



Resolución Ministerial

N° 328
-2019-PRODUCE

DISPONEN LA PUBLICACIÓN DEL PROYECTO DE DECRETO SUPREMO QUE APRUEBA EL
REGLAMENTO DE LA LEY N° 30877, LEY GENERAL DE BODEGUEROS

Lima, 26 JUL. 2019

VISTOS: El Informe N° 00017-2019/PRODUCE/DVMYPE-I/DGPAR/DN-dn_temp10 de la Dirección de Normatividad de la Dirección General de Políticas y Análisis Regulatorio del Despacho Viceministerial de MYPE e Industria, el Cargo N° 2807-2019-PRODUCE/DVMYPE-I del Despacho Viceministerial de MYPE e Industria, y el Informe N° 658-2019-PRODUCE/OGAJ de la Oficina General de Asesoría Jurídica; y,

CONSIDERANDO:

Que, el artículo IV del Título Preliminar de la Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo, referido al principio de participación y transparencia, señala que las personas tienen derecho a vigilar y participar en la gestión del Poder Ejecutivo, conforme a los procedimientos establecidos por la Ley. Para ello, las entidades del Poder Ejecutivo actúan de manera que las personas tengan acceso a la información, conforme a Ley;

Que, el artículo 3 de la Ley de Organización y Funciones del Ministerio de la Producción, aprobada mediante Decreto Legislativo N° 1047, establece que este Ministerio es competente en pesquería, acuicultura, industria, micro y pequeña empresa, comercio interno, promoción y desarrollo de cooperativas; asimismo, el artículo 5 señala que dicho Sector tiene como funciones rectoras, entre otras, dictar normas y lineamientos técnicos para la adecuada ejecución y supervisión de las políticas, la gestión de los recursos del sector, así como para el otorgamiento, reconocimiento de derechos, la sanción, la fiscalización y ejecución coactiva;

Que, la Ley N° 30877, Ley General de Bodegueros, tiene por objeto reconocer el valor social de la actividad de bodeguero, a través del expendio o venta de productos de primera necesidad 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;

Que, el artículo 10 de la Ley N° 30877, Ley General de Bodegueros, dispone que el Ministerio de la Producción aprueba el reglamento de la citada Ley;

Que, atendiendo a la naturaleza del proyecto normativo y conforme a lo previsto en el artículo 14 del Reglamento que establece disposiciones relativas a la publicidad, publicación de Proyectos Normativos y difusión de Normas Legales de Carácter General, aprobado por Decreto Supremo N° 001-2009-JUS, corresponde disponer la publicación del proyecto normativo en el portal institucional del Ministerio de la Producción, por un plazo de quince (15) días hábiles, a fin que las entidades públicas, privadas y la ciudadanía en general alcancen sus opiniones, comentarios y/o sugerencias;



Con las visaciones del Despacho Viceministerial de MYPE e Industria; de la Dirección General de Políticas y Análisis Regulatorio del Despacho Viceministerial de MYPE e Industria y de la Oficina General de Asesoría Jurídica;

De conformidad con lo dispuesto en la Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo; el Decreto Legislativo N° 1047, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Organización y Funciones del Ministerio de la Producción; la Ley N° 30877, Ley General de Bodegueros; el Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de la Producción, aprobado por Decreto Supremo N° 002-2017-PRODUCE; y el Reglamento que establece disposiciones relativas a la publicidad, publicación de Proyectos Normativos y difusión de Normas Legales de Carácter General, aprobado por Decreto Supremo N° 001-2009-JUS;

SE RESUELVE:

Artículo 1.- Publicación del Proyecto

Dispóngase la publicación del proyecto de Decreto Supremo que aprueba el Reglamento de la Ley N° 30877, Ley General de Bodegueros y su Exposición de Motivos en el Portal Institucional del Ministerio de la Producción (www.gob.pe/produce), el mismo día de la publicación de la presente Resolución Ministerial en el Diario Oficial El Peruano, a efectos de recibir las opiniones, comentarios y/o sugerencias de la ciudadanía por el plazo de quince (15) días hábiles, contado desde el día siguiente de la publicación de la presente Resolución Ministerial.

Artículo 2.- Mecanismos de Participación

Las opiniones, comentarios y/o sugerencias sobre el proyecto normativo al que se refiere el artículo 1 de la presente Resolución Ministerial, deben ser remitidos al Ministerio de la Producción con atención a la Dirección General de Políticas y Análisis Regulatorio del Despacho Viceministerial de MYPE e Industria, ubicada en Calle Uno Oeste N° 060 – Urbanización Córpac, San Isidro, o a la dirección electrónica dqpar@produce.gob.pe.

Regístrese, comuníquese y publíquese.



ROCÍO BARRIOS ALVARADO
Ministra de la Producción



**DECRETO SUPREMO QUE APRUEBA EL REGLAMENTO DE LA LEY N° 30877, LEY
GENERAL DE BODEGUEROS**

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA

CONSIDERANDO

Que, el artículo 3 del Decreto Legislativo N° 1047, Ley de Organización y Funciones del Ministerio de la Producción, establece que este Ministerio es competente en materia de pesquería, acuicultura, industria, micro y pequeña empresa, comercio interno, promoción y desarrollo de cooperativas; asimismo, el artículo 5 de la citada ley, señala que dicho Sector tiene como funciones rectoras, entre otras, dictar normas y lineamientos técnicos para la adecuada ejecución y supervisión de las políticas, la gestión de los recursos del sector, así como para el otorgamiento, reconocimiento de derechos, la sanción, la fiscalización y ejecución coactiva;

Que, la Ley N° 30877, Ley General de Bodegueros, reconoce el valor social de la actividad de bodeguero, a través del expendio o venta de productos de primera necesidad, 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;

Que, el artículo 10 de la Ley N° 30877, Ley General de Bodegueros, dispone que el Ministerio de la Producción aprueba el reglamento de la citada Ley, por lo que resulta necesario emitir la norma reglamentaria correspondiente;

De conformidad con lo dispuesto en el inciso 8 del artículo 118 de la Constitución Política del Perú, la Ley N° 29158, Ley Orgánica del Poder Ejecutivo; el Decreto Legislativo N° 1047, Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Organización y Funciones del Ministerio de la Producción; y el Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de la Producción, aprobado por Decreto Supremo N° 002-2017-PRODUCE;

DECRETA:

Artículo 1.- Aprobación del Reglamento de la Ley General de Bodegueros

Apruébese el Reglamento de la Ley N° 30877, Ley General de Bodegueros, que consta de veintitrés (23) artículos distribuidos en dos (2) títulos y tres (3) disposiciones complementarias finales; cuyo texto forma parte integrante del presente Decreto Supremo.

Artículo 2.- Financiamiento

El Reglamento aprobado en el artículo anterior se implementa con cargo al presupuesto institucional de los pliegos involucrados, en el marco de sus competencias, y sin demandar recursos adicionales al Tesoro Público.

Artículo 3.- Publicación

El presente Decreto Supremo es publicado en el Diario Oficial El Peruano y en el Portal Institucional del Ministerio de la Producción (www.gob.pe/produce).

Artículo 4.- Refrendo

El presente Decreto Supremo es refrendado por la Ministra de la Producción.

Dado en la Casa de Gobierno, en Lima, a los



REGLAMENTO DE LA LEY N° 30877, LEY GENERAL DE BODEGUEROS

TÍTULO I

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1.- Objeto

La presente norma tiene por objeto establecer las disposiciones reglamentarias de la Ley N° 30877, Ley General de Bodegueros, que reconoce el valor social de la actividad del bodeguero, a través del expendio o venta de productos de primera necesidad, 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.

Artículo 2.- Finalidad

La finalidad es impulsar y apoyar la actividad del bodeguero a través de instrumentos y la generación de espacios que promuevan su identificación, formalización, representatividad, competitividad y desarrollo en el comercio interno.

Artículo 3.- Ámbito de aplicación

Las disposiciones establecidas en el presente reglamento son de alcance nacional y de aplicación para todos los agentes económicos, sean personas naturales o jurídicas, que realicen la actividad bodeguera en el marco de la Ley N° 30877, Ley General de Bodegueros, así como para las entidades del sector público, en sus tres niveles de gobierno, cuyas competencias guarden relación con las disposiciones contenidas en la Ley N° 30877, Ley General de Bodegueros, y en el presente reglamento.

Artículo 4.- Definiciones

Para la aplicación del presente Reglamento, deben considerarse las siguientes definiciones:

- 4.1 **Bodega:** Es el negocio desarrollado a nivel de micro y pequeña empresa, que consiste en la venta al por menor de productos de primera necesidad, entre los cuales se incluye necesariamente a los alimentos y bebidas y que por lo general se realiza en parte de una vivienda.
- 4.2 **Bodeguero:** Es la persona natural o jurídica titular de la bodega.
- 4.3 **Consumidor final:** Es la persona natural o jurídica que adquiere, utiliza o disfruta un producto o servicio ofertado por la bodega.
- 4.4 **Módulo o stand:** Espacio acondicionado dentro de las galerías comerciales y centros comerciales en el que se realizan actividades económicas y cuya área no supera los cien metros cuadrados (100 m²), conforme a lo dispuesto en el Texto Único Ordenado de la Ley Marco de Licencia de Funcionamiento, aprobado por Decreto Supremo N° 046-2017-PCM.
- 4.5 **Puestos de abarrotes:** Espacios acondicionados dentro de los mercados de abastos en los que se realiza actividades económicas que no requieren contar con una inspección técnica de seguridad en edificaciones, antes de la emisión de la licencia de funcionamiento. El área de los puestos no excede los treinta y cinco (35 m²), conforme a lo dispuesto en el Texto Único Ordenado de la Ley Marco de Licencia de Funcionamiento, aprobado por Decreto Supremo N° 046-2017-PCM.
- 4.6 **Tiendas por conveniencia y tiendas de descuento:** Establecimientos comerciales dedicados a la venta principalmente de alimentos, bebidas, golosinas o similares y licores bajo un formato de autoservicio, que funcionan como cadenas de sucursales de grupos empresariales y se caracterizan por sus precios reducidos.
- 4.7 **Venta al por menor:** Es la venta directa o comercialización de productos al consumidor final.



Artículo 5.- Denominaciones y abreviaturas

Para la aplicación del presente Reglamento, deben considerarse las siguientes denominaciones y abreviaturas:

CDE	: Centro de Desarrollo Empresarial autorizado por el Ministerio de la Producción acorde a lo establecido en el Decreto Legislativo N° 1332, Decreto Legislativo que facilita la constitución de empresas a través de los Centros de Desarrollo Empresarial - CDE.
INDECOPI	: Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual.
INEI	: Instituto Nacional de Estadística e Informática.
Ley	: Ley N° 30877, Ley General de Bodegueros.
MYPE	: Micro y pequeña empresa, conforme a lo establecido en el Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial, aprobado por Decreto Supremo N° 013-2013-PRODUCE.
PRODUCE	: Ministerio de la Producción
RUC	: Registro Único de Contribuyente.
SBS	: Superintendencia de Banca y Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones.
SUNAT	: Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria.
TUO LDPE	: Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial, aprobado por Decreto Supremo N° 013-2013-PRODUCE.
UIT	: Unidad Impositiva Tributaria.

Artículo 6.- Actividades no comprendidas

No se consideran como actividad bodeguera, las siguientes unidades económicas u otras similares:

- i) Puestos de abarrotes en mercados de abastos.
- ii) Módulos o stands.
- iii) Tiendas por conveniencia y tiendas de descuento.

TÍTULO II

PROMOCIÓN DE LA ACTIVIDAD BODEGUERA

CAPÍTULO I

ARTICULACIÓN Y FOMENTO DE LA ACTIVIDAD DEL BODEGUERO

Artículo 7.- De la coordinación y colaboración

PRODUCE, en su rol promotor de las MYPE, en coordinación y colaboración con las instituciones a las que hace referencia la Ley, promueve la identificación, formalización, representatividad, competitividad y desarrollo de la actividad de los bodegueros, reconociendo su condición de MYPE, fortaleciendo el espíritu emprendedor y la iniciativa privada, en concordancia con lo establecido en el TUO LDPE.

Artículo 8.- Formalización de la actividad del bodeguero

8.1 PRODUCE, a través del Programa Nacional "Tu Empresa" o el que haga sus veces, realiza campañas y estrategias de intervención a nivel nacional destinadas a facilitar y lograr la formalización de la actividad del bodeguero.

8.2 Asimismo, a través de los CDE y sus diversos canales de atención, brinda asesoría en formalización empresarial, reserva de preferencia registral, acto constitutivo y activación del RUC.

Artículo 9.- Representatividad

PRODUCE, a través de asesorías y apoyo técnico, fomenta la asociatividad y difunde información sobre sus beneficios, a efectos de fortalecer la representatividad de los bodegueros



J. SALAZAR



C. LÓPEZ

para que puedan acceder a mejores condiciones de negociación frente a actores públicos y privados.

