

SÓLO PARA PARTICIPANTES

DOCUMENTO DE REFERENCIA

DDR/21

14 de marzo de 2001

SÓLO ESPAÑOL

CEPAL

Comisión Económica para América Latina y el Caribe

Primera reunión de la Conferencia Estadística de las Américas
de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe

Santiago de Chile, 9 al 11 de mayo de 2001

DESAFÍOS Y TENDENCIAS DE LA MODERNIZACIÓN DE LOS SISTEMAS ESTADÍSTICOS NACIONALES

Estrategia de difusión por tipo de usuario y política de comercialización
de la Dirección General de Estadística, Encuestas y Censos

Este documento fue preparado por Julio M. Fernández Frutos, Director General de la Dirección General de Estadística, Encuestas y Censos (DGEEC) de Paraguay. Las opiniones expresadas en este documento, que no ha sido sometido a revisión editorial, son de la exclusiva responsabilidad del autor y pueden no coincidir con las de la Organización.

01-3-255

INTRODUCCIÓN

Con este breve ensayo pretendemos exponer a los colegas de América Latina, la experiencia paraguaya en materia de difusión, y nuestra estrategia, con relación a la comercialización de las estadísticas en Paraguay; en particular la política institucional de la Dirección General de Estadística, Encuestas y Censos. Estamos conscientes que las oficinas de estadísticas de nuestros países han dado significativos avances en esta materia; esperamos enriquecernos con los valiosos aportes de colegas directores y de los técnicos de CEPAL, que estamos seguros surgirán de los debates, críticas y opiniones de los participantes; quienes a diario tienen que afrontar la compleja tarea de dar a conocer la realidad nacional de la manera más conveniente posible.

En esta presentación abordamos el desafío teniendo en cuenta las características del *usuario objetivo*, explicamos los instrumentos empleados, el alcance y los riesgos asociados a los mismos. Hemos ilustrado este documento con los titulares de algunos diarios de mayor circulación en Paraguay, para evidenciar los riesgos de nuestras publicaciones cuando éstas afectan a sectores con intereses creados.

Advertimos asimismo a los lectores, que se debe tener en cuenta el contexto en el que se desenvuelve la Oficina de Estadística de Paraguay: *Democracia representativa incipiente y altamente vulnerable; descrédito de la mayoría de las instituciones oficiales; a pesar de ello, fuerte presión para pasar a una democracia participativa*. Por otro lado, no todas las oficinas oficiales generadoras de indicadores delinear políticas de difusión transparentes y claras.

Finalmente con relación a la política de comercialización o de recuperación de costos, la DGEEC ha delineado una política que prioriza el largo plazo.

I.1) OPINIÓN PÚBLICA EN GENERAL

La opinión pública que desconoce los términos técnicos, es la mayoría en Paraguay; es el **mercado** más grande que hay que conquistar; sin embargo, por las dificultades que imponen los términos técnicos se hace difícil acceder al mismo. Para saltar los obstáculos de comunicación se ha diseñado hace unos años atrás un documento multicolor con un lenguaje accesible a toda la población y que puede ser distribuido en distintos formatos: impreso, en CD'S y en la página WEB; el documento se denomina "*Divulgación Popular*" y contiene innumerables variables definidas con sencillez e ilustradas con dibujos alusivos a los temas tratados. **En general es el formato impreso el que actualmente se ha difundido mayormente y la prensa escrita se encarga de darle abundante difusión.**

Es intención de la DGEEC que el material forme parte del programa de estudios de la escuelas primaria y secundaria; sin embargo, aún no hemos planteado oficialmente este tema a las autoridades del Ministerio de Educación y Cultura.



I.1.1) Ventajas:

- 1) Los dibujos son llamativos, las explicaciones sencillas y están al alcance de todos
- 2) Son de fácil reciclaje en el sentido de poder utilizar las mismas ilustraciones cuando se tiene la posibilidad de generar informaciones más desagregadas (a nivel departamental).
- 3) La lectura es agradable y permite conocer la realidad nacional invirtiendo poco tiempo.

I.1.2) Desventajas:

- 1) En el mediano plazo el impacto se puede diluir, las modificaciones de dibujos tienen sus costos; la reiteración de las mismas ilustraciones en dos o más publicaciones le sacarán brillo al trabajo
- 2) Llamativamente, a pesar de la excelente ilustración; el término ***Divulgación Popular***, al parecer ahuyenta la lectura del sector Universitario. En exposiciones presentadas en las universidades nos hemos percatado que los alumnos son atraídos por la calidad de la presentación, pero nuestras ventas son mucho menores en este sector de la sociedad; probablemente un cambio de nombre pueda corregir este problema. ***En Paraguay el término "Popular" tiene una connotación peyorativa (los universitarios no se sienten atraídos por literatura popular)***
- 3) No siempre se pueden explicar todas las variables de una manera sencilla; en algunos casos se corre el riesgo de inducir a otra interpretación cuando se pretende *popularizar* las explicaciones.

