



# The Statistics Dissemination of an Institution in Crisis

Silvina Viazzi  
INDEC - Dissemination Director

## UNPRECEDENTED INSTITUTIONAL CRISIS

Displacement of technicians and professionals

Political and trade-union conflicts

Technical questioning

Loss of credibility

IMF motion of censure

“These will be times of **commitment and effort** to begin the necessary task of **restoration of reliable statistics**, a basic tool for any sustainable public policy”

Jorge Todesca, Managing Director of the INDEC  
December 2015

The first step was to

**LISTEN**



By means of  
**107**



interviews, participant observation and data gathering, the following information was collected:

- 
- Resources**
  - HUMAN**
    - Isolation of people and teams
    - Wage and task freezing
    - No global objectives or clear work procedures
  - SYMBOLIC**
    - Afflicted by political and trade-union conflicts
    - Stigmatization and depersonalization
    - Loss of recognition and appreciation for their work
  - MATERIAL**
    - Isolated offices
    - Out of date technological resources
    - Obsolete work tools

TO RESTORE THE LOST VALUES,  
STRENGTHEN RECOGNITION FOR INDIVIDUAL AND  
COLLECTIVE ABILITIES AND EFFORTS,  
AND BREAK DOWN THE BARRIERS  
-PHYSICAL AND SYMBOLIC- THAT HAD BEEN PUT  
IN PLACE TO HIDE AND DISTORT INFORMATION.



Work plan > Objectives

-  To promote social awareness of the functions of the organization, sharing of the knowledge that it produces, democratizing access to information, and restoring the values of autonomy, adequacy and openness.
-  To review, plan and implement a holistic communication policy, aimed at making the most of the existing resources and capacities.
-  To collaborate in the transformation process of the Institute until its definitive regularization.

**Lines of action**

**TEAMS**

Work groups were reassembled to integrate functions in a more dynamic way

**SPACES**

Work environments were rebuilt and work tools were updated

**OPPORTUNITIES**

Tasks were reorganized according to profiles and potential of collaborators





CALENDARIO DE DIFUSIÓN  
Segundo semestre de 2016

Julio

- 5 Obreros ocupados, horas trabajadas y salario por obrero en la industria manufacturera. Primer trimestre de 2016
- 12 Posición de la Inversión Internacional (PII) de la Argentina. Año 2015
- 13 Encuesta de Turismo Internacional (ETI). Marzo y Abril de 2016  
Índice de Precios al Consumidor (IPC). Junio de 2016
- 14 Estadísticas de registros laborales. Puestos de trabajo y remuneraciones de los asalariados registrados. Serie trimestral 2004-2015 y primer trimestre de 2016
- 19 Encuesta de centros de compras. Precios corrientes. Mayo de 2016  
Encuesta de supermercados. Precios corrientes. Mayo de 2016
- 20 Índice del Costo de la Construcción (ICC). Junio de 2016  
Sistema de Índices de Precios Mayoristas (SIPM). Junio de 2016
- 26 Cogeneración y autogeneración de energía eléctrica. Junio de 2016  
Intercambio Comercial Argentino (ICA). Junio de 2016
- 27 Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH). Mayo de 2016
- 28 Estimador Mensual Industrial (EMI). Junio de 2016  
Utilización de la capacidad instalada en la industria. Junio de 2016  
Indicador Sintético de la Actividad de la Construcción (ISAC). Junio de 2016

Agosto

- 4 Índice de precios y cantidades del comercio exterior. Segundo trimestre de 2016  
Argentine foreign trade statistics. Segundo trimestre de 2016
- 11 Encuesta de Turismo Internacional (ETI). Mayo y Junio de 2016  
Informe de la industria de maquinaria agrícola. Segundo trimestre de 2016
- 12 Índice de Precios al Consumidor (IPC). Julio de 2016
- 16 Índice del Costo de la Construcción (ICC). Julio de 2016  
Sistema de Índices de Precios Mayoristas (SIPM). Julio de 2016
- 23 Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH). Junio de 2016  
Mercado de trabajo, principales indicadores. Segundo trimestre de 2016
- 24 Estimador Mensual de Actividad Económica (EMAE). Junio de 2016  
Intercambio Comercial Argentino (ICA). Julio de 2016
- 25 Encuesta de centros de compras. Precios corrientes. Junio de 2016  
Encuesta de supermercados. Precios corrientes. Junio de 2016
- 30 Cogeneración y autogeneración de energía eléctrica. Julio de 2016  
Indicador Sintético de Energía (ISE). Segundo trimestre de 2016  
Biocombustibles. Segundo trimestre de 2016
- 31 Estimador Mensual Industrial (EMI). Julio de 2016  
Utilización de la capacidad instalada en la industria. Julio de 2016

