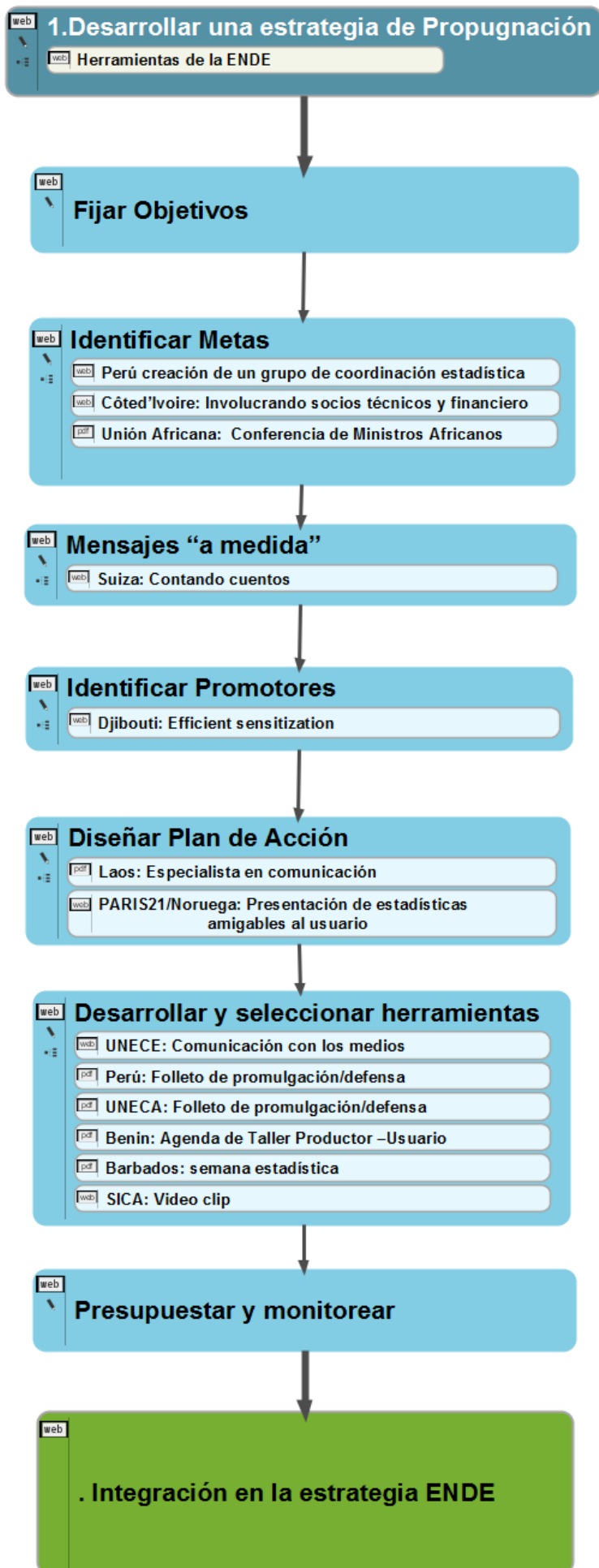


D. Propugnación

La ENDE es una fantástica oportunidad para la propugnación de la estadística, particularmente durante su fase de diseño donde cuestiones tales como la apropiación, los actores involucrados, el diálogo entre productores y usuarios, el apoyo político, el financiamiento y la gobernabilidad del Sistema Estadístico Nacional son discutidos. La propugnación siempre ha sido subestimada y necesita ser considerada como un componente estratégico de la ENDE, y como una actividad continua para elevar el perfil de la estadística.

D. Propugnación

NSDS GUIDELINES (<https://nsdsguidelines.paris21.org>)



1. DESARROLLANDO UNA ESTRATEGIA DE PROPUGNACIÓN

El desarrollo estadístico es importante para todos los miembros de la sociedad, ya sean usuarios o productores de datos. Es necesaria una promoción enérgica y efectiva para permitir que cada grupo comprenda y desempeñe un papel efectivo desde el comienzo del diseño de la ENDE, y continúe haciéndolo en su implementación. Ella debe de preceder al mismo, acompañándolo y extendiéndose durante la ejecución. La propugnación debe pensarse como una actividad continua. Una estrategia será por lo tanto de gran ayuda, por lo cual deberá ser diseñada cuidadosamente, recibir apoyo del personal y acompañarse de un presupuesto. Idóneamente se harán todos los esfuerzos posibles para crear una cultura de esfuerzos constantes para justificar y explicar las actividades estadísticas a todos los involucrados de forma continua.

