

Las brechas del “e-commerce” en el Perú

Por: Raúl Allain. 26/10/2023

En el campo de la sociología de la información y sociología de la economía, semanas atrás puse en relieve mi lectura de dos documentos “Creatividad publicitaria y nuevas formas de comunicación” editado María Pinar Selva (Universidad Complutense de Madrid, <https://tinyurl.com/3y648j2a>) y el informe “E-commerce: ¿Cuánto ha crecido en Perú y qué tendencias impulsan el mercado?” (ESAN Graduate School of Business y Gestión, 2022 en <https://tinyurl.com/ss5ft97>).

En estos textos se aprecia a todas luces que actualmente el escenario en comercio electrónico sí es favorable para el Perú, con una tendencia en crecimiento enmarcada en lo que sucede con los negocios electrónicos a nivel mundial, que son un respaldo para la actividad en Perú y Latinoamérica.

Entre los factores favorables para este auge se mencionan: el acelerado desarrollo de Internet, el fenómeno de la globalización, la conformación de la “sociedad digital” –en parte acelerada durante el distanciamiento social en la pandemia del coronavirus–, que aceleraron la incorporación del uso de internet para la educación, comercio, servicios de entidades del Estado como Sunat, Registros Públicos o Reniec, redes sociales de Internet, etc.

Asimismo, la normalización de nuevas formas de pago electrónico, a través de sistemas de banca móvil, banca digital, tarjetas de débito y billeteras digitales, las cuales son una excelente opción rápida y segura. Los peruanos aumentan su preferencia por sistemas de pagos digitales, tal como lo señala una encuesta del Banco Mundial reconoce avances basados en política de inclusión financiera.

DIFICULTADES PARA EL E-COMMERCE EN EL PERÚ

Sin embargo, hay retos por superar. Las dificultades más relevantes son:

a. Brecha digital. – Existe todavía un sector de la población, especialmente en zonas rurales de costa, sierra y selva, que no tienen acceso a las tecnologías de información, ya sea porque no hay cobertura de banda ancha o porque simplemente su situación económica les impide tener un teléfono, pagar el servicio de conexión a

internet.

b. “Analfabetismo” digital: se usa ese término para describir la situación de las personas que no cuentan con conocimientos ni familiaridad en el uso del Internet, redes sociales o tecnologías básicas de información. Es importante que se difunda el uso de las nuevas tecnologías de la información. Aunque los niños y jóvenes de hoy, llamados “millennials” nacieron usando Internet, existe una gran brecha con aquellos adultos y adultos mayores que nunca tuvieron la oportunidad de usar una computadora.

c. Deficiencias en postventa. – En cuando al comercio electrónico, todavía hay muchas deficiencias en la atención posventa y la logística inversa siguen siendo enormes desafíos a superar. Las empresas tienen que ajustar, desarrollar y mejorar el servicio de entrega y reclamos de los clientes insatisfechos. El factor tiempo es uno de los reclamos más frecuentes.

Pero si bien se ha visto un aumento importante en la realización de compras online, aún hay un sector que se resiste a hacerlo. Entre los principales motivos de ello refieren que es por temor de que el producto no sea tal como lo ve en internet (71.4%); temor a que le roben información bancaria (42.9%); prefieren la compra en tienda física (28.6%).

d. Falta de inclusión financiera o bancarización. – Carlo Rodríguez, CEO & VP Regional de Transformación Digital en Attach, advierte que la falta de inclusión financiera es una de las principales dificultades para su expansión. “No crecerá el e-commerce sin bancarización, añade.

e. Delitos informáticos y ciberdelincuencia. – Otro problema es el aumento de los delitos informáticos, estafas y robos por internet. Los delitos informáticos en el Perú han aumentado en un 110 % desde el inicio de la pandemia por covid-19 debido a que, cada vez más, los consumidores empezaron a utilizar este medio virtual para realizar compras o transacciones económicas por internet, señaló Beyker Chamorro López, secretario técnico del Consejo Nacional de Política Criminal (Conapoc).

“El ciberdelito se ha elevado exponencialmente en casi un 110 % durante el contexto de pandemia porque todo empezó a virtualizarse por lo que se incrementó las compras por internet y a la vez la aparición de los delincuentes detrás de las pantallas”, manifestó.

Chamorro indicó también que antes de la pandemia se recibían un promedio de 8,000 denuncias por este tema pero que hoy en día la cifra ha crecido a 20,000 quejas, lo que está originando que la ciberdelincuencia se convierta en un grave problema de la sociedad actual.

Cada vez se registran más denuncias por delitos informáticos en el país. Según datos del Ministerio Público, el 2021 recibieron 18 mil 596 denuncias de casos de cibercrimen, lo que representa un incremento porcentual de 92,9% en comparación con el 2020.

Estas cifras fueron recogidas en un reporte estadístico sobre ciberdelitos publicado por el Observatorio Nacional de Política Criminal del Ministerio de Justicia y Derechos Humanos (Minjusdhs). Uno de los factores que explican el aumento de estas denuncias es la instalación de la Unidad Fiscal Especializada en Ciberdelincuencia a inicios del 2021.

En suma, todavía hay “mucho por hacer”. Seguiremos analizando este apasionante tema.

(*) Escritor, sociólogo y analista político. Consultor Internacional en Derechos Humanos para la Asociación de Víctimas de Acoso Organizado y Tortura Electrónica (VIACTEC).

Fotografía: Raúl Allain

Fecha de creación
2023/10/26