

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD
CATÓLICA DEL PERÚ**
Escuela de Posgrado



Aporte de Reactiva Perú para que los pequeños negocios como bodegas de Lima Metropolitana logren mantenerse en 2020 durante la pandemia del COVID-19

Tesis para obtener el grado académico de Maestra en Gerencia
Social

que presenta:

Iris Shimabukuro Kanashiro

Asesor:

Mag. Javier Alejandro Pineda Medina

Lima, 2023

Informe de Similitud

Yo, Javier Alejandro Pineda Medina, docente de la Escuela de Posgrado de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesor de la tesis titulado “Aporte de Reactiva Perú para que los pequeños negocios como bodegas de Lima Metropolitana logren mantenerse en 2020 durante la pandemia del COVID-19”, de la autora Iris Shimabukuro Kanashiro, dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 10%. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el 08/11/2023.
- He revisado con detalle dicho reporte y la Tesis o Trabajo de Suficiencia Profesional, y no se advierte indicios de plagio.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Lugar y fecha:

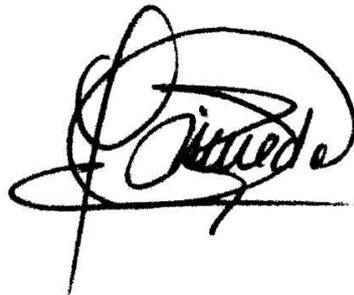
San Miguel, 11 de noviembre del 2023.

Apellidos y nombres del asesor: Pineda Medina, Javier Alejandro

Firma

DNI: 29654086

ORCID: 0000-0002-7060-1384



A mis padres



RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación analiza en qué medida el programa Reactiva Perú ha contribuido a que los pequeños negocios que atienden directamente al público se mantengan durante la pandemia de la enfermedad por coronavirus (COVID-19). Se analiza específicamente los casos de las bodegas en Lima Metropolitana en el año 2020.

El objeto de estudio (las bodegas) se enfoca en uno de los sectores más afectados por la pérdida de empleo, que es el comercio, que tuvo una reducción de 633 mil empleos (el segundo después de servicios).

Las bodegas atienden a la población de menores recursos y están insertas en la dinámica local (barrio). Durante la pandemia de la COVID-19, cumplieron un rol importante al brindar atención durante el periodo más difícil de la crisis, proveyendo de productos de primera necesidad de la población. Se resalta, además, que más del 70% de las bodegas son conducidas por mujeres.

El objetivo de la presente investigación es conocer el aporte del programa Reactiva Perú, para que los pequeños negocios como las bodegas en Lima Metropolitana se logren mantener en el 2020 durante la pandemia del COVID-19. Se analizan los mecanismos de difusión que se utilizaron, el acceso a la liquidez por parte de las bodegas, el uso de las herramientas tecnológicas y la percepción de los principales actores.

Este análisis nos permite proponer medidas de mejora que fortalecerán la implementación del programa Reactiva Perú. Se formulan recomendaciones para mejorar la eficacia de los instrumentos de política aplicados para contrarrestar los efectos de la pandemia. Además, se presentan recomendaciones para potenciar los resultados en las MYPEs, estrato empresarial cuya relevancia está asociada a su peso gravitante en el ámbito empresarial y en la generación de empleo. De esta forma, la presente investigación responde a uno de los grandes retos de la investigación en Gerencia Social relacionado con el desarrollo endógeno del país.

Palabras claves: COVID-19, Reactiva Perú, acceso a financiamiento, garantías, liquidez, uso de herramientas tecnológicas, capacidades digitales.

ABSTRACT

This research analyzes to what extent the Reactiva Peru program has helped small businesses that directly serve the public to maintain themselves during the -19 pandemic. The cases of the grocery stores in Metropolitan Lima in the year 2020 are specifically analyzed.

In terms of relevance, the object of the study (grocery stores) focuses on one of the sectors most affected by the loss of employment, which is commerce, with a reduction of 633 thousand jobs (the second after services).

Added to all this is the fact that the grocery stores serve the population with fewer resources and are inserted in the local dynamics (neighborhood), having played an important role during the Covid-19 pandemic, by providing care during the most difficult period of the crisis, providing basic necessities for the population. Last but not least, is the fact that more than 70% of the grocery stores are managed by women.

The objective of this research is to know the contribution of the Reactiva Peru program, so that small businesses such as grocery stores in Metropolitan Lima can maintain themselves in 2020, during the COVID-19 pandemic, analyzing the dissemination mechanisms that were used, access to liquidity by grocery stores, the use of technological tools and the perception of the main actors, to propose improvement measures that strengthen their implementation, which will allow us to formulate recommendations to improve the effectiveness of policy instruments such as Reactiva applied to counteract the effects of the pandemic, and enhance the results in MYPEs, a business stratum whose relevance is associated with its gravitating weight in the business fabric and in the generation of employment, thus responding to one of the great challenges of research in Social Management related to the endogenous development of the country.

Keywords: COVID-19, Reactiva Peru, access to liquidity and financing, technological tools, digital capabilities

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO.....	4
ABSTRACT.....	5
INTRODUCCIÓN.....	8
CAPÍTULO I.....	12
PROBLEMA, JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	12
1.1. Planteamiento del problema.....	12
1.2 Justificación.....	14
1.3 Objetivos.....	16
CAPÍTULO II.....	17
MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	17
2.1. Diagnóstico situacional: características geográficas y socioeconómicas de Lima Metropolitana.....	17
2.1.1. La pandemia de la enfermedad por coronavirus COVID-19.....	17
2.1.2. Efecto de la pandemia en la situación económica y el empleo en el Perú.....	20
2.1.3. Diagnóstico situacional de las bodegas en Lima Metropolitana.....	21
2.2. Marco normativo internacional.....	24
2.3. Marco normativo nacional.....	26
2.4. Los fondos o sistemas de garantías y la continuidad de la cadena de pagos: el programa Reactiva Perú.....	30
2.5. Investigaciones relacionadas con el tema de estudio.....	33
2.6. Enfoques de desarrollo.....	34
2.7. Conceptos claves.....	38
CAPÍTULO III.....	41
DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN.....	41
Naturaleza de la investigación.....	41
Forma de investigación.....	41
Fuentes de información.....	41
Universo.....	42
Muestra:.....	42
Procedimiento (técnicas) para el recojo de información:.....	42
Instrumentos de recojo de información:.....	42
Variables e indicadores.....	43
CAPÍTULO IV.....	51
PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	51

4.1. Mecanismos de difusión que utilizó Reactiva Perú para promover que los pequeños negocios como las bodegas accedan al programa durante la pandemia del COVID-19	52
4.2. El programa Reactiva Perú, la liquidez y cadena de abastecimiento de las bodegas en Lima Metropolitana durante la pandemia	67
4.3. Mecanismos complementarios de apoyo a los pequeños negocios: uso de herramientas tecnológicas, capacitaciones y asesorías	77
4.4. Percepción de los conductores de las bodegas de Lima Metropolitana sobre la intervención del programa Reactiva Perú y de sus operadores durante la pandemia del COVID-19	86
CAPÍTULO V	95
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	95
CAPÍTULO VI	105
PROPUESTA DE MEJORA	105
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	112
ANEXO	121



INTRODUCCIÓN

Como parte del “Plan económico para la contención y reactivación económica frente al COVID-19”, en abril de 2020 se creó el programa Reactiva Perú, dentro del paquete de medidas de reactivación para “poner el Perú en marcha”. Este programa otorgó liquidez y apoyó el crédito para evitar que se rompa la cadena de pagos y, con ello, se proveyó de liquidez al sistema financiero. Se trató de un programa de garantía del Gobierno Nacional, que cubre entre el 80% y 98% del saldo insoluto del crédito otorgado. Según el MEF (2020), en los préstamos de menor tamaño, el porcentaje de garantía fue mayor, pues se trata de las empresas más pequeñas. Dicha garantía funciona como un mecanismo de absorción de riesgo frente al contexto de recesión económica y alta incertidumbre (MEF 2020).

A partir de los hallazgos encontrados, se puede visualizar la efectividad y limitaciones de los mecanismos de difusión y acceso al programa, así como el aporte del programa para superar los problemas de liquidez y la cadena de abastecimiento de las bodegas, el uso de herramientas tecnológicas y desarrollo de competencias digitales, así como la percepción de los actores sobre el programa. En cuanto a los mecanismos de difusión, se puede determinar que el programa Reactiva Perú no se difundió adecuadamente a las bodegas que no son clientes de las entidades financieras, puesto que se limitó su acceso.

Con relación al acceso al programa, las bodegas clientes de las entidades financieras pudieron acceder a Reactiva Perú, mientras que las bodegas que no son clientes no han tenido las mismas oportunidades de acceso. A partir de las entrevistas realizadas a los representantes de las entidades financieras operadoras y a la Asociación de Bodegueros del Perú, se puede inferir que las condiciones establecidas por el programa Reactiva Perú limitaron el acceso de aquellas MYPE con dificultades en el sistema financiero.

El crédito de Reactiva Perú otorgó a las bodegas beneficiarias, la liquidez en el corto plazo en condiciones muy ventajosas de costo y plazos para enfrentar los efectos de la pandemia sobre las ventas e ingresos. Se otorgó un *shock* de liquidez, que brindó a los conductores una mayor capacidad de negociación frente a los proveedores, en el sentido de poder

adquirir solo los productos requeridos y no aquellos que les imponían los proveedores, en un contexto de restricciones en el abastecimiento de productos debido a la pandemia.

En cuanto a la cadena de abastecimiento, se puede colegir que, durante la pandemia, los conductores de bodegas (los que accedieron y no accedieron a Reactiva) presentaron problemas en el abastecimiento de diversos productos que venden. También se puede determinar que las bodegas no recibieron facilidades de los proveedores. Por el contrario, las condiciones se endurecieron en el contexto estudiado. El crédito de Reactiva Perú permitió a las bodegas mejorar su capacidad de negociación frente a los proveedores.

En cuanto al uso de herramientas tecnológicas, se ha podido conocer que, a partir de la pandemia, las bodegas incorporaron herramientas tecnológicas en la gestión del negocio, como las billeteras digitales Yape y Plin. El mismo conductor de la bodega o familiar pudieron acceder a ambas sin necesidad de acompañamiento u orientación externa, debido a la accesibilidad, simplicidad y funcionalidad de estas herramientas.

También se ha podido determinar que, si bien se considera como un importante avance en la digitalización del negocio de las bodegas el uso de herramientas como las billeteras digitales y redes sociales, ha habido dificultades y renuencia de los conductores de bodegas para el uso de otras herramientas digitales relacionadas con los procesos del negocio. Por ejemplo, este es el caso de las plataformas virtuales desarrolladas por los proveedores para efectuar los pedidos de mercadería, o las plataformas virtuales implementadas por las entidades financieras para los pagos.

A pesar de las dificultades señaladas en el uso de las plataformas virtuales en la gestión del negocio de la bodega, ningún conductor entrevistado manifiesta haber recibido capacitación ni asesoría en el uso de las plataformas virtuales en los procesos de pedidos de mercadería y de pagos. Ello podría estar revelando el limitado esfuerzo desplegado por los proveedores y entidades financieras en promover en las bodegas el uso de las herramientas, pero también puede revelar la reticencia de los conductores frente a estas herramientas, y/o las restricciones por la pandemia.

Tampoco se ha podido evidenciar orientaciones ni iniciativas concretas del programa Reactiva Perú, ni directamente, ni a través de las entidades financieras operadoras, ni de

alianzas con otras entidades, en la línea planteada en la Ley General del Bodeguero 30877 y su Reglamento. Este dispone que Produce y los gobiernos regionales y locales “brindan a los bodegueros capacitación y asistencia técnica, en materia de comercio electrónico, sistemas de gestión digital, uso de herramientas de tecnologías de información, servicios tecnológicos para mejorar sus niveles de competitividad” (Ministerio de la Producción 2020).

A partir de los hallazgos encontrados y de las oportunidades de mejora identificadas, se espera ampliar el acceso a Reactiva Perú a aquellas bodegas excluidas del programa por dificultades en el sistema financiero o por no ser clientes de las entidades del sistema. Se recomienda direccionar a estos segmentos la mayor cobertura de la garantía del Estado, por cuanto representan un mayor riesgo de los créditos. Del mismo modo, se sugiere mejorar los mecanismos de difusión del programa hacia las bodegas que no son clientes de las entidades financieras.

Asimismo, se espera que la Secretaría de Gobierno y Transformación Digital de la Presidencia del Consejo de Ministros —en tanto ente rector de la política de transformación digital en el país— y el Ministerio de la Producción —encargado de la implementación de los servicios establecidos en la Ley General de Bodegueros y su reglamento— articulen los esfuerzos de las empresas, el sector educación y la Asociación de Bodegueros del Perú en el fortalecimiento de las competencias digitales. Todo ello se enmarcaría en el eje 8 de la Política General de Gobierno para el periodo 2021-2026 sobre el fortalecimiento de la educación, el acceso al entorno digital, la inclusión y el talento digital en todas las personas, al promover alianzas con el sector privado (PCM 2021).

El presente estudio es cualitativo, por cuanto se orienta a la investigación de los factores que influyen en la implementación del programa Reactiva y se analiza si promueve el acceso a los pequeños negocios. El estudio de caso como forma de investigación social se ha utilizado en el presente trabajo para comprender la intervención de Reactiva Perú en las bodegas de Lima Metropolitana, programa que interviene en todo el territorio nacional con las mismas condiciones.

Las fuentes primarias de la investigación han sido los conductores de bodegas que accedieron al programa Reactiva Perú, los conductores de bodegas que no accedieron al programa, funcionarios de entidades financieras operadoras y no operadoras de Reactiva

Perú y del Ministerio de Economía y Finanzas, y representantes de la Asociación de Bodegueros del Perú. También se utilizaron fuentes secundarias como normas legales, memorias anuales de BCRP y COFIDE, estudios publicados, artículos y notas publicadas en medios de comunicación. El universo está conformado por las bodegas de Lima Metropolitana. La muestra es significativa y no probabilística, y ha sido seleccionada por juicio y conveniencia.

La tesis está dividida en 6 capítulos. En el primero se expone el planteamiento del problema, las preguntas de investigación, la justificación y los objetivos de la investigación. En el segundo capítulo se desarrolla el marco teórico referencial en el cual se expone el diagnóstico situacional que se inicia con el abordaje sobre la pandemia de la enfermedad por COVID-19 y sus principales efectos; la situación y principales características de las bodegas en Lima Metropolitana; el marco normativo internacional, en el cual se relacionan los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, con el objeto de la presente investigación; el marco normativo nacional en el cual se destacan las medidas relacionadas con la emergencia sanitaria y de contención frente al COVID-19 y la reactivación económica. Se expone también los fondos o sistemas de garantías y el aseguramiento de la cadena de pagos, como marco del programa Reactiva Perú. En este capítulo se describen los estudios relacionados con los temas de la investigación, los enfoques de desarrollo, los conceptos claves, las variables e indicadores.

En el tercer capítulo se desarrolla el diseño de la investigación. Se precisa su naturaleza, forma de investigación, fuentes de información, procedimiento para el recojo de información y plan de trabajo. El cuarto capítulo corresponde a la presentación, análisis e interpretación de los resultados a nivel de cada pregunta, así como de los hallazgos obtenidos. En el quinto capítulo se presentan las conclusiones y recomendaciones. Finalmente, en el sexto capítulo se presenta la propuesta de mejora al programa Reactiva Perú.

CAPÍTULO I

PROBLEMA, JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

El 11 de marzo de 2020, la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró como pandemia la enfermedad por COVID-19 (CEPAL 2020). En Perú, el 15 de marzo de 2020, según Decreto Supremo N.º 044-2020-PCM, se declaró a nivel nacional el estado de emergencia por 15 días. Además, se ordenó el aislamiento social obligatorio (cuarentena). Se dispuso el cierre temporal de fronteras y se restringió la actividad comercial, actividades culturales y recreativas. Se suspendió el acceso al público a los establecimientos, a excepción de los comercios minoristas de alimentación, bebidas, productos de primera necesidad, así como a los “establecimientos farmacéuticos, médicos, ópticas y productos ortopédicos, productos higiénicos, grifos y establecimientos de venta de combustible” (El Peruano 2020).

La gravedad de la situación sanitaria en Perú se manifestó en las “elevadas tasas de infección y mortandad entre la población nacional” (Vega 2020). El país registró una de las mayores tasas de personas fallecidas por casos confirmados a consecuencia del virus. Ello revela la crítica situación del sistema de salud que indujo al Gobierno a la adopción de drásticas medidas para contener el avance de los contagios. Las drásticas medidas adoptadas por el Gobierno para controlar la gravedad de la situación sanitaria provocaron una de las mayores contracciones de la actividad económica. El PBI del país cayó en 11% en 2020, muy por encima del 6.9% del promedio de América Latina (CEPAL 2020). Cabe señalar que América Latina fue la región que mayor caída registró, al superar el 3.2% del promedio mundial (CEPAL 2021).

Con el propósito de atender la emergencia sanitaria, el 27 de marzo de 2020, se publicó la Ley N.º 31011, mediante la cual el Congreso delegó al Poder Ejecutivo la facultad de legislar en diversas materias para atender la emergencia sanitaria por COVID-19. En dicho marco, el Gobierno emprendió un conjunto muy amplio de

medidas para reducir el impacto en la salud de los ciudadanos y ofrecer apoyo a hogares y empresas, como el fortalecimiento de los servicios de salud, atención económica para hogares vulnerables, subsidio a la planilla, entre otros (MEF 2020).

Asimismo, activó otro conjunto de medidas para el soporte a la cadena de pagos. Este es el caso del Programa Reactiva Perú, que se creó como una vía para aportar liquidez y apoyar el crédito a fin de evitar que se rompa la cadena de pagos y se otorgue liquidez al sistema financiero. Se trata de un programa de garantía del Gobierno Nacional, que cubre entre el 80% y 98% del saldo insoluto del crédito otorgado. En los préstamos de menor tamaño, el porcentaje de garantía es mayor, al estar vinculado a las empresas más pequeñas. Esta garantía funciona como un mecanismo de absorción de riesgo ante el contexto excepcional de recesión económica y alta incertidumbre (MEF 2020).

A pesar de la gravedad de la crisis sanitaria, y de las severas medidas del Gobierno para controlarla, diversas bodegas pudieron sobrevivir y mantenerse e inclusive, en algunos casos, incrementaron sus ventas. ¿Cuál ha sido el aporte de los mecanismos de apoyo del Gobierno como el programa Reactiva Perú? La presente investigación analiza en qué medida el programa Reactiva Perú ha contribuido a que los pequeños negocios que atienden directamente al público se mantengan durante la pandemia de la enfermedad por coronavirus (COVID-19). Se analizará específicamente los casos de las bodegas en Lima Metropolitana en el año 2020.

Formulación de las preguntas de investigación

Pregunta general

¿Cuál ha sido el aporte del programa Reactiva Perú para que los pequeños negocios como las bodegas en Lima Metropolitana se logren mantener en el 2020 durante la pandemia del COVID-19?

Preguntas específicas

1. ¿Cuáles han sido los mecanismos de difusión que utilizó Reactiva Perú para promover que los pequeños negocios como las bodegas accedan al programa durante la pandemia del COVID-19?

2. ¿En qué medida el Programa Reactiva Perú facilitó la liquidez de las bodegas en Lima Metropolitana y la cadena de abastecimiento, durante la pandemia del COVID-19?
3. ¿El programa Reactiva Perú promovió mecanismos complementarios de apoyo a los pequeños negocios, como el uso de las herramientas tecnológicas, asesorías y otros, para que las bodegas puedan potenciar las ventas sus productos y llegar al consumidor, durante la pandemia del COVID-19?
4. ¿Cuál es la percepción de los conductores de las bodegas de Lima Metropolitana sobre la intervención del programa Reactiva Perú y de sus operadores durante la pandemia del COVID-19?

1.2 Justificación

El objeto del estudio (las bodegas) se enfoca en uno de los sectores más afectados por la pérdida de empleo, el comercio, que tuvo una reducción de 633 mil empleos (el segundo más afectado después de servicios). Y en el estrato más afectado, el de los pequeños negocios que registró una disminución de 1206 miles de empleos. Además, el ámbito geográfico más afectado fue Lima Metropolitana, donde el empleo formal disminuyó 5,8%, en contraste con el resto del país, que registra una caída de 0,8% (BCRP 2020).

Las bodegas atienden a la población de menores recursos y están insertas en la dinámica local (barrio). Durante la pandemia de la COVID-19, cumplieron un rol importante al brindar atención durante el periodo más difícil de la crisis, proveyendo de productos de primera necesidad de la población. Asimismo, fueron una alternativa para las personas que tenían miedo de adquirir sus productos en locales masivos. Se resalta, además, que más del 70% de las bodegas son conducidas por mujeres (IPSOS 2014).

En esta investigación, se identifica y analiza en qué medida el programa Reactiva Perú ha contribuido a que los pequeños negocios de atención directa al público, como las bodegas en Lima Metropolitana, se mantengan a pesar de la pandemia de la enfermedad por coronavirus (COVID-19). A partir de dicho análisis, formulamos recomendaciones para mejorar la eficacia de los instrumentos de política como Reactiva Perú, aplicados para contrarrestar los efectos de la pandemia. Además, se

presentan recomendaciones para potenciar los resultados en las MYPEs, estrato empresarial cuya relevancia está asociada a su peso gravitante en el ámbito empresarial y en la generación de empleo. De esta forma, la presente investigación responde a uno de los grandes retos de la investigación en Gerencia Social relacionado con el desarrollo endógeno del país.

La presente investigación se enmarca en el campo de la gerencia social¹, por cuanto:

- Se investiga un programa público como Reactiva Perú, creado para contrarrestar los devastadores efectos de la crisis sanitaria y el aislamiento social, sobre el empleo e ingresos de las familias y empresas.
- Se analiza sí, el programa Reactiva Perú:
 - Brindó las mismas oportunidades de acceso a todas las bodegas,
 - Facilitó, a través de los mecanismos de difusión, la información del programa.
 - Facilitó la liquidez a las bodegas y a la cadena de abastecimiento en un contexto de escasez por la pandemia.
 - Promovió mecanismos complementarios como el uso de herramientas digitales para la gestión del negocio en situación de pandemia y el fortalecimiento de capacidades de los conductores de bodegas.
- Se analiza la dinámica e interrelación de distintos actores como los conductores de bodegas, las instituciones financieras, las entidades públicas, así como la asociatividad de los bodegueros.
- Desde este campo de la Gerencia Social se identifican y analizan las limitaciones del programa y, a partir de los hallazgos encontrados, se proponen medidas para que el programa Reactiva Perú brinde las mismas oportunidades de acceso a todas las bodegas y, en general a las microempresas que concentran a la gran mayoría de unidades económicas del país.

¹ Según Tovar (2022) la gerencia social “interviene sobre asuntos de interés público en el campo de los problemas sociales y del desarrollo mediante políticas, programas y proyectos, con miras a obtener resultados de mejora del bienestar social”.

1.3 Objetivos

Objetivo general

Conocer el aporte del programa Reactiva Perú, para que los pequeños negocios como las bodegas en Lima Metropolitana se logren mantener en el 2020, durante la pandemia del COVID-19, analizando, los mecanismos de difusión que se utilizó, el acceso a la liquidez por parte de las bodegas, el uso de las herramientas tecnológicas y la percepción de los principales actores, para proponer medidas de mejora que fortalezcan su implementación.

Objetivos específicos

1. Conocer los mecanismos de difusión que utilizó Reactiva Perú para promover que los pequeños negocios como las bodegas accedan al programa durante la pandemia del COVID-19
2. Determinar si el programa Reactiva Perú facilitó la liquidez de las bodegas en Lima Metropolitana y la cadena de abastecimiento durante la pandemia del COVID-19.
3. Identificar si el programa Reactiva Perú promovió mecanismos complementarios de apoyo a los pequeños negocios, como el uso de las herramientas tecnológicas, capacitaciones, asesorías y otros, para que las bodegas puedan potenciar las ventas sus productos y llegar al consumidor, durante la pandemia del COVID-19
4. Conocer y analizar la percepción de los conductores de las bodegas de Lima Metropolitana sobre la intervención del programa Reactiva Perú y de sus operadores durante la pandemia del COVID-19

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

2.1. Diagnóstico situacional: características geográficas y socioeconómicas de Lima Metropolitana

2.1.1. La pandemia de la enfermedad por coronavirus COVID-19

El 11 de marzo de 2020, la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró que la enfermedad por coronavirus (COVID-19) se trataba de una pandemia (CEPAL 2020). Previamente, el 30 de enero de 2020, el director general de la OMS había anunciado que “el brote de COVID-19 era una emergencia de salud pública de importancia internacional (ESPII)” (OPS/OMS 2020). En Perú, el 15 de marzo de 2020, se publicó en el diario El Peruano el Decreto Supremo N.º 044-2020-PCM, que declaró a nivel nacional el estado de emergencia por 15 días. Además, se ordenó el aislamiento social obligatorio (cuarentena), “por las graves circunstancias que afectan la vida de la nación a consecuencia del brote del COVID-19” (El Peruano 2020).

Entre otras medidas, el artículo 7 del Decreto Supremo dispuso restringir “la actividad comercial, actividades culturales, establecimientos y actividades recreativas, hoteles y restaurantes” (El Peruano 2020). Se suspendió el acceso al público a los establecimientos, a excepción de los comercios minoristas de alimentación, bebidas, productos de primera necesidad, así como a los “establecimientos farmacéuticos, médicos, ópticas y productos ortopédicos, productos higiénicos, grifos y establecimientos de venta de combustible” (El Peruano 2020). En el artículo 8, se dispuso el cierre temporal de fronteras.

La gravedad de la situación sanitaria en Perú se manifestó en las “elevadas tasas de infección y mortandad entre la población nacional” (Vega 2020). El país registró una de las mayores tasas de personas fallecidas por casos confirmados a consecuencia del virus, según se muestra en la Tabla N.º 1 de este documento. Ello revela la crítica situación del sistema de salud que indujo al Gobierno a adoptar medidas drásticas para contener el avance de los contagios. Como sostiene Vega (2020),

la calamitosa situación de nuestro sistema de salud no dejaba más alternativa que un cierre masivo y generalizado de empresas y actividades económicas del país. Al decretarse la cuarentena nacional el 16 de marzo del presente año, el

país apenas contaba con 276 camas UCI y 2,000 camas hospitalarias, para una población de 32.6 millones de habitantes. En términos relativos, estas cifras nos ubicaban en los últimos lugares de la infraestructura hospitalaria a nivel mundial. Así, según los índices de capacidad de clínicas, hospitales y centros comunitarios de salud, elaborados por Global Health Security Index, el Perú se ubicaba en el puesto 147, entre 195 países analizados. Análogamente, en comparación a otros países de América Latina y el Caribe, previo a la pandemia, Perú ocupaba el último puesto en cantidad de profesionales de salud per cápita, con tan solo 8 médicos por cada 10 mil habitantes. (Vega 2020)

Según el Centro Nacional de Epidemiología, Prevención y Control de Enfermedades, en el 2020 se registraron 1,087,692 casos y 95,336 fallecidos con síntomas o con signos relacionados al COVID-19, con una tasa de mortalidad por cada 100 mil habitantes de 292.2 (MINSA 2023). Según la evolución temporal, la crisis sanitaria en 2020 registró su nivel más alto en julio, con 18,503 fallecidos. Luego, descendió hasta recuperar la tendencia creciente en enero de 2021, con el inicio de la segunda ola de la COVID-19 en el Perú, anunciada el 12 de enero por la ministra de Salud, Pilar Mazzetti. Esta segunda ola llegó al nivel más alto en abril de 2021 con 23,109 fallecidos (MINSA 2023). El 9 de abril de 2021, el Gobierno aprobó el Decreto Supremo N.º 070-2021-PCM, que extendió hasta el 18 de abril las restricciones a los derechos constitucionales y se dispuso la inmovilización social obligatoria.

Gráfico N.º 1: Evolución de fallecidos por COVID-19 2020-2021



Fuente: Ministerio de Salud (2023)
Elaboración propia

A partir de la información actualizada a abril de 2023 (OMS s/f), la Organización Mundial de Salud reportó que Perú registró el mayor porcentaje de letalidad (personas fallecidas por COVID-19 del total de casos confirmados de la enfermedad) y el mayor número de fallecidos por millón de habitantes, según se observa en el

cuadro siguiente². A raíz de las controversias generadas respecto a las cifras oficiales del número de fallecidos, el Gobierno aprobó la Resolución Ministerial N° 095-2021-PCM con fecha 14 de abril de 2021, que creó un Grupo de Trabajo Técnico, dependiente de la Presidencia del Consejo de Ministros, con el objeto de proponer criterios para actualizar las cifras de fallecidos por COVID-19. Los resultados del trabajo del citado grupo, presentado el 31 de mayo, dieron transparencia y sinceraron las cifras de fallecidos. Además, se pudo conocer la verdadera dimensión de la letalidad de la enfermedad en el país. Según ACS Calandria (2021), hasta el 22 de mayo de 2021, se registró 69.342 personas fallecidas, pero, al aplicar la nueva metodología, esta cifra se elevó a 180.764 fallecidos.

