

Investigación
y
Consultoría



MORA Y ARAUJO
NOGUERA
Y ASOCIADOS

Dibujo INDEC 2
E.2



IMAGEN INSTITUCIONAL DEL INDEC

Informe de líderes de opinión

Febrero de 1996



INDICE

	Pág.
INTRODUCCION	3.
PRINCIPALES CONCLUSIONES	4.
CAPITULO I IMAGEN DEL INDEC	8.
CAPITULO II PRESTIGIO DE SUS ESTADISTICAS	14.
CAPITULO III UTILIZACION DE PRODUCTOS	29.
CAPITULO IV ATENCION AL CLIENTE	38.
CAPITULO V EL CLIENTE COMO PROVEEDOR DE INFORMACION	40.
COMENTARIOS PARA LA ACCION - Transcripciones de las entrevistas -	45.
ANEXO DE TABLAS ESTADISTICAS	



INTRODUCCION

A continuación se presenta el informe sobre la imagen del INDEC realizado entre líderes de opinión. La investigación se llevó a cabo entre los días 10 de enero y 6 de febrero de 1996.

Se realizaron 148 entrevistas distribuidas de la siguiente forma:

- * 42 empresarios
 - 11 gerentes generales o presidentes,
 - 11 encargados del area de Recursos Humanos
 - 10 encargados del area de Relaciones Institucionales y
 - 10 encargados del area de Finanzas
- * 20 consultores,
- * 20 funcionarios,
- * 15 legisladores,
- * 10 sindicalistas
- * 20 periodistas
- * 16 mundo académico
- * 5 mundo religioso.

El objetivo de la investigación fue indagar sobre la imagen de este organismo dentro de los distintos segmentos a estudiar. Se utilizó un cuestionario semi estructurado y en función de los datos recogidos se dividió el informe en los siguientes capítulos:

- I. IMAGEN DEL INDEC
 - II. PRESTIGIO DE SUS ESTADISTICAS
 - III. UTILIZACION DE SUS PRODUCTOS
 - IV. ATENCION AL CLIENTE
 - V. EL CLIENTE COMO PROVEEDOR DE INFORMACION
- COMENTARIOS PARA LA ACCION - Transcripciones de los entrevistados

En el apéndice "Comentarios para la acción" se transcriben los comentarios cualitativos que dieron los entrevistados y no pudieron ser clasificados.

Los resultados se presentan en valores porcentuales, en algunos casos no suman 100% por redondeo de decimales o por tratarse de respuestas sumadas.

PRINCIPALES CONCLUSIONES

IMAGEN DEL INDEC

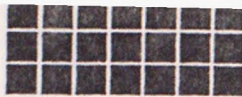
1. El INDEC tiene una imagen altamente positiva, el 84% de los líderes opinan muy bien y bien de este organismo.

Al contrastar esta valoración con la evaluación numérica, en una escala de 1 a 10, los resultados se corresponden; alcanzando en esta medición una calificación de 6.7 puntos sobre 10.

2. Los principales atributos positivos asociados a este organismo son: la disponibilidad de datos estadísticos y la confiabilidad de sus datos.
3. Los aspectos más criticados son: la lentitud de la información, alguna de la metodología utilizada, la desactualización de algunas series, la poca confiabilidad de algunos datos, la periodicidad de los datos, el difícil acceso a la información y la poca difusión de los servicios que ofrece.
4. Se midió una serie de atributos que hacen al concepto institucional de una organización y se elaboró un índice a partir del cuál se obtuvo una puntuación para cada uno de ellos. Los aspectos que mejor calificaron son los siguientes; el INDEC es un organismo: valioso para el país, que produce información útil, con buen nivel técnico, tradicional y digno de confianza.

PRESTIGIO DE SUS ESTADISTICAS

5. Todas las dimensiones de la información - relevante, confiable, oportuna, accesible y suficiente - son bien valoradas, ninguna de ellas obtiene menos del 50% de opiniones positivas. La mejor evaluada es relevante -93% de opiniones positivas- y la peor suficiente -56% de opiniones positivas-.
6. Para realizar una mejor interpretación de la confiabilidad asociada a cada una de las estadísticas medidas se tomaron dos variables: conocimiento y confiabilidad. A partir de esto es que se pudieron agrupar a las mismas en tres conjuntos.
 - alto nivel de conocimiento y alta confiabilidad: Censo Nacional de Población y Vivienda, Índice de Costo de Vida, Índice de Precios Mayoristas, Censo Económico.



- **alto nivel de conocimiento y niveles más bajos de confiabilidad:** Nivel de Pobreza y Tasa de Empleo y Desempleo.
 - **bajo nivel de conocimiento y alta confiabilidad:** Nivel de Exportaciones e Importaciones, Índice de Precios de la Construcción, Producción Industrial, Comercio y Servicios y Censo Agropecuario.
7. **La mayoría de las personas consultadas -62%- cree que existe información que el INDEC debería proporcionar y no proporciona.** Las principales demandas son: mayor desagregación de los datos, análisis cualitativo del desempleo y mayor frecuencia en los datos de producción industrial y servicios.
 8. En la indagación sobre las preferencias del público en la utilización de datos producidos por el INDEC o de entidades privadas se obtuvieron los siguientes resultados. El 36% prefiere utilizar los datos del INDEC, el 16% los de entidades privadas, para el 14% depende y el 32% manifiesta que elige ambos.
 9. El 68% considera que el índice de desempleo de Mayo de 1995 reflejaba la realidad, mientras que sólo el 51% confía en la veracidad de los datos de Octubre de 1995.]
 10. Ante la dicotomía organismo autónomo vs. organismo dependiente de otro oficial, el 82% opta por el primero.

UTILIZACION DE PRODUCTOS

11. **La mayoría de los entrevistados -95%- ha sido o es usuario de productos del INDEC.**
12. Las que se detallan a continuación son las estadísticas más utilizadas -más del 60% del público es usuario de las mismas-: **Índice de Costo de Vida, Tasa de Empleo y Desempleo, Censo Nacional de Población y Vivienda, Índice de Precios Mayoristas, Censo Económico y Nivel de Pobreza.**
13. **Las formas más usuales de obtener la información a utilizar son: productos de difusión del INDEC, diarios y revistas de circulación masiva y revistas especializadas.**
14. **La forma de acceso a la información más frecuente es mandar a buscarla a las oficinas del INDEC.**



15. El 82% considera que no existe suficiente difusión de los datos disponibles que posee el INDEC.

Al 89% de estas personas le gustaría recibir más información y opinan que los medios más adecuados son: información y avisos en diarios, mailing a empresas y correo electrónico.

16. Los servicios informáticos de consulta son conocidos por no más del 20% del público, en promedio un tercio de estas personas lo utilizaron y la mayoría de los mismos -aquellos que conocen su existencia- no tiene una opinión formada.

ATENCION AL CLIENTE

17. Para medir la satisfacción de los usuarios con los distintos aspectos que hacen a la satisfacción del cliente se elaboró un índice cuyo puntaje máximo es 100. Los aspectos mejor evaluados son: la formación técnico profesional del personal, la calidad de la información y el costo de la información standard.

PROVEEDORES DE INFORMACION


18. El 67% opina que los datos suministrados por las personas, las familias, etc. son confiables, mientras que el 55% cree que los datos provistos por las empresas, las instituciones, etc. lo son.

19. El 50% de los líderes de opinión afirma que existe una norma legal que protege la confidencialidad de las respuestas.

En tanto que el 75% afirma que el INDEC resguarda la confidencialidad de las mismas.

20. El 28% del público bajo análisis fue en alguna oportunidad proveedor de información. El 90% de estas personas se manifiesta dispuesta a brindar información y el 83% cree que estos pedidos no son excesivos.

21. Las sugerencias vertidas por los líderes para mejorar la disposición de las empresas y las instituciones a suministrar datos son, entre otras: transmitir la confidencialidad de las respuestas, comunicarse con las instituciones y la sociedad, ser independiente, mejorar el la imagen, devolver a las empresas los resultados del relevamiento.



CONCLUSIONES GENERALES

La imagen del organismo tanto en términos de prestigio institucional, de calidad técnica y de confiabilidad puede considerarse altamente satisfactoria.

Se han detectado aspectos que generan criticidad e incertidumbre, ellos son: la metodología utilizada en algunos indicadores y la posible dependencia política. Estos dos factores aparecen en algunos casos como críticas y en otros como interrogantes.

Otra deficiencia detectada es la falta de comunicación del organismo con la sociedad relacionada fundamentalmente al desconocimiento de los productos disponibles.

Frente a estos lineamientos generales, si se decidiera realizar una campaña comunicacional sería importante sustentarla en los tres ejes detallados: consolidar su imagen de confiabilidad, garantizar su independencia política y comunicar cuáles son las estadísticas que elabora.



CAPITULO I - IMAGEN DEL INDEC

1. Valoración del INDEC

La imagen del INDEC entre los líderes de opinión es altamente satisfactoria, el 84% de las personas consultadas tiene una imagen positiva del organismo -muy buena 14% y buena 70%-. Es destacable que sólo el 1% tiene una imagen negativa, mientras el 14% manifiesta tener una opinión regular del mismo.

Los segmentos en los cuales se detecta la mejor valoración hacia el Instituto son: culto -100%-, consultores -95%- y funcionarios -95%-. Por otro lado los más altos niveles de inconformidad se detectan entre los sindicalistas y los empresarios.

Se les pidió a los entrevistados que calificaran al organismo en una escala del 1 al 10. La performance alcanzada fue de 6.7 puntos respecto de 10. Entre los funcionarios, los representantes de comunidades religiosas y los consultores ese valor asciende a 7.4, 7.2 y 6.9 respectivamente.

2. Aspectos positivos y negativos del INDEC

Se les pidió a los entrevistados que identificaran cuáles eran los atributos positivos que caracterizaban al INDEC. La disponibilidad de datos estadísticos -23%- y la confiabilidad de sus datos -21%- son los aspectos más destacados por los líderes de opinión. Otros atributos señalados son: es un instrumento para conocer la realidad -14%-, el profesionalismo -12%-, la objetividad -11%-, la periodicidad de los datos -10%- y la capacitación del personal -9%-.

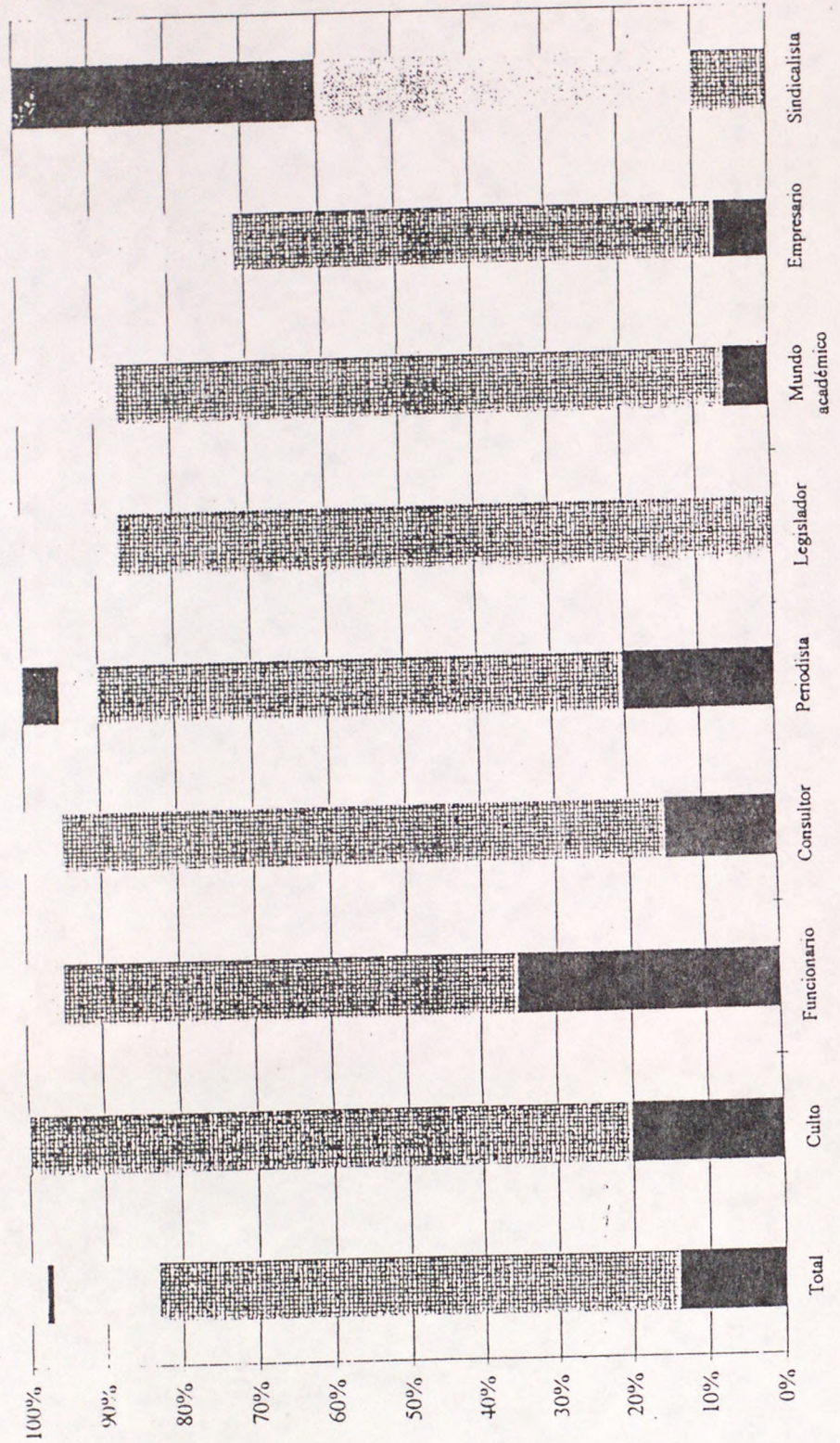
Por otro lado, las dimensiones más criticadas son: el retraso ó lentitud de la información -14%-, el manejo político de los índices -12%-, alguna metodología utilizada -10%-, la desactualización de algunas series -9%-, la poca confiabilidad de algunos datos -9%-, la periodicidad de los datos -9%-, el difícil acceso a la información y la poca difusión de los servicios que ofrece -8% para cada uno de los aspectos-.

3. Atributos institucionales

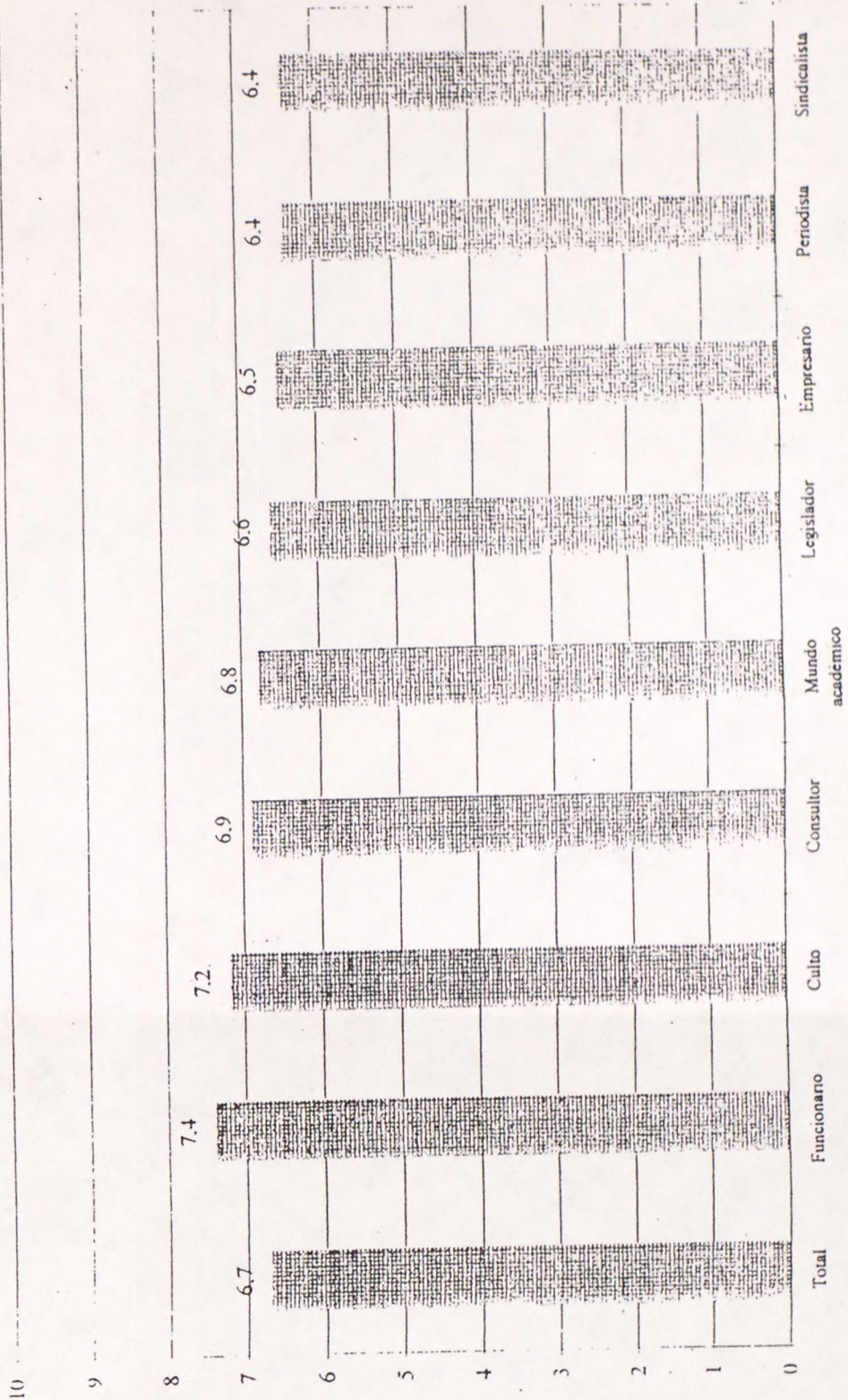
Los encuestados evaluaron una serie de atributos, en una escala de 1 a 5, donde 1 significa "muy en desacuerdo" con el atributo mencionado y 5 "muy de acuerdo" con el mismo. Con las calificaciones registradas en cada atributo se generó un índice o puntaje

