

EL INEGI DA A CONOCER RESULTADOS DEL VALOR AGREGADO BRUTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO 2019

- En 2019 la participación del comercio electrónico de bienes y servicios en el Producto Interno Bruto fue de 6.0 por ciento
- En el mismo año, el valor agregado generado por el comercio electrónico fue de 1,462,583 millones de pesos

El INEGI, a través del Sistema de Cuentas Nacionales de México (SCNM), pone a disposición de los usuarios los resultados preliminares del Valor Agregado Bruto del Comercio Electrónico (VABCOEL) 2019, Año Base 2013.

Este es un acercamiento a la medición de la economía digital, en específico al comercio electrónico, dada la importancia que este fenómeno tiene como objeto de estudio tanto para la comunidad estadística como para los responsables del desarrollo de un marco estadístico en la materia. De esta manera, el INEGI hace frente a los cambios en las mediciones económicas, haciendo visible la medición del comercio electrónico.

En 2019, la participación del comercio electrónico de bienes y servicios en el Producto Interno Bruto fue de 6.0 por ciento.

VALOR AGREGADO BRUTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL PRODUCTO INTERNO BRUTO						
2013	2014	2015	2016	2017	2018 (R)	2019 (P)
3.0%	3.4%	3.6%	4.1%	4.6%	5.0%	6.0%
(R) Cifras revisadas						
(P) Cifras preliminares						

El Valor agregado generado por el comercio electrónico en 2019 fue de 1,462,583 millones de pesos. De este monto, 38.6% corresponde al comercio al por menor de bienes, 21.6% al comercio al por mayor de bienes y 39.8% al resto de los servicios.

Se anexa Nota Técnica.

Para consultas de medios de comunicación, 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.



NOTA TÉCNICA

VALOR AGREGADO BRUTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO, 2019. PRELIMINAR. AÑO BASE 2013.

INTRODUCCIÓN

La economía digital se centra en la contribución a la economía que genera el uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC), a través de su propia evolución o con el surgimiento de negocios digitales (servicios gratuitos de correo electrónico y redes sociales) y el fenómeno cada vez más creciente del comercio digital (compra - venta en línea, que permite bajar precios y ampliar catálogos de productos).

Algunos ejemplos de la economía digital son:

- Los servicios financieros (monedas virtuales, financiación colectiva, medios de pago con un gran abanico de opciones)
- Las nuevas formas de contratación de servicios que cambian el papel de los proveedores tradicionales por proveedores basados en la web.
- Productos entregados de manera gratuita a los consumidores que se pagan mediante los ingresos de la publicidad.
- Productos gratuitos que se pagan con la información de los consumidores de productos digitales que es recolectada en bases de datos y vendida a terceros que pagan por ellos.
- Bienes públicos digitales gratuitos y financiados solamente por donaciones.

La medición de estas transacciones que se realizan de forma virtual y en plataformas digitales representa un reto para el Instituto, ya que se deben incorporar preguntas en los proyectos de generación de estadística básica que permitan identificar los montos que se generan.

Como un primer acercamiento a la medición de la Economía Digital, específicamente al Comercio electrónico, entendido como el proceso de compra, venta o intercambio de bienes, servicios e información a través de las redes informáticas, cuyo pago puede o no ser hecho en línea, se actualiza la medición del valor agregado del comercio electrónico de bienes y servicios, como parte integral del Sistema de Cuentas Nacionales de México.

PRINCIPALES RESULTADOS

Aprovechando la información disponible de los Censos Económicos 2014, los Cuadros de Oferta y Utilización 2013, la Cuenta de Bienes y Servicios y la Encuesta Anual de Comercio, se realizó una medición que permite observar, desde la perspectiva de Oferta de bienes y servicios, el Valor Agregado Bruto del comercio electrónico.

El cuadro 1 refleja la participación del comercio electrónico en el año 2019 en el Producto Interno Bruto (6.0 por ciento).