Artículo 10.- Registro Nacional de Bodegueros

10.1 PRODUCE implementa y administra un registro en línea de carácter público e informativo, denominado "Registro Nacional de Bodegueros".

10.2 La inscripción en el Registro Nacional de Bodegueros es voluntaria y no es constitutiva de derechos, por lo que no representa una autorización para ejercer la actividad. La no inscripción en el referido registro no es un factor limitante para el otorgamiento de autorizaciones, permisos y licencias en el ejercicio de la actividad del bodeguero.

Artículo 11.- Beneficios de la inscripción

La inscripción en el Registro Nacional de Bodegueros permite al bodeguero acceder a los servicios de capacitación y asistencia técnica, así como a los instrumentos que las entidades referidas en la Ley ponen a su disposición.

Artículo 12.- Plataforma Bodeguera

12.1 PRODUCE implementa una plataforma digital, denominada "Plataforma Bodeguera", a través de la cual los bodegueros que se registren, pueden acceder a asesoría, asistencia técnica, capacitación, difusión, entre otros relacionados, en materia de creación, formalización, organización, asociatividad y gestión empresarial, comercialización, asistencia en financiamiento, fortalecimiento de capacidades, aspectos legales, laborales y tributarios vinculados a la actividad bodeguera, entre otros.

12.2 Asimismo, a través de la Plataforma Bodeguera, se brinda información sobre los servicios e instrumentos que ofrecen las instituciones señaladas en la Ley, así como sobre los servicios tecnológicos requeridos para mejorar sus niveles de competitividad, facilitar compras conjuntas, acceder a sistemas de información de mercado, proporcionar información sobre los productos que oferta, asesoría en la organización y diseño físico del establecimiento, entre otros.

12.3 PRODUCE habilita una opción de consultas en línea para que los bodegueros puedan formular consultas, las mismas que deben ser atendidas por las instituciones correspondientes.

12.4 Las instituciones mencionadas en la Ley remiten a PRODUCE, los contenidos que deben ser difundidos a través de la referida plataforma electrónica, siendo responsables que su contenido se encuentre actualizado.

Artículo 13.- Día del Bodeguero

13.1 En el Día del Bodeguero, los gobiernos locales y regionales, con la participación de las entidades públicas competentes, realizan acciones, tales como talleres, capacitaciones, asistencia técnica, concursos de buenas prácticas, ferias de servicios, destinadas a promover y resaltar la actividad del bodeguero.

13.2 Dichas acciones fomentan el encuentro entre los bodegueros, proveedores, distribuidores, intermediarios o clientes corporativos de bodegas, expertos en materias legales, laborales y tributarias, comercio interno, instituciones públicas o privadas y la ciudadanía en general, para generar conocimiento y compartir experiencias orientadas al desarrollo e incremento de la competitividad de la actividad del bodeguero.

Artículo 14.- Convenios y alianzas estratégicas

Las entidades de la administración pública comprendidas en la Ley, promueven convenios y/o alianzas estratégicas con los gobiernos regionales y locales; así como con entidades públicas o privadas, incluyendo instituciones de educación superior, para la capacitación y asistencia técnica a favor de los bodegueros.



CAPÍTULO II

DE LA CAPACITACIÓN Y ASISTENCIA TÉCNICA

Artículo 15.- Lineamientos para brindar servicios de capacitación y asistencia técnica

15.1 PRODUCE, la SBS, la SUNAT, INDECOPI, los gobiernos regionales y locales, así como las demás entidades relacionadas a la actividad del bodeguero, desarrollan en el marco de sus competencias y en atención a las disposiciones contenidas en la Ley, acciones de capacitación y asistencia técnica en favor de los bodegueros, considerando los siguientes lineamientos:

- a) Estimular el desarrollo y la competitividad de las bodegas como unidades económicas básicas, en el corto y mediano plazo, con la finalidad de contribuir con su sostenibilidad económica, financiera y social en beneficio de los bodegueros y de los consumidores.
- b) Promover y facilitar la consolidación de la actividad del bodeguero.

15.2 Asimismo, las instituciones mencionadas en la Ley elaboran instructivos, manuales, fichas o similares, para su difusión entre los bodegueros, con los contenidos de su competencia y sin perjuicio de lo establecido en el numeral 12.4 del presente reglamento.

Artículo 16.- De los servicios de capacitación y asistencia técnica brindados por el Ministerio de la Producción

16.1 PRODUCE proporciona a los bodegueros, a través de sus distintos canales de atención, acciones de capacitación y asistencia técnica, en materia de:

- a) Gestión empresarial: asesorías en modelamiento de negocios, concepto y diseño de marca, análisis del consumidor y estrategia de mercado, aplicación de la metodología de las 5S u otras; capacitación en el uso y manejo de herramientas de gestión empresarial, en funcionamiento de los sistemas tradicionales y alternativos de acceso a financiamiento, habilidades blandas, uso de herramientas de tecnologías de información, capacitación en los aspectos laborales, legales, tributarios y contables, entre otros.
- b) Digitalización: asesoría en presencia digital, comercio electrónico, sistemas de gestión digital, entre otros similares.
- c) Desarrollo productivo: orientación en buenas prácticas bodegueras.
- d) Financiamiento: asesoría en educación financiera para desarrollar hábitos de ahorro, planificación de gastos y responsabilidad financiera.

16.2 PRODUCE desarrolla manuales y guías de buenas prácticas bodegueras, para la capacitación y estandarización de procesos en beneficio de los bodegueros y de los consumidores.

Artículo 17.- Oferta de servicios tecnológicos

17.1 PRODUCE, en coordinación con las entidades competentes, promueve el acceso a la información en materia de innovación y servicios tecnológicos orientados a las demandas y necesidades de los bodegueros, mediante alianzas estratégicas con instituciones privadas, con la finalidad de impulsar los servicios tecnológicos y digitales que dinamicen la productividad de los bodegueros, facilitándoles el acceso a soluciones digitales para incrementar su competitividad.

17.2 Mediante la Plataforma Bodeguera, se facilita el acceso a herramientas y servicios digitales brindados por instituciones públicas y/o privadas del ámbito local e internacional, permitiendo a los bodegueros gestionar de manera más eficiente su negocio, así como fortalecer sus capacidades digitales, implementar soluciones tecnológicas como la utilización de medios de pago electrónicos y/o digitales, tipo de cambio y comprobantes de pago electrónicos, sistema de planificación de recursos empresariales (ERP), tales como logística, distribución, inventario, envíos, facturas y contabilidad del negocio bodeguero de forma modular, entre otros, que contribuyan con el aumento de su productividad.



Artículo 18.- Herramientas tecnológicas para el procesamiento de pagos

PRODUCE, en coordinación con las entidades competentes, promueve y facilita entre los bodegueros el uso de herramientas tecnológicas para el procesamiento de pagos electrónicos o digitales, con la finalidad de incrementar la cantidad de transacciones comerciales de las bodegas.

Artículo 19.- Inclusión Financiera

19.1 Las entidades públicas del sistema financiero fomentan, en el marco de sus competencias, los mecanismos e instrumentos para el acceso de los bodegueros a productos financieros, con el objetivo de facilitar su inclusión financiera y canalizar recursos para capital de trabajo, activo fijo y acondicionamiento o mejora de los locales donde desarrollan su actividad.

19.2 PRODUCE, en coordinación con instituciones del sistema financiero, promueve la inclusión financiera y el acceso al financiamiento de los bodegueros debidamente bancarizados, a través de fondos de garantías complementarias, tales como el Fondo Crecer, Fondemi, entre otros, con la finalidad de que accedan en mejores condiciones al sistema financiero.

Artículo 20.- Educación Financiera

La SBS brinda y facilita el acceso a los bodegueros a las actividades o espacios de formación que tienen como finalidad desarrollar competencias y capacidades en materia de inclusión financiera, que les permitan adoptar decisiones comerciales y financieras informadas y responsables.

CAPÍTULO III

DE LA SIMPLIFICACIÓN DE TRÁMITES, EL RÉGIMEN TRIBUTARIO Y LA INFORMACIÓN ESTADÍSTICA

Artículo 21.- Licencia de funcionamiento de las Bodegas

Los gobiernos locales, en cumplimiento del artículo 6 de la Ley, otorgan licencias de funcionamiento a fin de fomentar la actividad formal de las bodegas, exigiendo los requisitos y procedimientos aprobados, en concordancia con la normativa vigente y las competencias establecidas.

Artículo 22.- Régimen tributario

22.1 La SUNAT en coordinación con PRODUCE, los gobiernos regionales y locales promueve campañas de difusión sobre los diversos regímenes tributarios a los que pueden acceder las bodegas, conforme al artículo 7 de la Ley.

22.2 La SUNAT adopta las medidas técnicas, normativas, operativas y administrativas necesarias para fortalecer la actividad y para cumplir su rol de entidad administradora, recaudadora y fiscalizadora, de conformidad a lo establecido en el artículo 7 de la Ley.

Artículo 23.- Información estadística

En concordancia a lo establecido en el artículo 5 de la Ley, el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) mantiene actualizado el sistema estadístico sobre los bodegueros del país, realizando para el efecto, periódicamente, las acciones necesarias y facilitando la información disponible con plena transparencia.

DISPOSICIONES COMPLEMENTARIAS FINALES

PRIMERA.- Facúltase a PRODUCE a dictar, en el marco de sus funciones y competencias, mediante Resolución Ministerial, las medidas complementarias que fueran necesarias para el adecuado cumplimiento de lo dispuesto en la Ley y el presente reglamento.

SEGUNDA.- En un plazo de ciento veinte (120) días hábiles contados a partir del día siguiente de la entrada en vigencia del presente reglamento, las entidades comprendidas en la Ley y en la presente norma incorporan las acciones bajo su competencia, en sus respectivos planes operativos o instrumentos de gestión de similar naturaleza, conforme a lo dispuesto en el presente reglamento, bajo responsabilidad del titular de la entidad



TERCERO.- En un plazo no mayor de ochenta (80) días hábiles, contados a partir del vencimiento del plazo previsto en la Segunda Disposición Complementaria Final del presente reglamento, las instituciones a que hace referencia la Ley y la presente norma, remiten a PRODUCE los contenidos que deben ser difundidos a través de la Plataforma Bodeguera.



DECRETO SUPREMO QUE APRUEBA EL REGLAMENTO DE LA LEY GENERAL DE BODEGUEROS

EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

I. ANÁLISIS DE CONSTITUCIONALIDAD Y LEGALIDAD DE LA PROPUESTA

El artículo 58 de la Constitución Política del Perú, en concordancia con lo establecido en el numeral 17 del artículo 2 del mismo texto, reconoce que la iniciativa privada es libre y se ejerce bajo una economía social de mercado, premisa que implica el deber del Estado de orientar el desarrollo del país, brindando las condiciones mínimas para que las actividades económicas privadas se desarrollen de forma libre y competitiva.¹ Por otro lado, este derecho fundamental de toda persona a participar, ya sea en forma individual o asociada, en la vida económica de la nación, representa una garantía a la cooperación económica, al bienestar de los miembros de una sociedad y al efectivo goce de otros derechos fundamentales, pues a través de la actividad económica elegida por las personas naturales o jurídicas, se generan beneficios tanto para los ofertante como para los demandantes de los mismos, entre los que se encuentra satisfacción de las necesidades existentes dentro de una colectividad.

En virtud a lo anterior, Marcial Rubio Correa señala que el derecho de libre iniciativa privada tiene un contenido de libertad y otro de actuación económica, cuya expresión es "que las personas son libres de realizar las actividades económicas que mejor consideren para obtener los recursos de su vida cotidiana y de su capitalización."² Dicha iniciativa privada puede desplegarse libremente en tanto no colisione los intereses generales de la comunidad, los cuales se encuentran tutelados por una pluralidad de normas adscritas al ordenamiento jurídico, vale decir, por la Constitución Política del Perú, los tratados internacionales y las leyes sobre la materia. Sin embargo, con el mismo énfasis debe precisarse que dicho ordenamiento protege la libre iniciativa privada contra la injerencia de los poderes públicos respecto de lo que se considera como "privativo" de la autodeterminación de los particulares.

En concordancia con lo señalado, el artículo 59 de la Constitución Política del Perú reconoce el rol económico del Estado, que se manifiesta, entre otros, en el deber del mismo de estimular la creación de riqueza y garantizar la libertad de trabajo y la libertad de empresa, comercio e industria. El ejercicio de estas libertades no debe ser lesivo a la moral, a la salud, o a la seguridad pública. En este sentido, el Tribunal Constitucional reconoce las libertades patrimoniales que garantizan el régimen económico³, entre los que se encuentran:

- La libertad de trabajo, definida como el derecho de optar, a condición de que sea lícita, por alguna actividad de carácter intelectual y/o física, con el objeto directo o indirecto de obtener un provecho material o espiritual.

