARIOS GENERALES</p>	
<p>OBSERVACIONES</p>	
<div style="text-align: center;">  <hr style="width: 20%; margin: 0 auto;"/> <p>FIRMA DNI Nº: 16670474</p> </div>	

RESOLUCIÓN SOBRE ACTUALIZACIÓN DE TÍTULO DE PROYECTO DE TESIS



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES RESOLUCIÓN N°0299-2022-FACEM-USS

Chiclayo, 08 de junio de 2022.

VISTO:

El Oficio N°0057-2022/FACEM-NI-USS de fecha 02/06/2022, presentado por el Director de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales y el proveído del Decano de la FACEM, de fecha 08/06/2022, donde se solicita la actualización de título de Proyecto de Tesis por caducidad, para el egresado de la EP de Negocios Internacionales, y;

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con la Ley Universitaria N° 30220 en su artículo 45° que a la letra dice: Obtención de grados y títulos: La obtención de grados y títulos se realizará de acuerdo a las exigencias académicas que cada universidad establezca en sus respectivas normas internas. Los requisitos mínimos son los siguientes: 45.1 Grado de Bachiller: requiere haber aprobado los estudios de pregrado, así como la aprobación de un trabajo de investigación y el conocimiento de un idioma extranjero, de preferencia inglés o lengua nativa.

Que, según Art. 31° del Reglamento de Investigación de la Universidad Señor de Sipán, aprobado con Resolución de Directorio N° 199-2019/PD-USS de fecha 06 de noviembre de 2019, indica que La Investigación Formativa es un proceso de generación de conocimiento, asociado con el proceso de enseñanza – aprendizaje, cuya gestión académica y administrativa está a cargo de la Dirección de cada Escuela Profesional.

Que, el Art. 36° del Reglamento de Investigación, indica que el Comité de Investigación de la escuela profesional aprueba el tema de proyecto de investigación y del trabajo de investigación acorde a las líneas de investigación institucional.

Estando a lo expuesto y en uso de las atribuciones conferidas y de conformidad con las normas y reglamentos vigentes;

SE RESUELVE

ARTICULO 1°: APROBAR la actualización del Proyecto de Tesis, del egresado de la EP de Negocios Internacionales, según se indica en el cuadro adjunto.

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	TITULO DE TESIS	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
01	INOÑAN UVIDIA XIARA YESENIA	LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS APLICADOS POR GERCETUR EN COMERCIO EXTERIOR PARA ENFRENTAR LA PANDEMIA EN LA REGIÓN LAMBAYEQUE, 2020-2021	GESTION EMPRESARIAL Y EMPRENDIMIENTO

ARTÍCULO 2°: DEJAR SIN EFECTO, la Resolución N°0846-FACEM-USS-2018, de fecha 18/07/2018, numeral 16.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE


 **Dr. LUIS GERARDO GOMEZ JACINTO**
Decano
Facultad de Ciencias Empresariales
UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN


 **Mg. LISET SUGEILY SILVA GONZALES**
Secretaria Académica
Facultad de Ciencias Empresariales
UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

Cc. Escuela, Archivo

ADMISIÓN E INFORMES
074 481610 - 074 481632
CAMPUS USS
Km. 5, carretera a Pimentel
Chiclayo, Perú

www.uss.edu.pe

SOLICITUD PARA LA REALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DIRIGIDA A GERCETUR LAMBAYEQUE

“Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional”

Pimentel 02 de junio de 2022

Sr.
ULISES HARVEY PONTE LÓPEZ
GERENTE REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO DE LAMBAYEQUE

Asunto: Solicito permiso y apoyo en investigación.

De mi especial consideración:

Es grato dirigirme a usted para expresarle mi cordial saludo a nombre de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Facultad de Ciencias Empresariales - Universidad Señor de Sipán, asimismo conocedores de su alto espíritu de colaboración, solicitar su apoyo para que nuestra estudiante pueda realizar su respectiva Investigación: "LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS APLICADOS POR GERCETUR EN COMERCIO EXTERIOR PARA ENFRENTAR LA PANDEMIA EN LA REGIÓN LAMBAYEQUE, 2020-2021" en su institución, en horarios coordinados con su despacho.

