

REPORTE SOBRE PARÁMETROS DE OPORTUNIDAD DE LA INFORMACIÓN ESTADÍSTICA Y GEOGRÁFICA DEL INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y GEOGRAFÍA

GRUPO DE TRABAJO SOBRE PARÁMETROS DE OPORTUNIDAD

OCTUBRE, 2016

RESUMEN

En el marco de la Norma para el Aseguramiento de la Calidad de la Información Estadística y Geográfica del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), la Política de Calidad Institucional y el Marco Conceptual para el Aseguramiento de la Calidad de la Información Estadística y Geográfica del INEGI, y en cumplimiento del Programa Anual de Aseguramiento de la Calidad Institucional 2015-2016 se presenta al Comité de Aseguramiento de la Calidad el documento con los parámetros de oportunidad de los proyectos estadísticos y geográficos.

Este documento fue realizado, de manera colaborativa, por el Grupo de Trabajo encargado de identificar y definir los parámetros de oportunidad de los productos estadísticos y geográficos difundidos por el INEGI para atender lo establecido en el Programa Anual conforme a lo siguiente:

Objetivo Específico 1. Generar, integrar y difundir la información estadística y geográfica, siguiendo los principios y directrices establecidos en la Política de Calidad Institucional.

Estrategia 1.1. Fortalecer la relación con los usuarios, así como la pertinencia, accesibilidad, oportunidad y puntualidad de la información estadística y geográfica.

Línea de acción transversal 1.1.7. Definir y publicar parámetros para cada proyecto del tiempo máximo aceptable entre el hecho o fenómeno que describe la información y la disponibilidad de datos para los usuarios.

En total se revisaron 129 productos¹ que corresponden a diferentes proyectos que las áreas generadoras de información elaboran, en su mayoría contemplados en el calendario de difusión institucional 2016. De éstos, se identificaron en 67 productos parámetros de oportunidad que están relacionados con las mejores prácticas nacionales e internacionales en la materia. Además, en 41 productos las áreas generadoras proponen parámetros de oportunidad interno que sirven de manera preliminar como un referente o guía. En el conjunto restante no se identifican parámetros de oportunidad debido a condiciones particulares de cada producto; principalmente se trata de proyectos nuevos o de reciente difusión.

El documento se compone de cuatro apartados y dos anexos, los cuales son: 1) Antecedentes, 2) Introducción, 3) Parámetros de oportunidad, 4) Recomendaciones del grupo de trabajo, 5) Anexo 1. Integrantes del Grupo de Trabajo sobre Parámetros de Oportunidad, y 6) Anexo 2. Matriz global de parámetros de oportunidad.

ANTEDECENTES

El INEGI en su carácter de unidad central coordinadora del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica (SNIEG), como lo confiere la Ley del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica reglamentaria del artículo 26 apartado B de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, tiene la finalidad de suministrar a la sociedad y al Estado información de calidad, pertinente, veraz y oportuna, a efecto de coadyuvar al desarrollo nacional (artículo 3 de la Ley del SNIEG), así como llevar a cabo las acciones necesarias para garantizar su cumplimiento junto con las instancias que conforman el sistema.

En materia de calidad de la información estadística y geográfica la Ley del SNIEG reconoce la necesidad de incorporar en los procesos y actividades del INEGI y del propio SNIEG objetivos encaminados a garantizar y promover la calidad de la información proveída al público usuario y al Estado a través de la adopción de las mejores prácticas nacionales e internacionales en la materia (artículo 55 apartado II de la Ley del SNIEG). En este contexto la Junta de Gobierno del INEGI emitió en 2014 los Principios y Buenas Prácticas para las Actividades Estadísticas y Geográficas del SNIEG, así como la Norma para el Aseguramiento de la Calidad de la Información Estadística y Geográfica del INEGI con el propósito de establecer los

¹ De éstos, 94 corresponden a los productos que se integraron en el Calendario de Difusión Institucional 2016 y 35 a productos no calendarizados que las áreas generadoras propusieron.

ordenamientos necesarios para garantizar la calidad, pertinencia, coherencia, comparabilidad, veracidad, oportunidad y puntualidad de la información que se suministra a los usuarios y a la sociedad en general.