Octubre

- 11 Encuesta de Turismo Internacional (ETI). Agosto de 2016
- 13 Índice de Precios al Consumidor (IPC). Septiembre de 2016
- 14 Estadísticas de registros laborales. Puestos de trabajo y remuneraciones de los asalariados registrados. Segundo trimestre de 2016
- 18 Índice del Costo de la Construcción (ICC). Septiembre de 2016  
Sistema de Índices de Precios Mayoristas (SIPM). Septiembre de 2016
- 19 Encuesta de centros de compras. Precios corrientes. Agosto de 2016  
Encuesta de supermercados. Precios corrientes. Agosto de 2016
- 20 Valorización mensual de la Canasta Básica Alimentaria (CBA) y de la Canasta Básica Total (CBT). Septiembre de 2016
- 25 Estimador Mensual de Actividad Económica (EMAE). Agosto de 2016  
Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH). Agosto de 2016  
Intercambio Comercial Argentino (ICA). Septiembre de 2016  
Cogeneración y autogeneración de energía eléctrica. Septiembre de 2016
- 31 Estimador Mensual Industrial (EMI). Septiembre de 2016  
Utilización de la capacidad instalada en la industria. Septiembre de 2016  
Indicador Sintético de la Actividad de la Construcción (ISAC). Septiembre de 2016

Noviembre

- 3 Índice de precios y cantidades del comercio exterior. Tercer trimestre de 2016  
Argentine foreign trade statistics. Tercer trimestre de 2016
- 9 Encuesta de Turismo Internacional (ETI). Septiembre de 2016
- 10 Índice de Precios al Consumidor (IPC). Octubre de 2016  
Informe de la industria de maquinaria agrícola. Tercer trimestre de 2016
- 15 Índice del Costo de la Construcción (ICC). Octubre de 2016  
Sistema de Índices de Precios Mayoristas (SIPM). Octubre de 2016
- 17 Encuesta de centros de compras. Precios corrientes. Septiembre de 2016  
Encuesta de supermercados. Precios corrientes. Septiembre de 2016  
Valorización mensual de la Canasta Básica Alimentaria (CBA) y de la Canasta Básica Total (CBT). Octubre de 2016
- 24 Encuesta de Ocupación Hotelera (EOH). Septiembre de 2016  
Estimador Mensual de Actividad Económica (EMAE). Septiembre de 2016  
Intercambio Comercial Argentino (ICA). Octubre de 2016
- 25 Mercado de trabajo, principales indicadores. Tercer trimestre de 2016
- 29 Cogeneración y autogeneración de energía eléctrica. Octubre de 2016  
Indicador Sintético de Energía (ISE). Tercer trimestre de 2016  
Biocombustibles. Tercer trimestre de 2016

"2016 - Año del Bicentenario de la Independencia Nacional"  
ISSN 0327-7968



Buenos Aires, 13 de septiembre de 2016

Índice de Precios al Consumidor  
Agosto de 2016

El Nivel general del Índice de Precios al Consumidor para la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y los partidos que integran el Gran Buenos Aires registró en el mes de agosto una variación de 0,2% con relación al mes anterior. Una síntesis de las variaciones de precios correspondiente a cada capítulo de la canasta del IPC se puede observar en el Cuadro 1.