Detallo datos de la estudiante:

- *XIARA YESENIA INOÑAN UVIDIA. DNI: 44728650*

Por lo que solicitamos, se sirva brindar las facilidades en realizar entrevistas a funcionarios del área de comercio exterior y facilitar los reportes o informes necesarios para el desarrollo del trabajo de investigación en el caso que nuestra alumna lo requiera y no tenga inconvenientes y logren desarrollar su investigación.

Agradecemos por anticipado la atención que brinde a la presente; y sea propicia la oportunidad para reiterar nuestra consideración y estima.

Atentamente,



DR. HUGO REDIB ESPINOZA RODRIGUEZ
DIRECTOR DE LA ESCUELA PROFESIONAL
DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

IMAGEN DE LA VIDEOLLAMADA SOBRE LA ENTREVISTA REALIZADA A LA
EX DIRECTORA DE COMERCIO EXTERIOR DE GERCETUR LAMBAYEQUE



DANNA JHOANA JIMÉNEZ BOGGIO

GUÍA DE ENTREVISTA FIRMADA POR LA EX DIRECTORA DE COMERCIO EXTERIOR DE GERCETUR LAMBAYEQUE DANNA JHOANA JIMÉNEZ BOGGIO

Guía de entrevista para determinar las características de la problemática en estudio.

Fecha: 22/06/2022

Sr. (a) Funcionario

Dirección de Comercio Exterior-GERCETUR LAMBAYEQUE

Por medio de la presente, reciba Ud. un cordial saludo y al mismo tiempo solicito amablemente de su colaboración para aplicarle una entrevista con preguntas referidas al trabajo de investigación sobre “Lineamientos estratégicos aplicados por GERCETUR en comercio exterior para enfrentar la pandemia en la región LAMBAYEQUE, 2020-2021”.

Tenga a bien responder con objetividad y transparencia, dado que el estudio exige rigurosidad en el desarrollo de la misma. Gracias.

Debido a la emergencia sanitaria a nivel nacional producto del COVID-19:

1. ¿Cuándo y cómo empezaron a coordinar las acciones a ejecutar con los demás organismos del Estado?
2. ¿Cómo se continuo con las acciones de inteligencia de mercados?
3. ¿Cómo fue la participación de la región en la EXPO DUBÁI 2020?
4. ¿Cómo se logró la capacitación sobre certificados de origen?
5. ¿Qué otra información se difundió para fortalecer y darle continuidad a las exportaciones?

Conforme al PERX LAMBAYEQUE 2025:

6. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de hortalizas y derivados?
7. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de frutas y derivados?
8. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de servicios?
¿Cuánto fue el total de exportaciones durante el 2020 y 2021?
9. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de confecciones y accesorios?
10. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de insumos y bienes intermedios de producción?
11. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de otros productos?
12. Para finalizar, ¿Cuál es su perspectiva con respecto a la forma en la que actuó el gobierno nacional como respuesta a la crisis sanitaria a nivel global para darle continuidad al comercio exterior?



Nombre y Apellidos: Danna Johana Jiménez Boggio

Cargo: Asistente Dirección de las Oficinas Comerciales de
Perú en el Exterior.

DNI: 43465735

FOTOGRAFÍA SOBRE LA ENTREVISTA REALIZADA AL GERENTE DE
GERCETUR LAMBAYEQUE



JUAN PIO MARTIN GANVINI FALEN

GUÍA DE ENTREVISTA FIRMADA POR EL GERENTE REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR DE LAMBAYEQUE JUAN PIO MARTIN GANVINI FALEN

Guía de entrevista para determinar las características de la problemática en estudio.

