

## El censo y sus implicaciones

El Censo Nacional de Población es un ejercicio de medición que se realiza cada 10 años a nivel nacional para medir no sólo el tamaño de nuestra sociedad, sino también las condiciones de vida de la misma. Las variables que cuantifica son fundamentales para saber quiénes somos e inclusive conocer cómo será la asignación de recursos por estado o región.

No es casual que en Estados Unidos estén tan preocupados sobre cuáles serán las preguntas del censo. Medir nacionalidad en nuestro vecino del norte puede tener grandes implicaciones sobre la distribución de recursos en el presupuesto. Este es un ejemplo extremo de la importancia de un censo; en México las consecuencias no son distintas.

Por ejemplo, el Consejo Nacional de la Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval), órgano destinado a medir la pobreza del país, depende de los indicadores del censo organizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi). La forma en que procesa la información es única, pero las variables son las mismas. Las implicaciones de lo que cuantifica el Coneval en términos de asignación de recursos es fundamental. Sólo para poner un ejemplo de las consecuencias del censo en nuestro país.

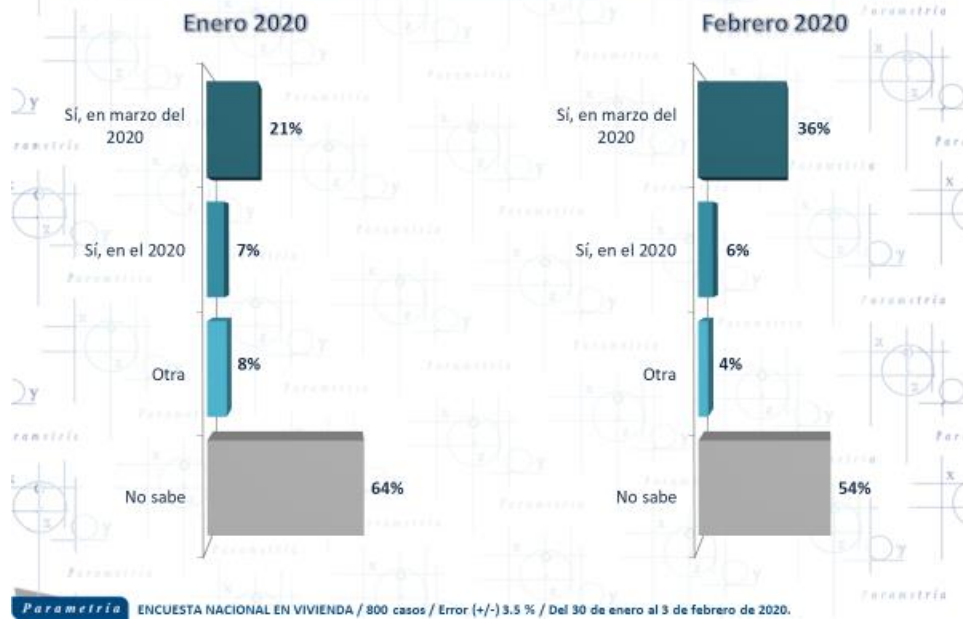
El dato más visible del censo suele ser el de la cantidad de mexicanos que viven en el territorio nacional; sin embargo, la riqueza del estudio va más allá de eso. Las variables que cuantifica el instrumento define quiénes somos, por lo menos en términos demográficos.

Las variables han ido cambiando con el tiempo; hace algunos años, el censo se hacía para tener indicadores sociales mínimos, de condiciones de vida en general o incluso sobre el consumo de productos electrodomésticos. Hoy día y para fortuna mide más datos.

El censo de población es un instrumento muy costoso, que por suerte lo realiza una institución de mucha reputación en el mundo, como lo es el Inegi. Por ello, no es un tema menor la confianza ciudadana que hay en este organismo. Esta seguridad a juzgar por las mediciones recientes de "Parametría", es alta.

Un primer dato que sorprende es el bajo nivel de conocimiento que hay en el ejercicio. Solo uno de cada cuatro mexicanos sabe de la realización del censo. Quince por ciento más que en el presente año. En dicho tiempo la campaña de difusión ha sido muy intensa, por lo cual es normal que los niveles de conocimiento hayan aumentado, pero no por ello dejan de ser bajos.

¿Usted sabe cuándo se realizará el Censo Nacional de Población y Vivienda por parte del INEGI?



Al ver el anuncio de la campaña, lo cual lo permite la forma de la entrevista en dispositivos móviles, los niveles de recordación son muy altos. Tres de cada cuatro mexicanos registran haber visto el comercial del censo. Es probable que este número esté afectado por efecto de respuesta socialmente deseada, es decir, que más personas reporten haber visto el aviso de los que realmente lo hicieron. Otro elemento a nivel de hipótesis que podría explicar el alto nivel de recordación de la campaña, pero no de la fecha del censo, es que la gente recuerde más la palabra “pregúúúntame” que el periodo de realización de este ejercicio. Esto suele pasar en algunas campañas de comunicación, donde algunas frases o palabras suelen ser más recordadas que el propio producto que se podría estar anunciando o la fecha como sucede en este caso.

¿Recuerda haber visto este anuncio en la televisión o algún otro medio?



Parametria ENCUESTA NACIONAL EN VIVIENDA / 800 casos / Error (y/-) 3.5 % / Del 30 de enero al 3 de febrero de 2020.