Objetivos

Los objetivos generales de la estrategia de promoción son reforzar la confianza pública en el SEN (independencia, transparencia) y en el uso de las estadísticas; incrementar la concientización acerca de la relevancia de estadísticas de calidad para el desarrollo, sobre la necesidad de una ENDE (**A. RECONOCIMIENTO**), para informar a los actores interesados relevantes (**C. PREPARACIÓN**) sobre los requisitos y desafíos en el diseño e implementación de una ENDE de calidad.

También se trata de lograr un cambio, tal como un compromiso de alto nivel para el diseño de una ENDE en el corto plazo, o la asignación de más recursos nacionales para la implementación de una en el largo plazo. Más aún, requiere que el SEN sea receptivo a críticas, tanto internas como externas, y que esté abierto a las necesidades cambiantes de datos. Es importante tener una visión clara de qué se busca lograr y en qué plazo (corto/mediano/largo) para fijar objetivos realistas.

Metas

Para poder identificar metas, es esencial comprender el proceso nacional de toma de decisiones políticas con respecto a la estadística. Siendo el compromiso oficial de embarcarse en el diseño de una ENDE el primer paso en un proceso continuo de involucramiento a lo largo del ciclo ENDE (**B. INVOLUCRAMIENTO**), los blancos principales serían quienes puedan recabar apoyo político a nivel nacional, por ejemplo el Primer Ministro, el Ministro de Finanzas/Economía, el Ministro a cargo de Estadística, miembros del Parlamento.

La promoción dirigida a aquellos funcionarios de alto nivel que formulan políticas, es por lo tanto esencial para lanzar el proceso. Empero, los blancos secundarios -tales como los gerentes superiores y medios dentro del SEN- también necesitan ser sensibilizados y bien informados sobre el proceso y lo que el proceso espera de ellos (gerencias y personal del INE y nivel sectorial, jefes de Sectores -particularmente Secretarios Permanentes y máximos Oficiales Ejecutivos-, y el personal y jefes de los departamentos sectoriales de planificación de la ENDE) (**C. PREPARACIÓN - Identificación de los actores**).

También es importante solicitar diversas opiniones y demostrar la voluntad de una comunicación abierta para poder construir compromiso y apropiación del proceso más allá de aquellos directamente involucrados en el proceso de diseño. En el corto plazo parecerá

D. Propugnación

NSDS GUIDELINES (<https://nsdsguidelines.paris21.org>)

que hacerlo ralentizaría el proceso, pero a la larga puede acarrear beneficios. Los medios de comunicación y las organizaciones no-gubernamentales, incluyendo el sector empresarial, organizaciones de la sociedad civil y de los académicos, así como organizaciones coordinadoras tales como las federaciones de la sociedad civil, cámaras de comercio y sindicatos de trabajadores también podrían ser considerados como socios. Los donantes, organizaciones bilaterales y multilaterales deberían mantenerse informados del proceso de una ENDE desde un principio.

Mensajes

Los mensajes deberían estar diseñados de acuerdo a cada meta y el conocimiento de la misma, y la posición oficial sobre el tema. Se pueden construir mensajes concisos sobre temas tales como la importancia de la estadística para planificación, monitoreo y evaluación de programas y proyectos; la demanda en aumento de estadísticas para apoyar la agenda nacional e internacional de desarrollo; la integración del desarrollo estadístico dentro de los planes nacionales de desarrollo; la ENDE como un marco amplio de coordinación para contribuciones de desarrollo y donantes en inversión estadística; el valor añadido de una ENDE bien diseñada y bien financiada.

Los mensajes no deberían solamente mencionar intenciones u objetivos del SEN, sino también basarse en los productos (“outputs”) reales del SEN que ya se encuentran disponibles (CPI, encuestas.).

Promotores

La experiencia en varios países muestra que la propugnación llevada a cabo por un promotor político de alto nivel (o preferentemente varios) ofrece mejores resultados. Estos pueden ser formados como aliados del proceso ENDE en convencer a los actores de involucrarse activamente y mantener el ímpetu. Desde el comienzo, la identificación de formuladores de políticas y decisores suficientemente interesados en la estadística y dispuestos a promulgar la ENDE y el desarrollo estadístico en general del país, será ciertamente una gran ventaja (A.GESTIÓN). Reuniones de propugnación uno-a-uno pueden ser más efectivas que una presentación general a grandes audiencias. Sub-promotores/embajadores a nivel de expertos o de temas específicos podrían también ser considerados.