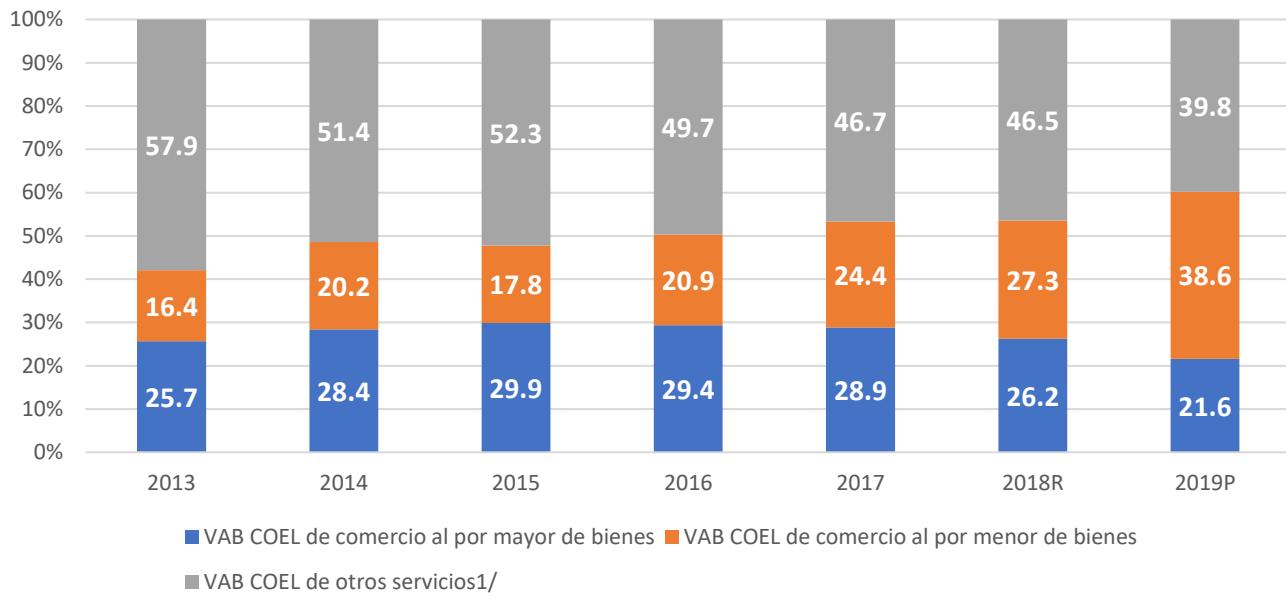
Cuadro 1

VALOR AGREGADO BRUTO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN EL PRODUCTO INTERNO BRUTO						
2013	2014	2015	2016	2017	2018 (R)	2019 (P)
3.0%	3.4%	3.6%	4.1%	4.6%	5.0%	6.0%

(R) Cifras revisadas
(P) Cifras preliminares

La Gráfica 1 presenta la participación porcentual del valor agregado de los bienes y servicios comercializados por medios informáticos durante 2019. Es decir, qué porcentaje del Valor agregado generado por el comercio electrónico (1,462,583) corresponde al comercio al por menor de bienes, al comercio al por mayor de bienes y al resto de los servicios.

Gráfica 1
Estructura porcentual del VAB COEL



VAB: Valor Agregado Bruto

COEL: Comercio Electrónico

^R: Cifras revisadas

^P: Cifras preliminares

Con base en los “Lineamientos de cambios a la información divulgada en las publicaciones estadísticas y geográficas del INEGI”, se hace de su conocimiento que al disponer de un dato más reciente generado por las Cuentas de Bienes y Servicios 2018 versión revisada y en esta ocasión, con la incorporación de información desde el año 2014 del cambio de año base a 2013 de las Encuestas Económicas se debe realizar una actualización de los indicadores, entre ellos, el Valor Agregado Bruto del Comercio Electrónico (VABCOEL). Como resultado de incorporar dicha información, se identifican diferencias en niveles y variaciones del VABCOEL, comparadas con las que oportunamente fueron informadas en 2020 y en los años anteriores.