IMAGEN DEL INDEC

■ Muy buena ▨ Buena ■ Regular ■ Mala ■ No sabe/no responde



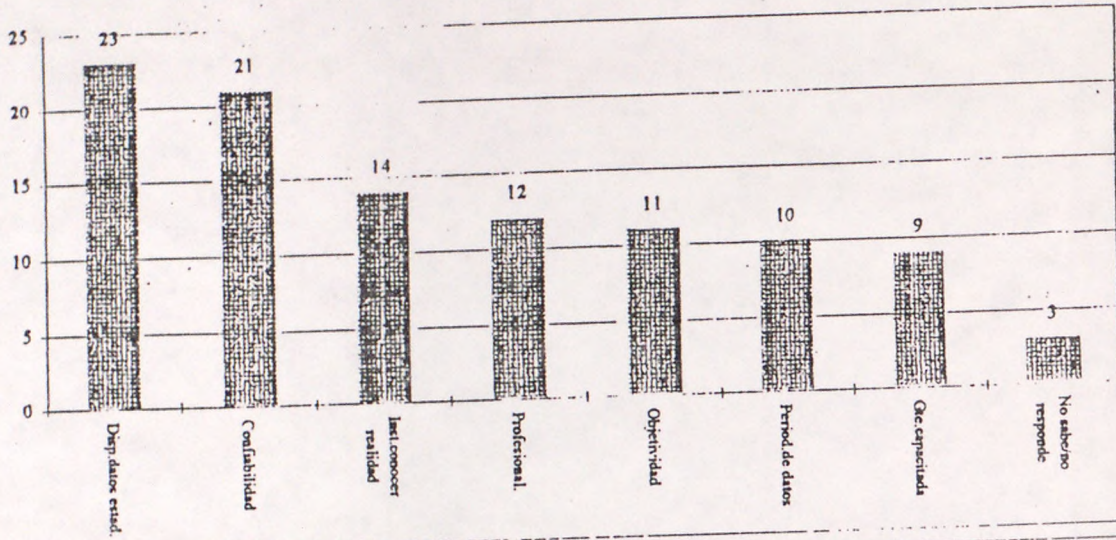
CALIFICACION DEL INDEC, EN UNA ESCALA DE 10



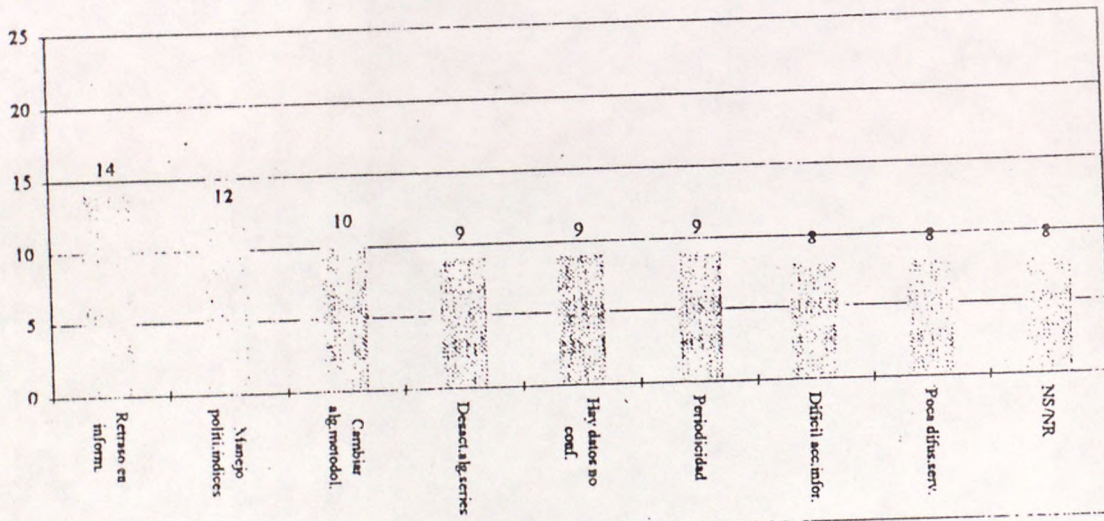


ASPECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS DEL INDEC

ASPECTOS POSITIVOS



ASPECTOS NEGATIVOS





que surge de la ponderación de las respuestas y la división de ese resultado por la cantidad de respondentes. Para cada atributo se obtiene un puntaje cuyo valor máximo es 100.

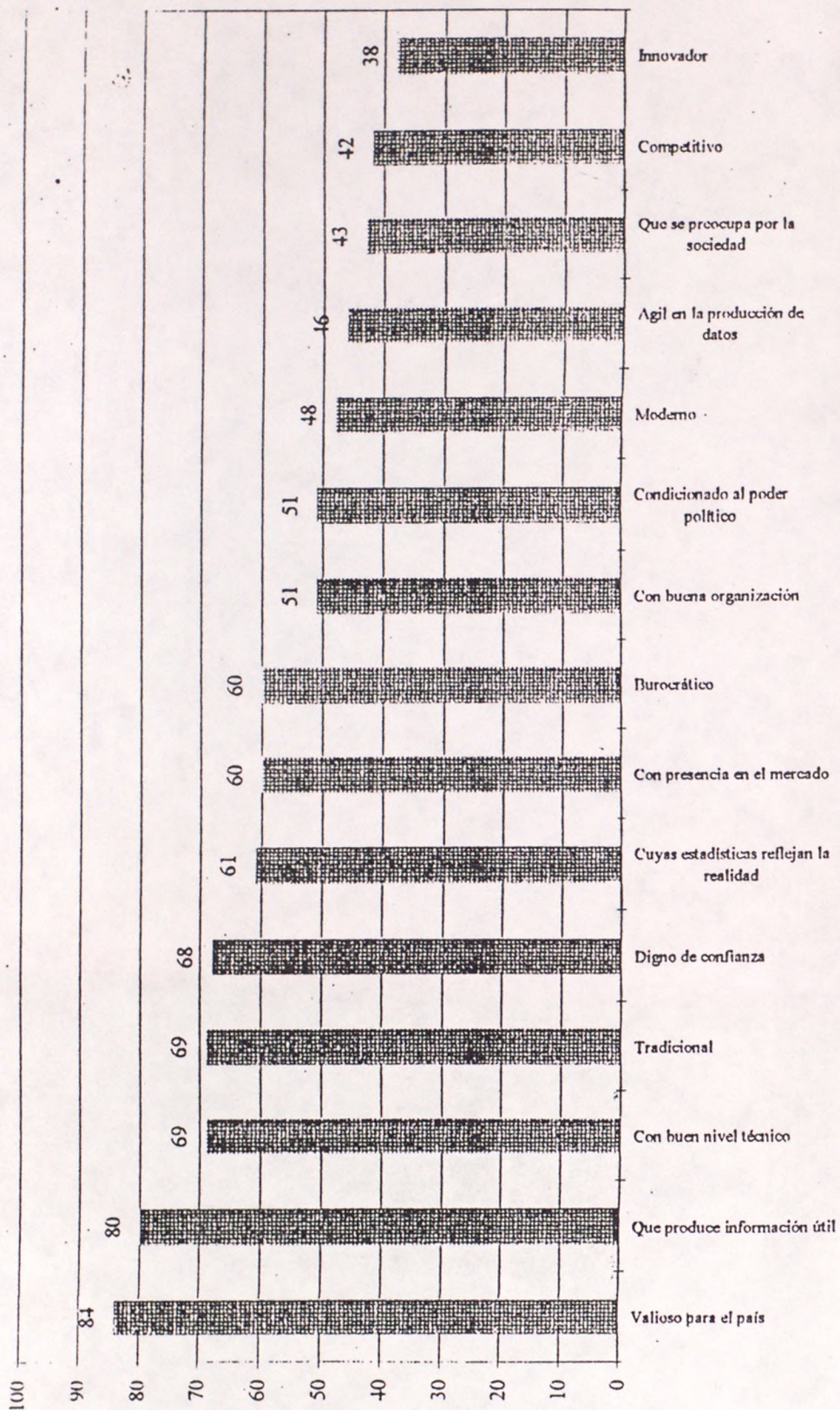
En esta escala intervalar del 0 al 100, el puntaje máximo alcanzado fue de 84 puntos y el mínimo 38. A partir del rango numérico obtenido generamos tres categorías que nos permiten dimensionar las calificaciones de acuerdo a la performance lograda. Las mismas son: alta, media y baja performance.

A continuación se muestran los atributos y la evaluación por cada uno de ellos obtenida de acuerdo con la segmentación arriba propuesta.

Performance alta: (70 puntos o más)	Valioso para el país	84
	Que produce información útil	80
Performance media: (De 69 a 50 puntos)	Con buen nivel técnico	69
	Tradicional	69
	Digno de confianza	68
	Cuyas estadísticas reflejan la realidad	61
	Burocrático	60
	Con presencia en el mercado	60
	Con buena organización	51
Performance baja: (49 puntos o menos)	Condicionados al poder político	51
	Moderno	48
	Agil en la producción de datos	46
	Preocupado por la sociedad	43
	Competitivo	42
Innovador	38	

Puede observarse que en el vértice de la pirámide se encuentran los atributos relacionados con la relevancia del organismo en tanto productor de información. En tanto que en la base figuran los aspectos ligados a la modernidad y eficiencia del organismo.

INDICES DE ATRIBUTOS (n/100)





CAPITULO II - PRESTIGIO DE SUS ESTADISTICAS

1. Performance en los atributos de la información

Se mostró a los entrevistados una serie de atributos sobre la información del INDEC. Para cada uno debían responder en que grado se resaltaba o atenuaba dicho aspecto. Tomemos por ejemplo la categoría relevante, debían decir si era muy relevante, relevante, poco relevante o nada relevante.

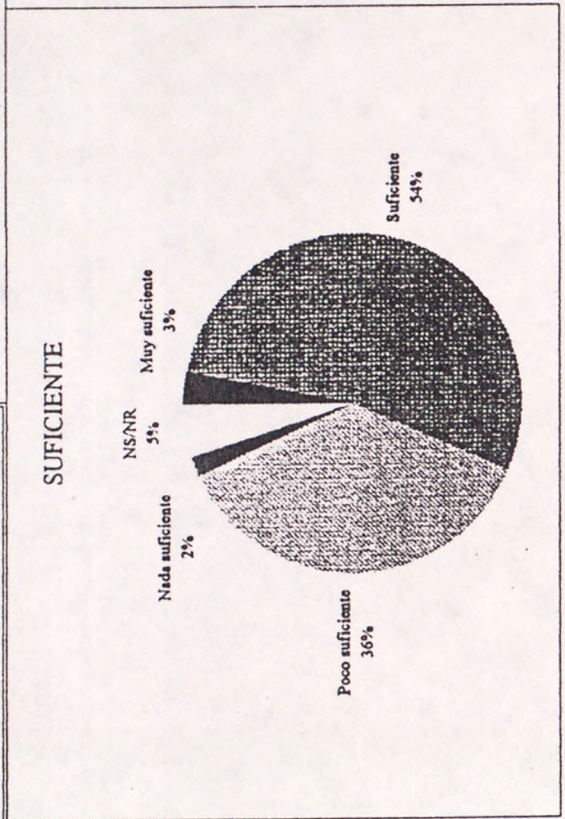
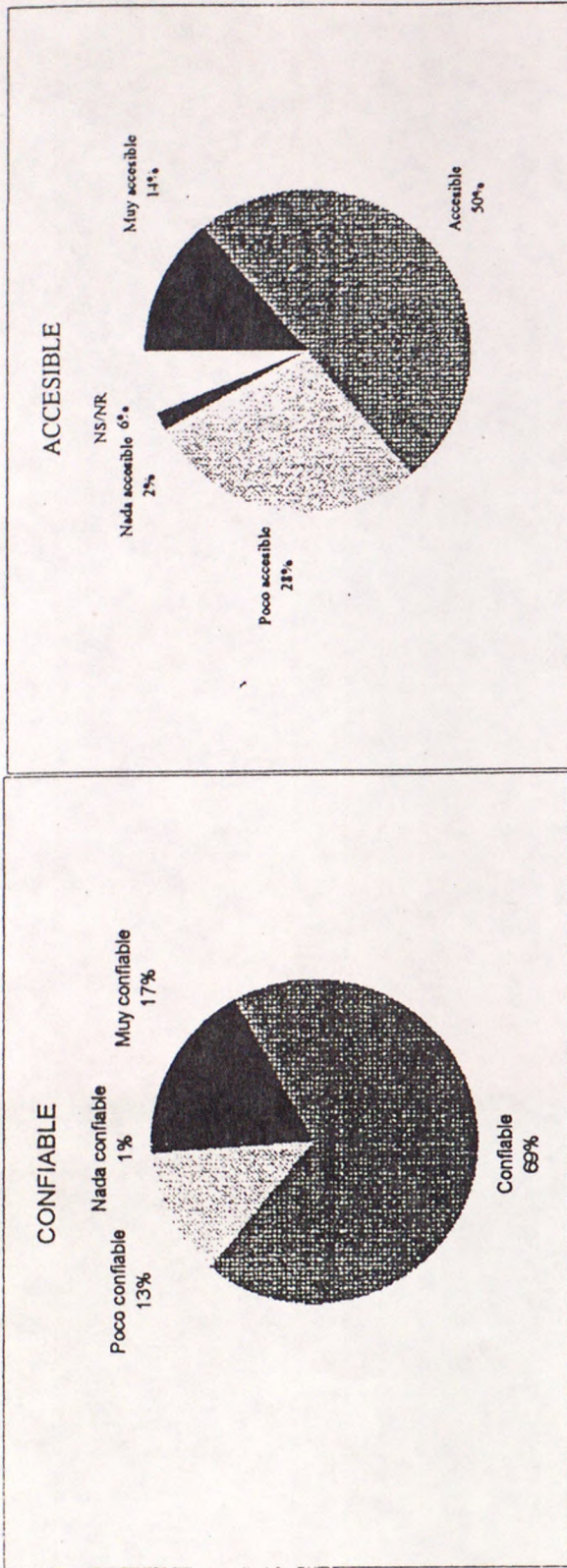
En el cuadro que se presenta a continuación se muestra el desempeño obtenido por cada uno de los atributos de la información propuestos.

ATRIBUTOS DE LA INFORMACION						
Atributo	Muy	Afirmación	Poco	Nada	NS/NR	TOTAL
	%	del atributo	%	%	%	%
Relevante	32	61	5	-	1	99
Confiable	17	69	13	1	1	101
Oportuna	6	59	28	3	5	101
Accesible	14	50	28	2	6	100
Suficiente	3	53	36	2	5	99

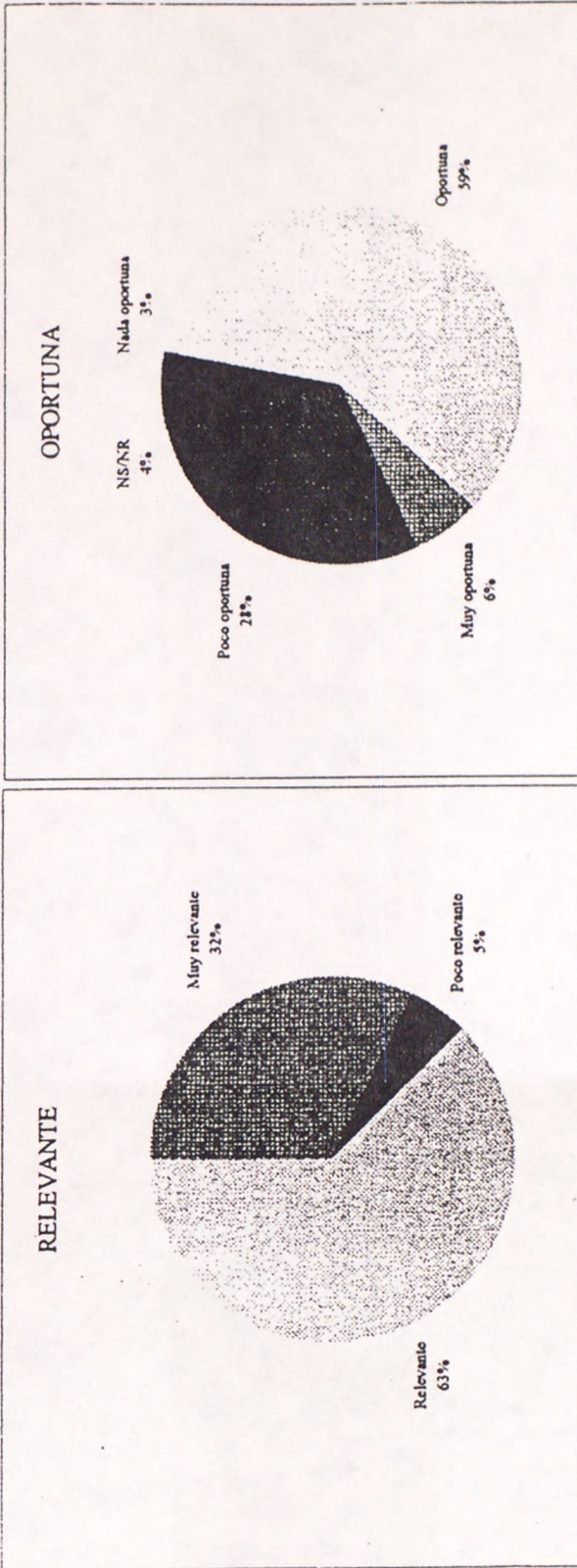
La relevancia de la información es el aspecto en el que se registra el mayor nivel de consenso, el 93% de los entrevistados están de acuerdo con que la información producida por el INDEC es relevante.

