



**PERCEPCIONES SOCIALES DEL  
INEGI**  
**RESULTADOS DE LA  
INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA  
ENCUESTA NACIONAL EN  
UNIDADES ECONÓMICAS**

Octubre 2017

## Contenido

I. INTRODUCCIÓN .....	4
a. Metodología de la investigación .....	6
b. Diseño muestral.....	7
c. Levantamiento.....	8
II. ¿CÓMO EVALÚAN LAS UNIDADES ECONÓMICAS A LA SITUACIÓN DEL PAÍS? .....	9
III. ¿CUÁL ES EL NIVEL DE INFORMACIÓN Y USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LAS UNIDADES ECONÓMICAS? .....	12
IV. ESTADÍSTICAS Y MAPAS: ¿QUÉ TANTO LAS UTILIZAN LAS UNIDADES ECONÓMICAS PARA REALIZAR SUS ACTIVIDADES?.....	19
V. CONOCIMIENTO DEL INEGI .....	21
a. ¿Las unidades económicas conocen al INEGI? .....	21
b. ¿Las unidades económicas saben a qué se dedica el INEGI? .....	23
c. ¿Las unidades económicas se han enterado de la información que proporciona el INEGI? .....	25
VI. LA INFORMACIÓN QUE GENERA EL INEGI: ¿QUÉ TANTO LA UTILIZAN LAS UNIDADES ECONÓMICAS PARA REALIZAR SUS ACTIVIDADES?.....	29
a. Uso directo de la información del INEGI .....	29
b. Uso indirecto de la información del INEGI .....	36
VII. LOS USUARIOS DEL INEGI: ¿QUÉ OPINAN DE LA INFORMACIÓN Y DE LA PÁGINA DE INTERNET? .....	38
VIII. LA CONFIANZA DE LAS UNIDADES ECONÓMICAS EN LAS INSTITUCIONES Y EN LOS ACTORES POLÍTICOS Y SOCIALES.....	46
a. ¿Qué tanto confían en el INEGI? .....	46
b. ¿Qué tanto confían en los actores políticos y sociales? .....	47
IX. VALORACIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	49
a. ¿Qué opinan las unidades económicas de la información en general? .....	49
b. ¿Qué opinan las unidades económicas de la información del INEGI? .....	53
X. EL TEMA DE LA TRANSPARENCIA DE LA INFORMACIÓN DEL INEGI: ¿CUÁL ES LA OPINIÓN DE LAS UNIDADES ECONÓMICAS? .....	63
XI. SOBRE LOS ENTREVISTADOS EN UNIDADES ECONÓMICAS: ¿QUIÉNES SON? .....	64
XII. CLAVES DE LECTURA DE LOS DATOS .....	68

XIII. HALLAZGOS .....	69
XIV. CONCLUSIONES: ¿TENSIONES Y PUNTOS DE ENCUENTRO? .....	72
XV. ANÁLISIS FODA.....	74
a. Fortalezas.....	74
b. Debilidades .....	74
c. Amenazas.....	74
d. Oportunidades.....	75
XVI. BUENAS PRÁCTICAS .....	76
XVII. CRÉDITOS .....	77

---

# PERCEPCIONES SOCIALES DEL INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA 2017 UNIDADES ECONÓMICAS

---

## I. INTRODUCCIÓN

El conocimiento de información estadística puede desempeñar un papel importante en el aumento de la transparencia y rendición de cuentas de las políticas públicas en la construcción de la democracia. La construcción de un sistema de indicadores clave y su utilización para promover el diseño y aplicación de políticas públicas basadas en evidencia y su utilización para solucionar problemas en las distintas esferas de la sociedad, dota a los gobiernos de mayor transparencia y confiabilidad, a la vez que anima a los ciudadanos e instituciones y organizaciones sociales a participar más activamente en la resolución de problemas.

El acceso a la información confiable y de calidad permite, por un lado, diseñar políticas públicas sustentadas en información estadística, y por otro lado, comparar y medir su impacto social. Es importante proveer a la sociedad con herramientas confiables para la formación de opiniones y toma de decisiones acerca de la efectividad de las políticas y de la democracia para alcanzar la calidad de vida. Es necesario proporcionar puntos creíbles de referencia y datos sólidos. Una política pública respaldada por información objetiva es probable que goce en mayor medida del apoyo del público, la información sólida le brinda legitimidad y autoridad.

La producción de información estadística de alta calidad, basada en datos confiables permite conformar una visión de bienestar social de los habitantes del país en el tiempo,

posibilita conocer en qué punto nos encontramos, medir el grado de logros de los objetivos planteados en una política, registrar los aspectos que deben mejorarse y comparar los resultados obtenidos a nivel regional o internacional.

En este contexto, la investigación *“Percepciones sociales del Instituto Nacional de Estadística y Geografía”* tuvo como objetivo recoger el conocimiento, las opiniones, actitudes y valoraciones de la información y su utilización, a partir de la elaboración de un diagnóstico cualitativo y cuantitativo que permitiera conocer, tanto en profundidad como en extensión, las opiniones, percepciones, actitudes y valoraciones de la población de 15 años y más en viviendas, y de los encargados y/o responsables de las unidades económicas en el país. En esta investigación también se recogieron las percepciones de los usuarios especializados de la información, tales como: académicos y miembros de los sectores social, privado y gubernamental.

En el presente informe únicamente se reportan los resultados obtenidos en la *Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI* en unidades económicas. Vale la pena mencionar que, para el análisis de la información, es importante considerar tres elementos clave que se identificaron a partir de los hallazgos de la investigación: *a)* la existencia de una percepción pesimista sobre la situación económica del país y de la empresa; *b)* la diversidad en las actividades de las unidades económicas encuestadas que se refleja en el acceso desigual a las TIC, redes sociales e Internet, así como al uso desigual de información estadística y geográfica; y, *c)* la desconfianza existente en el presidente de la república, en el gobierno federal y en las estadísticas que anuncia éste, que se manifiestan en las opiniones y percepciones sobre el INEGI.

### *a. Metodología de la investigación*

Con el propósito de recoger los niveles de conocimiento, satisfacción de los entrevistados, los significados que se le atribuyen a la información que genera el INEGI y su credibilidad, se recurrió al uso de técnicas cuantitativas, que a través de instrumentos como la encuesta permiten obtener representatividad a nivel nacional. Así, se diseñaron dos cuestionarios:

- Un cuestionario de opinión con una sección sociodemográfica para ser aplicado a personas de 15 años y más en viviendas.
- Un cuestionario de opinión con una sección sociodemográfica para ser aplicado a encargados y/o representantes de las unidades económicas.

El diseño de los cuestionarios se nutrió con los resultados obtenidos de los 27 grupos de enfoque celebrados en distintas ciudades del país, integrados por académicos y miembros de los sectores social, privado y gubernamental.

Para la encuesta de unidades económicas, la población objetivo está constituida por las unidades económicas del país, conformada por micro, pequeña, mediana y grande empresa, que pertenecen a los siguientes sectores económicos, según el Sistema de Clasificación Industrial de América del Norte 2013 (SCIAN 2013):

1. Industria (minería, electricidad y agua, construcción y manufactura)
2. Comercio
3. Algunos sectores de servicios clasificados por SCIAN 2013

Al mismo tiempo, la población objetivo está constituida por los siguientes dominios de estudio:

- 1) Micro, pequeña y mediana empresa, en conjunto (MIPYMES).
- 2) Grandes empresas.
- 3) Instituciones de servicios financieros y de seguros.

## 4) Instituciones de servicios educativos

## b. Diseño muestral

La selección de las unidades económicas para los dominios de MIPYMES, Servicios financieros y de seguros y de servicios educativos se realizó bajo un diseño probabilístico, bietápico, estratificado y por conglomerados, donde cada unidad de muestreo (Unidad Primaria de Muestreo y Unidades Últimas de Muestreo) tuvo una probabilidad conocida y diferente de cero de ser seleccionada. Por otra parte, la selección de grandes empresas se llevó a cabo con un diseño probabilístico de una sola etapa y estratificado, donde cada unidad tuvo una probabilidad conocida y diferente de cero de ser seleccionada.

El tamaño de la muestra se obtuvo para estimar una proporción considerando un error relativo del 10%, un nivel de confianza del 95%, una tasa de no respuesta esperada del 35% y una proporción diferenciada por dominio de estudio. La muestra obtenida fue de 10,040 unidades económicas, distribuidas de la siguiente manera en los distintos dominios de estudio:

Dominio de estudio	Tamaño de la muestra
MIPYMES	3 633
Grandes empresas	1 430
Servicios financieros y de seguros	1 407
Servicios educativos	3 570
<b>Total</b>	<b>10 040</b>

### c. Levantamiento

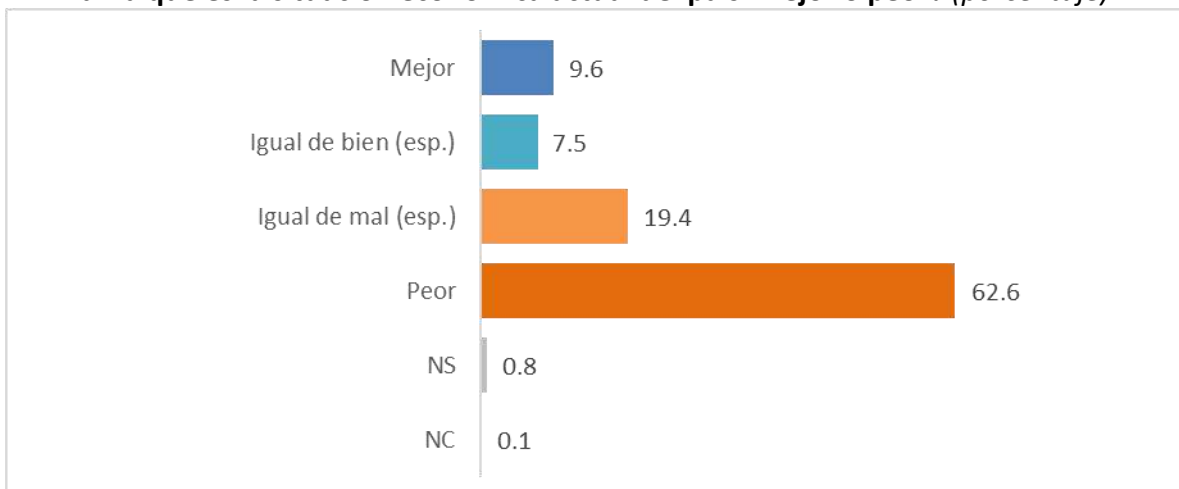
La *Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI* realizada en unidades económicas se llevó a cabo del 29 de junio al 31 de julio de 2017, en las 32 entidades del país, con un total de 6,407 cuestionarios aplicados:

MIPYMES	2,458
Grandes Empresas	694
Servicios Educativos	2,450
Servicios financieros	805
Total	6,407

## II. ¿CÓMO EVALÚAN LAS UNIDADES ECONÓMICAS A LA SITUACIÓN DEL PAÍS?

La evaluación de los representantes de las unidades económicas entrevistadas sobre la situación económica actual del país es pesimista, seis de cada diez mencionaron que la situación del país está *peor* que el año pasado, mientras que casi dos de cada diez consideraron que está *igual de mal*; solamente uno de cada diez señaló que la situación económica del país está *mejor* que hace un año (Véase gráfica 1). Las MIPYMES, las instituciones de servicios educativos y de servicios financieros en mayor medida muestran desaliento al evaluar la situación económica actual del país, pues consideraron que ésta es *peor* que el año pasado.

**Gráfica 1. Comparada con la situación económica que tenía el país hace un año, ¿cómo diría que es la situación económica actual del país: mejor o peor? (porcentaje)**

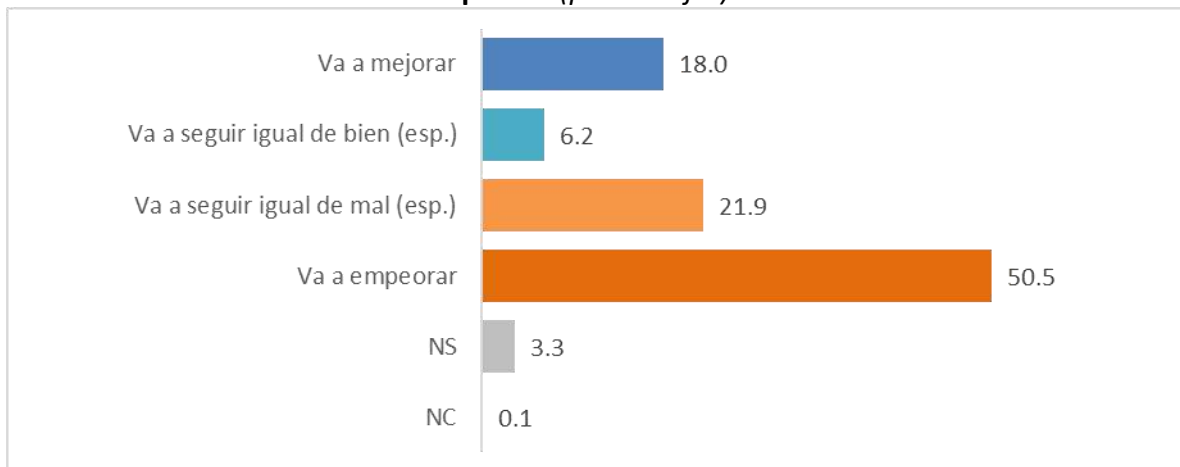


Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

Esta percepción negativa también se refleja en la evaluación de las expectativas acerca de la situación económica del país para el siguiente año. La mitad de los representantes de las unidades económicas dijeron que la situación del país *va a empeorar* y dos de cada diez señalaron que *va a seguir igual de mal*, en tanto que una proporción que equivale a dos de cada diez consideraron que la situación económica del país para el próximo año *va*

a mejorar (Véase gráfica 2). Las MIPYMES muestran con mayor frecuencia su pesimismo sobre el futuro de la situación económica del país; mientras que un porcentaje mayor de los representantes de las grandes empresas, de las instituciones de servicios financieros y de servicios educativos evaluaron de manera más positiva la situación económica del país para el próximo año, en comparación con las MIPYMES.

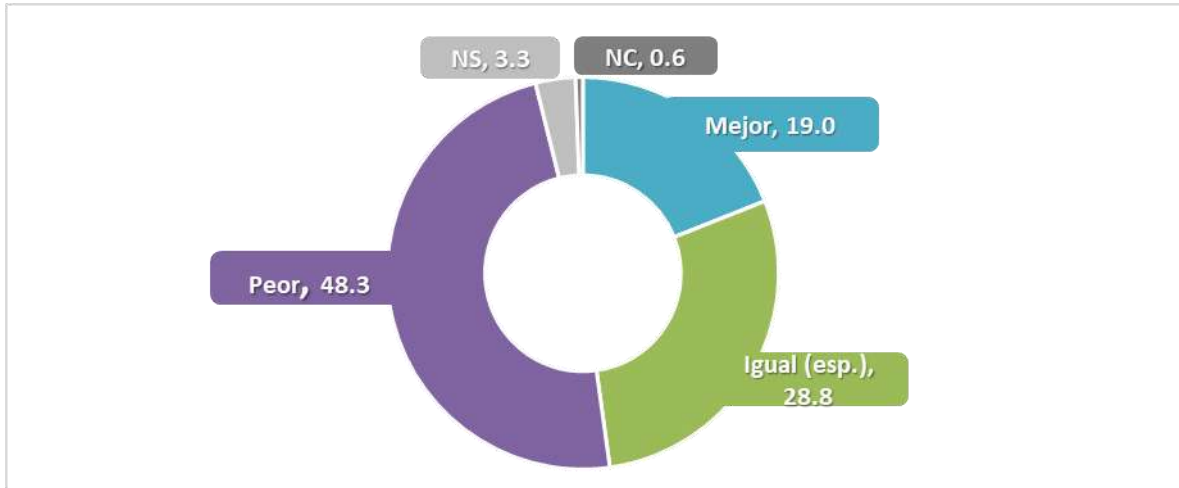
**Gráfica 2. En general, ¿cree usted que en el próximo año la situación económica del país...? (porcentajes)**



Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

La evaluación de la situación económica de la empresa al parecer es una proyección de la perspectiva sobre la situación económica del país: poco menos de cinco de cada diez representantes de las unidades encuestadas dijeron que la situación económica de su empresa está *peor* que la del año pasado, en tanto que casi tres de cada diez mencionaron que está *igual* y cerca de dos de cada diez consideraron que *mejoró* en relación con el año anterior (Véase gráfica 3). Las MIPYMES, las instituciones de servicios educativos, las unidades económicas que no tienen acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) y aquellas que no conocen al INEGI son quienes tienen una percepción menos optimista, al mencionar con más frecuencia que la situación económica de su empresa está *peor* con respecto al año pasado; por su parte, las grandes empresas y las instituciones de servicios financieros más frecuentemente señalaron que la situación económica de su empresa está *mejor* que la del año anterior.

**Gráfica 3. ¿Considera usted que la situación económica de esta empresa o negocio es mejor o es peor que la del año pasado? (porcentajes)**

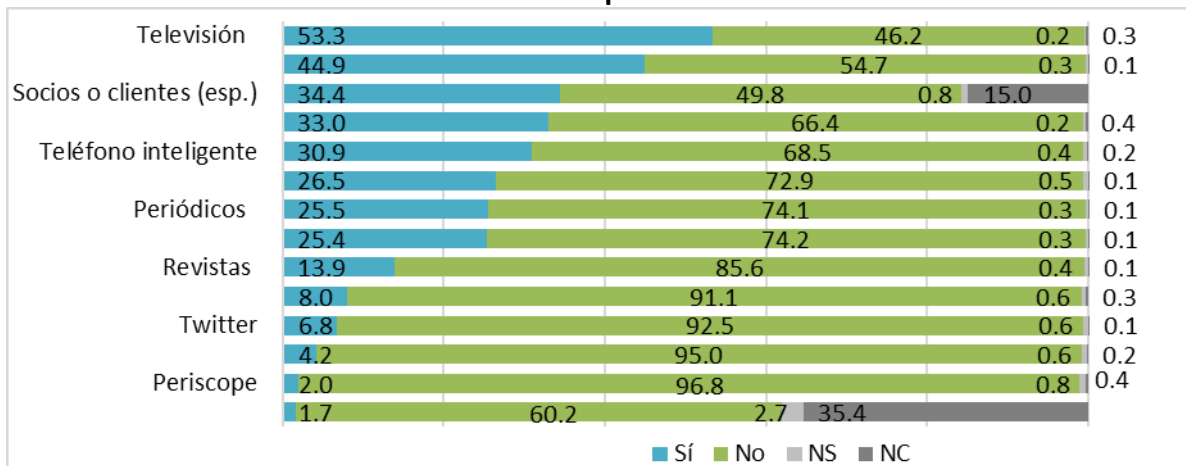


Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-IIJ, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

### III. ¿CUÁL ES EL NIVEL DE INFORMACIÓN Y USO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LAS UNIDADES ECONÓMICAS?

De acuerdo con los representantes de las unidades económicas encuestadas, el medio por el que más de la mitad se informa de lo que sucede en el ramo o giro de trabajo de su empresa es la *televisión*; mientras que poco más de cuatro de cada diez se informa a través de *Internet*, tres de cada diez lo hace a través de sus *socios o clientes*, una proporción similar (tres de cada diez) se informa por *radio* y otro tres de cada diez se mantiene informado por medio del *teléfono inteligente*. Las unidades económicas que dijeron que utilizan *Facebook*, *periódicos* y *Whatsapp* para mantenerse informadas de lo que sucede en su ramo de trabajo representan, respectivamente, un cuarto de la población entrevistada. Por su parte, los medios menos utilizados para mantenerse informados son las *revistas*, *Youtube*, *Twitter*, *Instagram* y *Periscope* (Véase gráfica 4).

**Gráfica 4. ¿Por cuál medio se informa de lo que sucede en el ramo o giro de trabajo de esta empresa?**



Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

En general, los representantes de las MIPYMES son los que con menor frecuencia se informan de lo que sucede en su ramo o giro de trabajo a través de cualquier medio, con

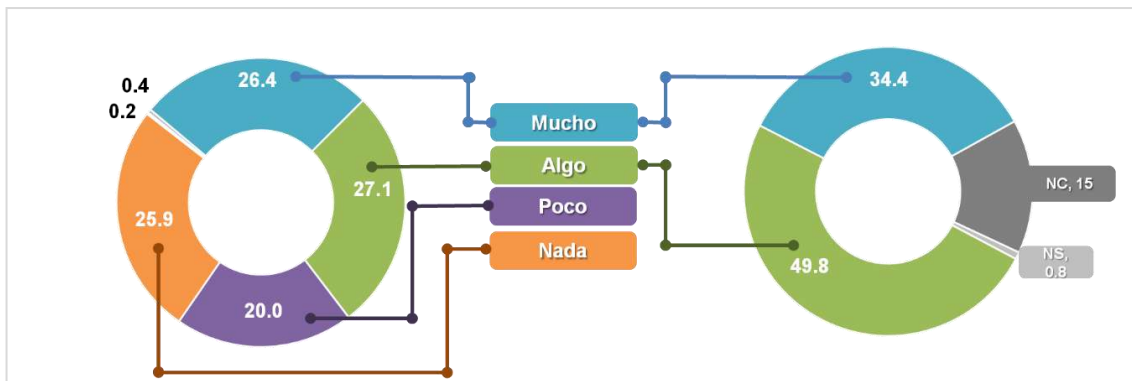
excepción de la *televisión* que fue la más mencionada. A continuación se analizan los resultados según las características de las unidades encuestadas:

- Las grandes empresas y las instituciones de servicios educativos, así como aquellas unidades que no tienen acceso a las TIC y las que no conocen al INEGI con mayor frecuencia dijeron que se informan de lo que sucede en su ramo o giro de trabajo a través de la *televisión*.
- La mayoría de las grandes empresas, de las instituciones de servicios educativos, de servicios financieros y las unidades que sí tienen acceso a las TIC se mantienen informados mediante el uso de *Internet*.
- Un mayor porcentaje de las grandes empresas mencionaron que se informan por medio de los *socios o clientes*.
- Con mayor frecuencia las grandes empresas y las unidades que no tienen acceso a las TIC se informan por medio de la *radio*.
- Las unidades que con más frecuencia se mantienen informadas a través del *teléfono inteligente* y de *Facebook* son las de servicios educativos, grandes empresas, servicios financieros, las que tienen acceso a las TIC y las que conocen al INEGI.
- Las grandes empresas son las que más se informan por medio del *periódico*.
- Mientras que las instituciones de servicios educativos son las que con mayor frecuencia se mantienen informadas por *Whatsapp*, así como las unidades que sí tienen acceso a las TIC y las que sí conocen al INEGI.

