

Analiza el tiempo de respuesta (IRT) para profundizar en el grado de convicción de los resultados

IPSOS INTRODUCE POR PRIMERA VEZ LA NEUROCIENCIA EN LAS ENCUESTAS DE POLÍTICA Y SOCIEDAD

- **A través del IRT logra determinar la asociación inconsciente entre lo que los españoles “opinan” y lo que “realmente” piensan sobre los aspectos más relevantes de la actualidad política y social como la intención de voto, el derecho a la autodeterminación, la valoración de líderes políticos**
- **IPSOS se consolida como el instituto de investigación de mercados de referencia a nivel mundial, experto en combinar de la investigación tradicional con las técnicas más avanzadas de neurociencia**

Madrid, 8 de octubre de 2018. – **IPSOS**, el mayor instituto de investigación de mercados independiente del mundo con presencia en 89 países, **ha llevado por primera vez en España la neurociencia a las encuestas de opinión política y social.**

Así, mediante **la medición del tiempo de respuesta de los encuestados, IRT (Implicit Reaction Time)**, IPSOS logra determinar la asociación inconsciente **entre lo que los españoles “opinan” y lo que “realmente” piensan sobre los aspectos más relevantes de la actualidad.**

La combinación de la investigación tradicional con las técnicas más avanzadas de neurociencia es una de las grandes apuestas de Ipsos, donde se ha consolidado en los últimos años como el instituto de investigación de mercados de referencia a nivel mundial. Como ya hizo en su momento a la hora de introducir las técnicas de neurociencia aplicadas al marketing, IPSOS da ahora un paso más, y aplica la innovación y nuevas herramientas de investigación de mercados en el campo de las encuestas sociales.

El objetivo es **ahondar en lo que verdaderamente influye a la hora de tomar decisiones relacionadas, por ejemplo, con la intención de voto, el derecho a la autodeterminación, la valoración de líderes políticos, o de opinar sobre temas que pueden suscitar polémica como la gestación suboragada o la inmigración.**

“Cuando una persona opina sobre un tema político o de actualidad, en la mayoría de los casos esa respuesta viene condicionada por una serie de factores como la experiencia, lo aprendido, o decir lo políticamente correcto en ese momento, enmascarando la verdadera naturaleza de la declaración. En este sentido la agilidad de respuesta ayudará a discernir qué respuestas son “de corazón”, es decir, están íntimamente implícitos en la persona presentando una mayor rapidez de reacción, frente aquellos que precisan más tiempo para ser comprendidos, interpretados y, finalmente, verbalizados”, señala **Núria Borrut, directora de Innovación de IPSOS.**

Y añade **Borrut** *“en el caso de las encuestas políticas o de intención de voto, algunas conclusiones que hemos observado gracias al IRT es que, de lo que opinan los encuestados, al grado de convicción de*

esas respuestas, puede haber una diferencia de hasta los 20 puntos. Un dato sin duda clave que demuestra la necesidad de ir un paso más allá en este tipo de encuestas, de no quedarnos en lo puramente declarativo, porque los resultados pueden ser sustancialmente diferentes y sorprendentes, afectando incluso al resultado final de unas Elecciones”.

IRT, Implicit Reaction Time

Las bases del IRT se asientan en la manera en la que los individuos procesan la información, establecidas por el psicólogo norteamericano y Premio Nobel de Economía **Daniel Kahneman**, quien analiza el modelo racional de toma de decisiones. Kahneman habla de 2 sistemas: un primer sistema cerebral más rápido, intuitivo y automático, y un segundo más lento y analítico, dominado por el razonamiento.

En la utilización de IRT en investigación de mercados, IPSOS mide el tiempo de respuesta del encuestado en cada pregunta, de tal manera que, cuanto más convencido esté de lo que responde, más fácil y rápida será su posición. En cambio, cuando los conceptos no son están tan arraigados, los tiempos de respuesta se alargan.

Para más información: <http://www.ipsos.es>

Para más información:

Gabinete de Prensa de Ipsos (Peidró Comunicación)

Elisa Vila / Beatriz Fernández

evila@peidrocomunicacion.com / bfernandez@peidrocomunicacion.com

Tel: 91 457 04 54