En contrapartida, el aspecto más criticado es la suficiencia de la información, el 38% opina que es poco -36%- o nada suficiente -2%-.

PERFORMANCE EN LOS ATRIBUTOS DE LA INFORMACION



PERFORMANCE EN LOS ATRIBUTOS DE LA INFORMACION





2. Confiabilidad de las estadísticas producidas por el INDEC

A continuación se les presentó una serie de estadísticas producidas por el INDEC y los entrevistados debían decir si les parecían muy confiables, confiables, poco confiables o nada confiables.

CONFIABILIDAD DE LAS ESTADÍSTICAS									
Estadística	Nivel de confiabilidad					Nivel de confiabilidad entre quienes tienen una opinión formada			
	MC %	C %	PC %	NC %	NS/NR %	MC %	C %	PC %	NC %
CNPV ¹	22	57	9	1	11	25	64	10	1
ICV ²	23	56	19	1	1	23	56	19	1
IPM ³	16	55	14	-	16	18	65	17	-
NEI ⁴	14	49	5	-	32	21	72	7	-
CE ⁵	7	56	18	1	18	9	68	22	1
IPC ⁶	11	47	11	-	32	16	68	16	-
PI ⁷	5	49	14	-	32	7	72	21	-
TED ⁸	11	41	34	7	7	12	43	37	7
NP ⁹	8	39	30	7	16	10	46	36	8
CyS ¹⁰	3	34	7	1	56	6	77	15	2
CA ¹¹	5	27	6	-	62	13	71	16	-

Se detectan tres grupos respecto de la confianza de las estadísticas que produce el INDEC. Los mismos se determinaron en base a la interrelación de dos vectores: conocimiento y confiabilidad.

En el primer segmento agrupamos las estadísticas con altos niveles de conocimiento y alta confiabilidad. Aquí se sitúan: el Censo Nacional de Población y Vivienda, el

¹ CNPV: Censo Nacional de Población y Vivienda

² ICV: Índice de Costo de Vida

³ IPM: Índice de Precios Mayoristas

⁴ NEI: Nivel de Exportaciones e Importaciones

⁵ CE: Censo Económico

⁶ IPC: Índice de Precios de la Construcción

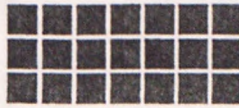
⁷ PI: Producción Industrial

⁸ TED: Tasa de Empleo y Desempleo

⁹ NP: Nivel de Pobreza

¹⁰ CyS: Comercio y Servicios

¹¹ CA: Censo Agropecuario



Índice de Costo de Vida - ambas estadísticas reciben el 79% de opiniones positivas en tanto confiabilidad - y el **Índice de Precios Mayoristas** -71%- . Y en un nivel levemente menor de credibilidad, el **Censo Económico** -63%-.

En el segundo grupo, determinado por un alto grado de conocimiento y niveles más bajos de confiabilidad, quedan encuadradas las siguientes estadísticas: **Nivel de Pobreza** y **Tasa de Empleo y Desempleo** -47% y 52% respectivamente-.

La tercera agrupación está definida por bajos niveles de conocimiento y alta credibilidad. A su vez este segmento fue dividido en dos subconjuntos de acuerdo con el grado de conocimiento. En el primero, ubicamos a las estadísticas que son desconocidas por cerca del 30% de la población. Se encuentran enmarcadas: **Nivel de Exportaciones e Importaciones** -63% total de la muestra, 93% entre quienes tienen una opinión formada-, **Índice de Precios de la Construcción** -58%, 84%- y **Producción Industrial** -54%, 79%- . En el otro se encuentran presentes las estadísticas más desconocidas: **Comercio y Servicios** -37%, 83%- y **Censo Agropecuario** -32%, 84%-.

Otras estadísticas conocidas por los entrevistados son: **Encuesta Permanente de Hogares, Demográficas, Demanda laboral, Trabajo precario y en negro, Censo educativo, Agua potable y Mortalidad infantil** . ?

A las personas que expresaban que alguna de las estadísticas era poco o nada confiable se les preguntó por qué motivo tenían esa opinión.

Debido a que en algunas de las estadísticas medidas los niveles de desconfianza son muy bajos, se observa una alta dispersión de las respuestas. Este es el caso del **Censo Nacional de Población y Vivienda, Censo Económico, Censo Agropecuario, Índice de Precios de la Construcción, Nivel de Exportaciones e Importaciones y Comercio y Servicios**.

A continuación se describen los motivos de desconfianza sobre aquellas estadísticas que acumulan los más bajos niveles de credibilidad.

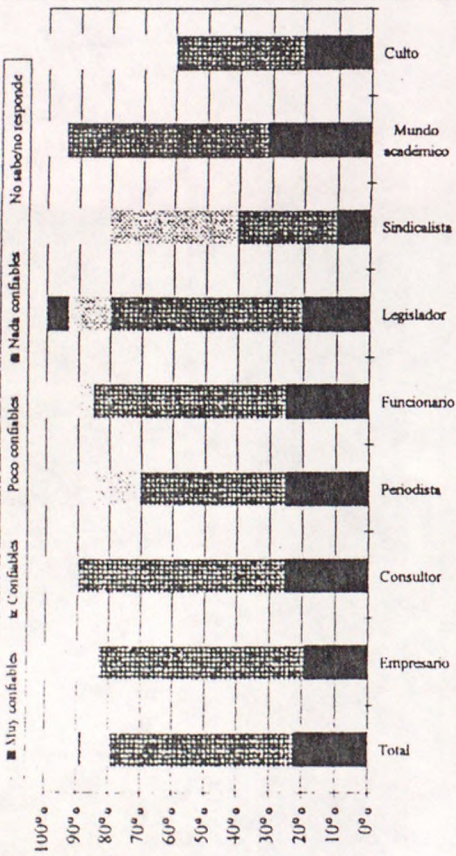
Los aspectos que provocan dudas sobre la credibilidad de la medición de **Producción Industrial** son: los problemas metodológicos -14%- , la falta de actualización y que no refleja la realidad, ambas con el 10% de las menciones.

Respecto del **Índice de Costo de Vida** las críticas se dirigen hacia: los indicadores de la **canasta** -20%- , la **manipulación política** -13%- , no refleja la realidad -13%- y los problemas metodológicos -10%.

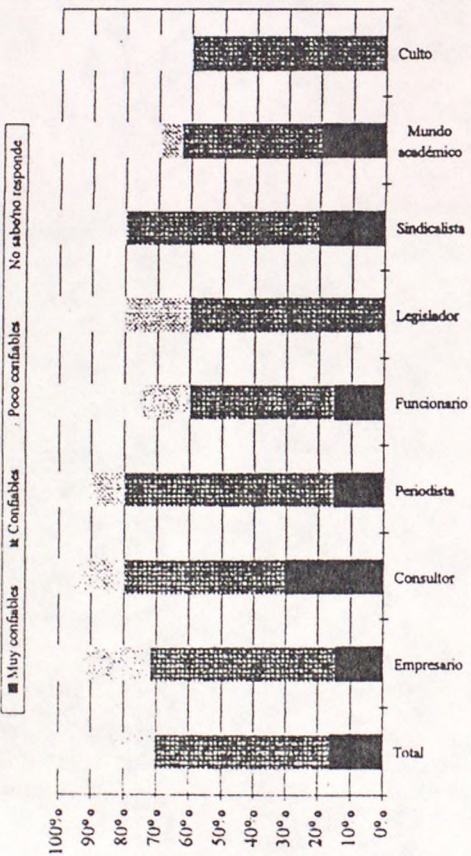
Los fundamentos de la desconfianza hacia el **Índice de Precios Mayoristas** son: la **manipulación política** -29%- , no refleja la realidad -14%- , la composición de los indicadores y problemas metodológicos -10% para cada una de las categorías-.

NIVEL DE CONFIANZA DE LAS DIFERENTES ESTADISTICAS QUE PRODUCE EL INDEC

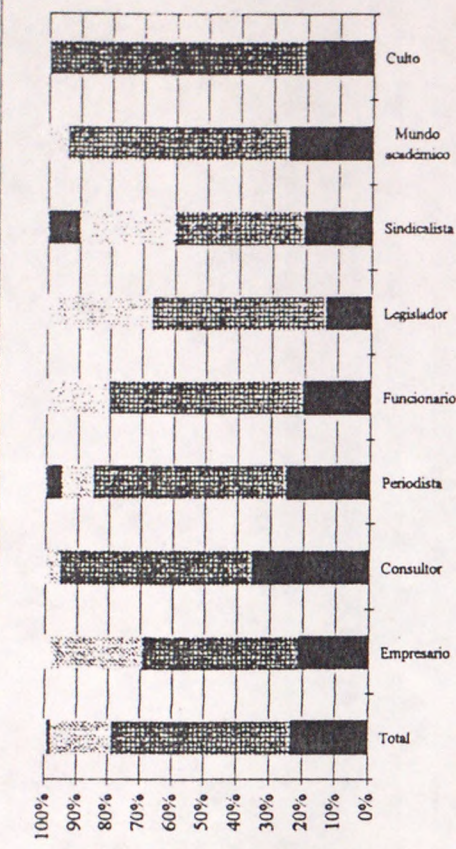
CENSO NACIONAL DE POBLACION Y VIVIENDA



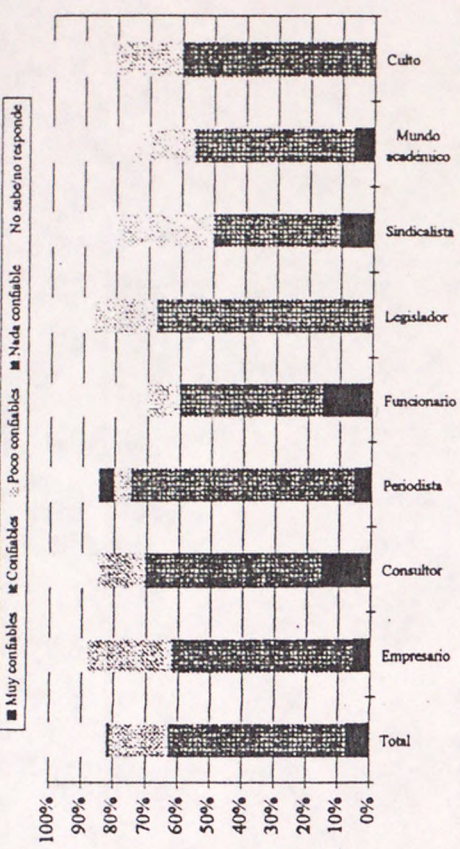
INDICE DE PRECIOS MAYORISTAS



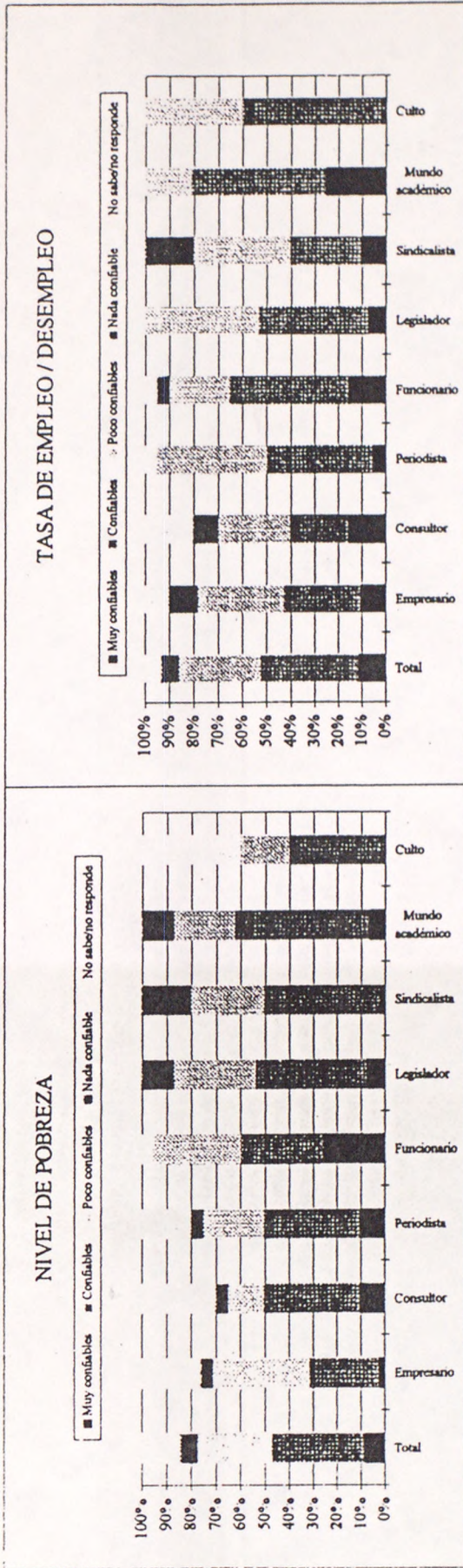
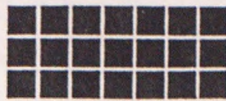
CENSO ECONOMICO



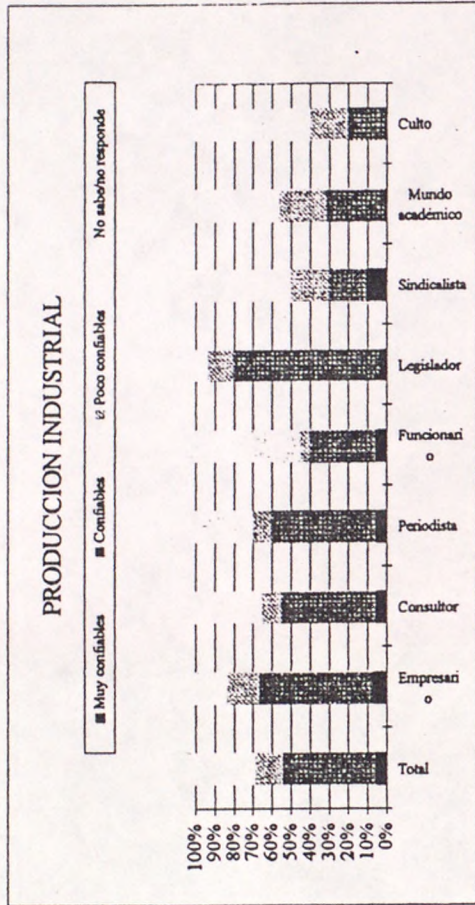
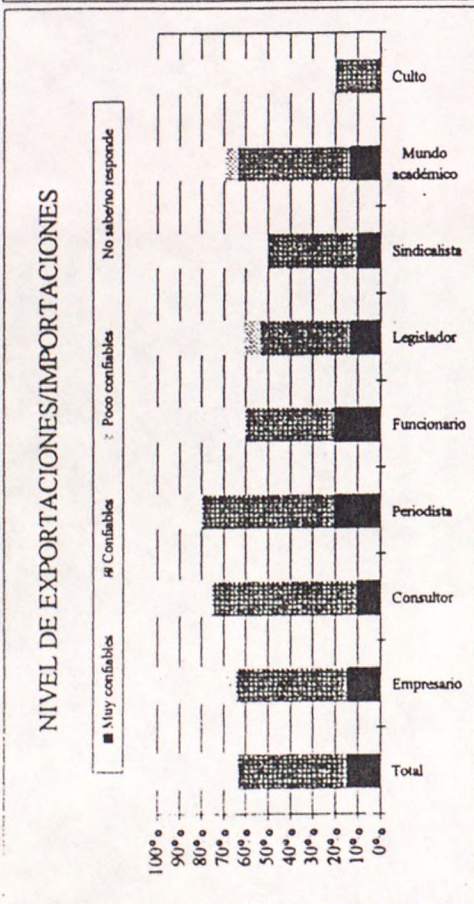
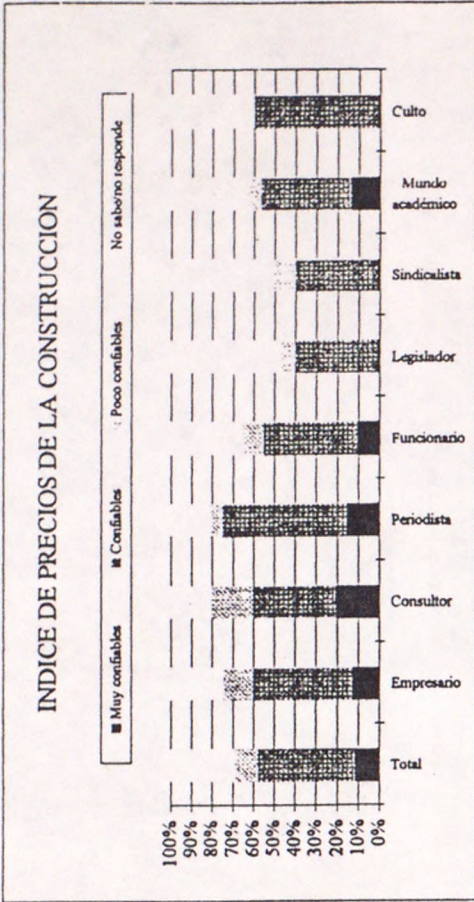
CENSO ECONOMICO



