

INEGI: La Ronda Censal del 2000

En el mes de septiembre, la AMAI recibió la visita de representantes del INEGI para darnos a conocer el programa de la ronda censal del año 2000.

Bajo ese nombre, INEGI agrupa a los tres ejercicios de recolección estadística que llevará a cabo a lo largo de tres años:

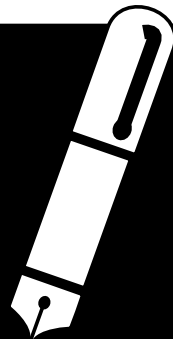
- **Los censos económicos en 1999.**
- **El VIII censo agropecuario en 2001.**
- **El XII censo de población y vivienda en 2000.**

Con la ronda del 2000, INEGI pretende ofrecer información económica y demográfica de alta relevancia para la planeación social y de negocios. El instituto piensa que será posible brindar la mayor desagregación geográfica posible de información, así como actualizar las series históricas con las que ya se cuenta.

En el caso del censo de población y vivienda se hará una combinación de recolecciones de datos similar a la empleada en el conteo de población de 1995. En ese sentido, en el censo propiamente dicho, se enumerará a los integrantes de todas las viviendas del país dentro de un período de dos semanas; por otra parte, se hará de manera concurrente, a lo largo de un mes, una encuesta entre informantes de una muestra de las viviendas nacionales.

De esa forma, se buscará reunir datos de diez áreas temáticas:

- ✓ **Características generales.**
- ✓ **Migración internacional.**
- ✓ **Migración interna.**
- ✓ **Características culturales.**
- ✓ **Características educativas.**
- ✓ **Nupcialidad.**
- ✓ **Características económicas.**
- ✓ **Fecundidad y mortalidad.**
- ✓ **Hogares.**
- ✓ **Viviendas.**



Algo muy novedoso en el diseño de la ronda censal 2000 es que INEGI ha instituido la consulta a usuarios potenciales de la información que se generará.

En principio el instituto ha sostenido reuniones, como la que tuvo con la AMAI, para recabar necesidades de información y propuestas de inclusión temática en los instrumentos de recolección. A esas primeras consultas seguirán talleres para presentar a usuarios especializados las primeras versiones de los cuestionarios del censo y encuesta de población, siempre con miras a verificar que su diseño responda al tipo de datos que requieren los usuarios.

Conviene también mencionar que la presentación del INEGI incluye, como uno de los objetivos de la ronda censal, la construcción de marcos muestrales, que implica otra novedad de gran importancia para segmentos como el de la investigación aplicada al estudio de los mercados, la opinión pública y las audiencias de los medios de comunicación.

La AMAI ya ha hecho sugerencias temáticas para el censo de población y participará en los talleres que convocará INEGI.

TOSCHI

marketing resources

TECNICAS

*Macrosesiones
Microsesiones
Sesiones Clínicas
Sesiones ad hoc
Entrevista individual
en Profundidad*

*Estrategias alternativas
para la toma de decisión
en Marketing*

ESTUDIOS

- *Investigación Cualitativa
de Mercados*

*Imagen
Posicionamiento
Publicidad
Prueba de Productos
y Empaques
Desarrollos Turísticos
e Inmobiliarios*

Río Pánuco No 55 Despachos 901-902 (entre Río Rhin y Río Sena)
Col. Cuauhtémoc C.P. 06500 México, D.F.
Tels: (52-5)705-68-32 / 705-32-30 Fax: (52-5)531-69-79
Internet: toschi@spin.com.mx