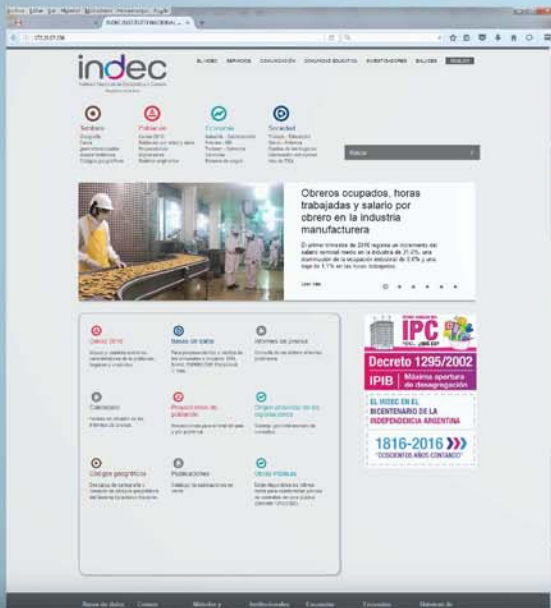
Cuadro 1. Índice de Precios al Consumidor.  
Variaciones respecto al mes anterior, según capítulos

Nivel general y capítulos	Variación porcentual respecto al mes anterior
<b>Nivel general</b>	<b>0,2</b>
Alimentos y bebidas	0,7
Indumentaria	0,8
Vivienda y servicios básicos	-5,6
Equipamiento y mantenimiento del hogar	0,8
Atención médica y gastos para la salud	3,1
Transporte y comunicaciones	0,8
Esparcimiento	-0,6
Educación	2,3
Otros bienes y servicios	0,9

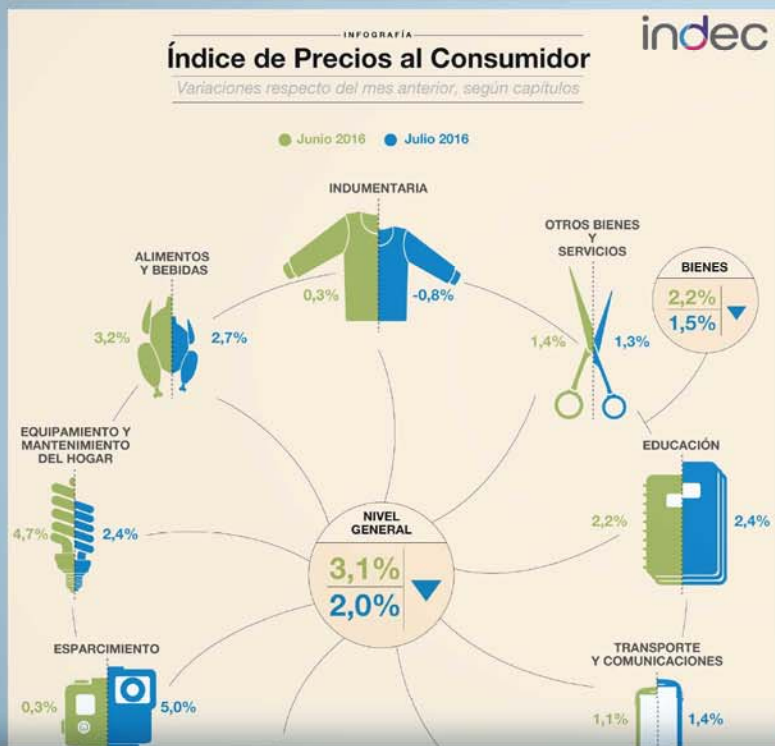
Lines of action > Digitalization of contents and redesign of the website

## NEW WEBSITE & MOBILE VERSION

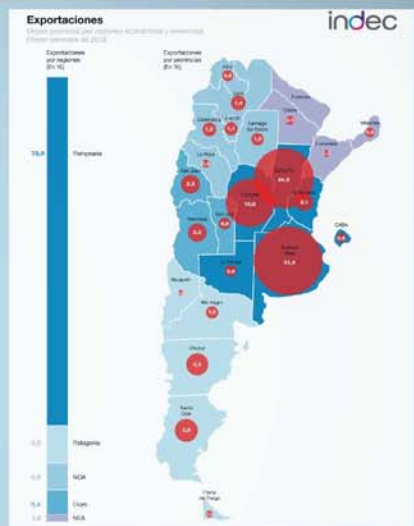
## PREVIOUS WEBSITE



## INFOGRAPHS



## INDEC DATA



### Industria

Utilización de la capacidad instalada en la industria, por bloques sectoriales  
Julio de 2016. En porcentajes.