I.2) PRENSA

La Prensa, en sus distintas modalidades (radial, escrita y televisiva) es la principal intermediaria entre las oficinas de estadísticas y el público en general, y además es la que se

encarga de certificar, a través de sus comentarios la credibilidad o no de nuestras publicaciones.

La objetividad de las oficinas de estadísticas y la valentía para no dejarse influenciar por las fuerzas políticas de turno; aún en momentos en que la publicación de los indicadores sea desfavorable a las autoridades gubernamentales, tiene alta rentabilidad; más aún en un contexto en el que existe escasa credibilidad en las instituciones públicas.

I.2.1) Prensa escrita: las estrategias más utilizadas son las conferencias de prensa y la entrega de boletines de prensa. Las explicaciones deben ser suficientemente claras y sencillas; en la mayoría de los casos se pueden intentar dar explicaciones de las posibles causas de los cambios generados. La gran velocidad con que se mueven estos medios y la competencia por las *primicias* o por no quedar atrás en las coberturas ameritan preparar el terreno previamente para darle el verdadero impacto a la noticia; si estamos dando una conferencia de prensa en el día internacional de la mujer (aprovechando este día para dar a conocer el perfil de la mujer paraguaya, por ejemplo), no nos podemos permitir que la falta de claridad y buena preparación de los materiales les genere atrasos a los periodistas y le impulse a preparar mejor sus publicaciones para el siguiente día; el siguiente día, ya no es el día internacional de la mujer.

Cómo brindarle un buen servicio a la prensa escrita?: además de los boletines de prensa, se deben preparar materiales que sean susceptibles de scanear, los cuadros y gráficos deben contener la fuente; por otro lado, en las conferencias se pueden facilitar en soportes magnéticos las presentaciones en power point (para evitar realizar muchas impresiones). Es recomendable facilitar además de los boletines de prensa, las presentaciones en power point, impresas o en soporte magnético.

Las conferencias de prensa no son suficientes: debemos tener presente que en las conferencias de prensa no vienen los sociólogos, economistas, politólogos de renombre e influencia en la sociedad; a ésta gente debe brindarse un trato especial a través de la provisión personalizada de las presentaciones; es importante mantener contacto permanente a través del correo electrónico, fax, y remitiéndole a sus oficinas nuestras publicaciones.

I.2.2) Prensa Radial: Tienen la ventaja de la rapidez y la reiteración al dar a conocer nuestras informaciones; sin embargo, tienen la siguiente desventaja: no pueden mostrar nuestros impresos y en muchos caso cuando hacemos presentaciones ilustradas en power point, estos medios no pueden transmitir con claridad las informaciones; por esa razón es recomendable preparar resúmenes informativos para sintetizar las informaciones que se dan a conocer en las conferencias de prensa; es preferible, en el caso de que sea factible realizar, hacer una primera síntesis de las informaciones para los medios radiales, y luego explayarse en la presentación.

I.2.3) Prensa Televisiva: También requieren en general de una síntesis informativa, por lo costoso del tiempo en televisión. Esto evita que en los noticieros se cercene la información y podamos llegar de la mejor manera posible a la opinión pública en general. Es recomendable entregar los mismos materiales que se recomiendan para los demás medios, pero, una larga exposición en general es innecesaria para la televisión.

Se debe conocer los nombres, direcciones y las principales coordenadas de los especialistas por temas; porque en la actualidad la especialización está muy avanzada en los medios de difusión masiva; a las especialistas de género, de salud, de política, de economía etc. se los debe identificar convenientemente para la remisión de los reportes.

I.3) COMUNIDAD ACADÉMICA

I.3.1) Nivel Primario y Secundario

- a) **Publicación enciclopédica:** En asociación con medios de difusión masiva hemos elaborado una enciclopedia con datos estadísticos ilustrados de todos los departamentos del país (el Paraguay está dividido en Dptos.)

Departamento

Concepción

La región de Concepción se convirtió en departamento con la primera Ley de división territorial de la República de 1996 que le reconoce una superficie extendida hasta las serranías del Amambay. Sus límites se modifican con el Decreto Ley 426 de 1993. Entre 1950/1992 mantuvo un ritmo de crecimiento demográfico lento debido a importantes flujos de emigración. Su población es mayoritariamente rural y eminentemente joven, con escasa cobertura sanitaria y bajo nivel educativo, predominando la actividad agropecuaria. Su inminente vinculación con la red de caminos pavimentados y el aprovechamiento óptimo del puente sobre el río Paraguay, ayudarán a romper su aislamiento y potenciarán el desarrollo del departamento.

DGEEC **Última hora**
Planificación, Estadística, Incentivos y Difusión

PARAGUAY 2000







Ubicación geográfica
 Situada en el extremo noroeste de la Región Oriental, su límite al norte es el río Apa, teniendo como límite al Brasil, al este el río Paraguay y al sur el río Ypacaré la separa de la Región Occidental y del departamento de San Pedro, respectivamente; y al este el arroyo Chacabíca, el río Aquidabán y una línea artificial lo hacen colindar con el departamento de Amambay.

