



ARTÍCULO ORIGINAL

Regulación del comercio electrónico y las transacciones digitales en Perú: un análisis de su implementación y efectos en la región de Huancavelica

Regulation of E-commerce and Digital Transactions in Peru: An Analysis of its Implementation and Effects in the Huancavelica Region

Vhelu Fortunata Pacheco Marmanillo^{1*}



Esta obra está bajo una Licencia
Creative Commons Atribución 4.0
Internacional

*Autor Corresponsal: 2021511026@unh.edu.pe

Recibido: 13 de Abril del 2023 / **Aceptado:** 11 de Junio del 2023

RESUMEN

Este trabajo tiene la finalidad de analizar la implementación y los efectos de la regulación del comercio electrónico y las transacciones digitales en Perú, en énfasis en la región de Huancavelica, para identificar sus impactos legales, económicos y sociales, como objetivos específicos tenemos la revisión del marco legal que los rigen, evaluar su alcance y aplicabilidad en la región, investigando de cómo se han ido implementando y su impacto en el desarrollo económico, examinando la adopción de las transacciones digitales, como influye en los negocios locales, y analizar su impacto social incluyendo cambios en el acceso a productos y servicios evaluando la aceptación y el nivel de confianza de la población en el comercio electrónico, identificando los desafíos que enfrentan los emprendedores y consumidores en la región, sobre el comercio electrónico y las transacciones digitales. Se ha seguido el método descriptivo como análisis de leyes y estudios previos, así como entrevistas y encuestas a emprendedores, consumidores y funcionarios en la región, recopilando datos cualitativos y cuantitativos, así como el estudio de casos de negocios locales que han adoptado el comercio electrónico. Se concluye con una comprensión del marco regulatorio del comercio electrónico en Perú y su implementación en Huancavelica, con la identificación de los efectos de las transacciones digitales, con propuestas políticas y estrategias para mejorar el entorno del comercio electrónico en nuestra región.

Palabras clave: Comercio electrónico, transacciones digitales, impacto económico y social, desarrollo económico, negocios locales, adopción tecnológica, confianza en el comercio electrónico.

ABSTRACT

This work aims to analyze the implementation and effects of the regulation of electronic commerce and digital transactions in Peru, with an emphasis on the Huancavelica region, to identify its legal, economic, and social impacts. The specific objectives include reviewing the legal framework governing them, evaluating their scope and applicability in the region, investigating how they have been implemented and their impact on economic development, examining the adoption of digital transactions and how they influence local businesses, and analyzing their social impact, including changes in access to products and

¹ Estudiante de la Universidad Nacional de Huancavelica, Huancavelica, Perú.

INVESTIGACIÓN ORIGINAL

services. This includes evaluating the acceptance and trust level of the population in electronic commerce, identifying the challenges faced by entrepreneurs and consumers in the region regarding electronic commerce and digital transactions, and proposing recommendations to overcome them. The descriptive method was followed, including the analysis of laws and previous studies, as well as interviews and surveys with entrepreneurs, consumers, and officials in the region, collecting qualitative and quantitative data, and studying cases of local businesses that have adopted electronic commerce. The study concludes with an understanding of the regulatory framework of electronic commerce in Peru and its implementation in Huancavelica, identifying the effects of digital transactions, and proposing policies and strategies to improve the electronic commerce environment in our region.

Keywords: Electronic commerce, digital transactions, economic and social impact, economic development, local businesses, technological adoption, trust in electronic commerce.

I. INTRODUCCIÓN

En la última década, el comercio electrónico ha experimentado un auge significativo a nivel mundial, transformando la forma en que las personas compran y venden productos y servicios. Esta tendencia llegó también a Perú, donde el comercio electrónico ha crecido constantemente más en los últimos años debido al COVID-19 que aceleró la adopción de tecnologías digitales.

El comercio electrónico en Perú ha demostrado ser crucial para impulsar la economía, permitiendo a los negocios llegar a un mercado más amplio y a los consumidores acceder a una variedad de productos sin salir de casa. Pero este crecimiento ha traído la necesidad de establecer un marco regulatorio para garantizar la seguridad, confianza y eficiencia de las transacciones digitales.

A pesar de los avances en el comercio electrónico, Perú enfrenta desafíos en la regulación y supervisión de este sector como: la falta de infraestructura digital, más en regiones rurales como Huancavelica, donde el acceso a internet y a tecnologías avanzadas es limitado; la desigualdad en la implementación: dado que la adopción del comercio electrónico varía entre las regiones urbanas y rurales; la carencia de la educación necesaria de empresarios y consumidores para aprovechar las oportunidades del comercio electrónico; y las preocupaciones sobre la seguridad de las transacciones y la protección de datos personales.