Con la finalidad de conocer el uso de nuevas tecnologías en las unidades económicas encuestadas, a los informantes se les cuestionó acerca del uso de aparatos u otros dispositivos electrónicos como computadoras, celulares y/o *tablets*, para el desempeño de su trabajo. En este sentido, poco más de cinco de cada diez unidades dijeron que utilizan *mucho o algo* los aparatos y dispositivos electrónicos, mientras que más de cuatro de cada diez señaló que los utiliza *poco o nada* (Véase gráfica 5). Entre las unidades económicas que en mayor medida utilizan *mucho o algo* algún aparato o dispositivo electrónico destacan las instituciones de servicios financieros, las grandes empresas y las instituciones

de servicios educativos, así como aquellas unidades que sí tienen acceso a las TIC y que sí conocen al INEGI; en cambio, el porcentaje de MIPYMES que usa *mucho o algo* aparatos electrónicos para realizar su trabajo es más reducido.

**Gráfica 5. ¿Qué tanto la mayoría de la gente que trabaja en esta empresa o negocio...?**  
(porcentajes)

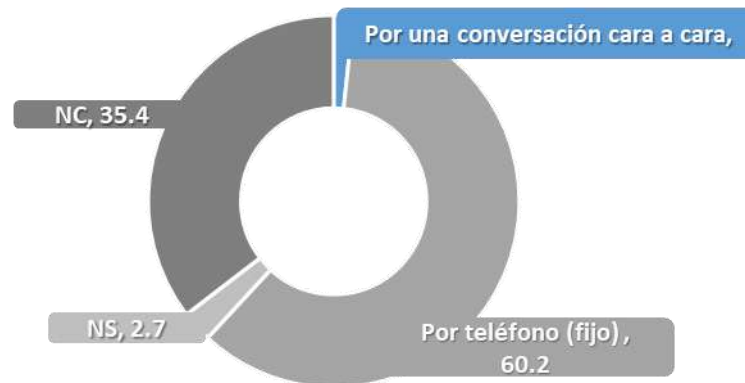


Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas”, UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

En cuanto al incremento de la productividad por el uso de los aparatos o dispositivos electrónicos, casi cinco de cada diez representantes de las unidades económicas encuestadas señalaron que son *algo* más productivas y poco más de tres de cada diez dijo que es *mucho* más productiva (Véase gráfica 5). El análisis de las características de las unidades permite observar que la mitad de las instituciones de servicios educativos manifestó que es *algo* productiva gracias al uso de los aparatos o dispositivos electrónicos, mientras que las grandes empresas con mayor frecuencia señalaron que son *mucho* más productivas en comparación con los otros dominios de estudio.

Los medios que utilizan las unidades económicas encuestadas para comunicarse dependen de los actores con los que se pretenda establecer dicha comunicación. En el caso de los clientes, la mayoría de las unidades señalaron que se comunican con ellos principalmente *por teléfono (fijo)* (Véase gráfica 6). El análisis de las características de las unidades no muestra diferencias significativas.

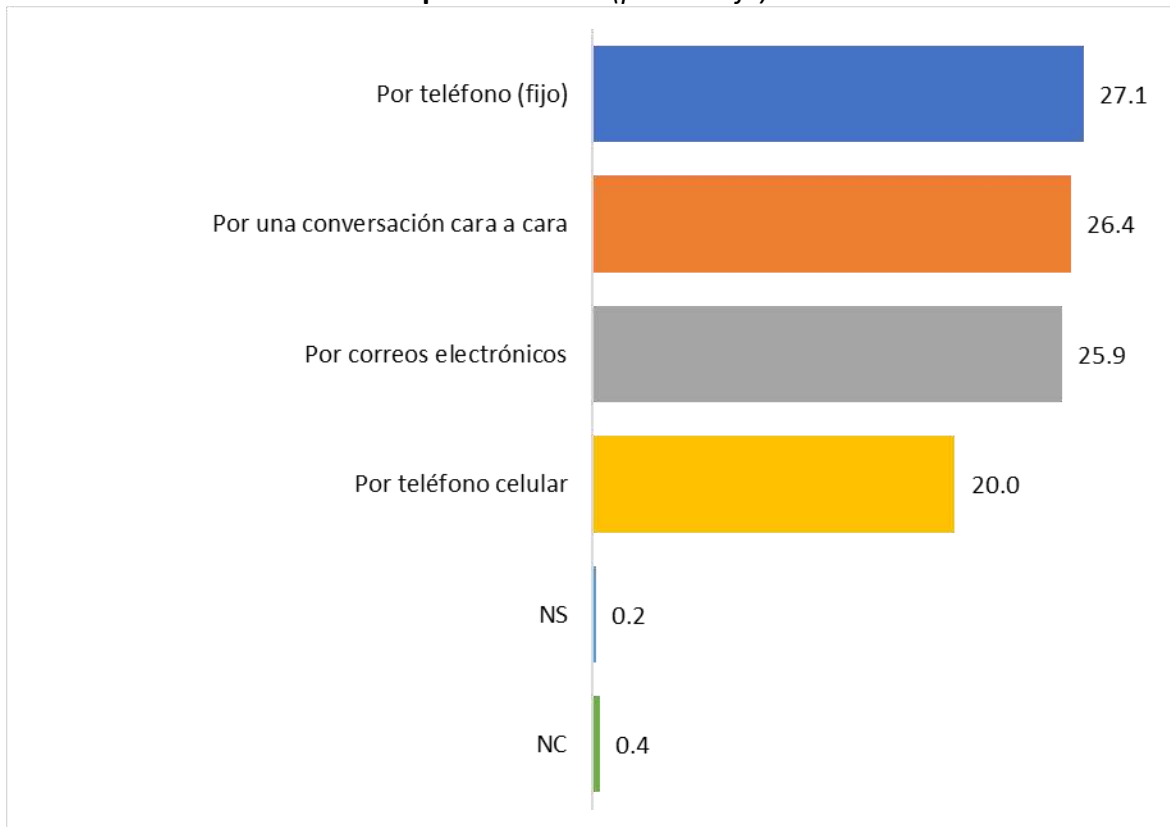
**Gráfica 6. En esta empresa o negocio, ¿cómo se comunican principalmente con sus clientes? (porcentajes)**



Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas”, UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

No obstante, los medios que utilizan para comunicarse con los proveedores son más diversos, pues cuatro de cada diez suelen establecer una comunicación *por teléfono (fijo) o teléfono celular*; poco más de una cuarta parte de la población encuestada se comunica con los proveedores *por una conversación cara a cara*; en tanto que otra cuarta parte lo hace *por correo electrónico* (Véase gráfica 7). Las MIPYMES muestran una distribución porcentual similar al promedio de las unidades a nivel nacional; por su parte, la mayoría de las grandes empresas y de las instituciones de servicios financieros establecen comunicación con sus proveedores *por una conversación cara a cara*; en tanto que, las instituciones de servicios educativos, las unidades que sí tienen acceso a las TIC y que sí conocen al INEGI con más frecuencia se comunican *por una conversación cara a cara*, pero también *por teléfono (fijo)*.

**Gráfica 7. En esta empresa o negocio, ¿cómo se comunican principalmente con sus proveedores? (porcentaje)**



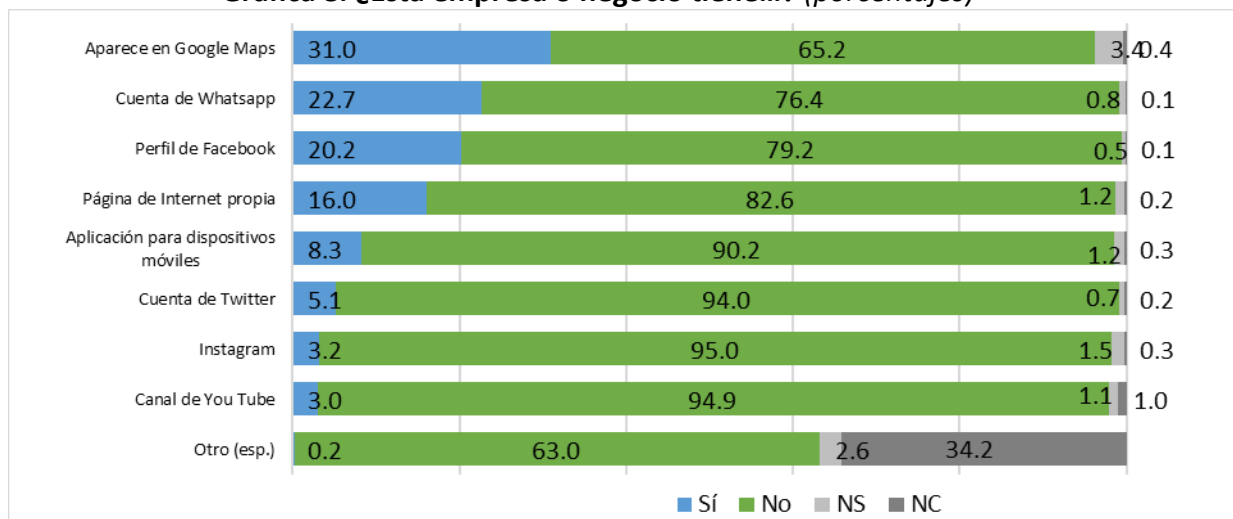
Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas”, UNAM-IIIJ, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

Además, para saber qué tanto las unidades económicas utilizan las nuevas tecnologías se les preguntó si *¿Esta empresa o negocio tiene... (Alguna red social, página de Internet y/o aplicación para dispositivo móvil)?* Tres de cada diez unidades dijeron que *sí aparecen en Google Maps*, poco más de dos de cada diez *sí tiene cuenta de Whatsapp* y dos de cada diez *sí tiene perfil de Facebook*, mientras que una sexta parte de las unidades expresaron que *sí tienen página de Internet propia*. Por su parte, en menor medida las unidades señalaron que *sí tienen aplicaciones para dispositivos móviles, cuenta de Twitter, Instagram o canal de Youtube* (Véase gráfica 8).

Las MIPYMES son las que en mayor medida carecen de alguna red social, página de Internet y/o aplicación para dispositivos móviles. A continuación se presenta el análisis según las características de las unidades económicas:

- En mayor medida las grandes empresas, las instituciones de servicios financieros y de servicios educativos manifestaron que *sí aparecen en Google Maps*.
- Destacan las instituciones de servicios educativos que *sí tienen cuenta de Whatsapp*.
- La mayoría de las grandes empresas y de las instituciones de servicios financieros dijeron que *sí tienen perfil de Facebook* y *sí tienen página de Internet propia*.
- Mientras que el porcentaje de instituciones de servicios educativos que *sí tiene página de Internet propia* es significativamente menor.
- Si bien, un menor porcentaje de las unidades *sí tienen aplicaciones para dispositivos móviles, cuenta de Twitter, Instagram, o canal de Youtube*, sobresalen las grandes empresas y las instituciones de servicios financieros que *sí cuentan con estas aplicaciones y redes sociales*.

**Gráfica 8. ¿Esta empresa o negocio tiene...? (porcentajes)**

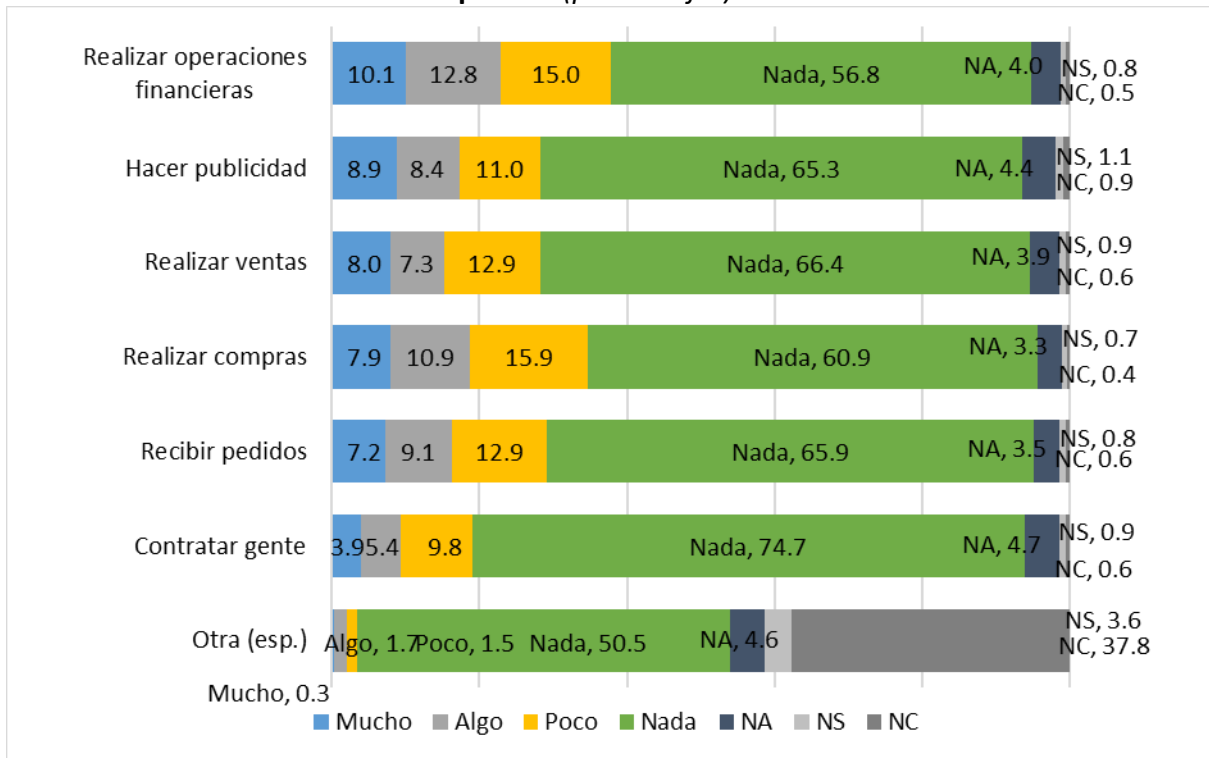


Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

Las unidades económicas utilizan Internet para realizar distintas actividades. Al respecto, se observa que el Internet se utiliza *mucho o algo*, principalmente, para realizar

operaciones financieras; la segunda mencionada con más frecuencia fue *para realizar compras*; seguida de las menciones: *para hacer publicidad*, *para recibir pedidos* y, finalmente, *para realizar ventas* (Véase gráfica 9).

**Gráfica 9. En las actividades de esta empresa o negocio, ¿qué tanto utiliza el Internet para...? (porcentajes)**



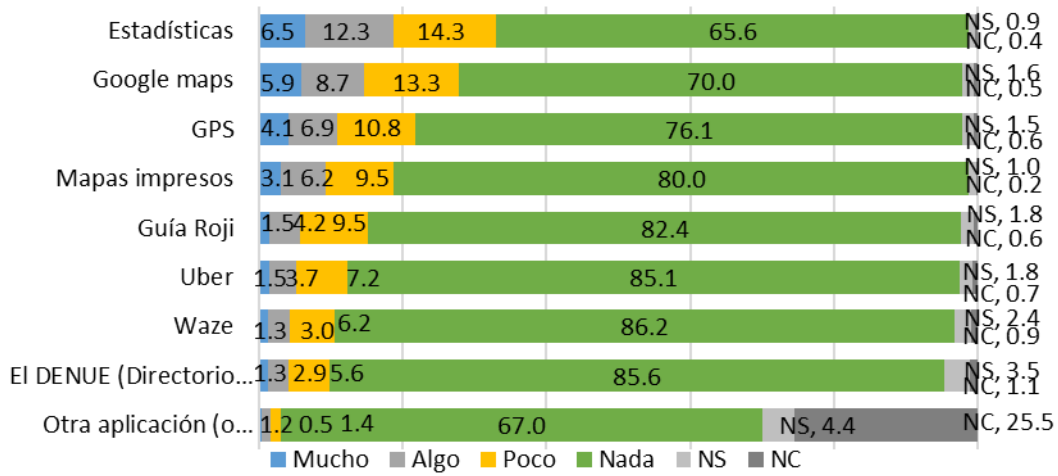
Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

En general, las grandes empresas y las instituciones de servicios financieros son quienes con mayor frecuencia hacen uso de Internet para realizar sus actividades. En este sentido, las unidades que corresponden a ambos dominios de estudio con mayor frecuencia suelen utilizar *mucho o algo* el Internet para realizar operaciones financieras, para hacer publicidad o para contratar gente; mientras que la mitad de las grandes empresas también lo utilizan *mucho o algo* para realizar compras, realizar ventas o recibir pedidos. En contra parte, las unidades que con menor frecuencia usan *mucho o algo* el Internet para realizar sus actividades son las MIPYMES y las instituciones de servicios educativos, así como las unidades que no tienen acceso a las TIC y aquellas que no conocen al INEGI.

## IV. ESTADÍSTICAS Y MAPAS: ¿QUÉ TANTO LAS UTILIZAN LAS UNIDADES ECONÓMICAS PARA REALIZAR SUS ACTIVIDADES?

Con la intención de conocer si las unidades económicas utilizan algún tipo de información estadística y geográfica para realizar sus actividades, previamente a la identificación o asociación con el INEGI, se le preguntó a los entrevistados, *En las actividades de esta empresa o negocio, ¿qué tanto se utiliza o recurre a...?* La respuesta general es que en la mayoría de las unidades se utiliza *poco o nada* las estadísticas o recursos geográficos para el desarrollo de sus actividades. Sin embargo, para aquellos que sí han recurrido a esta información, se observa que casi una quinta parte de las unidades dijeron que utilizan *mucho o algo* las estadísticas; poco más de uno de cada diez entrevistados mencionó que utilizan *Google Maps*, uno de cada diez expresó que en su empresa recurre al *GPS* y una proporción similar (uno de cada diez) señaló que recurren *mucho o algo* a mapas impresos. Los recursos estadísticos y geográficos a los que menos recurren son Guía Roji, Uber, *Waze* y El Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) (Véase gráfica 10). En general, son las grandes empresas quienes con mayor frecuencia utilizan *mucho o algo* algún tipo de información, principalmente, estadísticas y *Google Maps*, aunque también utilizan mapas impresos y *GPS*. Por su parte, las MIPYMES son quienes en mayor medida utilizan *poco o nada* estos recursos.

**Gráfica 10. En las actividades de esta empresa o negocio, ¿qué tanto se utiliza o recurre a...? (porcentajes)**

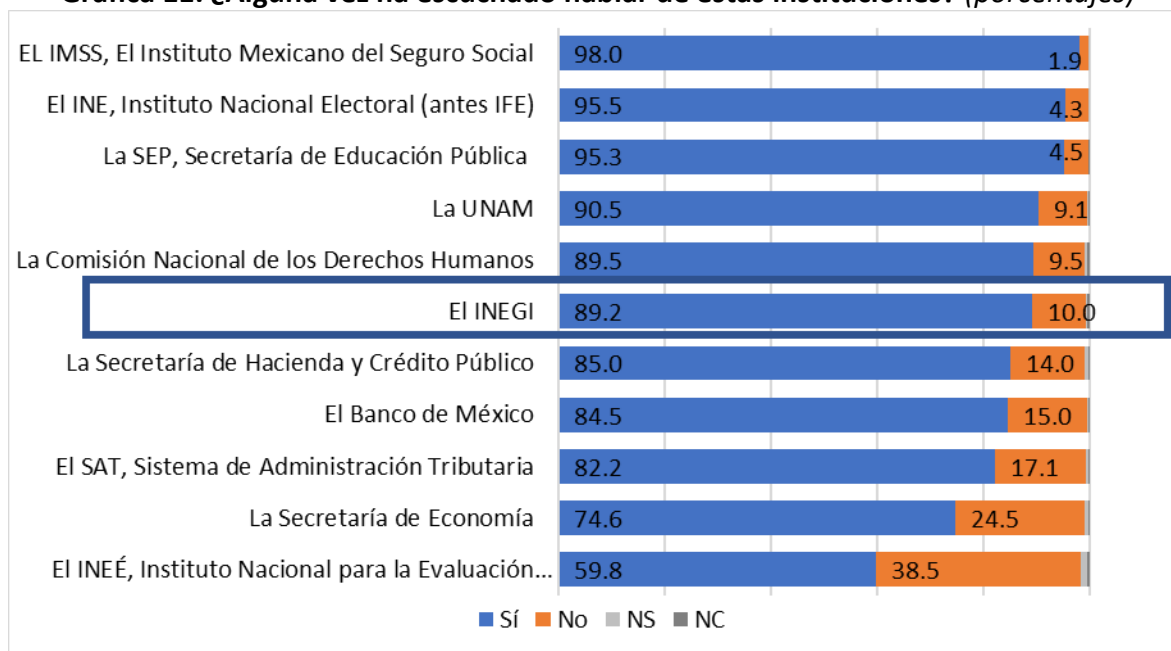


Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-IIIJ, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

## V. CONOCIMIENTO DEL INEGI

### a. ¿Las unidades económicas conocen al INEGI?

Para identificar si las unidades económicas conocen al INEGI, a los entrevistados se les cuestionó si alguna vez han escuchado hablar de una serie de instituciones que tienen relación con la economía del país, con la seguridad social, la educación, los derechos humanos y la democracia, con la finalidad de tener un parámetro de comparación para evaluar qué tanto conocen al INEGI. En este sentido, la institución más conocida por las unidades económicas es el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), mientras que la menos conocida es el Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación (INEE). Por su parte, el INEGI es la sexta institución más conocida por las unidades y se encuentra por encima de las instituciones que se encargan de la economía del país, como la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), el Banco de México, el Sistema de Administración Tributaria (SAT) y la Secretaría de Economía (Véase gráfica 11).

