



Buenas cifras, **mejores vidas**

DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PLAN DE COMUNICACIÓN

Encuesta Estructural Empresarial (Enesem) 2024

Quito, 21 de febrero de 2024

1. ANTECEDENTES

- La Encuesta Estructural Empresarial (Enesem) genera información estadística sobre la estructura económica y la producción de las empresas grandes y medianas del Ecuador, a fin de facilitar el diseño y evaluación de políticas públicas y la toma de decisiones del sector privado.
- Esta operación estadística corresponde a una encuesta dirigida a empresas o establecimientos económicos para obtener información sobre los ingresos de sus actividades ordinarias, valor agregado, producción, personal ocupado, entre otros aspectos.
- El universo de estudio corresponde a las empresas medianas y grandes del país (incluyendo la región Insular), tanto públicas como privadas. Se excluyen aquellas catalogadas como instituciones públicas.
- Su periodicidad es anual. El período de recolección de información comprende un periodo de cinco meses, posteriormente se procesa, analiza y difunde los resultados.
- La información se recaba mediante un formulario electrónico llenado por los informantes calificados, es decir, personas designadas por las empresas para que, con el asesoramiento continuo de los encuestadores del INEC, proporcionen los datos, con la calidad y oportunidad requeridos.
- La muestra de investigación es cercana a 4.000 empresas, que se obtiene del Registro Estadístico de Empresas (REEM) del INEC y se expande a un universo de aproximadamente 14.000 empresas grandes y medianas.
- Los resultados estadísticos se construyen a partir de los datos entregados por los informantes de las empresas. Incluyen variables derivadas como: la producción, consumo intermedio, valor agregado, personal ocupado, formación bruta de capital fijo y remuneraciones.
- Los sectores investigados son: minería, manufactura, electricidad, agua, construcción, comercio, transporte, hoteles y restaurantes, comunicación, financieras y seguros, inmobiliarias, actividades profesionales y administrativas, enseñanza, actividades de salud, recreación y otros servicios.

2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

INTERNA

- La misión del INEC es coordinar, normar y evaluar la producción de la información estadística oficial proveniente del Sistema Estadístico Nacional; así como generar estudios especializados que contribuyan a la toma de decisiones públicas y privadas y a la planificación nacional.
- La visión es ser un referente a nivel nacional e internacional por la calidad, oportunidad e innovación en la producción de información estadística, y en la generación de conocimiento a través de estudios especializados.

EXTERNA

- El quehacer estadístico no logra captar la atención de los medios de comunicación y ciudadanía en general, a excepción de datos derivados de operaciones puntuales.
- La ciudadanía desconoce el accionar institucional, cómo se construyen sus operaciones estadísticas y las herramientas tecnológicas que genera (visualizador) para proporcionar una mejor experiencia a los usuarios cuando buscan información específica.
- El liderazgo del INEC entre las instituciones de estadística de la región ha sido destacado por voceros de este ámbito técnico.
- Los resultados de la Enesem son de utilidad para las empresas informantes y el sector empresarial, usuarios especializados nacionales e internacionales (Banco Central del Ecuador -BCE, Comisión Económica para América Latina y el Caribe, entre otros), hacedores de la política pública y privada, investigadores, la academia y otros.

3. OBJETIVOS

General:

Difundir el proceso técnico del INEC, en torno a las estadísticas empresariales desarrolladas por el INEC, como resultado de la información suministrada por las empresas informantes.

Específicos:

- Dar a conocer los resultados de la Enesem, que permiten obtener detalles de la situación empresarial en el país.
- Generar cultura estadística entre nuestro público objetivo.

- Posicionar la Enesem en el sector empresarial, como una encuesta importante en la generación de indicadores empresariales.
- Generar un acercamiento positivo con las empresas seleccionadas para la Enesem.
- Gestionar y cooperar en el acercamiento con las empresas que rechazan la entrega de la información.

4.- PÚBLICOS OBJETIVO

Público externo:

- Instituciones públicas (BCE, MINTEL, entre otros)
- Empresas seleccionadas para participar en la encuesta
- Gremios empresariales, cámaras de la producción, de comercio, industrias, cámara de comercio, etc.
- Investigadores y academia
- Medios de comunicación
- Ciudadanía en general

Público interno:

- Servidores y colaboradores del INEC

5.- MENSAJES A POSICIONAR

- La Enesem prioriza el levantamiento de información a través del uso de medios telemáticos, seguido de las visitas presenciales.
- Las visitas a empresas son acordadas de manera previa entre el encuestador y el informante designado por la empresa.
- Ábrele la puerta al INEC.
- El proceso de producción estadística es riguroso, cumple protocolos y certificaciones que impiden su manipulación.
- Ejecutamos nuestro trabajo con responsabilidad, transparencia y compromiso con el país.
- La Enesem oferta anualmente una amplia gama de información empresarial: información económica a nivel de empresas y establecimientos, información ambiental e información de las TIC.
- La estadística que generamos contribuye a la toma de decisiones informadas en beneficio de todas y todos.
- ¡Estamos en una mejora continua!
- La Encuesta Estructural Empresarial genera información estadística sobre la estructura económica y la producción de las empresas grandes y medianas del Ecuador.
- Esta operación estadística corresponde a una encuesta dirigida a empresas o establecimientos económicos para obtener información de ingresos de sus

actividades ordinarias, valor agregado, producción, personal ocupados, entre otros aspectos.

6.- ACCIONES ESPECÍFICAS

La ENESEM requiere la implementación de estrategias comunicacionales de expectativa, durante las distintas fases de la producción estadística. Específicamente, acompañamiento para la socialización y sensibilización de la encuesta para la entrega de los datos y luego del operativo para la difusión de los resultados de la operación estadística.

Marketing y publicidad	Comunicación externa y relaciones públicas
<ul style="list-style-type: none"> Generación de contenidos para promoción de resultados de la Enesem según la calendarización de resultados 	<ul style="list-style-type: none"> Difusión de mensajes con resultados de la Enesem a medios de comunicación a través del chat de WhatsApp y ciudadanía en general a través de redes sociales. Boletín de prensa sobre resultados Enesem. Apoyo en cobertura y logística para socializaciones y capacitaciones de visualizador de datos con públicos específicos. Envío de resultados o información sensibilizadora a empresas a través de correo electrónico compartido con la DECON. Apoyo para la gestión de rechazos a través de visitas en campo guiadas por equipo Enesem.
Campaña digital	Comunicación interna
<ul style="list-style-type: none"> Publicación de resultados en redes sociales. Campaña de colaboración dirigida a empresas. 	<ul style="list-style-type: none"> Publicación en la página web los resultados acorde al calendario estadístico. Socialización del trabajo mediante la réplica de la campaña de promoción, a través de grupos internos de WhatsApp, boletín interno, cartelera, mailing, etc. Una capacitación a encuestadores para dirigirse asertivamente a los

	informantes, durante las capacitaciones generales.
--	--

Ejecución: El plan de comunicación será renovado según la necesidad del área requirente, después del año de vigencia, es decir, no es necesario que se actualice cada año.

Línea gráfica

Todos los productos irán en sintonía con la línea gráfica establecida para la difusión de resultados de la operación estadística, reforzada con la imagen institucional y en los textos introductorios, los mensajes institucionales a posicionar.

7.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Entregar la información con al menos 5 días de anticipación para alcanzar a generar las piezas comunicacionales con sus respectivos diseños.

Elaborado por: Ana Karen Rodríguez – Responsable de Comunicación Externa y RRPP	Revisado y aprobado por: María Dolores Zambrano – Directora de Comunicación Social
--	---