



MADRID, 20 DE JUNIO DE 2023

UNA VEZ MÁS, Y ANTE LAS ELECCIONES DEL 28 M, LAS EMPRESAS DEMOSCÓPICAS ESPAÑOLAS HAN MOSTRADO UNA CAPACITACIÓN TÉCNICA Y EMPRESARIAL QUE SATISFACE LOS ESTÁNDARES MÁS ELEVADOS Y LAS HACE MERECEDORAS DEL CRÉDITO SOCIAL QUE DISFRUTAN PESE A LAS CRÍTICAS POCO FUNDAMENTADAS QUE RECIBEN A MENUDO SIN NINGUNA BASE CIENTÍFICA.

Las pasadas elecciones del 28 M representaron un **desafío demoscópico con pocos precedentes en España**. Se votaba en todo el territorio nacional para elegir los gobiernos locales de 8.131 ayuntamientos, los parlamentos de doce comunidades autónomas, además de Ceuta y Melilla, junto a los cabildos y consells insulares y las juntas generales de las tres provincias vascas.

En este contexto, la tarea de las empresas privadas de investigación social y demoscópica, representadas por Insights + Analytics España, resultaba crucial. El desafío era importante, pues se trataba de **demostrar capacidad técnica y solvencia profesional suficiente para medir las tendencias en un elevado número de circunscripciones** y devolver al país, a través de sus medios de comunicación y los principios que recoge nuestro código ICC/ESOMAR en la publicación de resultados, **una fotografía fiable de su situación electoral**.

Este reto, que comportaba además un **ejercicio de transparencia imprescindible para la configuración de una opinión pública informada**, solo podía abordarse desde la mejor praxis, aplicando con rigor y profesionalidad la metodología demoscópica que conforma el núcleo irrenunciable de nuestra actividad. Un rigor siempre exigible y esperable, pero que en nuestro caso está -conviene recordarlo- garantizado por nuestra independencia y autonomía empresarial.

El elevado grado de acierto en la identificación de tendencias en un entorno tan complejo, competitivo y fragmentado demuestra que **el sector español de la investigación social está a la altura de estos desafíos**. Una vez más, las empresas españolas exhibieron una capacitación técnica y empresarial que satisface los estándares más elevados y las hace merecedoras del crédito social que disfrutaban pese a las críticas poco fundamentadas que reciben a menudo sin ninguna base científica. Se trata de un éxito colectivo, formado por un conjunto de notables éxitos individuales, por el que cabe congratularnos y tomar como base para seguir mirando al futuro con confianza. Desde I + A queremos felicitar, pues, a todas las empresas y compartir esta satisfacción con todos sus socios: **el 28 M representa un éxito sectorial y de país del que cabe sentir legítimo orgullo**.

En definitiva, es este grado de precisión y profesionalidades el que avala la excelente reputación que gozan nuestras empresas demoscópicas, reconocimiento que estamos convencidos seguirá reforzándose en los próximos comicios electorales del 23 J.



SOBRE I+A:

I+A es la asociación que representa a todo el sector de la investigación de mercados y data science. La ambición de I+A es ampliar el enfoque de la investigación de mercados a las nuevas fuentes de datos, metodologías y disciplinas que han aparecido en los últimos años como consecuencia de la progresiva digitalización de la sociedad. I+A da voz todos sus socios -empresas, profesionales, clientes y académicos- para seguir impulsando el importante rol que la investigación de mercados tiene en el conocimiento de los consumidores y la sociedad.

EMPRESAS ASOCIADAS



MÁS INFORMACIÓN: <https://ia-espana.org/>



INSIGHTS + ANALYTICS ESPAÑA
C/ Ferraz 35, 3ªdcha.
28008 Madrid
Tel: 647 065 633 / 637209380 / 647 065 616
secretaria@ia-espana.org
www.ia-espana.org

CONTACTO PRENSA:



SMART MEDIA SOLUTIONS
C/ Luis Muriel 12 – 3D
28002 Madrid
Tel: 91 758 48 72
Teresa Osma – tosma@smartm.es
www.smartm.es