

EDMUNDO BERUMEN

Pasión por la estadística

Por | RAÚL RODRÍGUEZ COTA

Edmundo Berumen es un hombre que come, bebe y respira la investigación de mercados. En su amplísima carrera, ha tenido oportunidad de ejercer su destreza y su ingenio para llegar al grado de medir lo que algunos pensaban que eran conceptos inmedibles, como el de la corrupción. ¡Sigue leyendo y conoce un poco de su historia!

¿PLATÍCANOS UN POCO DE SU TRAYECTORIA?

Inicié en el verano de 1972, fui tomar un curso intensivo de ocho semanas sobre encuestas que ofrecían en la Universidad de Michigan. Al concluir el curso, me ofrecieron una oferta de trabajo de medio tiempo en el Instituto de Investigaciones Sociales de la Universidad donde realice el diplomado. Con el sueldo que ganaba, pude inscribirme en una maestría en estadística, ya que era el tema que me interesaba, pero mi profesión es matemático.

PERO SE QUEDÓ ALLÁ MÁS TIEMPO.

Mi idea era irme sin mi familia ocho semanas y después regresar a México, pero me ofrecieron trabajo y hacer una Maestría en Estadística. Esto cambio la vida de mi esposa y mis dos hijas porque dejaron todo para irse conmigo e iniciar una vida nueva en otro país.

¿REALIZÓ ALGUNOS OTROS ESTUDIOS?

Terminé la maestría y empecé el doctorado en estadística. El primer año del doctorado me llegó otra oferta de trabajo de México para estar en la Dirección General de Estadística y dirigir el Departamento de Muestreo. Mi familia y yo decidimos regresarlos e inicié trabajando en el diseño de muestras para el levantamiento de la encuesta continua sobre ocupación.



¿CÓMO ERAN LAS ENCUESTAS EN AQUEL ENTONCES?

La logística de campo en los 70's eran entrevistas personalizadas, muestras de áreas en donde el personal salía hacer las entrevistas a la calle, no como ahora que se efectúan por medio del internet o el teléfono.

Trabajé 3 años en México, pero regresé a Michigan a trabajar medio tiempo y que terminar el doctorado. Estuve otros dos años. Después, volví a México y me entrevisté con el Doctor Enrique Melrose para trabajar en la Secretaría de Comunicación y Transportes, que recién había inaugurado un centro de estadística y computación electrónica. Aquí, tenían una serie de problemas para establecer cuotas en las carreteras de peaje y eso se solucionaría diseñando un modelo específico que lo solucionara.

¿CUÁL ES LA PRINCIPAL CONTRIBUCIÓN QUE HA HECHO CON SU ESTUDIO DE MERCADOS PARA LA POBLACIÓN?

En 1983, me llama Pedro Aspe, de la Secretaría de Programación y Presupuesto, donde dependía la Dirección General de Estadística. Querían diseñar la encuesta de ingresos y gastos, acepto entrar al proyecto, pero con la condición de tener un ayudante para que, entre los dos, realicemos el diseño. Aceptan el trato e invito a Roy Campos quien lo tuve como alumno en dos maestrías de estadística y demografía. Él acepta a colaborar en la creación del diseño de ingresos y gastos, que actualmente sigue sin ninguna modificación y que espero que se actualice en estos años.

¿CÓMO ES ESTA ENCUESTA?

Se realiza aproximadamente cada cinco años, ya que no son variables dinámicas y su costo es alto por la logística de campo. Por ejemplo, las viviendas que son seleccionadas como muestra es necesario estar en contacto con ellas 10 días. Tristemente, ahora se implementan cada 2 años. En los 90's tenían un costo de 450 dólares cada una.

¿DESPUÉS EN QUÉ PROYECTO SE INVOLUCRA?

Pedro Aspe me invita abrir la Dirección Regional de Guadalajara, que me tomó un año armarla y dejarla establecida y funcional, con personal capacitado para las distintas áreas; y, sobre todo, que se coordinaran con el nuevo modelo establecido



SI UNA PERSONA QUISIERA DEDICARSE A LO QUE TÚ HACES, ¿QUÉ CONSEJO LE DARÍA?

Que tuviera una carrera afín a una currícula donde tuviera varios cursos de estadística, que no necesariamente es una carrera de estadística. Por ejemplo, hoy, en sociología tienen muchos cursos de estadística, diseños de encuesta y diseños de muestras. En sociología, psicología y antropología se está usando la estadística. Por eso, sería recomendable que estudien un curso de diseño de encuesta, muestreo, captura y validación para que siempre convengan a sus clientes de que hay que hacer todo eso para obtener resultados sólidos y defendibles ante cualquier forma. Otra cosa, y creo que es lo más importante, es que no se frustren. Esta es una profesión difícil.

y con las otras 10 que ya estaban operando antes de Guadalajara. Roy Campos se queda encargado de las encuestas que levantaba el INEGI.

Otro proyecto interesante es el que hice en 1985 cuando diseñé el censo de 1990 y me nombran Director de Censos Nacionales. Aquí, estaba a cargo de la Dirección del Censo Población y Vivienda, en la dirección de los estados económicos y censos agropecuarios.

¿CÓMO LLEGA A LAS NACIONES UNIDAS?

Me invitan a una entrevista a New York, a la oficina de las Naciones Unidas. Voy y resulta que es en la Dirección General de Estadística donde me ofrecen incorporarme al área de encuestas para dirigir el programa de apoyo a los países en el diseño de sus encuestas nacionales. Iba a ser uno de cuatro asesores técnicos regionales y a mí me tocaría la zona de América Central, Sudamérica, Caribe, así como todas las ex colonias españolas y portuguesas de África. Pero les dije que en ese momento no podía, porque estaba con el proceso de desconcentración del INEGI. Ellos me dicen que me esperan, que no tienen prisa.

Un mes después, les doy el sí a las Naciones Unidas en Nueva York, y dos meses más tarde ya estaba viviendo en un departamento en Manhattan. Siete meses al año estaba en la sede, y el resto del tiempo en cualquier otra parte del mundo dando asistencia técnica en el diseño de encuestas nacionales en diferentes países.

¿CÓMO FUE QUE DECIDIÓ PONER SU EMPRESA?

Después de cinco años, con los ahorros de mi trabajo, regresé a México a emprender mi propia empresa de investigación de mercados Berumen Asociados, en donde la especialidad es hacer estadísticas y encuestas. Después de 25 años de esfuerzo logramos tener tres direcciones regionales en Guadalajara, Monterrey y la matriz que está en México. Además, contamos con una plantilla de 70 profesionales en las tres direcciones regionales. Cada una se maneja de manera independiente. Es decir, que genera, ejecuta y entrega sus proyectos, pero todos apegados a los diseños que aquí se han hecho. Es como una franquicia sin ser franquicia. 🇲🇽

Entrevista completa
en la revista digital:

