

ESTADÍSTICAS A PROPÓSITO DEL DÍA MUNDIAL DEL INTERNET (17E MAYO)

- En México una de cada cinco unidades económicas utiliza Internet para desarrollar sus actividades.
- Los principales usos de Internet en las unidades económicas son la búsqueda de información sobre bienes y servicios, los trámites o gestiones gubernamentales y las operaciones bancarias y financieras.
- El 4.3% de los negocios en el país efectúa compras por Internet mientras que 3.0% realiza ventas a través de este medio.

El 17 de mayo se conmemora el aniversario de la firma de la primera Convención Telegráfica Internacional y la creación de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT). El Día Mundial de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información busca sensibilizar sobre las posibilidades que el uso de Internet y otras tecnologías de la información y la comunicación (TIC) pueden ofrecer a las sociedades y a la economía; así como fomentar la necesidad de reducir la brecha digital.

En México, cada cinco años desde 1930, se realizan los Censos Económicos cuyo objetivo es obtener información estadística básica, referida a un año específico, sobre todos los establecimientos productores de bienes, comercializadores de mercancías y prestadores de servicios, para generar indicadores económicos de México a un gran nivel de detalle geográfico, sectorial y temático.

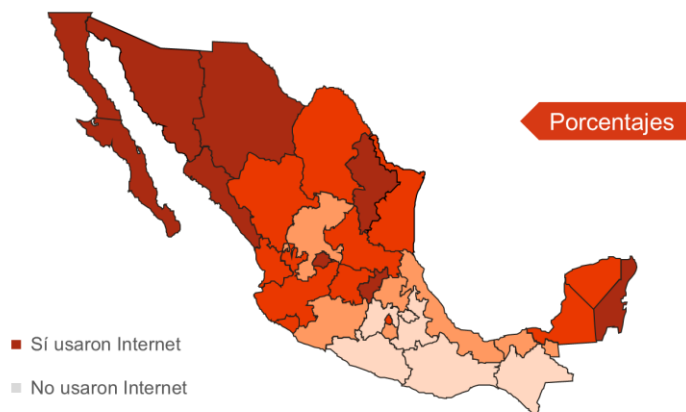
Los Censos Económicos captan una gran cantidad de temas útiles a los propósitos de la sociedad mexicana, sobre las características de los establecimientos y las empresas. A continuación, se presentan algunas características sobre el uso de Internet por parte de las unidades económicas.

USO DE INTERNET

En México, 20.7% de las unidades económicas utilizó Internet para el desarrollo de sus actividades. Baja California Sur (39.7%), Baja California (36.2%), Nuevo León (36.0%), Quintana Roo (35.7%), Sonora (34.3%), Querétaro (34.2%), Chihuahua (32.6%), Aguascalientes (31.0%) y Sinaloa (30.0%) fueron las entidades federativas con mayores porcentajes.

Baja California Sur	39.7	60.3
Baja California	36.2	63.8
Nuevo León	36.0	64.0
Quintana Roo	35.7	64.3
Sonora	34.3	65.7
Querétaro	34.2	65.8
Chihuahua	32.6	67.4
Aguascalientes	31.0	69.0
Sinaloa	30.0	70.0
Coahuila	29.7	70.3
Colima	29.5	70.5
Campeche	24.7	75.3
Ciudad de México	24.7	75.3
Jalisco	24.3	75.7
Tamaulipas	24.3	75.7
Durango	23.8	76.2
San Luis Potosí	23.3	76.7
Yucatán	22.7	77.3
Nayarit	21.5	78.5
Nacional	20.7	79.3
Guanajuato	20.2	79.8
Zacatecas	19.3	80.7
Tabasco	19.0	81.0
Hidalgo	17.6	82.4
Veracruz	17.3	82.7
Morelos	16.6	83.4
Michoacán	15.8	84.2
Puebla	14.8	85.2
Tlaxcala	12.6	87.4
México	12.6	87.4
Chiapas	12.3	87.7
Oaxaca	11.6	88.4
Guerrero	10.1	89.9

Unidades económicas que usan Internet por entidad federativa



El uso que se dio al Internet en las unidades económicas fue la búsqueda de información para bienes y servicios, para realizar trámites o gestiones gubernamentales, así como para efectuar operaciones bancarias y financieras.

El 80.4% de las empresas del sector *Manufacturas* utilizó Internet para la búsqueda de información sobre bienes y servicios, y 78.4% lo usó para realizar la gestión del negocio; en el sector de la *Construcción*, 90.1% de las empresas lo utilizó en operaciones bancarias y financieras; 89.0%, en la búsqueda de información para bienes y servicios, y únicamente 85.2% lo utilizó para realizar la gestión del negocio.

Por su parte, 81.0% de las empresas de los *Servicios financieros y de seguros* utilizó Internet para realizar la gestión del negocio, seguido de 75.9% para la búsqueda de información para bienes y servicios.