Fecha: 27 / 06 / 22

Sr. (a) Funcionario


Dirección de Comercio Exterior-GERCETUR LAMBAYEQUE

Por medio de la presente, reciba Ud. un cordial saludo y al mismo tiempo solicito amablemente de su colaboración para aplicarle una entrevista con preguntas referidas al trabajo de investigación sobre "Lineamientos estratégicos aplicados por GERCETUR en comercio exterior para enfrentar la pandemia en la región LAMBAYEQUE, 2020-2021".

Tenga a bien responder con objetividad y transparencia, dado que el estudio exige rigurosidad en el desarrollo de la misma. Gracias.

Debido a la emergencia sanitaria a nivel nacional producto del COVID-19:

1. ¿Cuándo y cómo empezaron a coordinar las acciones a ejecutar con los demás organismos del Estado?
2. ¿Cómo se continuo con las acciones de inteligencia de mercados?
3. ¿Cómo fue la participación de la región en la EXPO DUBÁI 2020?
4. ¿Cómo se logró la capacitación sobre certificados de origen?
5. ¿Qué otra información se difundió para fortalecer y darle continuidad a las exportaciones?
Conforme al PERX LAMBAYEQUE 2025:
6. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de hortalizas y derivados?
7. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de frutas y derivados?
8. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de servicios?
¿Cuánto fue el total de exportaciones durante el 2020 y 2021?
9. ¿Qué acciones específicas de realizaron con-respecto a la cadena productiva de confecciones y accesorios?
10. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de insumos y bienes intermedios de producción?
11. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de otros productos?
12. Para finalizar, ¿Cuál es su perspectiva con respecto a la forma en la que actuó el gobierno nacional como respuesta a la crisis sanitaria a nivel global para darle continuidad al comercio exterior?


Nombre y Apellidos: JUAN PIO MARTIN GANVINI FALEN
Cargo: GERENTE REGIONAL DE COMERCIO EXT. Y TURISMO
DNI: 16727756

FOTOGRAFÍA SOBRE LA ENTREVISTA REALIZADA A LA DIRECTORA DE
COMERCIO EXTERIOR DE GERCETUR LAMBAYEQUE



ERICKA ROXANA REQUEJO BUSTAMANTE

**GUÍA DE ENTREVISTA FIRMADA POR LA DIRECTORA DE COMERCIO
EXTERIOR DE GERCETUR LAMBAYEQUE ERICKA ROXANA REQUEJO
BUSTAMANTE**

Guía de entrevista para determinar las características de la problemática en estudio.

Fecha: 27/06/2022

Sr. (a) Funcionario


Dirección de Comercio Exterior-GERCETUR LAMBAYEQUE

Por medio de la presente, reciba Ud. un cordial saludo y al mismo tiempo solicito amablemente de su colaboración para aplicarle una entrevista con preguntas referidas al trabajo de investigación sobre "Lineamientos estratégicos aplicados por GERCETUR en comercio exterior para enfrentar la pandemia en la región LAMBAYEQUE, 2020-2021".

Tenga a bien responder con objetividad y transparencia, dado que el estudio exige rigurosidad en el desarrollo de la misma. Gracias.

Debido a la emergencia sanitaria a nivel nacional producto del COVID-19:

1. ¿Cuándo y cómo empezaron a coordinar las acciones a ejecutar con los demás organismos del Estado?
2. ¿Cómo se continuo con las acciones de inteligencia de mercados?
3. ¿Cómo fue la participación de la región en la EXPO DUBÁI 2020?
4. ¿Cómo se logró la capacitación sobre certificados de origen?
5. ¿Qué otra información se difundió para fortalecer y darle continuidad a las exportaciones?
Conforme al PERX LAMBAYEQUE 2025:
6. ¿Qué acciones específicas se realizaron con respecto a la cadena productiva de hortalizas y derivados?
7. ¿Qué acciones específicas se realizaron con respecto a la cadena productiva de frutas y derivados?
8. ¿Qué acciones específicas se realizaron con respecto a la cadena productiva de servicios?
¿Cuánto fue el total de exportaciones durante el 2020 y 2021?
9. ¿Qué acciones específicas se realizaron con respecto a la cadena productiva de confecciones y accesorios?
10. ¿Qué acciones específicas se realizaron con respecto a la cadena productiva de insumos y bienes intermedios de producción?
11. ¿Qué acciones específicas se realizaron con respecto a la cadena productiva de otros productos?
12. Para finalizar, ¿Cuál es su perspectiva con respecto a la forma en la que actuó el gobierno nacional como respuesta a la crisis sanitaria a nivel global para darle continuidad al comercio exterior?