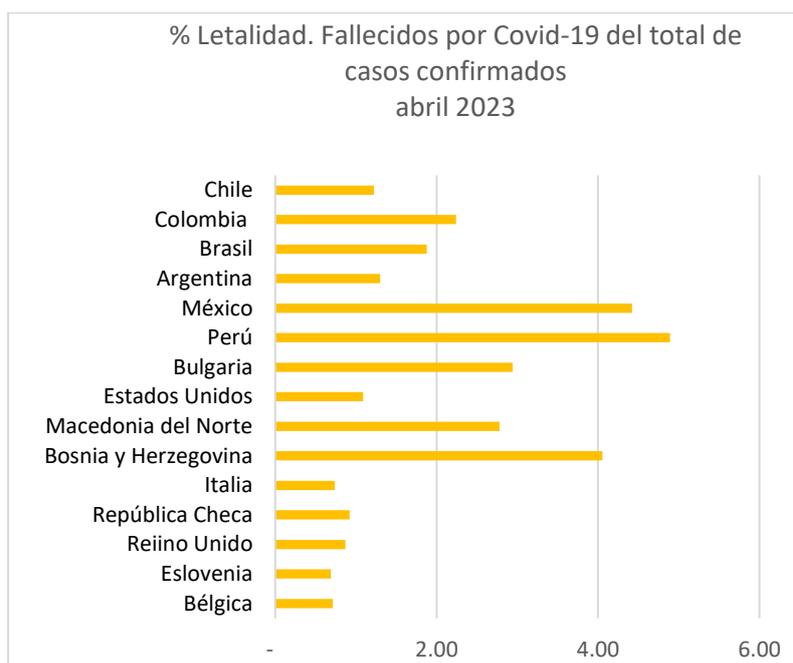
Tabla N.º 01: Cuadro comparativo de países. Número de personas fallecidas por COVID-19 y casos confirmados

Países	Personas fallecidas por COVID-19 al 06/04/2023	Casos confirmados al 06/04/2023	% Letalidad: Personas fallecidas respecto del total de casos	Población en millones al 07/04/2023	Fallecidos por millón de habitante
Bélgica	34,059	4,776,837	0.71	11.7	2,911.03
Eslovenia	9,227	1,341,187	0.69	2.1	4,393.81
Reino Unido	211,155	24,311,933	0.87	68.5	3,082.55
República Checa	42,671	4,634,883	0.92	10.7	3,987.94
Italia	189,089	25,695,311	0.74	60.3	3,135.80
Bosnia y Herzegovina	16,325	402,573	4.06	3.2	5,101.56
Macedonia del Norte	9,667	347,672	2.78	2.1	4,603.33
Estados Unidos	1,118,800	102,873,924	1.09	334.8	3,341.70
Bulgaria	38,268	1,300,490	2.94	6.8	5,627.65
Perú	219,784	4,492,891	4.89	33.7	6,521.78
México	333,539	7,544,489	4.42	131.6	2,534.49
Argentina	130,472	10,044,957	1.30	46	2,836.35
Brasil	700,239	37,258,663	1.88	215.4	3,250.88
Colombia	142,678	6,362,312	2.24	51.5	2,770.45
Chile	64,497	5,264,330	1.23	19.3	3,341.81

Fuentes: OMS (s/f)
Elaboración propia

² Con información actualizada a abril de 2023, la suscrita elaboró un nuevo cuadro del número de fallecidos y casos confirmados de los 10 países del ranking citado por Vega (2020). Se utilizó como fuente la Organización Mundial de Salud: <https://covid19.who.int/region/euro/countr>. La data difiere ligeramente del reporte del Centro Nacional de Epidemiología del 3 de abril de 2020.

Gráfico N.º 2: Porcentaje de letalidad por países



Fuentes: OMS (s/f)
Elaboración propia

2.1.2. Efecto de la pandemia en la situación económica y el empleo en el Perú

Las restricciones establecidas por la emergencia sanitaria generaron una gran contracción de la economía mundial. En el 2020 se registró una caída de 3%. América Latina y el Caribe fue la región que más decreció con una tasa negativa de 6.9% (BCRP 2021). En Perú, las drásticas medidas adoptadas por el Gobierno para controlar la gravedad de la situación sanitaria generaron una de las mayores contracciones de la actividad económica. El PBI del país cayó en 11% en 2020, muy por encima del promedio de América Latina (CEPAL 2020).

Los resultados del II trimestre del 2020, con una caída del 30% del PBI, revelaron la severidad de la crisis sanitaria y económica. En el III trimestre, la reducción fue de -9% y el IV de -1.7%. En todo el año, se registró una caída de -11.1% (BCRP 2021). Basándose en información de la Encuesta Nacional de Hogares (ENAH), el BCRP (2021) indicó que, a nivel nacional, el empleo disminuyó 13%. El desempleo aumentó de 3.9% en 2019 a 7.4% en 2020. Además, "los sectores más afectados fueron los servicios, donde se perdieron 1 799 miles de empleos, y comercio, con una reducción de 633 mil empleos. Por tamaño de empresa, la mayor disminución ocurrió en el grupo de 1 a 10 trabajadores (1 206 miles de empleos)" (BCRP 2021).

En general, la pandemia impactó en las principales variables macroeconómicas del país en el 2020, con mayor énfasis en el II Trimestre del 2020 como señala el Banco central de Reservas del Perú: En ese período el consumo retrocedió en 25%, la inversión en 62.1% y, como ya se mencionó, el PBI retrocedió en 32.8%. Diversos artículos y trabajos de investigación han puesto de manifiesto la gravedad de la crisis:

Tras la detección de los primeros casos de COVID-19 en el Perú en marzo, el Gobierno aplicó una de las cuarentenas más estrictas del mundo para contener el avance de los contagios. Así, se paralizaron la mayoría de sectores productivos, dejando en operación solo los considerados como esenciales. Esta restricción deterioró significativamente el empleo, la producción y, consecuentemente, las expectativas de los agentes acerca de la evolución futura de la economía. (BCRP 2020)

2.1.3. Diagnóstico situacional de las bodegas en Lima Metropolitana

En el 2020, año en el que se enfoca la presente investigación, Lima Metropolitana se ubicó como la región más competitiva del país según el Índice de Competitividad Regional INCORE (Instituto Peruano de Economía 2020). Ocupó el primer lugar en cuanto al Producto Bruto Interno real, con S/ 222,823 millones; en el nivel de ingresos por trabajo (S/1,910); en acceso a electricidad, agua y desagüe; acceso a internet fijo (58.7% de hogares); en la esperanza de vida al nacer (80 años). Ocupó el tercer lugar en empleo adecuado (68.5% de la PEA ocupada) y el primer lugar en informalidad laboral (58.6% de la PEA Ocupada). En cuanto a institucionalidad, Lima se ubicó en los últimos lugares en criminalidad (puesto N.º 20 de 25 regiones) y de percepción de inseguridad de noche (puesto N.º 22 de 25 regiones).

Como efecto de la pandemia, en el 2020 el PBI de Lima registró una caída de 11.9%, superior al promedio nacional que cayó en 11.0%. Las actividades de alojamiento y restaurantes registraron mayor caída, con 50.4%, seguida por pesca y acuicultura (-32.6%), transporte, almacenamiento, correo y mensajería (-29.1%), manufactura y construcción (-15.3%) y comercio (-13.3%) (Instituto Peruano de Economía 2020). El empleo formal en Lima registró una caída de -5.8 %, superior al descenso en el resto del país (-0,8 %) (BCRP 2020). En ese año, en Lima Metropolitana se registraron 451,919 casos de COVID-19 y 39,363 fallecidos, con una letalidad 8.71%, ligeramente más bajo que el indicador a nivel nacional (8.77%) en ese año.

- **Características y situación de las bodegas de Lima Metropolitana**

La Ley N.º 30877, Ley General de Bodegueros, promulgada el 4 de diciembre de 2018, define a la bodega como el negocio, micro o pequeña empresa, dedicado a la

“venta al por menor de productos de primera necesidad, predominantemente alimentos y bebidas, destinados preferentemente a satisfacer los requerimientos diarios de los hogares” (Congreso de la República 2018). Por su parte, en el estudio realizado por la entidad Mecanismos de Desarrollo Alterno (MDA), se define a la bodega como “la pequeña tienda de barrio que se dedica a la venta al por menor de abarrotes, es decir, de bebidas, alimentos envasados o granel, así como también de artículos de aseo personal y limpieza para el hogar, entre otros” (MDA 2015).

De otro lado, Acuña (2021) define a las bodegas como “microempresas administradas por algún miembro del hogar con el apoyo de otros integrantes de la familia, y permiten generar autoempleo e ingresos propios” (Acuña 2021). Adicionalmente, según MDA (2015), “las bodegas son consideradas parte de los canales tradicionales de distribución minorista que se han sostenido a pesar de la expansión de los grandes supermercados del canal moderno” (MDA 2015)

Las bodegas en cifras

A la fecha, no se dispone de estadísticas actualizadas del número de bodegas. Según el IV Censo Económico Nacional del INEI del 2008, en el Perú se registraron 274,696 bodegas, de las cuales el 27.4% se encuentra en Lima, es decir, 75,177 establecimientos (MDA 2015). A partir de esta información del 2008, se han efectuado algunas proyecciones como las realizadas por Mecanismos de Desarrollo Alterno MDA para la Asociación de Bodegueros del Perú, que estima en 414,038 bodegas en el Perú en el 2013 y 113,311 en Lima Metropolitana para el mismo año (MDA 2015).

Según el mismo estudio, el 43% de las bodegas se concentra en Lima Norte (Carabayllo, Comas, Independencia, Los Olivos, Puente Piedra, San Martín de Porres). Le siguen Lima Sur (Chorrillos, San Juan de Miraflores, Villa El Salvador, Villa María del Triunfo) y Lima Este (Ate, El Agustino, Lurigancho, San Juan de Lurigancho, San Luis, Santa Anita) con 22% y 21% respectivamente. Finalmente, se encuentran Lima Centro (Lima, Breña, La Victoria, Lince, Rímac) y Lima Centro Medio (Barranco, Jesús María, La Molina, Magdalena del Mar, Pueblo Libre, Miraflores, San Borja, San Isidro, San Miguel, Santiago de Surco, Surquillo) con 8% y 6%, respectivamente (MDA 2015).

En el estudio de MDA (2015), se estima que el empleo generado por las bodegas a nivel nacional es de alrededor de 448 mil empleos. En Lima, se generan cerca de 129,000 empleos. Estas cifras se obtienen de la proyección de crecimiento de las bodegas en el Perú y en Lima, así como los coeficientes de empleo por bodega.

Características de las bodegas

Según el estudio de MDA (2015),

los clientes de las bodegas son predominantemente las familias de menores ingresos, que pertenecen a base de la pirámide, y compran sus alimentos y productos de limpieza personal y del hogar de manera diaria, pues de esa manera reciben sus ingresos. . (MDA 2015).

Además de su importancia en el abastecimiento de productos de primera necesidad,

las bodegas cumplen un rol social y antropológico en la vida de los vecindarios peruanos. Así, pues, cumplen el rol de fuente de información (conocen todo lo que sucede en el barrio), financiador (“fiadores”) y hasta de consejeros del barrio, a lo que se añade como ventajas la venta personalizada a la medida del bolsillo del vecino (formatos pequeños para consumo del día a día), el conocimiento *ad hoc* de las necesidades de los vecinos, y los largos horarios de atención, que difícilmente pueden reemplazar los grandes supermercados del canal moderno. (Acuña 2018)

- **Perfil del conductor de bodega**

Según IPSOS (2014), el 77% de los conductores de bodegas son mujeres; el 47% alcanzó secundaria completa / técnica incompleta y el 67% nació fuera de Lima (IPSOS 2014). En el estudio de MDA (2015), se indica que el 68% tiene educación básica y el 58% son migrante. Hay una marcada diferencia a nivel de zona. En Lima este el porcentaje de conductores con educación básica es 76%, mientras que en Lima centro Medio es 55.6% (MDA 2015).

- **Respuesta de las bodegas frente a la pandemia y el uso de tecnología**

La pandemia de la COVID-19 afectó la actividad de las bodegas, que tuvieron que afrontar la reducción de sus ventas debido a las limitaciones a la circulación de personas, así como el temor al contagio de la población³ y la afectación de los ingresos de las familias por la pérdida de empleo, así como a los aforos reducidos y horarios limitados de atención, a lo cual se sumó la escasez de productos (Ñopo y Jaramillo 2020). Se menciona, a continuación, el testimonio del presidente de la Asociación de Bodegueros del Perú:

³ Según Encuesta de IPSOS, publicada en el Diario Gestión del 30 de julio de 2020, el 80% de la población indica que saldrá de casa solo si es necesario

Según señaló el presidente de la Asociación de Bodegueros del Perú, las bodegas no han sido ajenas a los efectos del COVID-19. Señala que, si bien nunca dejaron de atender al público, el temor a contraer la enfermedad, así como la pérdida de empleo de muchas personas, ocasionó que muchos clientes dejaran de comprar. “Es una situación atípica, pero nos afectó a todos. Debido a la pandemia, el número de personas que acude a una bodega se redujo en aproximadamente 30%”. A ello se suma el significativo incremento de bodegas que se ha observado en los últimos meses. “Mucha gente que perdió su empleo optó por implementar una pequeña bodega en algún ambiente de su casa, principalmente el garaje; mientras que algunos establecimientos tuvieron que cambiar el giro de su negocio y convertirse en *minimarkets* o bodegas, como es el caso de algunos restaurantes. (Lozano 2021)

Frente a la gravedad de la situación, las bodegas desplegaron diversas estrategias para mantenerse. Así, adoptaron herramientas digitales para recibir pedidos de sus clientes y manejar las ventas a través de aplicativos móviles y redes sociales (Acuña 2021). De esta manera, se empleó el WhatsApp y redes sociales como Facebook como canales de venta y una alternativa de solución para prevenir los contagios. Además, los bodegueros empezaron a registrar en sus celulares la lista de clientes, recibieron pedidos y los entregaron a domicilio (*delivery*) en carretillas o bicicletas (Acuña 2021). Se resalta que los bodegueros demostraron su “capacidad de resiliencia al adaptarse a un cambio económico brusco, de consecuencias incuantificables, como el originado por la COVID-19” (Acuña 2021).

- **Formalidad**

El estudio realizado por MDA (2015) revela que el 83.7% de las bodegas entrevistadas están en el Nuevo RUS, aunque existen varias bodegas que se ubican en el Régimen General: en Lima Centro Medio (15%) y Lima Este (11.7%). También existen bodegas que no están en ningún régimen tributario (es decir son informales) o son personas naturales (MDA 2015). Según el estudio de MDA (2015), las instituciones con las que tienen dificultades las bodegas son SUNAT (por no emitir boletas o no declarar sus ingresos) y las municipalidades por no cumplir con requisitos en infraestructura, norma de defensa civil y carné de sanidad (MDA 2015).

2.2. Marco normativo internacional

Naciones Unidas. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible y su relación con el tema de investigación

En septiembre de 2015, la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó la Agenda 2030 sobre el Desarrollo Sostenible, que establece 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, 169 metas y 231 indicadores, a través de los cuales aborda

temas como la “erradicación de la pobreza extrema, la reducción de la desigualdad en todas sus dimensiones, un crecimiento económico inclusivo con trabajo decente para todos, ciudades sostenibles y cambio climático, entre otros” (ONU 2015). Varios de los Objetivos de Desarrollo Sostenible están relacionados con el objeto de la presente investigación:

ODS 1: fin de la pobreza

	<p>Meta 1.4: “Para 2030, garantizar que todos los hombres y mujeres, en particular los pobres y los más vulnerables, tengan los mismos derechos a los recursos económicos, así como <u>acceso a los servicios básicos</u>, la propiedad y el control de las tierras y otros bienes, la herencia, los recursos naturales, las <u>nuevas tecnologías</u> y los <u>servicios económicos, incluida la microfinanciación</u>” (ONU 2015).</p>
---	--

Esta meta del ODS 1 constituye el marco del programa Reactiva Perú, por cuanto plantea el acceso al financiamiento. Asimismo, incluye el acceso a la tecnología, que es un aspecto que se aborda en la presente investigación, en cuanto al uso de las herramientas tecnológicas por parte de las bodegas.

ODS 8: trabajo decente y crecimiento económico

	<p>Meta 8.3: “Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros” (ONU 2015).</p>
	<p>Meta 8.10: “Fortalecer la capacidad de las instituciones financieras nacionales para fomentar y ampliar el acceso a los servicios bancarios, financieros y de seguros para todos” (ONU 2015).</p>

Este Objetivo de Desarrollo Sostenible tiene dos metas que se asocian con el programa Reactiva Perú, por cuanto se plantea el acceso de las micro, pequeñas y

medianas empresas a los servicios financieros y el fortalecimiento de las instituciones financieras como medio para ampliar el acceso a estos servicios.

ODS 9: Industria, innovación e infraestructura

	<p>Meta 9.3: “Aumentar el acceso de las pequeñas industrias y otras empresas, particularmente en los países en desarrollo, a los servicios financieros, incluidos créditos asequibles, y su integración en las cadenas de valor y los mercados” (ONU 2015).</p> <p>Meta 9.c: “Aumentar significativamente el acceso a la tecnología de la información y las comunicaciones y esforzarse por proporcionar acceso universal y asequible a Internet en los países menos adelantados de aquí a 2020” (ONU 2015).</p>
---	--

Finalmente, este ODS también establece dos metas que se asocian con el programa Reactiva Perú, en lo que respecta al acceso a los servicios financieros y, también con el acceso a la tecnología de la información y comunicaciones y al acceso a Internet, que han sido factores relevantes para enfrentar las dificultades de la pandemia.

Frente a la pandemia del COVID-19, las Naciones Unidas elaboró un marco para la respuesta socioeconómica inmediata a la COVID-19 con cinco líneas de trabajo para apoyar a los países en la recuperación social y económica. Estas líneas están orientadas a asegurar los servicios de salud esenciales, protección social a la población, protección del empleo y apoyo a las pyme y sector informal, estímulos fiscales y financieros y cohesión social (ONU 2015).

2.3. Marco normativo nacional

Ley General del Bodeguero N.º 30877

El 18 de diciembre del 2018, se promulgó la Ley N° 30877 Ley General de Bodegueros, con el objeto de “reconocer el valor social de la actividad del bodeguero (...) como micro o pequeñas empresas generadoras de empleo directo e indirecto, constituyéndose en una unidad económica básica y esencial para el desarrollo de las comunidades” (Congreso de la República 2018). La Ley N° 30877 contempla lo siguiente:

- Se promueve la asistencia técnica y capacitación a los bodegueros con el fin de dar facilidades para que puedan formalizarse.
- Se promueve el equipamiento con servicios tecnológicos que permitan mejorar su competitividad.
- Se fomenta el acceso al mercado financiero “a través de las instituciones de microfinanzas supervisadas por la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones” (Congreso de la República 2018).
- Se promueve la formalización de las bodegas por medio de la simplificación de trámites.
- Se fomentan campañas de difusión acerca de los regímenes tributarios de las bodegas.
- Se establece el Día del Bodeguero el 12 de agosto de cada año.
- Se establece que las bodegas formales cuyas ventas anuales no superen las 150 UIT deben pagar “servicios públicos del régimen residencial, como un estímulo a la formalización y a la sobrevivencia de este tipo de unidad básica de comercio local” (Congreso de la República 2018).

El 14 de mayo del 2020, se aprobó el Decreto Supremo N° 010-2020-PRODUCE, Reglamento de la Ley N° 30877, que establece algunas precisiones sobre la definición de las bodegas, excluyendo a los puestos, módulos o stands, tiendas por conveniencia y tiendas de descuento. Incluye un artículo sobre el fortalecimiento de los bodegueros, con el fin de que accedan a mejores condiciones de negociación frente a actores públicos y privados. Asimismo, crea el Registro Nacional de Bodegas y se establece su inscripción como requisito para acceder a la capacitación y asistencia técnica. Se fomenta el uso de herramientas tecnológicas para efectuar pagos electrónicos y/o digitales, con la finalidad de que las bodegas incrementen el número de transacciones comerciales. Asimismo, incluye la promoción del acceso al financiamiento a través de fondos de garantías complementarias, como el Fondo Crecer, Fondo de Desarrollo de la Micro y Pequeña. Incluye también la disposición para que el otorgamiento de la Licencia Provisional de funcionamiento por 1 año para “aquellas bodegas que realizan sus actividades en un área total no mayor de cincuenta metros cuadrados, calificadas de riesgo bajo” (Ministerio de la Producción 2020).

El marco normativo nacional durante la pandemia

Con el propósito de atender la emergencia sanitaria, el 27 de marzo de 2020, se publicó la Ley N° 31011, mediante la cual el Congreso delegó al Poder Ejecutivo la facultad de legislar en diversas materias a fin de atender la emergencia sanitaria por COVID-19. Entre las más importantes relacionadas con el tema de la investigación se encuentran:



En dicho marco, el Gobierno emprendió un conjunto muy amplio de medidas para reducir el impacto en la salud de los ciudadanos, así como ofrecer apoyo a hogares y empresas, tales como el fortalecimiento de los servicios de salud, atención económica para hogares vulnerables, subsidio a la planilla y aplazamiento de depósito de CTS alivio. Asimismo, activó otro conjunto de medidas para el soporte a la cadena de pagos (Fondo de Apoyo Empresarial para Mypes, programa Reactiva Perú) y medidas de apoyo y soporte a la economía (Ministerio de Economía y Finanzas 2020b).

El conjunto de acciones se planteó bajo el denominado Plan Económico para la contención y reactivación económica frente al COVID-19, que comprendió dos etapas: etapa de contención (medidas para mitigar la emergencia) y etapa de reactivación (Medidas para poner al Perú en marcha) (Ministerio de Economía y Finanzas 2020b). Esta última incluyó medidas de soporte a la cadena de pagos, tales como Reactiva Perú, el Fondo de apoyo

empresarial para mypes (FAE-Mype, el Fondo de apoyo empresarial para el sector turismo (FAE Turismo), entre otras medidas (MEF 2020b).

El 3 de mayo de 2020 se publicó el Decreto Supremo N° 080-2020, que aprobó la “reanudación de actividades”. Se conforma por cuatro fases para su implementación, que “se irán evaluando permanentemente de conformidad con las recomendaciones de la Autoridad Nacional de Salud” (Presidencia del Consejo de Ministros 2020b). En los considerandos del Decreto Supremo se señala que

las medidas de contención adoptadas, tanto a nivel nacional como en el resto del mundo, se han mostrado efectivas en el control de la epidemia, pero están teniendo un impacto negativo sobre la actividad económica global y sobre diversos grupos sociales, con una incidencia especial en determinados sectores de la población, por lo que se considera necesario comenzar la recuperación social y económica y, por ello, es prioritario abordar la transición hacia una reanudación de actividades que incorpore las precauciones y medidas de protección necesarias para prevenir los contagios y minimizar el riesgo de un repunte de la enfermedad que pueda poner en riesgo la adecuada respuesta de los servicios sanitarios y, con ello, la salud y el bienestar del conjunto de la sociedad. (PCM 2020b)

En la medida en que fue evolucionando los contagios, y se mejoró la capacidad de atención de los servicios de salud, el Gobierno fue modificando las disposiciones. Algunas de las más importantes, para el caso de la investigación, se muestran en el siguiente gráfico:

Gráfico N.º 3: Línea de tiempo de las principales medidas del gobierno con relación al COVID-19 en Lima



Fuente: Wiego (2022). Elaboración propia

Al reanudar gradualmente las operaciones de los sectores paralizados y al flexibilizarse la inmovilización obligatoria, además de las políticas fiscal y monetaria, se inició la recuperación económica a partir del tercer trimestre, en el que se registró una menor contracción de la economía (-9% en el II trimestre y -1,7% en el cuarto) (BCRP 2021).

2.4. Los fondos o sistemas de garantías y la continuidad de la cadena de pagos: el programa Reactiva Perú

Una de las principales limitaciones de las MYPE es su acceso al financiamiento, debido a la falta de activos que garanticen el pago de los créditos, así como los limitados instrumentos bancarios especializados para este segmento y las elevadas tasas de interés. Con relación a la primera restricción, Alvarado y Galarza (2002) precisan que la mayoría de pequeñas y microempresas no cuentan con bienes inmuebles que tengan los rasgos de apropiación, realización y sentido de pérdida. Debido a ello, la mayoría de las instituciones financieras no consideran a las pyme en sus operaciones crediticias (Alvarado y Galarza 2002). Frente a estas limitaciones, numerosos países han creado fondos o sistemas de garantías que son fondos del Estado que ayudan a las empresas a acceder a crédito y, de esta forma, darles apoyo (CMF s.f). Según la CAF, “tienen un papel preponderante en la penetración del crédito en favor de las mipyme y son un vehículo complementario al de las entidades de financiamiento” (CAF 2020).

El Ministerio de Economía y Finanzas indica que las garantías permiten al acreedor tener menos riesgo de incumplimiento del deudor, pues, “al ejecutar la garantía, puede hacerse cobro de su acreencia” (MEF 2021). Así, las garantías dan facilidad al acceso al crédito, pues permiten que más personas tengan acceso a este y, además, se reduce la tasa de interés (MEF 2021).

Por ello, como parte de las medidas económicas dictadas por el Gobierno para hacer frente a los efectos generados por la crisis sanitaria, y asegurar la continuidad en la cadena de pagos, se creó el Programa Reactiva Perú como “mecanismo de garantía del Gobierno Nacional a los créditos en moneda nacional que sean colocados por las Empresas del Sistema Financiero” (Poder Ejecutivo 2020b). Esta garantía permite la absorción de riesgo para hacer frente al contexto de recesión económica y alta incertidumbre.

El programa Reactiva Perú

Mediante Decreto Legislativo N° 1455, publicado en El Peruano el 6 de abril de 2020, se creó el Programa de Garantía del Gobierno Nacional denominado Reactiva Perú con el fin de asegurar la continuidad en la cadena de pagos, otorgando garantías a las empresas, a fin de que puedan acceder a créditos de capital de trabajo, y puedan

cumplir de esta manera con sus obligaciones de corto plazo con sus trabajadores y proveedores de bienes y servicios (MEF s/f). Cubre entre el 80% y 98% del saldo pendiente de pago del crédito otorgado.

Mediante el Decreto Supremo N° 124-2020-EF, se modificó el programa Reactiva Perú. El objetivo fue aumentar el monto máximo de los créditos a otorgar y dar flexibilidad a las condiciones, al dar preferencia a las microempresas. A continuación, se resumen las principales condiciones del programa establecidas por el Decreto Legislativo N° 1455 y los cambios aprobados mediante el Decreto Supremo N° 124-2020-EF:

- **Condiciones del programa Reactiva Perú**

De acuerdo con el Decreto Legislativo N°1455, las empresas beneficiarias de Reactiva Perú “no deben tener deudas tributarias en cobranza coactiva mayores a 1 UIT a febrero de 2020”(Poder Ejecutivo 2020b). Con el Decreto Supremo N°124-2020-MEF se modifica la referencia a periodos anteriores al 2020 (MEF 2020a).

Asimismo, el Decreto Legislativo N°1455 establece que las empresas beneficiarias de Reactiva Perú deben estar clasificadas en la categoría “Normal” o “Con problemas potenciales” en el sistema financiero y en la central de riesgo de la SBS (Poder Ejecutivo 2020b). Con el Decreto Supremo N°124-2020-MEF se precisa la referencia de esta clasificación a febrero 2020. Añadiéndose que “si las empresas no cuentan con clasificación a dicha fecha, no haber estado en una categoría diferente a la categoría “Normal” considerando los 12 meses previos al otorgamiento del préstamo. También, se considerarán con categoría “Normal” aquellas que no cuenten con clasificación en los últimos 12 meses (MEF 2020a).

El Decreto Supremo N°124-2020-MEF mantuvo la condición de que las empresas beneficiarias no estén vinculadas a la entidad del sistema financiero que le otorga el crédito, ni comprendidas en el ámbito de la Ley 30737 (MEF 2020a).

- **Garantía**

Decreto Legislativo N° 1455		DS 124-2020	
Hasta 30 000	98%	Hasta 90.000	98%
De 30 001 a 300 000	95%	De 90 0001 hasta 750 000	95%
De 300 001 a 5 000 000	90%	De 750 001 hasta 7 500 000	90%
De 5 000 001 a 10 000 000	80%	De 7 500 001 hasta 10 000 000	80%

- **Límites de montos de créditos garantizados**

En el Decreto Legislativo N°1455 se estableció como referencia la contribución anual de la empresa a EsSalud en el año 2019 o el monto equivalente a 01 mes de ventas promedio mensual del año 2019, el que resulte menor. Para el caso de las microempresas se consideró solo el monto de venta (Poder Ejecutivo 2020b).

Con el Decreto Supremo N°124-2020 se incrementó el monto equivalente a 03 meses de ventas promedio mensual del año 2019. En el caso de las microempresas se consideró la posibilidad de utilizar también como alternativa “el monto equivalente a 02 meses promedio de deuda del año 2019 según los parámetros establecidos por la SBS para créditos a microempresas, hasta un máximo de S/ 40 000,00, el que resulte mayor” (MEF 2020a).

- **Plazos:**

Se mantuvo el plazo de 36 meses, que incluye el periodo de gracias de hasta 12 meses establecido en el Decreto legislativo N°1455.

Una descripción del funcionamiento del programa Reactiva Perú se presenta en la tesis de Domínguez (2022), “La regulación del programa Reactiva Perú como actividad dispensadora de ayudas públicas”.

Avances del programa Reactiva

Al cierre de 2020, se logró atender a 544,317 prestatarios, de los cuales el 94.5% (514,400) correspondió a microempresas y pequeñas empresas. El monto total de préstamo ascendió a S/ 57,939,001,802, de los cuales el 35% correspondió al segmento de la pequeña y microempresa (S/20,524,927,253) (COFIDE 2021).