Población
 Población: 191.911 habitantes
 Superficie: 18.051 Km²
 Densidad: 10,5 hab./ Km²

División política
 Capital: Concepción
 Está dividido en siete distritos: Concepción, Bellón, Herqorta, Loreta, San Carlos, San Lázaro y Yby Yá'a.



Se ha tomado la precaución de elegir el diario que además de tener una gran tirada, sea el de mayor neutralidad en cuanto a vinculación política.

En Paraguay se acostumbra que los lanzamientos de fascículos coleccionables estén acompañados de una gran promoción previa; en este caso los primeros fascículos aparecerán en los próximos días en coincidencia con el inicio de las clases en las escuelas y colegios.

a.1) Impacto de la Publicación: el diario seleccionado es el único en Paraguay que tiene el carácter de matutino/vespertino. Semanalmente la DGEEC estará con presencia institucional desde marzo hasta septiembre. Podemos alcanzar a 300.000 personas cada semana. “Cada fascículo además, promocionará el próximo censo 2002”.

a.2) Riesgos: se puede decir que los riesgos en este caso son mínimos; Sin embargo por mencionar uno de ellos podemos decir que uno de los posibles peligros sea el malestar que podría generarle a la competencia del diario seleccionado. Todos los diarios de Paraguay, en esta época del año enfatizan en sus publicaciones las páginas escolares.

b) Conferencias Semanales en Colegios: La DGEEC cuenta con un equipo que visita 4 colegios por mes; en general se escogen en primera instancia a los colegios nacionales que tienen un número significativo de alumnos (más de 1000). Las conferencias se dictan a alumnos de los últimos 3 años del bachillerato.



b.1) Impacto de las presentaciones: El impacto en el corto plazo es limitado; sin embargo considerando que las charlas son exhaustivas y que se realizan a lo largo de todo el año, un equipo de expositores llega a 6.000 alumnos al año; Este año la meta es llegar a formar 3 equipos de expositores y con ello alcanzar a 18.000 alumnos de los últimos años.

b.2) Riesgos: No existen riesgos

I.3.2) Nivel Universitario – Postgrado, Docentes e Investigadores

a) **Socialización de las Bases de Datos:** Las bases de datos están disponibles para Docentes, Investigadores, Alumnos, Consultoras del sector Privado, ONG'S, Organismos Internacionales, en forma gratuita;

a.1) Impactos de la socialización:

a.1.1) Genera transparencia en la opinión especializada: cuando no se oculta el método empleado para la recolección, y además se pone a disposición de la opinión pública la base de datos, aumenta la credibilidad institucional.

a.1.2) Buena predisposición de parte de este importante sector: en general los docentes renombrados, investigadores y consultores tienen múltiples roles en la sociedad; cuando se pone a disposición de ellos importantes fuentes de análisis; éstos retribuyen con comentarios y opiniones positivas hacia la Institución; además disminuye la posibilidad de críticas negativas a través de los medios de prensa.

a.1.3) Dependencia de la Institución (para aclaraciones y pedidos especiales): la demanda de servicios aumenta, los pedidos especiales también, y las solicitudes para enriquecer la batería de preguntas son abundantes (aunque no se puede ceder la mayoría de las veces). En muchos casos hemos obtenido financiamiento para complementar nuestras encuestas.

a.1.4) Mejor y mayor aprovechamiento de la inversión en informaciones: cuando la representatividad de las encuestas aumentan; tanto a nivel geográfico, como temático; se hace imposible para una Oficina de Estadística encarar todas las investigaciones; por ejemplo: nuestras encuestas de hogares han pasado de una representatividad nacional a tener representatividad para 16 Departamentos; esto implica que si estábamos haciendo 18 investigaciones por año, ahora se pueden hacer 288 investigaciones. (las mismas que se hacían a nivel nacional, se pueden hacer a nivel departamental). Si estamos capacitados para hacer sólo algunas investigaciones, porqué no socializar la base para darle mayor rentabilidad a la inversión en informaciones?.

a.1.5) Fomento de alianzas Interinstitucionales: utilizamos un ejemplo para ilustrar mejor; si UNICEF necesita conocer los datos relacionados a la desnutrición, es fácil solicitar donaciones de balanzas especiales, además de financiamiento para publicaciones en conjunto de los datos relacionados al tema.

a.1.6) Retroalimentación de parte de usuarios para corregir posibles deficiencias: cuando los usuarios utilizan la base de datos es más fácil que se

percaten de posibles errores o deficiencias y cuando existe un buen relacionamiento, también es posible perfeccionar nuestros cuestionarios.

a.1.7) Etc.

a.2) Riesgos:

a.2.1) Interpretación errónea de algunas variables y atribución de los resultados a las encuestas de la Oficina de Estadística (aprovechándose de la trayectoria institucional; es decir, a pesar de la interpretación errónea y sin autorización pueden mencionar que los datos provienen de encuestas oficiales bien hechas); para ilustrar nos servimos de un ejemplo: si se precisa conocer la tasa de mortalidad materna por departamento, pero el número de casos es tan reducido que no permite inferir ningún resultado; de todas maneras, para cumplir con sus clientes algunas consultoras realizan sus estimaciones y ponen en peligro el trabajo institucional.