¹ Sentencia del Tribunal Constitucional del 8 de noviembre de 2007, recaída en el expediente N° 10063-2006-PA/TC, fundamento 36.

"Por ello, el Tribunal Constitucional 19 ha reconocido que la economía social de mercado parte de la premisa que el mejor sistema para la asignación y distribución de los recursos es aquel que propicia la concertación libre entre la oferta y la demanda, puesto que de este modo se promueve el despliegue de las iniciativas de los seres humanos, se incentiva la competencia creadora y se impulsan las innovaciones tecnológicas. Al Estado en este esquema le corresponde crear las condiciones mínimas para que las actividades económicas privadas se desarrollen de manera libre y competitiva, procurándoles un marco para su desarrollo eficiente, que redunde en mejores productos y precios competitivos para los consumidores y usuarios."

² Rubio, Marcial. Estudio de la Constitución Política de 1993, PUCP, Fondo Editorial, 1999.

³ Sentencia del Tribunal Constitucional del 11 de noviembre de 2003, recaída en el expediente N° 0008-2003-AI/TC, fundamento 26.



- La libertad de empresa, definida como la facultad de poder elegir la organización y efectuar el desarrollo de una unidad de producción de bienes o prestación de servicios. La misma tiene como marco una actuación autodeterminativa bajo una economía social de mercado, por lo cual se impone límites a su actuación, entre las que se encuentra, como mínimo, las derivadas de la seguridad, higiene, la moralidad y la preservación del medio ambiente, así como un ejercicio que respete los diversos derechos de carácter socio-económico reconocidos por la constitución.
- La libertad de comercio, definida como la facultad de elegir la organización y llevar a cabo una actividad ligada al intercambio de mercaderías o servicios, siempre que su ejercicio se dé con sujeción a la ley. Esta libertad presupone el poder participar en el tráfico de bienes lícitos, así como dedicarse a la prestación de servicios al público no sujetos a dependencia o que impliquen el ejercicio de una profesión liberal.
- La libertad de industria, definida como la facultad de elegir y obrar, según propia determinación, en el ámbito de la actividad económica cuyo objeto es la realización de un conjunto de operaciones para la obtención y/o transformación de uno o varios productos.

Además, nuestra Constitución, en el mismo artículo bajo análisis, establece un liberalismo controlado por la necesidad de brindar oportunidades de superación a los sectores que sufren cualquier desigualdad, encontrándose entre estos, las micro y pequeñas empresas, con la finalidad de hacerlas más competitivas.⁴ De esta manera, se refuerza la conclusión de que el Estado regula la iniciativa privada mediante normas de diferente naturaleza, supervisa su cumplimiento y actúa en los servicios esenciales, fundamentalmente de asistencia en caso de necesidad y disparidad de condiciones.



Al respecto, considerando el análisis comparado de la Constitución de 1993 que realiza Enrique Bernal Ballesteros⁵, se entiende que si bien la variedad de unidades económicas que se generan en ejercicio de este derecho reflejan las posibilidades de acción y desarrollo de dichas unidades, se genera a su vez, disparidades entre las empresas que a la larga conduce a que los esfuerzos de sus empresarios se vean frustrados, no por la falta de calidad o de trabajo, sino por razón de la operación misma del mercado y de los otros agentes. Por lo cual, resulta necesario materializar el rol de estado a fin de crear condiciones razonables en donde las distintas modalidades de empresas de puedan desarrollar sin distorsiones.

Es por ello, que bajo el citado artículo 59 de la Constitución Política, se ha expedido una serie de normas con la finalidad de reducir los altos niveles de disparidad existentes en el mercado, mediante el impulso del desarrollo de las MYPE en nuestro país. Entre dichas normas se encuentran la Ley N° 28015, Ley de Promoción y Formalización de la micro y pequeña empresa, así como, el Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial, aprobado mediante Decreto Supremo N° 013-2013-PRODUCE. A través de dicho marco normativo, el Estado se propone recomponer las deficiencias y promover el desarrollo de los sectores más

⁴ Sentencia del Tribunal Constitucional del 11 de noviembre de 2003, recaída en el expediente N° 0008-2003-AI/TC, fundamento 3.

"(...) Al respecto, es necesario enfatizar que el verdadero riesgo sería que la recomposición de las desigualdades sociales y económicas quede librada a la supuesta eficiencia de un mercado que, por razones de distinta índole, se instituye desde una indiscutible disparidad entre los distintos agentes y operadores de la economía. (...)"

⁵ La Constitución de 1993, Análisis Comparado". Enrique Bernal Ballesteros. Editora y Distribuidora OSBAC S.R.L, Quinta Edición. Lima. Septiembre 1999. Pág. 12-13.

vulnerables, dando facilidades para la incursión o continuidad en el mercado, generando así, en el marco de una economía social de mercado, condiciones razonables donde puedan operar de manera eficiente.

En este contexto, el 5 de diciembre de 2018, se publicó en el diario oficial El Peruano, la Ley N° 30877, Ley General de Bodegueros (en adelante, la Ley), que concreta la decisión del Estado peruano en reconocer el valor social de la actividad del bodeguero. Con ella, se plantea que las bodegas realizan la venta de productos de primera necesidad como micro o pequeñas empresas y que generan empleo, promoviendo así el desarrollo de las comunidades y de sus distintos agentes.

Ahora bien, respecto de las competencias del Ministerio de la Producción (en adelante, PRODUCE), el artículo 3 del Decreto Legislativo N° 1047, misma que aprueba su Ley de Organización y Funciones, dispone que este Ministerio es competente en materia de industria, micro y pequeña empresa, comercio interno, promoción y desarrollo de cooperativas, pesquería y acuicultura. Asimismo, es competente de manera compartida con los Gobiernos Regionales y Gobiernos Locales en materia de promoción de la industria y comercio interno en el ámbito de su jurisdicción.

En ese sentido, de conformidad con lo dispuesto en el numeral 8 del artículo 118 de la Constitución Política del Perú, mismo que reconoce la potestad del Presidente de la República de reglamentar las leyes sin transgredirlas ni desnaturalizarlas, y el artículo 10 de la Ley en el cual se señala que PRODUCE aprueba el Reglamento de la Ley, es que corresponde su elaboración y aprobación al citado Ministerio.

II. ANTECEDENTES

A. ASPECTOS CONTEMPLADOS EN LA LEY GENERAL DE BODEGUEROS

II.1 Reconocimiento de las bodegas como MYPES

El artículo 1 de la Ley reconoce a las bodegas como MYPE, ello implica reconocerlas como la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto, desarrollar la actividad a través del expendio o venta de productos de primera necesidad, entre los cuales se incluye necesariamente a los alimentos y bebidas y que por lo general se realiza en parte de en una vivienda.

En consecuencia, el Estado, a través de la acción sectorial y de los gobiernos regionales y locales, en coordinación con entidades privadas, gremiales, académicas y otras, promueve el suministro de servicios de asistencia técnica y capacitación a los bodegueros, en el ámbito de su competencia, facilitando la formalización y mejora de la competitividad de estas unidades económicas básicas, tal como lo establece el artículo 2 de la Ley.

II.2 Acceso de las bodegas al mercado y las licencias de funcionamiento

Mediante Decreto Supremo N° 046-2017-PCM, se aprobó el Texto Único Ordenado de la Ley N° 28976, Ley Marco de Licencia de Funcionamiento y los Formatos de Declaración Jurada (en adelante, TUO de la Ley Marco de Licencia de Funcionamiento), el cual tiene como finalidad establecer el marco jurídico de las disposiciones aplicables al procedimiento de otorgamiento de la licencia de funcionamiento expedida por los Gobiernos Locales.



En esa línea, la licencia de funcionamiento se constituye como la autorización que otorgan los Gobiernos Locales para el desarrollo de actividades económicas en un establecimiento determinado, en favor del titular de las mismas.

Para el otorgamiento de la licencia de funcionamiento, el gobierno local evalúa los siguientes aspectos: (i) zonificación y compatibilidad de uso, y (ii) condiciones de seguridad en la edificación. Cualquier aspecto adicional para evaluar, será materia de fiscalización posterior.

Al respecto, en el artículo 7 del TUO de la Ley Marco de Licencia de Funcionamiento, establece que para el otorgamiento de la licencia le serán exigibles los requisitos contemplados en el citado artículo, debiendo otorgarse en el marco de un único procedimiento. Por otro lado, para la emisión de la licencia se deberá tener en cuenta la calificación del nivel de riesgo de la edificación (bajo, medio, alto y muy alto).

En concordancia con lo señalado, el artículo 6 de la Ley establece que en el marco de la política de modernización y formalización de la actividad económica, los Gobiernos Locales fomentan la formalización de las bodegas a través de la simplificación y de la celeridad en los trámites de los diversos procedimientos de registro, inspección, supervisión y verificación posterior.

II.3 Régimen tributario aplicable a las bodegas

Mediante Ley N° 24829, se crea la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (en adelante, SUNAT) como Institución Pública Descentralizada del Sector Economía y Finanzas, cuya finalidad es diseñar y proponer medidas de política tributaria; proponer la reglamentación de las normas tributarias; administrar, aplicar, fiscalizar, sancionar y recaudar los tributos internos del Gobierno Central y otros tributos cuya administración se le asigne, tal como se establece en el artículo 2 de la citada Ley.

Al respecto, en caso una persona natural o persona jurídica que posee o va a iniciar un negocio debe elegir un régimen tributario⁶ y estar registrada en la SUNAT. El régimen tributario establece la manera en la que se pagan los impuestos y los niveles de pagos de los mismos. Se puede optar por uno u otro régimen dependiendo del tipo y el tamaño del negocio.

En ese contexto, en el artículo 7 de la Ley se establece que el Estado promueve la realización de campañas de difusión sobre los diversos regímenes tributarios a los que pueden acogerse las bodegas, encargándosele a la SUNAT la adopción de las medidas técnicas, normativas, operativas y administrativas necesarias para fortalecer la actividad y para cumplir su rol de entidad administradora, recaudadora y fiscalizadora.

En ese sentido, la SUNAT en el marco de su competencia y atribuciones, en coordinación con PRODUCE y los gobiernos regionales y locales promueve campañas de difusión sobre los diversos regímenes tributarios a los que pueden acceder las bodegas y adopta las medidas técnicas, normativas, operativas y administrativas necesarias conforme a lo previsto en el artículo 7 de la Ley.

⁶ A partir de enero del año 2017, existen cuatro regímenes tributarios: Nuevo Régimen Único Simplificado (NRUS), Régimen Especial de Impuesto a la Renta (RER), Régimen MYPE Tributario (RMT) y Régimen General (RG).

B. LA ACTIVIDAD BODEGUERA EN EL COMERCIO INTERNO

De acuerdo a la información estadística del Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI, se observa que en el Perú, el 94.8% de las empresas son microempresas, estructura empresarial que ha registrado un crecimiento de 8.6% en 2017 respecto del año anterior; por su parte, las pequeñas empresas representan el 4.3% del total de empresas; mientras que las medianas y grandes empresas en su conjunto sólo tienen una participación de 0.6%. Asimismo, se evidencia que la cantidad de empresas de todas las estructuras empresariales han presentado tasas de crecimiento por encima de 6%. A continuación, el segmento empresarial en el periodo de 2016 al 2017:

Tabla 1
Perú: Empresas, según segmento empresarial, 2016 - 2017

Segmento empresarial	2016	2017		Var. % 2017/16
		Absoluto	Porcentaje	
Microempresa	2,011,153	2,183,121	94.8	8.6
Pequeña empresa	92,789	98,942	4.3	6.6
Gran y mediana empresa	13,031	13,898	0.6	6.7
Administración pública	7,307	7,550	0.3	3.3
Total	2,124,280	2,303,511	100.0	8.4

Fuente: Perú: Estructura Empresarial 2017, INEI
Elaboración: PRODUCE-DN

En la tabla 2 se observa que gran parte de las microempresas son informales, dicho estrato empresarial ha registrado una participación cerca del 60%. No obstante, se evidencia que dicha informalidad se redujo en los últimos años, es así que en el 2017 dicha participación fue de 48%, lo cual implica una reducción de casi 10 puntos porcentuales de la participación reportada en el 2013.

Tabla 2
Perú: Estimación del número de microempresas informales, 2013 - 2017

Año	Número total estimado de microempresas	Microempresas formales	Microempresas informales	En porcentaje	
				Formales	Informales
2013	3,618,076	1,496,320	2,121,756	41.4	58.6
2014	3,600,152	1,571,121	2,029,031	43.6	56.4
2015	3,512,575	1,660,224	1,852,351	47.3	52.7
2016	3,675,929	1,706,655	1,969,274	46.4	53.6
2017	3,588,167	1,866,113	1,722,054	52.0	48.0

Fuente: Las Mipyme en cifras 2017, PRODUCE
Elaboración: PRODUCE-DN

Cabe resaltar que el 44,7% del total de las empresas son microempresas del sector comercio interno. Además, el sector comercio es el sector más importante con una participación de 46,2% del total.

