



INFORME

PROHIBIDA SU REPRODUCCION Y/O DIFUSION

POLÍTICA DE TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN EL PERÚ CONSIDERA USO DE TECNOLOGÍAS EMERGENTES

En esta entrevista, Marushka Chocobar, titular de la Secretaría de Gobierno y Transformación Digital, también explica el avance en cada uno de los objetivos prioritarios de la Política Nacional de Transformación Digital, en los que resalta la inclusión de tecnologías como el Internet de las cosas (IoT) o la inteligencia artificial (IA).

POR RENZO ROJAS

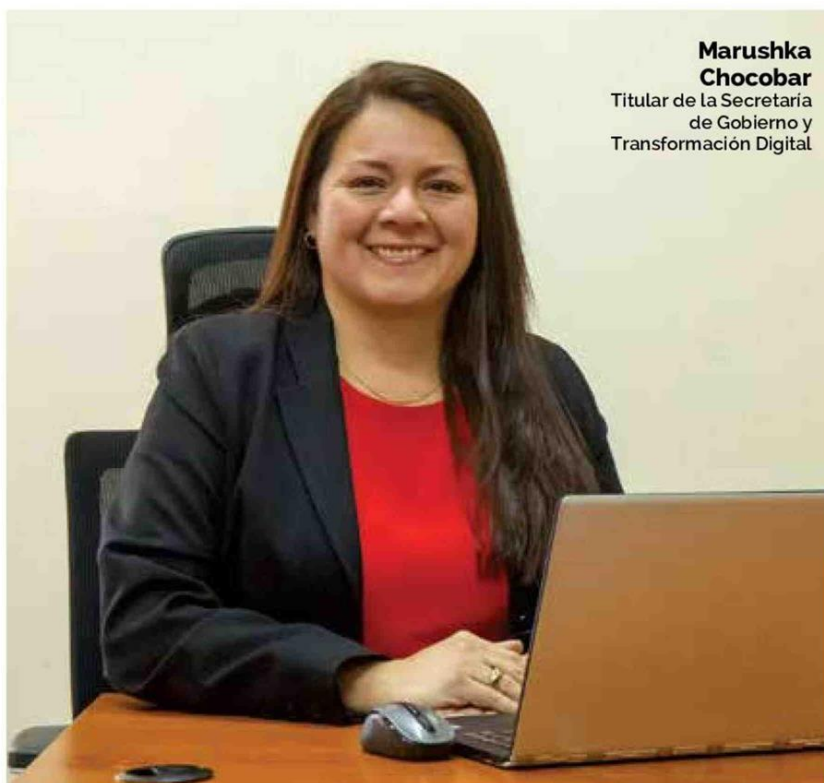
rrojas@stakeholders.com.pe

Más de 14 000 servicios digitales están a disposición de la ciudadanía en la plataforma Gob.pe, la cual ha recibido a la fecha más de 6 500 millones visitas y permitido a muchos ciudadanos realizar trámites. Esta es una de las cifras que destaca Marushka Chocobar de la Secretaría de Gobierno y Transformación Digital de la Presidencia de Consejo de ministros, quien además detalla algunas implementaciones en los seis objetivos prioritarios de la Política Nacional de Transformación Digital del Perú.

La funcionaria pública señala a *Stakeholders* que son seis objetivos esenciales que radican en esta política, la cual se encuentra respaldada por el Plan Estratégico de Desarrollo Nacional, un documento vital en el país en temas de planificación hacia el 2050 y que orienta el accionar del Estado en todos sus niveles, así como el de gremios, academia y empresas.

El primer objetivo prioritario se relaciona con el acceso al entorno digital, donde ha sido clave la articulación con diversas organizaciones como el Banco de la Nación, Asbanc o empresas de telecomunicaciones. De esta manera, se facilitó el pago de bonos en un contexto de pandemia por medio de billeteras digitales, por ejemplo.

En esa línea, como segundo objetivo importante, figura el impulso a la economía digital. Marushka Choco-



Marushka Chocobar

Titular de la Secretaría de Gobierno y Transformación Digital

bar indica que el inicio en el tema fue todo el despliegue digital en el marco de la crisis sanitaria. Muestra de lo anterior fue la habilitación de negocios en mercados de abasto para seguir funcionando a pesar de los retos, como la distancia social, que significó este panorama.

“Hemos llegado a cerca de los 9 mil puestos y de unos 300 mercados de abastos a nivel nacional. Esto ha permitido una facturación de alrededor de 200 millones de soles en los flujos

de venta minorista, según los reportes de Asbanc”, explica.

Ha seguido en este punto un fomento del uso de plataformas digitales a favor del comercio electrónico como Whatsapp Business, Marketplace, entre otros. Los resultados muestran un notable avance, ya que se ha logrado en comercio electrónico una facturación de USD 12 mil millones en el 2022, un aumento significativo en relación a los USD 9 300 millones y USD 6 200 millones en 2021 y 2020, respectivamente,