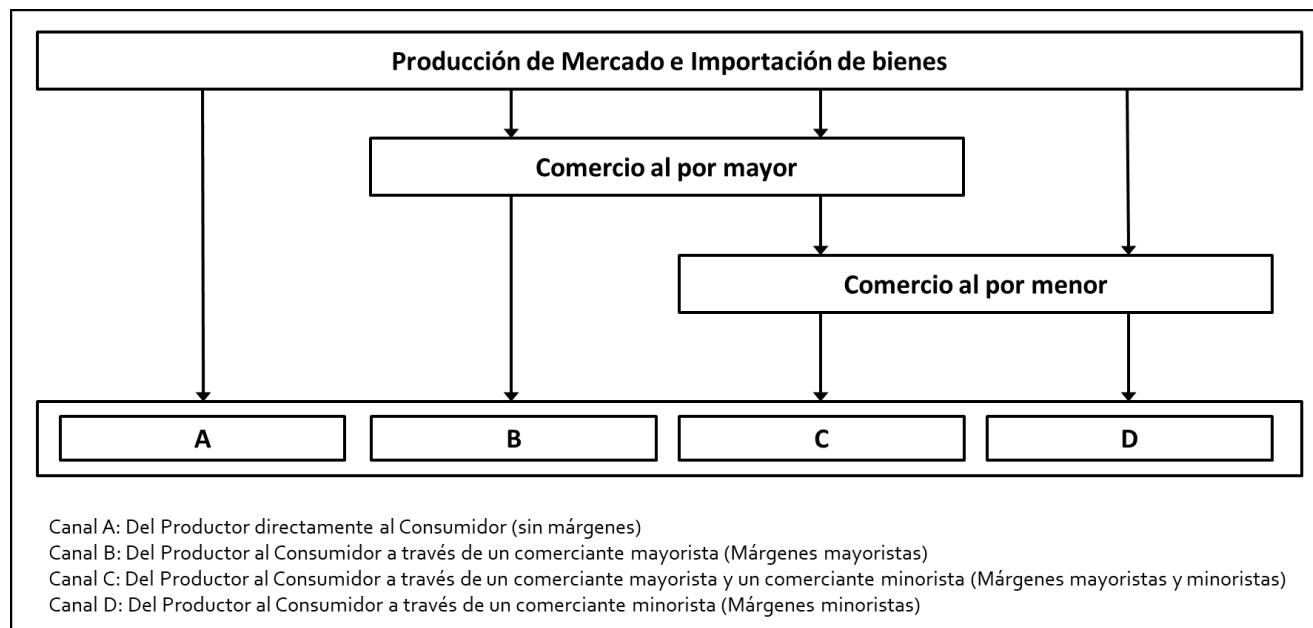
Nota metodológica

Para obtener la medición de la participación del comercio electrónico de bienes y servicios en el valor agregado, se emplearon las siguientes fuentes de información:

- Censos Económicos 2014
 - Ingresos por suministro de bienes y servicios
 - Porcentaje de sus ventas realizadas por Internet, correo electrónico o mediante el hospedaje de una página web, durante 2013
- Cuadros de Oferta y Utilización equilibrados 2013
 - Márgenes de comercio
 - Utilización de servicios

Con esta información, se determina el factor que identifica el comercio electrónico sobre la oferta de bienes y servicios y se calcula su valor agregado bruto, se hace una distinción entre el comercio al por mayor y el comercio al por menor de bienes, ya que se identifica el comercio electrónico que realizaron las propias actividades comerciales y el comercio electrónico relacionado con los márgenes de comercialización de los propios bienes en todas las fases comerciales en que se encuentran.

Diagrama de Canales



Para el seguimiento de la serie se aprovecha la información de:

- Encuesta Anual de Comercio
 - Medios de comercialización (internet)
- Cuenta de Bienes y Servicios
 - Márgenes de comercio
 - Utilización de servicios

Se emplean las variables que nos permiten caracterizar al comercio electrónico para seguir su comportamiento, aplicando los mismos criterios de agrupación que en el año base 2013.

Finalmente, este producto es un primer acercamiento a la medición de la Economía Digital, en específico al comercio electrónico, y proporciona información relevante para promover políticas públicas, investigaciones académicas y una ampliación del conocimiento económico del país a partir de los resultados obtenidos.

* * * * *