**Gráfica 11. ¿Alguna vez ha escuchado hablar de estas instituciones? (porcentajes)**

Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas”, UNAM-IIIJ, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

Las instituciones conocidas por al menos nueve de cada diez unidades de los cuatro dominios, en cada caso, son el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), el Instituto Nacional Electoral (INE), la Secretaría de Educación Pública (SEP), la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y la Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH). La institución que se encarga de la evaluación de la educación en México (el INEE) es más conocida por las unidades económicas de servicios educativos; mientras que las instituciones encargadas de la economía del país, es decir, la Secretaría de Economía, el Sistema de Administración Tributaria (SAT), el Banco de México y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) son más conocidas por las grandes empresas y por las unidades de servicios financieros.

Las unidades económicas que más frecuentemente señalaron que sí conocen al INEGI son las instituciones de servicios educativos, de servicios financieros y grandes empresas, así como aquellas unidades que sí tienen acceso a las TIC; como se verá en los siguientes apartados, estas unidades económicas son las que están más enteradas de las actividades

que realiza el INEGI, además de que suelen ser usuarias directas de la información que genera la institución.

### b. ¿Las unidades económicas saben a qué se dedica el INEGI?

Con la finalidad de verificar si efectivamente las unidades económicas conocen al INEGI, a los entrevistados que previamente dijeron que sí lo conocen se les preguntó lo siguiente: *¿Sabe usted a qué se dedica el INEGI?* Más de ocho de cada diez unidades dijeron que *sí y sí, en parte* saben a qué se dedica el INEGI, mientras que una séptima parte señaló que *no sabe* (Véase gráfica 12); las grandes empresas, las instituciones de servicios educativos y de servicios financieros con mayor frecuencia mencionaron que *sí y sí, en parte* saben a qué se dedica el INEGI; también destacan las unidades que sí tienen acceso a las TIC. En cuanto a las unidades que sí conocen al INEGI, la mayoría dijo que *sí y sí, en parte* sabe a qué se dedica, por lo que sólo poco más de uno de cada diez mencionó que *no sabe*.

**Gráfica 12. ¿Sabe a qué se dedica el INEGI?**  
(porcentaje, sólo a los que Sí conocen al INEGI 89.2%)

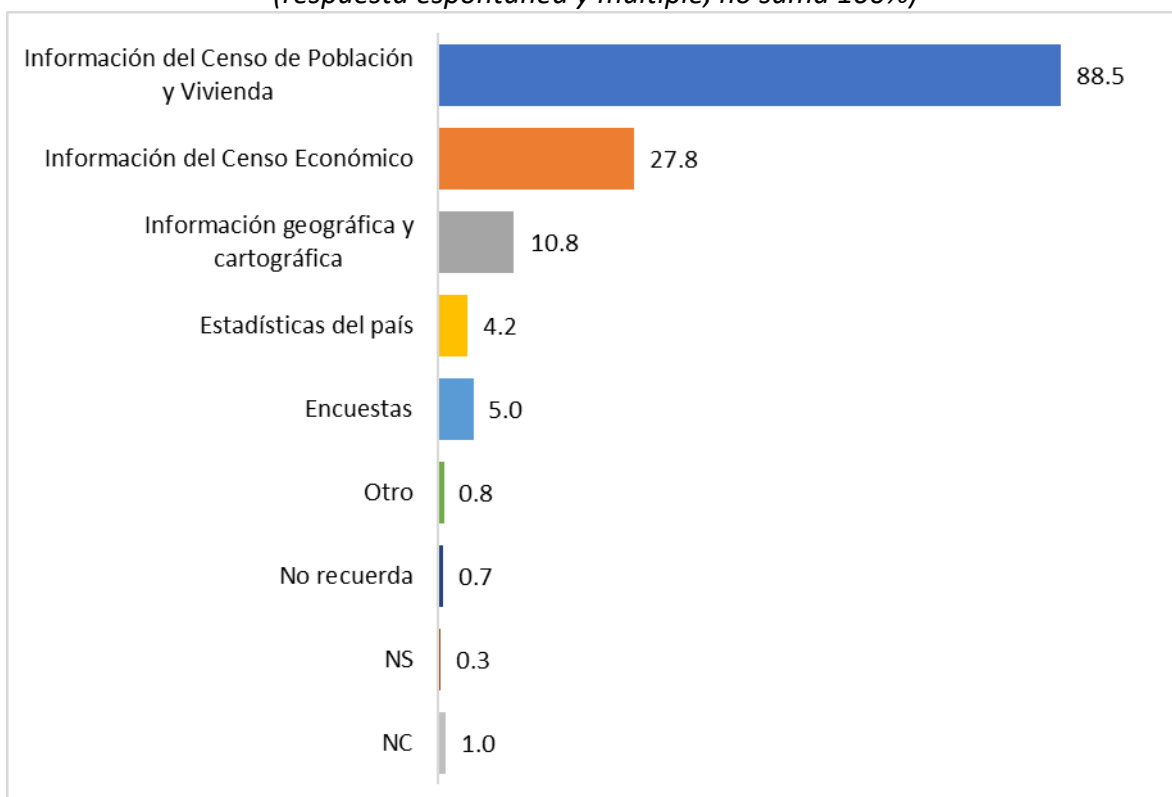


Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

A los representantes de las unidades que contestaron que sí saben a qué se dedica el INEGI se les pidió que mencionaran algunas de las actividades que realiza la institución; casi nueve de cada diez unidades dijeron que la actividad del INEGI es generar *información del Censo de Población y Vivienda*; cerca de tres de cada diez señalaron que se encarga de generar *información del Censo Económico*; solamente uno de cada diez mencionó que se

dedica a proveer *información geográfica y cartográfica* (Véase gráfica 13). Las MIPYMES muestran una distribución porcentual similar al promedio, y éstas, junto con las unidades que sí tienen acceso a las TIC y las que sí conocen al INEGI son quienes con una ligera mayor frecuencia mencionaron que el INEGI se encarga de la *información del Censo de Población y Vivienda*. Mientras que un porcentaje más alto de grandes empresas y de las instituciones de servicios financieros también señaló que el INEGI se dedica a proveer la *información del Censo Económico*.

**Gráfica 13. ¿Me podría mencionar algunas de las actividades que realiza el INEGI?**  
(respuesta espontánea y múltiple, no suma 100%)

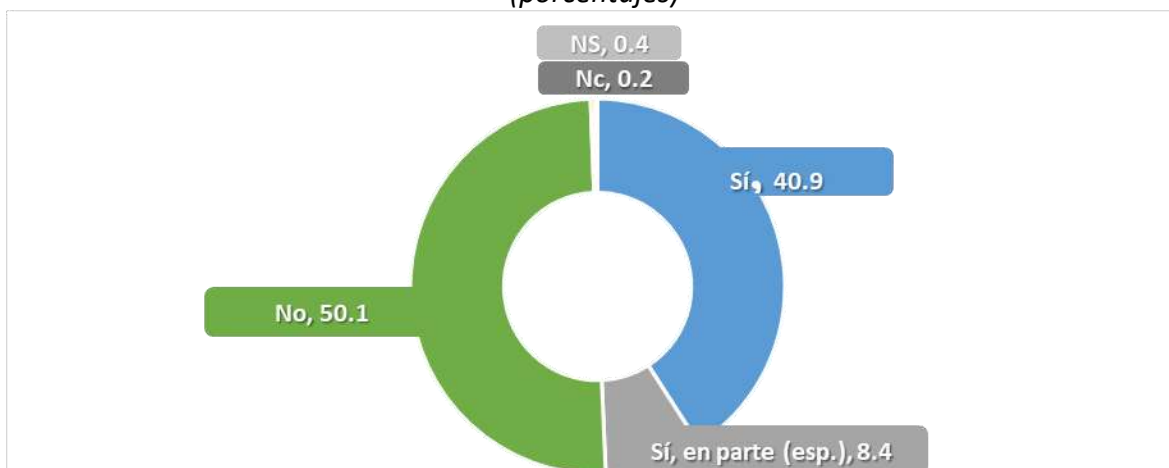


Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

### c. ¿Las unidades económicas se han enterado de la información que proporciona el INEGI?

En esta parte de la sección sobre conocimiento del INEGI, a todos los representantes de las unidades económicas entrevistados, tanto a los que dijeron que sí lo conocen como a los que mencionaron que no lo conocen, se les recordó a qué se dedica esta institución, para posteriormente preguntarles si *¿Se han enterado de alguna información que proporcione el INEGI?* Cerca de la mitad de los representantes en las unidades encuestadas respondió que *sí y sí, en parte* se han enterado de alguna información proporcionada por la institución (Véase gráfica 14). Las instituciones de servicios educativos en mayor medida señalaron que *sí y sí, en parte* se han enterado de información que proporciona el INEGI, aunque también destacan las grandes empresas y las instituciones de servicios financieros, así como las unidades que sí tienen acceso a las TIC y las que sí conocen al INEGI; mientras que poco más de la mitad de las MIPYMES expresaron que no se han enterado de alguna información del INEGI.

**Gráfica 14. ¿Se ha enterado de alguna información que proporcione el INEGI?**  
(porcentajes)

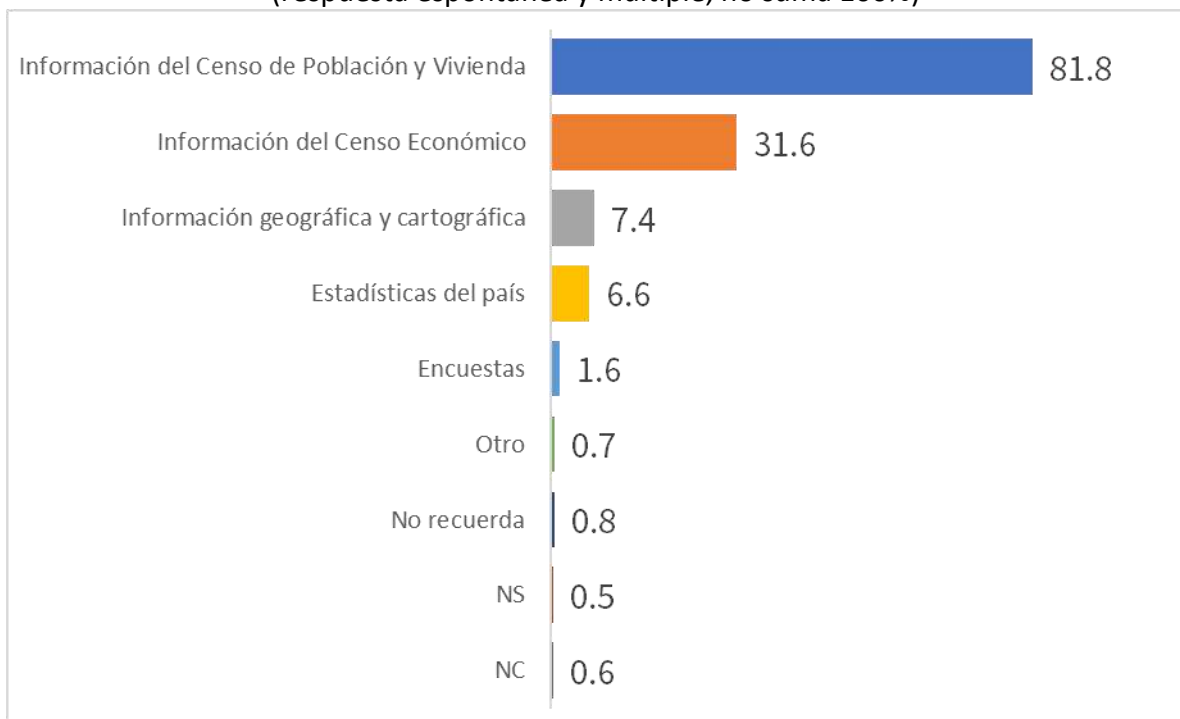


Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

De los representantes de las unidades económicas que dijeron que sí se han enterado de alguna información del INEGI, ocho de cada diez mencionaron que han conocido

*información del Censo de Población y Vivienda*, tres de cada diez unidades se han enterado sobre la *información del Censo Económico* y sólo una séptima parte se ha enterado de la *información geográfica y cartográfica y de las estadísticas del país* (Véase gráfica 15). Las MIPYMES, las instituciones de servicios financieros, las unidades que sí tienen acceso a las TIC y las que sí conocen al INEGI, muestran una distribución porcentual similar al promedio, es decir que la gran mayoría de estas unidades se han enterado, principalmente, de la *información del Censo de Población y Vivienda*; en tanto que un mayor porcentaje de las grandes empresas también se ha enterado de la *información del Censo Económico* y una mayor proporción de las instituciones de servicios educativos, además, se ha enterado de la *información geográfica y cartográfica, y de las estadísticas del país*.

**Gráfica 15. ¿De qué información se enteró?**  
(respuesta espontánea y múltiple, no suma 100%)



Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-IIIJ, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

El medio por el cual las unidades económicas se enteraron de la información proporcionada por el INEGI, con mayor frecuencia, fue *la televisión*; mientras que *Internet* fue la segunda mención, seguida de: *en las noticias*; los medios por los que menos unidades se han enterado de la información del INEGI son: *amigos, familiares y conocidos, por los anuncios, en el periódico, por el personal del INEGI que lo visitó, por teléfono, en la calle o en las oficinas del INEGI* (Véase gráfica 16). Las MIPYMES, las unidades que sí tienen acceso a Internet y las que sí conocen al INEGI con mayor frecuencia mencionaron que se enteraron de la información por medio de *la televisión*; mientras que las grandes empresas, las instituciones de servicios educativos y de servicios financieros dijeron que se enteraron, principalmente, *en Internet y en la televisión*.

**Gráfica 16. ¿Cómo se enteró de esa información?**  
(respuesta espontánea y múltiple, no suma 100%)



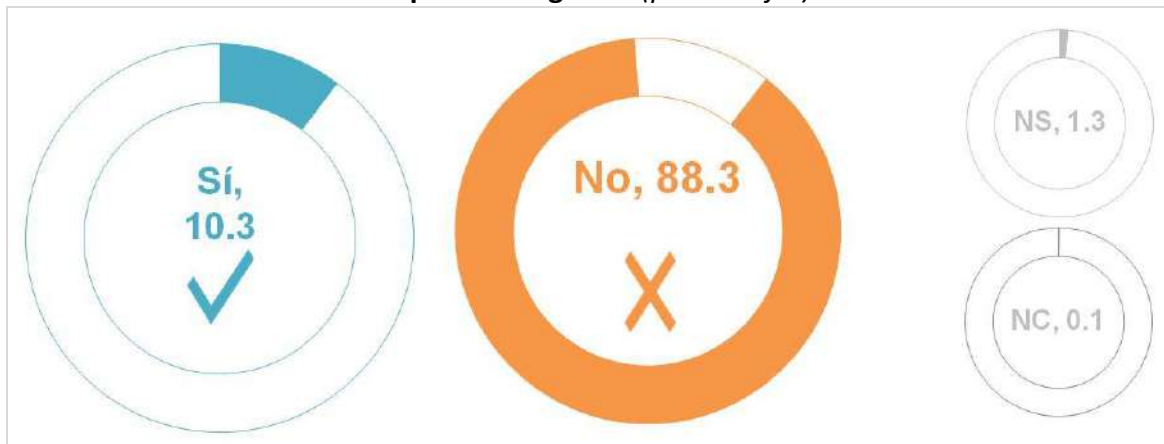
Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

## VI. LA INFORMACIÓN QUE GENERA EL INEGI: ¿QUÉ TANTO LA UTILIZAN LAS UNIDADES ECONÓMICAS PARA REALIZAR SUS ACTIVIDADES?

### a. Uso directo de la información del INEGI

Las unidades económicas que alguna vez han utilizado de manera directa la información del INEGI para las actividades de su empresa representan solamente uno de cada diez, es decir que la gran mayoría *no* ha hecho uso directo de la información que genera el INEGI (Véase gráfica 17). Las Instituciones de servicios educativos, las grandes empresas y las instituciones de servicios financieros son quienes con mayor frecuencia mencionaron que *sí* han utilizado directamente la información del INEGI; mientras que un mayor porcentaje de las MIPYMES dijeron que *no* han utilizado de forma directa dicha información.

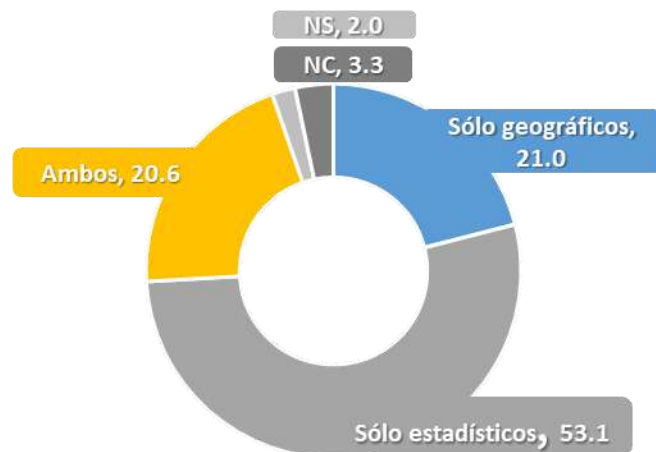
**Gráfica 17. ¿Alguna vez han utilizado la información del INEGI para las actividades de su empresa o negocio? (porcentajes)**



Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

De las unidades económicas que mencionaron que *sí* han utilizado directamente la información que genera el INEGI, poco más de cinco de cada diez expresaron que han usado *sólo datos estadísticos*, dos de cada diez han usado *sólo datos geográficos* y una proporción similar (dos de cada diez) han usado *ambos* tipos de datos (Véase gráfica 18). Las MIPYMES que han usado de manera directa información del INEGI muestran una distribución porcentual similar al promedio. Por su parte, las instituciones de servicios educativos, las grandes empresas y las instituciones de servicios financieros, así como las unidades que tienen acceso a las TIC y las que conocen al INEGI en mayor medida han utilizado directamente *sólo información estadística*; sin embargo, un porcentaje alto de estas unidades señaló que ha usado *ambos* datos, es decir, tanto datos estadísticos como geográficos.

**Gráfica 18. ¿Utilizaron datos geográficos o datos estadísticos del INEGI? (porcentajes)**

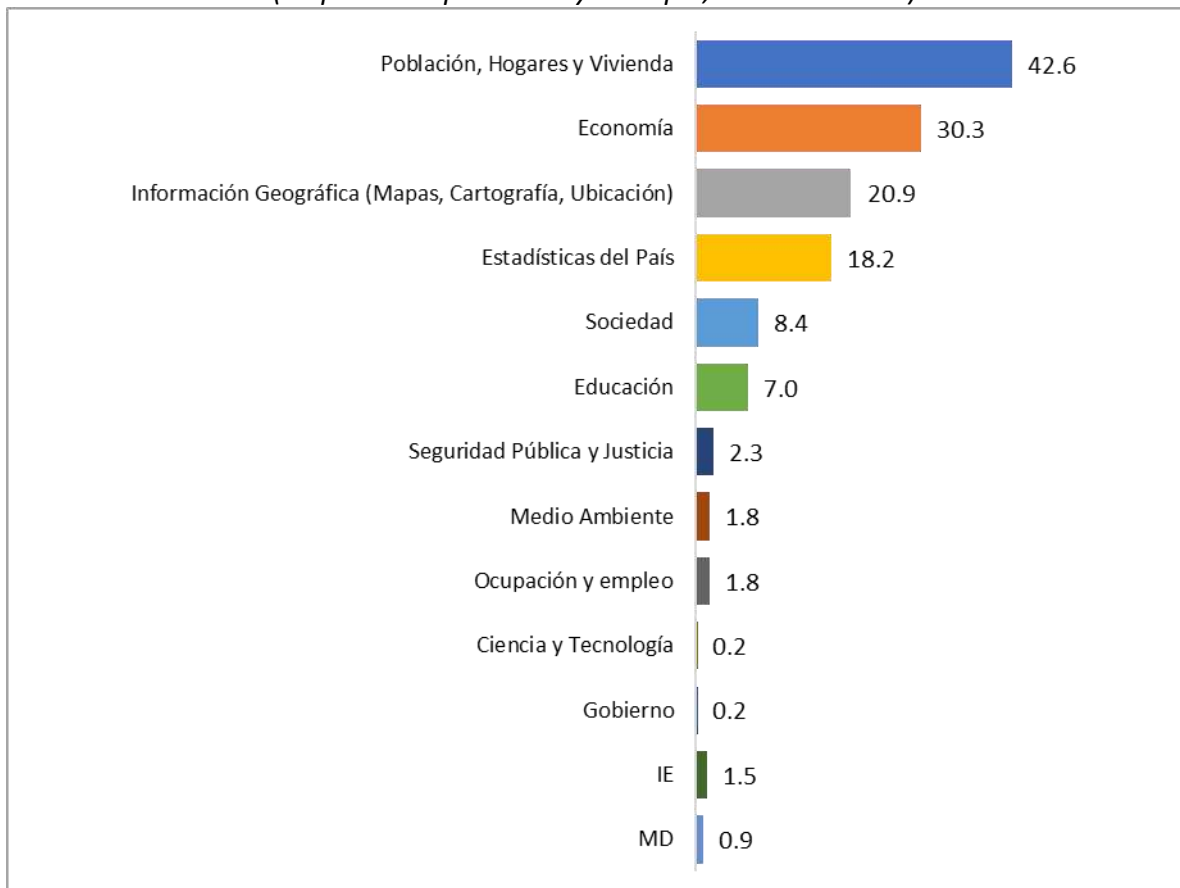


Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

La información que un mayor porcentaje de las unidades ha utilizado más es la que corresponde a *población, hogares y vivienda*; además, tres de cada diez mencionó que ha usado más los datos referentes a la *economía*, dos de cada diez señaló que ha utilizado más la *información geográfica* tales como *mapas, cartografía y/o ubicación* y poco más de una sexta parte de las unidades encuestadas ha utilizado más *las estadísticas sobre el país*. Un menor porcentaje de las unidades económicas ha utilizado más la información sobre *sociedad, educación, seguridad pública y justicia, medio ambiente, ocupación y empleo*,

*ciencia y tecnología* y la información sobre *gobierno* (Véase gráfica 19). No obstante, las grandes empresas y las instituciones de servicios financieros son quienes con mayor frecuencia han utilizado más los datos de *población, hogares y viviendas*, pero también otro porcentaje alto de las instituciones de servicios financieros dijo que ha usado más la información sobre *economía*; mientras que las instituciones de servicios educativos mencionaron que han utilizado más, en primer lugar, la información de *población, hogares y viviendas* y, en segundo lugar, la información sobre *educación*.