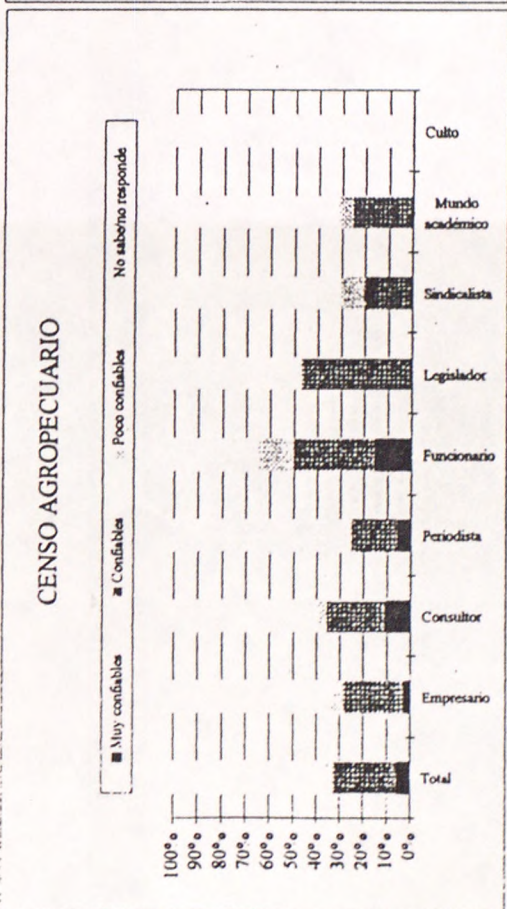
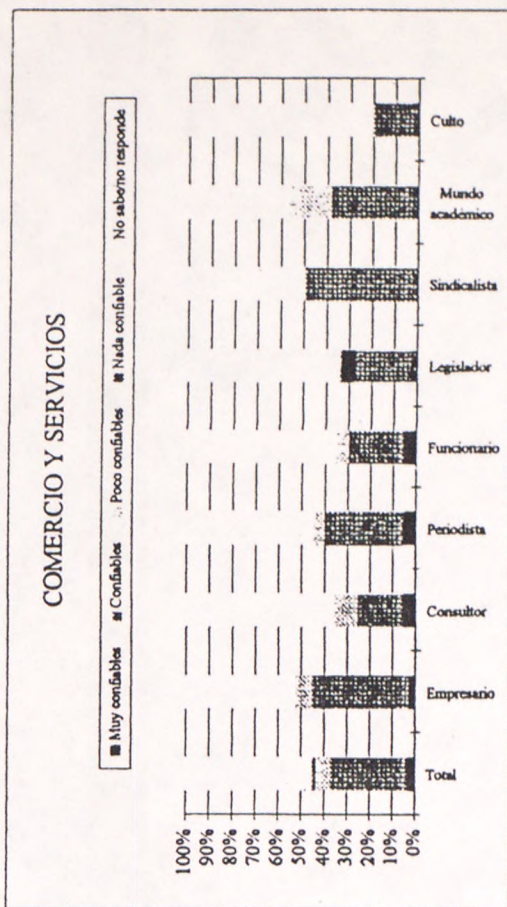
NIVEL DE CONFIANZA DE LAS DIFERENTES ESTADISTICAS QUE PRODUCE EL INDEC



NIVEL DE CONFIANZA DE LAS DIFERENTES ESTADISTICAS QUE PRODUCE EL INDEC



NIVEL DE CONFIANZA DE LAS DIFERENTES ESTADÍSTICAS QUE PRODUCE EL INDEC



La tasa de empleo y desempleo genera desconfianza por los siguientes motivos: la manipulación política de los datos -13%-, no refleja la realidad -11%- y por problemas metodológicos -11%-.

Los reparos que encuentran quienes confían poco o nada en el Nivel de Pobreza están asociados a: los problemas metodológicos -15%-, la manipulación política -13%-y no refleja la realidad -13%-.

3. Información faltante

La mayoría de los entrevistados -62%- cree que existe información que el INDEC debería proporcionar y no proporciona. Los mayores demandantes son los consultores y los funcionarios -80% en cada uno de los grupos-.

Si bien a continuación nombraremos sólo las principales sugerencias que realizaron las personas consultadas en los cuadros estadísticos podrán leerse la totalidad de las mismas.

Los líderes de opinión creen que alguna de la información que el organismo no provee y podría hacerlo es: **mayor desagregación de los datos -12%-**, **análisis cualitativo del desempleo -10%-** y **mayor frecuencia en los datos de producción industrial y servicios -8%-**. Se consignaron también el tratamiento de los siguientes temas - cada uno con el 7% de las menciones -: **marginalidad ó extrema pobreza**, **análisis a nivel provincial**, **distribución del ingreso**, **necesidad de especificar la metodología utilizada** y **series de empleo**.

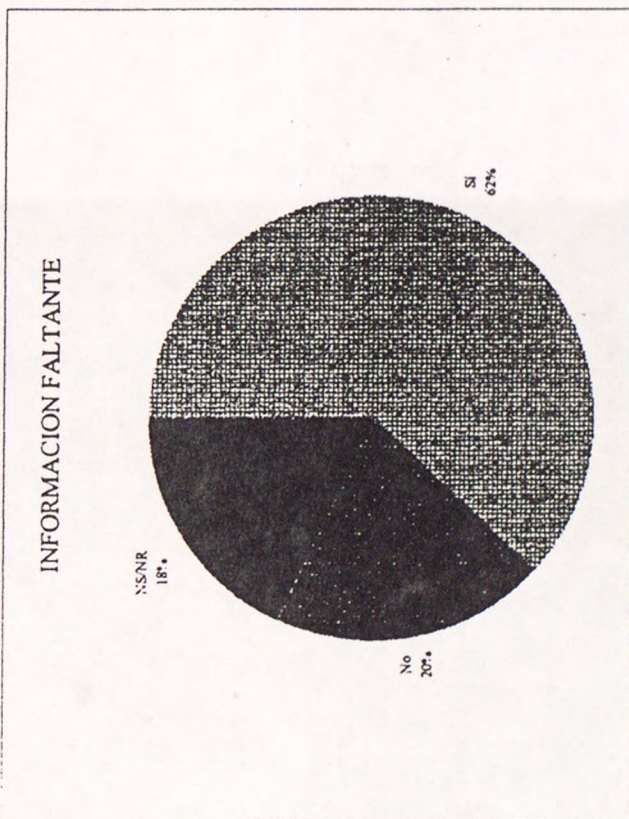
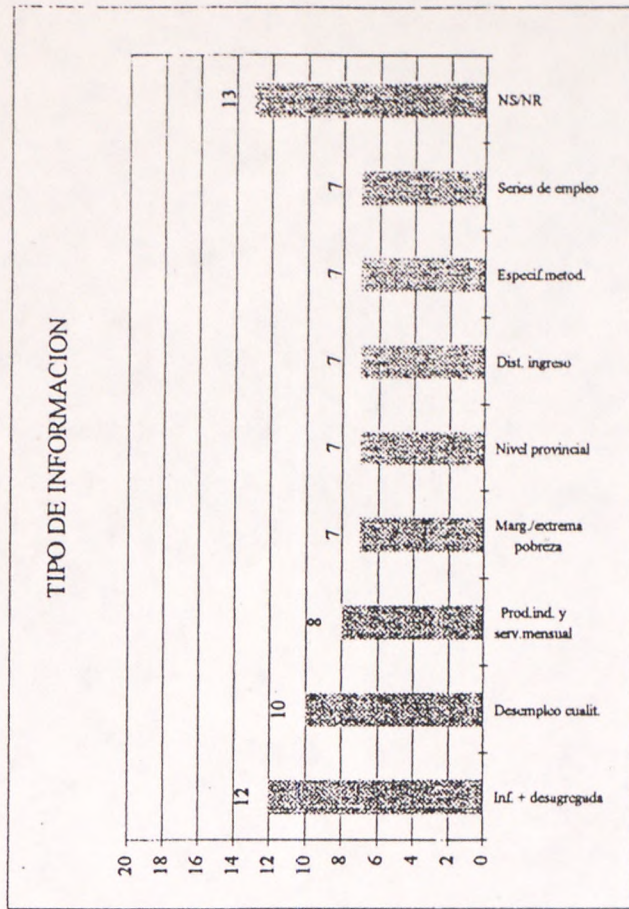
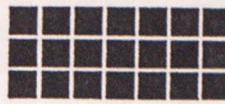
4. Indec vs. Entidades Privadas

Se indagó sobre las preferencias del público entre los datos producidos por el INDEC y entidades privadas.

El 36% de las personas consultadas **prefiere los datos del INDEC**, mientras que el 16% elige las cifras de las entidades privadas. El 14% dice que la elección de utilizar datos del INDEC o de entidades privadas depende. Por otro lado, el 32% manifiesta que elige ambas.

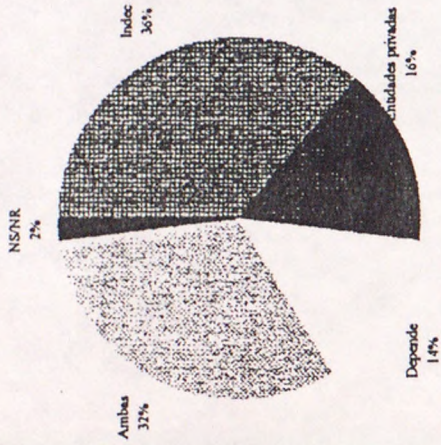
Una importante proporción -43%- de los encuestados manifiesta que la confiabilidad de los datos es la razón principal por la que **prefiere utilizar información del INDEC**. Otros argumentos recogidos son: mayor cobertura -17%-, independencia -15%- y menos ideológicas -13%-.

INFORMACION FALTANTE

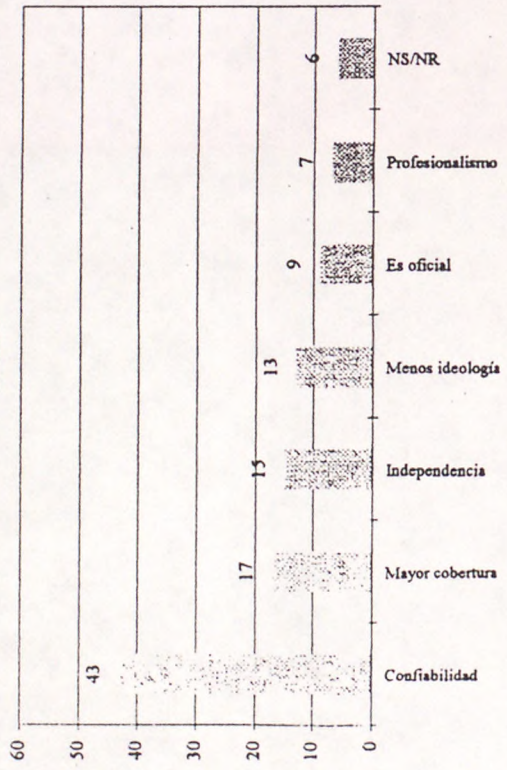


INDEC VS. ENTIDADES PRIVADAS

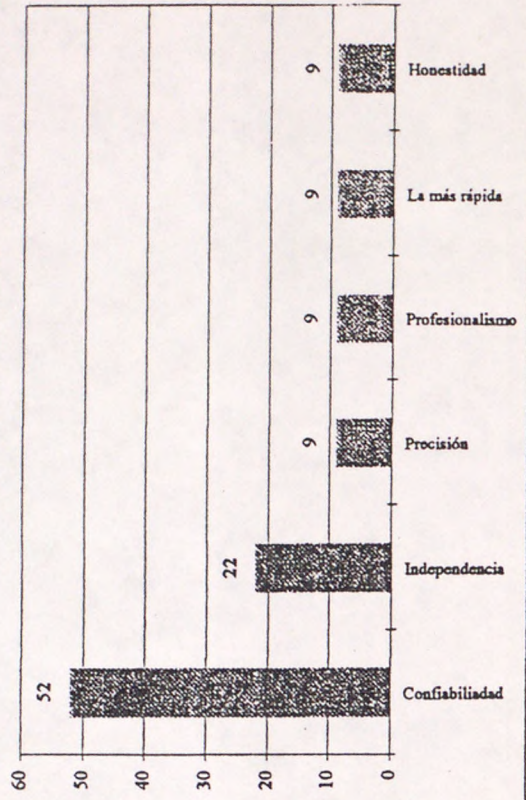
PREFERENCIAS

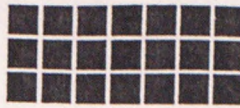


INDEC



ENTIDADES PRIVADAS





La preferencia por la utilización de los datos de entidades privadas está sustentada principalmente en la confiabilidad -52%- y la independencia -22%-.

Se puede observar entonces, que la confiabilidad e independencia del organismo generador de datos son dos valores altamente destacados más allá del origen oficial o privado de la información.

El 55% de quienes manifiestan que la decisión depende, dicen que la elección está condicionada a la información que necesite.

Las personas que no tienen una preferencia definida, sino que en cambio eligen ambas, basan su postura en: la posibilidad de comparar -47%- y en la confiabilidad -19%-.

5. Confiabilidad de los índices de desempleo de Mayo y Octubre de 1995

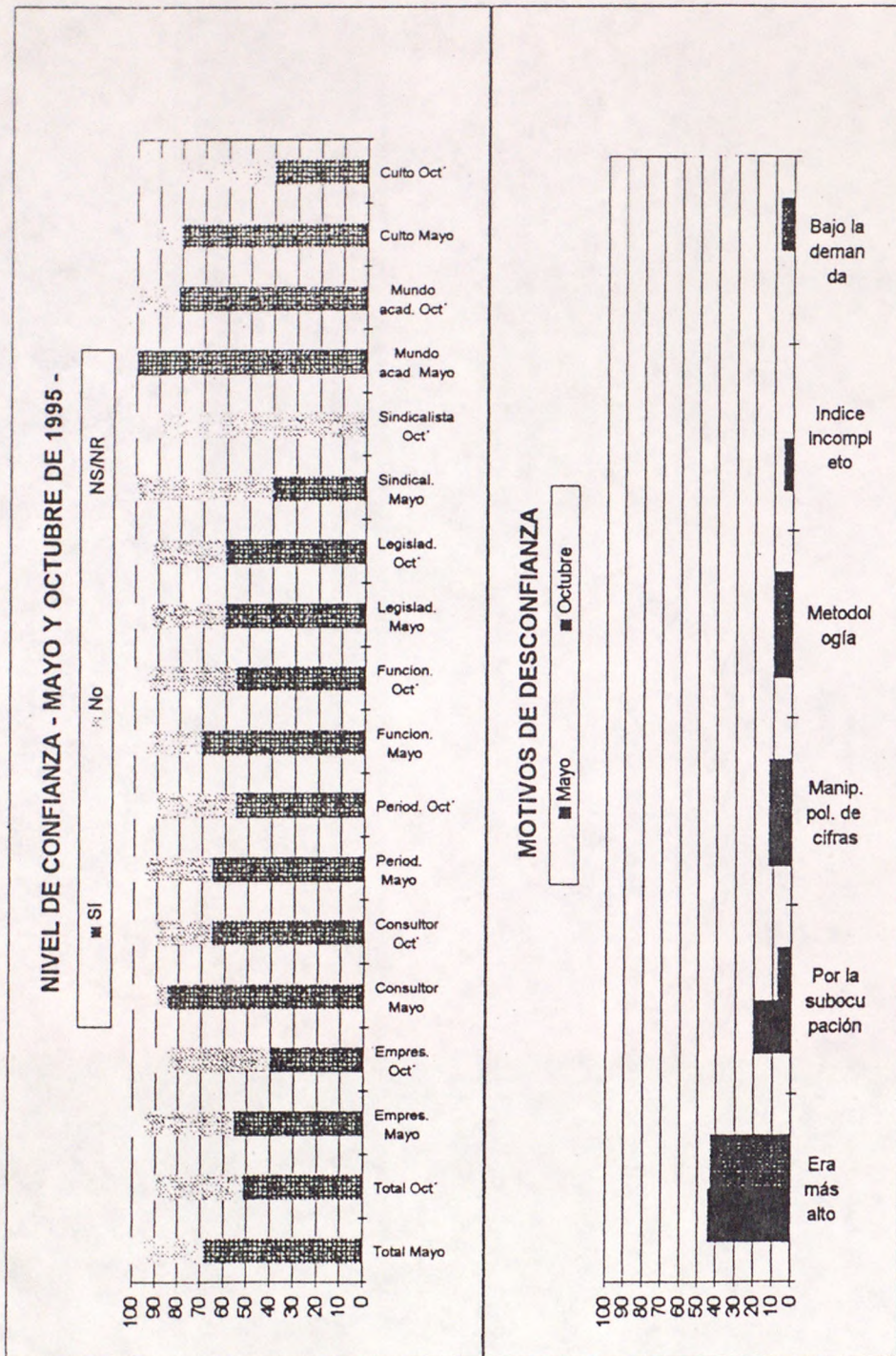
El 68% de los líderes de opinión considera que el índice de desempleo de Mayo de 1995 reflejaba la realidad. Las personas pertenecientes al mundo académico y al sector consultor son los que manifestaron más confianza sobre la veracidad de ese dato -100% y 85% respectivamente-.