Usos del Internet por sector

Sector	Operaciones bancarias y financieras	Trámites o gestiones gubernamentales	Búsqueda de información para bienes y servicios	Realizar la gestión del negocio
Manufacturas	66.7	53.0	80.4	78.4
Comercio	60.3	44.4	75.1	72.2
Servicios privados no financieros	53.6	45.4	82.7	71.7
Pesca y acuicultura	79.4	63.7	83.7	81.4
Minería	77.5	67.9	83.0	80.7
Electricidad, agua y gas	62.2	70.7	81.8	79.5
Construcción	90.1	77.3	89.0	85.2
Transportes, correos y almacenamiento	82.7	71.7	84.1	83.4
Servicios financieros y de seguros	70.7	55.9	75.9	81.0

Nota: Unidades económicas que sí usaron Internet. Pudieron reportar más de un uso.

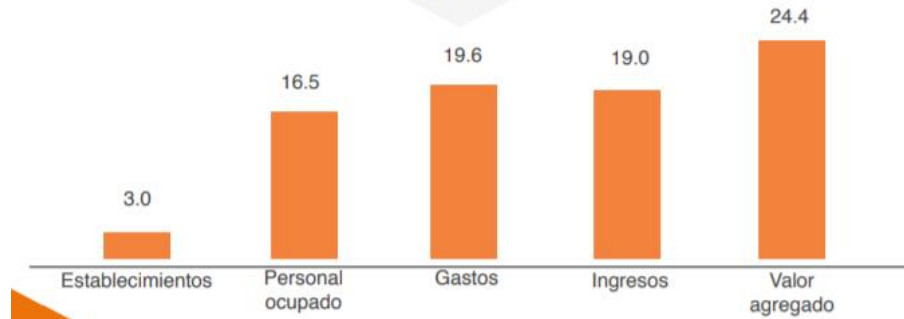
COMPRAS Y VENTAS POR INTERNET

En nuestro país, 4.3% de los negocios efectuó compras por Internet y 3.0% realizó ventas por este medio. Para ello, 63.8% de los establecimientos que realizaron compras utilizaron la página web de sus proveedores y 42.4% de los que realizaron ventas por Internet lo hicieron por medio de su propio sitio de Internet.

El tamaño promedio de los establecimientos que realizaron ventas por Internet fue de 27 personas por establecimiento. En tanto que el tamaño promedio nacional de los establecimientos fue de seis personas.

El peso que tuvieron los establecimientos que llevaron a cabo ventas por Internet en la economía nacional fue de 3.0% y concentraron 16.5% del personal ocupado. Además, tuvieron 19.6% en gastos, 19.0% en ingresos y casi una cuarta parte del valor agregado (24.4%).

¿Cuánto contribuyen los establecimientos que realizaron ventas por Internet en el total de las actividades?
(porcentajes)



El 4.3% de los establecimientos (equivalente a 208 517 unidades económicas) realizaron compras por Internet. Del total de las compras de estos establecimientos, 65.7% se realizó a través de Internet. En tanto que para los establecimientos que efectuaron ventas por Internet (3.0%, 142 942 establecimientos), dicha actividad significó 59.1% de sus ventas.

De esta manera, se generaron compras y ventas por Internet con un valor de 2 994 056 y 3 301 158 millones pesos, respectivamente.

Establecimientos que Sí realizaron compras por Internet		Gastos	Compras por Internet	
Absoluto	%	Millones de pesos		%
208,517	4.3	4,556,053	2,994,056	65.7

Establecimientos que Sí realizaron ventas por Internet		Ingresos	Ventas por Internet	
Absoluto	%	Millones de pesos		%
142,942	3.0	5,582,915	3,301,158	59.1

Para los establecimientos que realizaron ventas por Internet se pudo conocer la participación de las ventas por este medio en el total de sus ingresos.

De esta manera, el subsector de *Actividades bursátiles, cambiarias y de inversión financiera* se ubicó en primer lugar al obtener 98.3% de sus ingresos por medio de Internet. El segundo lugar, con 96.8%, fue el subsector *Otros servicios de información*, y el tercer puesto correspondió al subsector *Fabricación de equipo de transporte*, con 96.7 por ciento.

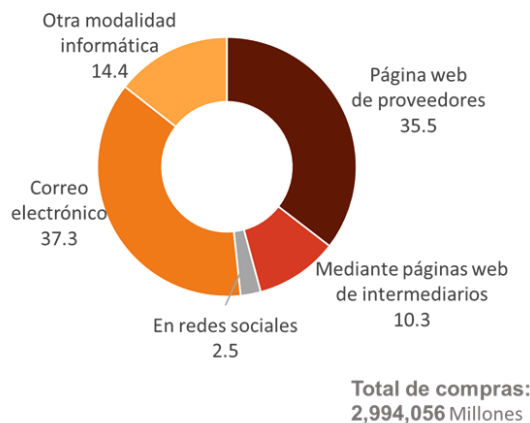
Participación de las ventas por Internet en el total de los ingresos de los establecimientos que sí realizaron ventas por Internet según principales subsectores (porcentajes)