Lines of action > Connections to the media and users

## PRESS CONFERENCES

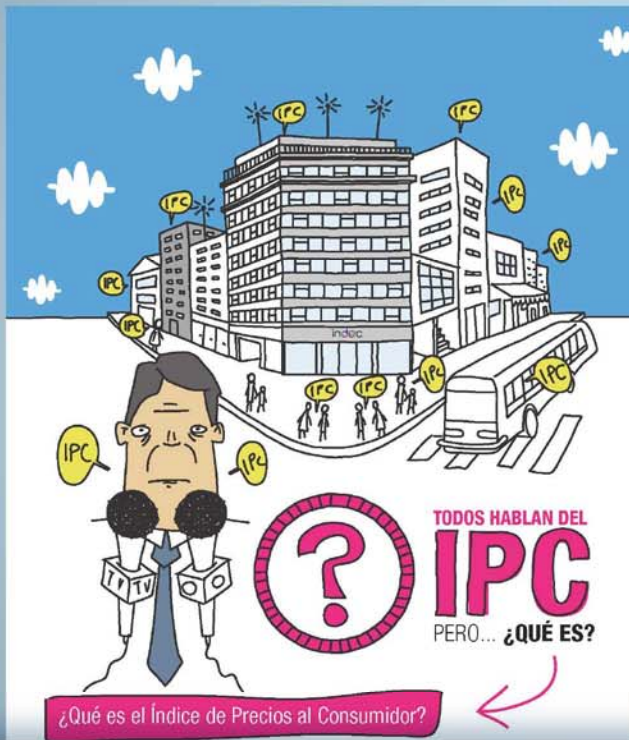


## EXPLANATORY MEETINGS



Lines of action > Explanatory communication material and awareness campaign

## CPI PICTORIAL

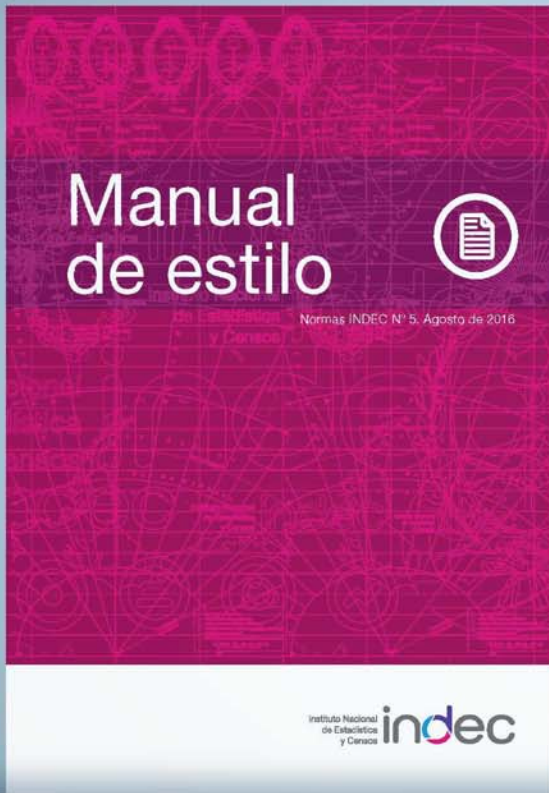


## BROCHURE



## AWARENESS CAMPAIGNS





## COVER AND CONTENT

### Capítulo 1

#### Políticas de difusión



- 1.1 Características de la Dirección de Difusión (DD)
- 1.2 Organización y acciones de la institución
- 1.3 Privacidad de los productos de difusión
- 1.4 Lineamientos de uso de la información
- 1.5 Propiedad intelectual
- 1.6 Vinculación con los medios de comunicación
- 1.7 Uso de redes sociales

##### 1.1 Características de la Dirección de Difusión (DD)

Fusiones:

6) Publicar la producción técnica del Instituto en tiempo y forma, respetando sus principios éticos y profesionales y los normas de buenas prácticas estadísticas. Esto implica:

- Gestionar el calendario de difusión y hacerlo público con debida anticipación
- Recopilar la información proveniente de la producción técnica
- Dar trámite de difusión a los temas, de acuerdo al Manual de estilo y Normas de procedimiento
- Producir los diferentes soportes de difusión
- Certificar técnicamente la producción estadística
- Gestionar los canales de comunicación para la difusión de los productos
- Publicar los diferentes productos en sus soportes y canales adecuados
- Gestionar bases de datos de usuarios y destinatarios de los productos
- Llevar a cabo la distribución de los productos que se lo requieren.