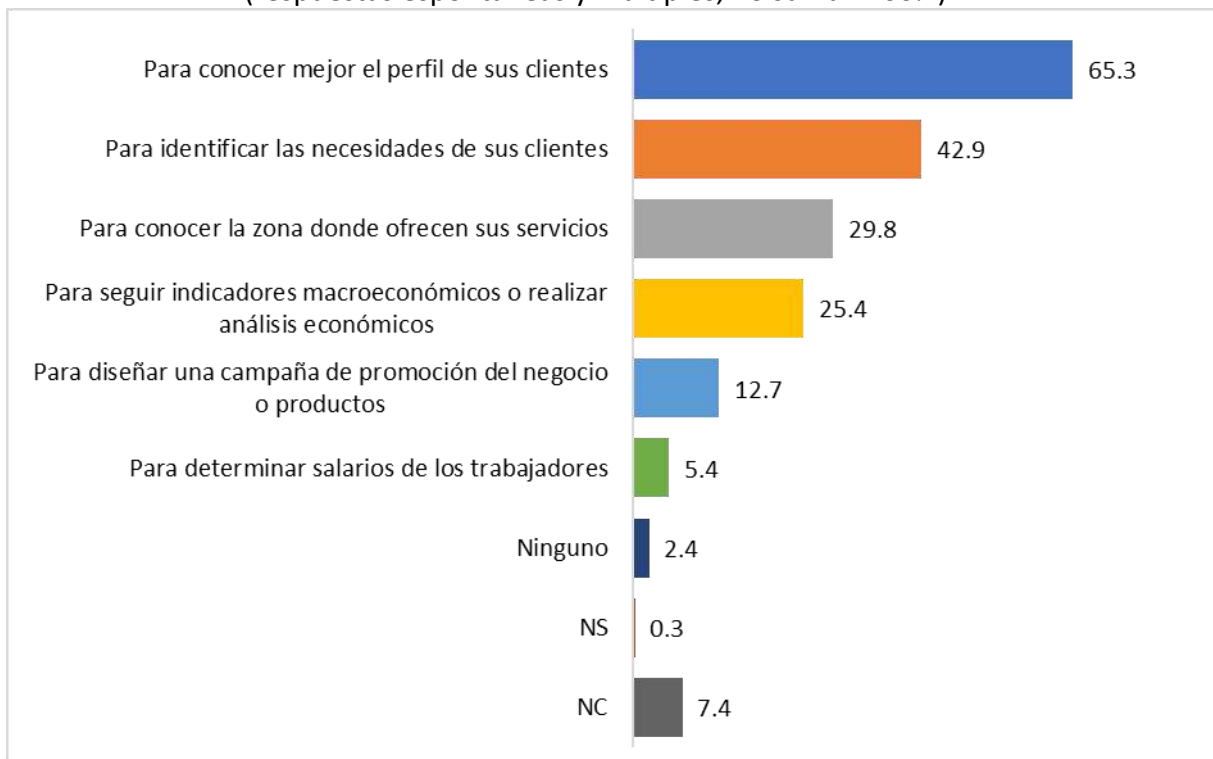
**Gráfica 19. ¿Qué información del INEGI han utilizado más en las empresas o negocios?**  
(*respuesta espontánea y múltiple, no suma 100%*)



Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

Las unidades económicas que alguna vez han utilizado la información del INEGI, en mayor medida lo han hecho para conocer *mejor el perfil de sus clientes*; así mismo, poco más de cuatro de cada diez la ha utilizado para *identificar las necesidades de sus clientes*, casi tres de cada diez lo han hecho para *conocer la zona donde ofrecen sus servicios* y un cuarto de los representantes en unidades dijo que para seguir *indicadores macroeconómicos o realizar análisis económicos* (Véase gráfica 20). En general, las unidades de los cuatro dominios de estudio con mayor frecuencia manifestaron que han utilizado la información para conocer mejor el *perfil de sus clientes*, aunque destacan las instituciones de servicios financieros. Además, un porcentaje alto de las grandes empresas y de las instituciones de servicios financieros señalaron que han utilizado la información para *identificar las necesidades de sus clientes* y otro porcentaje importante de estas unidades económicas la han utilizado para conocer *la zona donde ofrecen sus servicios*.

**Gráfica 20. ¿Para qué la han utilizado?**  
(respuestas espontáneas y múltiples, no suman 100%)

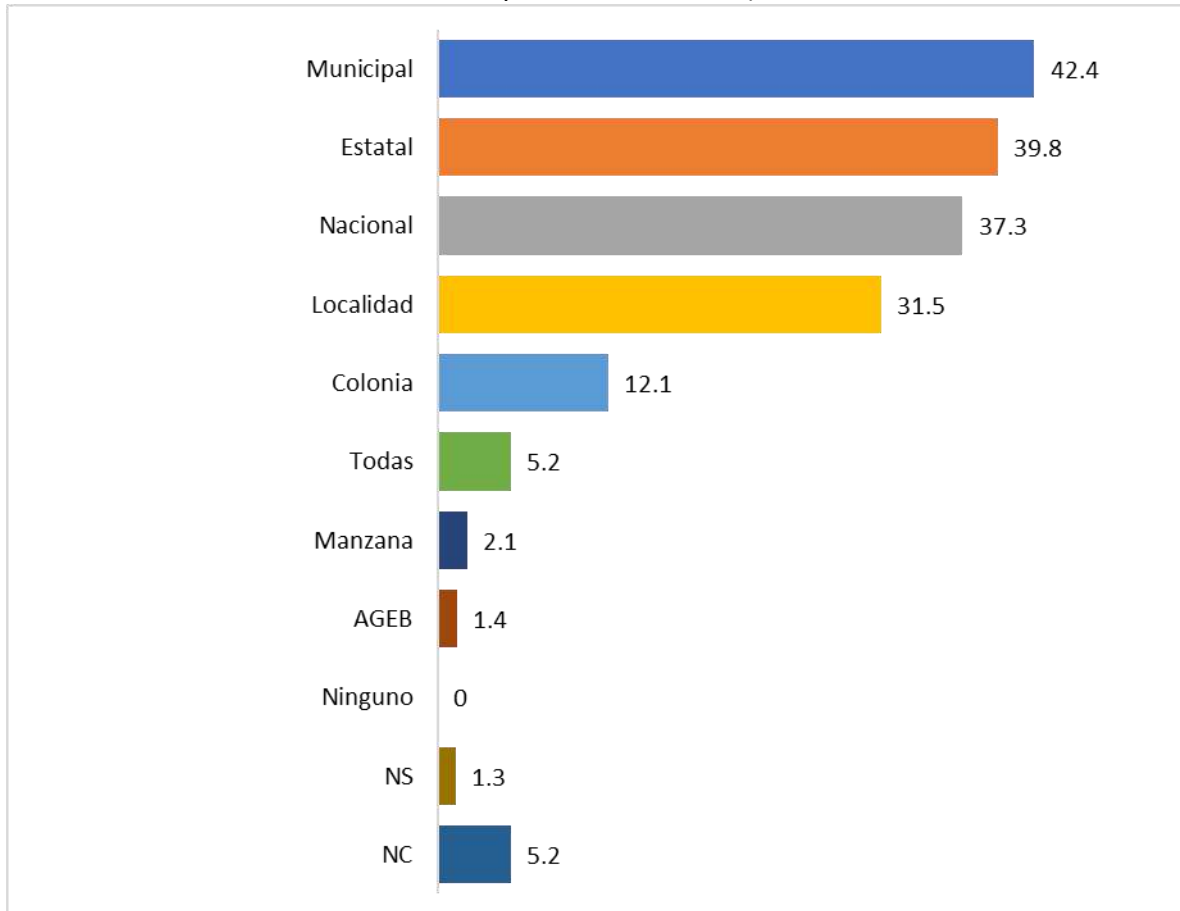


Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-IIIJ, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

El análisis según el tipo de información que se ha utilizado permite observar que las unidades económicas han usado los datos sobre población, hogares y vivienda, con mayor frecuencia, *para conocer mejor el perfil de sus clientes y para identificar las necesidades de sus clientes*; mientras que la información sobre economía y la información geográfica se ha utilizado más frecuentemente *para conocer el perfil e identificar las necesidad de los clientes, para conocer la zona donde ofrecen sus servicios y para seguir indicadores macroeconómicos o realizar análisis económicos*.

El nivel de desagregación de la información que les es más útil a los representantes de las unidades encuestadas es más o menos diverso. Poco más de cuatro de cada diez unidades económicas dijeron que la información les es más de utilidad a *nivel municipal*, casi cuatro de cada diez señalaron *a nivel estatal*, un porcentaje similar (casi cuatro de cada diez) *a nivel nacional* y tres de cada diez *a nivel localidad* (Véase gráfica 21). Un porcentaje más alto de las grandes empresas y de las instituciones de servicios financieros mencionaron que la información les es de más utilidad a nivel nacional, pero también *a nivel estatal y a nivel municipal*; mientras que las MIPYMES y las instituciones de servicios educativos manifestaron con mayor frecuencia que la información les es más de utilidad a *nivel municipal y a nivel estatal*. Por tipo de información utilizada no hay diferencias significativas, ya que tanto los datos de población, hogares y vivienda como los de economía y geográficos, principalmente, son de más utilidad *a nivel municipal, estatal y nacional*.

**Gráfica 21. ¿Qué desagregación (nivel) les es de utilidad? (respuesta espontánea y múltiple, no suma 100%)**

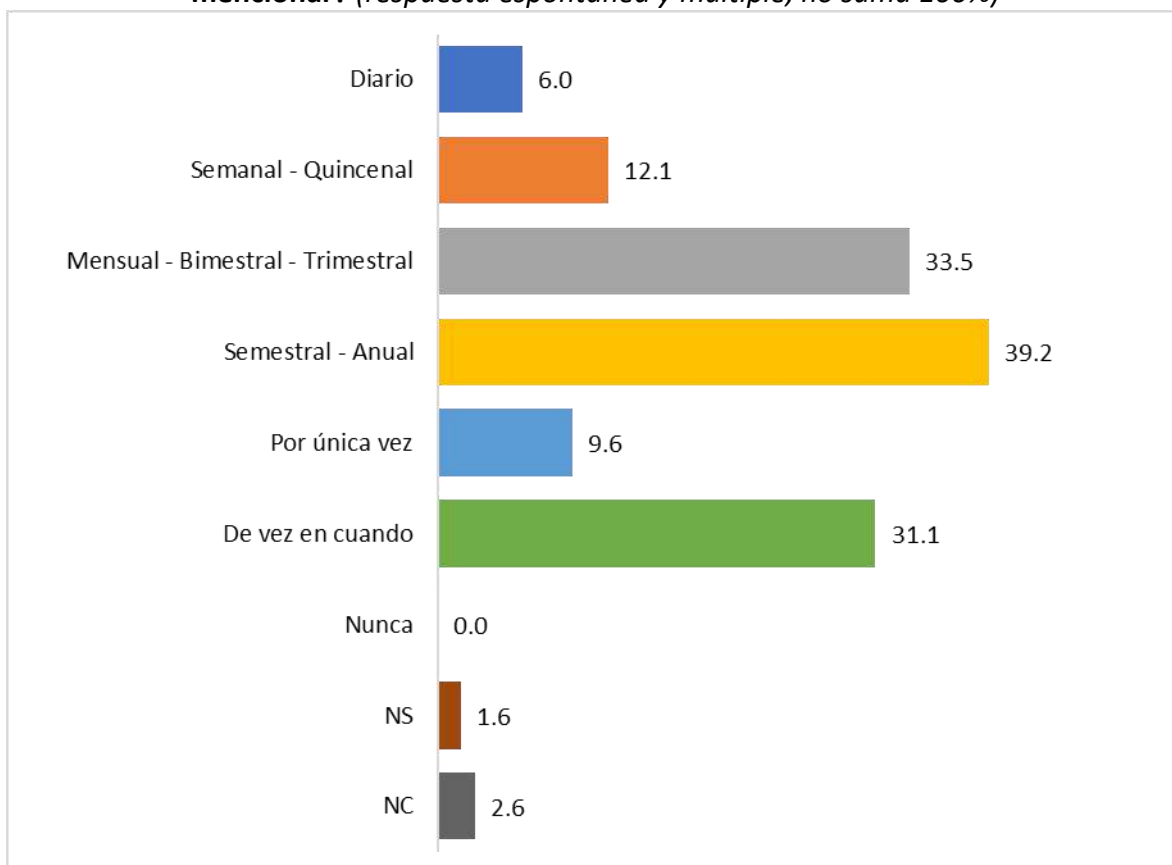


Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

Las unidades económicas que han utilizado la información que proporciona el INEGI lo han hecho, principalmente, con una frecuencia *semestral-anual*, mientras que poco más de tres de cada diez unidades han utilizado la información de manera *mensual-bimestral-trimestral* y tres de cada diez la ha usado *de vez en cuando* (Véase gráfica 22). Las MIPYMES, las unidades que sí tienen acceso a las TIC y las que sí conocen al INEGI muestran una distribución porcentual similar al promedio, es decir que con mayor frecuencia mencionaron que utilizan la información *semestral-anual*. En tanto que, las grandes empresas y las instituciones de servicios financieros con mayor frecuencia utilizan la información de manera *mensual-bimestral-trimestral* y las instituciones de servicios educativos la utilizan con una frecuencia *semestral-anual*. En general, tanto la información

de población, hogares y vivienda como de economía y geográfica se utiliza más frecuentemente de manera *semestral-anual*, *mensual-bimestral-trimestral* y *de vez en cuando*; únicamente un porcentaje alto de los datos geográficos se utilizan *diariamente*.

**Gráfica 22. ¿Con qué frecuencia han utilizado la información del INEGI que me acaba de mencionar? (respuesta espontánea y múltiple, no suma 100%)**

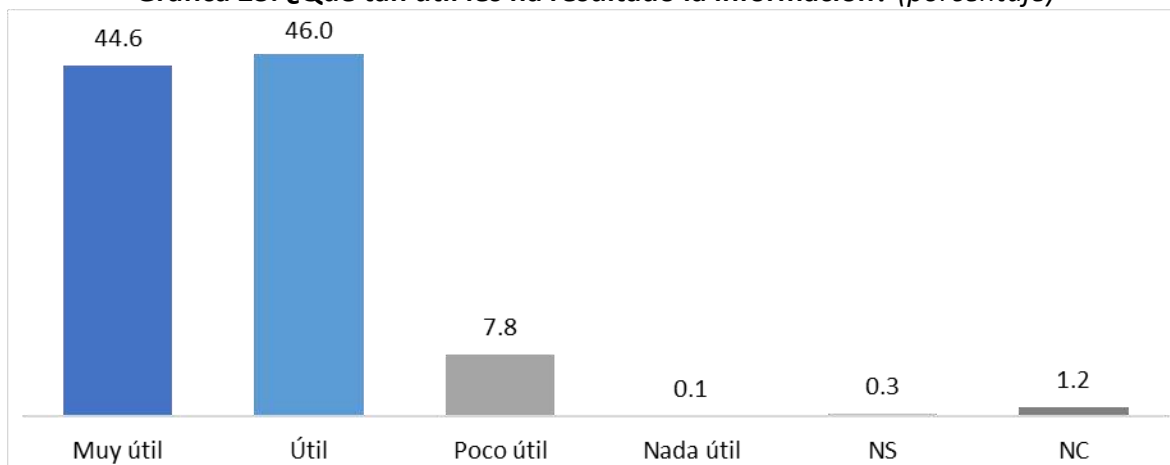


Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

De acuerdo con los representantes de las unidades económicas encuestadas, más de cuatro de cada diez mencionaron que la información proporcionada por el INEGI les resultó *útil*, y una proporción similar (más de cuatro de cada diez) señaló que la información le fue *muy útil* (Véase gráfica 23). Las grandes empresas, las instituciones de servicios financieros y las de servicios educativos señalaron con mayor frecuencia que la información del INEGI les resultó *muy útil*; por su parte, las MIPYMES y las unidades que sí

conocen al INEGI, muestran una distribución porcentual similar al promedio, ya que más frecuentemente dijeron que la información les ha resultado *útil*.

**Gráfica 23. ¿Qué tan útil les ha resultado la información? (porcentaje)**



Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-IIIJ, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

## b. Uso indirecto de la información del INEGI

Para medir el uso indirecto de la información del INEGI se recurrió a la batería de preguntas sobre *uso de las estadísticas y mapas*. De esta batería, únicamente se seleccionaron las aplicaciones que tienen vinculada alguna información del INEGI para ofrecer sus servicios en México, tales como: *Google Maps, Waze, Uber* y el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (El DENUE). Para definir el uso indirecto se consideró a aquellas unidades que dijeron que en las actividades de su empresa o negocio utilizan *mucho, algo o poco* al menos una de estas aplicaciones.

De acuerdo con los resultados, en general, las unidades económicas *sí hacen uso indirecto de la información del INEGI*. En este sentido, el análisis por dominio de estudio permite observar que una mayor proporción de las MIPYMES, de las grandes empresas y de las instituciones de servicios educativos *sí hace uso indirecto de la información del INEGI* para las actividades de su empresa. No obstante, en menor medida las instituciones de

servicios financieros sí usan la información, por lo que una proporción mayoritaria de estas unidades *no usa indirectamente la información del INEGI* (Véase cuadro 1).

**Cuadro 1. Uso indirecto de la información del INEGI por dominio de estudio**  
(porcentajes)

Dominio de estudio	Sí usa indirectamente información	No usa indirectamente información
MIPYMES	64.8	35.2
Grandes empresas	60.8	39.2
Servicios educativos	53.9	46.1
Servicios financieros	33.3	66.7

Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-IIIJ, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

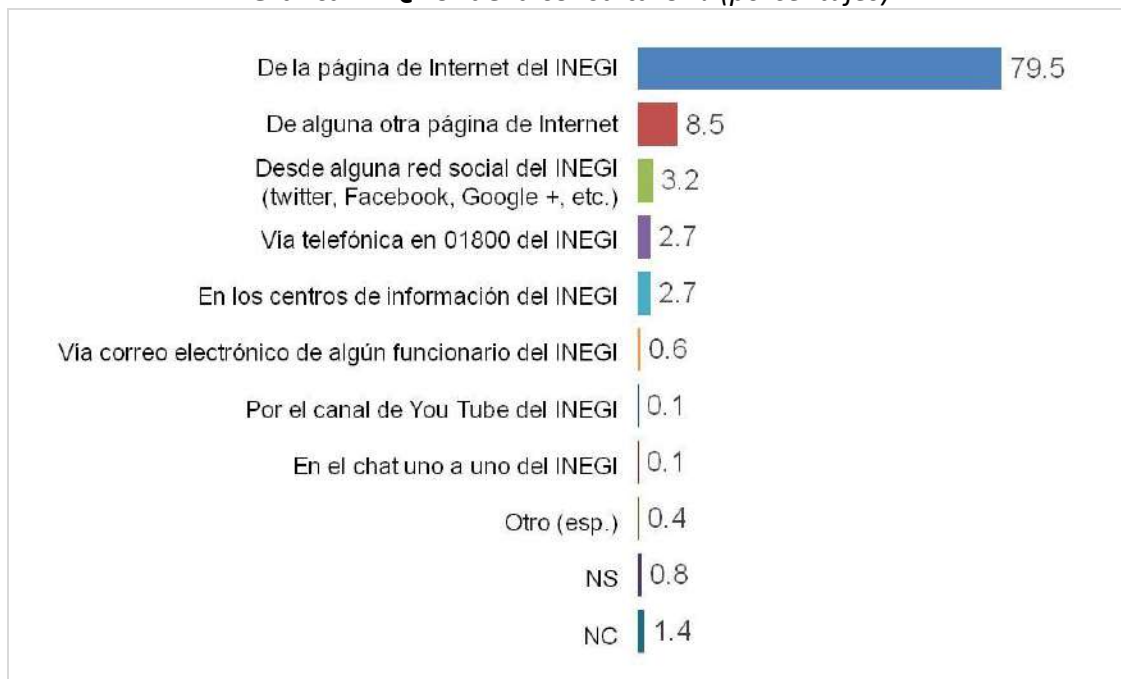
El análisis del uso indirecto de los datos según el conocimiento del INEGI, muestra que las unidades económicas que sí conocen a la institución sí tienden a *usar de manera indirecta la información*. Al respecto, las MIPYMES, las grandes empresas y las instituciones de servicios educativos en mayor medida *han usado la información indirectamente* al utilizar al menos una de las aplicaciones que vincula los datos del INEGI; no obstante, la mayoría de las instituciones de servicios financieros que sí conoce al INEGI *no han usado indirectamente los datos*. Mientras que las unidades que no conocen al INEGI también tienden a *usar de forma indirecta la información*; en este sentido, destacan las MIPYMES y las instituciones de servicios educativos quienes representan más de seis de cada diez, respectivamente.

Ahora bien, el análisis a partir del uso directo de la información permite observar que las MIPYMES y las grandes empresas son quienes en mayor medida *han usado los datos de forma indirecta*, en tanto que las instituciones de servicios financieros en mayor proporción *no usan indirectamente la información*. Con respecto a las unidades económicas que no hacen uso directo de los datos del INEGI, la mayoría de las MIPYMES, las grandes empresas y las instituciones de servicios educativos *sí hacen uso directo de la información*.

## VII. LOS USUARIOS DEL INEGI: ¿QUÉ OPINAN DE LA INFORMACIÓN Y DE LA PÁGINA DE INTERNET?

La información del INEGI que alguna vez han utilizado las unidades económicas, en mayor medida, fue consultada *de la página de Internet del INEGI*, en tanto que alrededor de una sexta parte de las unidades señaló que la consultó desde *alguna otra página de Internet, desde alguna red social del INEGI (twitter, Facebook, Google+, etc.), en los centros de información del INEGI o vía telefónica en 01800 del INEGI* (Véase gráfica 24). Efectivamente, las unidades económicas pertenecientes a los cuatro dominios de estudio y las unidades que sí conocen al INEGI con mayor frecuencia dijeron haber consultado la información en *la página de Internet del INEGI*. No obstante, casi una quinta parte de las MIPYMES consultó la información a través de otros medios, tales como: *alguna página de Internet o desde alguna red social del INEGI*.