En el marco de la Norma de calidad de la información, mencionada en el párrafo anterior, el Comité de Aseguramiento de la Calidad elaboró en 2015 la Política de Calidad Institucional y el Programa Anual de Aseguramiento de la Calidad Institucional (PAACI) 2015-2016, en los cuales se delimitan las políticas específicas, los objetivos particulares y las líneas de acción encaminadas a dar cumplimiento a la norma. Entre las políticas específicas y los principios contemplados en estos instrumentos se encuentra el referente a la revisión de la oportunidad y puntualidad de la información estadística y geográfica y la aplicación de estándares de difusión aceptables (artículo 31 de la Norma de calidad y apartado 1.3 párrafo e y d de la Política de Calidad Institucional). De acuerdo con esta política y sus principios se establece una estrategia encaminada a fortalecer la relación con los usuarios, así como la pertinencia, accesibilidad, oportunidad y puntualidad de la información estadística y geográfica (estrategia 1.1 del PAACI). Esta estrategia dirige distintas acciones particulares entre las cuales se encuentra la definición y publicación de parámetros, para cada proyecto, del tiempo máximo aceptable entre el hecho o fenómeno a medir y la disponibilidad de datos para los usuarios (acción transversal 1.1.7 del PAACI).

A partir de la Norma de calidad y las acciones particulares establecidas en el PAACI el grupo de trabajo sobre parámetros de oportunidad presenta este documento con los resultados del ejercicio realizado para definir los parámetros de oportunidad² de los productos o proyectos del Instituto considerados para su difusión.

INTRODUCCIÓN

El grupo de trabajo sobre parámetros de oportunidad de la información estadística y geográfica en cumplimiento del compromiso asociado a la acción transversal 1.1.7 establecida en el PAACI (referida en el apartado anterior) ejecutó diferentes acciones:

- a. Se llevaron a cabo reuniones de trabajo con los directores generales adjuntos y directores de las áreas generadoras de la información, que conforman el grupo.

² Para los fines de este documento “oportunidad” debe ser entendida como el tiempo transcurrido entre que la Información está disponible para los usuarios y el hecho o fenómeno que describe (punto XXI del glosario de la Norma para el Aseguramiento de la Calidad de la Información Estadística y Geográfica del INEGI).

- b. Se estableció un acuerdo con relación a los proyectos o productos que difunde el Instituto y que serían materia de revisión por parte del grupo de trabajo.
- c. Se diseñó el instrumento de diagnóstico que permitiera identificar los proyectos o productos, así como sus parámetros de oportunidad.
- d. Se revisaron las características del proceso de cada proyecto y su posición frente a las mejores prácticas nacionales e internacionales en materia de difusión de la información estadística y geográfica.
- e. Se integraron los resultados del instrumento de diagnóstico y las notas aclaratorias que los acompañan.
- f. Se elaboró el reporte con los resultados obtenidos por el grupo de trabajo.

Entre los meses de junio y octubre del presente año se realizaron 5 reuniones de trabajo, las cuales permitieron establecer acuerdos respecto a los productos que debían integrarse en la revisión de parámetros de oportunidad, el diseño del instrumento que permitiría concretar el diagnóstico de los parámetros y los resultados contenidos en el reporte final.

El instrumento que se empleó para elaborar el diagnóstico fue una matriz de apoyo, en la cual se contemplaron inicialmente los productos contenidos en el calendario de difusión del Instituto para 2016 y se agregaron algunos productos no calendarizados. La matriz se desagregó en 18 campos que permitieron caracterizar en términos generales a cada producto y definir los parámetros de oportunidad en aquellos en los que aplica este comparativo. Dichos campos fueron:

1. Nombre del producto o proyecto: Se indica el nombre con el que se difunde el producto o proyecto y que coincide con el empleado en el calendario de difusión.
2. Periodicidad: Se especifica la recurrencia con la que se difunde el producto: mensual, trimestral, semestral, anual, bianual, etc.
3. Área responsable del proyecto a nivel de DGA: Se identifica la Dirección General Adjunta (DGA) responsable de la información o del producto.
4. Clasificación: Se identifica si se trata de estadística básica, estadística derivada, información geográfica, información estadística georreferenciada u otro tipo.
5. Subclasificación: Se identifica si se trata de una encuesta en unidades económicas, en hogares, un registro administrativo, cuentas nacionales, otros indicadores u otra información.