a.2.2) Es difícil evitar que las Consultoras no imputen en sus estructuras de costos, las bases de datos que han sido socializadas. Sin embargo, en el corto plazo la mayoría de los agentes conocerán que nuestras bases de datos constituyen un bien público.

b) **Publicación de una Revista Científica, “Economía y Sociedad”:** revista de aparición trimestral, publica trabajos de investigadores que tienen prestigio a nivel nacional. Los investigadores participan en concursos abiertos para realizar investigaciones; los mismos deben utilizar como principal fuente de información, nuestras bases de datos.



b.1) Impacto de la Publicación: Paraguay no disponía de una revista de estas características; la mayoría de las existentes se limitan a explicaciones descriptivas, a formulación de recomendaciones con base a análisis muy simples en las publicaciones. La publicación ocupa un espacio que en otros países ocupan revistas generadas por universidades, u otros centros de investigación de prestigio. Pasamos a enumerar los impactos positivos.

b.1.1) Fomento de las investigaciones: inicialmente utilizamos fondos de estudios provistos por el Banco Mundial; pero hoy tenemos otras agencias internacionales interesadas.

b.1.2) Aumento de las opciones de política: en un momento de mucha necesidad, la DGEEC pone a disposición de las autoridades un importante menú de opciones de política económica y social; esto se debe a la modalidad de las investigaciones, todas ellas deben tener además de la explicación metodológica, recomendaciones claras de políticas.

b.1.3) Retroalimentación con estudiantes universitarios, prensa especializada, y agentes importantes: la presentación de los resultados en forma conjunta con universidades y con la presencia de importantes autoridades y la prensa especializada facilita esta retroalimentación.

b.2) Riesgos: el único riesgo es la sostenibilidad del proyecto; las investigaciones tienen sus costos, estamos pagando entre US\$ 4.000 y US\$ 6.000 por cada trabajo; sin embargo, es un riesgo menor; las suscripciones a la revista y los aportes de agencias internacionales pueden sin mayores dificultades disminuir este riesgo.

I.4 CONGRESO NACIONAL

Con el advenimiento de la democracia en Paraguay, el Poder Legislativo, cumple un rol fundamental; un porcentaje significativo de todo el quehacer periodístico (radial, escrito y televisivo) tiene que ver con el accionar de este Poder. Decisiones estratégicas se debaten todos los días en el Parlamento, así como sucede en la mayoría de nuestros países y; una gran cantidad de energía se utiliza para intentar influenciar en las decisiones de sus integrantes.

En períodos de reformas estructurales importantes, se congestionan los proyectos de leyes y los intereses creados se ponen de manifiesto; principalmente a través de los medios de prensa; en muchos casos, se puede observar confusión en la opinión pública; por esa razón la DGEEC ha tomado la decisión de apoyar la tarea legislativa con la publicación de un boletín informativo denominado **TAEC (Trabajo de Apoyo Estadístico al Congreso)**.

En qué consiste el TAEC? : Es una publicación periódica, que contiene las principales informaciones relacionadas a los proyectos de leyes; se presenta en formato sencillo con análisis sin juicios de valor. Se pretende respetar la agenda parlamentaria; su distribución es gratuita y se entrega en forma personalizada a 1.000 personas influyentes; además de los congresistas.



I.4.1) Impactos de la Publicación del TAEC: Este es quizás el producto más exitoso y de mayor influencia que desarrolla la DGEEC desde el año pasado.

1. Presencia Institucional en el Poder Legislativo: cómo le llega a todos los Congresistas en forma oportuna, en la mayoría de los casos; es decir, en el momento que se está realizando los estudios correspondientes, se constituye en un instrumento útil que enriquece el debate parlamentario; en especial las discusiones en plenaria; esto teniendo en cuenta que en general son los integrantes de las Comisiones los que

están mejor informados de los temas estudiados. Por otro lado, el TAEC es una publicación que hoy identifica plenamente a la DGEEC.

2. Buena Predisposición hacia la Institución a la hora del estudio de nuestro presupuesto: a su vez, a la hora de estudiar el presupuesto de la DGEEC, tenemos ciertos privilegios por los servicios prestados; si no obtenemos lo que estamos necesitando; por lo menos nuestro presupuesto no es cercenado con la misma severidad con que se procede con los de otras instituciones.
3. Presencia Institucional en los medios de prensa: todo lo que se trata en el Congreso es noticia en nuestros países; por ello si una oficina de estadística acompaña la agenda parlamentaria, como en este caso; se asegura presencia institucional permanente.
4. Identificación de la Institución con los problemas nacionales: el hecho de aportar datos que arrojan luces sobre temas de actualidad permite visualizar a la institución identificada con los desafíos del país.