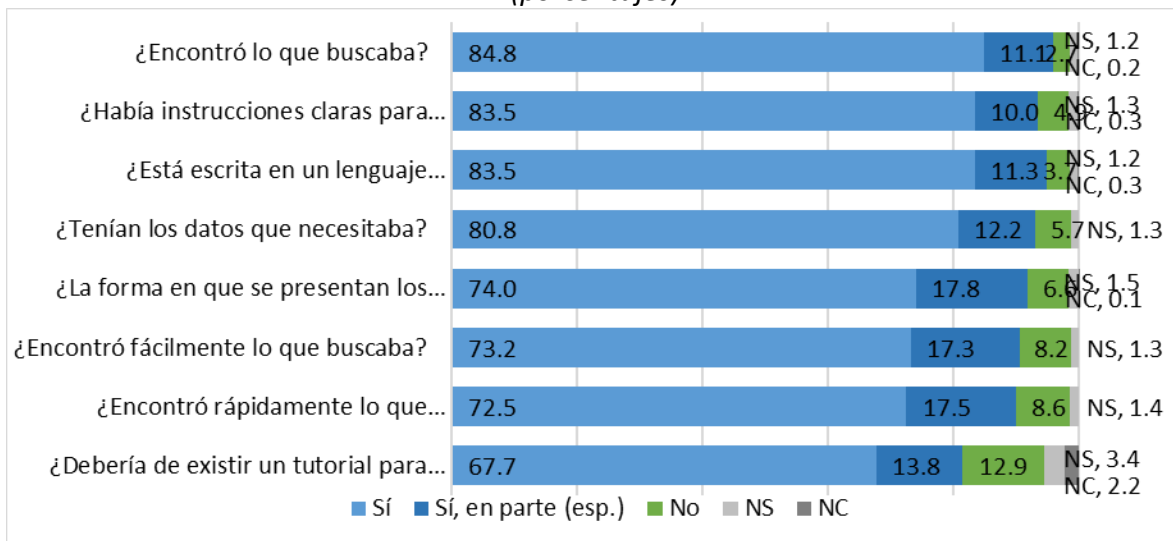
**Gráfica 24. ¿Dónde la consultaron? (porcentajes)**



Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

A los representantes de las unidades económicas encuestadas que dijeron haber consultado la información en *la página de Internet del INEGI*, se les cuestionó acerca de algunas características pertinentes con las que cuenta o debería de contar la página del INEGI. Al menos nueve de cada diez unidades, de manera respectiva, mencionaron que *sí y sí, en parte* encontraron lo que buscaban; había instrucciones claras para guiarlo en la consulta de la información; está escrita en un lenguaje entendible; tenían los datos que necesitaba; la forma en que se presentan los datos es adecuada; encontró fácilmente lo que buscaba; y, encontró rápidamente lo que buscaba (Véase gráfica 25). Al respecto, destacan, sobre todo, las grandes empresas y las instituciones de servicios educativos. Mientras que ocho de cada diez unidades consideraron que *sí y sí, en parte* debería de existir un tutorial para usar la página del INEGI; las MIPYMES son quienes con mayor frecuencia dijeron que *sí y sí, en parte* la página del INEGI debería tener un tutorial para usarla.

**Gráfica 25. Y al consultar la página del INEGI...**  
(porcentajes)

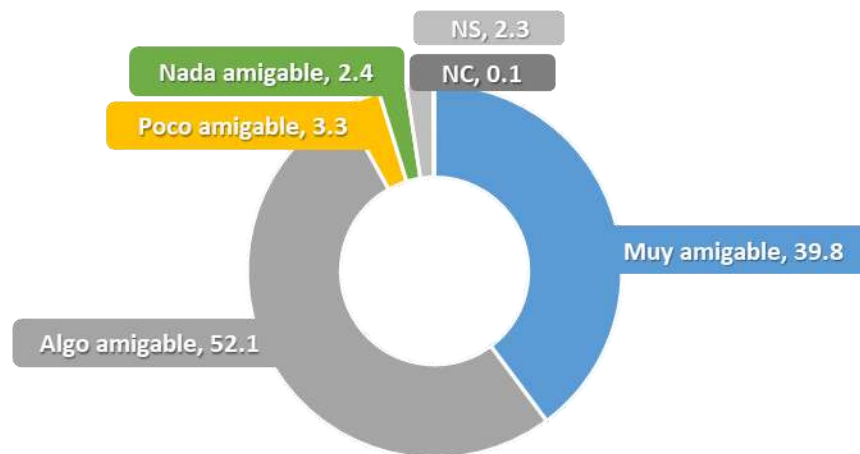


Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

La mayoría de las unidades económicas encuestadas dijo que la página del INEGI es *algo amigable*, y casi cuatro de cada diez señalaron que es *muy amigable* (Véase gráfica 26). Las MIPYMES, las unidades que sí tienen acceso a las TIC y las que sí conocen al INEGI

muestran una distribución porcentual semejante al promedio, es decir que, la mitad de las unidades, respectivamente, mencionaron que la página del INEGI es *algo amigable*; mientras que las instituciones de servicios financieros y las de servicios educativos, con una ligera mayor frecuencia, consideraron que es *algo amigable*, y las grandes empresas más frecuentemente dijeron que la página es *muy amigable*.

**Gráfica 26. Y ¿qué tan amigable considera usted que es la página de Internet del INEGI?**  
(porcentajes)



Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

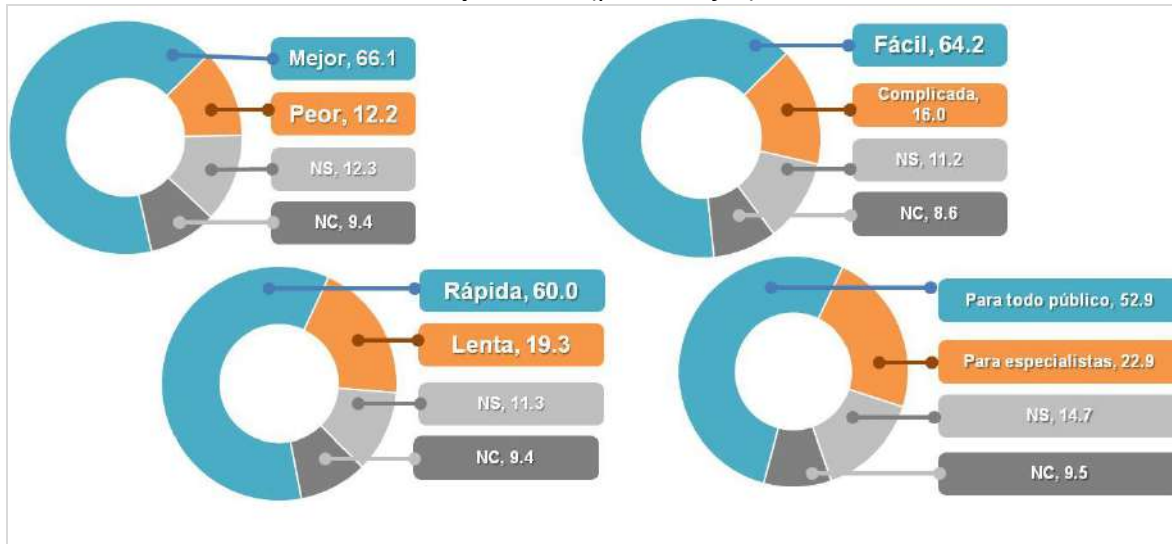
A los representantes de las unidades económicas que consultaron la información *en la página de Internet del INEGI*, se les recordó que recientemente el INEGI creó un nuevo sitio de Internet llamado versión Beta, por lo que se les preguntó si *¿Alguna vez ha utilizado la versión Beta de la página del INEGI?* Cerca de una quinta parte de las unidades señaló que *sí y sí, en parte* han utilizado la versión Beta (Véase gráfica 27). Sobresalen las instituciones de servicios educativos, las grandes empresas y las unidades que *sí* conocen al INEGI cuya quinta parte, respectivamente, dijeron que *sí y sí, en parte* alguna vez ha utilizado la versión Beta de la página del INEGI.

**Gráfica 27. ¿Alguna vez ha utilizado la versión Beta de la página del INEGI? (porcentajes)**

Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas”, UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

Con la intención de comparar la versión oficial de la página del INEGI con su versión Beta, a los entrevistados se les cuestionó sobre una serie de características, tales como: si la versión Beta es mejor, fácil, rápida y/o para todo público. En este sentido, alrededor de seis de cada diez unidades económicas, respectivamente, dijeron que la versión Beta de la página es *mejor*, es *fácil* y es *rápida* en comparación con la versión oficial; en tanto que la mitad de las unidades señalaron que la página Beta es *para todo público* (Véase gráfica 28). En general, destacan las grandes empresas, las instituciones de servicios educativos y de servicios financieros quienes con una ligera mayor frecuencia señalaron que, efectivamente, la página Beta es *mejor, fácil, rápida y para todo público*.

**Gráfica 28. En comparación con la versión oficial, la versión Beta de la página del INEGI le pareció... (porcentajes)**



Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

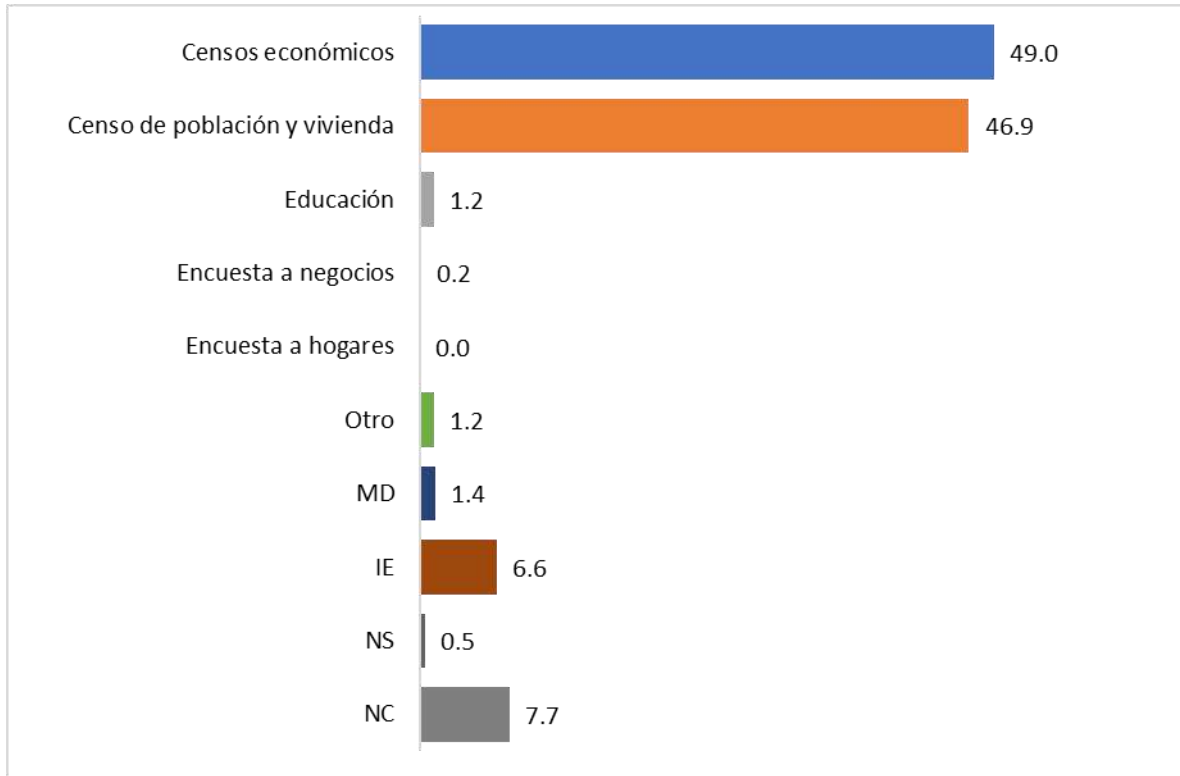
A los representantes de las unidades económicas encuestadas se les preguntó lo siguiente: *Las personas que trabajan aquí, ¿han proporcionado información para algún censo o encuesta del INEGI?* Únicamente poco más de tres de cada diez unidades dijeron que *sí y sí, en parte*, han proporcionado información para algún censo o encuesta del INEGI (Véase gráfica 29). Son las grandes empresas y las instituciones de servicios educativos quienes mencionaron más frecuentemente que *sí y sí, en parte*, han proporcionado información para algún censo o encuesta del INEGI.

**Gráfica 29. Las personas que trabajan aquí, ¿han proporcionado información para algún censo o encuesta del INEGI? (porcentajes)**



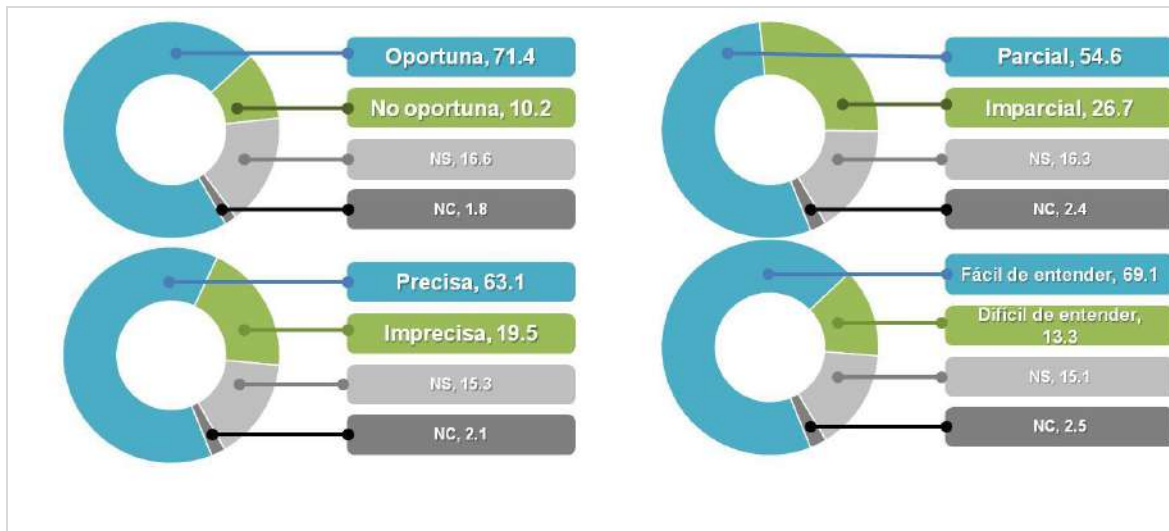
Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

Los representantes de las unidades económicas que sí han proporcionado información para algún censo o encuesta del INEGI, principalmente, han contestado el *Censo Económico*, seguido del *Censo de Población y Vivienda*. Con una frecuencia notoriamente menor, las unidades mencionaron que han proporcionado información para algún *censo o encuesta sobre educación, encuesta a negocios o para encuesta a hogares* (Véase gráfica 29.1). Las grandes empresas señalaron más frecuentemente que han contestado el *Censo Económico*; mientras que las instituciones de servicios educativos dijeron con más frecuencia que han contestado el *Censo de Población y Vivienda*, seguidos del *Censo Económico*, y encuestas sobre educación.

**Gráfica 29.1. ¿Cuál?** (respuestas espontáneas y múltiples, no suma 100%)

Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas”, UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

Con respecto a las percepciones que tienen los usuarios de las unidades económicas sobre la información que proporciona el INEGI, siete de cada diez unidades dijeron que la información es *oportuna*; casi siete de cada diez manifestaron que es *fácil de entender* y seis de cada diez señalaron que es *precisa*; no obstante, cinco de cada diez unidades mencionaron que la información del INEGI es *parcial* (Véase gráfica 30). Al respecto, sobresalen las instituciones de servicios educativos y de servicios financieros que consideraron con mayor frecuencia que la información del INEGI es *parcial*, así como las unidades que tienen acceso a las TIC y las que sí conocen al INEGI. Por su parte, las grandes empresas y las instituciones de servicios educativos son quienes con mayor frecuencia dijeron que la información que proporciona el INEGI es *oportuna y fácil de entender*, en tanto que las grandes empresas son las que más frecuentemente mencionaron que la información del INEGI es *precisa*. En el caso de las MIPYMES, éstas muestran una distribución porcentual semejante al promedio.

**Gráfica 30. ¿Usted cree que la información que brinda el INEGI es...? (porcentaje)**

Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

## VIII. LA CONFIANZA DE LAS UNIDADES ECONÓMICAS EN LAS INSTITUCIONES Y EN LOS ACTORES POLÍTICOS Y SOCIALES

### a. ¿Qué tanto confían en el INEGI?

Con el propósito de conocer qué tanto confían las unidades económicas en el INEGI, se les preguntó lo siguiente: *En una escala de 0 al 10, como en la escuela, donde 0 es nada de confianza y 10 es completa confianza ¿Dígame qué tanta confianza le tiene a...?* haciendo referencia a una serie de instituciones usualmente conocidas por las unidades, debido a su relación con la economía del país, la seguridad social, la educación, los derechos humanos y la democracia, para evaluar la confianza en el INEGI en comparación con otras instituciones. La institución en la que más confían los representantes de las unidades es la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM); mientras que la institución en la que menos confían es la Secretaría de Economía. El INEGI es la segunda institución mejor evaluada, con una confianza promedio de 7.6, y así lo confirman las unidades económicas que sí conocen al INEGI, cuya evaluación es similar a la media nacional (Véase cuadro 2)

**Cuadro 2. En una escala del 0 al 10, como en la escuela, donde 0 es nada de confianza y 10 es completa confianza, ¿Dígame qué tanta confianza le tiene a...? (promedios)**

	Media Nacional	Si conocen al INEGI	MIPYME	Grandes Empresas	Servicios Educativos	Servicios Financieros
La UNAM	8.1	8.2	8.1	8.6	8.5	8.4
<b>El INEGI</b>	<b>7.6</b>	<b>7.7</b>	<b>7.5</b>	<b>8.1</b>	<b>8.0</b>	<b>8.0</b>
La SEP, Secretaría de Educación Pública	7.2	7.3	6.2	7.7	7.6	7.3
La Comisión Nacional de los Derechos Humanos	7.1	7.2	7.1	7.5	7.4	7.6
El SAT, Sistema de Administración Tributaria	6.8	6.9	6.8	7.8	7.2	7.6
El Banco de México	6.7	6.7	6.7	7.7	7.0	7.7
EL IMSS, El Instituto Mexicano del Seguro Social	6.7	6.8	6.7	7.4	7.0	7.0
El INE, Instituto Nacional Electoral (antes IFE)	6.7	6.8	6.7	7.1	6.8	7.0
La Secretaría de Hacienda y Crédito Público	6.7	6.8	6.7	7.5	7.1	7.5
El INEE, Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación	6.6	6.8	6.6	7.4	7.1	7.2
La Secretaría de Economía	6.4	6.5	6.4	7.4	6.8	7.3

Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

La evaluación de las instituciones depende del tipo de unidades económicas. Las grandes empresas son quienes mejor evalúan a todas las instituciones que fueron mencionadas. En el caso del INEGI, las grandes empresas también le otorgaron la calificación promedio más alta que fue de 8.1; las instituciones de servicios educativos y de servicios financieros de igual manera le otorgaron una calificación promedio alta de 8.0, respectivamente. Por su parte, las MIPYMES son quienes le otorgaron al INEGI una calificación promedio más baja en comparación con los otros dominios de estudio, pero cercana a la media nacional (Véase cuadro 2).

### b. ¿Qué tanto confían en los actores políticos y sociales?

Para conocer la confianza social de las unidades económicas se replicó la pregunta *En una escala del 0 al 10, como en la escuela, donde 0 es nada de confianza y 10 es completa confianza, ¿Dígame qué tanta confianza le tiene a...?* para tener un contraste, en la encuesta se hizo referencia a los actores políticos, tales como: el presidente de la república y el gobierno federal; mientras que los actores sociales mencionados fueron seleccionados de manera que fueran conocidos cercanos a las actividades que realizan las unidades económicas. Los clientes fueron los actores sociales mejor evaluados por las unidades, seguidos de las personas que trabajan en el establecimiento o negocio y los proveedores; en tanto que el gobierno federal y el presidente de la república fueron evaluados con las calificaciones más bajas, correspondientes a 4.7 y 4.0, respectivamente (Véase cuadro 3).

**Cuadro 3. En una escala del 0 al 10, como en la escuela, donde 0 es nada de confianza y 10 es completa confianza, ¿Dígame qué tanta confianza le tiene a...? (promedios)**

	Media Nacional	Sí conocen al INEGI	MIPYME	Grandes empresas	Servicios educativos	Servicios financieros
Sus clientes	8.7	8.7	8.7	9.0	8.7	8.9
Las personas que trabajan en este establecimiento o negocio	8.7	8.7	8.7	8.8	8.8	9.0
Sus proveedores	8.3	8.3	8.3	8.6	8.0	8.4
Las organizaciones empresariales de su sector (industriales, de comerciantes, de servicios)	7.4	7.4	7.4	8.1	7.7	8.1
Los bancos	6.9	7.0	6.9	8.0	7.3	8.0
Las ventas por Internet	5.9	6.0	5.9	7.6	6.3	7.2
La banca en línea	5.8	5.9	5.7	7.7	6.5	7.5
Las compras por Internet	5.6	5.7	5.5	7.3	6.0	6.7
El Gobierno Federal	4.7	4.8	4.6	5.9	5.4	5.4
El Presidente de la República	4.0	4.1	4.0	5.2	4.6	4.5

Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas”, UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

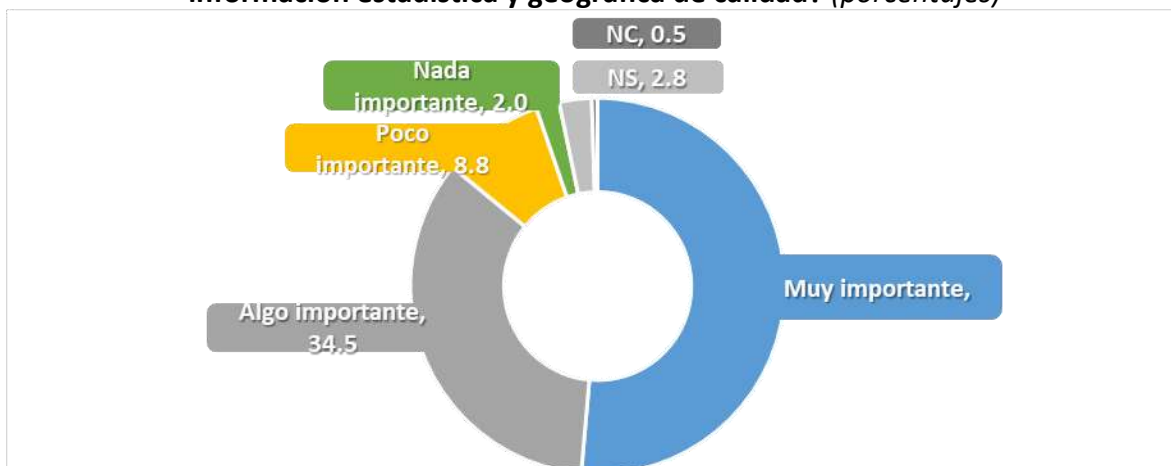
En general, las grandes empresas, las instituciones de servicios financieros y de servicios educativos son las que mejor evalúan a los actores. Las instituciones de servicios financieros son quienes le otorgan una calificación más alta, de 9.0, a *las personas que trabajan en el establecimiento o negocio*; las grandes empresas le otorgan una calificación promedio de 9.0 a *sus clientes*. En tanto que *los bancos, la banca en línea y las organizaciones empresariales de su sector* son mejor evaluados por las grandes empresas y por las instituciones de servicios financieros, pues la calificación que estas unidades les otorgan está muy por encima del promedio nacional. Las grandes empresas son quienes mejor evalúan a los actores políticos, pues *al gobierno federal* le otorgan una calificación promedio de 5.9 y *al presidente de la república* una calificación de 5.2. Por su parte, las MIPYMES y las unidades económicas que sí conocen al INEGI muestran calificaciones similares a la media nacional para cada uno de los actores políticos y sociales (Véase cuadro 3).