Tabla N.º 2: Resultados de Reactiva Perú en el 2020

Tamaño de empresa	Monto préstamo	Nº prestatarios	Monto coberturado	Nº certificados
CRP	2,585,485,720	273	2,073,159,166	273
GRA	17,597,755,221	4,003	14,972,236,852	4,411
MED	17,230,833,608	25,641	15,637,828,468	27,251
MIC	7,827,484,371	411,871	7,536,450,993	412,672
PEQ	12,697,442,882	102,529	12,010,791,303	111,396
Total	57,939,001,802	544,317	52,230,466,782	556,003

Fuente: COFIDE (2021)

2.5. Investigaciones relacionadas con el tema de estudio

A nivel mundial, el tema de la pandemia del COVID 19 y sus graves consecuencias ha sido objeto de numerosos estudios y artículos, entre ellos, los de la Organización Mundial de la Salud y Organización Panamericana de la Salud. Estas organizaciones elaboraron documentos técnicos con el fin de ofrecer guías para que los países miembros hagan frente a la pandemia (OPS/OMS 2020). Así, la OPS realizó una base de datos técnicos sobre la pandemia por COVID-19, a fin de que se pueda consultar información científica y tecnológica (OPS/OMS 2020).

A nivel regional, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) ha elaborado numerosos informes y reportes, entre los cuales se encuentra el “Informe sobre el impacto económico en América Latina y el Caribe de la enfermedad por coronavirus (COVID-19)” (CEPAL 2020). En este informe se abordan tres temas. En primer lugar, se abordan los impactos económicos y sociales de la pandemia en la región. Se indica que la pandemia ocasionará la mayor contracción económica en la historia de la región. Se proyecta una contracción de la actividad económica de los países de ALAC del 5,3% y casi 30 millones más de pobres.

En segundo lugar, se informa sobre las acciones puestas en marcha por la CEPAL como el Observatorio COVID-19 en América Latina y el Caribe: impacto económico y social. En tercer lugar, se plantean recomendaciones en el ámbito de la política para hacer frente a la pandemia y sus efectos en distintos ámbitos, tanto en las políticas mitigar los efectos de la crisis, como en las políticas para el cambio estructural al que denomina “creación del mundo post COVID” (CEPAL, 2020).

Para el caso peruano, tenemos el estudio de Alarco y Castillo (2022), “COVID-19: desempleo, desigualdad y precarización en Perú 2020-2030”. Los autores analizan los antecedentes e impacto en corto, mediano plazo en desempleo, desigualdad y precarización. También se cuenta con el trabajo de Vega (2020), “Crónica de la

economía peruana en tiempos de pandemia”. El autor analiza el impacto sanitario y económico, comparando el Perú vs el mundo, fallecidos, contagiados; el costo económico de la pandemia: PBI, empleo e ingresos.

A nivel del impacto en algunos sectores específicos, se menciona el estudio de WIEGO (2021), “La crisis de la COVID-19 y la economía informal en Perú”. Este estudio es liderado por WIEGO en 12 ciudades del mundo. Se evalúa el impacto de la crisis por la COVID-19 en trabajadores de empleo informal y sus hogares. Se utilizaron encuestas y entrevistas en profundidad (WIEGO 2021).

Un estudio desde la perspectiva del impacto del COVID-19 en los hogares peruanos lo abordan Ñopo y Jaramillo (2020) en su artículo “El impacto del COVID-19 sobre la economía peruana”. Los autores realizan un análisis de cómo la pandemia impacta los ingresos laborales de los hogares en Perú, lo que da cuenta de tres cuartas partes de los presupuestos familiares en el país.

Con relación al programa Reactiva Perú, se cuenta con el trabajo de suficiencia profesional de Hidalgo (2022), “Análisis del programa Reactiva Perú y su implicancia en la economía nacional”. La autora analiza las implicancias del programa Reactiva y el caso de una empresa agroindustrial. Desde el ángulo legal, se encuentra el trabajo de Domínguez (2022), “La regulación del Programa Reactiva Perú como actividad dispensadora de ayudas públicas”.

Finalmente, un estudio sobre las bodegas en Lima Metropolitana fue realizado por la entidad Mecanismos de Desarrollo Alterno (MDA), para la Asociación de Bodegueros del Perú. En el estudio se describe la importancia de las bodegas, el perfil socioeconómico del bodeguero, las características económicas de las bodegas en Lima las bodegas de Lima, los problemas de la informalidad, la competencia y el marco regulatorio y seguridad ciudadana y principales recomendaciones para promover las bodegas (MDA 2015)

2.6. Enfoques de desarrollo

2.6.1. Las micro y pequeñas empresas y su contribución al desarrollo endógeno

Las bodegas forman parte del estrato empresarial de las micro y pequeñas empresas, denominado MYPE, cuya relevancia está asociada al peso gravitante en el ámbito empresarial, a su importante contribución al generar empleo, y a su impacto en el

desarrollo socioeconómico de las zonas en que se ubican (Avolio, Mesones y Roca 2011). De esta forma, el presente estudio responde a uno de los grandes retos de la investigación en gerencia social relacionado con el desarrollo endógeno del país.

El Banco Mundial reconoce esta importancia de las MYPEs, e indica que *representa* “alrededor del 90% de las empresas y más del 50% del empleo en todo el mundo” (Banco Mundial s/f). Además, se menciona que las pymes formales “aportan hasta el 40% del ingreso nacional (PIB) en las economías emergentes, cifra que se incrementa significativamente cuando se incluyen las pymes informales” (Banco Mundial s/f). El Banco Mundial proyecta que hacia el 2030 se requerirán 600 millones de puestos de trabajo. De ello se deriva que las PYME sean un tema prioritario para muchos gobiernos en el mundo (Banco Mundial s/f).

De acuerdo con INEI (2021), el 95.4% de las empresas corresponden al segmento de la microempresa, “cuyas ventas anuales no superaron las 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) o 645 mil soles” (INEI 2021). El 3,7% pertenece al segmento de la pequeña empresa, que tienen ventas entre 150 y 1,700 UIT. El 0,6% se trata de la gran y mediana empresa, que tienen ventas mayores a 1,700 UIT (INEI 2021). Por su parte, el 0,3% restante se trata de empresas que pertenecen a la administración pública (INEI 2021).

Desde la perspectiva de igualdad de oportunidades, Villarán (2000) destaca que el sector de la micro y pequeña empresa permite a cualquier persona, sin distinción “incursionar en la actividad empresarial y proveerse de un ingreso adecuado según sus opciones y capacidades” (Villarán 2000). Refiere, asimismo, que la base económica de la democracia política es un sector sólido de pequeña empresa. El autor sostiene que “las micro, pequeña y mediana empresa, al crear y sustentar una clase media empresarial (base de la clase media social), contribuye a la estabilidad social” (Villarán 2000).

A pesar de la presencia mayoritaria en número de unidades y empleo, la participación de las MYPE en la generación de valor agregado es significativamente menor. Aportan el 17% del monto nacional según los resultados del Censo Económico 2008 (INEI 2008). Esta asimetría en las características de la MYPE refleja el bajo nivel de productividad de estas unidades, con relación a los de la gran y mediana empresa. Así, un trabajador de la mediana y gran empresa genera, en promedio, S/ 111,890 de valor agregado al año, mientras que el de la pequeña logra S/ 33,292 y el de la

microempresa apenas genera S/ 7000 (INEI 2008). Esta enorme brecha de productividad configura en el país una estructura productiva marcadamente heterogénea.

La coexistencia de estos estratos empresariales, con grandes brechas de productividad, tiene a su base la limitada capacidad de la economía de absorber adecuadamente a la Población Económicamente Activa, lo que induce a un gran contingente de la PEA marginada del mercado laboral a generar sus propias fuentes de ingresos a través de actividades en sectores con bajas barreras de acceso [capital, tecnología], pero también con muy bajos niveles de productividad y condiciones precarias de trabajo en términos de seguridad social, ingresos y seguridad e higiene industrial.

De otro lado, los resultados del estudio Avolio, Mesones y Roca (2011) señalan como principales problemas de las MYPE los siguientes:

- Existe poca preparación del empresario para emprender su negocio.
- Las MYPE enfrentan limitaciones para acceder a montos mayores de préstamos.
- Se observa poco uso de herramientas tecnológicas en la producción, comercialización y distribución de productos, lo que genera que los empresarios de las MYPE limiten su crecimiento.

Los resultados de una encuesta aplicada por el INEI por encargo de la Sociedad Nacional de Industria⁴ muestran que, entre los principales problemas de los empresarios del sector, se encuentran la inestabilidad en el mercado, falta de financiamiento y liquidez, poca demanda de los clientes, competencia desleal, trabas de los municipios y falta de servicios básicos.

A estas restricciones se añaden otras limitaciones de las MYPE como su “débil capacidad de innovación: limitaciones para desarrollar, asimilar y adaptar tecnología más avanzada, acceso al mercado para sus nuevos bienes y servicios, limitaciones gerenciales, financieras, entre otras”. Pero también tienen estas ventajas:

⁴ La encuesta fue elaborada por la SNI y aplicada por el INEI durante los meses de septiembre y diciembre de 1997. Se empleó una muestra aleatoria de 100 empresas calificadas como PYMEs. Citado por Villarán (2000: 18).

“flexibilidad, velocidad de respuesta ante cambios externos, comunicación interna efectiva” (Ortiz 2006:4).

La presente investigación aborda en sentido positivo dos de estas restricciones de las MYPE, al analizar el acceso de las bodegas al crédito a través del programa Reactiva Perú, así como a la incorporación de herramientas tecnológicas para la gestión del negocio y la capacitación y asesorías a los conductores de las bodegas.

2.6.2. El enfoque de desarrollo de capacidades

Como marco conceptual de la presente tesis, el enfoque de desarrollo de capacidades permite el análisis sobre los conductores de las bodegas durante la pandemia, las oportunidades reales de acceso al crédito de Reactiva Perú, así como la capacidad para hacer uso de las herramientas tecnológicas. Este enfoque, que fue desarrollado originalmente por Amartya Sen y Martha Nussbaum desde los años ochenta, se “centra en aquello que la gente es capaz de hacer y ser de forma efectiva” (Colmanarejo 2016). Permite comparar la calidad de vida, a partir de priorizar lo que las personas son capaces de ser o hacer y las oportunidades reales para llevarlo a cabo.

Por su parte, Urquijo (2014) destaca que la teoría de las capacidades refiere a las oportunidades reales de una persona, pero no a los medios sobre los que tiene control. Por otro lado, el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo define el desarrollo de capacidades como un proceso en el cual “las personas, organizaciones y sociedades obtienen, fortalecen y mantienen las aptitudes necesarias para establecer y alcanzar sus propios objetivos de desarrollo a lo largo del tiempo” (PNUD 2009).

El enfoque del PNUD considera que la capacidad crece a partir de tres aspectos: un entorno favorable, las organizaciones y las personas (PNUD 2009). Este último punto es particularmente importante para el análisis sobre el uso de herramientas tecnológicas por parte de los conductores de bodegas, al considerar las experiencias, conocimientos y aptitudes de las personas. En cuanto a las aptitudes, pueden adquirirse de manera formal (educación) o de manera informal (a través de la acción y observación) (PNUD 2009).

Adicionalmente, el PNUD considera cuatro aspectos que contribuyen al desarrollo de capacidades: liderazgo, conocimiento y rendición de cuentas arreglos institucionales, (PNUD 2009). Como marco conceptual, estos pilares nos permiten analizar y desarrollar las propuestas de mejoras de Reactiva Perú (arreglos institucionales), definir el liderazgo para llevar a cabo las mejoras, la capacitación para el uso de herramientas tecnológicas, la divulgación de experiencias como mecanismo de difusión y la concertación con las instituciones y representantes de los bodegueros para mejorar el programa.

Desde el enfoque de las capacidades se aborda el acceso a las nuevas tecnologías, al analizarse el problema de la brecha digital, esto es, el problema de la “desigualdad en el acceso y uso de las tecnologías” (Indavera 2017). Así, Sunkel, Trucco y Espejo (2013) consideran fundamental el cierre de la brecha digital para lograr sociedades con mayor igualdad, en cuanto al aprendizaje, la inserción laboral, la productividad y la producción, así como la capacidad de gestión y organización (Sunkel, Trucco y Espejo 2013). En la presente tesis se analiza la importancia del acceso y uso de herramientas tecnológicas de los conductores de las bodegas en la gestión del negocio.

2.7. Conceptos claves

Acceso al financiamiento

Tanto en Perú como a nivel internacional, las MYPE, en comparación con las grandes empresas, no tienen el mismo acceso al crédito (GRADE 2001). El Banco Mundial señala que, a pesar de la gran importancia de las MYPE en el empleo a nivel mundial, la falta de acceso a la financiación limita que este sector crezca y es el “segundo obstáculo más citado al que se enfrentan para hacer crecer sus negocios en los mercados emergentes y los países en desarrollo” (Banco Mundial s/f).

Según el Banco Mundial, las pymes, en comparación con las grandes empresas, tienen menos posibilidades de acceder a préstamos bancarios. La Corporación Financiera Internacional (IFC), organismo del Banco Mundial, estima que

65 millones de empresas, o el 40% de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYME) formales en los países en desarrollo, tienen una necesidad de financiamiento insatisfecha de \$5,2 billones cada año, lo que equivale a 1,4 veces el actual nivel de los préstamos a las MIPYME a nivel mundial. La brecha de financiamiento es aún mayor cuando se toman en cuenta las microempresas y las empresas informales (Banco Mundial s/f).

Por su parte, CEPAL (2009) sostiene que uno de los principales impedimentos al desarrollo de las MIPYMES se relaciona con “los recursos necesarios tanto para iniciar el emprendimiento como para invertir en actividades de innovación y tecnologías de la información y comunicación” (CEPAL 2009: 55).

Asimismo, CEPAL (2009) añade como restricciones la falta de instrumentos bancarios especializados para las mype, así como las elevadas tasas de interés (CEPAL 2009).

La relevancia de las MYPE en el desarrollo socioeconómico de los países se ha reconocido también por las Naciones Unidas en la Agenda 2030 sobre Desarrollo Sostenible, que ha incluido en los Objetivos de Desarrollo Sostenible metas específicas referidas al acceso a servicios financieros a este segmento, tales como: la meta 1.4 (ODS1), 9.3 (ODS9) y meta 8.10 (ODS 8) (ONU 2015). Justamente, el programa Reactiva Perú se alinea con la Meta 8.10, que fue creada como un mecanismo de garantía del Gobierno Nacional a los créditos en moneda nacional para otorgar liquidez y brindar crédito con el fin de que no se rompa la cadena de pagos, al dar liquidez al sistema financiero.

Acceso a tecnología de información y comunicaciones

La pandemia del COVID-19 puso en evidencia la importancia de las herramientas tecnológicas de información y comunicación en las personas e instituciones, que “permiten una mayor participación de las personas en el mercado laboral, mejora la salud, reduce la pobreza y amplía las oportunidades de desarrollo durante la vida” (Unesco 2020). En la presente investigación, se aborda el uso de las herramientas tecnológicas por parte de las bodegas durante la pandemia del COVID-19.

En la Agenda 2030 sobre Desarrollo Sostenible, en el ODS 9, se menciona la meta específica 9.c, que refiere a incrementar el acceso a las tecnologías de la información y comunicaciones, que incluye acceso universal a internet de manera asequible (ONU 2015). En Perú, la Política General de Gobierno 2021 – 2026 elaborada por CEPLAN, incluye el eje 8, Gobierno y transformación digital con equidad, que plantea “garantizar el acceso inclusivo, seguro y de calidad al entorno digital y el aprovechamiento de las tecnologías digitales en todas las regiones del país para consolidar la ciudadanía digital considerando sus condiciones de vulnerabilidad y diversidad cultural” (PCM 2021).

Ciudadanía digital, competencia digital, talento y alfabetización digitales

El Sistema de Transformación Digital, creado mediante Decreto de Urgencia N.º 006-2020 y su Reglamento (DS N.º 157-2021-PCM) incluye los siguientes conceptos:

Ciudadanía digital: la capacidad de las personas para desarrollarse a nivel integral en el entorno digital, lo que involucra desarrollar competencias digitales, realizar trámites con entidades públicas y organizaciones del sector privado, realizar operaciones financieras, vender o comprar productos o servicios a través del comercio electrónico, realizar actividades de entretenimiento, comunicarse mediante diversas plataformas o aplicaciones, buscar y obtener información en Internet (Poder Ejecutivo 2020a)

Competencias digitales: La transformación digital requiere fortalecer las competencias digitales, habilidades y destrezas, en especial aquellas competencias relacionadas a las prácticas de gestión de proyectos digitales, el cambio cultural, los servicios digitales, seguridad digital y la arquitectura digital (Poder Ejecutivo 2020a)

Adicionalmente es importante considerar los conceptos de talento digital y alfabetización digital, asociados a la tecnología de información y comunicación:

Talento digital: Son las competencias, capacidades y conocimientos que permite a las personas el uso y aprovechamiento de las tecnologías digitales en su vida diaria; así como para la producción de nuevas tecnologías en favor del bienestar social y económico del país (PCM 2021).

Alfabetización digital: Es la capacidad de una persona para realizar diferentes tareas en un ambiente digital. Esta habilidad incluye la competencia para localizar, investigar y analizar información, así como ser capaces de elaborar contenidos y diseñar propuestas, a través de medios digitales. La alfabetización digital debe entenderse no solo como un medio sino también como una **nueva forma de comunicación, de creación y comprensión** de la información. También se trata de comprender y aplicar estos nuevos usos para hacer que nuestra vida mejore, seamos más productivos y eficientes en ella. (Edix 2022).

CAPÍTULO III

DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

Naturaleza de la investigación

El presente estudio es cualitativo y se orienta a la investigación del aporte del programa Reactiva Perú para que los pequeños negocios como las bodegas en Lima Metropolitana se logren mantener en el 2020 durante la pandemia del COVID-19. Se analizan los mecanismos de difusión que se utilizaron, el acceso a la liquidez por parte de las bodegas, el uso de las herramientas tecnológicas y la percepción de los principales actores, para proponer medidas de mejora que mejoren su implementación.

Forma de investigación

En el presente trabajo se emplea el estudio de caso como forma de investigación social, a fin de comprender la intervención de Reactiva Perú en las bodegas de Lima Metropolitana. Este programa interviene en todo el territorio nacional con las mismas condiciones.

Fuentes de información

Fuentes primarias

- Conductores de bodegas que accedieron al programa Reactiva Perú
- Conductores de bodegas que no accedieron al programa Reactiva Perú
- Funcionarios de entidades financieras operadoras y no operadoras de Reactiva
- Representante de la Asociación de Bodegueros del Perú

Fuentes secundarias

- Normas legales
- Memorias anuales de BCRP y COFIDE
- Estudios publicados
- Artículos, notas publicadas en medios de comunicación

Universo

El universo está conformado por las bodegas de Lima Metropolitana.

Muestra:

La muestra es significativa y no probabilística. Ha sido seleccionada por juicio y conveniencia:

- 04 conductores de bodegas que accedieron al programa Reactiva Perú
- 05 conductores de bodegas que no accedieron al programa Reactiva Perú
- 02 funcionarios de entidades financieras operadoras de Reactiva Perú
- 01 funcionario de entidad financiera no operadora de Reactiva Perú
- 01 representante de la Asociación de Bodegueros del Perú
- 01 funcionario del Ministerio de Economía y Finanzas

Procedimiento (técnicas) para el recojo de información:

- Entrevistas semiestructuradas a conductores de bodegas
- Entrevistas abiertas a funcionarios de entidades financieras
- Entrevista abierta a representante de la Asociación de bodegueros del Perú
- Revisión documental de estadísticas

Instrumentos de recojo de información:

- Guía de preguntas para entrevista a profundidad
- Guía de pregunta para entrevista no estructurada (abierta)
- Revisión documental

Variables e indicadores

Pregunta general: ¿Cuál ha sido el aporte del programa Reactiva Perú para que los pequeños negocios como las bodegas en Lima Metropolitana se logren mantener en el 2020 durante la pandemia del COVID-19?

Columna vertebral con variables e indicadores

Pregunta específica 1	Objetivo específico 1	Variables	Indicadores
1. ¿Cuáles han sido los mecanismos de difusión que utilizó Reactiva Perú para promover que los pequeños negocios como las bodegas accedan al programa durante la pandemia del COVID-19?	1. Conocer los mecanismos de difusión que utilizó Reactiva Perú, para promover que los pequeños negocios como las bodegas accedan al programa durante la pandemia del COVID-19	Mecanismos de difusión que utilizó Reactiva Perú	Tipo de estrategia que se utilizó para informar sobre el programa Reactiva Perú
			Tipo de actividad de difusión a través del cual se enteró del programa
			Opinión sobre la información del programa Grado de entendimiento del programa
		Acceso de los pequeños negocios como las bodegas al programa durante la pandemia del COVID-19	Tipo de medio de difusión que considera el más adecuado para llegar a los conductores de bodegas
			Tipo de entidad a través del cual accedió al programa Reactiva
			Grado de dificultad para acceder al programa Tipo de dificultades para acceder al programa

Pregunta específica 2	Objetivo específico 2	Variables	Indicadores
<p>2 ¿En qué medida el Programa Reactiva Perú facilitó la liquidez de las bodegas en Lima Metropolitana y la cadena de abastecimiento, durante la pandemia del COVID-19?</p>	<p>2. Determinar sí, el Programa Reactiva Perú facilitó la liquidez de las bodegas en Lima Metropolitana y la cadena de abastecimiento, durante la pandemia del COVID-19</p>	<p>Liquidez de las bodegas en Lima Metropolitana y el Programa Reactiva Perú</p>	Grado en que la pandemia afectó a la liquidez de la bodega
			Tipo de acciones realizadas para obtener liquidez
			Grado en que el programa Reactiva le permitió cubrir las necesidades de liquidez del negocio
			Grado de cumplimiento con el pago del crédito recibido del programa reactiva
			Grado de dificultad para cumplir con el pago del crédito recibido del programa reactiva
			Número de reprogramaciones de los pagos del crédito recibido del programa Reactiva
			Tipo de afectación a la cadena de abastecimiento de la bodega
			Tipo de acciones realizadas para lograr el abastecimiento de productos
	<p>Aporte del Programa Reactiva Perú a la cadena de abastecimiento, durante la pandemia del COVID-19</p>	Tipo de facilidades que recibió de los proveedores	
		Tipo de aporte del programa Reactiva a la cadena de abastecimiento del negocio	
		Opinión sobre los plazos del programa Reactiva	
		Grado de razonabilidad de los plazos de los créditos del programa Reactiva	
		Opinión sobre el beneficio del programa Reactiva en el negocio	
		Opinión sobre las facilidades brindadas por la entidad financiera para acceder al crédito del programa reactiva	
		Grado de aceptación de las facilidades brindadas por la entidad financiera para acceder al crédito del programa reactiva	
		Opinión sobre el rol que ha cumplido la Asociación de Bodegueros	
Tipo de recomendaciones para mejorar el programa Reactiva			

Pregunta específica 3	Objetivo específico 3	Variables	Indicadores
<p>3. ¿El programa Reactiva Perú, promovió mecanismos complementarios de apoyo a los pequeños negocios, como el uso de las herramientas tecnológicas, asesorías y otros, para que las bodegas puedan potenciar las ventas sus productos y llegar al consumidor, durante la pandemia del COVID-19?</p>	<p>3. Identificar, si el programa Reactiva Perú, promovió mecanismos complementarios de apoyo a los pequeños negocios, como el uso de las herramientas tecnológicas, capacitaciones, asesorías y otros, para que las bodegas puedan potenciar las ventas sus productos y llegar al consumidor, durante la pandemia del COVID-19</p>	<p>Uso de herramientas tecnológicas y asesorías por parte de las bodegas</p>	Tipo de acciones realizadas para superar las restricciones por la inmovilidad social
			Tipo de estrategia utilizada por el programa Reactiva ofrecida a la bodega para superar las restricciones por la inmovilidad social
			Tipo de herramientas tecnológicas utilizadas por la bodega antes de la pandemia
			Tipo de herramientas tecnológicas incorporadas en el negocio durante la pandemia
			Tipo de entidad que facilitó el uso de las herramientas tecnológicas
			Grado de utilidad de las herramientas tecnológicas para el negocio
		<p>Capacitaciones, asesorías u otros mecanismos complementarios</p>	Grado de facilidad en el uso de las herramientas tecnológicas
			Tipo de capacitación y/o asesoría recibió durante la pandemia
Tipo de entidad que brindó capacitación y/o asesoría			
Opinión sobre la capacitación y/o asesoría que considera debió recibir			

Pregunta específica 4	Objetivo específico 4	Variables	Indicadores
4. ¿Cuál es la percepción de los conductores de las bodegas de Lima Metropolitana sobre la intervención del programa Reactiva Perú y de sus operadores durante la pandemia del COVID-19?	4. Conocer y analizar la percepción de los conductores de las bodegas de Lima Metropolitana sobre la intervención del programa Reactiva Perú y de sus operadores durante la pandemia del COVID-19	Percepción de los conductores de las bodegas de Lima Metropolitana sobre la intervención del programa Reactiva Perú y de sus operadores durante la pandemia del COVID-19	Opinión sobre los requisitos para acceder al programa Reactiva Grado de accesibilidad al programa Reactiva Opinión sobre los costos (intereses) del programa Reactiva Grado de razonabilidad de los costos de los créditos del programa Reactiva Opinión sobre los plazos del programa Reactiva Grado de razonabilidad de los plazos de los créditos del programa Reactiva Opinión sobre el beneficio del programa Reactiva en el negocio Opinión sobre las facilidades brindadas por la entidad financiera para acceder al crédito del programa reactiva Grado de aceptación de las facilidades brindadas por la entidad financiera para acceder al crédito del programa reactiva Opinión sobre el rol que ha cumplido la Asociación de Bodegueros Tipo de recomendaciones para mejorar el programa Reactiva

Columna vertebral con fuentes e instrumentos

Preguntas Específicas	Variables	Indicadores (tipo, grado, nivel, número, frecuencia, porcentaje y opinión)	Fuentes	Técnicas de Investigación
1. ¿Cuáles han sido los mecanismos de difusión que utilizó Reactiva Perú, para promover que los pequeños negocios como las bodegas accedan al programa durante la pandemia del COVID-19?	Mecanismos de difusión que utilizó Reactiva Perú	Tipo de estrategia que se utilizó para informar sobre el programa Reactiva Perú	<u>Primarias:</u> Ejecutivos de MEF, COFIDE, Asociación de bodegueros y entidades financieras operadoras del programa	Entrevista no estructurada (abierta)
			<u>Secundarias:</u> - Programa Reactiva: Documentos del programa -Web: artículos, notas de prensa sobre programa Reactiva. -Bibliotecas y repositorios: Investigaciones, tesis, artículos sobre programa Reactiva	Revisión documental
		Tipo de actividad de difusión a través del cual se enteró del programa	<u>Primarias:</u> Conductores de bodegas, Asociación de bodegueros y entidades financieras operadoras del programa	Entrevista no estructurada abierta con la Asociación de bodegueros y entidades financieras operadoras del programa
	Opinión sobre la información del programa Grado de entendimiento del programa	<u>Secundarias:</u> - Programa Reactiva: Documentos del programa -Estadísticas		
	Tipo de medio de difusión que considera el más adecuado para llegar a los conductores de bodegas	-Web: artículos, notas de prensa sobre programa Reactiva. -Bibliotecas y repositorios: Investigaciones, tesis, artículos sobre programa Reactiva		
	Acceso de los pequeños negocios como las bodegas al programa durante la pandemia del COVID-19	Tipo de entidad a través del cual accedió al programa Reactiva		Semiestructurada (Guía de entrevista al conductor de la bodega) Revisión documental
Grado de dificultad para acceder al programa Tipo de dificultades para acceder al programa				

Preguntas Eespecíficas	Variables	Indicadores (tipo, grado, nivel, número, frecuencia, porcentaje y opinión)	Fuentes	Técnicas de Investigación
2. ¿En qué medida el Programa Reactiva Perú facilitó la liquidez de las bodegas en Lima Metropolitana y la cadena de abastecimiento, durante la pandemia del COVID-19?	Liquidez de las bodegas en Lima Metropolitana por parte del Programa Reactiva Perú	Grado en que la pandemia afectó a la liquidez de la bodega	Primarias: conductores de bodegas, Asociación de bodegueros y entidades financieras operadoras del programa Secundarias: - Programa Reactiva: Documentos del programa -Web: artículos, notas de prensa sobre programa Reactiva. -Bibliotecas y repositorios: Investigaciones, tesis, artículos sobre programa Reactiva	Entrevista no estructurada abierta con la Asociación de bodegueros y entidades financieras operadoras del programa Semiestructurada (Guía de entrevista al conductor de la bodega) Revisión documental
		Tipo de acciones realizadas para obtener liquidez		
		Grado en que el programa Reactiva le permitió cubrir las necesidades de liquidez del negocio		
		Grado de dificultad para cumplir con el pago del crédito recibido del programa reactiva		
	Aporte del Programa Reactiva Perú a la cadena de abastecimiento, durante la pandemia del COVID-19	Número de reprogramaciones de los pagos del crédito recibido del programa Reactiva		
		Grado en que la pandemia afectó la cadena de abastecimiento de la bodega		
		Tipo de acciones realizadas para lograr el abastecimiento de productos		
		Tipo de facilidades que recibió de los proveedores		
Grado en que el programa contribuyó a la cadena de abastecimiento del negocio				

Preguntas específicas	Variables	Indicadores (tipo, grado, nivel, número, frecuencia, porcentaje y opinión)	Fuentes	Técnicas de investigación
<p>3. ¿El programa Reactiva Perú, promovió mecanismos complementarios de apoyo a los pequeños negocios, como el uso de las herramientas tecnológicas, asesorías y otros, para que las bodegas puedan potenciar las ventas sus productos y llegar al consumidor, durante la pandemia del COVID-19?</p>	<p>Uso de herramientas tecnológicas y asesorías por parte de las bodegas</p>	<p>Tipo de acciones realizadas para superar las restricciones por la inmovilidad social</p>	<p><u>Primarias:</u> Conductores de bodegas, Asociación de bodegueros y entidades financieras operadoras del programa</p> <p><u>Secundarias:</u> - Programa Reactiva: Documentos del programa - Web: artículos, notas de prensa sobre programa Reactiva. - Bibliotecas y repositorios: Investigaciones, tesis, artículos sobre programa Reactiva</p>	<p>Entrevista no estructurada abierta con la Asociación de bodegueros y entidades financieras operadoras del programa</p> <p>Semiestructurada (Guía de entrevista al conductor de la bodega)</p> <p>Revisión documental</p>

Preguntas Eespecíficas	Variables	Indicadores (Tipo, grado, nivel, número, frecuencia, porcentaje y opinión)	Fuentes	Técnicas de Investigación
4. ¿Cuál es la percepción de los conductores de las bodegas de Lima Metropolitana sobre la intervención del programa Reactiva Perú y de sus operadores durante la pandemia del COVID-19?	Percepción de los conductores de las bodegas de Lima Metropolitana sobre la intervención del programa Reactiva Perú y de sus operadores durante la pandemia del COVID-19	Grado de accesibilidad al programa Reactiva	<p><u>Primarias:</u> Conductores de bodegas, Asociación de bodegueros y entidades financieras operadoras del programa</p> <p><u>Secundarias:</u> - Programa Reactiva: Documentos del programa -Web: artículos, notas de prensa sobre programa Reactiva. -Bibliotecas y repositorios: Investigaciones, tesis, artículos sobre programa Reactiva</p>	<p>Entrevista no estructurada abierta con la Asociación de bodegueros y entidades financieras operadoras del programa</p> <p>Semiestructurada (Guía de entrevista al conductor de la bodega)</p> <p>Revisión documental</p>

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Con el propósito de conocer el aporte del programa Reactiva Perú para que los pequeños negocios como las bodegas en Lima Metropolitana logren mantenerse en el 2020, durante la pandemia del COVID-19, y proponer mejoras en su diseño e implementación, la presente investigación planteó las siguientes cuatro preguntas específicas:

- ¿Cuáles han sido los mecanismos de difusión que utilizó Reactiva Perú, para promover que los pequeños negocios como las bodegas accedan al programa durante la pandemia del COVID-19?
- ¿En qué medida el Programa Reactiva Perú facilitó la liquidez de las bodegas en Lima Metropolitana y la cadena de abastecimiento, durante la pandemia del COVID-19?
- ¿El programa Reactiva Perú, promovió mecanismos complementarios de apoyo a los pequeños negocios, como el uso de las herramientas tecnológicas, asesorías y otros, para que las bodegas puedan potenciar las ventas sus productos y llegar al consumidor, durante la pandemia del COVID-19?
- ¿Cuál es la percepción de los conductores de las bodegas de Lima Metropolitana sobre la intervención del programa Reactiva Perú y de sus operadores durante la pandemia del COVID-19?.