I.4.2 Riesgos:

1. Reacción de los sectores retardatarios: detrás de cada Proyecto de Ley están los sectores interesados; están los que pretenden que se sancione la Ley y están los que se sienten afectados en sus intereses; cuando se presenta una cantidad de indicadores objetivos y reveladores de la realidad, se producen reacciones de parte de estos sectores; éstos pueden atacar la veracidad de las informaciones, o hacer alguna interpretación interesada de las informaciones.
2. Interpretación interesada de un sector de la prensa: en muchos casos los propietarios de los medios, son personas con mucho poder económico y con influencias en distintas esferas; no es muy difícil amenazar sus intereses con alguna publicación; veremos algunos ejemplos en páginas siguientes.
3. Reacción de una parte del sector oficial: en muchos casos, el sensacionalismo de la prensa pone en tela de juicio el accionar del gobierno y se sirve de la propia información oficial.
4. Cuando Organismos Internacionales apoyan los procesos de reformas, también son susceptibles de ser alcanzados por los ataques de los sectores interesados; damos un ejemplo en el que han utilizado nuestro trabajo para el efecto.

I.4.3) Ejemplos: en las siguientes páginas

SORPRENDENTE HALLAZGO DE LA DIRECCION DE ESTADISTICA

Campesinos que más ganan no tienen tierra

La población rural que no posee tierra para cultivar gana más, en promedio, que la que posee hasta 50 hectáreas, según sorprendentes conclusiones de un informe que remitirá la Dirección General de Estadística, Encuestas y Censos al Congreso, a propósito del debate en torno al nuevo Código Agrario. Ello se debe a la bajísima productividad de la agricultura campesina y demuestra que no es precisamente el factor tierra el más crucial en la lucha contra la pobreza en el campo. Un 33% de sus habitantes se dedica a actividades tales como el comercio, el transporte, la docencia, la función pública y los servicios en general, con resultados mucho mejores. Pág. 19.



Viernes 14 de julio de 2000

ECONOMIA

abc ■ 19

■ INFORME OFICIAL
REVELA FRACASO
DE LA POLITICA
AGRARIA ESTATAL

Los "sintierros" ganan más que los campesinos propietarios

Los campesinos que no tienen tierras para cultivar ganan hoy en promedio más que aquellos que poseen hasta 50 hectáreas, según un informe que prepara la Dirección de Estadística, Encuestas y Censos. Los datos oficiales revelan que la distribución de parcelas como método para combatir la pobreza ha generado un efecto totalmente contrario. En consecuencia, hoy, de cada 100 campesinos, 42 se debaten en la miseria.

El informe estadístico echó por tierra la tesis esgrimida por el partido en el gobierno en su mal llamada política agraria: la pobreza campesina no se reduce con la distribución de pequeñas parcelas de tierra.

De acuerdo con los datos oficiales, de cada 100 habitantes del sector rural, 42 se encuentran hoy en la franja de pobreza. Los técnicos consideran pobre a toda aquella persona cuyos ingresos no le permiten cubrir los gastos de una canasta básica de alimentos y servicios.

El documento oficial revela que los campesinos que no tienen tierras y que representan el 33 por ciento de la población rural ganan en promedio más que lo que ingresa a las arcas de los productores que poseen entre una y cincuenta hectáreas.

De cada 100 habitantes del campo, 67 tienen alguna porción de tierra, pero solo uno consigue una rentabilidad suficiente como para escapar de la pobreza. Se trata de aquellos que poseen entre 50 y 100 hectáreas. Estos representan apenas el 1,6 por ciento de toda la población rural.

De acuerdo con los técnicos de la entidad, los datos estadísticos demuestran que los mejores ingresos rurales los obtienen quienes se dedican a tareas que no están relacionadas directamente con la producción agropecuaria. Se incluyen aquí a los que actúan en el comercio, el transporte, la docencia, la función pública y los servicios en general.

Los analistas concluyen que los propietarios de pequeñas extensiones sobreviven casi exclusivamente

de la producción de unos pocos rubros agrícolas que, por lo general, son estacionales. Para ellos no existe la mentalidad diversificación agropecuaria.

De hecho, según los apuntes estadísticos en elaboración, de cada 100 pobres que viven en el campo solo 19 son los denominados campesinos sin tierra. La pobreza no está, pues, relacionada con la tenencia de la tierra, sino con la productividad del trabajador rural.

De acuerdo con las conclusiones oficiales, la única forma de enfrentar el problema de la pobreza rural es mediante un incremento sustancial de la productividad de la tierra y no mediante la distribución de la misma. El informe posee especial énfasis en lo que se refiere al uso de tecnología para la producción.

El informe de la dirección de censos no incluye a los grandes propietarios de tierras, los de más de 100 hectáreas, que en su mayoría ni siquiera viven en el campo. El documento recuerda que Paraguay sigue siendo uno de los países que registra la mayor concentración de la propiedad de las tierras en manos de unos pocos terratenientes.

