

## COMUNICADO DE ANEIMO

(ASOCIACIÓN NACIONAL DE EMPRESAS DE INVESTIGACIÓN)

DIRIGIDO A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, EN  
RESPUESTA A LOS COMENTARIOS E INFORMACIONES  
PUBLICADOS QUE EN LOS ÚLTIMOS DÍAS CUESTIONAN  
LA VALIDEZ DE LAS ENCUESTAS ELECTORALES.



Madrid, 1 de julio de 2016

Tras las celebración de las elecciones generales del pasado 26 de junio, diferentes medios y profesionales de la comunicación (periodistas, analistas políticos, representantes de algunas formaciones políticas...) han manifestado opiniones y comentarios poniendo en cuestión la elaboración, validez y rigurosidad de las encuestas electorales.

**ANEIMO (Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión Pública), en representación de sus empresas asociadas, quiere aclarar...**

En primer lugar, que:

- Los pilares fundamentales de nuestra actividad son la honestidad e independencia de nuestro trabajo, el bien hacer y la rigurosidad en los procesos, siguiendo las exigencias de los estándares internacionales de calidad (normas ISO para esta actividad). La pertenencia a ANEIMO supone por lo tanto una garantía adicional de calidad.
- Todas las empresas que forman parte de ANEIMO están adheridas a las normas de ética profesional. Dichas normas establecen unas directrices concretas para la realización, análisis y publicación de las encuestas electorales y quedan recogidas en el Código ICC-ESOMAR (Código Internacional ICC/ESOMAR para la Práctica de la Investigación Social y de Mercado) y la Guía sobre Sondeos Electorales y de Opinión y su Publicación (*ESOMAR/WAPOR Guideline on Opinion Polls and Published Surveys*).

En relación a los mencionados comentarios y críticas surgidos en los medios tras las elecciones del 26-J, ANEIMO desea apuntar algunas consideraciones:

Es frecuente encontrar mezcladas referencias a dos tipos de estudios de naturaleza diferente: **las encuestas preelectorales**, realizadas y, en su caso, difundidas públicamente durante las semanas o días previos a la jornada electoral, y **los sondeos a pie de urna** (*exit polls*), realizados el mismo día de los comicios con la publicación de resultados justo al cierre de las urnas.

- El objetivo de las primeras, las **ENCUESTAS PREELECTORALES**, no es acertar o predecir el resultado final de las elecciones, sino analizar o determinar el 'clima' político y/o tendencias y expectativas de voto de los ciudadanos en el momento de realización de la encuesta.
- Dado que la Ley Electoral vigente prohíbe la difusión de este tipo de encuestas dentro de los cinco días anteriores al de celebración de los comicios, la generalidad de estos sondeos (publicados en la fecha tope de difusión –lunes- o durante el fin de semana previo al día 'D') recoge habitualmente el estado de las expectativas de voto de los electores 10-12 días antes de la jornada de votaciones.
- Como es obvio y ha quedado suficientemente demostrado en el pasado, el *cuerpo* electoral es un *ser vivo*, por lo que cualquier acontecimiento o coyuntura de impacto sobrevenida en las jornadas previas al día de las elecciones puede influir de forma significativa en el comportamiento electoral final de los ciudadanos.
- Este tipo de sondeos preelectorales tienen unos límites en cuanto a su capacidad de análisis y de proyecciones electorales, en función sobre todo de su amplitud muestral (número de entrevistas efectuadas).
- Los sondeos difundidos entre el 15 y el 20 de junio tuvieron una base muestral media de unas 1.500 entrevistas a nivel del conjunto de España, suficientes para poder elaborar con rigor estadístico estimaciones de voto a nivel global en términos de porcentaje, **pero insuficientes desde un punto de vista metodológico para poder efectuar -con garantías técnicas- proyecciones de escaños atribuibles a las diferentes fuerzas políticas.**
- La peculiaridad de nuestro sistema electoral hace que la estimación de escaños tenga necesariamente que efectuarse a nivel de cada circunscripción / provincia, y que por la suma de los escaños determinados en el conjunto de las 52 circunscripciones existentes pueda finalmente elaborarse la proyección estatal de escaños, un ejercicio demoscópico que requiere de decenas de miles de entrevistas.