Tabla 3
Perú: Empresas formales por estrato empresarial, según sector económico, 2017

Actividad económica	Segmento Empresarial				Total	Part. %
	Microempresa	Pequeña	Mediana	Gran empresa		
Comercio	853,609	23,868	808	3,471	881,756	46.2
Servicios	759,990	24,188	681	3,098	787,957	41.3
Manufactura	151,359	6,642	232	1,343	159,576	8.4
Construcción	37,500	4,286	130	506	42,422	2.2
Agropecuario	23,034	841	129	347	24,351	1.3
Minería	8,751	568	30	402	9,751	0.5
Pesca	2,605	309	24	78	3,016	0.2
Total	1,836,848	60,702	2,034	9,245	1,908,829	100.0

Fuente: Las Mipyme en cifras 2017, PRODUCE
Elaboración: PRODUCE-DN



J. SALAZAR



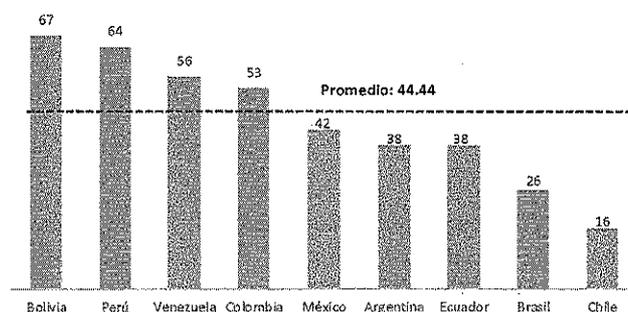
G. LOPEZ

Los comercializadores de alimentos y bebidas se categorizan en base al canal donde realizan sus operaciones y según su volumen de venta. En el caso de las bodegas, realizan sus actividades en el canal tradicional y efectúan sus ventas en el mercado al por menor.

Las características de los consumidores nacionales del canal tradicional de comercialización son: (i) tienen poco acceso al crédito, no obstante, viene incrementándose la penetración de la bancarización en las transacciones financieras de las familias; (ii) buscan bajos precios, que se consiguen por lo general en los mercados o mercadillos del barrio, establecimientos que pertenecen al canal tradicional y (iii) la disponibilidad del producto^{7 8}.

El canal tradicional en el Perú es aquel que permite vender un producto al consumidor a través de mercados, bodegas y quioscos⁹. Esta actividad es relevante debido al número de establecimientos y generación de autoempleo, principalmente. Según la consultora Kantar Worldpanel¹⁰, el mayor peso del canal tradicional en el sector comercio interno en diversos países de Sudamérica se registró en Bolivia y Perú en 2016, según nivel de ventas.

Gráfico 1
Importancia del canal tradicional en países de la región (%)



Fuente: Kantar Worldpanel
Elaboración: Dirección de Políticas

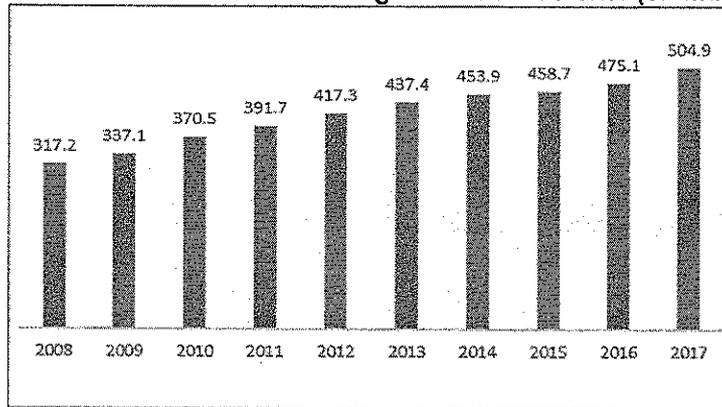


Las bodegas al ser consideradas como MYPE de acuerdo a lo establecido en la Ley, contribuyen a la generación de autoempleo a escala nacional, ya que son creadoras de sus propias unidades económicas, permitiéndoles generar ingresos para su subsistencia a través de las bodegas y representa el más importante componente del comercio minorista¹¹, debido al número de establecimientos a nivel nacional.

Asimismo, se estimó que en el Perú al cierre del 2017 existieron 504.9 mil bodegas, representando un incremento en 59.2% (187.7 mil bodegas) comparado con las cifras del 2008. Este tipo de comercio al por menor del canal tradicional se ha incrementado a una tasa promedio anual de 5.3% cada año entre el 2008-2017. Entre los factores que han contribuido al incremento del número de bodegas se encuentran el mayor emprendimiento que realizan las personas debido a la necesidad de ingresos y a la falta de empleo, lo cual significa que son negocios de subsistencia, y otros porque buscan ser independientes.

⁷ Información disponible a julio 2019 en: <https://www.peru-retail.com/canal-tradicional-peru/>
⁸ Información disponible a julio 2019 en: <https://www.peru-retail.com/canal-tradicional-en-el-peru-un-sector-que-se-mantiene-en-la-cima/>
⁹ Información disponible a julio 2019 en: <https://www.peru-retail.com/canal-tradicional-peru/>
¹⁰ Información disponible a julio 2019 en: <http://revistaganamas.com.pe/hogares-peruanos-prefieren-el-canal-tradicional-para-sus-compras/>
¹¹ Información disponible a julio 2019 en: <https://www.mercadonegro.pe/abp-las-bodegas-mueven-alrededor-de-us-2-mil-millones-al-ano-en-el-peru/>

Gráfico 2
Evolución del número de bodegas a nivel nacional (en miles)



Fuente: INEI-RENAMU-CENEC-PRODUCE
 Elaboración: Dirección de Políticas

Con relación a la ubicación de las bodegas en el país, se estimó que para el 2017 el 37,0% se encontraba en Lima y el 63,0% en otras regiones. Asimismo, la actividad bodeguera movió alrededor de S/ 15 mil millones¹².

Respecto a las características de las bodegas formales, que son microempresas familiares, podemos señalar que tienen ventas entre 0 y 20 UIT al año y generan entre 0 y 5 empleos, principalmente. Estos negocios por lo general se encuentran inscritas en el régimen tributario RUS y se han registrado como personas naturales con negocio en la SUNAT. Con relación al lugar y espacio donde operan las bodegas, en mayor proporción se desarrollan en una parte de la vivienda de la familia, en un espacio de entre 1 y 50 m².

La fuerte participación de las bodegas en este canal se debe al número de establecimientos que existen y las características que las hacen preferidas por los consumidores como: (i) cercanía física a sus clientes; (ii) tipo de productos comercializados de primera necesidad o categorías básicas y (iii) atención personalizada¹³. Asimismo, otro factor que genera la preferencia del consumidor peruano por este canal es la coyuntura económica que se podría estar viviendo, la cual, de ser negativa, obligaría a las familias a refugiarse en el canal tradicional, hacer compras diarias y en menores cantidades.

II.4 Análisis de involucrados en la actividad bodeguera

PRODUCE es el ente rector de en materia de comercio interno, sector al que pertenecen las bodegas. Asimismo, las bodegas en el desarrollo de su actividad económica, que es la venta al por menor de productos de primera necesidad como negocio principal, deben cumplir con una serie de regulaciones para realizar la venta de sus productos en el mercado local de manera formal. Una de las entidades con la que se relacionan los conductores de bodegas es la SUNAT, entidad pública en donde se tramita el Registro Único de Contribuyente (RUC), documento que garantiza el inicio de las operaciones de manera formal de las bodegas. Asimismo, se relacionan con la SUNARP en los casos que deseen constituirse como persona jurídica. Otras entidades públicas que regulan el funcionamiento de las bodegas son las municipalidades, las cuales otorgan la licencia de funcionamiento para el desarrollo de su actividad económica.

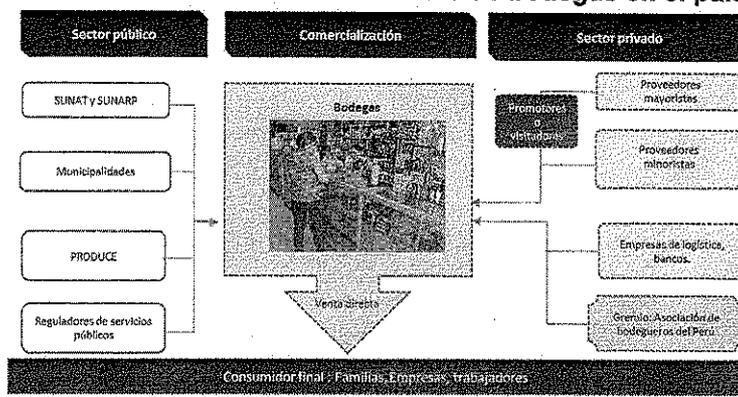
¹² Información disponible a julio 2019 en: <https://elcomercio.pe/economia/peru/le-preocupa-sector-bodeguero-estodicen-representantes-425248>

¹³ Información disponible a julio 2019 en: <https://gestion.pe/economia/68-7-bodegas-ubicadas-viviendas-son-locales-propios-139244>



En el sector privado, los principales involucrados son los proveedores minoristas y mayoristas, estos últimos son quienes, por lo general, cuentan con promotores de ventas, que son los trabajadores que constantemente visitan a los bodegueros para saber de sus requerimientos de productos. Finalmente, la Asociación de Bodegueros del Perú, el cual representa a este grupo frente al Sector Público y Sector Privado.

Gráfico 3
Cadena de involucrados en el rubro de bodegas en el país



Elaboración: Dirección de Políticas

De acuerdo a los resultados obtenidos en la Encuesta Nacional de Empresas (ENE) del 2017, las principales características de los bodegueros son: i) el 56% de la población que conduce bodegas son mujeres y ii) el rango de edad es principalmente mayor a 40 años de edad.

II.5 Creciente impacto de competidores



El desarrollo de las tiendas por conveniencia (Tambo+, Oxxo, Justo, Mimarket, Listo!, Viva y Repshop) y las tiendas por descuento van a impactar en el mediano y largo plazo principalmente a las bodegas debido a características en común entre ambos tipos de negocios; por ejemplo, mayor aproximación y cercanía al cliente (muy cercana al barrio), ya que no requieren de grandes espacios para operar, el formato se desarrolla en un espacio de entre 50 m² y 150 m²¹⁴, tienen un horario de atención extendido a los clientes, las compras que realizan sus clientes se realiza en pequeñas cantidades, entre otras características.



Las tiendas por conveniencia venden principalmente bebidas alcohólicas y no alcohólicas, snack, comidas preparadas, entre otros, lo cual representa una competencia para las bodegas, ya que estos últimos comercializan con mayor rotación y venta cervezas, gaseosas, snacks, cigarrillos y productos para el desayuno¹⁵. Según Rolando Arellano, cada 10 cuadras hay una tienda de conveniencia, principalmente, en Lima¹⁶, ubicándose en zonas de alto tráfico peatonal de diversas partes de la capital en la actualidad.

Estos formatos de comercialización tienen como característica diferenciadora el uso del POS como sistema de pago frente a las bodegas. Esta condición hace posible que los clientes realicen sus compras con tarjeta de débito, lo cual permite la compra sin efectivo

¹⁴ Información disponible a julio 2019 en: <http://semanaeconomica.com/article/sectores-y-empresas/comercio/284439-el-nuevo-adn-del-retail-tiendas-de-conveniencia-de-descuento-y-supermayoristas/>

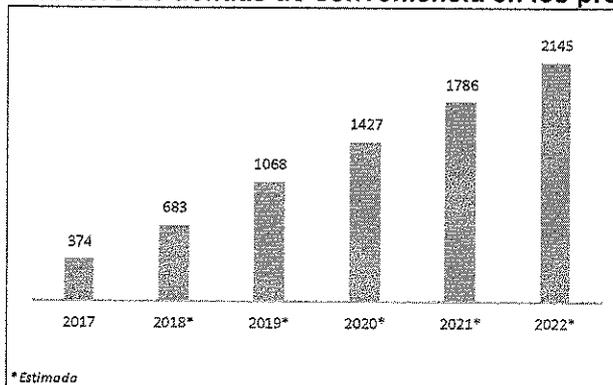
¹⁵ Información disponible a julio 2019 en: <https://revistaganamas.com.pe/una-bodega-en-lima-genera-un-ingreso-neto-promedio-al-mes-de-s-7074/>

¹⁶ Información disponible a julio 2019 en: <https://andina.pe/agencia/noticia-como-se-explica-boom-las-tiendas-conveniencia-el-peru-711491.aspx>

o el uso de la tarjeta de crédito, lo cual permite las compras en el presente y realizar los pagos en el futuro.