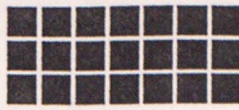
Por otro lado, el 28% no confía en dicho dato. Los fundamentos más relevantes que dan son: el mismo era más alto -44%-, la subocupación -20%-, la manipulación de la información -12%- y la metodología -10%-.

Al indagar sobre el índice de desempleo de Octubre de 1995 se observa que el nivel de confianza se reduce al 51%, descomponiendo 17 puntos respecto del anterior. Son, nuevamente aquí, las personas pertenecientes al mundo académico y al sector consultor los que más creen en la autenticidad de las cifras -81% y 65% respectivamente-.

Los argumentos que dan quienes descreen de este último dato son: era más alto -43%-, por el manejo político de los datos, por la metodología utilizada -9%-, por la subocupación -7%- y bajo la demanda -7%-.

CONFIABILIDAD DE LOS INDICES DE DESEMPLEO DE MAYO Y OCTUBRE DE 1995





6. Organismo autónomo vs. dependiente de otro

El 82% de las personas consultadas opina que el INDEC debería ser un organismo autónomo.

Las razones que sustentan esta postura son: garantizar independencia -45%-, evitar condicionamientos políticos -30%-, garantizar credibilidad -12%- y asegurar objetividad -8%-.

Quienes opinan que debería seguir dependiendo de otro organismo oficial -10%- fundamentan su posición en motivos tales como: el Estado debe asegurar transparencia, el Ministerio de Economía es organizado y hay gente confiable, entre otros.



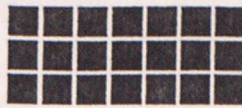
CAPITULO III - UTILIZACION DE PRODUCTOS

1. Utilización de las estadísticas producidas por el INDEC

Casi la totalidad de la muestra -95%- utiliza o ha utilizado datos del INDEC. No se detectan diferencias relevantes entre los distintos segmentos de análisis.

A continuación se indagó en particular sobre la utilización de cada una de las diferentes mediciones que realiza el Instituto. Esta formulación se le hizo a la totalidad de la muestra, hayan manifestado o no que utilizaban datos del INDEC. La razón de esta decisión se debió a que consideramos que si bien una persona en primera instancia puede decir no utilizar datos del organismo -por considerarse usuario poco frecuente o porque no recuerda la estadística utilizada-, al preguntar sobre cada una de las diferentes mediciones puede resultar usuario de las mismas.

En el cuadro que se presenta a continuación pueden observarse los niveles de utilización obtenidos por cada una de las estadísticas ordenadas en forma descendente -de las más a las menos usadas-.



UTILIZACION DE ESTADISTICAS				
Estadística	Sí %	No %	NS/NR %	TOTAL %
ICV ¹²	93	7	1	101
TED ¹³	80	19	1	100
CNPV ¹⁴	78	22	1	101
IPM ¹⁵	72	27	1	100
CE ¹⁶	66	33	1	100
NP ¹⁷	65	32	3	100
NEI ¹⁸	54	44	2	100
IPC ¹⁹	53	45	2	100
PI ²⁰	51	47	2	100
CyS ²¹	30	65	5	100
CA ²²	26	71	3	100

Se generó una variable que nos permitiera conocer cual era el perfil de usuario de esta muestra, en tanto cantidad de estadísticas que utiliza. Se definieron tres categorías de usuario: multiusuario, usuario de dos a cinco mediciones y monousuario. Multiusuario es la persona que utiliza seis o más de las once estadísticas medidas.

Al 68% podemos definirlo como multiusuario. En tanto que sólo el 2% es monousuario - es decir, que utiliza sólo una de las estadísticas nombradas-.

¹² Índice de Costo de Vida

¹³ Tasa de Empleo y Desempleo

¹⁴ Censo Nacional de Población y Vivienda

¹⁵ Índice de Precios Mayoristas

¹⁶ Censo Económico

¹⁷ Nivel de Pobreza

¹⁸ Nivel de Exportaciones e Importaciones

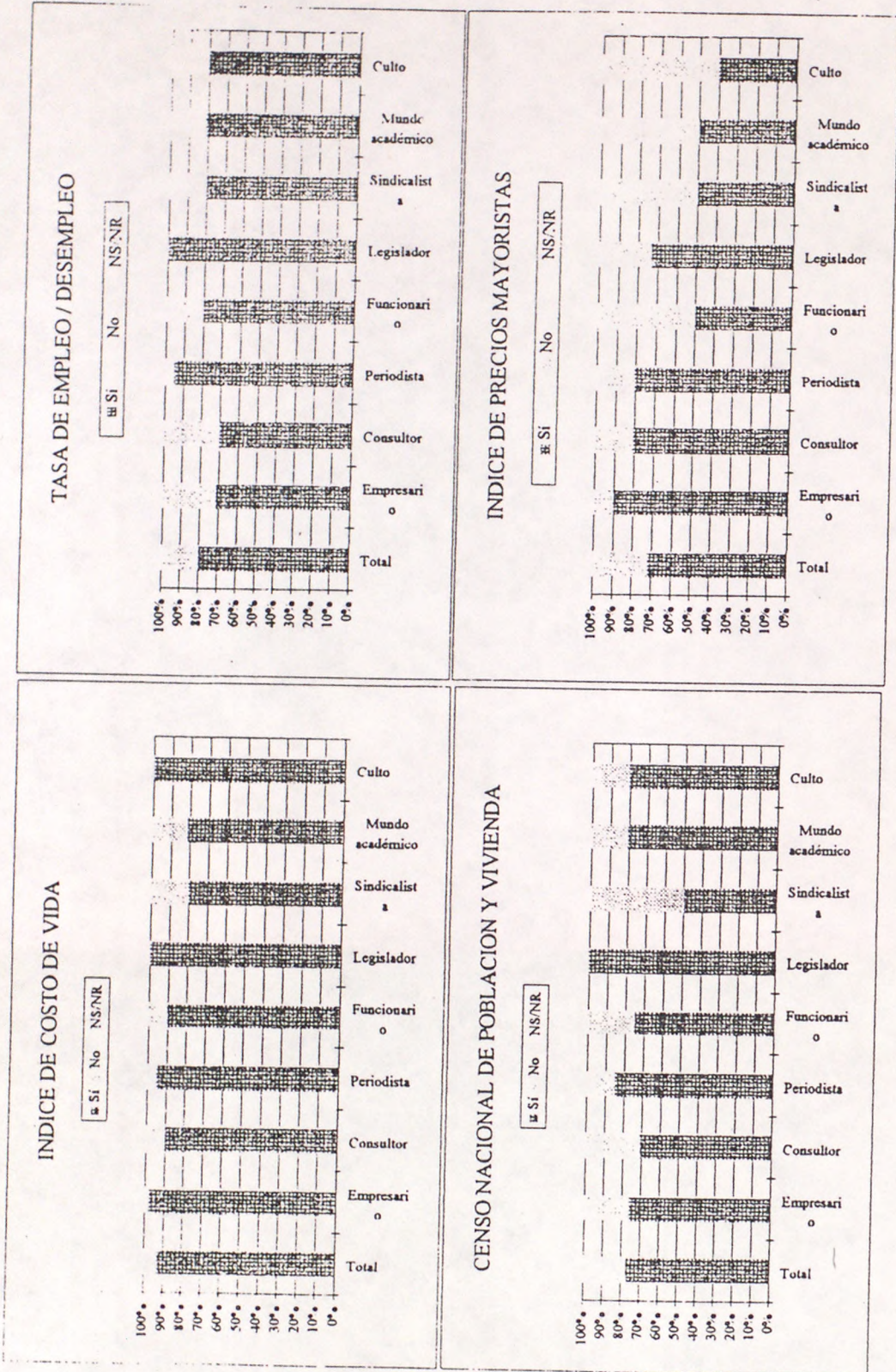
¹⁹ Índice de Precios de la Construcción

²⁰ Producción Industrial

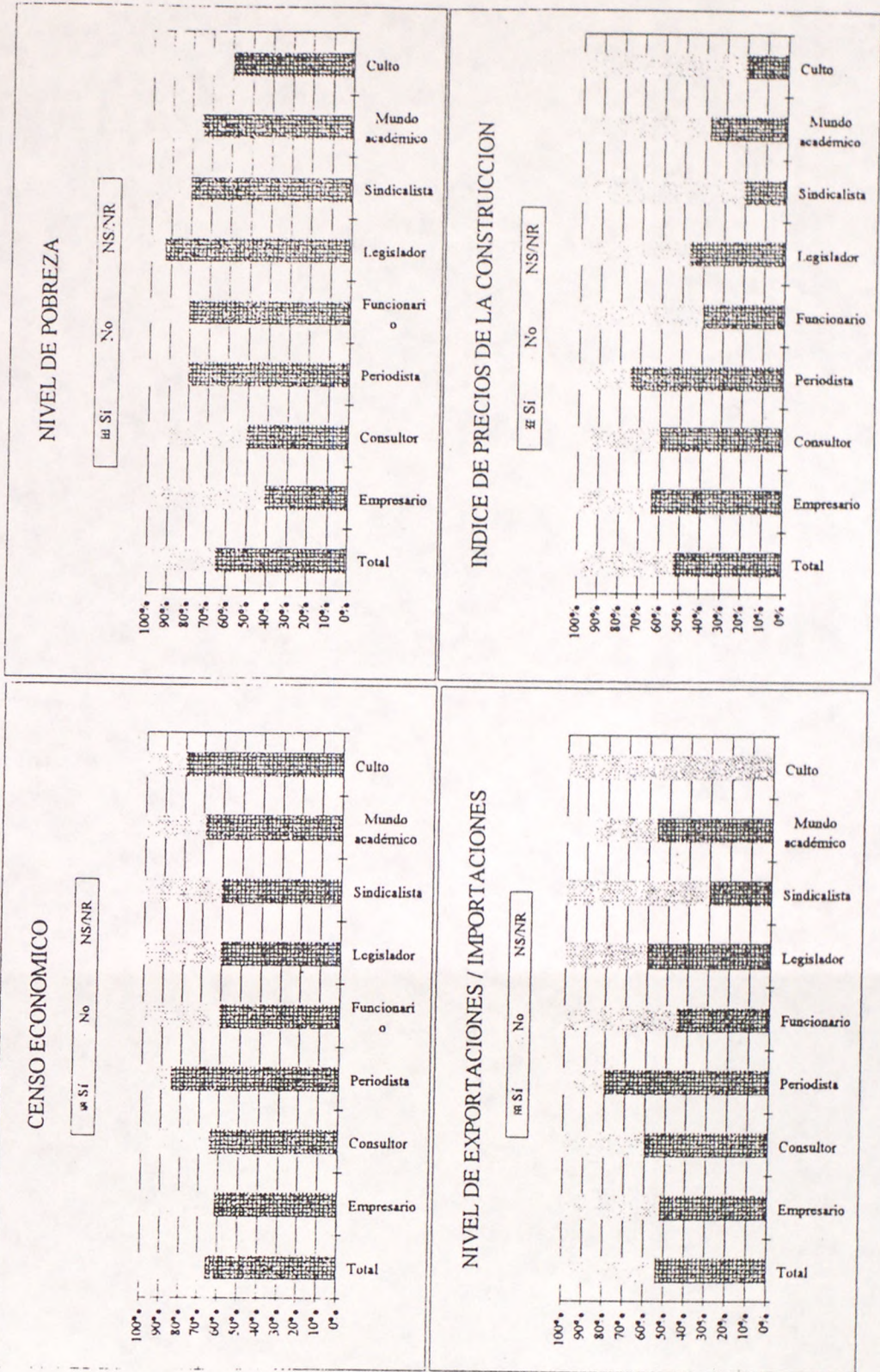
²¹ Comercio y Servicios

²² Censo Agropecuario

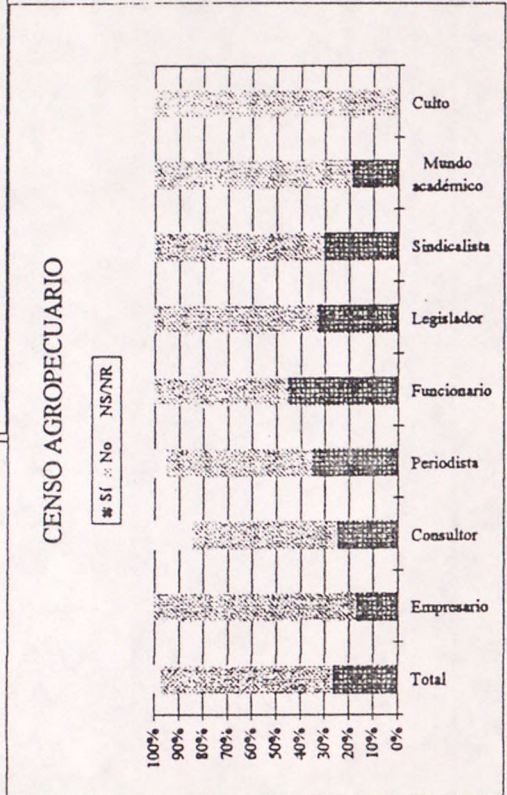
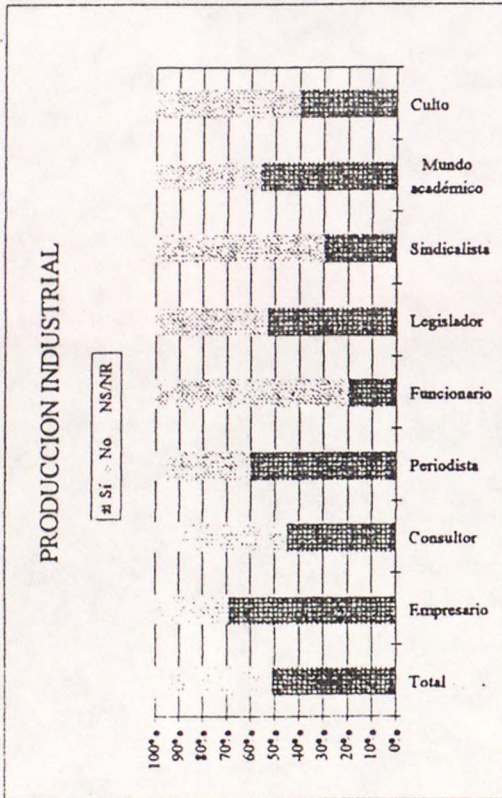
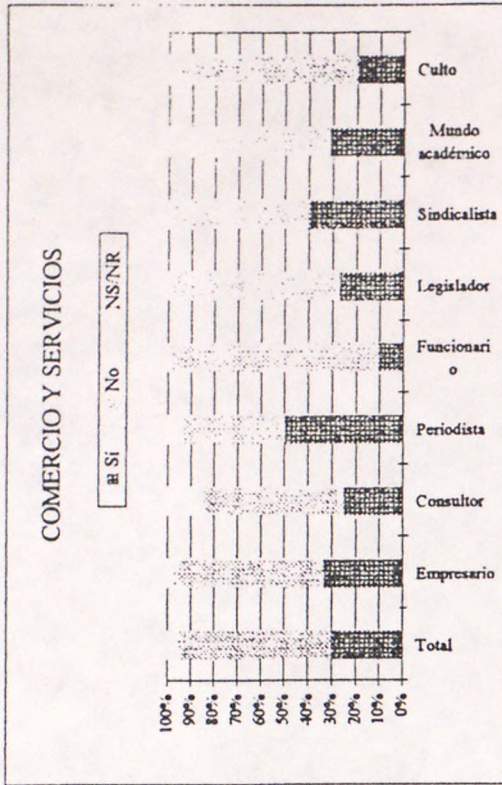
UTILIZACION DE LAS DIFERENTES ESTADISTICAS QUE PRODUCE EL INDEC

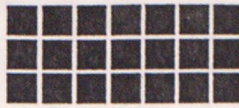


UTILIZACION DE LAS DIFERENTES ESTADISTICAS QUE PRODUCE EL INDEC



UTILIZACION DE LAS DIFERENTES ESTADISTICAS QUE PRODUCE EL INDEC





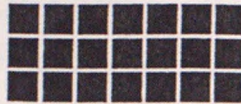
2. Forma de acceso a la información

2.1. Forma de contacto con la información utilizada

Se les presentó a los entrevistados diferentes formas posibles de tomar contacto con la información utilizada. Estos debían responder si utilizan/utilizaron ó no cada uno de esos medios para informarse. Los resultados obtenidos se presentan en el cuadro que se muestra a continuación.