Nombre y Apellidos: Ericka Roxana Requejo Bustamante
Cargo: Directora de Comercio Exterior
DNI: 72731532

FOTOGRAFÍA SOBRE LA ENTREVISTA REALIZADA AL TÉCNICO
ADMINISTRATIVO DE LA DIRECCIÓN DE COMERCIO EXTERIOR DE
GERCETUR LAMBAYEQUE



MARCO LLUNCOR TELLO

GUÍA DE ENTREVISTA FIRMADA POR EL TÉCNICO ADMINISTRATIVO DE LA
DE LA DIRECCIÓN DE COMERCIO EXTERIOR DE GERCETUR LAMBAYEQUE
MARCO LLUNCOR TELLO

Guía de entrevista para determinar las características de la problemática en estudio.

Fecha: 01/07/2022

Sr. (a) Funcionario

Dirección de Comercio Exterior-GERCETUR LAMBAYEQUE

Por medio de la presente, reciba Ud. un cordial saludo y al mismo tiempo solicito amablemente de su colaboración para aplicarle una entrevista con preguntas referidas al trabajo de investigación sobre "Lineamientos estratégicos aplicados por GERCETUR en comercio exterior para enfrentar la pandemia en la región LAMBAYEQUE, 2020-2021".

Tenga a bien responder con objetividad y transparencia, dado que el estudio exige rigurosidad en el desarrollo de la misma. Gracias.

Debido a la emergencia sanitaria a nivel nacional producto del COVID-19:

1. ¿Cuándo y cómo empezaron a coordinar las acciones a ejecutar con los demás organismos del Estado?
2. ¿Cómo se continuo con las acciones de inteligencia de mercados?
3. ¿Cómo fue la participación de la región en la EXPO DUBÁI 2020?
4. ¿Cómo se logró la capacitación sobre certificados de origen?
5. ¿Qué otra información se difundió para fortalecer y darle continuidad a las exportaciones?
Conforme al PERX LAMBAYEQUE 2025:
6. ¿Qué acciones específicas se realizaron con respecto a la cadena productiva de hortalizas y derivados?
7. ¿Qué acciones específicas se realizaron con respecto a la cadena productiva de frutas y derivados?
8. ¿Qué acciones específicas se realizaron con respecto a la cadena productiva de servicios?
¿Cuánto fue el total de exportaciones durante el 2020 y 2021?
9. ¿Qué acciones específicas se realizaron con respecto a la cadena productiva de confecciones y accesorios?
10. ¿Qué acciones específicas se realizaron con respecto a la cadena productiva de insumos y bienes intermedios de producción?
11. ¿Qué acciones específicas se realizaron con respecto a la cadena productiva de otros productos?
12. Para finalizar, ¿Cuál es su perspectiva con respecto a la forma en la que actuó el gobierno nacional como respuesta a la crisis sanitaria a nivel global para darle continuidad al comercio exterior?