Asimismo, dada la importancia que tiene la cercanía del establecimiento para que un potencial cliente realice sus compras en dichos lugares, los operadores de las tiendas por conveniencia han iniciado un rápido plan de expansión de este formato del retail moderno. Según Lindcorp Retail, al finalizar el 2018 se contaba con 300 locales operativos de Tambo+¹⁷ y 110 locales de la tienda Listo.

Gráfico 4
Estimación del número de tiendas de conveniencia en los próximos años



* Estimado

Fuente: Euromonitor, Semana Económica
Elaboración: Dirección de Políticas



Se prevé que el incremento de los establecimientos de tiendas de conveniencia o descuento, tendrá impacto en el mediano y largo plazo en el desenvolvimiento positivo de las bodegas, lo cual podría afectar el autoempleo, principalmente de personas mayores, las cuales ven en las bodegas una opción de ingreso familiar¹⁸.

III. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA



Entre las principales causas de la baja competitividad que presentan las bodegas en el Perú y que se abordará en el presente proyecto normativo son: (1) limitado financiamiento, (2) informalidad, (3) limitada capacidad de gestión empresarial, (4) limitado uso de herramientas tecnológicas, (5) limitada información, estadísticas y/o base de datos específica de las bodegas en el país y (6) reducida asociación empresarial.

Según los resultados de la ENE 2017 existen diversos factores que determinan el bajo crecimiento de las bodegas, como son la dificultad de financiamiento, seguido de la competencia de empresas informales, la ocurrencia de hechos delictivos y la demanda limitada de consumidores.

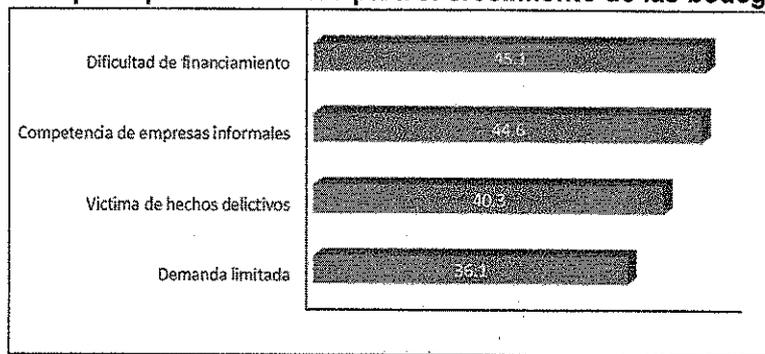
¹⁷

Información disponible a julio 2019 en: <https://www.peru-retail.com/tambo-300-tiendas-conveniencia-peru/>

¹⁸

De acuerdo a la Información obtenida de la ENE 2017, el mayor porcentaje de los bodegueros es mayor de 40 años.

Gráfico 5
Top 4 de las principales limitantes para el crecimiento de las bodegas (%)



Fuente: Encuesta Nacional de Empresas (ENE), 2017
 Elaboración: Dirección de Políticas

De acuerdo con la información recabada, se ha identificado que las principales causas que evidencian la baja competitividad de las bodegas en el Perú son las siguientes:

III.1 Limitado financiamiento

La dificultad de financiamiento es uno de los principales problemas para el crecimiento, desarrollo y consolidación de las MYPES¹⁹, los resultados de la ENE 2017 muestran que es el principal limitante para el crecimiento de las bodegas, según opinión de sus conductores.

El acceso al crédito es difícil para las microempresas, tamaño de empresa que caracteriza a la mayoría de las bodegas, principalmente, por las altas tasas de interés del sistema financiero peruano, las cuales son unas de las más altas en comparación con otros países de la región.

Efectivamente, en comparación con los otros tamaños de empresas, las tasas de interés cobradas a las microempresas son de las más altas, justificadas por la alta probabilidad de incumplimiento de pagos asociados a estos créditos; por ejemplo, la tasa de interés activa promedio en moneda nacional del sistema financiero cobrada a los microempresarios en el 2012 fue 48.7% mayor en comparación con el valor de la tasa de interés cobrada a las pequeñas empresas; en el 2018, se incrementa dicha diferencia en 80.3%. Tal situación descrita significa que las bodegas, que son principalmente MYPES, acceden a financiamiento a los más altos costos del mercado, debido a lo cual pierden rentabilidad.

Tabla 4
Tasas de interés activa promedio en moneda nacional del sistema financiero peruano, según tamaño de empresa, 2012 y 2018 (%)

Tasas de interés activa promedio en MN por tamaño empresarial	Sistema bancario		Cajas municipales		Cajas rurales		Edypymes		Empresas financieras		Sistema financiero	
	2012	2018	2012	2018	2012	2018	2012	2018	2012	2018	2012	2018
Grande	6.8	6.4	-	18.2	8.9	-	-	-	18.0	14.4	10.3	11.9
Mediana	9.5	9.8	16.8	16.3	14.0	15.1	43.5	16.9	18.1	21.3	17.7	15.4
Pequeña	20.6	18.5	27.4	25.5	27.9	20.5	33.7	25.9	28.8	28.8	27.3	23.5
Micro	33.0	32.7	37.7	35.8	40.0	40.0	48.8	41.2	45.6	71.1	40.6	42.4

Fuente: SBS

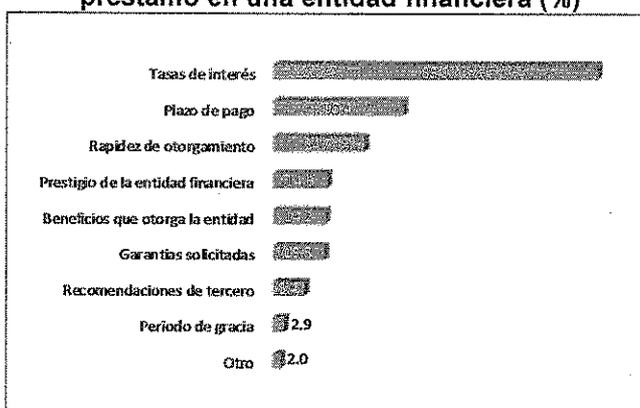
Elaboración: Dirección de Políticas

¹⁹ Información disponible a julio 2019 en: <https://gestion.pe/economia/inei-son-cuatro-problemas-limitan-crecimiento-empresas-147918>

Para el inicio de sus actividades, según los resultados de la ENE 2017, el 67% de las bodegas no acceden a un crédito o préstamo, esto se debe a que las bodegas se inician como actividades de subsistencia con un capital inicial bajo y financiado por los recursos de los propietarios.

Ahora bien, para las bodegas, durante el desarrollo de sus operaciones, las tasas de interés, los plazos de pago y la rapidez en el otorgamiento de los préstamos son los principales criterios para elegir a una entidad financiera, conforme se advierte en el siguiente cuadro:

Gráfico 6
Principales criterios de las bodegas para elegir un préstamo en una entidad financiera (%)



Fuente: Encuesta Nacional de Empresas 2017
Elaboración: Dirección de Políticas



Asimismo, el desconocimiento de instrumentos financieros y fondos públicos y privados por parte de las bodegas, también termina siendo una limitante para el buen desempeño y el incremento de la productividad de las bodegas.

III.2 Informalidad

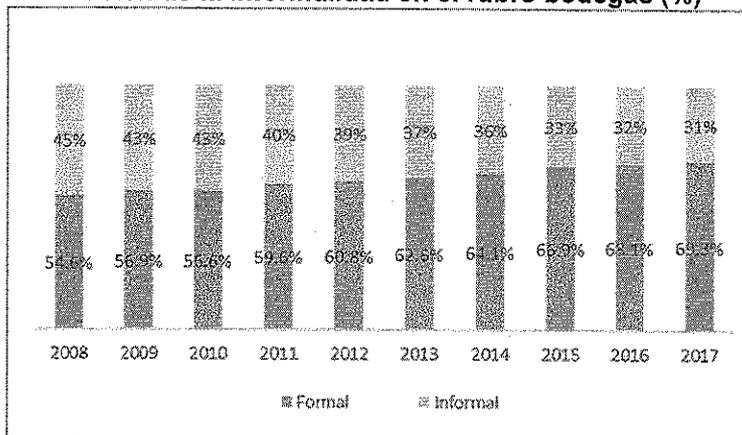
Una de las causas que limita el desarrollo empresarial en el Perú, es el alto nivel de informalidad.



La empresa informal no accede a las oportunidades y alternativas de desarrollo con los que sí cuenta la empresa formal y que, en última instancia, resulta en mayores niveles de competitividad. Es preciso mencionar que, se considera bodega informal a aquella que funciona sin licencia de funcionamiento otorgado por las municipalidades y/o no cuenta con RUC.

Se estimó que en el 2017 la informalidad en el rubro de bodegas fue del 31%, lo cual significa que de cada 10 bodegas que existirían en el mercado local, aproximadamente 3 no contarían con licencia de funcionamiento. Asimismo, se observa que en los últimos años se ha reducido la participación de las bodegas informales en 14 p.p., ya que se estimó que en 2008 representaban el 45% y en el 2017 pasaron a ser el 31%.

Gráfico 7
Evolución de la informalidad en el rubro bodegas (%)



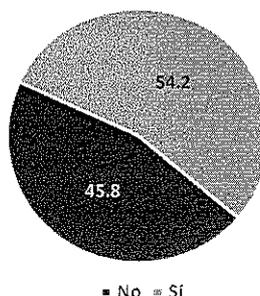
Fuente: INEI-RENAMU-PRODUCE
 Elaboración: Dirección de Políticas

Asimismo, según los resultados que muestra la ENE 2017, los bodegueros formales consideran que la competencia de empresas informales es uno de los factores que limitan el crecimiento de sus negocios, ya que el 44.6% de encuestados señaló dicha afirmación.

En relación a la licencia de funcionamiento, se debe tener en cuenta que según la Ley N° 28976, Ley Marco de Licencia de Funcionamiento, todos los negocios que se realizan en un local, deben de contar con licencia de funcionamiento, la cual es una autorización que otorgan las municipalidades para el desarrollo de actividades económicas en un establecimiento determinado, cuya finalidad es la reducción de riesgos y ordenamiento racional del territorio. En el país, la emisión de esta autorización se encuentra a cargo de las municipalidades y la obtención de la licencia puede ser entendida como la formalización de una empresa²⁰. Para las MYPES, la burocracia municipal es un gran obstáculo en el camino a la formalización: el 60% del tiempo empleado en el proceso de obtención de licencias pertenece a la esfera del municipio (IFC 2006).

Según los resultados de la ENE 2017, el 45.8 % de bodegas no gestionaron una licencia de funcionamiento antes del inicio de sus actividades; este porcentaje puede deberse a las características del negocio, que se inicia como una actividad de subsistencia²¹.

Gráfico 8
Tramitación de licencia de funcionamiento antes de iniciar actividades (%)



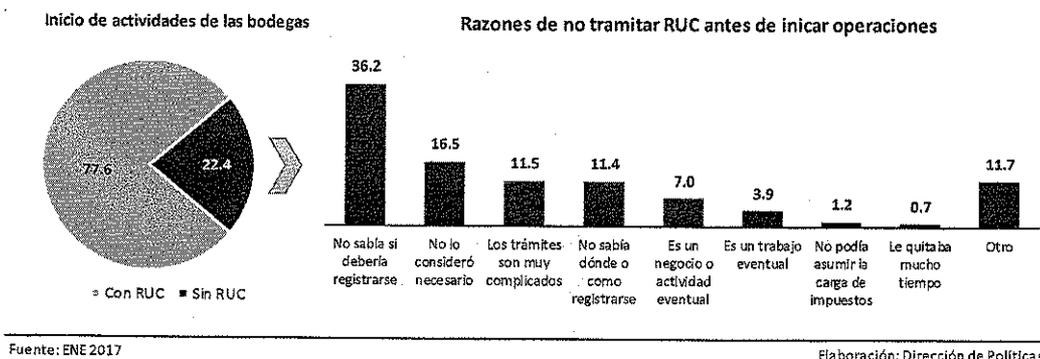
Fuente: ENE 2017
 Elaboración: Dirección de Políticas

²⁰ Actualmente se realiza en conjunto con la Inspección Técnica de Seguridad de Edificaciones (ITSE) que reemplaza el Certificado Defensa Civil.

²¹ El impacto de la licencia municipal en el desempeño de las microempresas en el Cercado de Lima (GRADE).

Por otro lado, existen muchas bodegas que iniciaron sus negocios como punto de venta sin contar con un RUC, ni licencia de funcionamiento, pero luego lograron formalizarse. Esta situación se corrobora con los resultados de la ENE 2017, en la que se muestra que el 22.4% de bodegueros señaló que inició actividades sin contar con un RUC, siendo las razones principales el desconocimiento que debían registrarse (36.2%) y que no consideraron necesario dicho registro (16.5%).