Para tal efecto, la información se ha organizado considerando esas 4 preguntas que van a tener las siguientes denominaciones:

- 4.1. Mecanismos de difusión que utilizó Reactiva Perú, para promover que los pequeños negocios como las bodegas accedan al programa durante la pandemia del COVID-19
- 4.2. El programa Reactiva Perú, la liquidez y cadena de abastecimiento de las bodegas en Lima Metropolitana durante la pandemia
- 4.3. Mecanismos complementarios de apoyo a los pequeños negocios: uso de herramientas tecnológicas, capacitaciones y asesorías

4.4. Percepción de los conductores de las bodegas de Lima Metropolitana sobre la intervención del programa Reactiva Perú y de sus operadores durante la pandemia del Covid-19

4.1. Mecanismos de difusión que utilizó Reactiva Perú para promover que los pequeños negocios como las bodegas accedan al programa durante la pandemia del COVID-19

La crisis generada por la pandemia del COVID-19, así como las medidas de distanciamiento social que incluyó periodos de confinamiento, sumado al temor de la población al contagio, planteó al Gobierno un gran desafío para contrarrestar estos efectos sobre la salud, la educación, la actividad económica, el empleo y los ingresos de la población entre otros temas importantes para el desarrollo del país y de sus habitantes.

Este desafío fue abordado por el Estado mediante el despliegue de un conjunto de medidas de emergencia en el campo sanitario y económico, cuyo objetivo fue reducir el impacto en la salud de los ciudadanos, así como apoyar a los hogares y empresas. Una de estas medidas ha sido el programa Reactiva Perú, creado como una vía para dar liquidez y apoyar al crédito, evitar que se rompa la cadena de pagos y otorgar liquidez al sistema financiero

Teniendo en cuenta que el programa opera a través de entidades financieras, es importante que los beneficios no se limiten a los clientes de estas entidades y puedan extenderse también a otras empresas, especialmente microempresas como las bodegas que no son clientes. Para ello, es importante que estas últimas cuenten con información del programa y puedan tener la posibilidad de acceder a este. Mientras los clientes de las entidades financieras tienen la facilidad de ser informados de los beneficios del programa por las propias entidades, quienes no son clientes no cuentan con esta facilidad.

Entonces, resulta importante conocer los mecanismos de difusión del programa Reactiva Perú para que las empresas accedan a la información y, por ende, al programa. Más aún, en un contexto de restricciones por las medidas de aislamiento social, que planteó ciertos desafíos en la comunicación, se refuerza la importancia de conocer los mecanismos de difusión utilizados por el programa Reactiva

Para responder a la pregunta ¿cuáles han sido los mecanismos de difusión que utilizó Reactiva Perú, para promover que los pequeños negocios como las bodegas accedan al programa durante la pandemia del COVID-19?, se ha organizado la información a través de dos variables:

- Mecanismos de difusión que utilizó Reactiva Perú
- Acceso de los pequeños negocios como las bodegas al programa durante la pandemia del COVID-19

4.1.1. Mecanismos de difusión que utilizó Reactiva Perú

En la presente investigación se consideran mecanismos de difusión a todos aquellos medios que se utilizan para “promover conductas de relevancia social, así como la difusión de la ejecución de los planes y programas a cargo de las entidades y dependencias, que forman parte de la estrategia de comunicación de las entidades” (Congreso de la República 2006). En la actualidad, se pueden agrupar en dos principales tipos de mecanismos de difusión:

- Medios de comunicación: Son herramientas que se utilizan para transmitir mensajes masivamente (Elemental Comunicaciones s/f). Entre los más importantes, tenemos los siguientes:
 - Televisión
 - Radio
 - Vallas
 - Prensa
 - Google ADS.
 - Facebook ADS
 - YouTube ADS
- Canales de comunicación: Se utilizan para conectarse e interactuar con la audiencia (Elemental Comunicaciones s/f). Entre estos se encuentran los siguientes:
 - Teléfono
 - Correo electrónico
 - Redes sociales
 - WhatsApp

Los mecanismos de difusión forman parte de un plan estratégico que busca mejorar situaciones a partir del conocimiento y entendimiento por parte del receptor o sujetos de derecho. Este conocimiento, producto de los mecanismos de difusión utilizados, le permitirán a la persona, acceder a nuevas formas de mejorar sus servicios.

Hemos consultado a los diferentes actores involucrados sobre la forma en que se enteraron del programa Reactiva Perú, así como también sobre la actividad que se utilizó para difundir el programa. Entre los principales resultados, se logró conocer que los conductores de bodegas se enteraron a través de los asesores de crédito, quienes les informaron sobre el programa. Así mismo, las personas que no forman parte del programa se enteraron a través de sus contadores o contactos. Además, es relevante considerar la importancia de comunicación y del acceso a la información. Está demostrado que uno de los procesos que facilita la inclusión y participación de los sujetos de derecho en toda iniciativa es contar con información clara y precisa sobre la acción que les permita decidir sobre su participación.

A continuación, se presenta un cuadro con las respuestas de conductores beneficiarios de Reactiva Perú, así como la opinión de los bodegueros que no accedieron al programa, pero que conocen de su existencia. Es relevante conocer las opiniones de este segundo grupo para saber por qué no lograron acceder al programa. A partir de la información recolectada, se pueden encontrar los posibles vacíos que dificultan el acceso a programas como Reactiva Perú. En la siguiente tabla, se incluye también la opinión del representante de la Asociación de Bodegueros que canaliza las demandas de los diferentes actores de este sector.

Tabla 3: Mecanismos de información del programa Reactiva Perú

Actor	Respuesta
Bodegas que accedieron al programa Reactiva	Los 4 conductores de las bodegas entrevistados que accedieron a Reactiva indicaron que se enteraron del programa a través de sus asesores de crédito, al ser clientes de la entidad financiera.
Bodegas que no accedieron al programa Reactiva	Los 5 conductores de las bodegas entrevistados que NO accedieron a Reactiva indicaron que sí se enteraron del programa, 2 de ellos manifestaron haberse enterado por sus contadores y, los otros 3 no están seguros si se enteraron por la televisión u otro medio.
Asociación de bodegueros del Perú	El representante de la Asociación de Bodegueros del Perú manifestó haberse enterado del programa a través de la publicación de norma legal que crea el Programa Reactiva.

Elaboración propia

Como se puede observar en la Tabla 3, a la pregunta de cómo se enteraron del programa Reactiva Perú, los 4 conductores de las bodegas entrevistados que accedieron a Reactiva indicaron que se enteraron del programa a través de sus

asesores de crédito, por ser clientes de la entidad financiera. Ello se materializó a través de la visita de los asesores al negocio (en 2 casos) o por medio de una llamada del asesor de crédito de la entidad financiera de la que es cliente (en 2 casos). También se puede observar en la Tabla 3 que los cinco conductores de las bodegas entrevistados que no accedieron a Reactiva indicaron que sí se enteraron del programa. Además, dos de ellos manifestaron haberse enterado por sus contadores y, los otros tres no están seguros si se enteraron por la televisión u otro medio.

Así mismo, cuando se les consultó a los representantes de las entidades financieras de cómo se hizo llegar la información al conductor de bodega, ellos mencionaron lo siguiente:

Los funcionarios de las dos entidades operadoras de Reactiva entrevistados manifestaron haber informado a sus clientes mediante las visitas y llamadas que realizan los asesores de créditos como parte de su estrategia de atención personalizada al segmento de la microempresa. Indicaron las dificultades de visitas presenciales por las restricciones sanitarias y el gran riesgo de contagio.

Uno de los funcionarios entrevistados comentó que algunas bodegas que no eran clientes de la entidad se enteraron del programa por referencias de otras bodegas que sí son clientes. También indicó que la situación de distanciamiento social limitó las posibilidades de informar a negocios que no eran sus clientes por no contar con sus teléfonos y no poder realizar las visitas a los negocios por seguridad de los asesores.

En cambio, el otro funcionario manifestó que la entidad había priorizado el otorgamiento de Reactiva Perú a sus mejores clientes, y no a nuevos, por lo que focalizó su difusión en sus clientes (funcionario entrevistado de la entidad bancaria).

Como se puede observar, la respuesta de los representantes de las entidades financieras se alinea a las respuestas de los conductores de las bodegas que accedieron a Reactiva, quienes señalan a los asesores como el medio a través del cual se enteraron del Programa.

Además de la información de los conductores de bodegas con y sin Reactiva, de la Asociación de Bodegueros y de los representantes de las entidades financieras, se revisó también fuentes secundarias como las páginas web:

En el 2020, los medios de comunicación brindaron una gran cobertura al problema sanitario, contagios, decesos y a determinadas medidas del gobierno como los bonos. La cobertura ha sido menor sobre otras medidas, limitándose a la publicación de algunas notas sobre Reactiva. En algunos casos, ha habido artículos o notas

desde un punto de vista crítico respecto a que Reactiva favorecía a grandes empresas.

A partir de los hallazgos obtenidos, la respuesta a la pregunta sobre los mecanismos de difusión del programa Reactiva Perú es la siguiente: en la difusión del programa ha sido importante el papel de las entidades financieras operadoras, quienes, a través de los asesores de crédito, brindaron información de manera directa y personalizada a los conductores de bodegas que son sus clientes, absolviéron sus dudas y consultas sobre las condiciones del programa. De esta manera, facilitaron así una decisión informada por parte de estos últimos y, con ello, su acceso al crédito de Reactiva Perú para mantener el negocio en los momentos más críticos del país por la pandemia.

En efecto, durante las entrevistas realizadas, los cuatro conductores de bodegas que recibieron Reactiva Perú mencionaron que se enteraron del Programa a través de sus asesores de crédito por ser clientes de la entidad financiera. Esta estrategia de comunicación directa, a través de los asesores, ha permitido a las entidades interactuar con los conductores, por lo que ha resultado ser más efectiva que otros medios que transmiten mensajes masivamente, como la televisión, que no permiten interactuar con los receptores del mensaje.

En esta misma línea, cuando se consultó a los dos representantes de las entidades financieras operadoras de Reactiva Perú, manifestaron haber informado a sus clientes sobre el programa en las visitas personales que realizan como parte de su estrategia de atención personalizada al segmento de la microempresa. Sin embargo, mencionaron que hubo dificultades de estas visitas por las restricciones sanitarias y el gran riesgo de contagio. También comentaron que algunas bodegas que no eran clientes de la entidad se enteraron del programa por referencias de otras bodegas que sí son clientes. Indicaron que la situación de distanciamiento social limitó las posibilidades de informar a negocios que no eran sus clientes por no contar con sus teléfonos y no poder realizar las visitas a los negocios por seguridad de los asesores.

En cambio, en las bodegas entrevistadas que no accedieron a Reactiva, no se ha evidenciado un mecanismo de difusión que destaque claramente. Sus conductores manifestaron haber tomado conocimiento del programa, pero no estaban seguros de si se enteraron por la televisión u otro medio, por lo que se infiere que ha sido a través de medios que transmiten mensajes masivamente. En algunos casos manifestaron haberse enterado por sus contadores. Ello podría evidenciar las limitaciones en la

difusión del programa y la consiguiente exclusión de las bodegas que no son clientes de entidades financieras, quienes no tuvieron la oportunidad de recibir información de manera directa, ni de realizar consultas ni plantear sus dudas y temores respecto al programa. De haber tenido acceso a este tipo de información, es probable que aquellos conductores que no accedieron a Reactiva y que manifestaron no estar interesados debido al temor a endeudarse hubieran cambiado su percepción o, por lo menos, hubieran adoptado una decisión mejor informada, a fin de acceder al programa y, por ende, a los recursos para mantener el funcionamiento del negocio.

De la revisión de los medios de comunicación del año 2020, se puede considerar que estos brindaron una gran cobertura al problema sanitario, contagios, decesos, falta de oxígeno, de camas UCI. Se dio menor atención a las medidas para mitigar la emergencia, a excepción de los bonos. Tampoco se dio mayor cobertura a las medidas para la reactivación, como el programa Reactiva Perú. Ello no podía ser de otra manera. La atención de los medios de comunicación y del Gobierno estuvo centrada en la emergencia sanitaria, pero no en el hecho que “más del 70% de la economía es informal, que un amplio sector de la población vive de los ingresos del día a día” (DESCO 2020). Este sector se vio seriamente afectado por la inmovilización social.

Por tanto, resulta importante que se activen otros mecanismos como la difusión entre los mismos bodegueros, que permitiría una comunicación directa a partir de la información de aquellos que accedieron al programa. Así, además, podrían transmitir a sus pares sus propias experiencias, en cuanto a las condiciones de acceso, tal como ha sucedido con algunos conductores que se enteraron del programa a través de bodegueros clientes de entidades financieras. Esta difusión entre las bodegas sería una buena iniciativa de la Asociación de Bodegueros, aunque, lamentablemente, no es conocida por los actores consultados, por lo que es importante el fortalecimiento de este gremio, como parte de las políticas de promoción de la asociatividad que debería emprender el Ministerio de la Producción.

Como parte del análisis sobre los mecanismos de difusión, se consultó a los conductores de bodegas (tanto a los que accedieron a Reactiva, como a los que no), así como al representante de la Asociación de Bodegueros sobre sus opiniones respecto de la información recibida. Entre los principales resultados recogidos, se conoció que todos los conductores de bodegas que accedieron a Reactiva opinaron que la información recibida fue clara y adecuada, mientras que, en el caso de las

bodegas que no accedieron, la opinión estuvo dividida. Un entrevistado consideró que no fue adecuada la información porque no le respondieron cuando postuló al programa. Otro entrevistado opinó que sí fue adecuada la información porque fue su contador quien se la brindó de manera directa. Hubo también otros entrevistados que no respondieron la pregunta. En cambio, el representante de la Asociación de Bodegueros del Perú opinó que la información sobre Reactiva no ha sido adecuada, pues no se tuvo claridad de a quiénes estaba dirigido el beneficio.

A continuación, se presenta un cuadro con las respuestas de conductores de bodegas que accedieron al programa, así como la opinión de los bodegueros que no accedieron, pero que conocen de su existencia.

Tabla 4: Percepción sobre la información del programa

Opinión sobre la información del programa	Adecuada	No adecuada	No opina	¿Por qué?
Bodegas que accedieron al programa Reactiva	4			Es adecuada porque la brindó directamente el asesor de crédito. Además, están familiarizados con la información ya que tienen experiencia en créditos
Bodegas que no accedieron al programa Reactiva	1	1	3	Es adecuada porque la información la recibió de su contador quien le explicó del programa. No es adecuada porque no le informaron de los resultados cuando postuló a Reactiva
Asociación de Bodegueros del Perú		1		No es adecuada porque no ha llegado a la gran mayoría de bodegas. Hubo improvisación en el lanzamiento del programa. No se tuvo claridad a quiénes estaba dirigido el beneficio.
Total:	5	2	3	

Elaboración propia

Como se puede observar en la Tabla 4, a la pregunta de si fue adecuada la información recibida sobre Reactiva, los cuatro conductores de las bodegas entrevistados que accedieron a Reactiva opinaron que la información recibida fue clara y adecuada, ya que la recibieron del mismo asesor directamente y de manera personalizada. Ello les permitió realizar consultas y disipar sus dudas y, porque, además, están familiarizados con la información ya que tienen experiencia en

créditos. En el caso de los conductores que no accedieron a Reactiva, de los cinco entrevistados, tres no respondieron; uno consideró adecuada la información porque la recibió de su contador quien le explicó del programa y uno opinó que no fue adecuada porque “nadie le comunicó de los resultados cuando postuló a Reactiva”.

Así mismo, cuando se les consultó a los representantes de las entidades financieras operadoras de Reactiva, ellos opinaron que “hubo una buena difusión del programa por parte del Gobierno”. En cambio, el representante de la Asociación de Bodegueros del Perú opinó que “la información sobre Reactiva no ha sido adecuada, no ha llegado a la gran mayoría de bodegas. Hubo improvisación en el lanzamiento del programa. No se tuvo claridad a quiénes estaba dirigido el beneficio”.

A partir de los hallazgos obtenidos y de la revisión de las fuentes secundarias, en respuesta a la pregunta sobre si fue adecuada la información recibida sobre el programa Reactiva Perú, vuelve a destacarse la figura del asesor de crédito en el sentido de que los cuatro conductores que accedieron a Reactiva indican que la información recibida fue adecuada por cuanto fue explicada directamente por el asesor.

Por tanto, de los hallazgos obtenidos, se puede determinar que el programa Reactiva Perú tuvo en las entidades financieras operadoras, especialmente las entidades de “microfinanzas” como su principal mecanismo de difusión para llegar a las bodegas que son sus clientes. A través de los asesores de créditos brindaron información directa y personalizada que ha sido bien valorada por los conductores de las bodegas que accedieron al programa. Si, a lo anterior se añade que los medios de comunicación han estado enfocados en los problemas sanitarios y, en menor medida, a la difusión de mecanismos como el programa Reactiva, se puede inferir que la información del programa no se ha difundido adecuadamente a las bodegas que no son clientes de las entidades financieras, lo cual limitó su acceso.

4.1.2. Acceso de los pequeños negocios como las bodegas al programa durante la pandemia del COVID-19

El programa Reactiva Perú fue creado como un mecanismo de reactivación que formó parte del Plan Económico del Perú frente al Covid-19⁵ para brindar liquidez y apoyar al crédito con el fin de evitar que se interrumpa la cadena de pagos y dar liquidez al sistema financiero. Sin embargo, una de las principales restricciones de

⁵ Actualizado al 31 diciembre 2020.

las microempresas, segmento al que pertenece la mayoría de bodegas, es el acceso al crédito. Por ello, es importante preguntarnos sobre el acceso de las bodegas al programa Reactiva Perú.

Para ello se han aplicado instrumentos con diferentes preguntas que se analizan a continuación. En el diseño de la investigación, las preguntas estaban dirigidas a conocer cómo accedieron las bodegas al programa Reactiva Perú, además de conocer las dificultades que enfrentaron. No obstante, a partir de las entrevistas y de información de fuentes secundarias, se consideró importante indagar también respecto de las razones por las cuales las bodegas no accedieron a Reactiva. Se entrevistó también a este grupo.

Así mismo, se incluye la opinión del representante de la Asociación de Bodegueros que canaliza las demandas de los diferentes actores de este sector.

Tabla 5: Acceso al programa Reactiva Perú

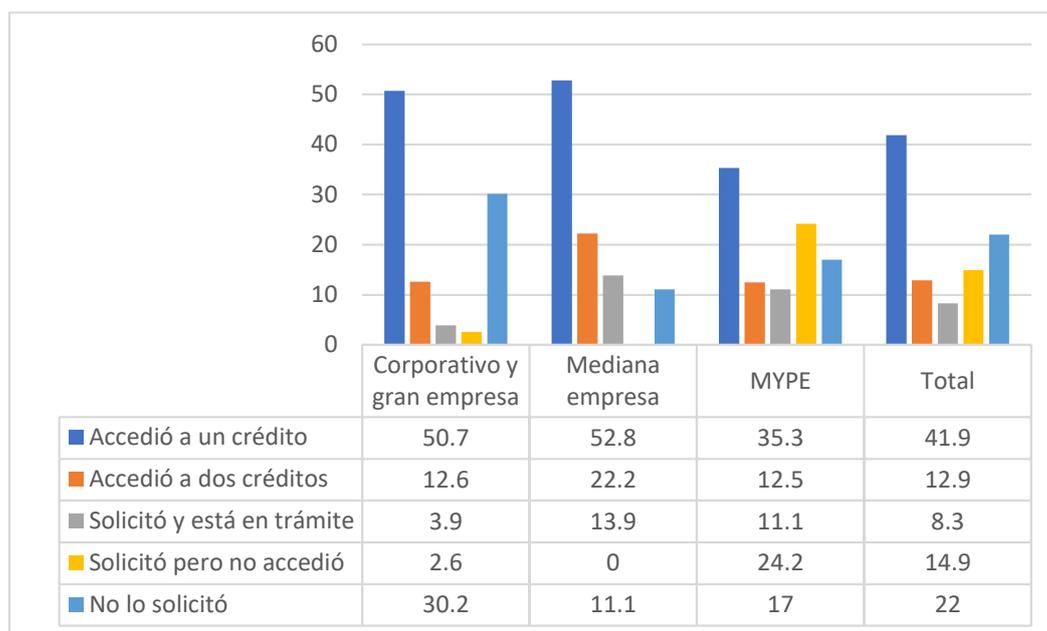
Actor	Respuesta
Bodegas que accedieron al programa Reactiva	Los 4 conductores de bodegas indican haber accedido al programa a través del asesor de crédito de Caja Huancayo y Mi Banco, es decir de entidades de microfinanzas.
Bodegas que no accedieron al programa Reactiva. Razones por las cuales no accedieron.	De los 5 conductores que no recibieron Reactiva, 1 estuvo interesado, pero no accedió, 4 manifestaron no estar interesados en endeudarse por la situación de incertidumbre y temor a no poder pagar.
Asociación de Bodegueros del Perú	Muy pocos bodegueros asociados a la ABP accedieron al programa Reactiva. Las entidades financieras priorizaron a sus clientes. No les interesaron atender a las bodegas. Ni siquiera a las microfinancieras. Las bodegas tuvieron restricciones por deudas en el sistema financiero.

Elaboración propia

Como se puede observar en la Tabla 5, los cuatro conductores de bodegas indicaron haber accedido al programa a través del asesor de crédito de Caja Huancayo y Mi Banco, es decir, de entidades de microfinanzas. También se observa que, de los cinco conductores que no accedieron a Reactiva Perú, uno postuló, pero no accedió, y cuatro manifestaron no estar interesados por la situación de incertidumbre y temor a no poder pagar.

Al respecto es importante comparar estos hallazgos con los resultados de la encuesta sobre Reactiva Perú, aplicada por el Banco Central de Reserva, que indica que el 24% de MYPE solicitó el crédito, pero no accedió y el 17% no lo solicitó.

Tabla 06: Acceso al crédito Reactiva Perú (%)



Fuente: Banco Central de Reserva del Perú (2020)
Elaboración propia

Los cuatro conductores que indicaron no estar interesados en Reactiva forman parte del 47% de MYPE que no solicitaron créditos de Reactiva por “otras” razones según la Encuesta del BCRP (2020).

Tabla 7: Principales razones de no haber solicitado créditos de Reactiva Perú (%) según BCRP (2020)

	Corporativo y gran empresa	Mediana empresa	MYPE	Total
No cumplía con los requisitos	5.0	25.0	19.1	11.5
Montos de créditos muy pequeños	5.0	-	4.3	4.6
Demora en trámites	1.4	-	8.7	4.6
Cuenta con otras fuentes de financiamiento	48.9	25.0	20.0	35.8
Otros	39.7	50.0	47.8	43.5
Total	100.0	100.0	99.9	100.0

Fuente: Banco Central de Reserva del Perú (2020)

Respecto al acceso de las bodegas a Reactiva Perú, el representante de la Asociación de Bodegueros señaló que “muy pocos bodegueros asociados a la ABP accedieron al programa Reactiva. Las entidades financieras priorizaron a sus clientes. No les interesaron atender a las bodegas. Ni siquiera a las microfinancieras”.

A partir de los hallazgos obtenidos y de la revisión de las fuentes secundarias, se pudo responder la pregunta de cómo accedieron a Reactiva Perú (las bodegas que accedieron) y cuáles fueron las razones de no haber accedido (bodegas que no accedieron). Con relación a la pregunta de cómo accedieron, la respuesta es que todas las bodegas que accedieron al programa Reactiva Perú lo hicieron a través de entidades de microfinanzas, que están especializadas en la atención a microempresas a través de asesores que brindan atención personalizada.

Sobre las razones por las cuales no accedieron a Reactiva, la mayoría manifestaron no estar interesados por la situación de incertidumbre y temor a no poder pagar el crédito. Un único caso indicó haber postulado al programa, pero no accedió y nunca le respondieron por las razones del rechazo.

Como parte del análisis sobre el acceso al programa, se consultó a los conductores de bodegas sobre las **dificultades para acceder a Reactiva**. Se consideró relevante consultar a los conductores que no accedieron al programa sobre las razones de ello, a efectos de encontrar los posibles vacíos que dificultan el acceso a programas como el que se está analizando.

Así mismo, se incluye la opinión del representante de la Asociación de Bodegueros que canaliza las demandas de los diferentes actores de este sector. A partir de las respuestas, se conoció que todos los conductores de bodegas entrevistados que accedieron al programa Reactiva indicaron no haber tenido dificultades, debido a que son clientes de la entidad y, por ende, el proceso fue rápido.

Tabla 8: Dificultades para acceder a Reactiva Perú

Bodegas que accedieron al programa Reactiva	Los 4 conductores de bodegas entrevistados que accedieron al programa Reactiva indican no haber tenido dificultades debido a que son clientes de la entidad y, por ende, el proceso fue rápido.
Bodegas que no accedieron al programa Reactiva	1 conductor de bodega entrevistado postuló a Reactiva, pero no accedió (no le respondieron).
Asociación de Bodegueros del Perú	Las bodegas tuvieron restricciones por deudas en el sistema financiero. Por ello, muy pocos bodegueros asociados a la ABP accedieron al programa Reactiva. Se debe considerar información tributaria (ventas reportadas) en lugar de información en el sistema financiero.

Elaboración propia

En cuanto a las bodegas que no accedieron a Reactiva, una había postulado, pero no accedió. Cuatro conductores de bodegas manifestaron no estar interesados, y la principal razón fue el temor a endeudarse en medio de la incertidumbre por la pandemia y el miedo a no poder cumplir con los pagos, lo que podría interpretarse como una autoexclusión del programa. Respecto a las dificultades en el acceso al programa, las cuatro bodegas que obtuvieron el crédito de Reactiva manifiestan no haber tenido dificultades por cuanto son clientes de las entidades financieras operadoras.

De las bodegas que no accedieron al programa, una manifestó que la información fue deficiente, ya que nunca le informaron las razones por las que no aprobaron su solicitud. Este conductor forma parte del 24.2% de las MYPE que solicitaron el crédito Reactiva, pero no accedieron, según la encuesta del BCRP (2020). Otras cuatro bodegas que no recibieron Reactiva no opinaron respecto a las dificultades del programa.