## IX. VALORACIÓN DE LA INFORMACIÓN

### a. ¿Qué opinan las unidades económicas de la información en general?

Para conocer la valoración que los representantes de las unidades económicas encuestadas hacen de la información en general, en un primer momento, se les cuestionó sobre la importancia que tiene para el país contar con información estadística y geográfica de calidad. Así, la mitad de las unidades económicas encuestadas dijo que es *muy importante* contar con información de calidad y poco más de tres de cada diez mencionó que es *algo importante*; únicamente una de cada diez unidades consideró que es *poco o nada importante* (Véase gráfica 33). Si bien, la mayoría de las grandes empresas y las instituciones de servicios financieros manifestaron que es *muy importante* para el país contar con información estadística y geográfica de calidad, también destaca que cerca de tres cuartos del total de las instituciones educativas entrevistadas dijeron que es *muy importante*. Asimismo, las unidades que sí tienen acceso a las TIC y las que sí conocen al INEGI con mayor frecuencia expresaron que es *muy importante* contar con información de calidad.

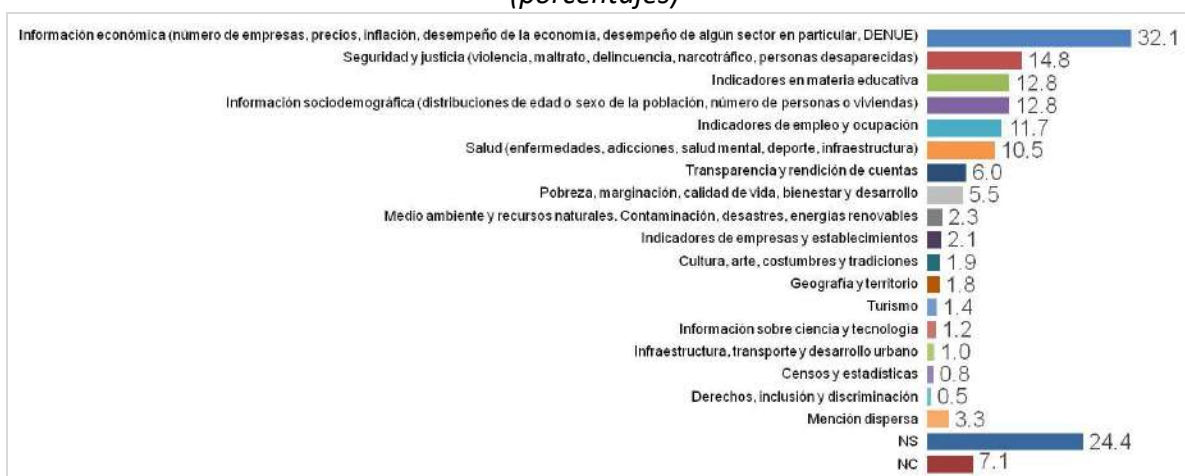
**Gráfica 33. Por lo que usted piensa, ¿qué tan importante es para el país contar con información estadística y geográfica de calidad? (porcentajes)**



Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

Los representantes de las unidades económicas entrevistados dijeron que les gustaría conocer, principalmente, *información económica*; seguida de la *información estadística sobre seguridad y justicia*; *indicadores en materia educativa*; *información sociodemográfica*; *indicadores de empleo y ocupación*; y, finalmente, *información estadística sobre salud*. En menor medida se mencionaron temas como: *transparencia y rendición de cuentas*, *medio ambiente y recursos naturales*, *indicadores de empresas y establecimientos*, *geografía y territorio*, *ciencia y tecnología*, *censos y estadísticas*, entre otros (Véase gráfica 34). Las instituciones de servicios financieros, las grandes empresas y las MIPYMES, así como las unidades que sí tienen acceso a las TIC y las que sí conocen al INEGI, con mayor frecuencia señalaron que les gustaría conocer *información económica*; por su parte, las instituciones de servicios educativos más frecuentemente mencionaron que les gustaría conocer *información sobre los indicadores en materia educativa*.

**Gráfica 34. ¿Sobre qué temas del país le gustaría conocer información estadística? (porcentajes)**

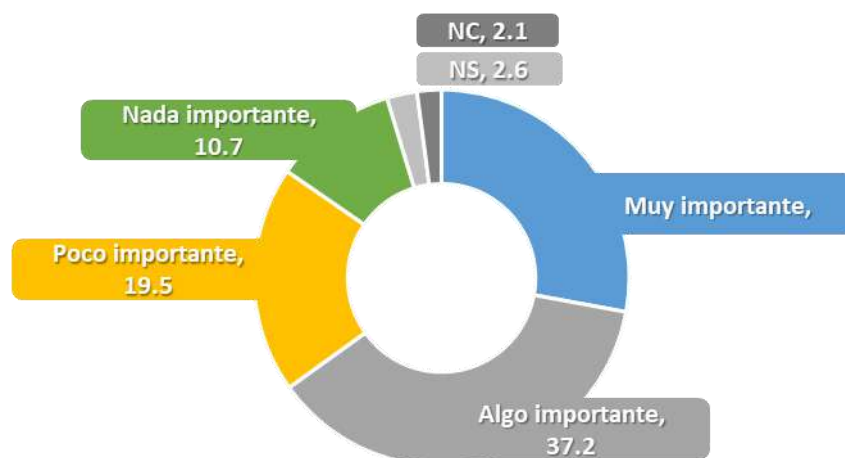


Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

Con la intención de conocer la relevancia de contar con información de calidad para la empresa, a los entrevistados se les preguntó lo siguiente: *Y, ¿qué tan importante es para su empresa o negocio contar con información estadística y geográfica de calidad?* Más de tres de cada diez unidades consideraron que es *algo importante* y cerca de tres de cada diez dijo es *muy importante*; no obstante, casi dos de cada diez unidades señalaron que es

*poco importante* y uno de cada diez mencionó que es *nada importante* (Véase gráfica 35). Las MIPYMES, las unidades que sí tienen acceso a las TIC y las que sí conocen al INEGI con mayor frecuencia manifestaron que para su empresa es *algo importante* contar con información de calidad, otro porcentaje significativo (tres de cada diez, respectivamente) de estas unidades consideró que es *poco o nada importante*; mientras que la mayoría de las grandes empresas, de las instituciones de servicios financieros y de servicios educativos indicaron que para su empresa es *muy importante* contar con información estadística y geográfica de calidad.

**Gráfica 35. Y ¿qué tan importante es para su empresa o negocio contar con información estadística y geográfica de calidad? (porcentajes)**



Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas”, UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

A los entrevistados se les cuestionó sobre el tipo de información estadística que les gustaría conocer para su empresa. Cuatro de cada diez dijeron que les gustaría conocer información sobre *economía y empleo* y una sexta parte de las unidades señaló que le gustaría conocer información sobre *empresas y negocios*; otros temas también mencionados, pero en menor porcentaje, son *seguridad pública y justicia, salud, educación, población, hogares y vivienda y política y gobierno* (Véase cuadro 4). Las grandes empresas, las MIPYMES, las unidades que sí tienen acceso a las TIC y las que sí conocen al INEGI, con mayor frecuencia expresaron que, para su establecimiento, les gustaría conocer información sobre *economía y empleo*, pero sobresale que la mayoría de

las instituciones de servicios financieros dijeron que les gustaría disponer de este tipo de información. Por su parte, a las instituciones de servicios educativos en mayor medida les gustaría conocer información estadística sobre *educación*.

**Cuadro 4. Pensando en este establecimiento o negocio, ¿sobre qué temas le gustaría conocer información estadística? (respuesta espontánea y múltiple, no suma 100%)**

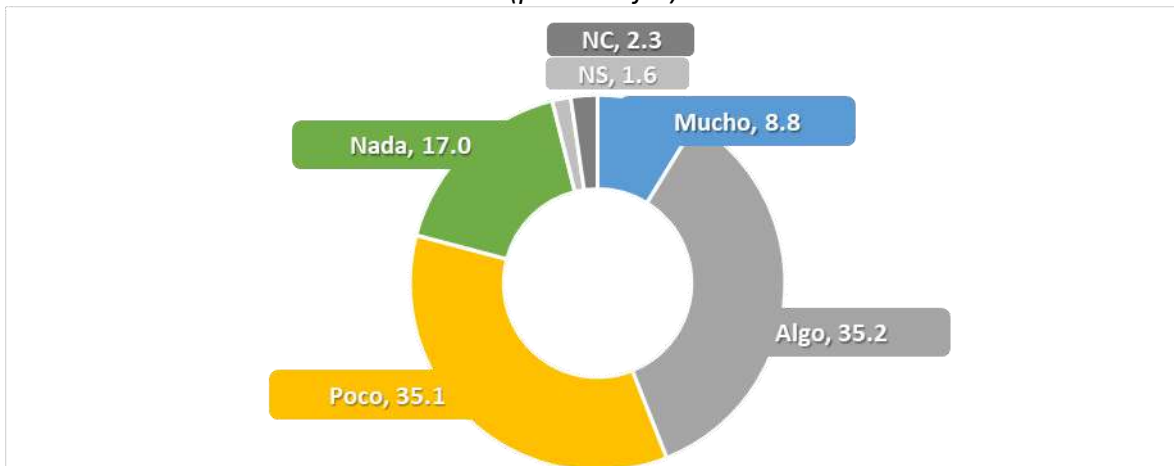
Economía y empleo	40.3
Empresas y negocios	16.1
Seguridad pública y justicia	7.0
Salud (personas con discapacidad, enfermedades, adicciones)	6.7
Población, hogares y vivienda (natalidad, mortalidad, migración)	6.2
Educación (nivel de escolaridad, deserción, escuelas, becas)	6.0
Política y gobierno (recursos públicos, apoyos sociales, actores y partidos políticos)	2.5
Ciencia y tecnología	1.9
Agricultura y ganadería	1.7
Geografía (cartografía, medio ambiente, recursos naturales)	1.6
Cultura (arte, literatura, música, costumbres)	1.3
Pobreza	0.9
Movilidad y transporte	0.7
Servicios básicos (agua entubada, drenaje, electricidad)	0.6
Deporte	0.6
Niños y adolescentes	0.4
Internet (acceso y servicios online)	0.3
Corrupción	0.2
Mención dispersa	2.1
Insuficientemente especificado	2.0
NS	29.7
NC	8.0

Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas”, UNAM-IIIJ, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

Con respecto a la confianza que tienen las unidades económicas en las estadísticas que anuncia el gobierno, en general, se observa una tendencia hacia el pesimismo. Poco más de una tercera parte de las unidades mencionó que confía *algo* en las estadísticas que anuncia el gobierno, otra tercera parte manifestó que confía *poco*, en tanto que poco más de una sexta parte expresó que confía *nada*. Las MIPYMES, las unidades que tienen acceso a las TIC y las que sí conocen al INEGI son quienes muestran esta tendencia hacia el pesimismo, pues su distribución porcentual es similar al promedio nacional. Mientras que las grandes empresas, las instituciones de servicios financieros y de servicios educativos, si

bien también muestran este comportamiento hacia *algo, poco o nada de confianza*, otro porcentaje de estas unidades señaló que confía *mucho* en las estadísticas que anuncia el gobierno.

**Gráfica 37. ¿Qué tanto confía usted en las estadísticas que anuncia el gobierno?**  
(porcentajes)

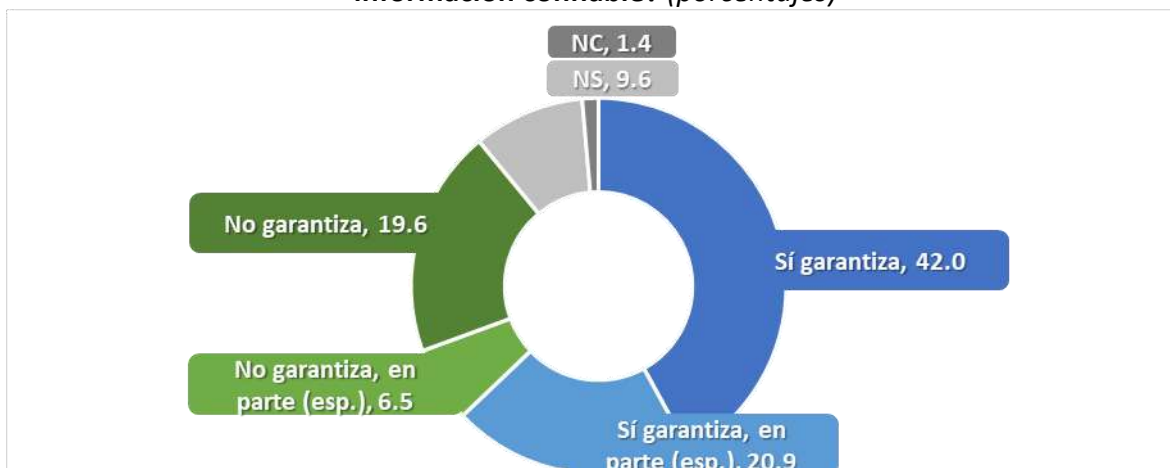


Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-IIIJ, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

### b. ¿Qué opinan las unidades económicas de la información del INEGI?

Con el objetivo de conocer la valoración que hacen las unidades económicas sobre la información del INEGI, a los entrevistados se les cuestionó acerca de la garantía de esta institución de contar con información confiable. En este sentido, poco más de seis de cada diez unidades consideró que el INEGI *sí garantiza y sí garantiza en parte*, contar con información confiable, mientras que alrededor de un cuarto de la población total entrevistada dijo que *no garantiza y no garantiza en parte*, contar con información confiable. Si bien, las unidades de todos los dominios de estudio en mayor medida señalaron que el INEGI *sí garantiza y sí garantiza en parte*, contar con información confiable, sobresalen las grandes empresas, las instituciones de servicios educativos y de servicios financieros, así como las unidades económicas que sí tienen acceso a las TIC y las que sí conocen al INEGI.

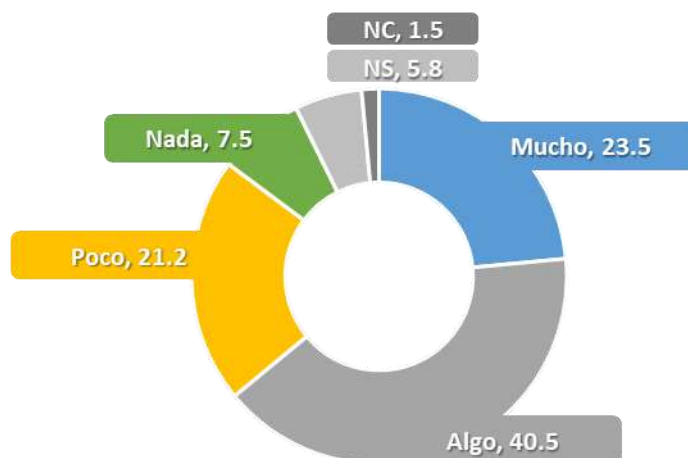
**Gráfica 38. Por lo que usted ha visto, ¿el INEGI garantiza o no garantiza contar con información confiable? (porcentajes)**



Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

A los representantes de las unidades económicas entrevistados se les preguntó *En su opinión, ¿qué tan útil es la información que aporta el INEGI para diseñar las políticas de gobierno?* Poco más de seis de cada diez unidades consideró que la información del INEGI es *mucho o algo útil* para diseñar las políticas de gobierno, en tanto que cerca de tres de cada diez son más pesimistas al manifestar que la información es *poco o nada útil* para el diseño de políticas (Véase gráfica 39). Destacan las grandes empresas, las instituciones de servicios educativos y de servicios financieros al mencionar con mayor frecuencia, que la información que aporta el INEGI es *mucho o algo útil* para diseñar las políticas de gobierno, así como también en este rubro destacan las unidades que sí tienen acceso a las TIC y las que sí conocen al INEGI.

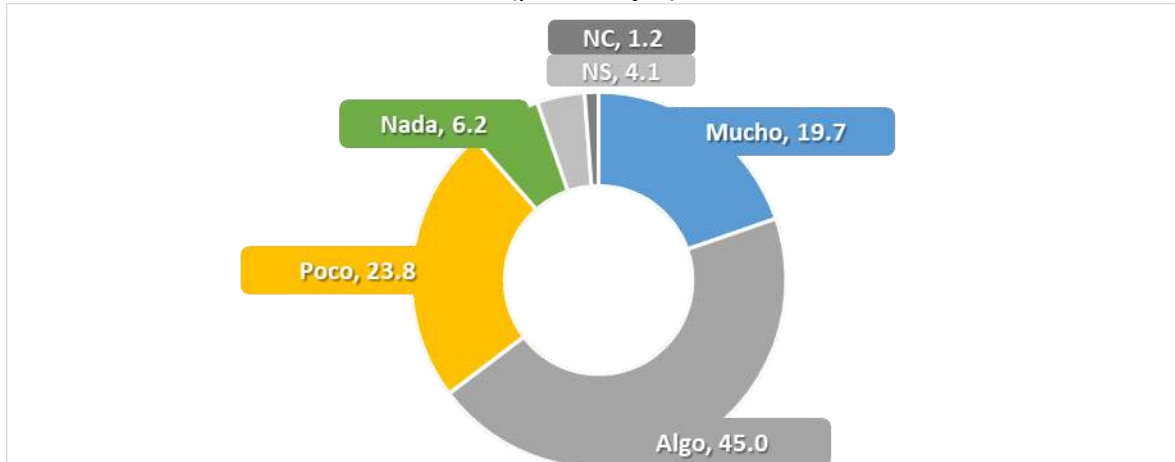
**Gráfica 39. En su opinión, ¿qué tan útil es la información que aporta el INEGI para diseñar las políticas de gobierno? (porcentajes)**



Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas”, UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

A los representantes de las unidades económicas encuestadas se les preguntó *Y, ¿qué tanta confianza tiene usted en la información del INEGI?* La respuesta es que, en general, las unidades suelen confiar en la información del INEGI. Más de seis de cada diez unidades mencionaron que confían *mucho o algo* en la información que proporciona esta institución y tres de cada diez dijo que confía *poco o nada* (Véase gráfica 40). Las unidades que corresponden a todos los dominios señalaron que confían *mucho o algo*, pero sobresalen las grandes empresas, las instituciones de servicios financieros y de servicios educativos, así como las unidades que sí tienen acceso a las TIC y las que conocen al INEGI, quienes con mayor frecuencia expresaron que confían *mucho o algo* en la información que se genera en esta institución.

**Gráfica 40. Y, ¿qué tanta confianza tiene usted en la información del INEGI?**  
(porcentajes)



Fuente: “Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas”, UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

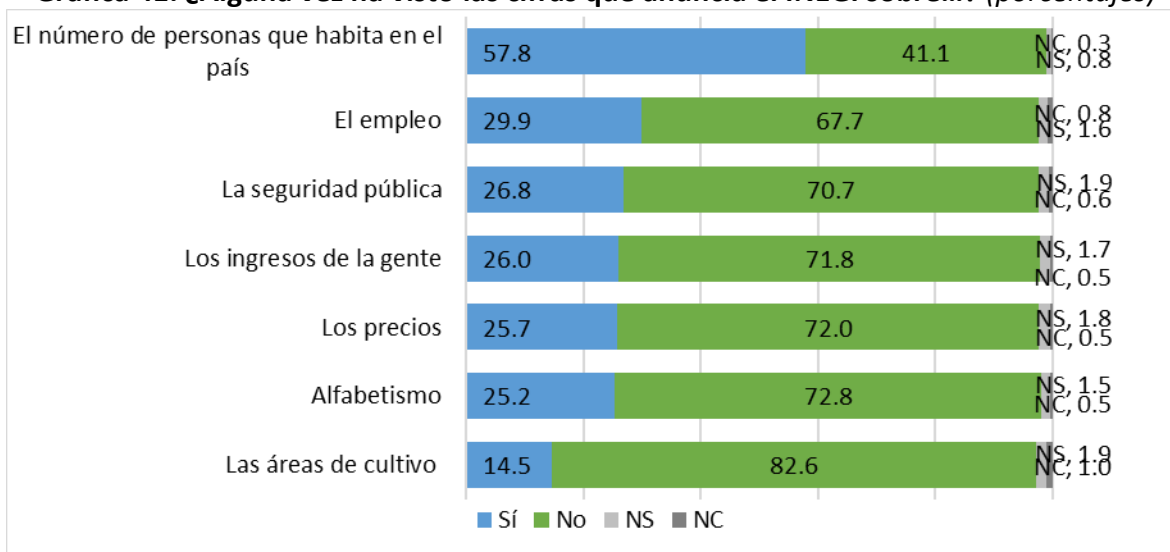
Con respecto al conocimiento que tienen las unidades acerca de las cifras que anuncia el INEGI, se observa que la mayoría alguna vez ha visto las cifras sobre el *número de personas que habita en el país*, casi tres de cada diez unidades alguna vez ha visto las cifras sobre *el empleo*, en tanto que alrededor de un cuarto de las unidades alguna vez ha escuchado de las cifras de *seguridad pública, los ingresos de la gente, los precios y el alfabetismo*, respectivamente. Las unidades económicas que alguna vez han visto las cifras sobre *las áreas de cultivo* son relativamente pocas, pues representan una séptima parte del total de la población encuestada (Véase gráfica 41).