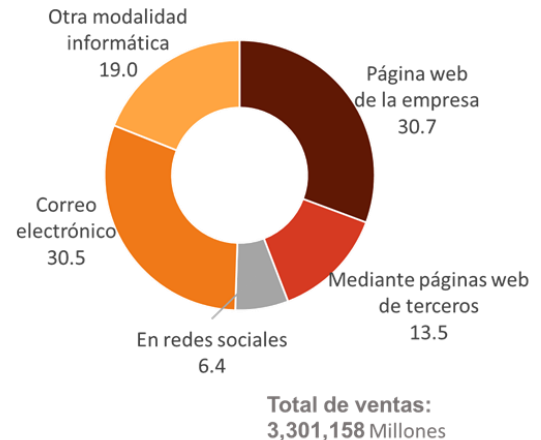
El total de compras efectuadas por Internet fue de 2 994 056 millones de pesos; el mayor porcentaje fue por medio del correo electrónico, con 37.3 por ciento; la segunda modalidad correspondió a la página web de los proveedores, con 35.5%, mientras que el tercer medio de compra fue para otra modalidad informática, con 14.4 por ciento.

El total de ventas por Internet se ubicó en 3 301 158 millones de pesos; la modalidad con mayor porcentaje fue la página web de la empresa, con 30.7 por ciento; le siguió el correo electrónico, con 30.5%, y con 19.0% se ubicó otra modalidad informática.

Modalidad informática de compras por Internet (Porcentajes)

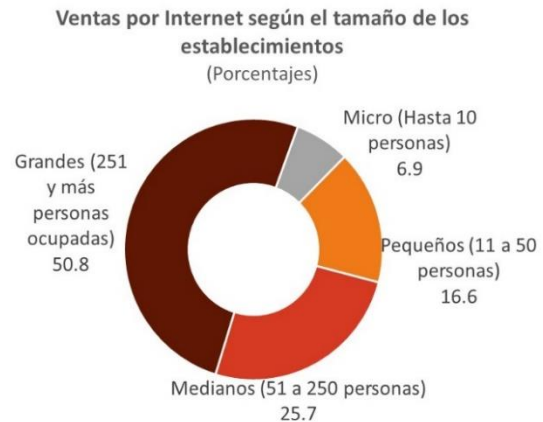
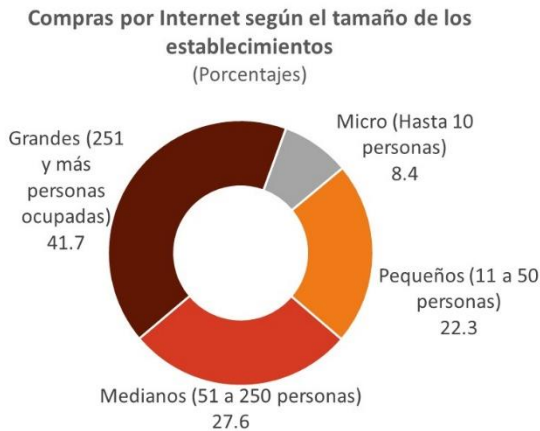


Modalidad informática de ventas por Internet (Porcentajes)



Las unidades económicas con mayor porcentaje de compras realizadas fueron los establecimientos grandes, con 41.7%, seguidos de los medianos, con 27.6%; el tercer estrato fue para los pequeños, con 22.3% y al final se ubicaron los establecimientos micro con 8.4 por ciento.

En las ventas por Internet, el mayor porcentaje correspondió a los establecimientos grandes, con 50.8%, seguido de los medianos, con 25.7%, después los pequeños, con 16.6% y, por último, los establecimientos micro con 6.9 por ciento.



ESTABLECIMIENTOS QUE REALIZARON COMPRAS Y VENTAS POR INTERNET, SEGÚN ENTIDAD FEDERATIVA

En las compras por Internet, Nuevo León se ubicó en primer lugar a nivel nacional con 9.6%; en segundo puesto, Baja California Sur con 9.5%, y en tercer lugar Querétaro, con 8.9 por ciento. Le siguieron Quintana Roo y Aguascalientes con 8.2 y 7.9%, respectivamente.

En el ámbito nacional, Nuevo León fue la entidad federativa donde los establecimientos realizaron el mayor porcentaje de ventas por Internet, con 7.8%, seguida de Querétaro, con 6.6%, y Quintana Roo se ubicó en el tercer puesto, con 6.1 por ciento.

PRINCIPALES MUNICIPIOS EN LAS VENTAS POR INTERNET

En lo referente a las ventas por Internet, Monterrey, Nuevo León, ocupó el primer lugar con 4.0 por ciento; muy cercano a dicho porcentaje quedó Guadalajara, Jalisco, con 3.8% y el tercer puesto lo obtuvo Querétaro, con 2.8 por ciento.

En la capital del país, la Ciudad de México, la demarcación Cuauhtémoc se colocó en el sexto lugar nacional, con 2.4 por ciento.

-oOo-

Para consultas de medios y periodistas, contactar a: comunicacionsocial@inegi.org.mx
o llamar al teléfono (55) 52-78-10-00, exts. 1134, 1260 y 1241.
Dirección de Atención a Medios / Dirección General Adjunta de Comunicación