En las entrevistas a las entidades operadoras, los dos representantes entrevistados manifestaron que los requisitos de acceso al inicio (Reactiva I) fueron restrictivos para las microempresas, pero, en la segunda fase (Reactiva II), se flexibilizaron las condiciones y se priorizó el acceso de las microempresas formales. A pesar de ello, el representante de la Asociación de Bodegueros del Perú indicó que muy pocos bodegueros asociados a la ABP accedieron al programa Reactiva porque tuvieron restricciones por deudas en el sistema financiero, por ello, opinó que “se debe considerar información tributaria (ventas reportadas) en lugar de información en el sistema financiero”.

Adicionalmente a las entrevistas a los conductores de bodegas y representante de la Asociación de Bodegueros y de las entidades financieras operadoras de Reactiva, se revisó fuentes secundarias. Así, según estadísticas del BCRP sobre el programa Reactiva, se atendieron 32,804 nuevos créditos, de los cuales 16,989 no habían tenido créditos en los últimos dos años (inclusión crediticia por Reactiva) y 15,815 correspondieron a créditos en nuevas entidades (BCRP 2020). Sin embargo, este número de créditos representa solo el 6% del total de 544,317 créditos otorgados en 2020⁶.

Tabla 9: Nuevos créditos otorgados a través de Reactiva

Tipo de entidad	Inclusión crediticia por reactiva	Créditos reactiva en nuevas entidades	Total nuevos créditos
Bancos	9,044	13,538	22,582
Financieras	2,869	18	2,887
Cajas Municipales	4,366	2,130	6,496
Cajas Rurales	710	129	839
Total nuevos crédito:	16,989	15,815	32,804

Fuente: Banco Central de Reserva del Perú (2020)

Estas estadísticas no se condicen con las bodegas entrevistadas que accedieron a Reactiva Perú, pues todas eran clientes de entidades financieras operadoras. Uno de los funcionarios entrevistados de una entidad financiera operadora indicó que la entidad priorizó su cartera de clientes y se les brindó los beneficios del programa (tasas mucho más bajas y dos años de plazo) y no a nuevos. Estas ventajas de Reactiva son reconocidas por los cuatro conductores de bodegas que accedieron al programa.

De las entrevistas realizadas a los representantes de las entidades financieras operadoras y de la Asociación de Bodegueros del Perú, se puede inferir que las condiciones establecidas por el programa Reactiva Perú limitaron el acceso de aquellas MYPE con dificultades en el sistema financiero. Además, se suman las dificultades reportadas por una entidad financiera operadora entrevistada, que indicó que la situación de distanciamiento social limitó las posibilidades de informar a negocios que no eran sus clientes por no contar con sus teléfonos y no poder realizar

⁶ El número total de crédito se ha recogido de COFIDE (2021).

las visitas a los negocios, pues se debía cuidar la seguridad de los asesores. Por eso, no se les permitió contactarse con potenciales beneficiarios del programa.

Las restricciones señaladas que limitaron el acceso a Reactiva Perú se pueden evidenciar en las estadísticas sobre el programa por tamaño de empresa, en las que se observa que, en el año 2020, el programa atendió a 411,871 microempresas, cifra que representa solo el 15% del total de microempresas del país que, según el INEI, sumaron 2,734,619 en el 2019 (INEI 2021b).

Tabla 10: Reactiva por tamaño de empresa

Tamaño de empresa	Monto préstamo	Monto coberturado	Nº beneficiarios
Corporaciones	2,585,485,720	2,073,159,166	273
Grandes	17,597,755,221	14,972,236,852	4,003
Medianas	17,230,833,608	15,637,828,468	25,641
Microempresas	7,827,484,371	7,536,450,993	411,871
Pequeñas	12,697,442,882	12,010,791,303	102,529
Total General	57,939,001,802	52,230,466,782	544,317

Fuente: COFIDE (2021)

Tabla 11: Empresas según segmento empresarial, 2019

Segmento	Nº empresas	%
Microempresa	2,608,343	95%
Pequeña empresa	102,638	4%
Gran y mediana empresa	15,405	1%
Administración pública	8,233	0%
Total	2,734,619	100%

Fuente: INEI (2021b)

Elaboración propia

A través de Reactiva Perú el Estado garantizaba hasta el 98% en el caso de las microempresas. Sin embargo, considerando las restricciones de acceso a las bodegas no clientes de entidades financieras y de aquellas con dificultades en el sistema financiero, el programa debió dirigir el mayor porcentaje de cobertura de garantía a las microempresas no clientes. Además, se debió considerar la posibilidad de permitir el acceso a aquellas microempresas con dificultades en el sistema financiero, evaluando inclusive el incremento de la cobertura de garantía para estas últimas, modificando para ello las condiciones establecidas en Reactiva II.

A partir de los hallazgos obtenidos, se considera que ha sido importante y se está de acuerdo con la participación de las entidades financieras operadoras en la difusión del programa Reactiva Perú. A través de sus asesores, brindaron la información directa y personalizada a los conductores de las bodegas que son clientes de estas entidades, absolviendo sus dudas y respondiendo sus consultas.

Sin embargo, el programa Reactiva Perú no desplegó una estrategia, ni desarrolló mecanismos adecuados de difusión del programa para los negocios que no son clientes de las entidades financieras. El programa no les brindó las mismas oportunidades de acceso a la información, tales como la posibilidad de atender consultas y disipar dudas que les permitan una decisión informada de acceder o no al programa.

De los hallazgos obtenidos, se puede determinar que las entidades financieras operadoras, especialmente las entidades de microfinanzas fueron el principal mecanismo de difusión de Reactiva Perú para llegar a las bodegas que son clientes de estas entidades financieras. A través de sus asesores de créditos brindaron información directa y personalizada que ha sido bien valorada por los conductores de las bodegas que accedieron al programa.

Como se mencionó, los medios de comunicación estuvieron enfocados en los problemas sanitarios y, en menor medida, en la difusión de mecanismos como Reactiva Perú. Por ello, se puede inferir que la información del programa no se difundió adecuadamente en las bodegas que no son clientes de las entidades financieras, limitando su acceso. Ante esta limitación, resulta importante la activación de otros mecanismos como la difusión entre los mismos bodegueros, que permita una comunicación directa a partir de la información de aquellos que accedieron al programa.

Además, podrían transmitir a sus pares sus propias experiencias, en cuanto a las condiciones de acceso, tal como ha sucedido con algunos conductores que se enteraron del programa a través de bodegueros clientes de entidades financieras. Esta difusión entre las bodegas sería una buena iniciativa de la Asociación de Bodegueros, aunque, lamentablemente, no es conocida por los actores consultados, por lo que es importante el fortalecimiento de este gremio, como parte de las políticas

de promoción de la asociatividad que debería emprender el Ministerio de la Producción.

De acuerdo con los hallazgos obtenidos, han sido las bodegas clientes de las entidades financieras las que han accedido a Reactiva Perú, mientras que las bodegas que no son clientes no han tenido las mismas oportunidades de acceso. Considerando las limitaciones de difusión, y a partir de las entrevistas realizadas a los representantes de las entidades financieras operadoras y de la Asociación de Bodegueros del Perú, se puede inferir que las condiciones establecidas por el programa Reactiva limitaron el acceso de aquellas MYPE con dificultades en el sistema financiero.

El programa Reactiva Perú contribuyó a la inclusión crediticia al atender a 32,804 nuevos créditos, de los cuales 16,989 no habían tenido créditos en los últimos 2 años (inclusión crediticia por Reactiva) y 15,815 correspondieron a créditos en nuevas entidades (BCRP 2021). Sin embargo, este número de créditos representa solo el 6% del total de 544,317 créditos otorgados en 2020 (COFIDE 2021).

Considerando que, a través de Reactiva Perú, el Estado garantizaba hasta el 98% en el caso de las microempresas, la mayor cobertura debió otorgarse para aquellas microempresas no clientes de las entidades financieras. Además, se debió permitir el acceso a aquellas microempresas con dificultades en el sistema financiero. Se pudo evaluar, inclusive, el incremento de la cobertura de garantía para estas últimas, modificando para ello las condiciones establecidas en Reactiva II. Ello hubiese permitido que más bodegas accedan a los beneficios de Reactiva Perú para mantener sus negocios.

4.2. El programa Reactiva Perú, la liquidez y cadena de abastecimiento de las bodegas en Lima Metropolitana durante la pandemia

Como se señaló en el apartado 4.1, la pandemia del COVID-19, así como las medidas de distanciamiento social que incluyó periodos de confinamiento, sumado al temor de la población al contagio, generaron un fuerte impacto en la actividad económica, el empleo y los ingresos. Frente a ello, el Gobierno desplegó un conjunto de medidas de emergencia en el campo sanitario y económico con el fin de disminuir el impacto en la salud de los ciudadanos, así como apoyar a los hogares y empresas. Una de

estas medidas fue el programa Reactiva Perú, creado como una vía para dar liquidez y apoyar al crédito, evitar que se interrumpa la cadena de pagos y otorgar liquidez al sistema financiero.

En el caso específico de las bodegas, es importante conocer cómo la crisis afectó la liquidez del negocio, a pesar de que, al igual que las farmacias, no tuvieron restricciones legales para el funcionamiento (como sí lo tuvieron restaurantes, peluquerías y otros negocios). Si bien las bodegas pudieron continuar funcionando, inclusive en el periodo más restrictivo del confinamiento, la demanda disminuyó por el temor de la población a salir, así como por la pérdida de empleo e ingresos de un importante porcentaje de la población⁷, especialmente de los sectores más vulnerables (empleo informal).

Según el estudio de MDA (2015), “los clientes de las bodegas son predominantemente las familias de menores ingresos, que pertenecen a la base de la pirámide, y compran sus alimentos y productos de limpieza personal y del hogar de manera diaria, pues de esa manera reciben sus ingresos y que constituyen la principal demanda de las bodegas” (MDA 2015). Por todo ello, las ventas de las bodegas disminuyeron, lo que afectó su capacidad para enfrentar sus obligaciones (liquidez), así como a la cadena de abastecimiento.

Frente a la situación señalada, es importante conocer en qué medida el programa Reactiva Perú facilitó la liquidez y la cadena de abastecimiento de las bodegas de Lima Metropolitana. Para responder la pregunta ¿en qué medida el programa Reactiva Perú facilitó la liquidez de las bodegas en Lima Metropolitana y la cadena de abastecimiento, durante la pandemia del COVID-19?, se ha organizado la información a través de dos variables:

- Liquidez de las bodegas en Lima Metropolitana y el programa Reactiva Perú
- La cadena de abastecimiento, durante la pandemia del COVID-19 y el programa Reactiva Perú

⁷ En Lima Metropolitana, región en la que se enfoca la presente investigación, en el 2020 el PBI registró una caída de 11.9%, superior al promedio nacional, y el empleo en Lima registró una caída de -5.8 por ciento, superior al descenso en el resto del país (-0,8 por ciento) (BCRP 2021)

4.2.1. Liquidez de las bodegas en Lima Metropolitana y el Programa Reactiva Perú

En la presente investigación se considera liquidez a la “capacidad de una empresa para cumplir con sus obligaciones corrientes o de corto plazo de manera oportuna” (Morales, Morales y Alcócer 2014). El ratio o indicador de liquidez se obtiene dividiendo el activo corriente (dinero en caja, bancos, facturas por cobrar, etc) entre el pasivo corriente (pago de facturas pendientes, compromisos de pago a corto plazo, etc). (BBVA s/f).

En el país, el 83.7% de las bodegas se encuentran en el Nuevo Régimen Único Simplificado (Nuevo RUS) (MDA 2015) y, por tanto, no llevan libros contables. Por ello, en la presente investigación, no se ha aplicado las razones financieras en el análisis de la liquidez (liquidez corriente, liquidez ácida, liquidez inmediata, cobertura de deuda total) (MDA 2015), por cuanto se requeriría contar con los libros contables. Por ello, se analiza la liquidez de manera cualitativa, como la capacidad general de la bodega para asumir sus obligaciones de corto plazo oportunamente.

Para responder a la pregunta “¿en qué medida el Programa Reactiva Perú facilitó la liquidez en las bodegas de Lima Metropolitana?”, se considera relevante consultar a los diferentes actores involucrados la siguiente interrogante: ¿cómo afectó la pandemia la liquidez del negocio? A continuación, se presenta un cuadro con las respuestas de conductores de bodegas beneficiarias de Reactiva Perú, así como la opinión de los bodegueros que no accedieron al programa, pero que conocen de su existencia. Cabe resaltar que la relevancia de sus opiniones de este segundo grupo radica en conocer cómo afectó la pandemia la liquidez y cómo enfrentaron el problema sin Reactiva Perú.

Tabla 12: La pandemia y los efectos en la liquidez de las bodegas

Actor	Respuesta
Bodegas que accedieron al programa Reactiva	3 conductores entrevistados de las bodegas que accedieron a Reactiva manifestaron que sus ventas habían bajado significativamente. En cambio, 1 entrevistada manifestó que no se afectaron las ventas por cuanto la bodega nunca dejó de funcionar, ya que atendió por la ventana.
Bodegas que no accedieron al programa Reactiva	Los 5 conductores entrevistados de las bodegas que NO accedieron a Reactiva fueron también afectados de diferentes maneras por la pandemia en el 2020: <ul style="list-style-type: none">• 1 mejoró sus ventas principalmente por productos como mascarillas, dispositivos para alcohol, gel, etc. (bodega de Surco),• 2 indicaron que se mantuvo el nivel de ventas “ por ser Miraflores, no afectó flujo de clientes ya que se respetaron protocolos sanitarios”.

Actor	Respuesta
	<ul style="list-style-type: none"> • 1 conductor manifestó que las ventas bajaron porque la gente tenía miedo de salir. • 1 manifestó que cerró durante 15 días por seguridad, pensando que la crisis no iba a durar mucho.
Asociación de bodegueros del Perú	El representante de la Asociación opinó que la pandemia afectó las ventas de las bodegas por las restricciones de circulación de las personas, los horarios limitados y los menores ingresos de la población que atienden las bodegas.

Como se puede observar en la Tabla 12, a la pregunta de “¿cómo afectó la pandemia la liquidez del negocio?”, tres de los conductores que accedieron a Reactiva manifestaron que sus ventas habían bajado significativamente (“he perdido bastante; los productos se quedaban y muchos se vencieron”, fue el comentario de la Sra. Hipola Tuyro de VMT). En cambio, una entrevistada manifestó que no se afectaron las ventas pues la bodega nunca dejó de funcionar, ya que atendió por la ventana.

En cuanto a los conductores de las bodegas que NO accedieron a Reactiva, en la Tabla 12 se puede observar que, uno de ellos manifestó que mejoraron sus ventas, principalmente por productos como mascarillas, dispositivos para alcohol, gel, etc. (bodega de Surco). Dos conductores de bodegas indicaron que se mantuvo el nivel de ventas “por ser Miraflores” y “no afectó flujo de clientes ya que se respetaron protocolos sanitarios”. Un conductor manifestó que las ventas bajaron, a pesar de estar en Surco y otro manifestó que “cerró durante 15 días por seguridad, al tener una hija vulnerable y pensó que la crisis no iba a durar mucho”.

Como se puede apreciar, los conductores de las bodegas entrevistados, tanto los que accedieron a Reactiva Perú, como aquellos que no, fueron afectados de diferentes maneras por la pandemia en el 2020. La mayoría (5) indicó que sus ventas bajaron por la pandemia, opinión que coincide con la del representante de la Asociación de Bodegueros que indica que “la pandemia afectó las ventas de las bodegas por las restricciones de circulación de las personas, los horarios limitados y los menores ingresos de la población que atienden las bodegas”.

Tres entrevistados respondieron que sus negocios se mantuvieron por diversas razones. Dos de ellos mencionaron que se debió a su ubicación, pues, al encontrarse en Miraflores, no afectó flujo de clientes ya que se respetaron protocolos sanitarios”. Uno mantuvo sus ventas porque “nunca dejó de atender”, a pesar de estar en Tablada de Lurín en Villa María del Triunfo. Cabe destacar el caso de un conductor que manifestó que sus ventas mejoraron debido a la diversificación de sus productos,

especialmente aquellos vinculados con el contexto de pandemia (mascarillas, desinfectantes, etc.).

Estos dos últimos casos de conductores de bodegas que manifestaron haber mantenido o mejorado sus ventas, coinciden con la opinión de los representantes de las entidades financieras entrevistadas, que opinaron que, “en general, la pandemia no afectó mucho a las bodegas pues pudieron abrir durante todo el periodo de restricciones”.

Además de la información de los conductores de bodegas —con y sin Reactiva—, así como del representante de la Asociación de Bodegueros y de los representantes de las entidades financieras, se revisó también fuentes secundarias. Salazar (2020) menciona que, durante la cuarentena, el 50% de las ventas se redujeron debido al confinamiento de la población, horarios de atención restringidos, problemas de abastecimiento, falta de capacitación tecnológica, entre los principales factores (Salazar 2020).

A partir de los hallazgos obtenidos y de la revisión de las fuentes secundarias, se pudo responder la pregunta “¿cómo afectó la pandemia la liquidez del negocio?” La respuesta es que, en la mayoría de las bodegas, sí afectó las ventas y, por ende, la liquidez del negocio, tanto en las bodegas que accedieron a Reactiva, como aquellas que no, debido a las restricciones de circulación de las personas, los horarios limitados y los menores ingresos de la población que atienden las bodegas, a pesar de que, al igual que las farmacias, no tuvieron restricciones para continuar funcionando, inclusive en el periodo más restrictivo del confinamiento.

Luego del análisis sobre los efectos de la pandemia en la liquidez de las bodegas, se les consultó “**¿qué hizo para superar los efectos generados por la pandemia? / ¿qué alternativas utilizó la bodega para obtener liquidez?**” Los cuatro conductores de bodegas que accedieron a Reactiva respondieron que recurrieron al crédito Reactiva Perú para enfrentar los efectos de la pandemia. Complementariamente a esta respuesta, dos conductoras precisaron que la decisión fue “seguir trabajando a pesar del miedo al contagio”. Iba al mercado de frutas, a pesar de que sus hijos le pedían que no vaya. Pero se cuidaba y utilizaba alcohol. Cuando llegaba a la casa, se cambiaba la ropa. Menciona que “gracias a Dios no pasó nada”.

En cuanto a los conductores que no accedieron a Reactiva, dos respondieron que continuaron trabajando “por no tener otra alternativa”. Uno diversificó su oferta, con productos más demandados por la pandemia (mascarillas, alcohol, dispensadores, etc). Uno opinó que su respuesta ante la crisis fue cumplir con los protocolos sanitarios para dar confianza a los clientes para que no dejen de comprar y un conductor comentó que cerró por 15 días por temor a contagios (tiene una hija vulnerable) y porque pensó que las restricciones no iban a durar más allá de 15 días.

Así mismo, cuando se consultó a los representantes de las entidades financieras, un funcionario indicó que “las bodegas cambiaron su estrategia y comportamiento, de reactivo a proactivo. Incorporaron el servicio de delivery, el uso de herramientas digitales”. Además de la información de los conductores de bodegas, con y sin Reactiva, y de los representantes de las entidades financieras, se revisó también fuentes secundarias. Acuña (2021) hace el siguiente análisis:

Durante la pandemia las bodegas de barrio no dejaron de atender a su público, a pesar de las restricciones impuestas por el estado de emergencia nacional. Se las ingeniaron para continuar operando, ya que su actividad es su fuente de ingreso y de generación de autoempleo para sus hogares. Los bodegueros también se adecuaron a los horarios, al mayor control de aforo de los mercados mayoristas en donde se abastecen de productos perecibles, y a cerrar más temprano sus negocios cuando el toque de queda lo imponía.. La pandemia ha puesto en evidencia la resiliencia y el motor emprendedor de los bodegueros, quienes han sabido enfrentar esta difícil coyuntura. (Acuña 2021)

A partir de los hallazgos obtenidos y de la revisión de las fuentes secundarias, se pudo responder las preguntas “**¿qué hizo para superar los efectos generados por la pandemia?, ¿qué alternativas utilizó la bodega para obtener liquidez?**” Se destaca, en primer lugar que, durante la pandemia las bodegas continuaron atendiendo a sus clientes a pesar de las restricciones. Ello se refuerza con las referencias de fuentes secundarias que destacan la adaptación a las nuevas circunstancias restrictivas (aforo y horarios restringidos). Además, los funcionarios de entidades financieras entrevistadas refieren a un cambio de estrategia en las bodegas, de reactiva a activa, lo que se alinea con los casos de bodegas entrevistadas que optaron por la diversificación de productos, aprovechando la demanda por productos relacionados con la pandemia.

Luego de analizar los efectos de la pandemia sobre la liquidez de las bodegas y las alternativas de estas para superarlos, corresponde preguntarse “**¿en qué medida el Programa Reactiva Perú facilitó la liquidez en las bodegas de Lima Metropolitana?**” Esta pregunta se ha enfocado solamente en los conductores de

bodegas que accedieron al programa. Las respuestas brindadas por los conductores fueron las mismas que dieron en la pregunta anterior, esto es, las bodegas recurrieron a Reactiva para superar los efectos de la pandemia sobre la liquidez del negocio. A partir de ello, se puede inducir que el acceso al crédito Reactiva Perú contribuyó a la liquidez de las bodegas.

El análisis precedente lo podemos observar también en los reportes del Banco Central de Reserva sobre Reactiva Perú que señala lo siguiente:

Reactiva Perú ha permitido sostener la cadena de pagos y evitar que cayeran los préstamos a sectores intensivos en mano de obra (servicios y comercio). Con este programa, el crédito total creció 9,8% en términos mensuales en mayo, pero de no haberse implementado el programa, los préstamos habrían caído -0,8%, acentuando la contracción de la actividad económica del país, afectando a las grandes y medianas empresas, pero más gravemente a las pequeñas y microempresas. Reactiva Perú evitó que esto ocurriera (BCRP 2020b).

Esta misma opinión se observa en el Boletín de Prensa de EY, a propósito de los cambios en Reactiva Perú: “Los cambios aprobados para la segunda fase del programa Reactiva Perú permitirán a las empresas, especialmente microempresas, obtener liquidez en el corto plazo para seguir operando, no romper la cadena de pagos y cumplir con sus trabajadores y proveedores” (Sabogal 2020).

A partir de los hallazgos obtenidos y de la revisión de las fuentes secundarias, la respuesta a la pregunta sobre el programa Reactiva Perú y la liquidez de las bodegas es que este ha sido importante en aquellas bodegas que accedieron a este crédito, pues se le facilitaron recursos en condiciones ventajosas de tasas de interés y plazos que contribuyeron a mantener la liquidez y el funcionamiento del negocio en el contexto de crisis. Sin embargo, como se describió en el acápite 4.1.2, el programa no incluyó a la mayoría de las bodegas, aquellas que no eran clientes de entidades financieras o tenían dificultades con el sistema financiero.

4.2.2. Programa Reactiva Perú y la cadena de abastecimiento

La cadena de abastecimiento, llamada también cadena de suministro o *supply chain*, consiste en una función estratégica y logística que abarca todas las operaciones que permiten que un producto o mercancía llegue al cliente (AR Ranking s/f). La pandemia del COVID-19, así como las medidas de distanciamiento social que incluyó periodos de confinamiento en la gran mayoría de países, afectaron la cadena de abastecimiento de productos y mercancías a nivel global.

La pandemia originada en China ha provocado que todas las cadenas de suministro a nivel mundial se hayan visto afectadas, bien por falta de suministro de materias o bien por un retraso importante en las entregas de estas, especialmente en fabricantes y minoristas. La suspensión de actividades debido a la restricción de movimientos de los trabajadores está provocando un desabastecimiento de mercancía y materias primas en la mayoría de los sectores, así como graves problemas en el transporte de mercancías. (Grupo Generix 2020)

En el contexto señalado, es importante conocer cómo la crisis afectó el abastecimiento de productos que venden las bodegas, qué medidas adoptaron y en qué medida el programa Reactiva Perú contribuyó a mitigar la crisis. Como parte del análisis, se consultó a los conductores de bodegas (tanto a los que accedieron a Reactiva, como a los que no), así como al representante de la Asociación de Bodegueros sobre los efectos de la pandemia en el abastecimiento de productos. Entre los principales resultados recogidos se conoció que todos los conductores de bodegas presentaron problemas en el abastecimiento de diversos productos que venden. Todo ello se muestra en la Tabla 6.

Tabla 13: La pandemia y los efectos en el abastecimiento de las bodegas

Actor	Respuesta
Bodegas que accedieron al programa Reactiva	Los 4 conductores entrevistados de las bodegas que accedieron a Reactiva manifestaron haber tenido dificultades en el abastecimiento de productos. 2 de ellos precisaron que los vendedores no iban, 1 que lo obligaban a adquirir productos que no demandaba, 1 cobraba al contado.
Bodegas que no accedieron al programa Reactiva	Los 5 conductores entrevistados de las bodegas que NO accedieron a Reactiva manifestaron haber tenido dificultades en el abastecimiento de productos. 1 de ellos agregó el incremento de precios y 1 precisó que no iban los proveedores, <i>los pedidos se realizaban por teléfono o virtualmente.</i>
Asociación de Bodegueros del Perú	Los proveedores ya no brindan facilidades a las bodegas, le dan a crédito con un costo. Han eliminado a los vendedores, ahora todo es virtual y se presentan problemas con el uso de las plataformas para las bodegas. Ha sido más publicidad el apoyo de los proveedores a las bodegas.

Como se puede observar en la Tabla 13, los cuatro conductores entrevistados de las bodegas que accedieron a Reactiva manifestaron haber tenido dificultades en el abastecimiento de productos. Dos de ellos precisaron que los vendedores no iban. Uno de ellos indicó que lo obligaban a adquirir productos que no demandaba. Otro de ellos indicó que los proveedores cobraban al contado. Así mismo, los cinco conductores entrevistados de las bodegas que no accedieron a Reactiva manifestaron haber tenido dificultades en el abastecimiento de productos. Uno de

ellos agregó el incremento de precios y otro precisó que no iban los proveedores, sino que los pedidos se realizaban por teléfono o virtualmente.

El representante de la Asociación de Bodegueros opinó que “los proveedores ya no brindan facilidades a las bodegas, le dan a crédito con un costo. Han eliminado a los vendedores, ahora todo es virtual y se presentan problemas con el uso de las plataformas para las bodegas. Ha sido más publicidad el apoyo de los proveedores a las bodegas”. Por otro lado, se consultó fuentes secundarias. Salazar (2020) reporta problemas de abastecimiento:

Ante un público urgido por comprar productos de la canasta familiar básica, el abastecimiento de los bienes más demandados ha sido difícil. La falta de stock y dificultades de reabastecimiento incluso han llevado a muchos establecimientos a tener que cerrar (Salazar 2020).

De la revisión de fuentes secundarias se tuvo conocimiento de algunos programas, soluciones y facilidades para las bodegas ofrecidas por algunos proveedores de los principales productos que venden las bodegas. Por su parte, la empresa Backus creó la plataforma “Tienda Cerca”. En ella “los bodegueros del país pueden registrar su negocio en un directorio que cuenta con un sistema de geolocalización. Al mes de julio de 2020, se habían logrado conectar más de 100 mil bodegas con sus clientes” (Backus 2020). Sobre esta plataforma, la empresa Backus “en alianza con Scotiabank y el BBVA facilitarán el acceso al Programa REACTIVA de las bodegas registradas en la plataforma que soliciten créditos. Backus otorga la garantía que el estado no cubre. Al cierre de 2020, Backus indica un desembolso por más de S/ 16 millones en créditos para más de 2,000 clientes” (Backus 2021).

Por su parte, Alicorp implementó su programa Crecemos Juntos para apoyar la recuperación de los negocios de sus clientes. En el caso de bodegas, el programa se orientó a los 13,000 negocios en 15 ciudades del país, con el fin de apoyar su adecuación para la adopción de medidas de seguridad por medio de la instalación de señalética y ventanas de aislamiento (Alicorp 2021).

Sin embargo, todos los conductores entrevistados manifestaron NO haber recibido apoyo de los proveedores, lo que podría deducirse que la plataforma creada no sea considerada como apoyo y, más bien, manifiestan como dificultad o restricción el hecho de que durante la pandemia no iban los vendedores y se tenía que hacer los pedidos por la plataforma. Esta opinión coincide con lo manifestado por el

representante de la Asociación de Bodegueros mencionado en los párrafos precedentes.

A partir de los hallazgos respecto a las dificultades en el abastecimiento de productos por la pandemia, se plantea la pregunta “¿en qué medida el programa Reactiva Perú contribuyó a mitigarlas?” Esta pregunta se ha enfocado solamente en los conductores de bodegas que accedieron al programa Reactiva Perú. Es importante aclarar que el programa Reactiva Perú es un mecanismo para otorgar liquidez y apoyar al crédito, y su objeto no está orientado a atender directamente la cadena de suministro.

Los conductores entrevistados y el representante de la Asociación de Bodegueros mencionaron los problemas en el abastecimiento de productos y la falta de facilidades de los proveedores, quienes, inclusive, obligaban a adquirir productos que no demandaban las bodegas. El crédito de Reactiva Perú otorgó a las bodegas la liquidez para adquirir los productos y tener cierto nivel de *stock* para cubrirse del alza de precios, así como mejorar su capacidad de negociación frente a los proveedores, en el sentido de adquirir solo los productos requeridos y no aquellos que les imponían.