Gráfico 9
Inicio de actividades de las bodegas y razones de no tramitar RUC (%)

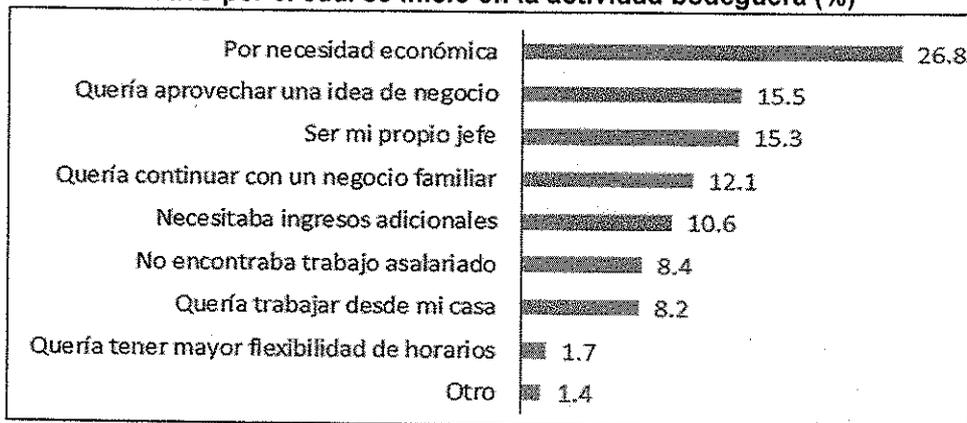


III.3 Limitada capacidad de gestión empresarial

Se considera que el desarrollo de un negocio se produce en la medida que los encargados de la gestión empresarial obtengan, renueven o actualicen su manejo de prácticas de gestión, de manera que estas sean pertinentes para el tamaño de su empresa y el giro de su actividad.

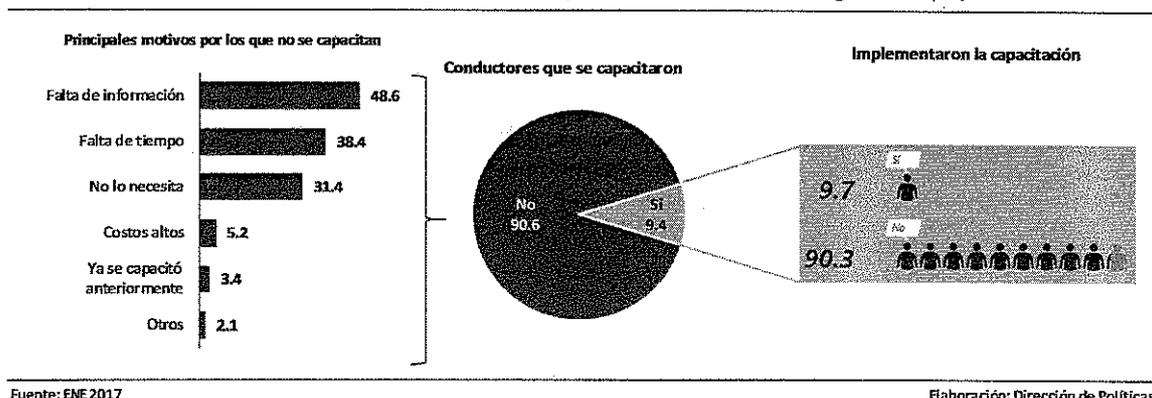
En la mayoría de casos, las bodegas nacieron como negocios de subsistencia debido a la necesidad económica (26,8%) o porque no encontraban trabajo asalariado (8,4%), lo cual generó que exista un mayor porcentaje de bodegas que iniciaron su actividad sin tener un plan de negocio previo (81,5%), lo cual significa que la gran mayoría de estos negocios fueron iniciados sin haber identificado el mercado al que atenderían, los obstáculos a enfrentar en el camino, la gestión y administración que deben llevar, sino que avanzaron según experiencias ganadas en el camino, lo cual representa una desventaja frente a la mayor penetración de los negocios de comercio al por menor del formato moderno en el país, los cuales se inician con una mayor planificación e identificación del mercado objetivo.

Gráfico 10
Motivo por el cual se inició en la actividad bodeguera (%)



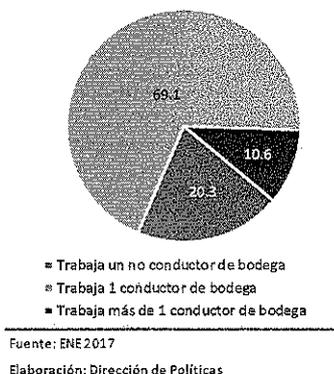
Respecto a la gestión de las bodegas, la mayoría de conductores (90,7%) no asistió a cursos de capacitación de asistencia técnica relacionados con temas de gestión empresarial, debido a la falta de información (48,6%) y falta de tiempo (38,4%), principalmente. En el primer caso, dado que la mayor parte de los bodegueros son mayores de 50 años, estos no tienen las facilidades para informarse en distintos medios digitales de las capacitaciones, en comparación con los jóvenes. Otra razón podría ser que las entidades públicas que brindan dichas capacitaciones no tienen un adecuado plan de difusión de capacitaciones en dicho tema o no han diseñado un plan de capacitaciones para atender las necesidades de información de los conductores de bodegas de manera específica.

Gráfico 11
Nivel de capacitación en gestión empresarial de los bodegueros (%)



Con relación a la falta de tiempo, la segunda razón de la falta de participación en la capacitación de gestión empresarial es que un gran porcentaje de estos negocios es manejado y atendido por una persona (69.1%), que es la conductora de la bodega, por ello, asistir a la charla significaría perder las ventas del día, por lo que se deberá tomar en cuenta en el diseño de las propuestas de capacitaciones y asistencia técnica.

Gráfico 12
Tipo de categoría ocupacional empleada en bodegas (%)



III.4 Limitado uso de herramientas tecnológicas

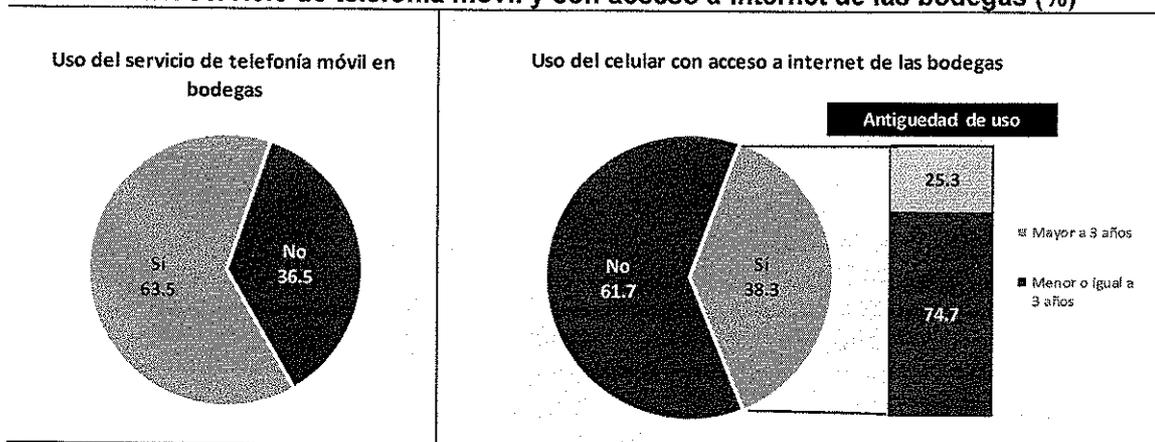
Según la ENE 2017, en su mayoría los bodegueros son mayores de 40 años y han alcanzado el nivel educativo secundario, quienes utilizan limitadamente las herramientas tecnológicas de digitalización. Ello debido a la desconfianza que le suscitan o al poco conocimiento de su manejo, lo cual se relaciona con la brecha generacional en la tecnología, que incluye a los bodegueros. Por ello, aún existe un



importante porcentaje de bodegueros que no utilizan el servicio de telefonía móvil (36.5%).

Respecto al uso de teléfono móvil con acceso a internet mediante Smartphone, más del 50% de los bodegueros no utiliza este tipo de herramienta tecnológica. En tanto, del grupo de personas que sí utiliza el Smartphone, casi el 74.7% lo viene utilizando desde hace 3 años o menos.

Gráfico 13
Uso del servicio de telefonía móvil y con acceso a internet de las bodegas (%)



Fuente: ENE 2017

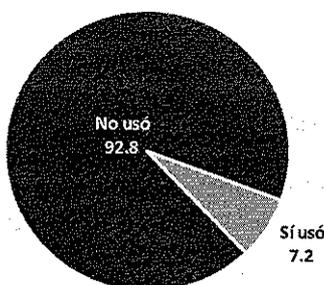
Elaboración: Dirección de Políticas



Con relación al uso del POS, los bodegueros utilizan de manera limitada esta herramienta tecnológica, ya que solo el 7.2% utiliza POS en sus establecimientos. La falta de uso de esta herramienta en el mediano y largo plazo podría provocar que las bodegas pierdan clientes debido al crecimiento del uso de tarjeta de débito y crédito de las personas para pagar sus compras, situación que vienen aprovechando las tiendas de descuento y de conveniencia, principalmente, a través de sus acelerados planes de expansión de establecimientos en los próximos años.



Gráfico 14
Uso de POS en la bodega (%)



Fuente: ENE 2017

Elaboración: Dirección de Políticas

III.5 Limitada información estadística y/o base de datos específica de las bodegas en el país

La información estadística constituye un instrumento indispensable para apoyar el diseño y formulación de políticas, planes, programas y proyectos públicos, cuya calidad y pertinencia pueden cambiar sensiblemente el desempeño de un país. En la actualidad,

la información que poseen las entidades públicas respecto a la actividad bodeguera en el país es mínima.

En el caso de PRODUCE, desde el 2015 con el apoyo del INEI, se viene levantando anualmente información de las empresas (personas naturales o jurídicas) de los sectores de interés mediante la ENE. En este trabajo de campo se ha captado información primaria de las bodegas, pero con niveles de venta como mínimo de 13 UIT (en el 2017), las cuales no son representativas de dicho grupo, debido a que sus ventas se encuentran principalmente entre 0 y 5 UIT.

En ese sentido, es preciso mencionar que la información de esta encuesta nacional de empresas que se ha utilizado para el presente estudio, nos permite contar solo con información referencial de las características y condiciones de una parte de las bodegas en el país.

Es importante señalar que las bodegas formales no se encuentran inscritas en un CIU determinado, sino en varios CIU relacionados con el comercio al por menor. Analizando la información del Directorio Nacional de empresas de la SUNAT del 2017, se pudo detectar que las bodegas se encuentran registradas en el CIU 5211 "Venta al por menor en almacenes no especializados con surtido compuesto principalmente de alimentos, bebidas y tabaco", el cual es el más adecuado teniendo en cuenta la descripción de dicho CIU; no obstante, existen muchas bodegas que se encuentran inscritas en otros CIU relacionados, tales como el 5219 "Venta al por menor de otros productos en almacenes no especializados", el 5220 "Venta al por menor de alimentos, bebidas y tabaco en almacenes especializados", entre otros.

En el Encuentro Internacional de Negocios Bodegueros 2018, organizado por la Asociación de Bodegueros del Perú²², solo el 10% de bodegas se encuentran inscritas en el CIU correcto que para el caso de la SUNAT es el CIU 4711 "venta al por menor en comercios no especializados con predominio de la venta de alimentos, bebidas o tabaco" versión 4.



El contar con información relacionada a la actividad bodeguera en el país, como la evolución de dicha actividad, el tipo de problemas tributarios que tienen, conocer en qué régimen tributario se encuentran inscritos y si es el más adecuado para la actividad que realizan, el tipo y nivel de empleo que genera la actividad, entre otras variables de información relevante, nos permitirá establecer políticas públicas para apoyar al sector bodeguero.

III.6 Reducida asociación empresarial

La asociatividad empresarial en el sector bodeguero del país es escasa. Entre los posibles factores que generan dicho escenario se encuentran la atomización del rubro, la falta de conocimiento de que existe una asociación que los representa, la falta de internet, entre otros.

