

La empresa CIES, premio 2010 del Colegio de Sociólogos de Navarra

Carlos Zufía y Fernando Lacabe, codirectores de la firma, recogieron el galardón

Desde 1981, elabora estudios de opinión y de mercado para empresas e instituciones

CARMEN REMÍREZ
Pamplona

CIES, empresa de estudios de opinión y de mercado, lleva casi treinta años analizando cómo se ve a sí misma la sociedad navarra. Lo estudia desde el punto de vista sociológico (qué es lo que nos preocupa), político (cuál es nuestra intención de voto) o económico (si pagaríamos por determinado producto o servicio). En

tre otras, CIES trabaja desde hace años con Diario de Navarra, medio que le encarga periódicamente encuestas sociológicas y electorales. También tiene al Gobierno foral, a la Mancomunidad de la Comarca de Pamplona y a numerosas empresas de la Comunidad foral en su nómina de clientes. Ayer recibió el galardón 'Sociedad y valores humanos 2010', que entrega anualmente el Colegio de doctores y licenciados

en Ciencias Políticas y Sociología de Navarra. Se hizo merecedor de él en su quinta edición por "la seriedad y rigurosidad" que siempre ha caracterizado a su trabajo, indicó Mikel Olazarán, decano del Colegio. Lo recogieron, de manos de Miguel Sanz, presidente del Gobierno foral, los dos codirectores de CIES, los sociólogos Carlos Zufía y Fernando Lacabe.

En su intervención, Olazarán

precisamente destacó ante los presentes, como rasgos propios de la empresa, "la visión y perseverancia de sus fundadores, la búsqueda constante de nuevos mercados y el uso de herramientas propias de las nuevas tecnologías" que garanticen unos mejores resultados.

El presidente Sanz dio la enhorabuena a la firma y tuvo palabras de elogio para la labor profesional que desempeñan desde hace tres décadas. Vinculó "el acreditado trabajo" de CIES con las declaraciones del precursor en materia de estudios de opinión pública, el estadounidense George Gallup, que afirmaba hace 75 años que "con este trabajo busco conocer la verdad y las aspiraciones reales de la gente".

CARLOS ZUFÍA SANZ Y FERNANDO LACABE AMORENA CODIRECTORES DE CIES

“El votante es bastante fiel en Navarra”

Profesionales de las encuestas y del rigor, dos conceptos que ambos se empeñan en defender unidos. En su caso, llevan 30 años demostrando que pueden combinarse con éxito.

C.R.
Pamplona

Un buen sociólogo que analiza los resultados de una encuesta debe evitar la improvisación, la manipulación y el partidismo. Con ello se gana el respeto en la profesión y el prestigio entre sus clientes. Algo de ello tendrán Fernando Lacabe Amorena (Pamplona, 1950) y Carlos Zufía Sanz (Tudela, 1954) cuando tuvieron que denunciar a un grupo de personas que suplantaba la identidad de su empresa a la hora de vender CD's por teléfono. Aprovechándose del buen nombre de CIES, los estafadores embaucaban al receptor de la llamada y se hacían pasar por encuestadores. "Estamos haciendo un estudio sobre consumo y queríamos saber si le gusta la música". Una vez que la víctima picaba, pasaban a tratar de 'colocarle' el CD.

Zufía, licenciado en Ciencias Políticas y Sociales en Deusto, con un máster en Psicología en París, casado y padre de dos hijos de 19 y 15 años, respondía en primer lugar durante la entrevista. A su derecha, Lacabe, casado y padre de dos hijas de 24 y 20 años, que se licenció también en Deusto y completó su formación con una especialización en Marketing, venía a completar la versión de su colega. Entre los dos dirigen una empresa que cuenta con 9 empleados fijos, 6-8 colaboradores y, a la hora de realizar encuestas, pueden emplear hasta a 200 personas. Entre el gran público es conocida, sobre todo, por su faceta como firma de estudios de opinión, como los de intención de voto.

¿Qué hace una empresa como CIES?

Nuestro trabajo tiene cuatro ám-



Fernando Lacabe y Carlos Zufía, sociólogos y codirectores de CIES, estudios de opinión y de mercado.

