

¿Quién predijo de forma certera los resultados de los últimos comicios electorales?

A pesar del complejo entorno de cambio, las encuestas políticas aciertan en sus predicciones.

Los sondeos, punto de partida imprescindible para el análisis político y social.

Madrid, 10 de junio de 2015.

Un escenario complejo. Las elecciones autonómicas y locales celebradas recientemente estuvieron marcadas por unos resultados reflejo del momento de transformación política profunda que está viviendo nuestro país. Al alto número de candidaturas, propio de las citas municipales y autonómicas, se ha añadido la aparición de nuevas fuerzas, sin una base cuantitativa anterior.

Resultados certeros. Durante los últimos meses, los sondeos pre-electorales venían pronosticando los importantes cambios que la ciudadanía manifestó con su voto. Se anticiparon no sólo los resultados de las distintas opciones políticas, sino una muy aproximada estimación de número de escaños y concejales cuando el diseño y tamaño del estudio lo han permitido. Al igual que sucedió en marzo con las elecciones al parlamento andaluz, las urnas confirmaron el escenario.

Más recursos, más experiencia. La alta aproximación a los resultados en este contexto no es fruto del azar. Los avances técnicos y la mayor experiencia de los profesionales –encuestadores y analistas- en este tipo de estudios hacen que los sondeos hayan ganado en fiabilidad. Además y en referencia concreta a las encuestas a pie de urna, ha sido necesario movilizar grandes recursos, entre otros una extensa red de entrevistadores para garantizar la representatividad de la muestra y la aplicación de nuevas tecnologías móviles, que han permitido el volcado de datos en tiempo real. Ante un panorama tan complejo, se hace necesario recurrir a empresas de investigación que apliquen de forma rigurosa la normativa de calidad del sector y de las prácticas profesionales establecidas a nivel internacional, impulsadas en España por Aneimo y otras asociaciones e instituciones.

El papel de las encuestas electorales. Sin sondeos no hay base sólida para la opinión. Los sondeos tienen un indudable valor informativo para la población, ya que le permite conocer las corrientes políticas y posicionarse libremente respecto a ellas. Por otra parte, los sondeos son una herramienta básica para los responsables de los partidos a la hora de analizar los cambios políticos y fijar o repensar estrategias. Una encuesta bien realizada puede servir para corregir errores, potenciar mensajes o cambiar actitudes que logren invertir tendencias y , en todo caso, conocer la percepción que tienen los ciudadanos ante los partidos y los responsables políticos.

La Ley Electoral.

Una vez más, Aneimo reclama la modificación de la Ley Electoral que impide la publicación de sondeos durante los 5 días previos a una cita electoral. Esta prohibición, que no aplica a la realización de sondeos sino únicamente a su publicación, va en detrimento de la transparencia y el acceso universal a la información y perjudica tanto a las empresas del sector como a los medios y partidos con menores recursos. El desarrollo de las nuevas tecnologías y un panorama mediático cada vez más globalizado hacen que además esta limitación sea cada vez más difícil de mantener en la práctica y por tanto se haya quedado completamente obsoleta.

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.

LA EXCELENCIA EN INVESTIGACIÓN DA RESULTADO.

Socios de ANEIMO:

**ANÁLISIS E INVESTIGACIÓN · BLOCK DE IDEAS · CEGEDIM ·
GFK · IDEA STRATEGIC RESEARCH SOLUTIONS · IKERFEL ·
INSTITUTO DYM · IPSOS · MILLWARD BROWN SPAIN · NETQUEST ·
ODEC · RANDOM · ROSENTHAL RESEARCH · SALVETTI & LLOMBART ·
TNS / KANTAR**

Más información:



Smart Media Solutions
Teresa Osma
tosma@smartm.es
C/ Tutor, 11 1ªA. 28008
Madrid.



Aneimo
prensa@aneimo.com
www.aneimo.com