**En este sentido, ANEIMO quiere llamar la atención de la mala praxis que supone, por tanto, la realización y publicación en los medios de estimaciones de escaños a nivel estatal con muestras insuficientes. Este hecho viene sucediendo desde hace tiempo - muy especialmente en el contexto de estas recientes elecciones generales, por parte de empresas ajenas a ANEIMO-, y perjudica la necesaria credibilidad de este tipo de encuestas.**

Se observa, pues, con preocupación la cada vez mayor presencia de encuestas preelectorales técnicamente débiles, a las que se destinan pocos recursos económicos, en busca quizás de la ‘notoriedad’ por encima de su idoneidad metodológica.

- Por su parte, los **SONDEOS A PIE DE URNA** (cuyo método de recogida de datos sólo puede ser la entrevista personal), generalmente contratados por un medio de comunicación, tienen como objetivo trasladar a la audiencia/ciudadanía, justo al cierre de las urnas, una previsión lo más ajustada posible a los resultados de las votaciones. Sus resultados se dan a conocer antes del escrutinio oficial de papeletas, el que marca los resultados definitivos de los comicios.
- A diferencia de los sondeos preelectorales, en los Sondeos a pie de Urna no se recoge el comportamiento electoral de los ciudadanos en términos de intenciones o expectativas, sino la declaración del voto que acaban de emitir y del que ofrecen información a la salida de los centros de votación.
- Los Sondeos a pie de Urna requieren de una gran complejidad en su diseño y desarrollo. Para su realización es necesario un enorme despliegue de medios humanos y recursos materiales, planificados y coordinados al máximo. También es enormemente valioso el *know how* que la empresa y equipo de profesionales encargados de su realización haya podido adquirir y acreditar en experiencias anteriores, para la gestión de todo ese operativo y, en última instancia, para el análisis de los datos recogidos en campo durante toda la jornada y su proyección en términos de porcentajes de votos y escaños asignados a las diferentes fuerzas políticas.

**ANEIMO quiere dejar constancia de que ninguna de las empresas integradas en esta Asociación efectuó un Sondeo a pie de Urna con ocasión de las elecciones generales del 26-J.**

En este contexto, **ANEIMO considera importante y va a impulsar un encuentro con otras asociaciones y empresas demoscópicas con el fin de definir de forma precisa una guía que regule la publicación de sondeos electorales en los medios de comunicación, de forma que pueda eliminarse toda duda sobre la calidad de los mismos.**



## Qué es ANEIMO

ANEIMO es la Asociación de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión. Agrupa las empresas más importantes en investigación de mercados; actualmente sus empresas asociadas representan el 60% del volumen de negocio del sector. ANEIMO trabaja en promover el desarrollo de sus socios, asegurar que cada trabajo se realiza siguiendo los más altos estándares de calidad y velar por el respeto de los códigos de ética profesional. En ANEIMO creemos firmemente que la investigación de calidad genera conocimiento y por lo tanto genera directamente resultados positivos sobre el negocio de los clientes.

[www.aneimo.com](http://www.aneimo.com)

**LA EXCELENCIA EN INVESTIGACIÓN DA RESULTADO.**

## Socios de ANEIMO:

**ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN · EMER-GFK · IKERFEL ·  
INSTITUTO DYM · INTERCAMPO · IPSOS ·  
MILLWARD BROWN SPAIN · NETQUEST · ODEC · RANDOM ·  
ROSENTHAL RESEARCH · SALVETTI & LLOMBART · SSI · TNS / KANTAR**

## MÁS INFORMACIÓN:



[www.aneimo.com](http://www.aneimo.com)  
[prensa@aneimo.com](mailto:prensa@aneimo.com)



### PRENSA:

Smart Media Solutions  
Teresa Osma  
[tosma@smartm.es](mailto:tosma@smartm.es)  
C/ Tutor, 11 1ªA. 28008 Madrid.  
Tel.: 91 7584872