6. Calendarización: Se especifica si se encuentra en el calendario de difusión institucional.
7. Correspondencia con los indicadores de interés nacional: Se especifica si constituyen información de interés nacional.
8. Medio de difusión: Se especifica si su difusión se realiza a través de la página del Instituto en internet y/o algún otro medio.
9. Fuente de financiamiento: Se identifica si el producto o proyecto cuenta con financiamiento propio del Instituto, de una fuente externa o mixta.
10. Nivel de prioridad: Las áreas generadoras establecen un nivel de prioridad a cada producto en función de sus necesidades de difusión.
11. Difusión de información desestacionalizada: Se especifica si para el producto se difunde información desestacionalizada, con el propósito de medir el alcance de sus procesos.
12. Participación de otras áreas en el proceso: Se identifican las áreas que participan en la elaboración del producto de difusión, además de la DGA responsable.
13. Número de días entre el periodo de referencia y su difusión:
 - a. Actual.
 - b. Parámetro de oportunidad.
 - c. Propuesta de parámetro de oportunidad interno.
14. Referencia del parámetro de oportunidad: Se identifica si el instrumento referido es una política, norma, recomendación, solicitud del usuario u otro instrumento que se relacione con las mejores prácticas nacionales, internacionales o las necesidades del usuario.
15. Nombre del instrumento o referencia del parámetro de oportunidad: Se especifica el nombre del instrumento asociado al parámetro de oportunidad referido en el campo anterior.
16. Justificación en caso de no establecer un parámetro de oportunidad: Se justifican las razones en caso de no contar con un parámetro de oportunidad o se realizan observaciones complementarias a los parámetros identificados.

Los resultados del diagnóstico se integraron en la matriz de apoyo junto con las notas aclaratorias que cada área generadora observó al realizar el ejercicio. Éstos se resumen en el apartado siguiente de este documento.

ESTABLECIMIENTO DE LOS PARÁMETROS DE OPORTUNIDAD DE LA INFORMACIÓN ESTADÍSTICA Y GEOGRÁFICA

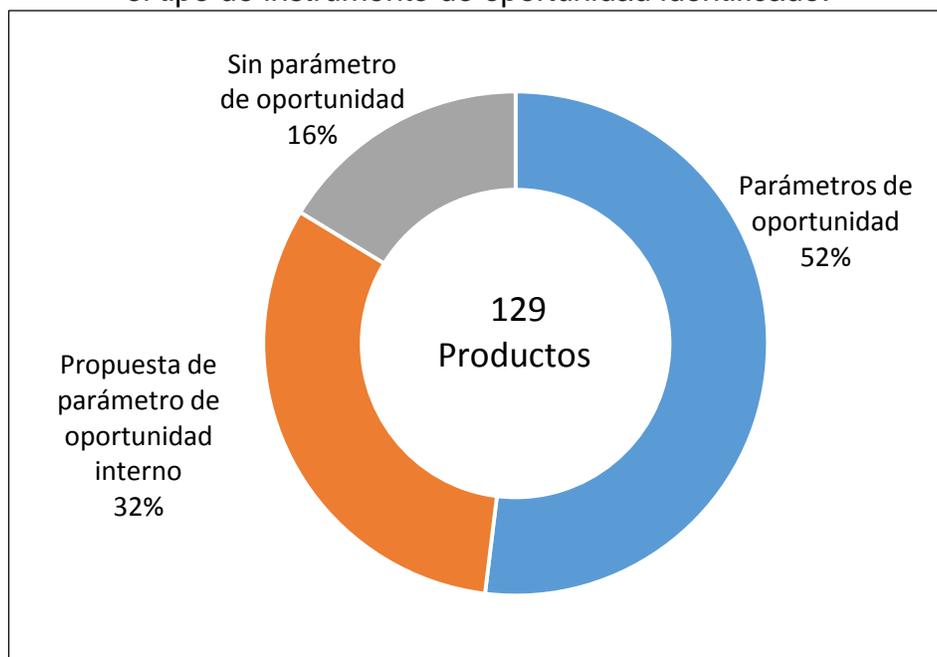
Para concretar este ejercicio se definieron dos medidas de la oportunidad de difusión:

1. **Parámetro de oportunidad:** Se define como la oportunidad con la que se debe difundir la información estadística y geográfica (medido en número de días entre el periodo de referencia que se mide y su fecha de difusión) tomando en consideración a las mejores prácticas nacionales o internacionales.
2. **Propuesta de parámetro de oportunidad interno:** Se define como el parámetro de oportunidad identificado por las áreas generadoras de manera interna como un referente o guía preliminar de la oportunidad deseada del producto, que debe ser validado a partir de una revisión detallada del proceso de producción de la información en cuestión.

Para cada producto se buscó identificar alguna de estas medidas y se compararon con la oportunidad actual con la que el Instituto difunde la información. En este sentido cada producto puede presentar una de tres posibles categorías: 1) Con parámetro de oportunidad, 2) Con propuesta de parámetro de oportunidad interno y 3) Sin parámetro de oportunidad.

Como resultado de este ejercicio se revisaron 129 productos que difunde el INEGI, que en su mayoría se encuentran contemplados en el calendario de difusión institucional. Del total de productos revisados se identificaron para 67 de ellos parámetros de oportunidad relacionados con las mejores prácticas nacionales e internacionales en la materia, en 41 se realizaron propuestas de parámetro de oportunidad interno derivadas de la revisión preliminar que cada área generadora de la información elaboró de sus procesos y 21 productos se presentan sin parámetro de oportunidad debido a condiciones particulares de cada proyecto que en su mayoría se trata de productos nuevos o de reciente difusión.

Gráfico. Distribución de los productos revisados según el tipo de instrumento de oportunidad identificado.



FUENTE: Elaboración propia a partir de la matriz de parámetros de oportunidad.

De los productos en los cuales se identificaron parámetros de oportunidad 24 hacen referencia a recomendaciones internacionales en materia de tratamiento de la información estadística, 20 se identificaron a partir de políticas nacionales o internacionales, 5 de normas nacionales o internacionales, 6 de una combinación de estos instrumentos (normas, políticas o recomendaciones) y 12 de otros instrumentos (principalmente derivado de la comparación con otros países que difunden estadísticas similares y que se toman como referencia de mejores prácticas).

En esta primera revisión, al comparar la oportunidad de los productos del Instituto con los parámetros identificados se observó que 44 productos actualmente se encuentran dentro del parámetro de oportunidad; esto significa que igualan o mejoran el tiempo recomendado en los parámetros de oportunidad identificados para la difusión de la información, y en 23 productos existe una menor oportunidad respecto al parámetro identificado. Sin embargo, en esta comparación deben considerarse las características de cada producto, debido a que existen singularidades metodológicas que marcan algunas diferencias de cobertura temporal, espacial o de contenido entre el referente de mejores prácticas y lo que actualmente hacen las áreas generadoras de la información.

Cuadro 1. Parámetros de oportunidad de la información estadística y geográfica.
(Número de productos)

Productos Revisados	Total	Dentro del parámetro	Menor oportunidad que la del parámetro
Total	129	44	23
Con parámetro de oportunidad	67	44	23
Con propuesta de parámetro de oportunidad interno	41	N/A	N/A
Sin parámetro de oportunidad	21	N/A	N/A

N/A: No aplica. Tanto en los productos con propuesta de parámetro de oportunidad interno como en aquellos sin parámetro de oportunidad no se cuenta con una contraparte que permita esta comparación.

En el siguiente cuadro se resumen los resultados del ejercicio de identificación de parámetros de oportunidad y se desagrega por Dirección General Adjunta responsable de cada producto.