Estudiar la regulación del comercio electrónico y las transacciones digitales en la región es crucial por el desarrollo económico por ser una de las regiones más pobres de Perú. Mejorar el acceso y uso del comercio electrónico podría impulsar el desarrollo económico local. Además, la inclusión digital analizando de cómo las políticas actuales impactan a las comunidades rurales puede ayudar a diseñar estrategias más inclusivas y efectivas. Y así facilitar el acceso a una mayor variedad de productos y servicios, el comercio electrónico puede mejorar la calidad de vida.

En Perú, las leyes que regulan el comercio electrónico son la Ley de Protección de Datos Personales (Ley N° 29733) y la Ley de Firmas y Certificados Digitales (Ley N° 27269). Estas leyes aseguran que las transacciones en línea sean seguras y que los datos personales de los usuarios estén protegidos. También el Código de Protección y Defensa del Consumidor (Ley N° 29571), que establece los derechos y obligaciones de los consumidores y proveedores.

Estas leyes son claras en términos de protección de datos y derechos del consumidor, pero su aplicabilidad en Huancavelica es limitada por la falta de infraestructura digital y la baja penetración de Internet. Muchas áreas rurales en Huancavelica no tienen acceso adecuado a servicios de Internet, lo que dificulta la implementación efectiva de estas normativas. Además, la implementación de las regulaciones del comercio electrónico se enfrenta a desafíos como la falta de infraestructura tecnológica y la escasa capacitación digital. Los esfuerzos de implementación se centran en mejorar el acceso

INVESTIGACIÓN ORIGINAL

a Internet y capacitar a las pequeñas empresas locales para que puedan adaptarse al comercio electrónico.

Los mecanismos de cumplimiento y supervisión en Huancavelica son débiles debido a la falta de recursos y personal capacitado. Las autoridades locales tienen dificultades para monitorear y hacer cumplir las regulaciones, lo que resulta en una baja adopción del comercio electrónico y un nivel de confianza limitado entre los consumidores y empresarios locales.

Para superar estos desafíos, se podrían implementar estrategias que pueden crear un entorno más favorable para el comercio electrónico en Huancavelica como invertir en la expansión de la conectividad a Internet y mejorar la infraestructura tecnológica en las áreas rurales de la región, ofrecer programas de capacitación para empresarios y consumidores sobre el uso de plataformas de comercio electrónico y la importancia de la seguridad en línea, crear campañas de sensibilización para promover los beneficios del comercio electrónico y aumentar la confianza de los consumidores y establecer alianzas entre el gobierno, el sector privado y las ONG para proporcionar recursos y apoyo a las pequeñas empresas que deseen incursionar en el comercio electrónico. (ChatGPT-Copilot, 2024)

Si bien es cierto Huancavelica es una región predominantemente rural, con una economía basada en la agricultura y la minería. La región enfrenta altos niveles de pobreza y desigualdad, lo que dificulta la adopción de tecnologías digitales. El acceso a Internet es limitado, en áreas rurales, lo que representa un desafío para el comercio electrónico. A pesar de ello, hay oportunidades considerables para el desarrollo del comercio electrónico. La mejora de la infraestructura digital y la capacitación de los empresarios locales podrían transformar la economía regional, permitiendo a los negocios locales expandirse y acceder a nuevos mercados.

II. METODOLOGÍA

El enfoque del estudio es mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos. Este enfoque permite obtener una comprensión del marco regulatorio del comercio electrónico, su implementación y sus efectos en Huancavelica.

Para comprender el marco regulatorio del comercio electrónico en Perú, se realizó una revisión de la Ley N° 29733 (2011) que protege los datos personales de los usuarios que realizan transacciones en línea, la Ley N° 27269 (2000) que regula el uso de firmas digitales para garantizar la seguridad de las transacciones electrónicas. Y la Ley N° 29571 (2010) que establece los derechos y obligaciones de los consumidores y proveedores en el comercio electrónico. Y se revisó estudios previos sobre el comercio electrónico en Perú en informes del INEI.

