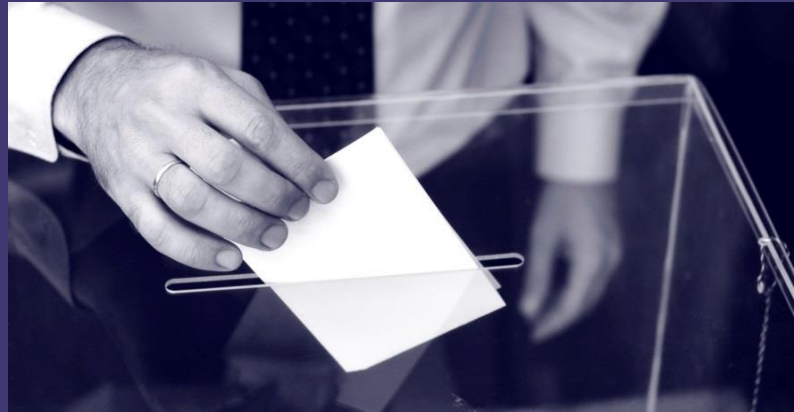


NOTA DE PRENSA · NOTA DE PRENSA · NOTA DE PRENSA · NOTA DE PRENSA · NOTA DE PRENSA

Antes las inminentes elecciones generales del 26 de junio,

**ANEIMO RECLAMA UNA  
VEZ MÁS LA  
MODIFICACIÓN DE LA  
LEY ELECTORAL Y  
RECUERDA LA  
IMPORTANCIA DE LOS  
ESTÁNDARES DE  
CALIDAD**



Madrid, 22 de junio de 2016

En estos días previos a las elecciones generales del 26 de junio, y en un entorno de incertidumbre política **las encuestas y sondeos electorales cobran más protagonismo que nunca.**

La gran mayoría de medios de comunicación publican algún tipo de sondeo y **cada vez se alzan más voces a favor de la modificación de la Ley Electoral** que impide la publicación de sondeos durante los 5 días previos a una cita electoral. Desde hace años ANEIMO (Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión Pública) abandera esta corriente de opinión que en palabras del Presidente de la Asociación *“ha quedado obsoleta, discrimina a los medios españoles y es anacrónica en la era de internet”*. Ya en 2008 ANEIMO presentó una propuesta de modificación de Ley a la Comisión Constitucional del Congreso de los Diputados para solicitar la modificación de la Ley, que fue rechazada.

Recordamos que según el artículo 69 de la Ley Orgánica del Régimen Electoral General 5/1985, los medios de comunicación no pueden difundir dentro de nuestras fronteras resultados de sondeos durante los cinco días previos a unas elecciones. A día de hoy, países de nuestro entorno político como Alemania, Francia o Estados Unidos no contemplan esta limitación temporal. ANEIMO advierte que estos datos de los sondeos se pueden publicar en otros países y quedar a disposición de todo ciudadano o partido que tenga acceso a Internet. Esta medida limita tanto la libertad de las empresas de sondeos y medios de difundir información como la del ciudadano de acceder a ella.

**Por otra parte desde ANEIMO, en representación de las principales empresas de investigación de este país, quiere aclarar 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.
- La mayoría de las empresas de investigación de mercados, y una buena parte de los profesionales dedicados a este ámbito, están adheridos 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*).
- Durante el período electoral, desde el día de la convocatoria hasta el de la votación, la Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General, en su Artículo 69, impone que en los resultados y la publicación de las encuestas electorales se deben incluir:
  - a) Denominación y domicilio del organismo o entidad que haya realizado el sondeo, así como del que haya encargado su realización.
  - b) Una ficha técnica que contenga al menos: *“sistema de muestreo, tamaño de la muestra, margen de error de la misma, nivel de representatividad, procedimiento de selección de los encuestados y fecha de realización del trabajo de campo”*.
  - c) Texto íntegro de las cuestiones planteadas y número de personas que no han contestado a cada una de ellas.

**Además ANEIMO recuerda que existen una serie de organismos que velan o dirimen las controversias sobre el cumplimiento de los requisitos de la realización y publicación de las encuestas electorales y para ello remitimos a:**

- [Ley Orgánica 5/1985, de 19 de junio, del Régimen Electoral General.](#)
- [Guía sobre Sondeos Electorales y de Opinión y su Publicación \(ESOMAR/WAPOR Guideline on Opinion Polls and Published Surveys\).](#)
- [Comité de Ética de AEDEMO \(CEA\).](#)
- [Autocontrol. Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial.](#)



## 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