Cuadro 2. Número de parámetros y propuestas de oportunidad por Dirección General Adjunta responsable del producto.
(Número de productos)

Área responsable	Total de productos	PRODUCTOS CON:		
		Parámetro de oportunidad	Propuesta de parámetro de oportunidad interno	Sin parámetro de oportunidad
Dirección General Adjunta de Cuentas Nacionales	34	21	6	7
Dirección General Adjunta de Encuestas Económicas y Registros Administrativos	24	21	0	3
Dirección General Adjunta de Censos Económicos y Agropecuarios	3	1	0	2
Dirección General Adjunta de Análisis y Estudios Económicos	1	1	0	0
Dirección General Adjunta de Investigación	1	0	0	1
Dirección General Adjunta de Índice de Precios	5	5	0	0

Continúa...

Área responsable	Total de productos	PRODUCTOS CON:		
		Parámetro de oportunidad	Propuesta de parámetro de oportunidad interno	Sin parámetro de oportunidad
Dirección General Adjunta de Encuestas Sociodemográficas y Registros Administrativos	14	10	1	3
Dirección General Adjunta de Desarrollo de Información Gubernamental, Índices e Indicadores	2	2	0	0
Dirección General Adjunta de Modelos de Información Gubernamental y Encuesta Nacional de Gobierno, Victimización, Seguridad y Justicia	8	3	4	1
Dirección General Adjunta de Políticas de Información Gubernamental y Censos Nacionales de Gobierno	9	3	6	0
Dirección General Adjunta de Información Catastral y Registral	5	0	2	3
Dirección General Adjunta de Información Geográfica Básica	11	0	10	1
Dirección General Adjunta de Integración de Información Geoespacial	1	0	1	0
Dirección General Adjunta de Recursos Naturales y Medio Ambiente	11	0	11	0

Concluye.

A continuación se presenta el cuadro resumen con los parámetros de oportunidad identificados (medido en número de días entre el periodo de referencia y la fecha en que se difunde la información estadística y geográfica) para cada uno de los productos incorporados en la revisión.

Cuadro 3. Parámetros de oportunidad por producto.

(Número de días entre el periodo de referencia y la difusión de la información)

Nombre del Producto o Proyecto	Periodicidad	OPORTUNIDAD DE LA INFORMACIÓN	
		Actual	Parámetro de Oportunidad
Cuenta Satélite de las Instituciones sin Fines de Lucro de México.	Anual	442	600
Cuenta Satélite del Sector Salud de México.	Anual	446	510
Cuentas de Bienes y Servicios, versión revisada.	Anual	480	510
Indicadores Macroeconómicos del Sector Público, versión revisada.	Anual	496	510
Cuentas por Sectores Institucionales, versión revisada.	Anual	525	540
Gobiernos Estatales y Gobiernos Locales, Cuentas Corrientes y de Acumulación. Cuentas de Producción por Finalidad, versión revisada.	Anual	530	540
Producto Interno Bruto por Entidad Federativa, versión revisada.	Anual	568	730
Cuentas de Bienes y Servicios, versión preliminar.	Anual	255	300
Indicadores Macroeconómicos del Sector Público, versión preliminar.	Anual	270	300
Cuenta Satélite del Turismo de México.	Anual	330	480
Cuentas por Sectores Institucionales, versión preliminar.	Anual	300	330
Cuentas Económicas y Ecológicas de México.	Anual	334	450
Gobiernos Estatales y Gobiernos Locales, Cuentas Corrientes y de Acumulación. Cuentas de Producción por Finalidad, versión preliminar.	Anual	305	330
Producto Interno Bruto por Entidad Federativa, versión preliminar.	Anual	340	730
Cuenta Satélite del Trabajo no Remunerado de los Hogares de México.	Anual	343	510

Continúa...