Para recopilar datos cualitativos y cuantitativos, se llevó a cabo entrevistas y encuestas:

- Entrevistas a 20 propietarios de pequeños negocios que utilizan o desean utilizar plataformas de comercio electrónico. Preguntas sobre sus experiencias, desafíos y necesidades en relación al comercio electrónico.
- Encuestas a 100 residentes de Huancavelica para evaluar su nivel de confianza en el comercio electrónico, frecuencia de uso, y barreras percibidas.
- Entrevistas a 10 funcionarios de la Municipalidad de Huancavelica y del Ministerio de Transportes y Comunicaciones, para entender los esfuerzos y desafíos en la implementación de regulaciones del comercio electrónico.
- Entrevista a un Emprendedor:
- Entrevistadora: ¿Cuál es su experiencia utilizando plataformas de comercio electrónico para su negocio?
- Emprendedor: He intentado usar plataformas como Facebook Marketplace y WhatsApp para vender mis productos, pero la falta de acceso a Internet confiable y la poca

INVESTIGACIÓN ORIGINAL

familiaridad con las tecnologías digitales son grandes obstáculos.

- Entrevistadora: ¿Qué tipo de apoyo cree que necesita para mejorar su experiencia en el comercio electrónico?
- Emprendedor: Necesitamos mejor acceso a Internet y capacitación en el uso de herramientas digitales. También sería útil contar con algún tipo de apoyo financiero para invertir en tecnología.
- Encuesta a un Consumidor:
- ¿Con qué frecuencia realiza compras en línea? Nunca: 60%, Ocasionalmente: 25% y Frecuentemente: 15%
- ¿Cuáles son sus principales preocupaciones al comprar en línea? Seguridad de los datos personales: 60%, Falta de confianza en los proveedores: 30% y Problemas con la entrega: 10%
- Se analizó casos de negocios en Huancavelica que han adoptado el comercio electrónico.
- Caso 1: Una tienda de artesanías que utiliza una plataforma de e-commerce nacional para vender productos a clientes en Lima y otras ciudades.
- Caso 2: Una inmobiliaria que vende a través de un Marketplace local y ha experimentado un aumento en sus ventas gracias al acceso a nuevos mercados.

III. RESULTADOS

En el Marco Regulatorio, la Ley N° 29733 (2011): Proporciona directrices claras sobre cómo deben manejarse los datos personales en transacciones digitales, pero su aplicación en Huancavelica es limitada debido a la falta de recursos y capacitación, la Ley N° 27269 (2000): establece un marco para las firmas digitales, la falta de infraestructura tecnológica en Huancavelica dificulta su adopción. Y la Ley N° 29571 (2010) que protege los derechos de los consumidores en el comercio electrónico, Pero, en Huancavelica, el bajo acceso a Internet y la falta de educación digital limitan la efectividad de esta protección.

La Implementación en Huancavelica tiene una baja penetración de Internet, con muchas áreas

rurales sin acceso adecuado. Según el INEI (2022) el 20% de los hogares rurales tienen acceso a Internet. Además, la mayoría de los empresarios y consumidores carecen de la capacitación necesaria para utilizar plataformas de comercio electrónico de manera efectiva.

Los efectos de las transacciones digitales en la región en la economía, los negocios que han adoptado el comercio electrónico han experimentado un aumento en sus ventas y acceso a nuevos mercados. Por ejemplo, un estudio de caso sobre una tienda de artesanías en Huancavelica mostró un aumento del 10% en sus ingresos tras la adopción de una plataforma de e-commerce. Además, la adopción de transacciones digitales mejora la inclusión financiera, permitiendo a más personas participar en la economía formal. Pero, solo un pequeño % de la población está actualmente beneficiándose debido a las barreras de acceso y educación.

En lo social, el comercio electrónico ha facilitado el acceso a productos que no están disponibles localmente, mejorando la calidad de vida de los habitantes. Pero, la penetración limitada de Internet significa que solo una fracción de la población se beneficia. Además, las iniciativas de capacitación han comenzado a mejorar la alfabetización digital, pero aún se necesita más esfuerzo para alcanzar a la mayoría de la población.

Según el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (2022) algunas propuestas de políticas para mejorar el entorno del comercio electrónico en Huancavelica es invertir en la expansión de la conectividad a Internet en áreas rurales. Esto puede incluir subsidios para proveedores de servicios de Internet y proyectos de infraestructura pública. Además, desarrollar programas de capacitación en competencias digitales para empresarios y consumidores. Estos programas pueden ser organizados en colaboración con instituciones educativas y ONG locales. Y crear incentivos fiscales y financieros para pequeñas empresas que adopten el comercio electrónico, incluyendo créditos y subsidios para la compra de tecnología.