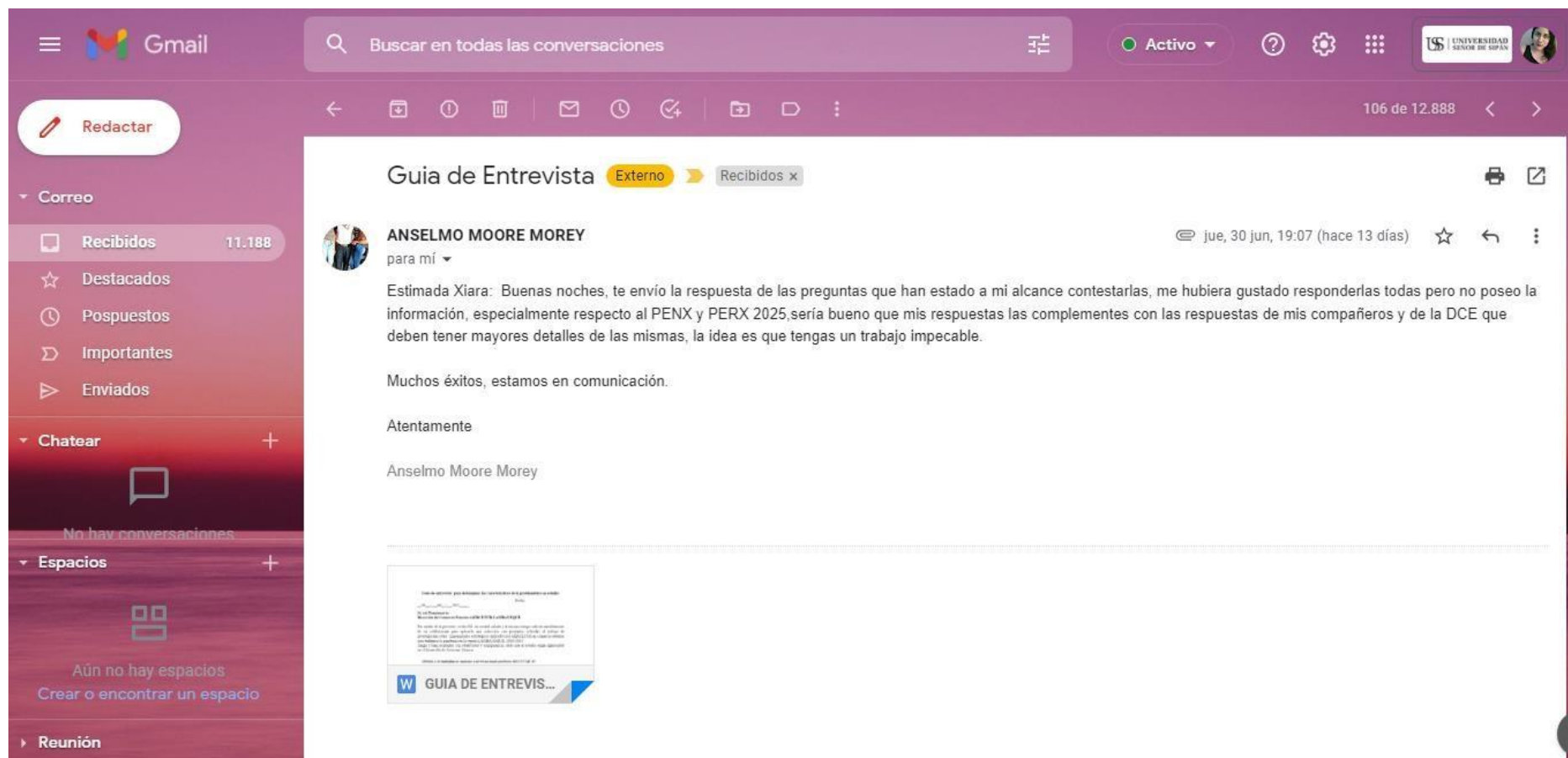

Nombre y Apellidos: MARCO LLUNCOR TELLO
Cargo: TÉCNICO ADMINISTRATIVO - DCE.
DNI: 76609942

IMAGEN SOBRE EL CORREO ELECTRÓNICO RECIBIDO POR EL ECONOMISTA SR. ANSELMO MOORE MOREY DE LA DIRECCIÓN DE COMERCIO EXTERIOR DE GERCETUR LAMBAYEQUE SOBRE EL DESARROLLO DE LA ENTREVISTA



GUÍA DE ENTREVISTA FIRMADA POR EL ECONOMISTA III DE LA DIRECCIÓN DE COMERCIO EXTERIOR DE GERCETUR LAMBAYEQUE ANSELMO MOORE MOREY

Guía de entrevista para determinar las características de la problemática en estudio.