7) Atender y satisfacer la demanda de los diferentes públicos en lo que refiere a solicitudes de información, consultas, novedades, estadías, por medio de diferentes canales y soportes. Así como:

- Darle soporte y satisfacer la demanda de los diferentes públicos de acuerdo a sus características, necesidades y posibilidades de acceso
- Gestionar los canales de atención y comunicación personales, virtuales y telefónicos
- Elaborar productos de difusión personalizados para aquellos usuarios que así lo requieren (trabajo especial)
- Facilitar respuestas a producciones y solicitudes de publicaciones
- Evaluar la calidad de atención y comunicación en sus distintos canales.

8) Ampliar el acceso a la información estadística, fomentando una promoción activa de dicha producción, generando contenidos educativos y comprensibles y facilitando las vías de acceso. Esto involucra el conocimiento de los diferentes públicos para ayudar y canalizar la información de acuerdo a sus necesidades e intereses, e aplicar prácticas estadísticas de divulgación para dar lugar a niveles de entendimiento y actitudes positivas.

9) Garantizar que el público cuente con información vinculada a la actualización de los datos, de acuerdo al tema, período de tiempo y área productiva, métodos y procedimientos para definir, obtener, procesar y elaborar los diferentes indicadores, y que los canales y métodos de difusión se encuentren actualizados y actualizados.

### Capítulo 2

#### Estructura del plan editorial del INDEC



- 2.1 Publicaciones periódicas
  - 2.1.1 Características
  - 2.1.2 Título
  - 2.1.3 Designación numérica y/o cronológica
  - 2.1.4 Datos de edición
- 2.2 Series monográficas
  - 2.2.1 Características
  - 2.2.2 Designación numérica
  - 2.2.3 Datos de edición
  - 2.3 Monografías
    - 2.3.1 Características
    - 2.3.2 Datos de edición
    - 2.4 Colecciones
    - 2.5 Actas de congresos

El presente capítulo presenta los aspectos a tener en cuenta para incluir las publicaciones del INDEC, impresas o digitales, en alguna de las categorías definidas en su plan editorial. Incluye las grandes líneas editoriales en las que debe encauzarse la producción documental del Instituto.

El plan editorial incluye las siguientes categorías de publicaciones:

##### 2.1 Publicaciones periódicas

###### 2.1.1 Características

Toda publicación, cualquiera sea su soporte, que se propone ser editada indefinidamente -generalmente a intervalos fijos o convertidos- en partes sucesivas, cada una de las cuales lleva indicaciones numéricas o cronológicas.

Tienen por objeto proveer información estadística de elaboración periódica, deben mantener continuidad temática y ser de aparición regular.

###### 2.1.2 Título

Es importante que el título sea lo más corto posible y se mantenga en el tiempo, ya que a cada título de publicación periódica se le asigna un número filigranado normalizado de serie (ISSN). Además se sugiere que el título sea característico, es decir, que se eviten denominaciones comunes como boletín, revista, etcétera, ya que esto ayuda a una mejor identificación. Debe escribirse en forma idéntica en todos los lugares en que aparezca: tapa, primera página del contenido e índice, excepto para el título corriente o título running title que es aquel que se repite en forma completa o abreviada en el margen superior e inferior de cada página.