Nombre del Producto o Proyecto	Periodicidad	OPORTUNIDAD DE LA INFORMACIÓN	
		Actual	Parámetro de Oportunidad
Actividad Industrial.	Mensual	42	42
Estimación Oportuna del Producto Interno Bruto.	Trimestral	29	30
Indicadores Trimestrales de la Actividad Turística.	Trimestral	133	167
Producto Interno Bruto a Precios Constantes.	Trimestral	53	90
Producto Interno Bruto a Precios Corrientes.	Trimestral	53	90
Oferta y Demanda Global de Bienes y Servicios (Precios Constantes y Corrientes).	Trimestral	81	90
Índice Nacional de Precios al Consumidor, 2ª quincena y mensual.	Mensual y quincenal	15	15
Índice Nacional de Precios al Consumidor, 2ª quincena y mensual.	Mensual y quincenal	15	15
Índice Nacional de Precios Productor	Mensual y quincenal	30	30
Índice Nacional de Precios al Consumidor, 1ª quincena	Quincenal	15	15
Índice Nacional de Precios al Consumidor, 1ª quincena	Quincenal	15	15
Balanza Comercial de Mercancías de México (oportuna)	Mensual	25	45
Indicadores del Sector Manufacturero.	Mensual	50	45
Balanza Comercial de Mercancías de México.	Mensual	40	45
Indicadores de Empresas Constructoras.	Mensual	60	45
Indicadores de Expectativas Empresariales.	Mensual	1	-2
Indicadores de Empresas Comerciales.	Mensual	54	45
Estadística de Accidentes de Tránsito Terrestre en Zonas Urbanas y Suburbanas.	Anual	270	180

Continúa...

Nombre del Producto o Proyecto	Periodicidad	OPORTUNIDAD DE LA INFORMACIÓN	
		Actual	Parámetro de Oportunidad
Indicadores de Productividad Laboral y del Costo Unitario de la Mano de Obra.	Trimestral	75	90
Encuesta Anual de Transportes.	Anual	350	270
Estadística de Finanzas Públicas Estatales y Municipales. Total Nacional	Anual	225	180
Indicadores de Establecimientos con Programa IMMEX (Estadística del Programa IMMEX)	Mensual	75	45
Encuesta Anual del Comercio.	Anual	350	270
Encuesta Anual de Servicios Privados No Financieros.	Anual	350	270
Estadística de Finanzas Públicas Estatales y Municipales. Total Nacional	Anual	350	180
Estadística de Vehículos de Motor Registrados en Circulación.	Anual	240	180
Estadística de Vehículos de Motor Registrados en Circulación.	Mensual	28	45
Indicadores del Sector Servicios	Mensual	54	45
Estadística de Sacrificio de Ganado en Rastros Municipales 2016	Mensual	60	45
Estadística de Finanzas Públicas Estatales y Municipales. Total Nacional	Anual	515	180
Estadística de Accidentes de Tránsito Terrestre en Zonas Urbanas y Suburbanas.	Anual	455	180
Indicadores de la Industria Minerometalúrgica.	Mensual	56	45
Sistema de Indicadores Cíclicos	Mensual	64	60
Confianza del Consumidor	Mensual	8	21
Indicadores de Ocupación y Empleo	Mensual	28	21

Continúa...

Nombre del Producto o Proyecto	Periodicidad	OPORTUNIDAD DE LA INFORMACIÓN	
		Actual	Parámetro de Oportunidad
Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo	Trimestral	44	30
Módulo de Condiciones Socioeconómicas (MCS)	Anual	225	547
Estadística de Defunciones Fetales	Anual	300	365
Estadística de Defunciones Registradas	Anual	300	365
Estadísticas Vitales – Nacimientos registrados	Anual	300	365
Estadísticas Vitales – Matrimonios	Anual	300	365
Estadísticas Vitales – Divorcios	Anual	300	365
Estadísticas sobre relaciones laborales de jurisdicción local	Anual	240	180
Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública (ENVIPE)	Anual	271	239
Encuesta Nacional de Seguridad Pública Urbana (ENSU)	Trimestral	6	21
Censo Nacional de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales Estatal	Anual	347	347
Recopilación de información de los Organismos Públicos de Protección y Defensa de los Derechos Humanos	Anual	345	345
Censo Nacional de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales Federal	Anual	347	347
Encuesta Nacional sobre la Dinámica de las Relaciones en los Hogares (ENDIREH)	Quinquenal	252	571
Encuesta Nacional de Victimización de Empresas (ENVE)	Bienal	347	119
Censo Nacional de Poderes Legislativos Estatales	Anual		347
Censos Económicos. Resultados Oportunos	Quinquenal	120	294

Concluye.

En el siguiente cuadro se presentan los productos de los cuales se identificó una propuesta de parámetro de oportunidad interno que las áreas generadoras realizan como una referencia preliminar³.