INVESTIGACIÓN ORIGINAL

Algunas estrategias recomendables es fomentar la colaboración entre el gobierno, el sector privado y organizaciones sin fines de lucro para proporcionar los recursos necesarios para la infraestructura y la capacitación. Además, lanzar campañas de sensibilización y educación para aumentar la confianza y el conocimiento sobre los beneficios del comercio electrónico. E implementar medidas para mejorar la seguridad de las transacciones digitales y la protección de datos, aumentando así la confianza de los consumidores en el comercio electrónico.

Tablas y Gráficos

Tabla 1

Frecuencia de Uso del Comercio Electrónico entre Consumidores de Huancavelica

Frecuencia	Porcentaje
Nunca	60%
Ocasionalmente	25%
Frecuentemente	15%

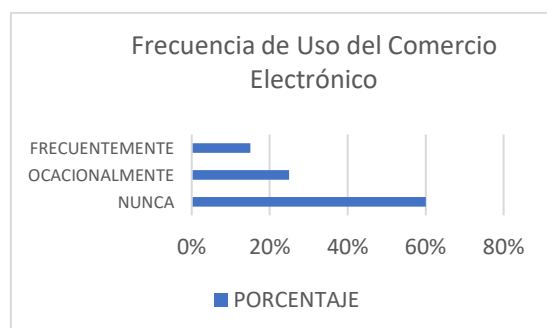
Tabla 2

Principales Barreras para Emprendedores en Huancavelica

Barrera	Porcentaje
Acceso a internet	60%
Falta de capacitación	30%
Problemas de logística	10%

Figura 1

Frecuencia de Uso del Comercio Electrónico

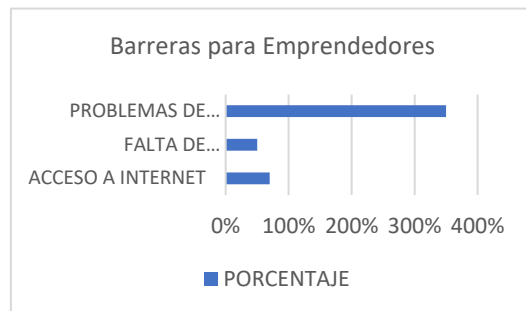


De la encuesta a los consumidores en Huancavelica nunca utilizan el comercio electrónico, representando el 60% de la población encuestada. Un 25% lo usa

ocasionalmente y solo un 15% lo hace con frecuencia. Esto indica una baja penetración del comercio electrónico en la región, lo cual podría deberse a varios factores, incluyendo barreras tecnológicas, educativas y logísticas.

Figura 2

Barreras para Emprendedores



De la entrevista a los emprendedores el acceso a internet es la principal barrera para los emprendedores en Huancavelica, afectando al 70% de ellos. La falta de capacitación y los problemas de logística también son obstáculos, con un 50% y un 40% respectivamente. Estas barreras pueden explicar en parte la baja frecuencia de uso del comercio electrónico entre los consumidores, ya que una infraestructura de internet deficiente y la falta de conocimientos adecuados dificultan tanto el emprendimiento como la adopción de nuevas tecnologías.

De la entrevista a los funcionarios Gubernamentales, estos indicaron que hay esfuerzos en marcha para mejorar la infraestructura digital, pero reconocen que los avances son lentos debido a limitaciones presupuestarias. Además, mencionaron la falta de recursos humanos y técnicos para supervisar y apoyar adecuadamente la implementación del comercio electrónico en la región.

IV. DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos en este estudio muestran una discrepancia entre el potencial del comercio electrónico en Huancavelica y su realidad actual. La falta de acceso a Internet, la

INVESTIGACIÓN ORIGINAL

escasa capacitación digital y la desconfianza en la seguridad de las transacciones digitales son barreras que coinciden con la información revisada sobre adopción de tecnologías en entornos rurales y en desarrollo, que según Martínez y Rodríguez (2018) en relación con la teoría de la difusión de innovaciones, los hallazgos muestran que Huancavelica se encuentra en las primeras etapas de adopción del comercio electrónico, con una gran parte de la población aún en las etapas de conocimiento y consideración. Esto destaca la necesidad de intervenciones específicas para facilitar la adopción y mejorar la aceptación de estas tecnologías en la región.