Las conclusiones de los analistas de la entidad técnica serán remitidas a los legisladores de ambas cámaras del Congreso. La intención es que los parlamentarios tengan una idea acabada de la situación que se vive en el sector rural antes de que tomen decisiones legislativas sobre la materia, como los artículos que incluyó en el Código Agrario actualmente en estudio en la Cámara de Diputados.

Conviene saber sobre la vida en el campo

* De cada 100 personas que viven en el sector rural, 42 son pobres.

* De cada 100 guaraníes de ingreso que tienen sus pobladores solo 25 proviene de las actividades agropecuarias.

* En promedio, los campesinos sin tierra tienen un ingreso más alto que los que poseen entre una y 50 hectáreas de tierra.

* La actividad agropecuaria es medianamente rentable únicamente para los que tienen entre 50 y 100 hectáreas; y estos representan solo el 1,6 por ciento de toda la población rural.

* De cada 100 pobres que viven en el área rural solo 19 pertenecen a los denominados sintierros.



CONTRADICE
ESPIRITU
DE LA LEY ERSSAN,
QUE BUSCA ELIMINAR
LAS AGUATERIAS

Censos y Estadísticas alienta la creación de Juntas de Saneamiento

La Dirección de Estadísticas y Censos, dependiente de la Presidencia de la República, presentó un informe al Congreso como apoyo para el tratamiento del marco regulatorio del sector de saneamiento, en el cual menciona que es necesario "potenciar la autogestión comunitaria para la dotación de los servicios básicos de agua potable y alcantarillado sanitario". Dicho informe contradice al proyecto de ley marco regulatorio del sector saneamiento (Ley Erssan), que pretende eliminar las aguaterías y Juntas de Saneamiento para dejar el mercado a una sola empresa en forma monopolística.

"Frente a la deficitaria dotación de servicios básicos indispensables para la población, como el agua potable y los desagües de efluentes contaminantes, se hace necesario potenciar la autogestión comunitaria en pequeñas localidades urbanas y rurales, donde no se dan las condiciones de economía de escala para la inversión pública o privada", sostiene el informe de la Dirección General de Estadísticas, Encuestas y Censos (DGEEC) en sus consideraciones finales.

Dicho informe denominado Trabajo de Apoyo Estadístico al Congreso Nacional (TAEC), fue elaborado en base a estadísticas y resultados de los diferentes sistemas de saneamiento como una suerte de trabajo de asesoría para el estudio y tratamiento del marco regulatorio del servicio de agua potable y alcantarillado sanitario, cuyo proyecto de legislación (Ley Erssan) se encuentra actualmente en el seno de la Cámara Alta.

El documento de la DGEEC señala igualmente que "la participación (habilitación y control operativo) de la inversión privada en el

sector sanitario debe estar sujeta a una regulación que proteja el medioambiente y asegure condiciones mínimas de funcionamiento y calidad en el servicio".

EXACTAMENTE LO CONTRARIO

De esta forma, el trabajo de la DGEEC contradice totalmente el espíritu del proyecto de legislación que se encuentra en el Parlamento (Ley Erssan), que fue presentado por el Poder Ejecutivo, en una actitud sospechosa, el último día de la administración del Ing. Juan Carlos Wasmosy.

La Ley Erssan no solamente no asegura las condiciones mínimas de funcionamiento y calidad del servicio, sino que además busca eliminar a las aguaterías y las Juntas de Saneamiento, mediante la confiscación de todos sus bienes, en total contravención a lo que propone el informe que busca la habilitación de las mismas.

WASMOSY DETRAS DEL NEGOCIO

Como ya se mencionó en publicaciones anteriores, existe una relación entre el ex presidente Juan Carlos Wasmosy y la firma aguatera multinacional Degremont Erpac (del cual forma parte accionaria la empresa Aguas Paraguayas) por lo que es más que sugestivo la forma en que fue presentada la Ley Erssan al Congreso, lo que supone que una vez más Wasmosy está detrás del negocio del agua potable y la compra de la Corporana.

Para ello, se prepara en el seno del Parlamento una legislación, que incluye un crédito con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), que busca financiar el servicio de agua potable que sea una sola empresa (la que llegue a ganar la licitación de la Corporana) la que obtenga en forma monopolística el servicio de agua potable en todo el país o por lo menos en las zonas actualmente servidas por las aguaterías y las Juntas de Saneamiento más grandes, que tengan rentabilidad y estén dentro del área de interés de la multinacional.

La Dirección General de Estadísticas, Encuestas y Censos recomendó potenciar la creación de Juntas de Saneamiento, mientras que la Ley Erssan que se encuentra en el Parlamento busca la eliminación de estas (foto a zona de Luque servida por aguatería).



Sin embargo, haciendo un balance objetivo; los impactos positivos superan ampliamente los riesgos de este tipo de publicaciones, no obstante, se pueden tomar precauciones para minimizar los riesgos inherentes a la publicación del TAEC.