FORMA DE CONTACTO CON LA INFORMACION				
Medio	Sí %	No %	NS/NR %	Total %
Productos de difusión del INDEC	80	18	2	100
Diarios y revistas de circulación masiva	63	36	1	100
Revistas especializadas	59	40	1	100
Libros de texto	30	67	3	100
Dirección Provincial de Estadística	20	78	2	100
Radio y Televisión	14	84	2	100

Si bien en términos generales la forma de contacto con la información más común es a través de los productos de difusión del INDEC; en algunos segmentos se detectan diferencias. En el cuadro siguiente puede observarse cuál es la forma de acceso más habitual en cada uno de los segmentos bajo análisis.



FORMA DE CONTACTO MAS FRECUENTE		
Segmento	Medio más frecuente	%
Empresario	Diarios y Revistas de circulación masiva	76
Consultor	Productos de difusión del INDEC	82
Periodista	Productos de difusión del INDEC	89
Funcionario	Productos de difusión del INDEC	85
Legislador	Diarios y Revistas de circulación masiva	86
Sindicalista	Productos de difusión del INDEC	67
Mundo académico	Productos de difusión del INDEC	100
Culto	Revistas especializadas	100

2.2. Forma de acceso a la información

Se preguntó a los entrevistados cuáles eran las formas a partir de las cuales accedían a esta información. Esta respuesta permitía respuestas múltiples que fueron clasificadas en una única variable; por lo tanto el procedimiento analítico utilizado fue sumar la cantidad de menciones que recibía cada una de las seis posibilidades planteadas en el cuestionario. Ellas son: oficina de atención al público, manda a buscarlos, los pide por fax, por PC (módem), vía INDEC-Internet y por algún conocido. De todas formas en las tablas estadísticas aparecen todas la combinaciones registradas.

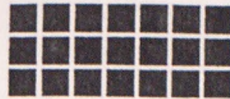
La distribución porcentual registrada sobre menciones es la siguiente: los manda a buscar a las oficinas del INDEC -64%-, oficina de atención al público -22%-, a través de algún conocido -20%-, los pide por fax -14%-, por PC (vía módem) -9%- e INDEC-Internet -2%-.

3. Disponibilidad de datos

La mayoría del público -82%- cree que no existe suficiente difusión de los datos disponibles que posee el INDEC. X

Por otro lado al 89% le gustaría tener más información respecto de la disposición de datos. A continuación se presentan las formas que estas personas consideran más eficaces para difundir la existencia de los mismos. X

DIFUSION SOBRE LA DISPONIBILIDAD DE DATOS



SUFICIENCIA DE DIFUSION SOBRE
LOS DATOS DISPONIBLES

Si	15%
No	82%
Ns/Nr	3%

INTERES EN RECIBIR
MAS INFORMACION

Si	89%
No	11%

FORMAS DE TOMAR CONOCIMIENTO
DE LA INFORMACION

Informacion/avisos en diarios	72%
Mailing a empresas	57%
Correo electrónico	45%
Información por correo	30%
Información/avisos en TV	22%
Información/avisos en radios	19%
Publicidad en vía pública	8%



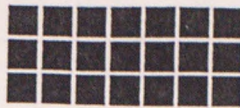
MEDIO DE INFORMACION²³	
Medio	%
Información/avisos en diarios	72
Mailing a empresas/instituciones	57
Correo electrónico	45
Información por correo	30
Información/avisos en TV	22
Información/avisos en radios	19
Publicidad en la vía pública	8

4. Conocimiento de servicios informáticos del INDEC

También se preguntó por el conocimiento, utilización y opinión sobre cada uno de los distintos servicios informáticos que ofrece el INDEC. En el cuadro que aparece a continuación se presentan los resultados obtenidos. Sólo responden si lo utilizan y manifiestan su opinión respecto del mismo aquellas personas que dicen conocer el servicio.

SERVICIOS INFORMATICOS DEL INDEC							
Servicio	Conocimiento %	Utilización (responden quienes conocen su existencia) %	Opinión (responden quienes conocen su existencia) %				
			MB	B	R	M	NS/NR
			CD Rom	20	30	20	17
Consulta on line	19	46	18	32	4	7	39
Internet	17	28	20	12	4	-	64

²³ Menciones Sumadas



CAPITULO IV ATENCION AL CLIENTE

1. Satisfacción con el servicio

Los encuestados evaluaron una serie de servicios, en una escala de 1 a 5 , donde 1 significa "nada satisfecho" con el servicio ofrecido y 5 "muy satisfecho" con el mismo. Con las calificaciones registradas en cada uno de ellos se realizó un índice o puntaje que surge de la ponderación de las respuestas y la división de ese resultado por la cantidad de respondentes. El puntaje máximo a obtener es 100 puntos.

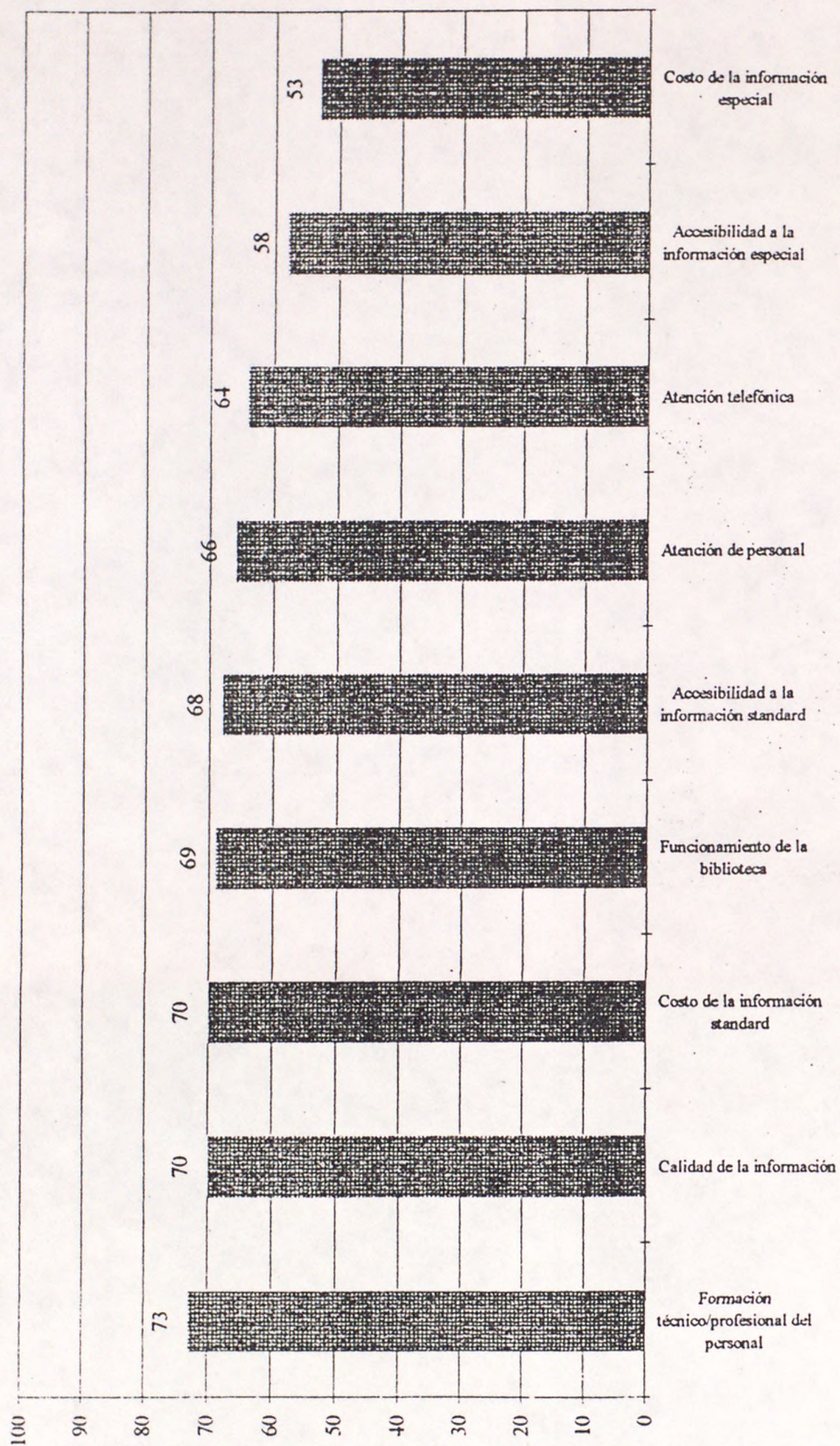
Todos los aspectos ligados a la atención al cliente fluctúan entre un máximo de 73 puntos y un mínimo de 53. A partir de lo cual pueden agruparse en tres segmentos: uno que contiene a aquellos atributos que califican con 70 puntos o más, el segundo formado por los que fueron evaluados de 60 a 69 puntos; y el último donde ubicamos a los que obtienen menos de 59 puntos.

A continuación se detallan los puntajes obtenidos por cada atributo agrupado de acuerdo con la segmentación arriba propuesta.

-70 puntos o más:	Formación técnico/profesional del personal	73
	Calidad de la información	70
	Costo de la información standard	70
-De 60 a 69 puntos:	Funcionamiento de la biblioteca	69
	Accesibilidad a la información standard	68
	Atención del personal	66
	Atención telefónica	64
-Menos de 59 puntos:	Accesibilidad a la información especial	58
	Costo de la información especial	53

Puede notarse que entre los aspectos mejor evaluados se encuentran aquellos que están relacionados con el profesionalismo y calidad de los datos que produce el organismo. Mientras que los peor evaluados son aspectos accesibilidad y costo de la información especial.

ATRIBUTOS DE SATISFACCION CON EL SERVICIO





CAPITULO V - EL CLIENTE COMO PROVEEDOR DE INFORMACION

1. Credibilidad de los datos suministrados por los informantes

El 67% opina que los datos suministrados por las personas, las familias, etc. son **confiables**, mientras que el 25% cree que son poco confiables y el 1% considera que son nada confiables.

La confiabilidad respecto de los datos provistos por las empresas, las instituciones, etc. **disminuye al 55%**. Por otro lado, el 37% cree que los mismos son poco confiables y el 2% nada confiables.

2. Protección legal y confidencial de las respuestas

La mitad de las personas encuestadas **-50%- afirma que la información dada por la población y las instituciones está protegida por una norma legal** que resguarda la confidencialidad de las respuestas. El 18% manifiesta que las respuestas no están protegidas, mientras el 32% de las personas no supo responder a esta pregunta.

Por otro lado, la proporción de gente que cree que el INDEC resguarda la **confidencialidad de las respuestas es mayor -75%-**. Quienes se manifiestan más escépticos sobre este punto son los sindicalistas -40%- y los legisladores -60%-.

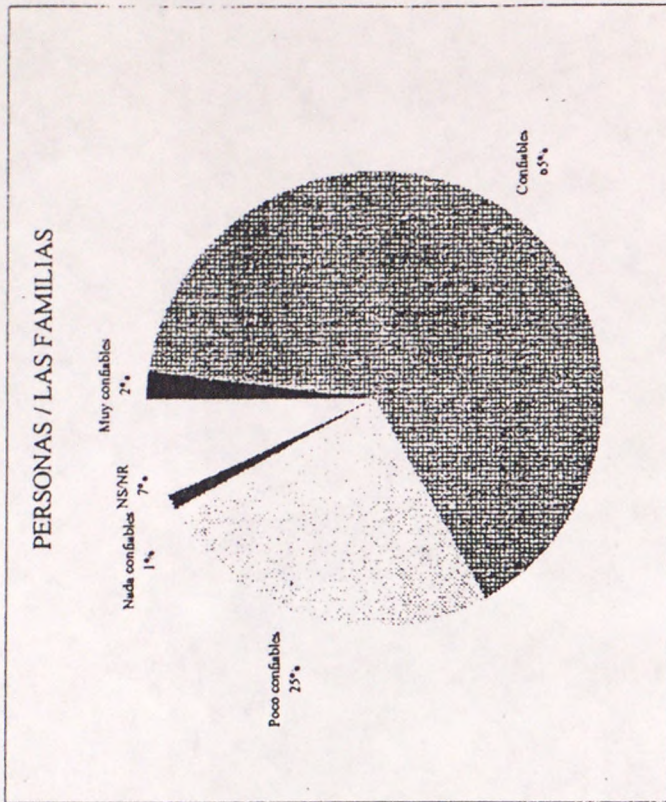
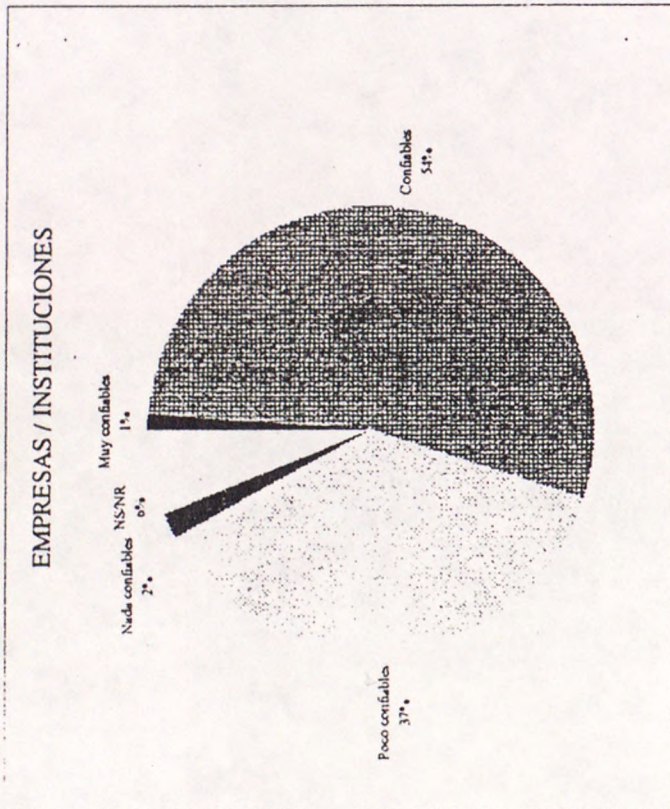
3. Empresa o Institución como proveedores de información

El 28% de los entrevistados declara haber recibido solicitud de colaboración en tanto **proveedor de información**. Esta tendencia se acentúa en los segmentos empresario -60%- y funcionario -35%-.

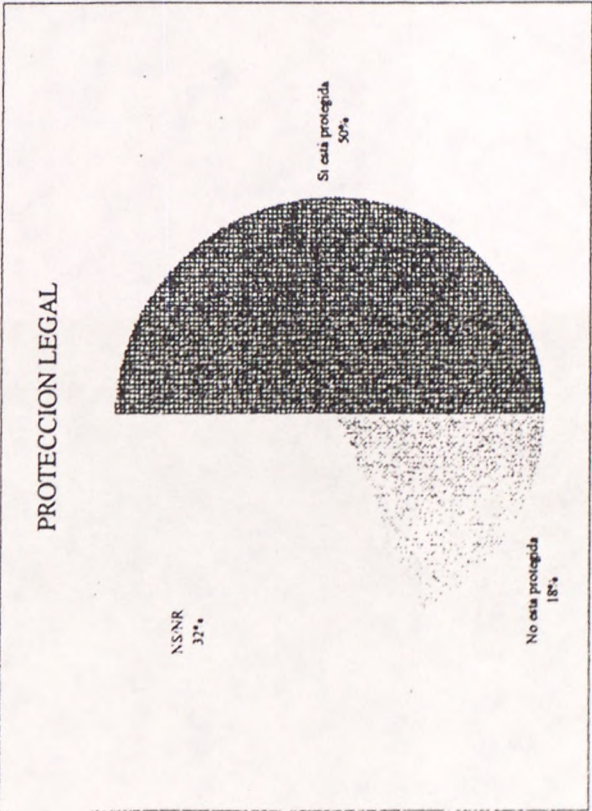
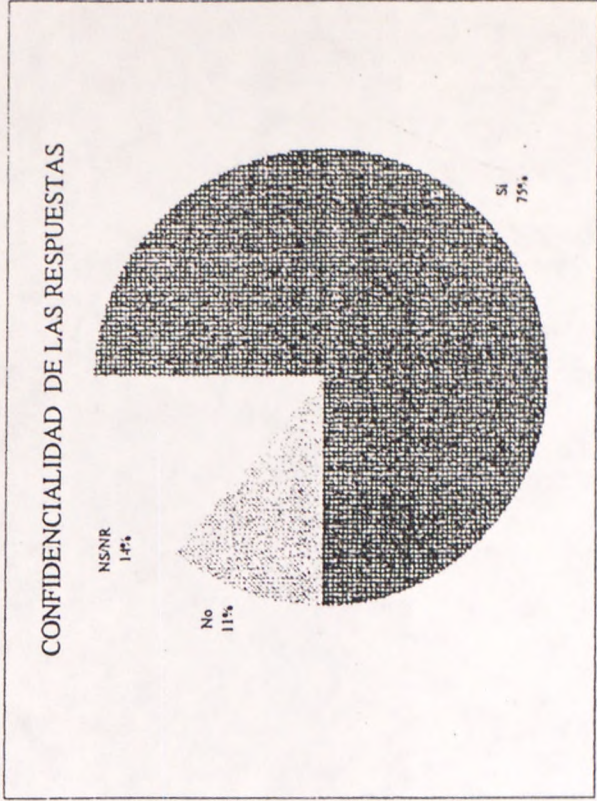
El 90% de las empresas o instituciones a las cuales les fue solicitada información se muestra dispuesta a **brindar información** al INDEC -muy dispuesta 69% y dispuesta 21%-. Mientras que sólo el 9% manifiesta poca o ninguna disposición a dar este tipo de información.