Las implicaciones de este estudio para la regulación del comercio electrónico en Huancavelica y Perú son importantes. Los resultados subrayan la importancia de desarrollar políticas regulatorias adecuadas, como la Ley N° 29733 (2011), Ley N° 27269 (2000) y la Ley N° 29571 (2010) e implementar estrategias para superar las barreras que obstaculizan la adopción del e-commerce.

En Huancavelica, las autoridades necesitan priorizar la mejora de la infraestructura digital y la implementación de programas de capacitación en competencias digitales. Además, es crucial abordar las preocupaciones sobre la seguridad de las transacciones en línea para fomentar la confianza de los consumidores y empresarios en el comercio electrónico.

A nivel nacional, estos hallazgos subrayan la necesidad de políticas más amplias que aborden las brechas digitales y promuevan la inclusión digital en todas las regiones del país. El gobierno peruano debe considerar políticas específicas y programas de desarrollo dirigidos a regiones rurales como Huancavelica para garantizar que todas las comunidades tengan igualdad de acceso y oportunidades en la economía digital.

Este estudio tiene varias limitaciones que deben tenerse en cuenta al interpretar los resultados. En primer lugar, la muestra puede no ser completamente representativa de la población de Huancavelica debido a limitaciones en la

selección y tamaño de la muestra. Además, la falta de datos históricos sobre el comercio electrónico en la región limita la capacidad de realizar comparaciones y evaluar tendencias a lo largo del tiempo. Y la naturaleza del enfoque mixto utilizado en este estudio puede introducir sesgos en la interpretación de los resultados.

Para otras investigaciones, recomiendo realizar estudios que sigan la evolución del comercio electrónico en Huancavelica y otras regiones rurales del Perú. Estos estudios podrían proporcionar una comprensión más completa de las barreras y facilitadores de la adopción del comercio electrónico y ayudar a evaluar el impacto de intervenciones específicas a lo largo del tiempo.

V. CONCLUSIONES

En este estudio, se investigaron el marco regulatorio del comercio electrónico en Perú, su implementación en la región de Huancavelica y los efectos de las transacciones digitales. Los hallazgos revelaron que la falta de acceso a Internet, la escasa capacitación digital y la desconfianza en la seguridad de las transacciones son barreras para la adopción del comercio electrónico para empresarios y consumidores en la región. Aunque existen leyes en Perú que regulan el comercio electrónico, su aplicación en regiones rurales como Huancavelica enfrentan desafíos.

Los resultados de este estudio tienen importantes implicaciones para la práctica regulatoria y el desarrollo del comercio electrónico en regiones menos urbanizadas como Huancavelica. Destacan la necesidad de mejorar la infraestructura digital y proporcionar capacitación en competencias digitales para empresarios y consumidores. Además, la importancia de abordar las preocupaciones sobre la seguridad de las transacciones en línea para fomentar la confianza y promover una mayor adopción del e-commerce.

Estos hallazgos pueden informar la formulación de políticas regulatorias más efectivas tanto a

INVESTIGACIÓN ORIGINAL

nivel local como nacional en Perú. Al comprender las barreras y facilitadores de la adopción del comercio electrónico en regiones rurales como Huancavelica, los responsables de la formulación de políticas pueden diseñar intervenciones específicas para promover un entorno más propicio para el desarrollo económico y social a través del e-commerce.

Este estudio destaca la importancia de la inclusión digital y el acceso equitativo a las oportunidades económicas en todas las regiones del país. Al abordar las brechas digitales y promover la adopción del comercio electrónico en áreas rurales como Huancavelica, Perú puede avanzar hacia un desarrollo más inclusivo y sostenible para todos sus ciudadanos.

VI. REFERENCIAS

- ChatGPT-Copilot. (2024). conversación solicitada por crome. Huancavelica - Perú.
- INEI. (2022). Encuesta Nacional de Hogares: Acceso y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación - ENAHO TIC. Instituto Nacional de Estadística e Informática.
- Ley N° 27269. (2000). Ley de Firmas y Certificados Digitales. Perú.
- Ley N° 29571. (2010). Código de Protección y Defensa del Consumidor. Perú.
- Ley N° 29733. (2011). Ley de Protección de Datos Personales. Perú.
- Martínez y Rodríguez. (2018). Comercio electrónico en el Perú: tendencias, desafíos y oportunidades. Revista en investigación en Tecnología y Desarrollo, 54-68.
- Ministerio de Transportes y Comunicaciones. (2022). Plan Nacional de Conectividad: Conectar al Perú para el Desarrollo. Gobierno del Perú.