A partir de los hallazgos obtenidos, se considera que el programa Reactiva Perú ha sido importante para aquellas bodegas que accedieron a este crédito, al facilitarles recursos en condiciones ventajosas de tasas de interés y plazos que contribuyeron a mantener la liquidez y el funcionamiento del negocio en el contexto de crisis. Al facilitarles la liquidez a las bodegas, en medio de las restricciones en el abastecimiento de productos por la pandemia, Reactiva Perú ha permitido a las bodegas adquirir los productos y tener cierto nivel de *stock* para cubrirse del alza de precios, así como mejorar su capacidad de negociación frente a los proveedores, en el sentido de adquirir solo los productos requeridos y no aquellos que les imponían.

Sin embargo, como se mencionó en la pregunta anterior, el programa no incluyó la mayoría de las bodegas, aquellas que no eran clientes de entidades financieras o tenían dificultades con el sistema financiero. Se les excluyó, así, de la posibilidad de obtener recursos crediticios en condiciones ventajosas que les hubiesen permitido asegurar el abastecimiento de mercadería para la venta y tener capacidad de negociación con los proveedores.

De los hallazgos obtenidos, se puede **determinar** que, en la gran mayoría de las bodegas, la pandemia afectó las ventas y, por ende, la liquidez del negocio, además de verse afectada la cadena de abastecimiento. El crédito de Reactiva ha permitido a las bodegas que lo recibieron acceder a liquidez para adquirir los productos y tener cierto nivel de *stock* para cubrirse del alza de precios. Además, pudieron mejorar su capacidad de negociación frente a los proveedores, en el sentido de adquirir solo los productos requeridos y no aquellos que les imponían, en un contexto de restricciones en el abastecimiento de productos debido a la pandemia.

Por otro lado, ninguno de los conductores entrevistados indicaron haber recibido facilidades de los proveedores. Por el contrario, indicaron que las condiciones se endurecieron durante la pandemia. Indicaron no conocer los programas publicitados de los grandes proveedores. Ante estas limitaciones, resulta importante también que el Estado, a través del Ministerio de la Producción, complemente el programa con otros mecanismos y acciones para asegurar la cadena de abastecimiento de las bodegas, articulando esfuerzos con los proveedores y la Asociación de Bodegueros. Así podrán funcionar efectivamente los programas creados por los grandes proveedores como Backus y Alicorp en favor de las bodegas.

4.3. Mecanismos complementarios de apoyo a los pequeños negocios: uso de herramientas tecnológicas, capacitaciones y asesorías

La pandemia del COVID-19 y las medidas de inmovilización y distanciamiento social impulsaron a las empresas a adoptar nuevas formas y estrategias de los negocios. El uso de las herramientas digitales contribuyó a estos cambios. En el caso de las bodegas, durante la pandemia, se generalizó el uso de las billeteras digitales (Yape, Plin), que facilitaron las transacciones sin el contacto con los billetes y monedas, en un contexto de distanciamiento social y de temor de la población al contagio.

Como sostiene Acuña (2021), frente a la gravedad de la situación, “las bodegas desplegaron diversas estrategias para mantenerse, adoptando herramientas digitales para manejar los pedidos y las ventas entre sus clientes a través de aplicativos móviles y redes sociales” (Acuña 2021). El autor añade, además lo siguiente:

De esta manera, las ventas por WhatsApp y redes sociales como Facebook fueron una alternativa de solución para prevenir los contagios. Los bodegueros empezaron a diseñar sus bases de datos en cuadernos a mano, luego a ingresar la lista de clientes en sus smartphones, a llamarlos por celular, a recibir pedidos

y a entregarlos a domicilio (*delivery*) en carretillas o bicicletas a los hogares del vecindario. (Acuña 2021)

Por su parte, en el contexto de restricciones por la pandemia, las grandes empresas proveedoras de las bodegas desarrollaron plataformas virtuales para los pedidos, para enfrentar las restricciones en la atención presencial de los vendedores. Así mismo, las entidades de microfinanzas promovieron el uso de la plataforma virtual para facilitar las transacciones y suplir las restricciones en la atención presencial de los sectoristas en los momentos de mayor contagio y limitación en la circulación.

Si bien las bodegas adoptaron herramientas digitales en la gestión del negocio, como las billeteras digitales y el uso de las redes sociales, han tenido dificultades y cierta renuencia al uso de las plataformas virtuales desarrolladas por los proveedores y por las entidades financieras. Por ello, recurrimos a conceptos como competencias, capacidades y talento digital. Para efecto del presente estudio, consideramos que el concepto de talento digital integra al resto. Talento digital “son las competencias, capacidades y conocimientos que permite a las personas el uso y aprovechamiento de las tecnologías digitales en su vida diaria, así como para la producción de nuevas tecnologías en favor del bienestar social y económico del país (PCM s/f).

En el caso de las plataformas virtuales para las transacciones del negocio, los conductores de bodegas requerirían de ciertas competencias, habilidades y actitudes para el uso y aprovechamiento de estas herramientas digitales. No solo se requieren las competencias básicas para el uso de las billeteras digitales y redes sociales para el negocio. Por ello, es necesario el desarrollo del talento digital en los conductores para que aprovechen las ventajas de las tecnologías digitales en el negocio⁸.

En ese contexto se plantea la siguiente pregunta: ¿el programa Reactiva Perú promovió mecanismos complementarios de apoyo a los pequeños negocios, como el uso de las herramientas tecnológicas, asesorías y otros, para que las bodegas puedan potenciar las ventas sus productos y llegar al consumidor, durante la pandemia del COVID-19? Para ello, se ha organizado la información a través de dos variables:

- Uso de herramientas tecnológicas por parte de las bodegas

⁸ El impulso al talento y la educación digital está incluido en el eje 8 de la Política General de Gobierno para el periodo 2021-2026: “fortalecer la educación, el acceso al entorno digital, la inclusión y el talento digital en todas las personas, promoviendo alianzas con el sector privado” (PCM 2021)

- Capacitaciones, asesorías u otros mecanismos complementarios

4.3.1. Uso de herramientas tecnológicas por parte de las bodegas

Para abordar esta variable sobre el uso de herramientas tecnológicas por parte de los conductores de las bodegas, se consulta, en primer lugar, sobre el tipo de herramientas tecnológicas utilizadas por la bodega antes de la pandemia. Luego, se plantea la misma pregunta, pero a partir de la pandemia, a efectos de identificar el cambio producido. Entre los principales resultados se logró conocer que, a partir de la pandemia, los conductores de bodegas empezaron a utilizar en el negocio las herramientas tecnológicas como las billeteras digitales, y no antes de la pandemia, a pesar de que Yape y Plin fueron creadas en 2017 (Falcón 2020).

A continuación, se presenta un cuadro con las respuestas de los conductores de bodegas que accedieron al programa, así como la opinión de los bodegueros que no accedieron, pero que conocen de su existencia. La incorporación de la opinión de estos últimos pretende conocer diferencias en el uso de herramientas tecnológicas entre ambos grupos. Este tipo de información contribuye a encontrar los posibles vacíos que dificultan el acceso a estas herramientas.

Tabla 14: Uso de herramientas tecnológicas antes y durante la pandemia

Actor	Respuesta	
	Antes de la pandemia	Durante la pandemia
Conductores de bodegas que accedieron a Reactiva	3 conductores respondieron que no utilizaban herramientas tecnológicas en el negocio. 1 indicó que sí, pero solo POS	3 conductores indicaron que con la pandemia empezaron a utilizar herramientas tecnológicas para el negocio (2 indicaron Whatsapp-Yape, 1 Whatsapp-Yape- Plin) 1 ya venía utilizando antes de la pandemia
Conductores de bodegas que NO accedieron a Reactiva	4 conductores indicaron que no utilizaban herramientas tecnológicas en el negocio. 1 indicó que sí, pero que los clientes no utilizaban mucho	4 conductores indicaron que con la pandemia empezaron a utilizar herramientas tecnológicas para el negocio (2 Yape-Plin, 1 WhatsApp, Yape, Plin, Facebook y medios de pagos digitales). 1 ya venía utilizando antes de la pandemia

Elaboración propia

Como se puede observar en la Tabla 14, a la pregunta sobre el uso de herramientas tecnológicas en el negocio, siete de los conductores entrevistados (tres con Reactiva y cuatro sin Reactiva) indicaron que ha sido a partir de la pandemia que empezaron a utilizar herramientas como WhatsApp, Yape, Plin. Solo dos respondieron que antes

de la pandemia ya las estaban utilizando. Uno de ellos indicó que utilizaba el POS desde antes de la pandemia y el otro mencionó que antes de pandemia los clientes no lo utilizaban mucho.

En cuanto al uso de herramientas tecnológicas, no se presentan diferencias entre bodegas que accedieron a Reactiva y las que no. Ello podría explicarse por el uso extendido de las herramientas como Yape, Plin, WhatsApp, y no por la incidencia del programa respecto a las herramientas. También se preguntó a los conductores de bodega quién les facilitó las herramientas tecnológicas y si recibieron acompañamiento en su uso.

Tabla 15: Facilitación de las herramientas tecnológicas y acompañamiento en su uso

	Quién les facilitó las herramientas tecnológicas	Recibieron acompañamiento para su uso
Conductores de bodegas que accedieron a Reactiva	3 conductores indicaron que ellos mismos 1 indicó que sus hijos le facilitaron las herramientas	3 conductores indicaron que no recibieron acompañamiento 1 indicó que recibió acompañamiento de sus hijos
Conductores de bodegas que NO accedieron a Reactiva	4 conductores indicaron que ellos mismos 1 indicó que la entidad financiera le facilitó el POS	4 conductores indicaron que no recibieron 1 indicó que la entidad que le facilitó el POS le brindó orientación

Como se puede observar en la Tabla 15, a la pregunta sobre quién les facilitó las herramientas tecnológicas para su uso en el negocio, siete de los conductores entrevistados (tres con Reactiva y cuatro sin Reactiva) indicaron que ellos mismos obtuvieron las herramientas. Por su parte, un conductor que accedió a Reactiva respondió que fueron sus hijos quienes le facilitaron y un conductor sin Reactiva indicó que la entidad financiera le proporcionó el POS.

En la misma Tabla 15, a la pregunta sobre el acompañamiento recibido para el uso de las herramientas tecnológicas, siete de los conductores entrevistados (tres con Reactiva y cuatro sin Reactiva) indicaron no haber recibido acompañamiento alguno. Por su parte, un conductor que accedió a Reactiva respondió que recibió acompañamiento de sus hijos y un conductor sin Reactiva indicó que recibió orientación de la entidad que le proporcionó el POS.

De las respuestas a las preguntas formuladas a los conductores de bodegas, se puede colegir que, a partir de la pandemia, las bodegas incorporaron herramientas tecnológicas en la gestión del negocio, como WhatsApp y las billeteras digitales Yape y Plin, a los cuales accedieron directamente por el mismo conductor o familiar y sin necesidad de acompañamiento u orientación externa debido a la accesibilidad, simplicidad y funcionalidad de estas herramientas.

Sobre el aplicativo Yape, que fue lanzado en 2017, se reporta que, a finales de 2019 tenía 2 millones de usuarios (Studocu 2023). Con la pandemia COVID-19, se aceleró el crecimiento del aplicativo, porque empieza a convertirse en “una herramienta de negocios para microempresarios, donde ‘yo puedo cobrar Yape’ empieza a tomar fuerza” (Studocu 2023). Para los negocios pequeños que no contaban con POS, el aplicativo Yape les permite que no se pierda una venta y, además, se ahorra en comisiones (Studocu 2023). Adicionalmente a las entrevistas a los conductores de bodegas, se revisaron fuentes secundarias. Se obtuvo información de algunas herramientas tecnológicas para las bodegas, ofrecidas por algunos proveedores de los principales productos que venden las bodegas, como Backus y Alicorp, mencionados anteriormente.

Respecto a las plataformas de los proveedores, el representante de la Asociación de Bodegueros manifiesta que “han eliminado a los vendedores, pues ahora todo es virtual y se presentan problemas con el uso de las plataformas para las bodegas”⁹. A partir de ello, se podría inferir que hubo dificultades con las plataformas y renuencia a utilizarlas. Ello no se condice con la publicación de entidades como Backus, que indica que “al mes de julio de 2020, se habían logrado conectar más de 100 mil bodegas con sus clientes” (Backus 2020), refiriéndose a la plataforma Tienda Cerca. Adicionalmente, la empresa señala en su Memoria 2020 que, al cierre de ese año, se había desembolsado más de S/ 16 millones en créditos para más de 2000 clientes que habían registrado sus solicitudes de crédito Reactiva en la plataforma Tienda Cerca (Backus 2021).

Sin embargo, todos los conductores entrevistados manifestaron no haber recibido apoyo de los proveedores. De ello se deduce que la plataforma creada no fue considerada como apoyo y, más bien, manifiestan como dificultad o restricción el

⁹ Entrevista realizada como parte de la presente investigación a Andrés Choy, presidente de la Asociación de Bodegueros del Perú.

hecho que durante la pandemia no iban los vendedores y se tenía que hacer los pedidos por la plataforma. Esta opinión coincide con lo manifestado por el representante de la Asociación de Bodegueros.

De la misma manera, con relación a las plataformas de las entidades financieras, de las entrevistas se puede observar cierta renuencia a utilizar estas plataformas. Una conductora entrevistada que accedió a Reactiva manifiesta que prefiere realizar los pagos de la cuota en el agente en lugar de hacerlo por la plataforma virtual, lo que muestra la renuencia y cierta desconfianza hacia esta herramienta.

Esta opinión de la conductora coincide con el comentario de uno de los funcionarios de la entidad financiera, quien señala que “Mibanco facilitó un aplicativo para el pago, pero los clientes prefieren el pago presencial, en agencias o agentes”. Otro de los funcionarios manifestó que “la entidad (Caja Arequipa) facilitó el aplicativo, pero los conductores no confían”.

Si bien es un importante avance en la digitalización en el negocio de las bodegas el uso de herramientas como las billeteras digitales y redes sociales, es importante también que las bodegas avancen en la adopción de las herramientas tecnológicas relacionadas con los procesos del negocio. Este es el caso de las plataformas virtuales de los proveedores para efectuar los pedidos de mercadería, o las plataformas de las entidades financieras para los pagos.

En el siguiente apartado se responde a la pregunta ¿el programa Reactiva Perú promovió mecanismos complementarios de apoyo a los pequeños negocios, como el uso de las herramientas tecnológicas, asesorías y otros, para que las bodegas puedan potenciar las ventas sus productos y llegar al consumidor, durante la pandemia del COVID-19?

4.3.2. Capacitaciones, asesorías u otros mecanismos complementarios

Como se describió en el capítulo II, las bodegas pertenecen al estrato de la microempresa, que tienen como características principales: a) limitada preparación en la gestión de empresas; b) escaso uso de tecnología en los diferentes procesos de producción, comercialización, distribución y control de inventarios y c) limitaciones para acceder a mayores montos de préstamos (Avalio, Mesones y Roca 2011). Esta última característica se abordó en la pregunta sobre el acceso a Reactiva Perú, por

lo que en este acápite nos referiremos a la atención de las dos primeras restricciones a través de la capacitación, asesorías y otros mecanismos. Para ello, se consultó a los conductores de bodegas sobre el tipo de capacitación y/o asesoría que recibieron.

Tabla 16: Capacitación y asesoría recibida

	Tipo de capacitación o asesoría recibida
Conductores de bodegas que accedieron a Reactiva	4 conductores indicaron no haber recibido ninguna capacitación ni asesoría.
Conductores de bodegas que NO accedieron a Reactiva	3 conductores manifestaron haber recibido capacitación: 1 en gestión de negocio y 2 en protocolos sanitarios ¹⁰ . 2 conductores indicaron no haber recibido ninguna capacitación ni asesoría.

Elaboración propia

Como se puede observar en la Tabla 16, los cuatro conductores entrevistados que accedieron a Reactiva respondieron no haber recibido durante la pandemia ninguna capacitación ni asesoría. De los conductores que no accedieron a Reactiva, tres manifestaron que sí recibieron capacitación (uno en gestión de negocios y dos en protocolos sanitarios¹¹) y dos indicaron que no recibieron ninguna capacitación ni asesorías.

De las respuestas respecto a la capacitación y asesorías recibidas durante la pandemia, se puede determinar que ningún conductor entrevistado manifestó haber recibido capacitación ni asesoría en el uso de las plataformas virtuales. Ello podría revelar el limitado esfuerzo desplegado por los proveedores y entidades financieras en promover en las bodegas el uso de las herramientas, pero también puede revelar la reticencia de los conductores frente a estas herramientas.

Ante la pregunta “¿el programa Reactiva Perú, promovió mecanismos complementarios de apoyo a los pequeños negocios, como el uso de las herramientas tecnológicas, asesorías y otros, para que las bodegas puedan potenciar las ventas sus productos y llegar al consumidor, durante la pandemia del COVID-19?”, se puede determinar que no se ha podido evidenciar orientaciones, ni iniciativas

¹⁰ Según Alicorp el Programa Crecemos Juntos apoyó a los negocios en la adopción de medidas de seguridad a través de la implementación de señalética y la instalación de ventanas de aislamiento (Alicorp 2020)

¹¹ Ver programa de Alicorp

concretas del programa Reactiva Perú, ni directamente, ni a través de las entidades financieras operadoras, ni con alianzas con otras entidades.

Ciertamente, en la Ley General del Bodeguero, Ley N.º 30877 y su Reglamento, se dispone que Produce, los gobiernos regionales y locales deben ofrecer capacitación y asistencia técnica a los bodegueros, en temas de comercio electrónico, sistemas de gestión digital, uso de TIC, herramientas tecnológicas para mejorar su competitividad. Además, en la política 8 del eje de la Política General de Gobierno para el periodo 2021-2026, se establece “fortalecer la educación, el acceso al entorno digital, la inclusión y el talento digital en todas las personas, promoviendo alianzas con el sector privado” (PCM 2021).

A manera de resumen, a partir de los hallazgos obtenidos y de la revisión de las fuentes secundarias, se da respuesta a la pregunta 3 sobre el uso de las herramientas tecnológicas, asesorías y otros, para que las bodegas puedan potenciar las ventas sus productos y llegar al consumidor durante la pandemia del COVID-19:

- Con relación al uso de herramientas tecnológicas en el negocio, la mayoría de los conductores de bodegas entrevistados indicaron que ha sido a partir de la pandemia que empezaron a utilizar herramientas como WhatsApp, Yape, Plin, a las que accedieron directamente por el mismo conductor o familiar sin necesidad de acompañamiento u orientación externa debido a la accesibilidad, simplicidad y funcionalidad de estas herramientas. En este aspecto, no se presentan diferencias entre bodegas que han accedido a Reactiva de las que no, lo que podría explicarse por el uso extendido de las herramientas como Yape, Plin, WhatsApp, y no por la incidencia del programa respecto a las herramientas.
- Por tanto, se considera un importante avance en la digitalización del negocio de las bodegas el uso de herramientas como las billeteras digitales y redes sociales, que responden a las necesidades de sus clientes y a las que han accedido directamente sin capacitación ni asesoría. También se considera importante las iniciativas de las empresas proveedoras y entidades financieras, el desarrollo de plataformas virtuales para gestionar los pedidos y pagos, en un contexto de restricciones de circulación de las personas.

- Sin embargo, por las opiniones de los conductores entrevistados y de los representantes de la Asociación de Bodegueros y de las propias entidades financieras, se puede determinar que ha habido dificultades con las plataformas virtuales y renuencia de los conductores de bodegas a utilizarlas.
- Al respecto, se considera importante superar estas dificultades, a fin de que las bodegas avancen en la adopción de las herramientas tecnológicas relacionadas con los procesos del negocio, tales como las plataformas virtuales de los proveedores para efectuar los pedidos de mercadería, o las plataformas de las entidades financieras para los pagos. Sin embargo, los conductores entrevistados manifiestan que no recibieron capacitación ni asesoría en el uso de las plataformas virtuales. Ello podría estar revelando el limitado esfuerzo desplegado por los proveedores y entidades financieras en promover en las bodegas el uso de las herramientas, pero también puede revelar la reticencia de los conductores frente a estas herramientas y/o restricciones por la pandemia.
- De las respuestas de los conductores y representantes de las entidades entrevistadas y de la revisión de fuentes secundarias, no se ha podido evidenciar orientaciones, ni iniciativas concretas del programa Reactiva Perú, ni directamente, ni a través de las entidades financieras operadoras, ni de alianzas con otras entidades para promover la sensibilización, capacitación y asesorías a los conductores de bodegas en el uso de las herramientas tecnológicas relacionadas con los procesos del negocio, tales como las plataformas virtuales de los proveedores para efectuar los pedidos de mercadería, o las plataformas de las entidades financieras para los pagos.
- En primer lugar, corresponde a las empresas proveedoras y entidades financieras facilitar el uso de las herramientas desarrolladas, las cuales deben ser funcionales a las necesidades de los conductores y no solo a las empresas, priorizando en su diseño aspectos como usabilidad y calidad en uso con la finalidad de ser lo más amigables posible para facilitar su uso por los conductores de las bodegas. En segundo lugar, es importante la sensibilización a los conductores respecto a las ventajas en la adopción de las plataformas, disipando las dudas respecto a su funcionamiento y seguridad. Luego de la sensibilización se deberá desplegar un programa de

capacitación y acompañamiento en el uso de las plataformas, y dar cumplimiento a lo dispuesto en la Ley General del Bodeguero 30877 y su Reglamento en cuanto a capacitación y asistencia técnica en uso de herramientas tecnológicas. De esta manera se estará avanzando en el impulso al Talento y la Educación digital, que es parte del eje 8 de la Política General de Gobierno para el periodo 2021-2026: “Fortalecer la educación, el acceso al entorno digital, la inclusión y el talento digital en todas las personas, promoviendo alianzas con el sector privado” (PCM 2021).

4.4. Percepción de los conductores de las bodegas de Lima Metropolitana sobre la intervención del programa Reactiva Perú y de sus operadores durante la pandemia del COVID-19

4.4.1 Percepción de los conductores de las bodegas de Lima Metropolitana sobre la intervención del programa Reactiva Perú y de sus operadores durante la pandemia del COVID-19

Previamente, se analizaron los mecanismos de difusión del programa Reactiva Perú. También se analizó si se facilitó la liquidez de las bodegas y la cadena de abastecimiento, y se identificó si se promovió mecanismos complementarios como el uso de herramientas tecnológicas, asesorías y otros. Corresponde, a continuación, conocer y analizar la percepción de los conductores de las bodegas de Lima Metropolitana sobre la intervención del programa Reactiva Perú y de sus operadores durante la pandemia del COVID-19.

Para ello se preguntó a los conductores de las bodegas su opinión sobre los requisitos de acceso, costos, plazos, beneficios para el negocio, así como las facilidades de la entidad financiera operadora. La consulta se focalizó en aquellas bodegas que accedieron al programa Reactiva Perú. En el caso de los requisitos de acceso, la opinión de los cuatro conductores fue unánime al considerar que los requisitos del programa Reactiva son accesibles:

“Son accesibles. No pensé que me iban a otorgar el crédito”.

“Son accesibles porque yo siempre he trabajado con créditos”.

“Son accesibles. Yo soy cliente (2)”.

Con relación a los costos, los cuatro conductores entrevistados opinaron que el interés del crédito es favorable:

“El interés es bajo: 5%”.

“El interés es favorable”

“El interés es muy bueno (2)”.

Las condiciones favorables a las que hacen referencia los conductores entrevistados se pueden constatar con información del Banco Central de Reserva. En efecto, el Reporte del BCRP (2020) señala, con relación al programa Reactiva Perú, que “las empresas más pequeñas son las que más han visto reducidas sus tasas de interés, a niveles muy por debajo de sus promedios históricos” (BCRP 2020). Así, en el caso de los créditos a las microempresas, la tasa de interés pasó de 32.6% a 7.2% (BCRP 2020).

En cuanto a los plazos, tres conductores manifestaron que son adecuados y muy favorables, pues se les da hasta 36 meses, incluyendo un periodo de gracia de hasta 12 meses. No obstante, una de las conductoras entrevistadas opinó que “es muy largo el periodo de pago y, para ese entonces, ya habré gastado el crédito recibido”. Los cuatro conductores de bodegas entrevistados manifestaron que el crédito Reactiva Perú les ayudó en los momentos difíciles. Uno de ellos precisó que el crédito “le ayudó a adquirir productos para enfrentar el alza de precios”.

Estas opiniones favorables de los conductores de las bodegas entrevistados respecto al programa Reactiva Perú coinciden con las apreciaciones de los funcionarios de las entidades financieras operadoras. Ellos señalaron que “es muy conveniente para el negocio debido a la baja tasa de interés y un plazo amplio para el repago”. En efecto, como se detalló en el capítulo II, las condiciones de Reactiva Perú fueron muy favorables para las bodegas en términos de costos y plazo. Como sostiene el funcionario entrevistado de Mibanco: “Los intereses fueron bajos. En el caso de Mibanco, fue de 2.23%”. Los plazos fueron muy favorables, hasta 36 meses, incluyendo un periodo de gracia de hasta 12 meses.

Como se señaló en los apartados 4.1 y 4.2., Reactiva Perú favoreció a los negocios que ya están insertados en el sistema financiero, al operar a través de las entidades financieras, quienes priorizaron la atención de sus clientes. Al no contar el programa

con una estrategia para atender a los negocios que no están insertados en el sistema financiero, se limitó el acceso a los beneficios de Reactiva Perú.

Al respecto, el Reporte del BCRP (2020) pareciera contradecir lo señalado, al indicar que el programa Reactiva contribuyó a la inclusión crediticia al atender a 32,804 nuevos créditos, de los cuales 16,989 no habían tenido créditos en los últimos 2 años (inclusión crediticia por Reactiva) y 15,815 correspondieron a créditos en nuevas entidades (BCRP 2020). Sin embargo, este número de créditos representa solo el 6% del total de 544,317 créditos otorgados en 2020 (COFIDE 2021).

Tabla N.º 17: Reactiva. Otorgamiento de nuevos créditos

Tipo de entidad	Inclusión crediticia por reactiva	Créditos reactiva en nuevas entidades	Total nuevos créditos
Bancos	9,044	13,538	22,582
Financieras	2,869	18	2,887
Cajas Municipales	4,366	2,130	6,496
Cajas Rurales	710	129	839
Total nuevos crédito:	16,989	15,815	32,804

Fuente: BCRP (2020)

En cuanto a la percepción sobre las entidades financieras, los conductores entrevistados manifestaron haber recibido información clara y directa de sus asesores e indicaron que fue rápido el proceso de aprobación del crédito.

Finalmente, ante la pregunta sobre qué recomendaciones plantearían para mejorar Reactiva, todos los conductores entrevistados respondieron “que haya otro Reactiva”. Con ello se confirma la favorable opinión manifestada sobre las condiciones de los créditos por parte de las bodegas que los recibieron. En el caso de los funcionarios de las entidades financieras entrevistadas, el funcionario entrevistado de la Caja Arequipa recomendó “superar las restricciones a las entidades operadoras, como la restricción de las compras de cartera y de exigir que primero se cancele Reactiva”. Por su parte, el representante de la Asociación de Bodegueros del Perú planteó ampliar el monto de los créditos por cuanto resulta insuficiente para atender las restricciones de la pandemia.

Adicionalmente a las entrevistas a los conductores de bodegas, funcionarios de entidades financieras y representante de la Asociación de Bodegueros del Perú, se revisaron fuentes secundarias. A partir de ello, planteamos algunas recomendaciones sobre el programa Reactiva Perú.

Al respecto, es importante destacar que algunas de las objeciones y recomendaciones que se hicieron a las condiciones iniciales establecidas en el Decreto Legislativo N.º 1455 que creó programa Reactiva Perú el 6 de abril de 2020, fueron recogidas posteriormente en el Decreto Supremo N.º 124-2020-EF el 27 de mayo de 2020 (Reactiva II o fase II). Así, en los considerandos de esta última norma, se señala la necesidad de priorizar el financiamiento de las microempresas, ampliando para este segmento el monto máximo de crédito y estableciendo condiciones más flexibles (MEF 2020a).

Otra de las objeciones que se hizo a Reactiva I fue el límite a la cobertura establecido para el crédito, equivalente a la venta de un mes, que resultaba insuficiente dada la extensión de la cuarentena (Ramírez 2020).

Esta objeción al programa fue recogida en el Decreto Supremo N.º 124-2020-EF, aprobado el 27 de mayo de 2020 (Reactiva II o Fase II). Se estableció incrementar el límite de la cobertura establecido para el crédito, pasando de 1 mes a 3 meses. Otro de los aspectos observados a la primera fase de Reactiva Perú fue el requisito para el acceso al crédito:

Asimismo, con relación al monto de la deuda coactiva ante SUNAT la restricción respecto al límite para que las empresas puedan acceder al programa, el Decreto Supremo No. 124-2020-EF (Reactiva II) estableció que “las empresas no deben tener deudas tributarias administradas por la Sunat, por periodos anteriores al 2020, exigibles en cobranza coactiva por un monto mayor a 1 UIT (S/4,300) al momento de solicitar el crédito a la Empresa del Sistema Financiero” (MEF 2020a).

A manera de resumen, a partir de lo expuesto sobre la percepción de los actores entrevistados y la revisión de fuentes secundarias sobre el programa Reactiva Perú, se considera que las condiciones de los créditos del programa Reactiva Perú han sido favorables en términos de costo. Al reducirse la tasa de interés, principalmente en el caso de los créditos a las microempresas, se pasó de un promedio de 32.6% a 7.2%. Además, se estableció un plazo de hasta 36 meses, incluyendo un periodo de

gracia de hasta 12 meses. Esta opinión coincide con la percepción favorable de los conductores de bodegas y funcionarios de las entidades financieras entrevistados.