Los motivos que dan quienes se muestran proclives a otorgar información al INDEC son: **contribuir/ayudar -34%-**, **dar una contribución que uno puede necesitar**

CREDIBILIDAD DE LOS DATOS SUMINISTRADOS POR LOS INFORMANTES



PROTECCION LEGAL Y CONFIDENCIALIDAD DE LAS RESPUESTAS





después -24%- , por la importancia de tener estadísticas serias -18%- y es una herramienta de utilidad pública -11%-.

Los fundamentos que dan las personas que están poco dispuestas a brindar información son: piden mucha información, son razonables si son confidenciales, no respetan años ejercicio y temen que se cruce la información.

La mayoría de las personas -83%- a las cuales en alguna oportunidad le fue solicitada información considera que los pedidos que realiza el INDEC no son excesivos, sólo el 10% los considera excesivos.

4. **Sugerencias para mejor la disposición de las personas, las empresas y las instituciones a suministrar datos al INDEC**

Las **principales sugerencias** vertidas por la totalidad de los líderes de opinión, y específicamente por las personas que en algún momento fueron consultados - el porcentaje de este último grupo se señala en letra cursiva - para mejorar la disposición de las personas, las empresas y las instituciones a suministrar datos al Instituto son: **transmitir la confidencialidad de las respuestas -15%/12%-**, **comunicarse con las instituciones y la sociedad -14%/12%-**, **ser independiente -12%/7%-**, **mejorar imagen -10%/7%-**, **devolver a las empresas los resultados del relevamiento -9%/17%-**, **comunicar la importancia de tener datos estadísticos -9%/10%-** y **comunicar la relevancia de los datos que se provee -8%/5%-**.

PROVEEDORES DE INFORMACION

PROVEEDORES DE INFORMACION



28%

60% Empresarios
35% Funcionarios



34%
24%
18%
11%

DISPOSICION A PROVEER INFORMACION

(responden sólo los proveedores)

Muy dispuesta 69%
Dispuesta 21%

90%

Contribuir/Ayudar
Contribución que uno puede necesitar después
Importancia de estadísticas serias
Herramienta de utilidad pública

Poco dispuesta 7%
Nada dispuesta 2%

9%

Razonables si son confidenciales
Piden mucha información
No respetan años ejercicio
Relatividad de la información
Temen cruzar de información



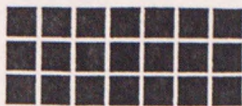
OPINION SOBRE LA FRECUENCIA
DE LOS PEDIDOS DE INFORMACION
(responden sólo los proveedores)

Sí, son excesivos 10%
No, no son excesivos 83%

10%
83%



COMENTARIOS PARA LA ACCION
-Transcripciones de los entrevistados -



CAPITULO I - IMAGEN DEL INDEC

2. Aspectos positivos y negativos del INDEC

- *Cambiar alguna metodología vieja. Empleo tiene vacíos.
- *Encuestas incompletas. Consecuencias: diversas interpretaciones. Ej: desempleo, la gente que nunca trabajó no es tenida en cuenta.
- *Imagen burocrática por ser estatal.
- *Actitud muy dedicada de algunos técnicos. ✓
- *Difícil de acceder, sobre todo en el interior. ✓
- *Capacidad de barrido: muestras muy grandes. ✓
- *El hecho de brindar información es positivo per se.
- *Información creíble, no están sesgados para dibujar.
- *Hay información que no se publica que debería publicarse. Ej: EPH.
- *Cumple una función esencial: proveer indicadores de tendencias y situaciones, en este sentido es único.
- *Se terminaron de realizar algunas buenas publicaciones.
- *Unico organismo capaz de tener una muestra grande, mucho alcance, control y profesionalidad.
- *Metodologías más revisadas y controladas.
- *Es uno de los organismos del Estado que trabaja con relativa eficiencia, técnicos capacitados y existe valor de profesionalidad.
- *Los informes son buenos y útiles para estrategia empresarial.
- *La confiabilidad de los datos se ha mantenido a lo largo del tiempo, con diferentes gobiernos.
- *Competitividad de la información.
- *Solidez de la institución y su rol en el país. Argentina es uno de los pocos países en América Latina con un organismo tan sólido.
- *Es el único organismo con alto nivel de confiabilidad, técnicas altamente probadas, seriedad, confidencialidad.
- *La metodología es muy cuantitativa y poco cualitativa. Por ej: el pulso telefónico hoy vale lo mismo que hace cinco años. Mide precios pero no valores: la calidad del teléfono, la transformación que se ha dado en los servicios.
- *Efecto sustitutivo. Ej: la canasta familiar varía en función de los precios pero se estandariza por períodos.
- *Mide sus propios resultados, estima márgenes de crecimiento y luego los evalúa el mismo.



- *Debería haber mayor oferta de servicios dada la gran cantidad de datos disponibles.
- *Faltan tendencias, siempre en función del pasado.
- *Elaboran pocas estadísticas, pero están en vías de mejorar.
- *Carga de la información recibida: como es un organismo del Estado la gente no opina lo que realmente piensa entonces se pierde (objetividad en el relevamiento.)
- *Le gustaría verlo más independiente todavía, que no esté en el área del Ministerio de Economía, el último director fue muy cuestionado.
- *Existen privilegios al momento de entregar la información, más rápido a algunas agencias que a otras.
- *No es una buena muestra para determinados índices. Ej: canasta familiar.
- *Presentación árida de los datos. No análisis cualitativo.
- *Hace dos años Índice de Costo de Vida: 0%, justo antes de las elecciones. No le cree, cifra manipulada.
- *Dificultad en establecer relaciones con otros organismos, no es culpa de los técnicos sino de los políticos.
- *No programan y no cumplen las fechas de entrega de las publicaciones.
- *Menem lo desprestigia sugiriendo que no es confiable y, sin embargo, es confiable.
- *Costo de vida por estrato: el Índice de Costo de Vida es muy general, tendría que haber por estratos sociales.
- *Falta autonomía presupuestaria, le daría mayor objetividad.

3. Atributos institucionales

Competitivo

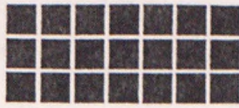
- *Debería serlo.
- *Es monopólico y eso no es malo.
- *No tiene que serlo.
- *Abusa de su monopolio.

Estadísticas que reflejan la realidad

- *Heterogénea.
- *Mide bien lo que mide, pero se le escapan muchas cosas.
- *Depende del índice.

Con buen nivel técnico

- *Heterogénea.



Que se preocupa por la sociedad

*Es al gobierno al que le corresponde.

*Un organismo no se preocupa, es la gente la que se preocupa.

Agil en la producción de datos

*Depende del índice.

Condicionado al poder político

*No manejan los número sino la técnica, los componentes de los índices (ej: canasta familiar). No manipulan los números pero se usan los componentes para obtener ventaja política (ej: con carne o sin carne en el índice porque la pauta de consumo era con carne). Es decir, condicionados en la metodología, no en el resultado final del índice.



CAPITULO II - PRESTIGIO DE SUS ESTADISTICAS

1. Performance en los atributos de la información

Relevante

- *Si se conoce la metodología.
- *Aunque menos que cuando había inflación.
- *Pero falta diseñar el INDEC del futuro. El INDEC hace más o menos bien lo que hace, en este momento se está perfeccionando el INDEC del '70 en vez de preparar el del 2000 (el se lo comentó a Llach). Este INDEC es el de la segunda ola, se ocupa del agro y de la industria pero también de: viajes, consumo de teléfono, internet, comunicaciones, informática; y de forma cualitativa no sólo cuantitativa. Le parece también que muchos datos son agregados, y que sólo parecerían útiles de forma segmentada. Se refiere por ejemplo al Censo Agropecuario y a los datos de Comercio y Servicios, pues a él así como están no le sirven.
- *Fundamentalmente desempleo.

Oportuna

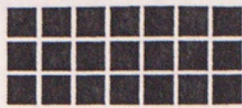
- *A veces oportuna (IPC), otras atrasada (industrial). Depende de las series. Heterogénea.
- *Corto plazo: razonable, son lentos en el largo plazo.
- *Se maneja políticamente.
- *Depende para quien.

Confiable

- *Estructura básica de información vieja, no al día, más honestidad.

Accesible

- *Depende de tiempos políticos.
- *Poco accesible para la comunidad de negocios, el recibe 150 sobres por mes pero ninguno del INDEC. ✕
- *Desigualmente, según el tipo de información.
- *Alguná información es difícil de conseguir.
- *Diferencia entre el ciudadano y el funcionario. ✕



Suficiente

*Falta agropecuario y consumo.

2. Confiabilidad de las estadísticas producidas por el INDEC

Censo Nacional de Población y Vivienda

*Confiables pero no oportunos.

*No los dan completos.

*Carga de la información recibida por ser un organismo del Estado. ??

*Mayor frecuencia

*No responde, por considerarlo incompleto. Del mismo modo opina sobre el censo económico, el agropecuario y producción industrial.

*Al último le faltaron variables: educación, etc. Problemas originados por cambio de gobierno.

Censo Económico

*Nada confiable, por lo que pasó en los últimos cinco años, muy lento, el CE es demasiado especializado. Hacerlo más seguido.

*Carga de la información recibida por ser un organismo del Estado. ?

*Hay que hacerlo con economistas no con simples empleados de un organismo burocrático.

*Confiable, pero incompleto (lo publicado).

*Confiable. Los datos tardan en salir porque hay encuestados que quieren venderlos. ??

*Confiable. Las respuestas son voluntarias, no obligatorias. Los informantes no dan buenas respuestas por falta de una propaganda didáctica. Lo mismo sucede con el índice de producción industrial.

*Poco confiable, no se le da la relevancia necesaria. Ellos son (una empresa) una de las más grandes del país y los datos que le piden no son relevantes.

Censo agropecuario

*Lo que hay es confiable, pero no capta muchas cosas. Problema de alcance y conceptualización.

*Hay que hacerlo con economistas no con simples empleados de un organismo burocrático.

*Poco confiable, no usaron todas las fuentes, el personal del INDEC no está capacitado para eso.



Producción industrial

- *Los índice referentes a la industria no son buenos en este momento aunque sean los mejores de América Latina. Le parece que están discontinuados, desactualizados, viejos.
- *No los dan.
- *Confía en los encuestadores no en los encuestados.
- *Más frecuencia.
- *Atrasado.
- *Hay problemas derivados de la no disponibilidad de la metodología. En los demás casos tal vez sería cuestionable la metodología pero por lo menos está disponible.

Índice de Costo de Vida

- *Está bien hecho, rápido.
- *No dicen cuáles son las marcas que miden, absurdo de la confidencialidad. Ej: cigarrillos.
- *Problema de método y de transparencia. Índice de Costo de Vida sólo abarca Gran Buenos Aires y centros urbanos. El INDEC es poco federal.
- *Produce desfases en la actualización de juicios viejos. Incluso existe la ley 24.283.
- *Sólo GBA, no interior.
- *Las estadísticas e índices del INDEC son confiables pero en base a indicadores poco adecuados.
- *Mala elección de la canasta, no es representativo.

Índice de Precios de la Construcción

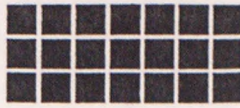
- *Hacer uno nacional.

Índice de Precios Mayoristas

- *Sube pero no refleja la realidad, son precios internacionales. Canasta dispersa.
- *Basado en precios irreales: problema metodológico.

Tasa de empleo y Desempleo

- *INDEC mete todo en la misma bolsa. El desempleado por mucho tiempo es lo importante, los otros no. No se toma en cuenta el esfuerzo de buscar trabajo. Desempleado es el que lo está por mucho tiempo y se esfuerza por conseguirlo.
- *Depende mucho de la definición.
- *El problema no es la profesionalidad, es un problema político de definición.
- *Confiable. ¿Presión política?
- *Carga de la información recibida por ser un organismo del Estado.



- *Confiable, pero existe un problema de definición de la variable que es dicotómica. Pero es algo que pasa en todo el mundo.
- *Debería ser mensual.
- *Metodología: términos subocupación/desocupación.
- *Es difícil medirlo. Método perfectible pero no malo. Desconfía de la muestra, lo mismo pasa con el Nivel de Pobreza.
- *Mayor frecuencia.

Nivel de Exportaciones e Importaciones

- *Ciertos vacíos.
- *Está bien hecho.
- *Confiable, bien trabajado.
- *Balanza comercial se hace en junio, pero sale muy tarde.
- *Es inoportuno.
- *Poca actualización.

Comercio y Servicios

- *No hay una base estadística. Poca información.

Nivel de Pobreza

- *Limitación por varias fuentes.
- *Faltan datos censales.
- *Espectacular.
- *Depende mucho de la definición.
- *Lo mide bien, pero el problema es lo que se quiere medir.
- *Depende mucho de la información, no sirve para comparar con otros países.
- *El problema no es la profesionalidad, es un problema político de definición.
- *No hay mecanismos sistemáticos de medición y es difícil de conocer la línea de pobreza. Además existe el manejo político que afecta la divulgación.
- *Muy confiable, pero insuficiente, sólo mide GBA.

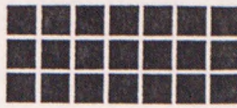
Otras estadísticas

- *EPH: requiere cambio de método y territorio (Mar del Plata, Olavarría)
- *EPH: lucha muy grande para obtenerlos completos.



3. Información faltante

- *Más información censal, más detallada. Algunas que no se publican, de acceso limitado.
- *Modificar Índice de Costo de Vida: efecto sustitución, medirlo y no modernizar las ponderaciones. Ej: calidad.
- *Desocupación cualitativamente. Faltan elementos cuali dentro de los índices y discriminación por tipo de trabajadores.
- *Todo tipo de indicadores socioeconómicos más modernos que muestren la transformación de los últimos años. Industrial: competitividad, recursos humanos.
- *Marginalidad, criminalidad, extrema pobreza, innanición por provincias.
- *Podrían aprovecharse más los recursos, haciendo investigaciones de expectativas, imagen.
- *Anticipos, pronósticos, tendencias. Ej: stock de ocupación a futuro.
- *Análisis más detallado y frecuente sobre gasto, inversiones e ingreso.
- *Es imposible satisfacer todas las demandas de los investigadores, pero se pueden producir muchos datos más.
- *Más información sobre PyMES: índice de rotación, ventas por sector de actividad, no existe la menor idea. Falta mucho para la comunidad de negocios.
- *Dar un buen uso de las cifras.
- *No elaboran series de empleo, sólo de industria y es atrasado y tardío. Tampoco hay datos sistemáticos sobre empleo por sector. Salarios sólo de industria. No hay datos sobre inversión.
- *Agropecuarios, no hay censo de contratistas (problema de conceptualizar e incorporar nuevos fenómenos).
- *Todo lo que sea datos cualitativos para el planeamiento de la Argentina futura: computadoras, internet, homeworking, comunicación, viajes. Hacen falta datos, el INDEC no está preparado para el futuro.
- *Mal el índice de demanda laboral que está buscado en diarios.
- *Temas laborales, dinámica y relaciones laborales. No hay información de convenios colectivos de trabajo.
- *Más en medios informáticos tipo CD ROM.
- *Expandir las encuestas de empleo a más centros urbanos y rurales y con mayor frecuencia.
- *Mayor difusión: diversidad de intereses, datos, forma de utilizarlos.
- *Especificación de metodología, no sabe que es la PEA y le gustaría saberlo.
- *Publicación mensual de producción industrial y comparar con el Departamento de Comercio de Estados Unidos.
- *Estadísticas sobre servicios. Ej: tarjetas de créditos.
- *Información más desagregada, tiene que dar la base completa de EPH y los microdatos del Censo a nivel manzana.
- *Más información sobre producción industrial, mercado laboral, estructuras de consumo, informes de precios.
- *Información completa sobre pobreza y desocupación, no publican toda la información que tienen.