A continuación se analizan los resultados sobre las cifras del INEGI que alguna vez han visto las unidades económicas según sus características:

- En mayor medida las grandes empresas y las instituciones de servicios educativos, así como las unidades que sí tienen acceso a las TIC y las que sí conocen al INEGI dijeron que alguna vez han visto las cifras sobre el *número de personas que habita en el país*.
- Las grandes empresas y las instituciones de servicios educativos con mayor frecuencia mencionaron que alguna vez han visto las cifras de *la seguridad pública*.

- La mayoría de las grandes empresas señalaron que alguna vez ha visto las cifras sobre *el empleo*.
- La mayoría de las instituciones de servicios educativos expresaron que alguna vez ha visto las cifras sobre *alfabetismo*.
- Las grandes empresas, las instituciones de servicios educativos y de servicios financieros con mayor frecuencia dijeron que alguna vez han visto las cifras sobre *los ingresos de la gente*, así como también señalaron que han visto las cifras sobre *los precios*.
- A pesar de que un menor porcentaje de las unidades alguna vez ha visto las cifras sobre *las áreas de cultivo*, sobresalen las grandes empresas y las instituciones de servicios educativos.

**Gráfica 41. ¿Alguna vez ha visto las cifras que anuncia el INEGI sobre...? (porcentajes)**

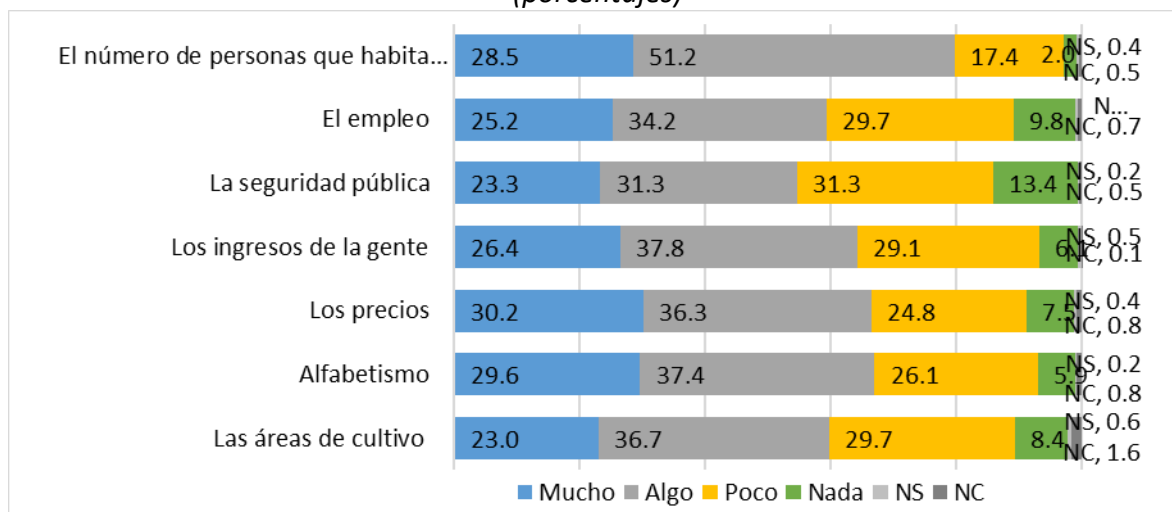


Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

En relación con el tema de la credibilidad sobre las cifras que anuncia el INEGI, se observa que, en general, los representantes de las unidades económicas creen que son ciertas las cifras del INEGI (Véase gráfica 42). De manera particular, casi ocho de cada diez unidades señalaron que creen que las cifras sobre el número de personas que habita en el país son *mucho o algo ciertas*. Además, así respondieron más de seis de cada diez unidades sobre

las cifras de alfabetismo, los precios y los ingresos, respectivamente; en tanto que, casi seis de cada diez, de manera respectiva, también señalaron que las cifras sobre el empleo y las áreas de cultivo son *mucho o algo ciertas* y más de cinco de cada diez dijo que las cifras sobre la seguridad pública son *mucho o algo ciertas*.

**Gráfica 42. ¿Qué tanto cree que son ciertas las cifras que anuncia el INEGI sobre...?**  
(porcentajes)



Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

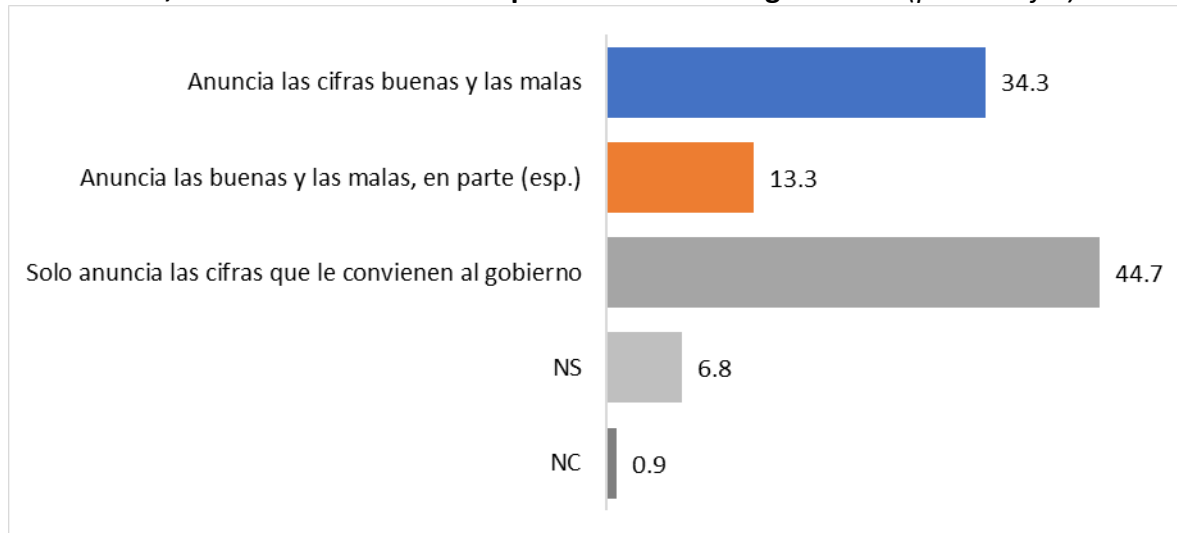
La mayoría de las unidades de todos los dominios de estudio contestaron que creen *mucho o algo* en las cifras que anuncia el INEGI; sin embargo, a continuación se destacan los tipo de unidades económicas que así lo mencionaron con mayor frecuencia:

- Las grandes empresas más frecuentemente mencionaron que creen que las cifras sobre el número de personas que habita el país y sobre la seguridad pública son *mucho o algo ciertas*.
- Cerca de tres cuartas partes de las instituciones de servicios financieros y de las unidades que sí conocen al INEGI, respectivamente, creen que las cifras sobre los ingresos de la gente son *mucho o algo ciertas*.
- Las grandes empresas y las unidades que no conocen al INEGI con mayor frecuencia dijeron que creen que las cifras sobre el empleo son *mucho o algo ciertas*.

- Cerca de tres cuartas partes de las unidades de servicios financieros y de grandes empresas, respectivamente, señalaron que creen que las cifras sobre las áreas de cultivo y sobre los precios son *mucho o algo ciertas*. Las unidades que sí tienen acceso a las TIC y las que conocen al INEGI también consideraron que estas cifras son *mucho o algo ciertas*.
- Cerca de tres cuartas partes de las instituciones de servicios educativos y de las grandes empresas, de manera respectiva, mencionaron que creen que las cifras sobre alfabetismo son *mucho o algo ciertas*.

Un aspecto importante por investigar sobre la información que proporciona el INEGI es la imparcialidad. En este sentido, a los representantes de las unidades económicas se les aplicó una serie de preguntas, como la siguiente: *Por lo que usted ha visto, ¿el INEGI anuncia las cifras buenas y también las malas, o sólo anuncia las cifras que le convienen al gobierno?* Al respecto, existe una opinión dividida entre los entrevistados, cerca de cinco de cada diez unidades económicas dijeron que el INEGI *anuncia y anuncia, en parte, las cifras buenas y también las malas* y poco más de cuatro de cada diez manifestó que *sólo anuncia las cifras que le convienen al gobierno* (Véase gráfica 43). En mayor medida las grandes empresas, las instituciones de servicios educativos y de servicios financieros, así como la mitad de las unidades que sí tienen acceso a las TIC expresaron que el INEGI *anuncia y anuncia, en parte, las cifras buenas y las malas*; mientras que un mayor porcentaje de las MIPYMES señalaron que *sólo anuncia las cifras que le convienen al gobierno*.

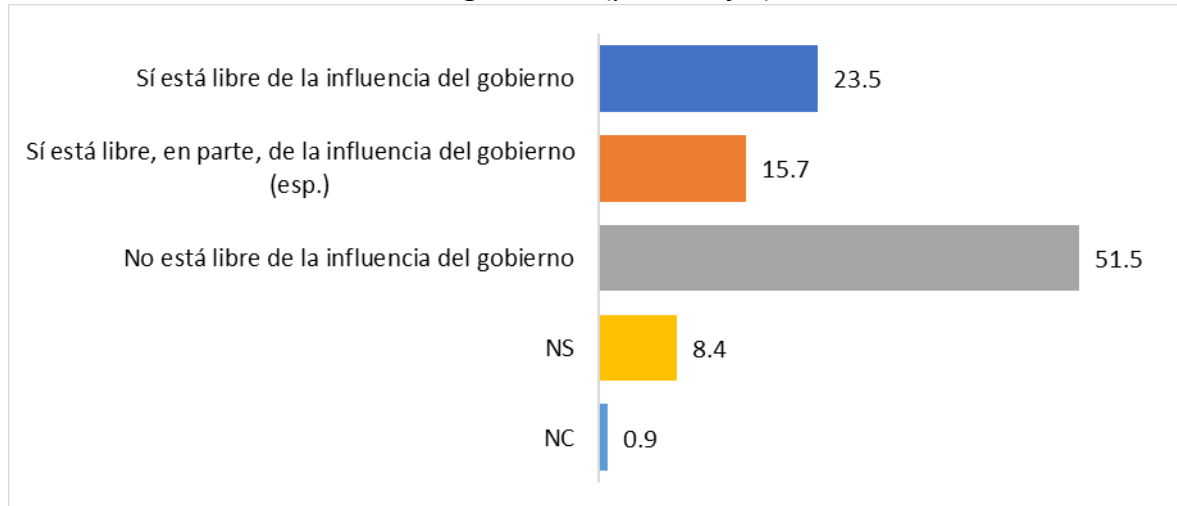
**Gráfica 43. Por lo que usted ha visto, ¿el INEGI anuncia las cifras buenas y también las cifras malas, o sólo anuncia las cifras que le convienen al gobierno? (porcentajes)**



Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

En el mismo sentido de la imparcialidad, a los representantes de las unidades económicas también se les preguntó *Por lo que usted piensa, la información que proporciona el INEGI ¿está libre o no está libre de la influencia del gobierno?* Únicamente cerca de cuatro de cada diez unidades dijeron que la información del INEGI *sí y sí en parte, está libre de la influencia del gobierno*; en tanto que la mitad de las unidades manifestó que la información del INEGI *no está libre de la influencia del gobierno* (Véase gráfica 44). Las grandes empresas son quienes en mayor medida dijeron que la información del INEGI *sí y sí en parte, está libre de la influencia del gobierno*. Mientras que la mitad de las MIPYMES, de las instituciones de servicios educativos, así como las que sí conocen al INEGI, señalaron que la información de esta institución *no está libre de la influencia del gobierno*.

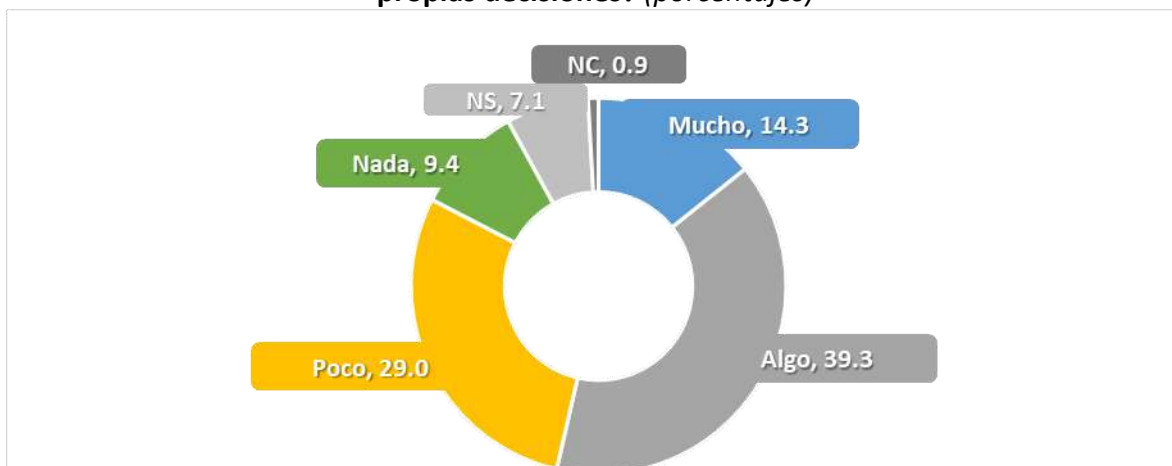
**Gráfica 44. Por lo que usted piensa, la información que proporciona el INEGI, ¿está libre o no está libre de la influencia del gobierno? (porcentajes)**



Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-IIIJ, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

Siguiendo con la imparcialidad del INEGI, también se incorporó la pregunta *Por lo que usted ha visto, ¿Qué tan independiente es el INEGI para tomar sus propias decisiones?* La mayoría de las unidades mencionó que el INEGI es *mucho o algo* independiente para tomar sus propias decisiones; mientras que cuatro de cada diez señalaron que es *poco o nada* independiente. Las grandes empresas, las instituciones de servicios financieros y educativos, así como las unidades que sí tienen acceso a las TIC y las que sí conocen al INEGI con mayor frecuencia mencionaron que el INEGI es *mucho o algo* independiente para tomar sus propias decisiones.

**Gráfica 45. Por lo que usted ha visto, ¿Qué tan independiente es el INEGI para tomar sus propias decisiones? (porcentajes)**

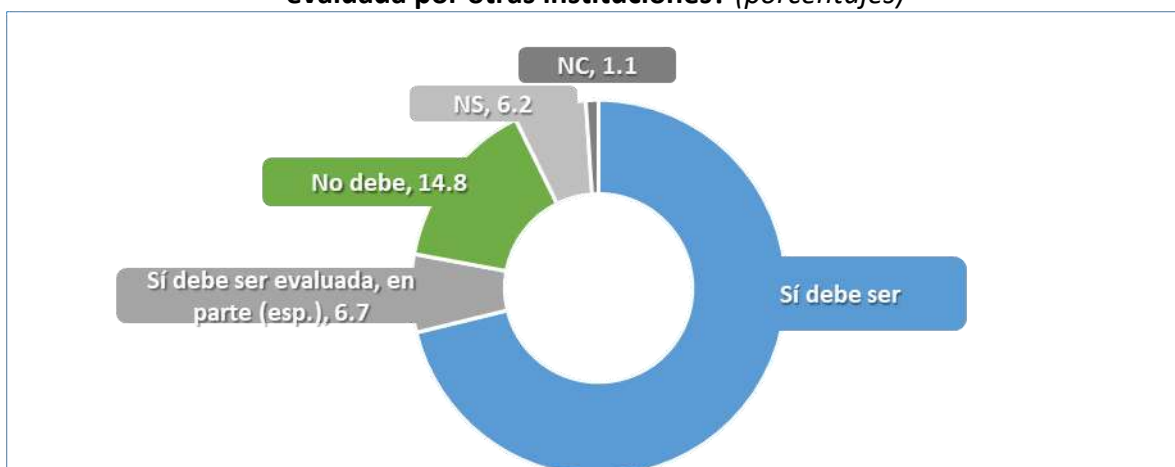


Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

## X. EL TEMA DE LA TRANSPARANCIA DE LA INFORMACIÓN DEL INEGI: ¿CUÁL ES LA OPINIÓN DE LAS UNIDADES ECONÓMICAS?

Con la finalidad de conocer la percepción en las unidades económicas sobre el tema de la transparencia, a la población entrevistada se le aplicó la siguiente pregunta: *En su opinión, la información que genera el INEGI ¿debe o no debe ser evaluada por otras instituciones?* Más de tres cuartas partes de las unidades económicas encuestadas dijeron que están de acuerdo en que la información que proporciona el INEGI *sí y sí en parte debe ser evaluada por otras instituciones*; únicamente, una séptima parte de los entrevistados señaló que no debe ser evaluada (Véase gráfica 46). En general, todas las unidades correspondientes a los cuatro dominios de estudio están de acuerdo en que la información del INEGI *sí y sí en parte, debe ser evaluada por otras instituciones*; sin embargo, con un porcentaje ligeramente mayor destacan las grandes empresas, las instituciones de servicios educativos y de servicios financieros, así como las unidades que sí tienen acceso a las TIC y las que sí conocen al INEGI.

**Gráfica 46. En su opinión, la información que genera el INEGI ¿debe o no debe ser evaluada por otras instituciones? (porcentajes)**

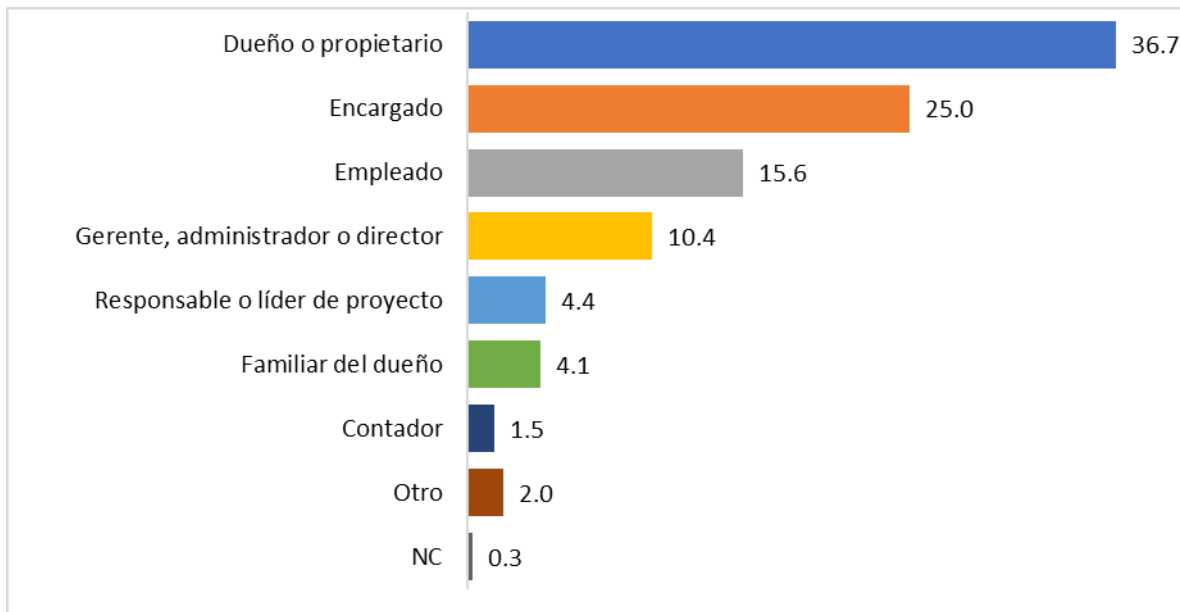


Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-IIJ, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

## XI. SOBRE LOS ENTREVISTADOS EN UNIDADES ECONÓMICAS: ¿QUIÉNES SON?

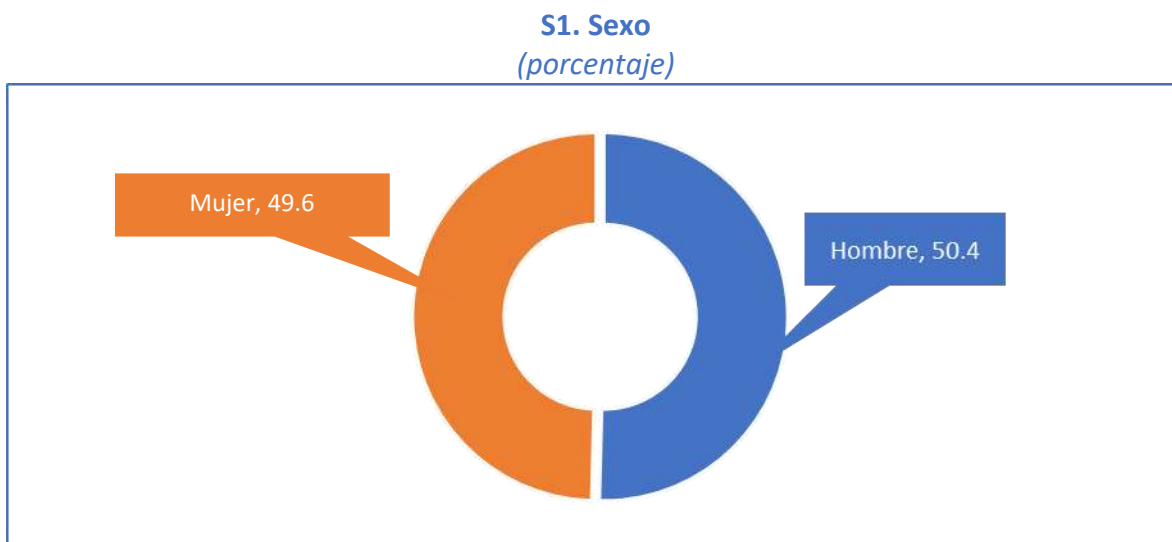
En las unidades económicas encuestadas se logró contactar, principalmente, *al dueño o propietario*; no obstante, una cuarta parte de la población entrevistada se identificó como *encargado*, alrededor de una séptima parte dijo que es *empleado* y uno de cada diez es *gerente, administrador o director*. En menor proporción se entrevistó a los *responsables o líderes de proyecto*, *al familiar del dueño*, o *al contador*.