También se considera importante las mejoras introducidas al programa a poco más de un mes de creado. Se recogen algunas de las objeciones y recomendaciones sobre las condiciones iniciales, tales como “la ampliación del límite de cobertura de la garantía hasta un monto equivalente a tres meses de ventas promedio mensual del 2019 (anteriormente, era un mes)” (Sabogal 2020).

El programa superó algunas de las restricciones iniciales de acceso y de las condiciones establecidas, que permitieron la atención a 411,871 microempresas (ver acápite 4.1.2). Sin embargo, mantuvo las restricciones de acceso a aquellas que tenían dificultades en el sistema financiero, al establecer como requisito el estar clasificadas, a febrero de 2020, en la categoría “normal” o “con problemas potenciales” (CPP), en la central de riesgo de la SBS. Se considera en la categoría “normal” a las empresas que no tienen ninguna clasificación en los últimos 12 meses (MEF 2020a). De esta manera, se excluyó del beneficio del programa a las empresas con dificultades en el sistema financiero, en momentos en que requerían de mayor apoyo frente el impacto del COVID-19.

En resumen, a partir de los hallazgos obtenidos y la revisión de las fuentes secundarias, se considera que las condiciones de los créditos del programa Reactiva Perú fueron favorables en términos de costo y plazo. Ello está en coherencia con el objetivo para el cual fue creado: “facilitar el acceso de las empresas a capital de trabajo, para asegurar la continuidad en la cadena de pagos y del negocio ante el impacto del COVID-19” (MEF 2020a). Esta opinión coincide con la percepción favorable de los conductores de bodegas y funcionarios de las entidades financieras entrevistados.

Sin embargo, a pesar de las mejoras introducidas al programa en su segunda fase y pese a enfocarse en las microempresas, se excluyó a aquellas que se encontraban en situación de mayor vulnerabilidad por tener dificultades en el sistema financiero y que requerían de mayor apoyo frente al impacto del Covid-19. A través de Reactiva Perú, el Estado garantizaba hasta el 98% en el caso de las microempresas. Por ello, hubiese sido recomendable que la mayor cobertura se otorgue a aquellas microempresas no clientes de las entidades financieras. Además, se pudo permitir el

acceso a aquellas microempresas con dificultades en el sistema financiero. Se pudo evaluar, inclusive, el incremento de la cobertura de garantía para estas últimas, modificando para ello las condiciones establecidas en Reactiva II. Ello hubiese permitido que más bodegas accedan a los beneficios de Reactiva para mantener sus negocios.

Se recomienda también que el programa evalúe la factibilidad de incluir al sector informal, como propone Ramírez (2020):

las circunstancias actuales han evidenciado aún más las carencias de nuestro país, y la gran magnitud de la economía informal o paralela que existe, y que se está viendo catastróficamente perjudicada con la declaratoria de emergencia. [...] En este sentido, será pues una gran oportunidad para el Estado, proponer que el programa Reactiva Perú también sea extendido a los informales, consiguiendo que dichos informales mediante una amnistía se trasladen al campo de la formalidad; lo cual generará no solo beneficios directos de inyección de financiamiento a dicho sector sino beneficios de largo aliento a favor del Estado. (Ramírez 2020)

En general, se trata de brindar a todos los negocios las mismas oportunidades de acceso a los beneficios de un programa del Estado tan importante como Reactiva Perú. Este movilizó recursos equivalentes al 8% del PBI, para dar liquidez a las empresas en un contexto de paralización de la economía por efecto de la pandemia y evitar su quiebra.

Con toda la información expuesta, y a manera de síntesis, se responde a la pregunta general “¿cuál ha sido el aporte del programa Reactiva Perú, para que los pequeños negocios como las bodegas en Lima Metropolitana se logren mantener en el 2020, durante la pandemia del COVID-19?”:

- De acuerdo con el objetivo de creación del programa, el crédito de Reactiva Perú otorgó a las bodegas que lo recibieron la liquidez en el corto plazo, en condiciones muy favorables en costo y plazo. De esta forma, se facilitó el capital de trabajo para asegurar que se continúe la cadena de pagos y del negocio ante el impacto del Covid-19 (Poder Ejecutivo 2020b). Esta opinión coincide con la percepción favorable de los conductores de bodegas y funcionarios de las entidades financieras entrevistados. El crédito Reactiva ha permitido también a las bodegas que accedieron al programa mejorar su capacidad de negociación frente a los proveedores, en un contexto de restricciones en el abastecimiento de productos debido a la pandemia.

- Para el programa Reactiva Perú, las entidades financieras operadoras, especialmente las entidades de microfinanzas fueron su principal mecanismo de difusión para llegar a las bodegas que son sus clientes. A través de los asesores de créditos, brindaron información directa y personalizada que ha sido bien valorada por los conductores de las bodegas que accedieron al programa. Sin embargo, la información del programa no se difundió adecuadamente en las bodegas que no son clientes de las entidades financieras, lo cual limitó su acceso. Los medios de comunicación se enfocaron en los problemas sanitarios y, en menor medida, a la difusión de mecanismos como Reactiva Perú.
- Por ello, de acuerdo con los hallazgos obtenidos, han sido las bodegas clientes de las entidades financieras las que han accedido a Reactiva Perú, mientras que las bodegas que no son clientes no han tenido las mismas oportunidades de acceso, debido a las limitaciones de la difusión. A partir de las entrevistas realizadas a los representantes de las entidades financieras operadoras y de la Asociación de Bodegueros del Perú, se puede inferir que las condiciones establecidas por el programa Reactiva limitaron el acceso de aquellas MYPE con dificultades en el sistema financiero.
- Respecto al uso de herramientas tecnológicas, se considera como un importante avance en la digitalización del negocio de las bodegas el uso de las billeteras digitales y redes sociales, a las que han accedido directamente, sin capacitación ni asesorías. Sin embargo, es importante también que las bodegas adopten herramientas tecnológicas relacionadas con los procesos del negocio, tales como las plataformas virtuales de los proveedores para efectuar los pedidos de mercadería, o las plataformas de las entidades financieras para los pagos. Al respecto, no se ha podido evidenciar orientaciones, ni iniciativas concretas del programa Reactiva Perú, ni directamente, ni a través de las entidades financieras operadoras, ni de alianzas con otras entidades, en la línea de “fortalecer la educación, el acceso al entorno digital, la inclusión y el talento digital en todas las personas, promoviendo alianzas con el sector privado” (PCM 2021).

De los hallazgos obtenidos, se plantea los siguientes alcances:

- Ante las limitaciones al acceso a bodegas con dificultades en el sistema financiero, y, considerando que, a través de Reactiva Perú el Estado garantizaba hasta el 98% en el caso de las microempresas, la mayor cobertura debió otorgarse a aquellas microempresas no clientes de las entidades financieras. Se pudo permitir el acceso a aquellas microempresas con dificultades en el sistema financiero. Se pudo evaluar, inclusive, el incremento de la cobertura de garantía para estas últimas, modificando para ello las condiciones establecidas en Reactiva II. Ello hubiese permitido que más bodegas accedan a los beneficios de Reactiva para mantener el negocio.
- Teniendo en cuenta las limitaciones de los mecanismos de difusión utilizados por el programa, resulta importante la activación de otros mecanismos como la difusión entre los mismos bodegueros. Ello generaría una comunicación directa a partir de la información de aquellos que accedieron al programa y que transmitan a sus pares sus propias experiencias, en cuanto a las condiciones de acceso, tal como ha sucedido con algunos conductores que se enteraron del programa a través de bodegueros clientes de entidades financieras. Esta difusión entre las bodegas sería una buena iniciativa de la Asociación de Bodegueros, aunque, lamentablemente, no es conocida por los actores consultados. Por ello, es importante el fortalecimiento de este gremio, como parte de las políticas de promoción de la asociatividad que debería emprender el Ministerio de la Producción.
- Se ha mencionado el limitado esfuerzo desplegado por los proveedores y entidades financieras en promover en las bodegas el uso de las plataformas virtuales, así como las reticencias de los conductores frente a estas herramientas. En primer lugar, corresponde a las empresas proveedoras y entidades financieras facilitar el uso de las herramientas desarrolladas, las cuales deben ser funcionales a las necesidades de los conductores y no solo a las empresas, priorizando en su diseño aspectos como usabilidad y calidad en uso con la finalidad de ser lo más amigables posible para facilitar su uso por los conductores de las bodegas. En segundo lugar, es importante la sensibilización a los conductores respecto a las ventajas en la adopción de las plataformas, disipando las dudas respecto a su funcionamiento y seguridad. Luego de la sensibilización, se deberá desplegar un programa de

capacitación y acompañamiento en el uso de las plataformas. Para ello es importante que la Secretaría de Gobierno y Transformación Digital, de la Presidencia del Consejo de Ministro, en tanto ente rector de la política de transformación digital en el país, articule los esfuerzos de las empresas, el sector educación y la Asociación de Bodegueros del Perú en el fortalecimiento de las competencias digitales, en el marco de la política 8 Política General de Gobierno para el periodo 2021-2026: “fortalecer la educación, el acceso al entorno digital, la inclusión y el talento digital en todas las personas, promoviendo alianzas con el sector privado” (PCM 2021



CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Mecanismos de difusión que utilizó Reactiva Perú para promover que los pequeños negocios como las bodegas accedan al programa durante la pandemia del COVID-19

Teniendo en cuenta que el programa opera a través de entidades financieras, es importante que los beneficios no se limiten a los clientes de estas entidades y puedan extenderse también a otras empresas, especialmente microempresas como las bodegas que no son clientes. Para ello, es importante que estos últimos cuenten con la información del programa y puedan tener la posibilidad de acceder a este. A diferencia de los clientes de las entidades financieras, que tienen la facilidad de ser informados de los beneficios del programa por las propias entidades, los no clientes no cuentan con esta facilidad. Por ello, resulta importante conocer los mecanismos de difusión del programa Reactiva para que estas empresas accedan a la información y, por ende, al programa. En un contexto de restricciones por las medidas sanitarias, que plantea ciertos desafíos en la comunicación, se refuerza la importancia de conocer los mecanismos de difusión utilizados por el programa Reactiva.

5.1.1. Mecanismos de difusión que utilizó Reactiva Perú

De los hallazgos obtenidos, se puede determinar que, para el programa Reactiva Perú, las entidades financieras operadoras, especialmente las entidades de “microfinanzas” fueron su principal mecanismo de difusión para llegar a las bodegas que son sus clientes. A través de los asesores de créditos brindaron información directa y personalizada que ha sido bien valorada por los conductores de las bodegas que accedieron al programa.

Si a lo anterior se añade que los medios de comunicación han estado enfocados en los problemas sanitarios y, en menor medida a la difusión de mecanismos como Reactiva Perú, se puede inferir que la información del programa no se difundió adecuadamente a las bodegas que no son clientes de las entidades financieras, lo que limitó su acceso.

5.1.2. Acceso de los pequeños negocios como las bodegas al Programa durante la pandemia del COVID-19

Una de las principales restricciones de las microempresas, segmento al que pertenece la mayoría de las bodegas, es el acceso al crédito. Considerando que el programa Reactiva Perú fue creado como un mecanismo de reactivación que formó parte del Plan Económico del Perú frente al Covid-19¹², es importante analizar el acceso de las bodegas al programa Reactiva Perú. De acuerdo con los hallazgos obtenidos, han sido las bodegas clientes de las entidades financieras las que han accedido a Reactiva Perú. Por otro lado, las bodegas que no son clientes no han tenido las mismas oportunidades de acceso, debido a las limitaciones de la difusión. A partir de las entrevistas realizadas a los representantes de las entidades financieras operadoras y de la Asociación de Bodegueros del Perú, se puede inferir que las condiciones establecidas por el programa Reactiva Perú limitaron el acceso de aquellas MYPE con dificultades en el sistema financiero.

5.2. Programa Reactiva Perú, la liquidez y cadena de abastecimiento de las bodegas en Lima Metropolitana durante la pandemia

5.2.1. Liquidez de las bodegas en Lima Metropolitana y el Programa Reactiva Perú

El programa Reactiva Perú fue creado como un mecanismo del Estado para brindar liquidez y apoyar al crédito, evitar que se interrumpa la cadena de pagos y otorgar liquidez al sistema financiero. De los hallazgos obtenidos, se puede determinar que, en la gran mayoría de las bodegas, la pandemia afectó las ventas y, por ende, la liquidez del negocio, tanto en las bodegas que accedieron a Reactiva Perú, como aquellas que no, debido a las restricciones de circulación de las personas, los horarios limitados y los menores ingresos de la población que atienden las bodegas. A pesar de ello, al igual que las farmacias, no tuvieron restricciones para continuar funcionando, inclusive en el periodo más restrictivo del confinamiento. Las pocas bodegas que pudieron mantener e, inclusive, incrementar sus ventas fueron aquellas que diversificaron sus productos priorizando los de mayor demanda por la COVID-19.

El crédito de Reactiva Perú otorgó, a las bodegas que lo recibieron, la liquidez en el corto plazo en condiciones muy ventajosas de costo y plazos para enfrentar los efectos de la pandemia sobre las ventas e ingresos. Ha sido un shock de liquidez que

¹² Actualizado al 31 de diciembre de 2020.

brindó a los conductores de bodegas una mayor capacidad de negociación frente a los proveedores, en el sentido de poder adquirir solo los productos requeridos y no aquellos que les imponían los proveedores, en un contexto de restricciones en el abastecimiento de productos debido a la pandemia.

5.2.2. Programa Reactiva Perú y la cadena de abastecimiento

En ese contexto, de los hallazgos obtenidos, se puede colegir que, durante la pandemia, los conductores de bodegas (los que accedieron y no accedieron a Reactiva Perú) presentaron problemas en el abastecimiento de diversos productos que venden. También se puede determinar que las bodegas no recibieron facilidades de los proveedores. Por el contrario, las condiciones se endurecieron en el contexto estudiado. El crédito Reactiva Perú permitió a las bodegas mejorar su capacidad de negociación frente a los proveedores como se mencionó en el acápite precedente.

También se pudo determinar que los conductores de bodegas no conocían los programas de apoyo publicitados de los grandes proveedores y, más bien, manifestaron como dificultad o restricción el hecho de que, durante la pandemia, no iban los vendedores y se tenía que hacer los pedidos por la plataforma virtual. Por ello, esta herramienta no es considerada por los conductores de las bodegas, ni por la Asociación de Bodegueros, como un apoyo, sino como parte de las dificultades.

5.3. Mecanismos complementarios de apoyo a los pequeños negocios: uso de herramientas tecnológicas, capacitaciones y asesorías

Debido a las medidas de inmovilización y distanciamiento social por la pandemia del COVID-19, las empresas se vieron impulsadas a adoptar nuevas formas y estrategias de los negocios, en las cuales el uso de las herramientas digitales contribuyó a estos cambios.

5.3.1. Uso de herramientas tecnológicas por parte de las bodegas

De los hallazgos obtenidos, se considera como un importante avance en la digitalización del negocio que, a partir de la pandemia, se incorporen el uso de herramientas como las billeteras digitales Yape y Plin y las redes sociales. A estas accedieron directamente por el mismo conductor o familiar, sin necesidad de acompañamiento u orientación externa debido a la accesibilidad, simplicidad y funcionalidad de estas herramientas. También se considera importante las iniciativas de las empresas proveedoras y entidades financieras, el desarrollo de plataformas

virtuales para gestionar los pedidos y pagos, en un contexto de restricciones de circulación de las personas.

Sin embargo, a partir de los hallazgos obtenidos, se puede determinar que hubo dificultades y renuencia de los conductores de bodegas a usar otras herramientas digitales relacionadas con los procesos del negocio, tales como las plataformas virtuales de los proveedores para efectuar los pedidos de mercadería, o las plataformas de las entidades financieras para los pagos. A pesar de las dificultades señaladas, sin embargo, todos los conductores entrevistados manifestaron no haber recibido apoyo de los proveedores. De ello puede deducirse que las plataformas virtuales creadas por los proveedores no sean consideradas como apoyo y, más bien, manifiestan como dificultad o restricción el hecho de que, durante la pandemia, no iban los vendedores y se tenía que hacer los pedidos por la plataforma. Esta opinión coincide con lo manifestado por el representante de la Asociación de Bodegueros mencionado en los párrafos precedentes. De la misma manera, con relación a las plataformas de las entidades financieras, de las entrevistas se puede observar cierta renuencia y desconfianza a utilizar esta plataforma.

Capacitaciones, asesorías u otros mecanismos complementarios

A pesar de las dificultades señaladas en el uso de las plataformas virtuales en la gestión del negocio de la bodega, ningún conductor entrevistado manifiesta haber recibido capacitación ni asesoría en el uso de las plataformas virtuales en los procesos de pedidos de mercadería y de pagos. Ello podría estar revelando el limitado esfuerzo desplegado por los proveedores y entidades financieras en promover en las bodegas el uso de las herramientas, pero también puede revelar la reticencia de los conductores frente a estas herramientas.

Tampoco se ha podido evidenciar orientaciones, ni iniciativas concretas del programa Reactiva Perú, ni directamente, ni a través de las entidades financieras operadoras, ni de alianzas con otras entidades para promover la sensibilización, capacitación y asesorías a los conductores de bodegas para que adopten las herramientas tecnológicas relacionadas con los procesos del negocio. Este es el caso de las plataformas virtuales de los proveedores para efectuar los pedidos de mercadería, y las plataformas de las entidades financieras para los pagos.

A pesar de no evidenciarse dichas iniciativas para adoptar herramientas tecnológicas, la Ley General del Bodeguero, Ley N.º 30877, y su Reglamento se dispone que Produce, los gobiernos regionales y locales, brinden capacitación y asistencia técnica a los bodegueros en cuanto a comercio electrónico, sistemas de gestión digital, uso de tecnologías de información y servicios tecnológicos para mejorar competitividad (Ministerio de la Producción 2020). Además, en la política 8 eje de la Política General de Gobierno para el periodo 2021-2026, se establece “fortalecer la educación, el acceso al entorno digital, la inclusión y el talento digital en todas las personas, promoviendo alianzas con el sector privado” (PCM 2021).

5.4. Percepción de los conductores de las bodegas de Lima Metropolitana sobre la intervención del programa Reactiva Perú y de sus operadores durante la pandemia del COVID-19

5.4.1. Percepción de los conductores de las bodegas de Lima Metropolitana sobre la intervención del programa Reactiva Perú y de sus operadores durante la pandemia del COVID-19

Luego de analizar los mecanismos de difusión del programa Reactiva Perú, así como de determinar si facilitó la liquidez de las bodegas y la cadena de abastecimiento, e identificar si promovió mecanismos complementarios como el uso de herramientas tecnológicas, asesorías y otros, se consultó a los actores sobre su percepción sobre la intervención del programa Reactiva Perú y de sus operadores durante la pandemia del COVID-19.

A partir de los hallazgos obtenidos y la revisión de las fuentes secundarias, se considera que las condiciones de los créditos del programa Reactiva Perú fueron muy favorables en términos de costo y plazo. Ello se da en coherencia con el objetivo para el cual fue creado, de facilitar el acceso de las empresas a capital de trabajo, para asegurar la continuidad en la cadena de pagos y del negocio ante el impacto del COVID-19. Esta opinión coincide con la percepción favorable de los conductores de bodegas y funcionarios de las entidades financieras entrevistados.

Las condiciones favorables a las que hacen referencia los conductores entrevistados se pueden constatar con información del Banco Central de Reserva (2021), que señala que “las tasas de interés de las empresas más pequeñas son las que más han visto reducidas, a niveles muy por debajo de sus promedios históricos” (BCRP

2021). Así, en el caso de los créditos a las microempresas, la tasa de interés pasó de 32.6% a 7.2%. De la misma manera, los plazos de los créditos del programa fueron muy favorables, hasta 36 meses con un periodo de gracia de 12 meses. Con relación a la percepción sobre las entidades financieras, los conductores entrevistados manifestaron haber recibido información clara y directa de sus asesores e indicaron que fue rápido el proceso de aprobación del crédito.

El programa superó algunas de las restricciones iniciales de acceso y de las condiciones establecidas, que permitió la atención a 411,871 microempresas (ver acápite 4.1.2). Sin embargo, mantuvo las restricciones de acceso a aquellas que tenían dificultades en el sistema financiero, al establecer como requisito el estar clasificadas, a febrero de 2020, en la categoría “normal” o “con problemas potenciales” (CPP), en la central de riesgo de la SBS. Se considera en la categoría “normal” a las empresas que no tienen ninguna clasificación en los últimos 12 meses (MEF 2020a). De esta manera, se excluyó del beneficio del programa a las empresas que se encontraban en situación de mayor vulnerabilidad por tener dificultades en el sistema financiero y que requerían de mayor apoyo frente el impacto del COVID-19.

Asimismo, a pesar de las mejoras introducidas al programa en su segunda fase y enfocarse en las microempresas, Reactiva Perú favoreció a los negocios que ya estaban insertados en el sistema financiero, al operar a través de las entidades financieras. Estas priorizaron la atención de sus clientes, y al no contar el programa con una estrategia para atender a los negocios que no están insertados en el sistema financiero, se limitó su acceso a los beneficios de Reactiva Perú.

El programa Reactiva Perú contribuyó a la inclusión crediticia al atender a 32,804 nuevos créditos, de los cuales 16,989 no habían tenido créditos en los últimos 2 años (inclusión crediticia por Reactiva Perú) y 15,815 correspondieron a créditos en nuevas entidades (BCRP 2021). Sin embargo, este número de créditos representa solo el 6% del total de 544,317 créditos otorgados en 2020 (COFIDE 2021).

Recomendaciones

Para la formulación de las recomendaciones se ha organizado las conclusiones en torno a tres ejes: mecanismos de difusión para que las bodegas accedan al programa; medidas para ampliar el acceso de las bodegas al crédito Reactiva que brinde liquidez a las bodegas y, finalmente, recomendaciones para ampliar el uso de

herramientas tecnológicas, capacitaciones y asesorías. El eje sobre la percepción sobre el programa se ha incorporado de manera transversal en los otros tres. De esta manera, se trata de brindar una propuesta integral y coherente para que el programa Reactiva Perú brinde a todos los negocios las mismas oportunidades de acceso a los beneficios de un programa del Estado tan importante como Reactiva Perú que movilizó recursos equivalentes al 8% del PBI, para dar liquidez a las empresas en un contexto de paralización de la economía por efecto de la pandemia.

5.5. Mecanismos de difusión para promover que los pequeños negocios como las bodegas accedan al programa Reactiva Perú

5.5.1. Con relación a los mecanismos de difusión, **se recomienda** que las entidades financieras operadoras, especialmente las entidades de microfinanzas, sigan siendo uno de los principales mecanismos de difusión para llegar, a través de los asesores de créditos, a las bodegas. De esta forma, podrán brindar información directa y personalizada que ha sido bien valorada por los conductores de las bodegas que accedieron al programa. Para ello será necesario que el programa Reactiva Perú priorice la asignación de los mayores recursos a las entidades de microfinanzas, que son quienes despliegan este modelo de negocio de atención a las microempresas como las bodegas.

Al respecto, es importante tener en cuenta que, a pesar de las dificultades por la pandemia en el año 2020, las colocaciones del sistema microfinanciero crecieron en 9.4%, de S/ 49,825 millones en 2019 a S/ 54,517 millones en el 2020, según el Reporte de la Asociación de Instituciones de Microfinanzas en el Perú (ASOMIF Perú 2020). Se recomienda que la Asociación de Instituciones de Microfinanzas en el Perú (ASOMIF Perú) lidere la propuesta ante el Ministerio de Economía y Finanzas, por cuanto agrupa a Cajas Rurales de Ahorro y Crédito, las EDPYMES, Financieras Especializadas en Microfinanzas, Cajas Municipales, Mibanco, Alfin Banco y FOGAPI y COFIDE.

5.5.2. Ante las limitaciones de los mecanismos de difusión utilizados por el programa para llegar a las bodegas que no son clientes de las entidades financieras, se recomienda la activación de otros mecanismos como la difusión entre los mismos bodegueros. Así podrán permitir una comunicación directa a partir de la información de aquellos que accedieron al programa y que transmitan a sus pares sus propias experiencias, en cuanto a las condiciones de acceso, tal

como ha sucedido con algunos conductores que se enteraron del programa a través de bodegueros clientes de entidades financieras. Se sugiere liderar esta difusión entre las bodegas a la Asociación de Bodegueros. Por ello, es importante el fortalecimiento de este gremio, como parte de las políticas de promoción de la asociatividad que debe emprender el Ministerio de la Producción. Esto es en el marco del Reglamento de la Ley de Bodegas, que establece, en su artículo 9, que “PRODUCE, a través de asesorías y apoyo técnico, promueve la asociatividad y difunde información sobre sus beneficios, a efectos de fortalecer la representatividad de los bodegueros para que puedan acceder a mejores condiciones de negociación frente a actores públicos y privados” (Decreto Supremo 010-2020-PRODUCE).

5.6. Acceso de las bodegas al programa Reactiva Perú que asegure la liquidez del negocio

- 5.6.1. Como se mencionó, las bodegas que tienen dificultades en el sistema financiero tuvieron limitaciones al acceso al programa. Considerando que, a través de Reactiva Perú, el Estado garantiza hasta el 98% en el caso de los créditos de menor monto relacionados principalmente con las microempresas, se recomienda que la mayor cobertura debería otorgarse a aquellas microempresas no clientes de las entidades financieras. Además, se debe permitir el acceso a aquellas microempresas con dificultades en el sistema financiero, evaluando inclusive el incremento de la cobertura de garantía para estas últimas, modificando para ello las condiciones establecidas en Reactiva II. Ello permitirá que más bodegas accedan a los beneficios de Reactiva para mantener el negocio.

Para tal efecto, se propone la modificación del Decreto Supremo N.º 124-2020-EF:

- ampliando el acceso al programa a las bodegas en la categoría 2 (deficiente hasta 60 días de atraso) y 3 (dudoso hasta 120 días de atraso) de la clasificación de la SBS y
- estableciendo que el porcentaje de 90% a 98% de garantía se otorgue a las empresas no clientes de las entidades financieras.

Esta iniciativa de modificación del Decreto Supremo debe ser promovida por la Asociación de Bodegueros, entidad que deberá organizar mesas de trabajo con

el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), la Superintendencia de Banca Seguros y AFP (SBS), COFIDE y la Asociación de Instituciones de Microfinanzas.

5.6.2. Se recomienda también que el programa evalúe la factibilidad de incluir al sector informal, el más desprotegido ante los embates de la crisis por el COVID-19 y propiciar su formalización. A este segmento el programa podría garantizar la mayor cobertura y, evaluar la posibilidad de que, dentro del plazo de cancelación del crédito Reactiva Perú (36 meses), se cumpla con un plan de formalización que debe ser asistido por el Programa Nacional Tu Empresa del Ministerio de la Producción, que tiene como función brindar asistencia técnica en formalización y constitución de empresas.

Se trata de brindar a todos los negocios las mismas oportunidades de acceso a los beneficios de un programa del Estado tan importante como Reactiva Perú, que movilizó recursos equivalentes al 8% del PBI, para dar liquidez a las empresas en un contexto de paralización de la economía por efecto de la pandemia y evitar su quiebra.

5.7. Uso de herramientas tecnológicas, capacitaciones y asesorías

Considerando el importante avance en la digitalización del negocio, el uso de herramientas tecnológicas como las billeteras digitales Yape y Plin y las redes sociales, a los cuales accedieron directamente por el mismo conductor o familiar y sin necesidad de acompañamiento u orientación externa debido a la accesibilidad, simplicidad y funcionalidad de estas herramientas, se recomienda lo siguiente:

5.7.1. En primer lugar, se recomienda promover que las empresas proveedoras y entidades financieras consideren en el desarrollo de plataformas virtuales para el uso de las bodegas, y en general de los pequeños negocios, los atributos de accesibilidad, simplicidad y funcionalidad de estas herramientas. Para ello, pueden priorizar en su diseño aspectos como usabilidad y calidad en uso con la finalidad de ser lo más amigables posible para facilitar su uso por los conductores de las bodegas. Esta inducción deberá realizarla el Programa Nacional Tu Empresa del Ministerio de la Producción en el marco de lo establecido por la Ley General del Bodeguero y su reglamento. Para tal

efecto, deberá convocar a la Secretaría de Gobierno y Transformación Digital para que brinde la asistencia técnica especializada.

- 5.7.2. En segundo lugar, se recomienda el despliegue de una campaña de sensibilización a los conductores respecto a las ventajas en la adopción de las plataformas. Es necesario que las mismas entidades disipen las dudas respecto a su funcionamiento y seguridad. Luego de la sensibilización, se deberá desplegar un programa de capacitación y acompañamiento en el uso de las plataformas. Se plantea que la Secretaría de Gobierno y Transformación Digital de la Presidencia del Consejo de Ministros —en tanto ente rector de la política de transformación digital en el país— y el Ministerio de la Producción —encargado de la implementación de los servicios establecidos en la Ley General de Bodegueros y su reglamento— articulen los esfuerzos de las empresas y la Asociación de Bodegueros del Perú en el fortalecimiento de las competencias digitales. Se sugiere que brinden a los bodegueros la capacitación y asistencia técnica, señalados en el Reglamento de la Ley en materia de Comercio electrónico, sistemas de gestión digital, uso de herramientas de tecnologías de información, servicios tecnológicos para mejorar sus niveles de competitividad, en el marco de la política 8 Política General de Gobierno para el periodo 2021-2026: “fortalecer la educación, el acceso al entorno digital, la inclusión y el talento digital en todas las personas, promoviendo alianzas con el sector privado” .