En números cercanos al 80 por ciento, los entrevistados dijeron haber visto los anuncios del Inegi, similares a quien tiene una buena opinión de ellos, o a quienes les parece una buena explicación de los propósitos del censo. Es decir, la publicidad es bien evaluada.

¿A usted le gusta o no este anuncio?



Parametria ENCUESTA NACIONAL EN VIVIENDA / 800 casos / Error (y/-) 3.5 % / Del 30 de enero al 3 de febrero de 2020.

¿Usted cree que este anuncio muestra para qué sirve el Censo?

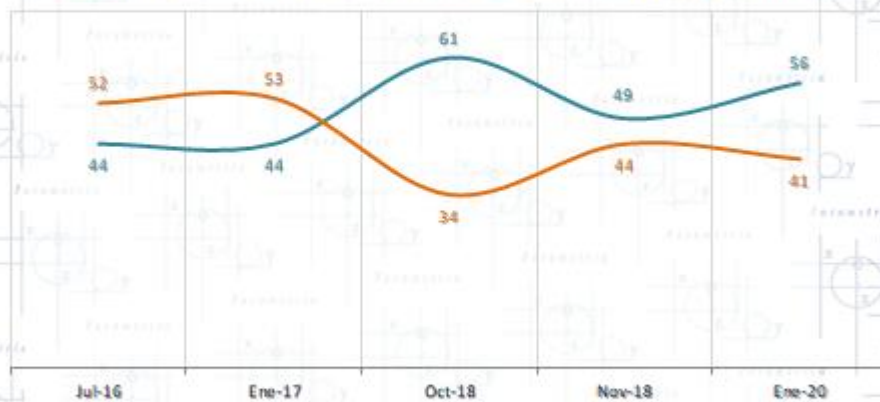


Parametria ENCUESTA NACIONAL EN VIVIENDA / 800 casos / Error (y/-) 3.5 % / Del 30 de enero al 3 de febrero de 2020.

Probablemente, el dato que más llama la atención son los cambios en los niveles de confianza en el Inegi. Es interesante cómo en los últimos años han cambiado de una mayoría que desconfiaba a una mayoría que ahora confía en la institución.

Podría decirme qué tanta confianza le inspira el INEGI

Mucha confianza / Algo de confianza      Poca confianza / Nada de confianza



Parametria ENCUESTAS NACIONALES EN VIVIENDA

Los cambios en los niveles de confianza en el Inegi no son distintos a otras instituciones públicas. A partir de 2018, desde que se generó la expectativa de un cambio de gobierno, la mayor parte de éstas empezaron a mejorar sus niveles de reputación.

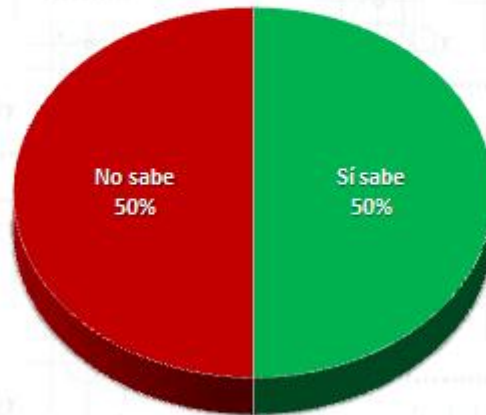
A todos niveles del Poder Ejecutivo y en todas las instituciones de gobierno federal, Legislativo o Judicial, la mejora en la imagen presidencial se irradió. El Inegi no fue la excepción. Hoy día los niveles de confianza que registra son altos comparados previos a 2018.

La confianza en la institución es importante en particular cuando hablamos de un ejercicio que implica contacto ciudadano a nivel cotidiano. La predisposición de la ciudadanía para recibir a los entrevistadores en su casa es alta. Más del 85 por ciento de las personas dicen estar dispuestas a responder el instrumento.



Cerca de cuatro de cada cinco mexicanos reconocen la publicidad del Inegi, les gusta, y les parece clara. Ello, sumado a la confianza en la institución, parece ser que garantiza un ejercicio muy exitoso. Sin embargo, solo la mitad de la población sabe cómo validar la identidad de su entrevistador. Un renglón donde tal vez el organismo debería de poner mayor esfuerzo.

¿Usted sabe cómo verificar la identidad de los encuestadores del INEGI?



Parametría ENCUESTA NACIONAL EN VIVIENDA / 800 casos / Error (+/-) 3.5 % / Del 30 de enero al 3 de febrero de 2020.

En resumen, parece que el Inegi tiene el respaldo ciudadano pese a que éstos no cuentan necesariamente con toda la información sobre la importancia del ejercicio. El organismo representa una de las instituciones de generación de información con mayor reputación del mundo. Sin duda el CENSO será un buen ejemplo de ello.

Artículo publicado en Milenio

[Consulta Aquí](#)

Nota metodológica: Encuesta cara a cara en vivienda. Representatividad: nacional. Número de entrevistas: 800 encuestas. Fecha de levantamiento: del 30 de enero al 3 de febrero de 2020. Nivel de confianza estadística: 95%. Margen de error: (+/-) 3.5%. Diseño, muestreo, operativo de campo y análisis: Parametría SA de CV. Método de muestreo: aleatorio sistemático con probabilidad proporcional al tamaño.