Es preciso señalar que la asociatividad es fundamental para este tipo de negocio, ya que esta condición permite a que los grupos que se constituyen puedan definir, expresar, promover y representar los intereses y las preferencias de conjuntos de individuos que comparten una posición socioeconómica similar²³. Estas organizaciones nacen con el objetivo principal de representar a sus asociados frente al sector público y

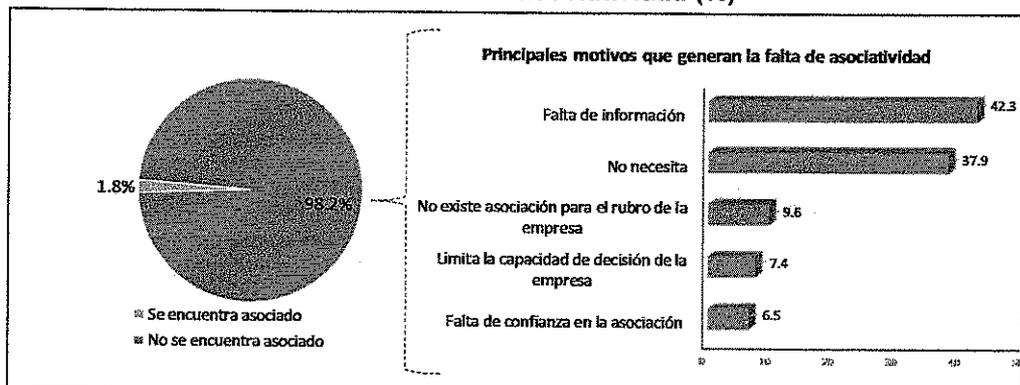
²² Información disponible a julio 2019 en: <http://www.peruinforma.com/solo-el-10-de-bodegas-esta-en-el-ciui-correcto/>

²³ Información disponible a julio 2019 en: <http://www.scielo.org.mx/pdf/rms/v77n3/v77n3a5.pdf>

la defensa de los intereses sectoriales de los mismos de cara a las políticas públicas que los afecten²⁴. La asociatividad es necesaria para lograr los objetivos que de manera individual resultarían más difíciles de conseguir.

En ese sentido, resulta contraproducente que según los resultados de la ENE 2017, solo el 1.8% de bodegas pertenezcan a alguna asociación y que los principales motivos por los que no se encuentren agremiados son: la falta de información sobre la existencia de la asociación y de los beneficios que puede traer a la actividad el pertenecer a este grupo; la limitada capacidad de decisión de la empresa luego de integrarse a esta organización, y la falta de confianza en el gremio.

Gráfico 15
Nivel de asociatividad empresarial de las bodegas y
motivos de falta de asociatividad (%)



Fuente: ENE 2017

Elaboración: Dirección de Políticas



La falta de asociatividad no permite a los bodegueros beneficiarse de lo siguiente:

- La atención prioritaria por parte de las instituciones públicas a sus reclamos, propuestas e iniciativas.
- Reducción de los costes y mejora de los márgenes en servicios, asesoramiento y ofertas.
- Gastos compartidos.
- Mayor visibilidad gracias a acciones que promocionen el barrio y atraigan a los clientes.
- Presencia conjunta en las redes sociales y plataformas digitales.
- Acceso a información relevante (subvenciones al pequeño comercio, concursos, planes de desarrollo, etc.).



En el Perú existe la Asociación de Bodegueros del Perú, la cual es una organización empresarial que tiene como misión contribuir al desarrollo sostenible de los comercios minoristas, tales como bodegas, abarrotes y afines de todo el país, a través de diversas acciones dirigidas a promover la capacitación y profesionalización de sus asociados, formulando constantemente propuestas para el desarrollo y crecimiento de los mismos. El costo de pertenecer a esta organización es de S/ 20 anuales y entre las obligaciones se encuentran asistir al menos a un evento que realice la asociación, participar activamente en redes y otras acciones que pueda solicitar el gremio de manera individual.

²⁴ Información disponible a julio 2019 en: <http://agenda2014.pe/publicaciones/agenda2014-asociatividad-empresarial.pdf>

IV. EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LA PROPUESTA

La propuesta de Reglamento de la Ley consta de veintitrés artículos distribuidos en dos títulos y tres disposiciones complementarias finales.

Disposiciones Generales

El objetivo del Reglamento, es establecer las disposiciones reglamentarias de la Ley, que reconoce el valor social de la actividad del bodeguero, a través del expendio o venta de productos de primera necesidad, 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.

En concordancia con ello, la finalidad es impulsar y apoyar la actividad del bodeguero a través de instrumentos y la generación de espacios que promuevan su identificación, formalización, representatividad, competitividad y desarrollo en el comercio interno.

En ese sentido, las disposiciones establecidas en el Reglamento son de alcance nacional y de aplicación para todos los agentes económicos, sean personas naturales o jurídicas que realicen la actividad bodeguera en el marco de la Ley N° 30877, Ley General de Bodegueros, así como para las entidades del sector público cuyas competencias guarden relación con las disposiciones contenidas en el Reglamento.

Asimismo, para efectos del Reglamento propuesto se establecen las siguientes definiciones:

- Bodega: Es el negocio desarrollado a nivel de micro y pequeña empresa, que consiste en la venta al por menor de productos de primera necesidad, entre los cuales se incluye necesariamente a los alimentos y bebidas y que por lo general se realiza en parte de una vivienda.
- Bodeguero: Es la persona natural o jurídica titular de la bodega.
- Consumidor final: Es la persona natural o jurídica que adquiere, utiliza o disfruta un producto o servicio ofertado por la bodega.
- Módulo o stand: Espacio acondicionado dentro de las galerías comerciales y centros comerciales en el que se realizan actividades económicas y cuya área no supera los cien metros cuadrados (100 m²), conforme a lo dispuesto en el Texto Único Ordenado de la Ley Marco de Licencia de Funcionamiento, aprobado por Decreto Supremo N° 046-2017-PCM.
- Puesto de abarrotes: Espacios acondicionados dentro de los mercados de abastos en los que se realiza actividades económicas que no requieren contar con una inspección técnica de seguridad en edificaciones, antes de la emisión de la licencia de funcionamiento. El área de los puestos no excede los treinta y cinco (35 m²), conforme a lo dispuesto en el Texto Único Ordenado de la Ley Marco de Licencia de Funcionamiento, aprobado por Decreto Supremo N° 046-2017-PCM.
- Tienda por conveniencia y/o tienda de descuento: Establecimientos comerciales dedicados a la venta principalmente de alimentos, bebidas, golosinas o similares y licores bajo un formato de autoservicio, que funcionan como cadenas de sucursales de grupos empresariales y se caracterizan por sus precios reducidos.
- Venta al por menor: Es la venta directa o comercialización de productos al consumidor final.



Adicionalmente, el artículo 5 del Reglamento contempla las denominaciones y abreviaturas que se utilizan a lo largo del texto normativo, conforme se detalla a continuación:

- **CDE:** Centro de Desarrollo Empresarial autorizado por el Ministerio de la Producción acorde a lo establecido en el Decreto Legislativo N° 1332, Decreto Legislativo que facilita la constitución de empresas a través de los Centros de Desarrollo Empresarial – CDE.
- **INDECOPI:** Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual.
- **INEI:** Instituto Nacional de Estadística e Informática.
- **Ley:** Ley N° 30877, Ley General de Bodegueros.
- **MYPE:** Micro y pequeña empresa, conforme al Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial
- **RUC:** Registro Único de Contribuyente.
- **SBS:** Superintendencia de Banca y Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones.
- **SUNAT:** Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria.
- **TUO LDPE:** Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial.
- **UIT:** Unidad Impositiva Tributaria.

Por otro lado, en el artículo 6 del Reglamento, se precisa que unidades económicas o similares a ellas que no están comprendidas en su ámbito de aplicación, entre las que se puede mencionar a (i) los puestos de abarrotes en mercados de abastos, (ii) módulos o stands; y, (iii) tiendas por conveniencia y/o tiendas de descuento; toda vez que, estos pueden formar parte de grupos económicos cuyas ventas superen las 1700 UIT o se encuentran ubicados en mercados de abastos, centro comerciales o galerías, a las cuales se les aplica la normativa sobre la materia.



Promoción de la actividad del bodeguero

Al respecto, en el artículo 7 del Reglamento, se prevé que PRODUCE, en su rol promotor de las MYPE, en coordinación y colaboración con las instituciones a las que hace referencia la Ley, promueve la identificación, formalización, representatividad, competitividad y desarrollo de la actividad de los bodegueros, reconociendo su condición de MYPE, fortaleciendo el espíritu emprendedor y la iniciativa privada, en concordancia con lo establecido en el TUO LDPE²⁵.



Adicionalmente, se prevé que gobiernos locales, en el marco de sus competencias, en coordinación con PRODUCE desarrollan acciones que identifiquen, promuevan y fortalezcan las prácticas emprendedoras e innovadoras de las bodegas que pueden incluir premios o concursos que permitan el reconocimiento y la réplica de estas prácticas en su jurisdicción.

En cuanto a la promoción de la formalización de la actividad de los bodegueros, en el artículo 8 del Reglamento, se establece que PRODUCE, a través del Programa Nacional “Tu Empresa” o el que haga sus veces, realiza campañas y estrategias de intervención a nivel nacional destinadas a facilitar y lograr la formalización de la actividad del bodeguero.

²⁵ Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial
Artículo 2.- Política estatal

El Estado promueve un entorno favorable para la creación, formalización, desarrollo y competitividad de las MyPE y el apoyo a los nuevos emprendimientos, a través de los Gobiernos Nacional, Regionales y Locales; y establece un marco legal e incentiva la inversión privada, generando o promoviendo una oferta de servicios empresariales destinados a mejorar los niveles de organización, administración, tecnificación y articulación productiva y comercial de las MyPE, estableciendo políticas que permitan la organización y asociación empresarial para el crecimiento económico con empleo sostenible.

En ese sentido, a través de los CDE y sus diversos canales de atención, brinda asesoría en formalización empresarial, reserva de preferencia registral, acto constitutivo y activación del RUC.

En cuanto a la representatividad de los bodegueros, el artículo 9 del Reglamento contempla que PRODUCE, a través de asesorías y apoyo técnico, fomenta 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.

Asimismo, el artículo 10 del Reglamento contempla que PRODUCE implementa y administra un registro en línea de carácter público e informativo, denominado "Registro Nacional de Bodegueros", cuya inscripción en el registro permite al bodeguero acceder a los servicios de capacitación y asistencia técnica, así como a los instrumentos que las entidades referidas en la Ley ponen a su disposición.

Cabe indicar que, la inscripción en el Registro Nacional de Bodegueros es voluntaria y no es constitutiva de derechos, por lo que no representa una autorización para ejercer la actividad y la no inscripción en el referido registro no es un factor limitante para el otorgamiento de autorizaciones, permisos y licencias en el ejercicio de la actividad del bodeguero.

En ese sentido, considerando que mediante el Reglamento no se establece un procedimiento administrativo²⁶, el mismo no se encuentra sujeto a Análisis de Calidad Regulatoria.

Por otro lado, el artículo 12 del Reglamento contempla que, PRODUCE implementa una plataforma digital, denominada "Plataforma Bodeguera", a través de la cual los bodegueros que se registren, pueden acceder a asesoría, asistencia técnica, capacitación, difusión, entre otros relacionados, en materia de creación, formalización, organización, asociatividad y gestión empresarial, comercialización asistencia en financiamiento, fortalecimiento de capacidades, aspectos legales, laborales y tributarios vinculados a la actividad bodeguera, entre otros.

Asimismo, a través de la Plataforma Bodeguera, se brinda información sobre los servicios e instrumentos que ofrecen las instituciones señaladas en la Ley, así como sobre los servicios tecnológicos requeridos para mejorar sus niveles de competitividad, facilitar compras conjuntas, acceder a sistemas de información de mercado, proporcionar información sobre los productos que oferta, asesoría en la organización y diseño físico del establecimiento, entre otros y PRODUCE habilita una opción de



²⁶ Reglamento para la aplicación del Análisis de Calidad Regulatoria de procedimientos administrativos establecido en el artículo 2 del Decreto Legislativo N° 1310 - Decreto Legislativo que aprueba medidas adicionales de simplificación administrativa, aprobado mediante Decreto Supremo N° 061-2019-PCM
Artículo 5.- Análisis de Calidad Regulatoria que realizan las Entidades del Poder Ejecutivo
Las Entidades del Poder Ejecutivo realizan el Análisis de Calidad Regulatoria de procedimientos administrativos conforme a lo siguiente: 5.1 En el caso de procedimientos administrativos establecidos en disposiciones normativas vigentes; en concordancia con el literal a) del numeral 2.4 del artículo 2 del Decreto Legislativo N° 1310, modificado por el Decreto Legislativo N° 1448.
5.2 Antes de la aprobación de las disposiciones normativas que establezcan o desarrollen procedimientos administrativos; conforme a lo dispuesto en el literal b) del numeral 2.4 del artículo 2 del Decreto Legislativo N° 1310, modificado por el Decreto Legislativo N° 1448.
5.3 En el caso de procedimientos administrativos que habiendo contado con la validación de la Comisión Multisectorial, fueron ratificados mediante decreto supremo con el voto aprobatorio del Consejo de Ministros, o fueron emitidos por la entidad competente en plazos no menores de tres (03) años desde la entrada en vigencia de la disposición normativa que establece o modifica el procedimiento administrativo o desde su última ratificación; conforme a lo dispuesto por el numeral 2.7 del artículo 2 del Decreto Legislativo N° 1310, modificado por el Decreto Legislativo N° 1448.
5.4 En el caso de modificación de procedimientos administrativos establecidos en disposiciones normativas vigentes, antes de la aprobación de la modificación de la disposición normativa que establezca o regule el procedimiento administrativo; conforme a lo dispuesto en el literal d) del numeral 2.4 del artículo 2 del Decreto Legislativo N° 1310, modificado por el Decreto Legislativo N° 1448.

consultas en línea para que los bodegueros puedan formular consultas, las mismas que deben ser atendidas por las instituciones correspondientes.