Fecha: 01 / 07 / 2022

Sr. (a) Funcionario

Dirección de Comercio Exterior-GERCETUR LAMBAYEQUE

Por medio de la presente, reciba Ud. un cordial saludo y al mismo tiempo solicito amablemente de su colaboración para aplicarle una entrevista con preguntas referidas al trabajo de investigación sobre "Lineamientos estratégicos aplicados por GERCETUR en comercio exterior para enfrentar la pandemia en la región LAMBAYEQUE, 2020-2021".

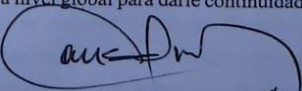
Tenga a bien responder con objetividad y transparencia, dado que el estudio exige rigurosidad en el desarrollo de la misma. Gracias.

Debido a la emergencia sanitaria a nivel nacional producto del COVID-19:

1. ¿Cuándo y cómo empezaron a coordinar las acciones a ejecutar con los demás organismos del Estado?
2. ¿Cómo se continuo con las acciones de inteligencia de mercados?
3. ¿Cómo fue la participación de la región en la EXPO DUBÁI 2020?
4. ¿Cómo se logró la capacitación sobre certificados de origen?
5. ¿Qué otra información se difundió para fortalecer y darle continuidad a las exportaciones?

Conforme al PERX LAMBAYEQUE 2025:

6. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de hortalizas y derivados?
7. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de frutas y derivados?
8. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de servicios?
¿Cuánto fue el total de exportaciones durante el 2020 y 2021?
9. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de confecciones y accesorios?
10. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de insumos y bienes intermedios de producción?
11. ¿Qué acciones específicas de realizaron con respecto a la cadena productiva de otros productos?
12. Para finalizar, ¿Cuál es su perspectiva con respecto a la forma en la que actuó el gobierno nacional como respuesta a la crisis sanitaria a nivel global para darle continuidad al comercio exterior?


Nombre y Apellidos: ANSELMO MOORE MOREY
Cargo: ECONOMISTA III - GERCETUR-DCE
DNI: 32849590

AUTORIZACIÓN PARA EL USO DE LA INFORMACIÓN BRINDADA POR LOS
ESPECIALISTAS DE LA DIRECCIÓN DE COMERCIO EXTERIOR DE GERCETUR
LAMBAYEQUE

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

Chiclayo, 01 de julio de 2022.

Sr. JUAN PIO MARTIN GANVINI FALEN
GERENTE REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO DE LAMBAYEQUE

AUTORIZA: Permiso para recojo de información pertinente en función del proyecto de investigación denominado LINEAMIENTOS ESTRATEGICOS APLICADOS POR GERCETUR EN COMERCIO EXTERIOR PARA ENFRENTAR LA PANDEMIA EN LA REGION LAMBAYEQUE, 2020-2021.

Por el presente, el que suscribe, el Sr. Juan Pio Martin GANVINI FALEN, Gerente Regional de Comercio Exterior y Turismo de Lambayeque, AUTORIZO a la alumna Xiara Yesenia INOÑAN UVIDIA, identificada con DNI N° 44728650, estudiante de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad Señor de Sipán, y autora del trabajo de investigación denominado LINEAMIENTOS ESTRATEGICOS APLICADOS POR GERCETUR EN COMERCIO EXTERIOR PARA ENFRENTAR LA PANDEMIA EN LA REGION LAMBAYEQUE, 2020-2021, al uso de dicha información que se sustenta en entrevistas realizadas a los especialistas de la Dirección de Comercio Exterior como a quien suscribe la presente, así como de documentación necesaria para efectos exclusivamente académicos para la elaboración de una tesis consistente y fidedigna. Esperando que la misma de un mayor alcance de la labor que viene realizando la institución en favor del comercio exterior de nuestra región.

Atentamente,



JUAN PIO MARTIN GANVINI FALEN
Gerente Regional de Comercio Exterior y Turismo de Lambayeque.
DNI N° 16727756