### Capítulo 3

#### Organización de una obra

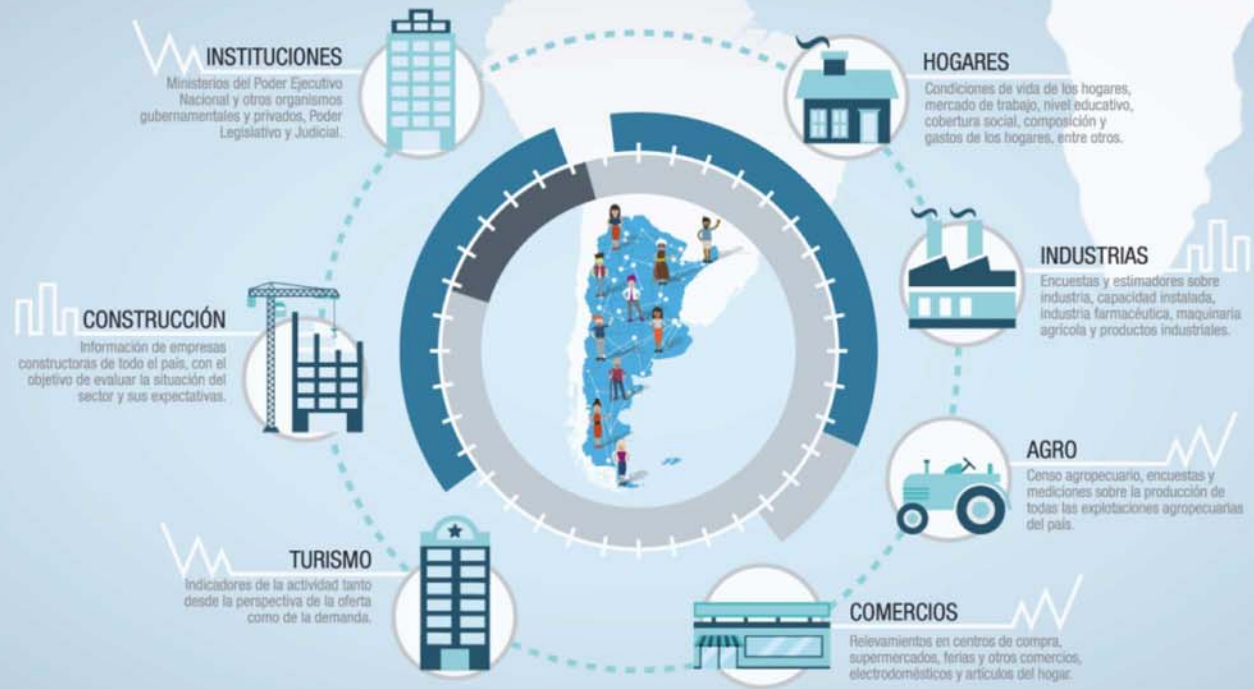


- 3.1 Orden lógico
- 3.2 Características
  - a. Índice general
  - b. Reconocimiento
  - c. Prólogo
  - d. Introducción
  - e. Cuerpo principal
  - f.1 Secciones
  - f.2 Citas, citas breves
  - f.3 Páginas finales
  - f.4 Apéndices
  - f.5 Glosario
  - f.6 Referencias
  - f.7 Índice alfabético
  - f.8 Lista de abreviaturas
  - f.9 Colofón

A continuación de las páginas preliminares de autoridades cuando correspondan) cuyo respectivamente, comienza la obra propia todos los elementos que se consignan a

##### 3.1 Orden lógico de las partes

- a. Índice general o contenido
- b. Reconocimiento y/o agradecimiento
- c. Prólogo
- d. Introducción
- e. Cuerpo principal de la obra
  - f.1 Secciones y capítulos
  - f.2 Citas, citas breves y notas al pie
  - f.3 Páginas finales
  - f.4 Apéndices o anexos
  - f.5 Glosario
  - f.6 Referencias o bibliografía
  - f.7 Índice alfabético o índice analítico
  - f.8 Lista de abreviaturas
  - f.9 Colofón





**INDEC Commitment**

-  **TO REGAIN THE LOST PROFESSIONAL VALUES AND PRINCIPLES**
-  **TO DISCUSS AND SHARE KNOWLEDGE**
-  **TO CONTRIBUTE TO A DEMOCRATIC AND PARTICIPATIVE CONSTRUCTION**
-  **SOCIAL AWARENESS AND IDENTIFICATION WITH INDEC DATA**





THANK YOU FOR YOUR ATTENTION  
QUESTIONS?