I.4.4) Precauciones a tomar:

1. Identificar previamente los sectores que pueden ser afectados y tomar las medidas precautorias; por ejemplo, si algún organismo internacional está apoyando cierta reforma a través del respaldo a la sanción de alguna ley, remitir con suficiente antelación el documento a ser publicado, para escuchar opiniones (no para dejarse influenciar).
2. Nunca utilizar adjetivos calificativos: “la más baja cobertura de agua potable”, “mala calidad del servicio, etc.”. (salvo que se esté usando resultados de una encuesta de opinión).
3. Limitarse a proveer la mayor cantidad de informaciones, para que las decisiones estén basadas en hechos reales, evitando tomar partido a través de recomendaciones o induciendo hacia algún sentido.
4. **Hacer uso del derecho a réplica, sólo cuando se atribuye a la Institución informaciones que no ha proporcionado, o cuando la interpretación errónea de la información se nos atribuye; pero cuando la prensa o el periodista forma su propia opinión tomando como base nuestra información no tenemos mucho que hacer; damos un ejemplo concreto de una situación que amerita hacer uso del citado derecho. En las anteriores publicaciones no teníamos margen para el efecto, y una aclaración antes que ayudar a aclarar la situación planteada podría generar más confusión, con el agravante de tener en contra al matutino/vespertino que realizó la publicación.**

Revista, Domingo, 1 de octubre de 2000 ECONOMÍA NOTICIAS - 27

DESERCIÓN ESCOLAR ALCANZA EL 60%

El 60,4% de los estudiantes abandona sus estudios ante la grave crisis económica del país. Otro 10% cree innecesario prepararse en una sociedad que tiene restringidas sus plazas de estudio. Y otro 13,5% quiere estudiar pero lo distorsionan las obligaciones que con la condición económica le exige cambiar



Estadísticas revelan gravedad de la crisis y exige cambios

CARTAS AL DIRECTOR

DESERCIÓN EDUCATIVA

Señor Eduardo Ro, Director del Diario NOTICIAS Asociación

Me dirijo a usted a efectos de realizar algunas aclaraciones referentes al artículo publicado por este medio bajo su dirección, en fecha domingo 1 de octubre de 2000, página 27 de la Sección Economía.

1. Para estimar qué porcentaje de la población asiste actualmente a una institución de enseñanza formal, la Encuesta Permanente de Hogares (EPH99) toma a la población de 5 a 35 años de edad, quienes constituyen aproximadamente 3.382.000 personas; de esta población, 52,5% asiste a alguna institución de enseñanza formal, y el resto (17,5% = 1.608.000 personas) simplemente no asiste actualmente a ninguna institución. Actualmente se refiere al momento en que se realizó la encuesta. En la EPH99, se analizan las razones por las que esta población de 5 a 35 años de edad no asiste, y la mayoría (60,4%) lo hace por razones económicas; el punto es que es el artículo dice... "El 60,4% de los estudiantes abandona sus estudios...", esto es incorrecto, lo correcto sería, el 60,4% de la población de 5 a 35 años de edad (1.608.000) que no asiste a una institución de enseñanza formal no lo hace por razones económicas.

2. Respecto a la tasa de analfabetismo, se debe aclarar que se considera el porcentaje de personas de 15 años y más de edad que no aprobaron el 2º grado en el momento de la encuesta.

Es la seguridad de contar con su colaboración para realizar las aclaraciones pertinentes, saludándole muy respetuosamente.

Econ. Julio Fernández Ferrero
Director General
Dirección General de Estadísticas, Encuestas y Censo.

TASA DE ANALFABETISMO
Informe año 2000 (en porcentajes)

AREA	PAIS	SEXO	
		Hombres	Mujeres
Urbana	3,90%	2,70%	4,80%
Rural	12,70%	9,70%	16,00%
Nación	2,50%	2,40%	3,30%

Fuente: Dirección de Estadísticas, Encuestas y Censos

D) POLÍTICA DE COMERCIALIZACIÓN DE LA DGEEC

“Generar primero adicción a las estadísticas; luego comercializarlas”

Paraguay no tiene tradición en el uso de las informaciones para la toma de decisiones; 34 años de dictadura, manipulación de las informaciones, y otros acontecimientos no han permitido construir un hábito en la utilización de las estadísticas; sin embargo, con la política de socialización de las informaciones desde el año 1999, la demanda de las mismas

ha crecido ostensiblemente; tanto que hoy nos sentimos abrumados con la creciente demanda y muchas veces nos sentimos impotentes ante las urgencias.

Desde el principio del año 1999 nos propusimos crear el ambiente propicio a través la entrega masiva de bases de datos y de datos con análisis a toda la opinión pública; después de dos años empezamos a aplicar una política de recuperación de costos; sin embargo debemos dejar en claro que estamos convencidos que la información es un bien público y que será muy difícil, sino imposible, que alguna vez exista algún Instituto de Estadística de la envergadura de los que existen en América Latina y en el mundo que pueda operar como si fuera exclusivamente del sector privado. Ni siquiera los países con mayor desarrollo de sus mercados disponen de INE'S privatizados.