Cabe agregar, con relación al contenido de la Plataforma Bodeguera, que las instituciones mencionadas en la Ley remiten a PRODUCE, los contenidos que deben ser difundidos a través de la referida plataforma electrónica, siendo responsables de que su contenido se encuentre actualizado.

Día Nacional del Bodeguero

El artículo 13 se establece que los gobiernos locales y regionales, con la participación de las entidades públicas competentes, realizan acciones, tales como talleres, capacitaciones, asistencia técnica, concursos de buenas prácticas, ferias de servicios, destinadas a promover y resaltar la actividad del bodeguero.

Dichas acciones fomentan el encuentro entre los bodegueros, proveedores, distribuidores, intermediarios o clientes corporativos de bodegas, expertos en materias legales, laborales y tributarias, comercio interno, instituciones públicas o privadas y la ciudadanía en general, para generar conocimiento y compartir experiencias orientadas al desarrollo e incremento de la competitividad de la actividad del bodeguero.

Asimismo, considerando la necesaria articulación para la promoción de la actividad bodeguera y el cumplimiento de lo establecido en el Reglamento, en el artículo 14 se establece las entidades de la administración pública comprendidas en la Ley, promueven convenios y/o alianzas estratégicas con los gobiernos regionales y locales; así como con entidades públicas o privadas, incluyendo instituciones de educación superior, para la capacitación y asistencia técnica a favor de los bodegueros.

En cuanto a la capacitación y asistencia técnica en beneficio de los bodegueros, que PRODUCE, la SBS, la SUNAT, INDECOPI en cumplimiento de lo establecido en la Ley, en el artículo 15 del Reglamento, estas deben considerar lo siguiente:

- a) Estimular el desarrollo y la competitividad de las bodegas como unidades económicas básicas, en el corto y mediano plazo, con la finalidad de contribuir con su sostenibilidad económica, financiera y social; y,
- b) Promover y facilitar la consolidación de la actividad del bodeguero.

En ese marco, las instituciones mencionadas en la Ley elaboran instructivos, manuales, fichas o similares, para su difusión entre los bodegueros, con los contenidos de su competencia y sin perjuicio de lo establecido en el numeral 12.4 del Reglamento.

Adicionalmente, en el artículo 16 del Reglamento se establece que los bodegueros pueden acceder a las capacitaciones que brinda PRODUCE, a través de sus distintos canales de atención, acciones de capacitación y asistencia técnica, en materia de:

- a) Gestión empresarial: asesorías en modelamiento de negocios, concepto y diseño de marca, análisis del consumidor y estrategia de mercado, aplicación de la metodología 5S u otras; capacitación en el uso y manejo de herramientas de gestión empresarial, en funcionamiento de los sistemas tradicionales y alternativos de acceso a financiamiento, habilidades blandas, uso de herramientas de tecnologías de información, capacitación en los aspectos laborales, legales, tributarios y contables, entre otros.
- b) Digitalización: asesoría en presencia digital, comercio electrónico, sistemas de gestión digital, entre otros similares.
- c) Desarrollo productivo: orientación en buenas prácticas bodegueras.
- d) Financiamiento: asesoría en educación financiera para desarrollar hábitos de ahorro, planificación de gastos y responsabilidad financiera.



Asimismo, se establece que PRODUCE desarrolla manuales y guías de buenas prácticas bodegueras, para la capacitación y estandarización de procesos en beneficio de los bodegueros y de los consumidores.

Adicionalmente, en el artículo 17 del Reglamento se dispone que, PRODUCE, en coordinación con las entidades competentes, promueve el acceso a la información en materia de innovación y servicios tecnológicos orientados a las demandas y necesidades de los bodegueros, mediante alianzas estratégicas con instituciones privadas, con la finalidad de impulsar los servicios tecnológicos y digitales que dinamicen la productividad de los bodegueros, facilitándoles el acceso a soluciones digitales para incrementar su competitividad.

Sumado a lo descrito, mediante la plataforma bodeguera, se facilita el acceso a herramientas y servicios digitales brindados por instituciones públicas y/o privadas del ámbito local e internacional, permitiendo a los bodegueros gestionar de manera más eficiente su negocio, así como fortalecer sus capacidades digitales, implementar soluciones tecnológicas como la utilización de medios de pago electrónicos y/o digitales, tipo de cambio y comprobantes de pago electrónicos, sistema de planificación de recursos empresariales (ERP), tales como logística, distribución, inventario, envíos, facturas y contabilidad del negocio bodeguero de forma modular, entre otros, que contribuyan con el aumento de su productividad.

Asimismo, se dispone en el artículo 18 que PRODUCE, en coordinación con las entidades competentes, promueve y facilita entre los bodegueros el uso de herramientas tecnológicas para el procesamiento de pagos electrónicos o digitales, con la finalidad de incrementar la cantidad de transacciones comerciales de las bodegas.

Respecto a la inclusión financiera, el artículo 19 del Reglamento señala que las entidades públicas del sistema financiero fomentan, en el marco de sus competencias, los mecanismos e instrumentos para el acceso de los bodegueros a productos financieros, con el objetivo de facilitar su inclusión financiera y canalizar recursos para capital de trabajo, activos fijos y acondicionamiento o mejora de los locales donde desarrollan su actividad.



En ese sentido, PRODUCE, en coordinación con instituciones del sistema financiero, promueve la inclusión financiera y el acceso al financiamiento de los bodegueros debidamente bancarizados, a través de fondos de garantías complementarias, tales como el Fondo Crecer, Fondemi, entre otros, con la finalidad de generar su acceso en mejores condiciones al sistema financiero.



Por otro lado, se contempla en el artículo 21 del Reglamento, que los gobiernos locales, en cumplimiento del artículo 6 de la Ley, otorgan licencias de funcionamiento a fin de fomentar la actividad formal de las bodegas, exigiendo los requisitos y procedimientos aprobados, en concordancia con la normativa vigente y las competencias establecidas.

En cuanto a los regímenes tributarios, el artículo 22 de Reglamento establece que la SUNAT en coordinación con PRODUCE, los gobiernos regionales y locales promueve campañas de difusión sobre los diversos regímenes tributarios a los que pueden acceder las bodegas, conforme al artículo 7 de la Ley.

En ese sentido, la SUNAT adopta las medidas técnicas, normativas, operativas y administrativas necesarias para fortalecer la actividad y para cumplir su rol de entidad administradora, recaudadora y fiscalizadora, de conformidad a lo establecido en el artículo 7 de la Ley.

El artículo 23 del Reglamento establece, considerando lo establecido en el artículo 5 de la Ley, que el INEI mantiene actualizado el sistema estadístico sobre los bodegueros del país, realizando para el efecto, periódicamente, las acciones necesarias y facilitando la información disponible con plena transparencia.

En cuanto a la Primera Disposición Complementaria Final del Reglamento, se faculta a PRODUCE a dictar, en el marco de sus funciones y competencias, mediante Resolución Ministerial, las medidas complementarias que fueran necesarias para el adecuado cumplimiento de lo dispuesto en la Ley y el Reglamento.

Asimismo, la Segunda Disposición Complementaria Final del Reglamento, otorga un plazo de ciento veinte días hábiles contados a partir del día siguiente de la entrada en vigencia del Reglamento, las entidades comprendidas en la Ley incorporan las acciones bajo su competencia, en sus respectivos planes operativos o instrumentos de gestión de similar naturaleza, conforme a lo dispuesto en el Reglamento, bajo responsabilidad del titular de la entidad.

Finalmente, la Tercera Disposición Complementaria Final del Reglamento, otorga un plazo de 80 días hábiles, contados a partir del vencimiento del plazo previsto en la Segunda Disposición Complementaria Final del Reglamento, las instituciones a que hace referencia la Ley, remiten a PRODUCE los contenidos que deben ser difundidos a través de la plataforma bodeguera.

V. ANÁLISIS COSTO - BENEFICIO

La propuesta normativa tiene como objeto establecer las disposiciones reglamentarias de la Ley, que reconoce el valor social de la actividad del bodeguero, a través del expendio o venta de productos de primera necesidad, 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.

Ello conlleva a una serie de costos y beneficios directos e indirectos sobre los agentes involucrados (personas naturales o jurídicas que pretenden realizar una actividad económica que se enmarca como actividad del bodeguero), los mismos que se desarrollan a continuación:

Costos

- **Para las personas naturales o jurídicas que pretenden realizar una actividad económica que se enmarca como actividad bodeguera**

Los costos que tendrán que incurrir las personas naturales o jurídicas que pretenden desarrollar su actividad bodeguera, de acuerdo a lo señalado en la Ley, son los de formalización de dicha actividad.

Respecto a las asesorías y capacitaciones de formalización, desarrollo empresarial, digitalización y financiamiento que brindará PRODUCE son gratuitas, por lo que las empresas no efectuarían costo monetario alguno para acceder a las mismas.

- **Para la sociedad**

La sociedad no se vería afectada negativamente, ya sea de manera directa o indirecta, por la emisión de la propuesta normativa, debido a que la misma está orientada a mejorar el marco normativo vigente.



- **Para el Estado**

Los costos para el Estado se encuentran asociados al tiempo y recursos que PRODUCE deberá utilizar para la implementación del reglamento.

Beneficios

- **Para las personas naturales o jurídicas que pretenden realizar una actividad económica que se enmarca como actividad bodeguera**

El beneficio para las personas naturales o jurídicas titulares o representantes de una bodega es que el presente Reglamento impulsa y apoya la actividad del bodeguero a través del suministro de asistencia técnica y capacitaciones que permitirán:

- ✓ Aumentar el nivel de formalidad en las bodegas.
- ✓ Acceder a fuentes de financiamiento que coadyuven al crecimiento de las bodegas.
- ✓ Modernizar los negocios a través del uso de herramientas digitales.
- ✓ Fortalecer las capacidades empresariales del bodeguero para que identifique las áreas claves de la empresa que permitan orientar y gestionar las acciones estratégicas para su posicionamiento y sostenibilidad en el mercado.

Finalmente, dichas medidas generarán efectos importantes tanto en la productividad y ventas de las bodegas, puesto que de acuerdo a los resultados presentados por un estudio para el sector manufacturero realizado por PRODUCE (2016)²⁷, existe una relación positiva en dicho sector si se incrementa las variables como capacidad empresarial, acceso al financiamiento y acceso a la digitalización en las empresas.

- **Para la sociedad**

El beneficio para la sociedad con la emisión de la propuesta normativa, consiste básicamente en la mejora de los requerimientos diarios de los hogares a través de la compra de productos en mejores condiciones y/o facilidades en las bodegas.

- **Para el Estado**

El beneficio para el Estado es que se contará con un sistema estadístico actualizado, a cargo de INEI, lo cual permitirá identificar a los bodegueros en el mercado y mejorar la asistencia técnica, en cuanto la promoción e incentivos para los bodegueros.

Para PRODUCE se constituye, mediante la plataforma electrónica, una herramienta importante de gestión, pues le permitirá hacer que los beneficios de promoción que implemente, alcancen a quienes efectivamente cumplen con la normativa y realizan comercio interno.

El Estado Peruano se beneficiará por el potencial incremento en los niveles de formalidad del tejido empresarial. En particular, la formalización ampliará la base de contribuyentes a través del registro de transacciones antes no registradas.

Además de ello, contribuye con la simplificación administrativa, toda vez que los servicios se brindarán de manera virtual.

Del balance entre los costos y los beneficios que implica la aprobación del presente Reglamento, se advierte que los beneficios para los bodegueros, la sociedad y el Estado, son mayores que los costos.

²⁷ Ministerio de la Producción (2016), Estudio de la situación actual de las empresas peruanas.

VI. ANÁLISIS DE IMPACTO DE LA VIGENCIA DE LA NORMA EN LA LEGISLACIÓN NACIONAL

Con la aprobación del presente Reglamento se da cumplimiento al mandato dispuesto por el artículo 10 de la Ley General de Bodegueros, Ley N° 30877. En ese sentido, con el presente Reglamento se establecen acciones para impulsar y apoyar la actividad bodeguera a través de instrumentos y la generación de espacios que promuevan su identificación, formalización, representatividad, competitividad y desarrollo en el comercio interno, en concordancia con el Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial, aprobado por Decreto Supremo N° 013-2013-PRODUCE.