Cuadro 4. Propuestas de parámetros de oportunidad interno por producto.
(Número de días entre el periodo de referencia y la difusión de la información)

Nombre del Producto o Proyecto	Periodicidad	OPORTUNIDAD DE LA INFORMACIÓN	
		Actual	Propuesta de Parámetro de Oportunidad Interno
Cuenta Satélite de la Cultura de México.	Anual	547	520
Cuenta Satélite de Vivienda de México.	Anual	576	530
Inversión Fija Bruta	Mensual	66	60
Indicador Mensual del Consumo Privado en el Mercado Interior	Mensual	67	60
Indicador Mensual de la Actividad Industrial por Entidad Federativa.	Mensual	100	86
Indicador Global de la Actividad Económica.	Mensual	55	50
Encuesta Nacional de Hogares (ENH)	Anual	180	150
Censo Nacional de Gobiernos Municipales y Delegacionales	Bienal	453	423
Censo Nacional de Gobierno, Seguridad Pública y Sistema Penitenciario Estatales	Anual	347	300
Censo Nacional de Impartición de Justicia Estatal	Anual	347	300
Censo Nacional de Procuración de Justicia Estatal	Anual	347	300
Censo Nacional de Impartición de Justicia Federal	Anual	347	300
Censo Nacional de Procuración de Justicia Federal	Anual	347	300
Encuesta Nacional de Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales (ENAIID)	No definido	282	313
Encuesta Nacional de Calidad Regulatoria e Impacto Gubernamental de Empresas (ENCRIGE)	No definido		179
Encuesta de Cohesión Social para la Prevención de la Violencia y la Delincuencia (ECOPRED)	Único	223	223
Encuesta Nacional de Población Privada de la Libertad (ENPOL)	Anual		212

Continúa...

³ Es importante recordar que estas propuestas deben ser validadas a partir de una revisión detallada del proceso de producción (punta a punta) de la información en cada caso.

Nombre del Producto o Proyecto	Periodicidad	OPORTUNIDAD DE LA INFORMACIÓN	
		Actual	Propuesta de Parámetro de Oportunidad Interno
Red Nacional de Caminos	Anual	60	60
Sección Catastral del Censo Nacional de Gobiernos Municipales y Delegacionales	Bianual	180	150
Sección Catastral del Censo Nacional de Gobierno, Seguridad Pública y Sistema Penitenciario Estatales	Anual	180	170
Conjuntos de Datos Vectoriales de Información Topográfica escala 1:50 000, Serie III	Sexenal	730	365
Conjuntos de Datos Vectoriales de Información Topográfica escala 1:250 000 (por entidad federativa)	Bianual	730	365
Conjuntos de Datos Vectoriales de Información Topográfica escala 1:20 000	Decenal	395	270
Nombres Geográficos	Sexenal	730	365
Red Geodésica Horizontal	Mensual	15	15
Red Geodésica Vertical	Mensual	15	15
Red Geodésica Gravimétrica	Mensual	15	15
Avance en la disposición de imágenes satélites	Trimestral	90	30
Modelos Digitales de Elevación con resolución de 5 metros en formatos 1:20 000	No aplica	365	60
Ortoimágenes de 50 cm	No aplica	365	50
Conjunto Nacional de Datos de Uso del Suelo y Vegetación escala 1:250,000	Quinquenal	1462	1095
Conjunto Nacional de Datos Edafológicos escala 1:250,000	No definida	3650	1825
Inventario de Fenómenos Geológicos	Permanente	365	180
Base de Datos del Herbario INEGI	No definida	365	180
Hidrología Superficial: Información Integrada de Cuencas Hidrográficas (Conjunto de datos por Cuenca)	Quinquenal	1825	1460
Hidrología Subterránea: Zonas Hidrogeológicas (Conjunto de datos por Zona Hidrogeológica)	Quinquenal	1825	1460
Módulo de Hogares y Medio Ambiente	Bienal	330	200

Continúa...