Algunas estrategias de venta de servicios y productos después de dos años de ejecutar el slogan “*Generar primero adicción*”:

- a) Alianzas con el sector privado: aceptamos ser financiados por el sector privado para el desarrollo de ciertos estudios cuando al menos parte de las informaciones sean susceptibles de ser socializadas posteriormente; por ejemplo, después de transcurrido algún tiempo; o la información que es útil para el sector privado nos sirva de insumo para otras investigaciones. Una parte de la actualización cartográfica para el operativo Censo 2002 estamos financiando con aporte del sector privado. (empresas celulares).
- b) Entrega a consignación de nuestras publicaciones en las librerías de todo el país; éstas reciben a precio de mayorista nuestros productos.
- c) Los trabajos que implican procesos de informaciones existentes se cotizan teniendo en cuenta una estimación de las horas extras que demanda para el funcionario realizar el trabajo.
- d) La práctica más común es la firma de convenios interinstitucionales: entrega de productos o servicios de parte de la DGEEC a cambio de entrega de equipos de parte de otras oficinas públicas o privadas, (computadoras, CD'S, impresoras, etc.). La valoración de los equipos recibidos debe ser equivalente al valor de los servicios prestados. Posteriormente los equipos son inventariados y forman parte del patrimonio de la Institución. La DGEEC está facultada a realizar donaciones y a recibir donaciones.
- e) Otro mecanismo recientemente implementado es la suscripción a nuestras publicaciones.

CONCLUSIONES

La política de difusión que llevamos adelante, si bien es arriesgada y requiere necesariamente de la confianza del poder político gobernante, en la ausencia de mecanismos legales que garanticen la sostenibilidad de la misma; tiene sus grandes ventajas, que han sido mencionadas cuando relatamos detalladamente las estrategias seguidas; sin embargo, a pesar de esos riesgos y los sinsabores que experimentamos los que llevamos adelante la tarea de dar conocer la realidad nacional; han generado una opinión altamente favorable de la sociedad hacia nuestra Institución; ésta puede sintetizarse en algunos párrafos que corresponden a los resultados de una auditoría recientemente practicada por el Banco Interamericano de Desarrollo al Programa MECOVI que ejecuta la DGEEC.

El auditor técnico fue el renombrado Dr. Jacob Ryten, quien ha investigado detalladamente a la DGEEC; el mismo mantuvo entrevistas con representantes de Organismos Internacionales en Paraguay, altas autoridades del Gobierno y con los representantes de la prensa; he aquí algunos de sus comentarios:

- En forma unánime las respuestas de los usuarios (Organismos Internacionales, Organismos del Estado y Prensa) fueron que el hecho que los datos sean publicados por la DGEEC ***agrega credibilidad***. Algunos de los entrevistados mencionaron que la DGEEC es un modelo de organismo público con excelentes credenciales, por ser profesional y técnica y no política, porque su información es visiblemente no partidaria y porque su personal tiene una actitud de servicio al público y no de entorpecimiento burocrático.
- Los entrevistados agregaron que no tienen una fuente alternativa a los datos de la DGEEC inclusive los que podrían en otra época amparar sus labores en los registros administrativos de su respectiva institución. Uno de los comentarios más comunes fue que dichos registros están muy degradados y que por lo tanto no pueden ser utilizados, salvo en los casos en que el respaldo viene dado por informaciones recolectadas a partir de las encuestas que hace la DGEEC.
- Cabe agregar que algunos de los usuarios eran periodistas y que éstos últimos no se distinguen por alabar a entidades del sector público. Sin embargo, coincidieron en notar que lo que distinguía a la DGEEC de otras entidades era su voluntad de prestar servicio y que a diferencia de otras; era la propia DGEEC la que se acercaba a los periódicos y otros medios de difusión para promocionarles datos acompañados por información descriptiva.

Estas expresiones reflejan los frutos de la política de difusión que hemos desarrollado en estos años últimos años; como se puede apreciar: “*es rentable socializar la información y tener olfato para percibir que información es relevante en el momento adecuado*”.

Con respecto a la política de comercialización, creemos que nuestra experiencia es aún muy incipiente y no tenemos mucho aún que aportar; sin embargo, podríamos sintetizar diciendo que la política de generar adicción en el corto y mediano plazo, para sustituirla por una política de recuperación de costos en el largo plazo, nos dará buenos resultados; no

obstante, somos conscientes que la recuperación de costos aún en el largo plazo, sólo apunta a una recuperación parcial de los mismos; y que la rentabilidad que debemos buscar los titulares de estas oficinas apunta más bien a una rentabilidad social de la inversión en estadísticas.

Finalmente debemos aclarar, que en esta oportunidad no estamos abordando toda la estrategia de difusión por tipo de usuario; aún nos falta hacer un análisis de la estrategia de difusión que desarrollamos con los Gobiernos Regionales (Gobernaciones y Municipalidades) y con los organismos internacionales; lo dejamos para más adelante.