4. Indec vs. Privadas

- *Las consultoras sólo copian, el INDEC es más independiente.
- *Prefiere el INDEC a organismos privados que responden a sectores como ADEBA, pero prefiere a organismos privados independientes al INDEC.
- *No hay comparación. Ej: desempleo.
- *INDEC tiene más fondos y la ley para realizar esas encuestas.
- *Producción industrial: un industrial prefiere contestarle a FIEL. Empleo, IPC sólo INDEC.
- *Privados: más profesionalismo, motivación, desafiados por la competencia, y menos influenciados políticamente.
- *Depende de la confidencialidad estadística, en general mejor INDEC.
- *Depende, FIEL es liberal, INDEC ideológicamente neutro en algunos temas.
- *Depende, INDEC es confiable en estadísticas en general.
- *Depende, confía en las dos. En general usa las de FIEL y compara. Los privados surgen por una falencia del INDEC, por cosas que no hay. Si tienen tanta plata que hagan más.
- *INDEC gana por ser oficial. Son pocos los temas en que se mide lo mismo, no ve mucha competencia.
- *Privadas porque son más rápidas, si no fuera por eso INDEC.
- *INDEC tiene más capacidad/interés y alcance nacional por ser un organismo del Estado. Es profesional y no partidista.
- *INDEC es más serio, cruza más datos. Los privados están muy condicionados por la demanda, el INDEC chequea más.
- *Ambas, para cruzar información y controlar estadísticamente.
- *INDEC, mucho más confiable: muestra, llegada a todo el país, encuestadores profesionales.
- *INDEC, más confiables, tienen mayor espectro de análisis. Las privadas tienen parte no empírica, de deducción.
- *En el ámbito judicial los organismos públicos tienen mayor valor como prueba, ninguna entidad es totalmente prestigiosa y libre de influencias.
- *Más imparcial. FIEL está subsidiada por empresas, no miente pero sus preguntas pueden inducir hacia ciertos resultados.
- *Privados se basan en el INDEC, procesan su información y la publican.
- *Privados, son mucho más imparciales no tienen otra vocación más que la estadística pura.
- *INDEC tiene, a pesar de algunos problemas metodológicos, mayor representatividad y validez estadística.
- *INDEC, las privadas a veces subjetivas en función de quien encarga el trabajo.
- *En temas económicos las privadas, porque el INDEC es oficial y puede sesgar la información. Para los índices INDEC.
- *El INDEC por la estructura, pero debería ser auditado por privadas confiables.
- *INDEC, cree que son más confiables e imparciales porque no se originan de fuentes particulares.
- *Depende de la información que necesiten, en precios: INDEC, en producción industrial: FIEL, actividad financiera: ADEBA.



5. Confiabilidad de los índices de desempleo de Mayo y Octubre de 1995

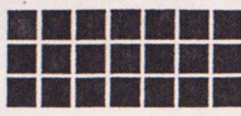
- *Ojo! eufemismo sobre "falta de búsqueda" no son censables.
- *Ni sí ni no, hay que definir desempleo y aceptarlo todos. No es culpa del INDEC.
- *Condicionado por la forma de calcularlo.
- *No está de acuerdo con la metodología.
- *Sí, depende del contexto en que se da la información. Ej: cae la demanda de empleo... que baje dos puntos no significa estar mejor.
- *Sí, si el desempleo se mide en forma dicotómica, si se lo midiera con grados sería menos. Por eso hay que tomarlo con mucho cuidado.
- *Parcialmente, un índice "no refleja" la realidad sólo indica parte de ella.
- *No responde, el INDEC no publicó eso. Péssima interpretación de la información publicada, no se indica una baja en la desocupación.
- *El desempleo que se mide no es el importante, se piensa que sólo es gente que se muere de hambre, no refleja la realidad.
- *Nadie acepta la definición de desempleado, hay gente que no busca porque sabe que no va a encontrar.
- *Hay mucha gente buscando empleo, pero no toma en cuenta trabajo informal.
- *Es fantasioso hablar de 18,6% si en este momento hay una transformación estructural del empleo, algunas modalidades nuevas ni siquiera son tomadas en cuenta en la encuesta.
- *Cree que superaba el 20%. El error está en el método: alguien que tiene una changuita aparece como empleado y no lo es.
- *No, porque no toma en cuenta algunas variaciones. Mala base de cálculos. Iguala subempleo y desempleo.
- *Sí, cifras serias pero no refleja el sistema laboral argentino.
- *No, porque es el principal problema político del país, y el INDEC es un organismo oficial políticamente dependiente.
- *No, manipulación del poder político. "Demanda laboral": tramposo y ocultan economía informal.
- *Sospecha porque cree que es más alto, no queda claro si abarcan el empleo en negro, el subempleo.

6. Organismo autónomo vs. dependiente de otro

- *Deberían privatizarlo: más credibilidad.
- *No es muy relevante: aunque sea autónomo puede depender porque no le dan presupuesto. Es una decisión política no es un problema de jurisdicción.
- *Autónomo federal con control parlamentario.
- *Es lo mismo, que sea autárquico no da independencia de nada.
- *Debería ser un organismo autónomo privado, lo privado es mejor que el gobierno.
- *Daría lo mismo.



- *El Estado se debe hacer cargo de dar datos más transparentes de la mejor manera posible. INDEC es un buen instrumento que debería ser mejor utilizado.
- * Su director debe ser independiente de los gobiernos, porque las estadísticas sirven para controlar a los gobiernos.
- *Está bien donde está por una cuestión práctica, el Ministerio de Economía es el más organizado. Además depende de Planeamiento que es muy buena.
- *No está sometido a presiones, pero como autónomo su información sería más aceptada socialmente.
- *Autónomo para que exista mayor independencia, tipo Banco Central.
- *Es lógico que esté en la esfera del Ministerio de Economía, la autonomía le restaría capacidad técnica.
- *Para que no le formen un perfil: si depende del Ministerio de Economía, va a ser más económico; como ente autónomo podría abarcar más.
- *Debe tener autonomía financiera, operativa, institucional; supervisada por el Poder Ejecutivo y Legislativo.
- *Dependiente, porque la gente de Economía conoce mejor la realidad económica del país, tiene mejores criterios.
- *Autónomo, su función es mucho más amplia que lo estrictamente económico, depender del Ministerio de Economía le da un perfil muy económico y descuida lo social.
- *Los datos del INDEC deben estar libre de apreciación o amiguismo con el gobierno, ganarían en credibilidad.
- *Quiere que sea privado, no corresponde al Estado encargarse de lo que hace el INDEC.
- *Por una razón operativa, porque si depende de Economía la accesibilidad a los datos es más rápida.
- *Autónomo, ser y parecer. Imágen más autónoma (esto no significa que haya presión).



CAPITULO III - UTILIZACION DE PRODUCTOS

2.2. Forma de acceso a la información

- *Pedido en mesa de entradas: proceso formal, tardío y burocrático; a veces tardan un año.
- *Algún conocido: es lo más fácil. El Censo Económico del '84 recién se conoció en el '91.
- *Algún conocido: a veces y está mal, pero se debe a problemas de difusión y acceso.
- *Internet, aunque no hay difusión.

3. Disponibilidad de datos

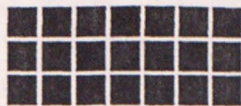
- *No, es el punto más débil del INDEC.
- *No, no se le saca el jugo.
- *Replanteo de imagen.
- *No hay difusión pública pero el que está en el tema sabe.

Medios de información

- *Diarios y radios: No, por fragmentación de información.
- *Que lo vayan a ver, el compra seguro pero no van.
- *Suscripciones para mandar información con constancia y actualizaciones.
- *Diarios, no gastaría un peso en otra cosa.
- *Un boletín con la información disponible: conseguir los datos más desglosados es difícil y algo turbio (por conocidos, funcionarios que venden).

4. Conocimiento de servicios informáticos

- *No conoce, pero le parece magnífico.
- *CD ROM, buen servicio pero llega atrasado entonces va a la biblioteca de la empresa.
- *Internet, intentó de motus propio comunicarse con el INDEC hace dos semanas y no lo logró.
- *Falta divulgarlos.
- *Sólo los conoce por los avisos publicados en los diarios.



CAPITULO IV - ATENCION AL CLIENTE

1. Satisfacción con el servicio

Atención al cliente

- *Depende, con algunos muy satisfecho con otros nada satisfecho.
- *Es un desastre hasta que uno encuentra a la persona indicada.

Formacion técnico profesional del personal

- *Algunos muy buenos, muchos no.
- *No responde, hay gente buena pero no quiere generalizar.

Calidad de la información

- *Heterogénea: Índice de precios de la construcción (muy satisfecho), Censo económico (satisfecho), Producción Industrial (poco satisfecho).
- *Calidad desigual.

Accesibilidad a la informacion standard

- *No se sabe que hay.
- *Poco accesible para el común de la gente, accesible para los interesados.

Accesibilidad a la informacion por pedido especial

- *Si no conoce a la gente imposible. Con áreas con las que trabajan habitualmente es más fácil.

Costo de la informacion por pedido especial

- *Insólitamente alto, sobre todo para las instituciones sin fines de lucro.



CAPITULO V - PROVEEDORES DE INFORMACION

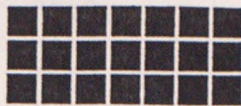
1. Credibilidad de los datos suministrados por los informantes

Personas, familias, etc.

- *Depende del reaseguro.
- *Depende de las normas de muestreo.
- *Depende, si son de la DGI menos confiables.
- *Confiable en promedio, depende del talento de los encuestadores.
- *Depende de la pregunta, es muy desigual.
- *Poco confiable por la subjetividad. Carga de la información recibida por ser un organismo del Estado.
- *No sabe, en promedio se cancela, pero hay problemas.
- *Poco confiable, depende de lo que se pregunte.
- *Confiables en promedio, algunos no.
- *No responde, depende de las familias: muy necesitados o no.
- *Confiables, pero falta trabajo educativo sobre la importancia de los censos.

Empresas, Instituciones, etc.

- *Baja la confianza al bajar el tamaño de la firma.
- *Los valores dados por las cámaras son menos confiables que los dados por los individuos.
- *Depende de la metodología de la encuesta.
- *Poco confiables, hay algunos mejores que otros.
- *Poco confiables, porque pueden ser comprometidos con sus respuestas.
- *Depende de la pregunta, es muy desigual.
- *Poco confiable por temor a la divulgación.
- *Poco confiables, son "cuidadosas", cuando pregunta el Estado desconfía. No son mentira pero tampoco completas.
- *Poco confiables, no hay cultura de transmitir información veraz.
- *Poco confiables, responden de acuerdo con sus intereses.
- *Poco confiables, todavía hay miedo.
- *Poco confiables, por el tema de la información de la DGI.



2. Protección legal y confidencialidad de las respuestas

Protección legal

- *Sí está protegida, pero la gente no le cree.
- *No sabe, al estar en la órbita del Ministerio de Economía genera desconfianza.
- *Si está protegida, pero es insuficiente.
- *No está protegida, falta regulación, el no daría información o no creería que se resguarda esa norma.
- *Sí está protegida, pero la población lo desconoce o desconfía de la aplicación de la norma.
- *Esta protegida en algunos casos. Ej: censos industriales.

Confidencialidad de las respuestas

- *No por ser estatal. Como empresa no tomaría el riesgo de develar los datos.
- *Depende, a veces sí. No en forma absoluta.
- *Exageran, con eso tienen la excusa para no dar datos.
- *No, a nivel macro sí lo hace, el problema es micro.
- *Supone que sí, pero por dinero tal vez... como en cualquier lado.
- *Sí, pero cree que hay filtraciones, es un problema viejo.
- *No, tiene sus dudas.
- *La institución sí, ¿algún pícaro?
- *No, se maneja desde la política.
- *Sí, no se las da a la DGI. Pero revenderla a alguien ¿quien sabe?

3. Empresa o institución como proveedores de información

- *Antes si no contestaba se imponía un castigo. El INDEC exige la información.
- *Es una entidad pública seria.
- *Es útil trabajar con ellos, le gusta colaborar porque tiene que haber mucha información. Pero a veces esa voluntad se frustra por la rigidez, la antigüedad de su metodología.

4. Sugerencias para mejorar las disposición de las personas, las empresas y las instituciones a suministrar datos al INDEC

- *La gente no tiene la imagen correcta -transmitir el tema del secreto estadístico- que la gente conozca la importancia de los datos que provee.
- *Imagen y realidad de mayor independencia: la gente se va a prestar más si es consciente de ello.



- *Competitivo: intercambio (si alguien da información, que el INDEC devuelva algo).
- *Publicitar sus productos para que sea más conocido.
- *La gente tiene desconfianza, hay que bajarla explicándole a la gente que es el INDEC y por qué es fundamental. Hay que comunicar y vender, entrar en la sociedad, aumentar su alcance y participación en la vida pública.
- *Difundir la aplicación de los índices para concientizar sobre la importancia de los mismos.
- *Reformar su imagen pública. Crear un órgano externo de participación social (Universidades, empresas) que lo controle, que asegure el carácter público pero no político.
- *No se conoce al Director del INDEC, la transparencia del organismo debe tener una cara.
- *Agilizar el trámite. Ej: diskettes en vez de planillas.
- *Seguir mejorándolo, haciendo un marketing efectivo que las empresas se den cuenta que les sirve colaborar porque los datos que ayuda a producir le serán útiles.
- *No cree que haya falta de disposición por parte de las empresas.
- *Mayor confiabilidad del INDEC, que la gente tenga mayor conocimiento de que hacen y como lo hacen para no sospechar de los resultados.
- *Formar un Consejo para controlar el manejo de la información.
- *Problema de educación: hacer una campaña mostrando las ventajas de tener información fluida. Para un problema estructural es necesaria una solución estructural.
- *Hacer conocer las fuentes de información que recibe.
- * El INDEC debe demostrar solidez, coherencia y falta de manejo político en la base sobre la que organiza la información. Debe publicar sus metodologías. Los pedidos de información deben tener una presentación atractiva, moderna; y debe replantear la calidad de los pedidos. Además debe dar una imagen de modernización.
- *El INDEC resguarda la confidencialidad y la gente no lo sabe. x
- *Que llegue más al pueblo, que forme parte de los programas de los colegios, que alguien prepare algo.
- *Mostrarse al servicio de la comunidad y no estar al servicio de grupos de interés/poder. }
- *Se puede acceder a muchos datos sin molestar a las empresas: balances, etc.
- *Campaña de difusión de la importancia de un nivel de actualización de las estadísticas del país, que mejora la toma de decisiones económicas, políticas, etc.

Otros comentarios

- *Los datos deberían ser comparables internacionalmente. _____
- *Son reacios a dar información. Por ej: quería saber que marcas de cigarrillos se utilizaban para el Índice de Costo de Vida y no se lo quisieron decir por secreto estadístico (y eso no debería ser secreto).
- *Hay información que se consigue pidiéndola off the record a algún funcionario.
- *El INDEC debería ser más sensible a la producción de información para la toma de decisiones. Estructura/Coyuntura: INDEC diseñado para cosas más estructurales, no es tan eficaz para dar información de coyuntura.



*Como depende del Ministerio de Economía, Llach fija una agenda de difusión de datos que se usa políticamente.

*El INDEC crea falsas expectativas, dice mentiras y es manipulado políticamente.

*Sería bueno que exista una oficina de atención al público con mayor sentido económico, que brinde información científica y metodológica.

*El INDEC no los atiende, sería bueno recibir cada tanto un boletín en el Poder Judicial.

*Le gustaría una agenda de publicación de datos, el Índice de Costo de Vida sale siempre a tiempo pero los otros nunca se sabe. También le gustaría tener datos mensuales de producción industrial, si FIEL lo hace el INDEC lo puede hacer y mejor.

*Autarquía del INDEC, mayor rapidez en la brecha tiempo captación-publicación, campaña de reposicionamiento de su imagen, exposición pública de los profesionales, vinculación profesional y competitiva con otras entidades estadísticas del mundo.

*Falta: trabajo más profundo y sistemas.

*La ley de convertibilidad quita utilidad a los índices.

*La información del INDEC es utilizada regularmente por nuestra empresa, especialmente como fuente de análisis macroeconómico. Es muy positiva la tendencia a incorporar nueva información (censo económico, datos de producción industrial y de servicios, etc.). Sería importante también que se revisen las metodologías para mejorar la calidad de las estadísticas (por ejemplo, en el caso de las importaciones de bienes de capital, que influyen bienes que no lo son). Suele suceder que sólo se revisan las cuestiones metodológicas cuando los resultados son desfavorables. El acceso a la información ha mejorado pero aún subsisten problemas, ya que si bien se ha informatizado la atención al público (en la sala del INDEC o vía módem), el sistema funciona con muchas imperfecciones. La atención es buena, aunque los trabajos especiales (por ejemplo de información de comercio exterior) demoran mucho tiempo en ser procesados y realizados, pese a estar arancelados con tarifas elevadas.