JORGE NAGORE

bitos principales. El primero es el Estudio de Audiencia de Medios que llevamos a cabo en Navarra y País Vasco desde 1984. Después trabajamos con empresas privadas, que nos encargan estudios de mercado. En tercer lugar, están esos mismos encargos, pero provenientes de instituciones y administraciones públicas. Por último, los trabajos específicos del área internacional (a través del instituto Research Alliance). Uno de los más recientes que hemos hecho últimamente, para Sopas Knörr, que quería conocer la aceptación de su producto en el mercado español.

¿Cuánto tiempo les lleva y qué les pagan por esos encargos?

Toda investigación parte de unos objetivos, que son los que pide el cliente. Nosotros no le decimos lo que le gustaría escuchar, sino lo que obtenemos de nuestro estudio. Existe un margen de error, claro, pero en grandes números, nuestra experiencia dice que la información que se recaba es correcta. Depende de la metodología, pero en término medio se realizan a lo largo de 2-3 semanas y el precio, siempre en genérico, oscila entre los 6.000 y los 12.000 euros por estudio. **Ustedes, que lo conocen bien, ¿cómo ven el panorama electoral**

navarro?

Desde las últimas elecciones se ha producido una escisión en el espacio de centro derecha, uno de los tres principales que compone el espacio electoral navarro. Creemos que UPN va a recoger la mayor parte de los votos de ese espacio. NaBai y el PSN, que cuentan con un apoyo bastante parejo a día de hoy, representan a los otros dos grandes polos, los nacionalistas y el centro izquierda. Además, existen otros partidos minoritarios que pueden jugar un papel de bisagra, como esa coalición que estudian IU y Batzarre.

No hablan de CDN, por lo que parece que asumen que desaparecerá en el Parlamento que surja de mayo 2011...

Así lo indicaba nuestra último estudio de opinión, donde la intención de voto decaía con respecto a elecciones pasadas y no obtenía representación parlamentaria. **Desde que lo estudian, ¿ha cambiado mucho el panorama político en Navarra?**

Tampoco tanto. En general, el votante navarro mantiene a grandes rasgos la fidelidad a ese espacio. Hombre, todo a grandes rasgos y con las oscilaciones lógicas, porque el PSN, que ahora tiene 12, llegó a contar con 19 parla-

mentarios. Luego, tras los casos de corrupción, bajó. O el centro derecha, antes de las escisiones de PP y CDN llegó a tener hasta 27 parlamentarios...

30 años de cambios

¿La Navarra de 2010 es muy diferente a la de 1981?

En algunos aspectos es muy distinta, sí. Han pasado treinta años. Por ejemplo, la incorporación de la mujer al trabajo fuera de casa ha supuesto una revolución. Cuando empezamos en esto, sólo 1 de cada 4 trabajadores era mujer. Hoy, son ya el 43%. La sociedad se ha enriquecido. Ha cam-

biado mucho el modelo de familia, que ahora es mucho más multiforme, y hemos dejado atrás nuestro pasado rural. La agricultura empleaba al 15% de la población navarra en 1981 y ahora supone un 4%. En nuestras vidas ha irrumpido la tecnología en forma de móviles, Internet...

¿Y qué es lo que ha permanecido invariable?

Esa fidelidad al espacio electoral que comentábamos anteriormente y cierto apego a las raíces rurales. Es curioso porque en el resto de aspectos hemos seguido un proceso muy parecido al del resto de Occidente, pero nos hemos distinguido en no haber perdido del todo ese vínculo con las raíces. La gente sigue acudiendo junto a su familia del pueblo, o las fiestas populares de los veranos, por ejemplo, mantienen gran arraigo.

La religión es otro de los aspectos que se suele citar a la hora de hablar de cambios...

Es cierto. Navarra no ha sido ajena al proceso de secularización que ha vivido España. Aquí quizá la religión como fenómeno social ha pasado a un segundo plano y ahora se vive la religiosidad como una opción personal, del individuo, más enfocada hacia el interior.

EN FRASES

"Navarra se distingue porque mantiene vínculos con sus raíces rurales: familia o fiestas del pueblo"

"En término medio, un estudio de opinión se realiza a lo largo de 2-3 semanas y cuesta entre 6.000 y 12.000 euros"