Plan de acción

Los objetivos necesitan ser traducidos en quehaceres detallados. Se puede diseñar un plan de acción que encare las siguientes preguntas: ¿Qué actividad de propugnación ayudará a lograr los objetivos seleccionados? ¿A qué plazo? ¿Cuál es el mensaje? ¿Dónde? ¿Cómo? Cada persona involucrada debería de disponer de una descripción clara sus objetivos. El plan de acción deberá ser realista y fácil de comprender. Luego se registran las actividades en un calendario o cronograma.

Herramientas

Hay un amplio rango de posibilidades para ayudar a implementar el plan de acción de propugnación: desde la organización de talleres, reuniones de diálogo productor-usuario y conferencias de medios, a diversos materiales impresos (“hard”) y electrónicos (“soft”)

D. Propugnación

NSDS GUIDELINES (<https://nsdsguidelines.paris21.org>)

(boletines informativos, suplementos (“inserts”) en periódicos, emisiones especiales, avisos, afiches (“posters”), trípticos y volantes (“flyers”), video clips, anuncios a los medios, etc. ...). Se puede realizar una selección de las Herramientas de Propugnación a Nivel País. Ver Buenas Prácticas.

Presupuesto y monitoreo

Aunque no es una parte medular o natural del trabajo del INE o el SEN, se recomienda considerar una estrategia de promoción que sea parte de la de comunicación del SEN. Ella requiere de recursos técnicos, humanos y financieros para ser implementada exitosamente. Actividades típicas de propugnación tales como reuniones, talleres, o la producción de materiales de promoción, todas requieren apoyo financiero. Es por lo tanto importante saber cuáles son los recursos existentes, cómo podrían ser utilizados más eficientemente, y cuáles son sus limitaciones antes de terminar el presupuesto final para todas las actividades relevantes. Aunque sea difícil medir su impacto, el monitoreo de la efectividad de la estrategia mostrará si el trabajo se encamina en la dirección correcta.

2. UNA SUB-ESTRATEGIA EN LA ENDE

La Estrategia Nacional para el Desarrollo de la Estadística (ENDE) se concentra en muchas áreas organizativas y de gestión como ser la legislación estadística, recursos humanos, infraestructura, financiamiento e informes. La propugnación debería ser reconocida y resuelta junto con otros temas estratégicos dentro de la ENDE.

En la práctica

Quién y Cuándo

La estrategia de propugnación debería ser preparada y seguida por una unidad de comunicación, que consulte frecuentemente con el coordinador de la ENDE. Cada etapa del diseño debería ser utilizada par mejorar las comunicaciones internas y externas (C. PREPARACIÓN) y para implementar la estrategia de propugnación en forma adecuada. Podría buscarse ayuda de un consultor, pero se recomienda enfáticamente que las ideas y los primeros pasos sean liderados y realizados por el país.

Cómo

La clave de una promoción exitosa es ser persistente e innovador al seleccionar las actividades que lleguen a las audiencias-meta y lograr los objetivos definidos. Debería enfatizarse que la propugnación es un esfuerzo continuo. Los ambientes pueden cambiar, cada situación es diferente y a veces grandes éxitos pueden surgir de acciones menores.

Los pasos principales propuestos para diseñar e implementar una estrategia de promoción enfocada en la ENDE, son los siguientes: evaluar las actividades y recursos de propugnación existentes; desarrollar una visión y un plan de acción (objetivos, metas, mensajes, selección de actividades de promoción); implementar el plan; monitorear y evaluar la efectividad de la estrategia. Estos pasos se describen en detalle en las Herramientas a Nivel País (Ver: Herramientas, abajo).

Debe tomarse en cuenta que la satisfacción de los usuarios es un fuerte argumento en cualquier estrategia de promoción de las estadísticas. En este sentido, es necesario

D. Propugnación

NSDS GUIDELINES (<https://nsdsguidelines.paris21.org>)

vincularlo con un marco de garantía de calidad . Cuánto más “enfocados en calidad’ estén los productores será mejor y más fácil promover la estadística con metas específicas.

Source URL: <https://nsdsguidelines.paris21.org/es/node/278>