Nombre del Producto o Proyecto	Periodicidad	OPORTUNIDAD DE LA INFORMACIÓN	
		Actual	Propuesta de Parámetro de Oportunidad Interno
Módulo Ambiental de Agua Potable y Saneamiento: microdatos, capas de información georreferenciada.	Bienal	330	200
Módulo Ambiental de Residuos Sólidos Urbanos: microdatos, capas de información georreferenciada.	Bienal	330	200
Módulo de medio ambiente del CNGSPSPE	Anual	360	200
Boletines de Información Ambiental dentro del marco de la celebración del "ESTADÍSTICAS A PROPÓSITO DEL DÍA MUNDIAL DE..."	Anual	360	180

Concluye.

RECOMENDACIONES DEL GRUPO DE TRABAJO SOBRE PARÁMETROS DE OPORTUNIDAD

El contenido del documento, así como los alcances del mismo, fue resultado de los acuerdos alcanzados por el grupo de trabajo en materia de parámetros de oportunidad. Es necesario mencionar que el grupo recomienda las siguientes líneas de trabajo en materia de parámetros de oportunidad:

1. Los resultados de este ejercicio deben considerarse en el contexto de los resultados obtenidos por los otros grupos de trabajo aprobados por el Comité de Aseguramiento de la Calidad el 20 de mayo del año en curso (por ejemplo, el grupo de indicadores de precisión y confiabilidad, coherencia y comparabilidad y el grupo de indicadores de pertinencia, accesibilidad, oportunidad y puntualidad).
2. Las propuestas de parámetros de oportunidad interno sirven como referencia o guía preliminar en productos donde no se cuenta con un parámetro de oportunidad referido a las mejores prácticas nacionales o internacionales en la materia, por lo que su consideración debe ser validada de acuerdo con una revisión detallada del proceso de producción de la información de cada producto para conocer el grado de factibilidad.
3. Es importante revisar periódicamente los productos contenidos en la matriz de parámetros de oportunidad con la finalidad de incorporar aquellos que no hayan sido contemplados o los nuevos productos.
4. Es necesario revisar cada 5 años (como periodo máximo) la vigencia de los parámetros de oportunidad identificados, para actualizar aquellos que presenten cambios en sus recomendaciones de oportunidad.

ANEXO 1. PARTICIPANTES EN EL GRUPO DE TRABAJO SOBRE PARÁMETROS DE OPORTUNIDAD

El grupo de trabajo se conformó por las siguientes personas:

1. Francisco Guillen / DGA de Cuentas Nacionales.
2. Lourdes Mosqueda / DA de Cuentas de Corto Plazo y Regionales.
3. Gerardo Durand / DGA de Encuestas Económicas y Registros Administrativos.
4. Juan José Ríos / DA de Encuestas del Sector Terciario.
5. Tomas Ramírez / DA de Encuestas Regulares en Hogares.
6. Jorge Quiroga / DA de Apoyo a Operativos Institucionales.
7. Oscar Jaimes / DGA de Desarrollo de Información Gubernamental.
8. Gerardo Esparza / DGA de Integración de Información Geoespacial.
9. Raúl Gómez / DGA de Información Geográfica Básica.
10. Francisco Jiménez / DGA de Recursos Naturales y Medio Ambiente.
11. Trinidad Carrillo / DA de Edición de Información Geográfica.
12. Alfonso Sánchez / DA de Apoyo a la Promoción Regional.
13. Armando Aguiar / DA de Servicios de Información.
14. Lizette Traconis / DA de Integración de la Información en Bases de Datos.
15. Yuriko Yabuta (Líder del grupo) / DGA de Análisis y Estudios Económicos.
16. Margarita Botello / DGAAEE.
17. Hugo Garcia / DGAAEE.
18. Seguimiento de Secretariado Técnico: Nuria Torroja / DA de la Evaluación de la Calidad.

SIGLAS

DGA: Dirección General Adjunta.

DA: Dirección de Área.

ANEXO 2. MATRIZ GLOBAL DE PARÁMETROS DE OPORTUNIDAD

Se incluye el enlace al sitio del Comité de Calidad Institucional donde se puede acceder a los documentos que conforman el reporte de parámetros de oportunidad incluyendo la matriz global.

https://365inegi.sharepoint.com/sites/calidad/SitePages/Sesiones_comite.aspx