**Gráfica 47. De los siguientes puestos que le voy a leer, ¿cuál es el que desempeña usted en este establecimiento?**



Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

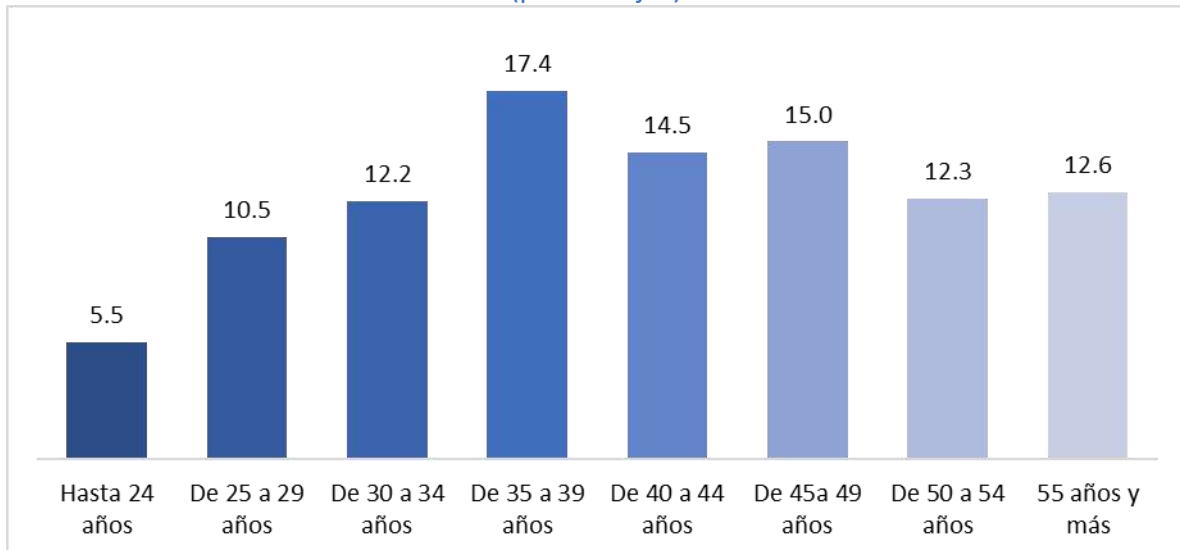
Con respecto a las características básicas, destaca que una proporción más o menos equitativa de hombres y mujeres fueron entrevistados en las unidades económicas seleccionadas (Véase gráfica S1). Sin embargo, se observa que, en las MIPYMES, en las grandes empresas y en las instituciones de servicios financieros un mayor porcentaje de los entrevistados son del sexo masculino, mientras que en las instituciones de servicios educativos se entrevistó en mayor medida a personas del sexo femenino.



Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

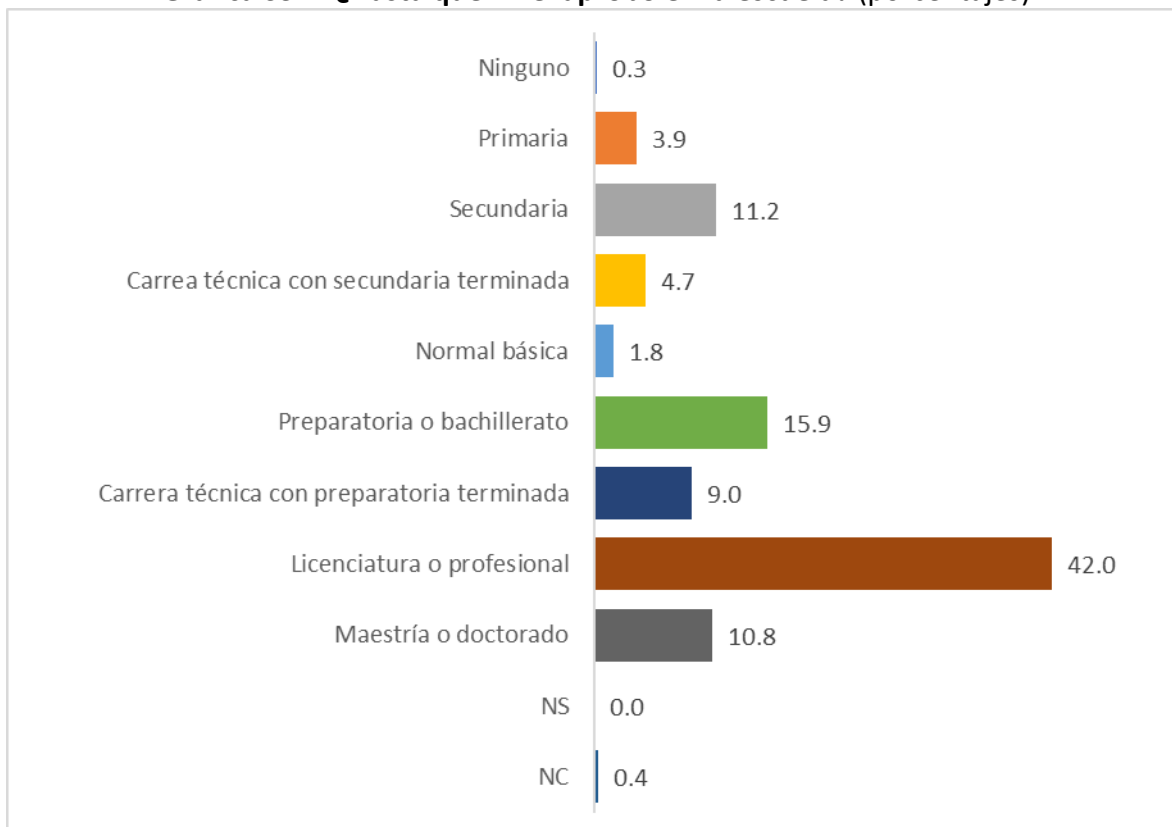
La población entrevistada en unidades económicas tiene una edad promedio de 41.1 años. La estructura por edad muestra que las personas entrevistadas se concentran en las edades de 30 a 49 años, ya que tres de cada diez (29.7 por ciento) tiene una edad entre 30 a 39 años y una proporción similar (29.5 por ciento) tiene entre 40 a 49 años, en tanto que una cuarta parte de la población entrevistada (24.9 por ciento) tiene 50 años y más, y cerca de una sexta parte (15.9 por ciento) tiene menos de 30 años (Véase gráfica S2). De acuerdo con el tipo de dominio de estudio, el porcentaje de personas de 40 a 49 años entrevistadas en las MIPYMES y en las instituciones de servicios educativos fue ligeramente mayor, seguidas de las personas de 50 años y más; mientras que en las instituciones de servicios financieros y en las grandes empresas se entrevistaron a más personas que tienen una edad entre 30 a 39 años y a las que tienen de 40 a 49 años.

Gráfica 49. Edad  
(porcentajes)



Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-III, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

Con respecto al nivel educativo de la población entrevistada, cuatro de cada diez tienen *licenciatura o profesional*, una séptima parte de los entrevistados tiene *preparatoria o bachillerato*, uno de cada diez tiene nivel *secundaria* y uno de cada diez tiene nivel *maestría o doctorado* (Véase gráfica S3). Por tipo de dominio de estudio, destaca que la mitad de las personas entrevistadas en las MIPYMES tiene un nivel de escolaridad de *secundaria, preparatoria o bachillerato*. En los demás dominios de estudio la población entrevistada en mayor medida tiene un nivel de escolaridad de *licenciatura o profesional*; no obstante, sobresale que en las instituciones de servicios educativos dos de cada diez tiene *maestría o doctorado*; en las grandes empresas una séptima parte tiene *nivel preparatoria o bachillerato* y uno de cada diez tiene *maestría o doctorado*; mientras que en las instituciones de servicios financieros, cerca de dos de cada diez tiene *preparatoria o bachillerato* y una séptima parte tiene *carrera técnica con preparatoria terminada*.

**Gráfica S3.1. ¿Hasta qué nivel aprobó en la escuela? (porcentajes)**

Fuente: "Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI, Unidades Económicas", UNAM-IIIJ, Departamento de Investigación Aplicada y Opinión, 2017.

## XII. CLAVES DE LECTURA DE LOS DATOS

- *La existencia de una percepción pesimista sobre la situación económica del país y de la empresa;*
- *La diversidad en las actividades de las unidades económicas que se refleja en el acceso desigual a las TIC, redes sociales y Internet, así como al uso desigual de información estadística y geográfica;*
- *La desconfianza existente en el gobierno y en las estadísticas que anuncia éste, que se manifiesta en las opiniones y percepciones sobre el INEGI.*

### XIII. HALLAZGOS

- El INEGI es una institución conocida por las unidades económicas, particularmente porque se encarga de generar información del Censo de Población y Vivienda y del Censo Económico.
- Además, las unidades económicas identifican al INEGI por el Censo Económico y el Censo de Población y Vivienda, porque quienes han proporcionado información para algún censo o encuesta, lo han hecho para alguna de estas dos fuentes.
- Sin embargo, el INEGI se conoce menos por la generación de información geográfica y cartográfica, por proporcionar las estadísticas del país y por la realización de diversas encuestas.
- Los representantes de las unidades económicas confían en el INEGI, en los clientes, en las personas que trabajan en el establecimiento o negocio y en los proveedores, pero desconfían del gobierno federal y del presidente de la república.
- Las unidades económicas tienen poca confianza en las estadísticas que anuncia el gobierno, pero creen y confían en las estadísticas que proporciona el INEGI.
- Asimismo, consideran que el INEGI garantiza que cuenta con información confiable y de utilidad para diseñar las políticas de gobierno.
- Las unidades económicas consideran que el INEGI es independiente para tomar sus propias decisiones y que anuncia tanto las cifras buenas como las malas; no obstante, también se piensa que la información que proporciona el INEGI no está libre de la influencia del gobierno.
- Las unidades económicas están de acuerdo en que la información que proporciona el INEGI debe ser evaluada por otras instituciones.
- Tanto para el país como para la empresa o negocio es muy importante contar con información de calidad.
- A los representantes de las unidades económicas les gustaría conocer información económica para el país, e información sobre economía y empleo para su empresa o negocio.

- Los representantes de las unidades económicas consideran que la información proporcionada por el INEGI ha sido de gran utilidad para el desarrollo de sus actividades.
- La consulta de la información se ha hecho principalmente mediante la página de Internet del INEGI, cuya valoración es positiva. Quienes han visitado la página consideran que es amigable, además han encontrado lo que buscaban, tiene instrucciones claras, está escrita en un lenguaje entendible, tenía los datos que necesitaba, los datos se presentan de forma adecuada y encontró fácil y rápidamente lo que buscaba.
- No obstante, la versión de la página Beta es mejor, fácil, rápida y para todo público en comparación con la versión oficial.
- Si bien, para las unidades económicas la información del INEGI es oportuna, fácil de entender y precisa, también consideran que es parcial.
- Las grandes empresas y las instituciones de servicios financieros tienen mayor acceso a Internet.
- El uso de nuevas tecnologías es desigual en los dominios de estudio, destacan las MIPYMES cuyo uso de tecnologías es menor.
- El uso de redes sociales, página de Internet propia y aplicaciones para dispositivos móviles es limitado, principalmente son las MIPYMES quienes carecen de estos recursos.
- Los medios de información más utilizados por las unidades económicas para informarse de lo que sucede en el ramo o giro de trabajo de su empresa y de la información que proporciona el INEGI es la televisión y el Internet. Las MIPYMES son quienes principalmente se informan a través de la televisión, mientras que las grandes empresas, las instituciones de servicios financieros y servicios educativos se informan por Internet.
- El medio de comunicación más utilizado por las unidades económicas para comunicarse con los clientes y proveedores es el teléfono (fijo) o teléfono celular.

- Las unidades económicas tienen una percepción pesimista sobre la situación económica del país y de su empresa.
- Se recurre poco al uso de información estadística y geográfica para el desarrollo de las actividades de las unidades económicas.
- Asimismo, la información que genera el INEGI ha sido poco utilizada por las unidades económicas para el desarrollo de sus actividades; en particular, las grandes empresas y las instituciones de servicios financieros han hecho más uso de la información del INEGI.
- Sin embargo, las unidades económicas usan indirectamente la información del INEGI, al utilizar al menos una de las aplicaciones que tiene vinculada información de esta institución.
- Los datos estadísticos son los más utilizados, entre los que destacan la información de población, hogares y vivienda para conocer el perfil y las necesidades de los clientes.
- El nivel de desagregación de la información de más utilidad es el municipal, estatal, nacional y por localidad.
- La información que proporciona el INEGI es utilizada con una frecuencia semestral-anual y mensual-bimestral-trimestral.

## XIV. CONCLUSIONES: ¿TENSIONES Y PUNTOS DE ENCUENTRO?

- El análisis de los resultados permite confirmar que las unidades económicas conocen y confían en el INEGI. Sin embargo, a pesar de que las unidades reconocen la calidad de la información que produce y la independencia de la institución para tomar decisiones propias, se le continúa asociando con el gobierno. Esta asociación no le favorece al INEGI, por dos razones básicas que resultan de los hallazgos encontrados en esta investigación; por un lado, la desconfianza latente en el presidente de la república y en el gobierno federal; y, por otro lado, aunque las unidades confían en la información del INEGI, se piensa que ésta es influida por el gobierno. En este sentido, el INEGI debe aprovechar su posición actual de confianza y trabajar para reafirmar su autonomía e independencia no sólo frente a los usuarios de la información, sino también frente a la sociedad mexicana en su conjunto para que se le reconozca como un ente independiente y despejar las dudas sobre la intervención del gobierno en los asuntos de la institución.
- Los usuarios directos de la información del INEGI dentro de las unidades económicas ciertamente constituyen una minoría. La información que produce la institución parece que está siendo desaprovechada por las empresas para el desarrollo de sus actividades. Los hallazgos indican que las empresas conocen y utilizan la información básica de la población, misma que se genera a través del Censo de Población y Vivienda, pero desconocen información especializada y recursos geográficos y cartográficos existentes que podrían utilizar para realizar estudios más completos y concretos sobre los clientes potenciales en el mercado mexicano. Si bien es cierto que la información que produce el INEGI se encuentra en la página web, también debe trabajar para poner al alcance de todos los usuarios las estadísticas sociales, económicas y culturales, así como los recursos geográficos y cartográficos de una manera más fácil, rápida y accesible para todo

público, pues pareciera que es necesario ser experto para localizar y usar la información.

- Los usuarios directos de la información del INEGI se distinguen por la actividad económica que realizan. Las MIPYMES conocen al INEGI, pero son las unidades que, por un lado, confían menos en la institución, y, por otro lado, las que menos aprovechan la información. Además, las MIPYMES son las unidades que menos usan aparatos o dispositivos electrónicos para el desarrollo de su actividad, y que tienen menos acceso a Internet y a las redes sociales. Con estas condiciones se podría pensar que es normal el no uso de la información; sin embargo, se trata de un posible desconocimiento de las potencialidades que les podría ofrecer la información que produce la institución para el crecimiento de su empresa o negocio y que contribuiría al crecimiento del país, a través de la generación de fuentes de empleo. Al promover el uso directo de la información entre las MIPYMES, el INEGI le estaría proporcionando utilidad real a su información y, al mismo tiempo, estaría promoviendo, indirectamente, el desarrollo del país.
- Las unidades económicas que conocen y que no conocen al INEGI utilizan indirectamente los datos al hacer uso de al menos una de las aplicaciones que tiene vinculada información que produce la institución. No obstante, la población no sabe que está usando datos del INEGI, porque en la página oficial no se dispone de alguna publicación donde se exponga su colaboración con empresas que se dedican a ofrecer servicio de ubicación geográfica como *Google Maps*, *Waze* y *Uber*. El INEGI debe hacer saber a la sociedad que la mayoría de la población utiliza su información y enfatizar su utilidad en la vida cotidiana, a partir de publicaciones en su página Web y en campañas publicitarias que tengan un alcance social amplio.

## XV. ANÁLISIS FODA

### a. Fortalezas

- *El INEGI es una institución conocida por las unidades económicas*
- *Confianza de las unidades económicas en el INEGI y en su información*
- *Valoraciones positivas del INEGI*
- *Se percibe como una institución independiente*
- *Se reconoce como proveedora de información de utilidad para el usuario y para el diseño de las políticas de gobierno*
- *Valoraciones muy positivas de la página de Internet*
- *Se percibe como generadora de información oportuna, precisa y fácil de entender*

### b. Debilidades

- *Se percibe como generadora de información parcial*
- *Se percibe la influencia del gobierno en la información que proporciona el INEGI*
- *Se desconoce la información sobre economía y empleo que genera el INEGI*
- *Uso limitado de la información del DENUÉ*
- *Falta de identificación del INEGI con la información geográfica y cartográfica y con la realización de encuestas especializadas*

### c. Amenazas

- *Bajo uso de la información generada por el INEGI*
- *Desigual acceso a las TIC entre los dominios de estudio*
- *Limitado acceso a las redes sociales y al uso de Internet*
- *Pesimismo sobre la situación económica del país y de la empresa*
- *Desconfianza en el gobierno federal y en el presidente de la república*
- *Desconfianza en las estadísticas que anuncia el gobierno*

#### d. Oportunidades

- *Campaña para difundir el uso y acceso a la información estadística y geográfica del INEGI en la vida cotidiana*
- *Impulsar cursos de capacitación sobre el uso de la información dirigidos a los representantes de las unidades*
- *Campaña para reafirmar la autonomía e independencia del INEGI*
- *Acercamiento a las unidades económicas para promover el uso de la información estadística y geográfica para las actividades de la empresa*
- *Impulsar el uso de recursos estadísticos y geográficos entre los jóvenes emprendedores*
- *Acercamiento a la población desde la educación básica y en todos los niveles educativos posteriores*
- *Fortalecer las estrategias de difusión en redes sociales y la presencia en plataformas digitales como Youtube*

## XVI. BUENAS PRÁCTICAS

A partir de los resultados de la *Encuesta Nacional de Percepciones Sociales del INEGI* en unidades económicas y con base en los *Principios Fundamentales de las Estadísticas Oficiales* de la División de Estadísticas de Naciones Unidas<sup>1</sup>, acerca de las Buenas prácticas, se concluye que la población entrevistada considera que el INEGI:

- Es una institución independiente para tomar sus propias decisiones.
- Es una institución que garantiza la generación de información confiable.
- Es una institución que causa credibilidad en las cifras que produce.
- Es una institución que provee información precisa, oportuna y fácil de entender.
- Es una institución que cuenta con información accesible en su página de Internet y que provee la información que necesitan los usuarios.
- Es una institución con una página de Internet que tiene instrucciones claras para guiar la consulta de información, con un lenguaje entendible, y que permite encontrar fácil y rápido lo que se busca.
- Es una institución que provee información de mucha utilidad para los usuarios y para el diseño de las políticas de gobierno.

Propuesta de Buenas prácticas que debe seguirse trabajando, debido a que en las unidades económicas se considera que el INEGI:

- Es una institución que debe ser evaluada por otras instituciones.
- Es una institución que provee información parcial.
- Es una institución que anuncia sólo las cifras que le convienen al gobierno.
- Es una institución que no está libre de la influencia del gobierno.

---

<sup>1</sup> Véase página Web de la División de Estadísticas de Naciones Unidas, en <https://unstats.un.org/unsd/dnss/gp/fundprinciples.aspx>.

## XVII. CRÉDITOS

### UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

#### RECTOR

Enrique Luis Graue Wiechers

#### ABOGADA GENERAL

Mónica González Contró

#### SECRETARIO GENERAL

Leonardo Lomelí Vanegas

#### SECRETARIO ADMINISTRATIVO

Leopoldo Silva Gutiérrez

#### SECRETARIO DE DESARROLLO INSTITUCIONAL

Alberto Ken Oyama Nakagawa

#### SECRETARIO DE SERVICIOS A LA COMUNIDAD

Javier de la Fuente Hernández

### Instituto de Investigaciones Jurídicas

#### DIRECTOR

Pedro Salazar Ugarte

#### DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN APLICADA Y OPINIÓN

Julia Isabel Flores Dávila

#### INVESTIGADORES DEL DEPARTAMENTO

Azucena Rojas Parra

Agustín Morales Mena

Liliana Huerta Rodríguez

Ulises Flores Llanos

### INVESTIGACIÓN Y ESTADÍSTICA

Eduardo Daniel Hernández Gaona  
Miguel Tonatiuh Santiago Martínez  
Yesenia A. García Cruz  
Patricia Itzel Díaz Soto  
Sandra Hernández Cortés  
Carlos Zuñiga Trejo  
Carlos Patiño Gutiérrez  
Luis Ángel Ubaldo Fuentes

### ACTUARIOS DEL DEPARTAMENTO

Diana Domínguez Sánchez  
Julio Cesar Hernández León  
Andrés Garduño  
Oscar Arturo Bringas

### INFORMÁTICA DEL DEPARTAMENTO

Daniel Patlán Hernández

### APOYO LOGÍSTICO DEL DEPARTAMENTO

Navorina Díaz Pineda  
Angélica González Castañon

### INSTITUCIONES PARTICIPANTES

Asociación Mexicana de Estadística, Beltrán, Juárez y Asociados, Berúmen y Asociados, Centro de Investigación en Matemáticas, Consulta Mitofsky, Corporación Internacional para el Desarrollo Educativo CIDE, El Colegio de México (COLMEX), Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Instituto de Geografía, Instituto de Investigaciones Económicas, Instituto de Investigaciones en Matemáticas Aplicadas y en Sistemas, Instituto de Investigaciones Jurídicas, Instituto de Investigaciones Sociales, Instituto de Investigaciones Sociales, Instituto Tecnológico Autónomo de México, La Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado, NORC, Universidad de Chicago, Programa Universitario de Estudios del Desarrollo (PUED), Sociedad Mexicana de Demografía, Transparencia Mexicana.