

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERU**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**



**El traspaso del tipo de cambio hacia los precios de internet**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO  
EN ECONOMÍA**

**AUTOR**

Alexandra Carolina Marcos Quispe

**ASESOR**

Marco Antonio Vega De la Cruz

Agosto, 2020

## **Resumen**

Insertar abstract

Palabras Claves:

Clasificación JEL:

# Índice

## Índice de figuras

## Índice de cuadros

# 1 Introducción

En la actualidad, los países se encuentran ante una revolución digital que proyecta el incremento de miles de millones de conexiones entre personas, procesos industriales y de negocios, y de datos. Este proceso tiene por denominación el internet de las cosas (Internet of Everything) y se estima que generará enormes oportunidades de progreso para los países (?).

La digitalización de la economía está estrechamente ligado con esta transformación tecnológica, basado en la convergencia de redes y aplicaciones que permitirá garantizar la sostenibilidad económica y social (?). Dentro del crecimiento de nuevos procesos, el más relevante es la distribución comercial del sector retail.

El mercado retail se caracteriza por el comercio de ventas al por menor. Dentro de este sector se encuentran las tiendas por departamento, los centros comerciales, las tiendas de conveniencia, entre otras. La creación de un nuevo canal de distribución comercial ha cambiado la forma en cómo se relacionan los consumidores, las firmas o tiendas retail e incluso los trabajadores (?).

El espectacular crecimiento de la distribución comercial a través del canal online, y en particular la venta vía dispositivos móviles, es signo claro de esta transformación. Esta nueva forma de comercialización virtual del mercado retail se le denomina «e-commerce» y su creación genera, actualmente, la mayoría del crecimiento de ventas de mucho de estas tiendas (?).

La transformación digital de las tiendas físicas hacia tiendas más omnipresentes ha dado paso a la creación de nuevas variables económicas como son los precios

de internet. La recolección de esta información contenida en las paginas web de las tiendas retail ha sido posible gracias al avance digital de los datos. La creación de programas automatizados como el «scraping» permiten, a costo bajo, la implementación y el diseño de larga escala de recolección de datos en la web (?).

Inicialmente, el uso de estos nuevos datos recolectados de las paginas web eran utilizados en investigaciones que buscaban caracterizar el comportamiento de los precios a nivel microeconómico (?). Asi como, encontrar diferencias o similitudes con los precios tradicionales. Sin embargo, el avance de este sector ha dado paso a un nuevo tipo de investigaciones que buscan entender la vulnerabilidad de los precios de internet ante los choque macroeconómicos.

En el Perú, el comercio electrónico ha sido ampliamente aceptado y ello, se refleja en el aumento de las tasas de crecimiento de sus ventas y sus proyecciones de ventas.

Por otro lado, la vulnerabilidad de las economías abiertas y dolarizadas como la peruana tiene en parte su origen en las fluctuaciones del tipo de cambio. La literatura tradicional concluye que el efecto traspaso del tipo de cambio ha ido disminuyendo hasta tener una magnitud muy reducida, lo que ha ido restando su importancia. Sin embargo, la aparición de un nuevo tipo de precio, el precio de internet, ha despertado el interés por estudiar su grado de reacción ante los movimientos cambiarios y otros choques macroeconómicos.

El presente trabajo se centra en estudiar el grado de reacción de los precios de internet ante fluctuaciones cambiarias utilizando un enfoque microeconómico para el sector retail en el Perú. Esto se basa en la reciente literatura que busca explicar

traspaso incompleto y reducido hacia los precios de los consumidores usando un enfoque microeconómico.

Explica literatura de esto

**PREGUNTA DE INVESTIGACION:** A la luz de lo expuesto, se busca responder la siguiente pregunta de investigación:

**RESUMEN DE LA ESTRUCTURA DEL DOCUMENTO**