CAPÍTULO VI

PROPUESTA DE MEJORA

A partir de los hallazgos encontrados, es importante que el lanzamiento de un nuevo programa Reactiva Perú, anunciado recientemente por el Gobierno, incorpore mejoras en las condiciones de acceso. Se plantea que estas mejoras brinden a todos los negocios las mismas oportunidades de acceso a los beneficios de un programa del Estado que moviliza ingentes recursos para dar liquidez a las empresas en el actual contexto de recesión de la economía. Para ello se plantea que la mayor cobertura debería otorgarse a aquellas microempresas no clientes de las entidades financieras. Además, se recomienda permitir el acceso a aquellas microempresas con dificultades en el sistema financiero, evaluando inclusive el incremento de la cobertura de garantía para estas últimas, modificando para ello las condiciones establecidas en Reactiva II. Ello permitirá que más bodegas accedan a los beneficios de Reactiva para mantener el negocio.

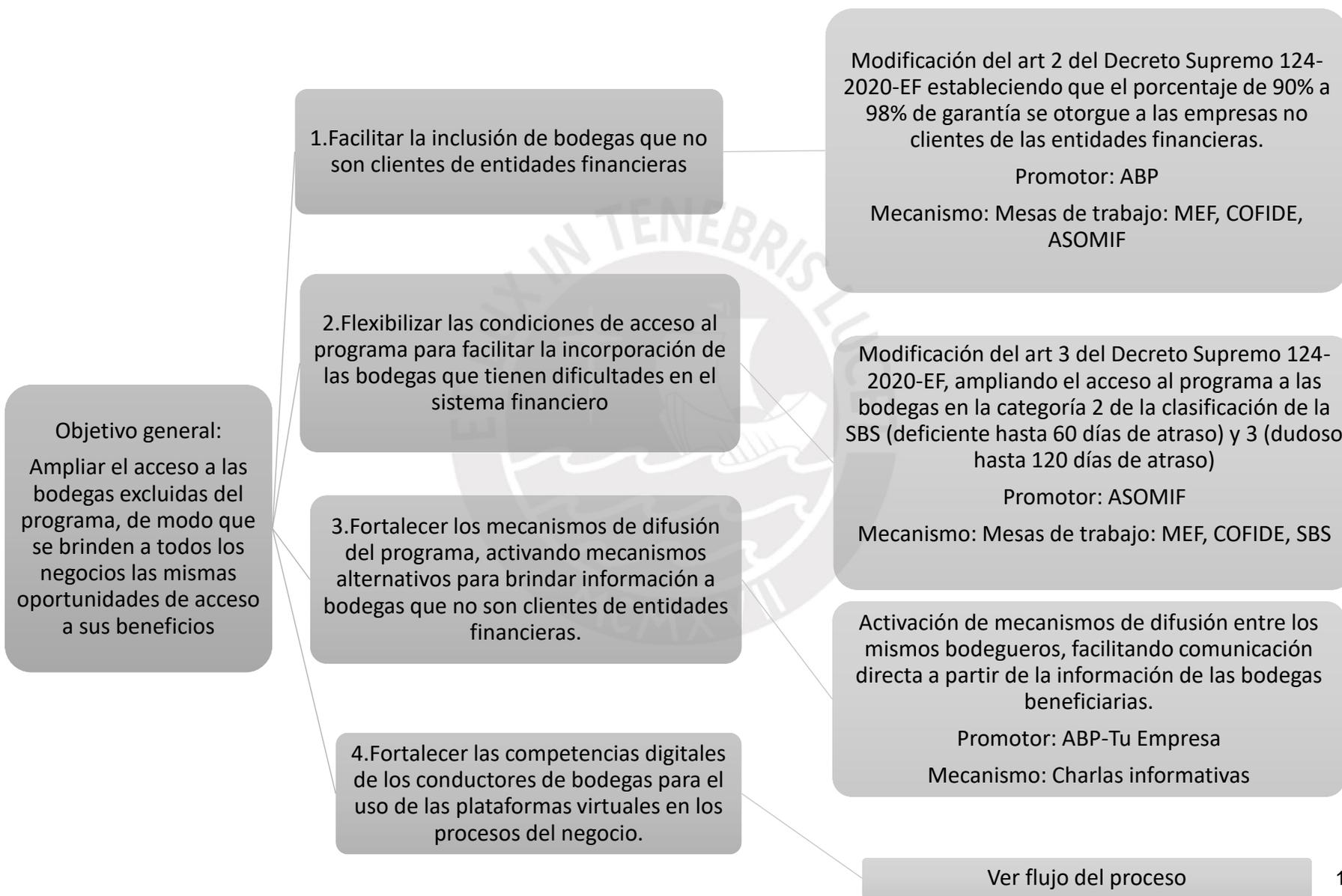
Objetivo de la propuesta:

Ampliar el acceso a Reactiva Perú a las bodegas excluidas del programa, de modo que se brinden a todos los negocios las mismas oportunidades de acceso a sus beneficios.

Objetivos específicos:

1. Facilitar la inclusión de bodegas que no son clientes de entidades financieras
2. Flexibilizar las condiciones de acceso al programa para facilitar la incorporación de las bodegas que tienen dificultades en el sistema financiero
3. Fortalecer los mecanismos de difusión del programa, activando mecanismos alternativos para brindar información a bodegas que no son clientes de entidades financieras
4. Fortalecer las competencias digitales de los conductores de bodegas para el uso de las plataformas virtuales en los procesos del negocio

PROPUESTA DE MEJORA



FLUJO DEL PROCESO DEL OBJETIVO ESPECÍFICO 4



A continuación, se desarrolla la propuesta de mejora:

Objetivo específico 1: Facilitar la inclusión de bodegas que no son clientes de entidades financieras.

Problema	Aspectos	Actores que participan
Exclusión de bodegas que no son clientes de entidades financieras	Modificación del Decreto Supremo N° 124-2020-EF del programa Reactiva Perú, estableciendo que el porcentaje de 90% a 98% de garantía se otorgue a las empresas no clientes de las entidades financieras.	Promotor: Asociación de Bodegueros del Perú Organización de mesas de trabajo Actores: Ministerio de Economía y Finanzas, Superintendencia de Banca, Seguro y AFP, COFIDE y la Asociación de Instituciones de Microfinanzas en el Perú

Objetivo específico 2: Flexibilizar las condiciones de acceso al programa para facilitar la incorporación de las bodegas que tienen dificultades en el sistema financiero.

Problema	Aspectos	Actores que participan
Exclusión a bodegas con dificultades en el sistema financiero	Modificación del Decreto Supremo N° 124-2020-EF, ampliando el acceso al programa a las bodegas en la categoría 2 (deficiente hasta 60 días de atraso) y 3 (dudoso hasta 120 días de atraso) de la clasificación de la SBS.	Promotor propuesto: Asociación de Instituciones de Microfinanzas en el Perú. Organización de mesas de trabajo Actores: Ministerio de Economía y Finanzas, Superintendencia de Banca y Seguro, COFIDE,

Objetivo específico 3: Fortalecer los mecanismos de difusión del programa, activando mecanismos alternativos a través de alianzas estratégicas con el Programa Nacional Tu Empresa del Ministerio de la Producción y la Asociación de Bodegueros del Perú

Problema	Aspectos	Actores que participan
Limitaciones de los mecanismos de difusión utilizados por el programa para llegar a las bodegas que no son clientes de las entidades financieras, limitando por ello su acceso.	Facilitar a los conductores de bodegas la información directa por parte de los beneficiarios de Reactiva Perú sobre los requisitos y condiciones del programa, a través de la articulación entre la Asociación de Bodegueros y el programa Nacional Tu Empresa	Promotor: Asociación de Bodegueros del Perú Charlas informativas Actor: Programa Nacional Tu Empresa

Objetivo específico 4: Fortalecer las competencias digitales de los conductores de bodegas para el uso de las plataformas virtuales en los procesos del negocio.

Problema	Aspectos	Actores que participan
<p>Dificultades y reticencia de las bodegas para el uso de plataformas digitales en los procesos del negocio.</p>	<p>En primer lugar, se promoverá que las empresas proveedoras y entidades financieras consideren en el desarrollo de plataformas virtuales para el uso de las bodegas, y en general de los pequeños negocios, los atributos de accesibilidad, simplicidad y funcionalidad de estas herramientas, priorizando en su diseño aspectos como usabilidad y calidad en uso con la finalidad de ser lo más amigables posible para facilitar su uso por los conductores de las bodegas. Esta inducción deberá realizarla el Programa Nacional “Tu Empresa” del Ministerio de la Producción en el marco de lo establecido por la Ley General del Bodeguero y su reglamento. Para tal efecto deberá convocar a la Secretaría de Gobierno y Transformación Digital para que brinde la asistencia técnica especializada.</p> <p>En segundo lugar, se recomienda el despliegue de una campaña de sensibilización a los conductores respecto a las ventajas en la adopción de las plataformas, disipando las dudas respecto a su funcionamiento y seguridad, a cargo de las mismas entidades de la primera acción. Luego de la sensibilización se deberá desplegar un programa de capacitación y acompañamiento en el uso de las plataformas. Se plantea que la Secretaría de Gobierno y Transformación Digital, de la Presidencia del Consejo de Ministros, en tanto ente rector de la política de transformación digital en el país, y el Ministerio de la Producción encargado de la implementación de los servicios establecidos en la Ley General de Bodegueros y su reglamento, articulen los esfuerzos de las empresas y la Asociación de Bodegueros del Perú en el fortalecimiento de las competencias</p>	<p>Promotor propuesto: Programa Nacional Tu Empresa</p> <p>Actores: Secretaría de Gobierno y Transformación Digital, empresas proveedoras, entidades financieras, Asociación de Bodegueros</p>

Problema	Aspectos	Actores que participan
	<p>digitales, brindando capacitación y asistencia técnica a los bodegueros. Esto se enmarca en la política 8 de la Política General de Gobierno para el periodo 2021-2026: “fortalecer la educación, el acceso al entorno digital, la inclusión y el talento digital en todas las personas, promoviendo alianzas con el sector privado”.</p> <p>Asimismo, se espera que la Secretaría de Gobierno y Transformación Digital, de la Presidencia del Consejo de Ministro, en tanto ente rector de la política de transformación digital en el país, y el Ministerio de la Producción encargado de la implementación de los servicios establecidos en la Ley General de Bodegueros y su reglamento, articulen los esfuerzos de las empresas, el sector educación y la Asociación de Bodegueros del Perú en el fortalecimiento de las competencias digitales, en el marco de la política 8 de la Política General de Gobierno para el periodo 2021-2026.</p> <p>De esta manera se estará avanzando en el impulso al talento y la educación digital, que es parte del eje 8 de la Política General de Gobierno para el periodo 2021-2026.</p>	

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALVARADO, Javier y Francisco GALARZA

- 2002 *Los fondos de garantía para el acceso al crédito en el Perú: alcances y limitaciones. Lima. Centro Peruano de Estudios Sociales CEPES.*

ASOCIACIÓN DE COMUNICADORES SOCIALES CALANDRIA

- 2021 *Manual para periodistas. Nuevas maneras de informar y comunicar de la COVID-19.*
[https://issuu.com/calandriaperu/docs/manual_para_periodistas-comunicar_sobre_covid19/s/15831152.](https://issuu.com/calandriaperu/docs/manual_para_periodistas-comunicar_sobre_covid19/s/15831152)

ASOCIACIÓN DE INSTITUCIONES DE MICROFINANZAS (ASOMIF PERÚ)

- 2021 *Resumen ejecutivo 2020.*

ACUÑA, Elba

- 2018 Larga vida a las bodegas. *ANDA News*. Lima, número 176, 36-37.
- 2021 Emprendimiento y resiliencia: Caso de las bodegas de barrio en el Perú. *Revista Desde el Sur*. Lima, volumen 13, número 1, Lima. 2021.

ALARCO, Germán y César CASTILLO

- 2022 *COVID-19. Desempleo, Desigualdad y precarización en Perú 2020-2030.* Fundación Oxfam Intermón.

ALICORP

- 2020 *Noticias ALICORP.* Consulta: 9 de abril de 2023.
<https://www.alicorp.com.pe/pe/es/noticias/alicorp-presenta-programa-crecemos-juntos/>
- 2022 *La bodega Fernandito crece gracias a DíaDía*
<https://www.alicorp.com.pe/pe/es/historia/la-bodega-fernandito-crece-gracias-a-diadia/>

AR RAKING

s/f *Cadena de suministro o supply chain: qué es y características.*
Consulta: 7 de julio de 2023.
<https://www.ar-racking.com/pe/>

AVOLIO, Beatrice, Alfonso MESONES y Edwin ROCA

2011 *Factores que limitan el crecimiento de las micro y pequeñas empresas en el Perú. Revista Strategia.* Lima, número 22.

BACKUS

2020 *Tienda cerca.* Consulta: 9 de abril de 2023.
<https://www.backus.pe/tienda-cerca>.

2021 *Memoria 2020.*
https://www.backus.pe/sites/g/files/seuoyk181/files/202104/Memoria%20Anual%202020_BK.pdf.

BANCO MUNDIAL

s/f *Financiamiento para Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES). Mejorar el acceso de las pymes a la financiación y encontrar soluciones innovadoras para desbloquear fuentes de capital.*
Consulta: 12 de mayo de 2023
<https://www.worldbank.org/en/topic/sme/finance>

BANCO CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ

2020 *Reporte de inflación septiembre 2020. El programa Reactiva.*

2021 *Memoria 2020.*

BBVA

s/f *¿Qué es y cómo calcular la ratio de liquidez en una empresa?*
Consulta: 06/11/2023.
<https://www.bbva.com/es/salud-financiera/que-es-y-como-calcular-la-ratio-de-liquidez-en-una-empresa/>

CAF. BANCO DE DESARROLLO DE AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

2020 *Los fondos de garantía como herramienta para salvar a las mipymes.*
Consulta: 06 de setiembre de 2023

<https://www.caf.com/es/conocimiento/visiones/2020/04/los-fondos-de-garantia-como-herramienta-para-salvar-a-las-mipymes/>

CEPAL

- 2009 *Manual de la micro, pequeña y mediana empresa.* San Salvador: GTZ.
- 2020 *Informe sobre el impacto económico en América Latina y el Caribe de la enfermedad por coronavirus (COVID-19).* Santiago de Chile.
- 2021 *Estudio económico de América Latina y el Caribe.* Santiago de Chile.
- 2022 *Estudio económico de América Latina y el Caribe.* Santiago de Chile.

CMF. PORTAL EDUCATIVO DE LA COMISIÓN PARA EL MERCADO FINANCIERO

- s/f *Los fondos de garantía como herramienta para salvar a las mipymes. Consulta: 06 de setiembre de 2023*
<https://www.cmfchile.cl/educa/621/w3-article-27447.html>

COFIDE

- 2021 *Memoria anual 2020.*
- 2022 *Memoria anual 2021.*

COLMENAREJO ROSA

- 2016 *Enfoque de capacidades y sostenibilidad. Aportaciones de Amartya Sen y Martha Nussbaum. Ideas y Valores. España.*

CONGRESO DE LA REPÚBLICA

- 2006 *Ley N° 28874. Ley que Regula la Publicidad Estatal.* Lima, 15 de agosto.
- 2018 *Ley N° 30877 (2018). Ley General de Bodegueros.* Lima, 5 de diciembre.

CRAIGHEAD, C., KETCHEN, D., y DARBY, J.

2020 *Pandemics and supply chain management research: Toward a theoretical toolbox. Decision Sciences*, 51, 4, pp. 838-866.

DESCO

2020 *Los pesos del COVID-19 en los noticieros televisivos.*
<http://www.desco.org.pe/los-pesos-del-covid-19-en-los-noticieros-televisivos>

DOMÍNGUEZ, Yaneth

2022 *La regulación del programa Reactiva Perú como actividad dispensadora de ayudas pública.* Tesis para obtener el título de abogado. Lima: Universidad de Piura.

EDIX

2022 *La alfabetización digital.*
<https://www.edix.com/es/instituto/alfabetizacion-digital/#:~:text=La%20alfabetizaci%C3%B3n%20digital%20es%20la,a%20trav%C3%A9s%20de%20medios%20digitales>

ELEMENTAL COMUNICACIONES

s/f *Diferencias entre medio y canal de comunicación.* Consulta: 15 de junio de 2023.
<https://www.elementalcomunicaciones.com/nosotros/>.

EL PERUANO

2020 *Cuadernillo de Normas Legales del 15 de marzo de 2020.*

FALCÓN, Héctor

2020 *Análisis de la estrategia digital en redes sociales de Yape para posicionarse en el público peruano.* Trabajo para optar por el grado de bachiller en Comunicaciones. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola.

GRADE

2001 *Estrategia y racionalidad de la pequeña empresa. Lima.*

GRUPO GENERIX

- 2020 *COVID-19 y sus impactos en la cadena de suministro*. Consulta: 11 de julio de 2023.
<https://www.generixgroup.com/es/blog/covid-19-impacto-cadena-suministro>

HIDALGO, Ana

- 2022 *Análisis del programa Reactiva Perú y su implicancia en la economía nacional*. Trabajo de suficiencia profesional para optar título de economista. Lima: Universidad de Piura.

INDAVERA, Leandro

- 2017 *El enfoque de las capacidades, la capacidad de búsqueda de información y el autoaprendizaje*. Universidad Nacional de Entre Ríos. *Ciencia, Docencia y Tecnología*, vol. 28, núm. 54.
<https://www.redalyc.org/journal/145/14551170010/html/>

INSTITUTO PERUANO DE ECONOMÍA

- 2020 *Índice de competitividad regional 2020*.

INEI

- 2008 *Censo económico 2008*.
2021^a *Directorio central de empresas y establecimientos 2019*.
2021^b *Estructura Empresarial 2019*.

IPSOS PERÚ

- 2014 *IPSOS. Perfil de la bodega y el bodeguero*.

LOZANO, Víctor

- 2021 *Bodegas: el sustento diario de las poblaciones vulnerables*. *El Peruano*. Lima, 2 de febrero.
<https://elperuano.pe/noticia/114534-bodegas-el-sustento-diario-de-las-poblaciones-vulnerables>

MECANISMOS DE DESARROLLO ALTERNO (MDA)

- 2015 *Estudio sobre bodegas en Lima. Importancia y perfil socioeconómico de las bodegas de Lima y determinación del impacto del entorno normativo y competitivo y principales recomendaciones para promover las bodegas.*

MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS

- 2020a *Decreto Supremo N.º 124-2020-EF. Lima, 28 de mayo.*
- 2020b *Plan Económico del Perú frente al Covid 19. Consulta: 2 de abril de 2023.*
<https://www.mef.gob.pe/planeconomicocovid19/>
- s/f *Programa de garantías Reactiva Perú. Consulta: 2 de abril de 2023.*
https://www.mef.gob.pe/es/?option=com_content&language=es-ES&Itemid=102665&lang=es-ES&view=article&id=6429
- 2001c *Sobre la Necesidad de Reformar el Sistema de Garantías y Facilitar el Acceso al Crédito - CAPITULO IV. Consulta: 08 de setiembre de 2023*
https://www.mef.gob.pe/es/?option=com_content&language=es-ES&Itemid=101004&view=article&catid=297&id=2138&lang=es-ES

MINISTERIO DE LA PRODUCCIÓN

- 2020 *Decreto Supremo N.º 010-2020-PRODUCE. Lima, 13 de mayo.*

MINISTERIO DE SALUD

- 2023 *Centro Nacional de Epidemiología, Prevención y Control de Enfermedades. Sala Covid. Consulta: 7 de abril de 2023.*
<https://www.dge.gob.pe/covid19.html>

MORALES, Arturo, José Antonio MORALES y Fidel ALCOCER

- 2014 *Administración financiera. México D.F.: Editorial Patria*

ÑOPO, Hugo y Miguel JARAMILLO

- 2020 *Impacto del COVID-19 sobre economía peruana. Revista Economía de la Universidad Nacional Autónoma de México. México D.F., vol. 17, núm. 51, 136-146.*

OMS

s/f *WHO Coronavirus (COVID-19). Consulta 7 de abril del 2023*
<https://covid19.who.int/region/euro/country>

OPS/OMS

2020 *Informes N.º 1. Respuesta de la OPS.*

2021 *Covid-19. Respuesta de la OPS/OMS. 11 de enero del 2021.*
Informe Nº40

ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS (ONU)

2015 *Objetivos de Desarrollo Sostenible. Consulta: 23 de mayo de 2023.*
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

ORTIZ, Flor

2006 *Gestión de la innovación tecnológica en PYME. Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación CTS+I*

PROGRAMA DE LAS NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO (PNUD)

2009 *Desarrollo de capacidades: Texto básico del PNUD. Nueva York*

PODER EJECUTIVO

2020a *Decreto de Urgencia N.º 006-2020. Lima, 9 de enero.*

2020b *Decreto Legislativo N.º 1455. Lima, 6 de abril.*

PRESIDENCIA DEL CONSEJO DE MINISTROS

2020^a *Decreto Supremo N.º 044-2020-PCM. Lima, 15 de marzo.*

2020b *Decreto Supremo N.º 080-2020-PCM. Lima, 2 de mayo.*

2021 *Decreto Supremo N.º 164-2021-PCM. Lima, 16 de octubre.*

s/f *Talento digital. Plataforma digital única del Estado peruano.*
Consulta: 14 de mayo de 2023.
<https://www.gob.pe/institucion/pcm/tema/talento-digital>.

RAMÍREZ, Natalia

2020 Comentarios al programa Reactiva Perú. *Estudio Murillo*. Consulta: 16 de abril de 2023.
<https://estudiomurillo.net/comentarios-al-programa-reactiva-peru/>.

SABOGAL, María del Pilar

2020 Boletín de prensa. *EY*. Lima, 6 de junio. Consulta: 16 de abril de 2023.
https://www.ey.com/es_pe/news/2020/06/cambios-programa-reactiva-peru.

SALAZAR, Ana

2020 Una realidad alterna: los bodegueros en el Perú. *Agencia Press Noticias*. Consulta: 30 de junio de 2023.
<https://agenciapressnoticias.com/2020/06/16/una-realidad-alterna-los-bodegueros-en-el-peru/>

STUDOCU

2023 *Yape*. Consulta: 23 de julio de 2023.
<https://www.studocu.com/pe/document/instituto-superior-sise/cuidado/yape xxx/30247257>.

SUNKEL, Guillermo, Daniela TRUCCO y Andrés ESPEJO

2013 *La integración de las tecnologías digitales en las escuelas de América Latina y el Caribe Una mirada multidimensional*. CEPAL. Santiago de Chile.

TOVAR, María Teresa

2022 *Investigación en Gerencia Social 1*. Décima cuarta edición. Lima Pontificia Universidad Católica del Perú – Escuela de Posgrado, Maestría en Gerencia Social – modalidad semipresencial.

UNESCO. ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACIÓN, LA CIENCIA Y LA CULTURA

2020 *Los nuevos desafíos de la alfabetización*. Consulta: 14 de mayo de 2023
<https://www.unesco.org/es/articles/los-nuevos-desafios-de-la-alfabetizacion>

URQUIJO MARTÍN

2014 La Teoría de las Capacidades en Amartya Sen. EDETANIA. Colombia, número 46

VEGA, Jorge

2020 *Crónica de la economía peruana en tiempos de pandemia. Documento de Trabajo N° 495.* Departamento de Economía de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

VILLARÁN, Fernando

2000 *Las PYMEs en la estructura empresarial peruana.* Lima: SASE.

2016 *Las MIPYMEs y su aporte estratégico al desarrollo nacional. Presentación en el Foro Internacional Académico Empresarial 2016 Emprendedorismo y productividad de las MIPYMEs en Cajamarca.* Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo (UPAGU).

WIEGO

2021 *La crisis de la COVID-19 y la economía informal en Lima, Perú: impactos duraderos y una agenda para la recuperación.*
<https://www.wiego.org/es/recursos/la-crisis-de-la-covid-19-y-la-economia-informal-en-lima-peru-impactos-duraderos-y-una-0>

2022 *Working Paper N.º 4*
https://www.wiego.org/sites/default/files/publications/file/WIEGO_Working%20Paper%20No%2043.pdf

ANEXO

PREGUNTAS A LOS CONDUCTORES DE BODEGAS SOBRE EL PROGRAMA REACTIVA PERÚ

1. Preguntas sobre mecanismos de difusión

- a) ¿Cómo se enteró del programa Reactiva Perú?
- b) ¿A través de qué actividad de difusión se enteró del programa?
- c) ¿La información recibida sobre el programa fue adecuada? ¿Se entendió el mensaje? ¿Por qué?
- d) ¿Qué medio de difusión considera usted que es el más adecuado para llegar a los conductores de bodegas?

2. Preguntas sobre acceso al programa Reactiva Perú

- a) ¿Por qué le interesó acceder al programa?
- b) ¿Qué requisitos se exigían para ingresar al programa?
- c) ¿Usted contaba con todos los requisitos?
¿Con qué contaba?
- d) ¿Qué dificultades tuvo para acceder al programa? ¿De qué tipo?
- e) ¿Cómo accedió al programa? Elegir una de las opciones
 - ¿Directamente con la entidad financiera con la que trabaja?
¿Cuál?
 - ¿A través de programas de proveedores como la plataforma Tienda Cerca?
 - ¿A través de otros medios? ¿Cuál?
- f) ¿El acceso al programa, le ayudó a lograr alcanzar lo que esperaba?
¿En qué?
- g) ¿Cómo las logró superar?

3. Preguntas sobre el programa Reactiva y la liquidez de las bodegas

- a) ¿Cómo afectó la pandemia a la liquidez de la bodega?
- b) ¿Qué hizo para superar los efectos generados por la pandemia? /¿Qué alternativas utilizó la bodega para obtener liquidez?
- c) ¿El crédito obtenido a través del programa Reactiva ha sido suficiente para superar los problemas de liquidez del negocio?
- d) ¿Cómo contribuyó el programa Reactiva a la liquidez del negocio?
- e) ¿Cómo es la forma de pago sobre el crédito al que accedió?

- f) ¿Está logrando cumplir con el pago del crédito al que accedieron con el programa? ¿Por qué?
- g) ¿Ha requerido reprogramar el pago del crédito?

4. Preguntas sobre el programa Reactiva y la cadena de abastecimiento

- a) ¿Cómo afectó la pandemia a la cadena de abastecimiento de la bodega?
- b) ¿Cómo enfrentó las dificultades en el abastecimiento de productos?
- c) ¿Qué facilidades recibió de los proveedores?
- d) ¿Cómo contribuyó el programa Reactiva a la cadena de abastecimiento?

5. Estrategias para superar las restricciones por la inmovilidad social y el uso de herramientas tecnológicas

- a) ¿Qué estrategia utilizó la bodega para superar las restricciones por la inmovilidad social?
- b) ¿El programa le ofreció algunas estrategias para superar las restricciones por la inmovilidad social?
- c) ¿Cuál siente que fue lo que más le sirvió?
- d) ¿Antes de la pandemia utilizaba herramientas tecnológicas para el negocio?
- e) ¿Qué herramientas tecnológicas ha incorporado al negocio durante la pandemia?
- f) ¿Quién le facilitó el uso de herramientas tecnológicas?
- g) ¿Recibió acompañamiento para el uso de las herramientas tecnológicas?
- h) ¿Qué tan útil son las herramientas tecnológicas para el negocio?
- i) ¿Le ha sido fácil el uso de las herramientas tecnológicas?

6. Asesorías y capacitación a los conductores de bodegas

- a) ¿Ha recibido asesoría o capacitación durante la pandemia? Ejm: protocolos sanitarios, cómo gestionar el negocio en época de pandemia, uso de herramientas tecnológicas.

¿A través de qué entidad?
(Marcar la/las que corresponda)

La entidad financiera que le facilitó el crédito garantizado por el programa Reactiva. ¿Cuál?	
Los proveedores ¿Cuál?	
La Asociación de bodegueros	
Otra entidad (indicar)	
No recibió ninguna capacitación ni asesoría	
¿Por qué	

b) ¿Recibió asesoría para acceder al programa?, ¿De qué tipo?

c) ¿Qué capacitación o asesoría considera que debió recibir?

7. Preguntas sobre la percepción de los conductores de las bodegas de Lima Metropolitana sobre la intervención del programa Reactiva Perú y de sus operadores durante la pandemia del COVID-19

a) ¿Cómo califica los requisitos para acceder al programa Reactiva? ¿Son accesibles?

Muy accesible	Accesible	Poco accesible	No sabe / No opina
¿Por qué?			

b) ¿Cómo califica los costos (intereses) del programa Reactiva? ¿Son razonables?

Muy razonables	Razonables	Poco razonables	No sabe/ No opina
¿Por qué?			

c) ¿Cómo califica los plazos del programa Reactiva? ¿Son adecuados?

Muy adecuados	Adecuados	Poco adecuados	No sabe / No opina
¿Por qué?			

d) ¿Considera que el programa ha sido beneficioso para su negocio?

SI	NO	NO SABE / NO OPINA
¿Por qué?		

e) ¿Cómo califica las facilidades que le brindó la entidad financiera para acceder a la liquidez para su negocio?

Muy adecuadas	Adecuadas	Poco adecuadas	No sabe/ No opina
¿Por qué?			

f) ¿Cómo califica el acompañamiento en el uso de las herramientas tecnológicas?

Muy adecuados	Adecuados	Poco adecuados	No sabe/ No opina
¿Por qué?			

g) ¿Usted cree que el rol que cumple la Asociación de Bodegueros ha sido el más adecuado?

Muy adecuadas	Adecuadas	Poco adecuadas	No sabe/ No opina
¿Por qué?			

h) ¿Qué recomendaría para mejorar el programa Reactiva?

