

Comunicado

Respuesta a la Ley n.º 2494 de 2025 de Colombia

El 23 de julio de 2025, el Congreso de Colombia promulgó la Ley n.º 2494, que regula la elaboración, publicación y difusión de sondeos electorales y de opinión política. La ley introduce restricciones severas, entre ellas la prohibición de publicar sondeos electorales hasta tres meses antes de que finalice el proceso de registro de candidatos. Dicha limitación constituye una violación directa de los derechos internacionalmente reconocidos a la libertad de expresión, al acceso a la información y al derecho a unas elecciones justas y libres, tal y como se destaca en las secciones siguientes. Además, la ley obliga a los encuestadores a presentar datos personales para su supervisión oficial, lo que expone a los encuestados a posibles riesgos y vulnera sus derechos a la privacidad y a la protección de datos. Esomar recomienda la derogación de estas disposiciones restrictivas para garantizar que los votantes tengan acceso oportuno a información verificada sobre las encuestas, a fin de garantizar la integridad democrática y defender las libertades fundamentales que son esenciales para unas elecciones transparentes e imparciales.

Esomar, la asociación mundial para la investigación de mercados, de opinión y social, y el análisis de datos, lleva mucho tiempo trabajando para establecer normas profesionales que regulen la realización de sondeos de opinión de alta calidad, garantizando su imparcialidad, transparencia y respeto por los principios de privacidad de los encuestados, que son esenciales para mantener la confianza del público. Tal y como se destaca en la *Guía de Esomar y WAPOR sobre Sondeos de Opinión y Encuestas Publicadas*¹, tanto en su edición de 2017 como en la próxima actualización de 2026, la investigación de opinión es una garantía esencial para unas elecciones abiertas, libres y justas. Las encuestas de opinión pública realizadas correctamente proporcionan a los ciudadanos una visión científica de la dinámica política, lo que les permite tomar decisiones de voto informadas. Obstaculizar los procesos de investigación de la opinión pública priva a los votantes del acceso a

¹ <https://esomar.org/publications/guideline-on-opinion-polls-and-published-surveys>



datos fiables de las encuestas, lo que aumenta su vulnerabilidad a la desinformación y socava la participación democrática informada. Al mismo tiempo, los responsables políticos carecen de acceso a la información esencial necesaria para desarrollar políticas eficaces y basadas en datos que reflejen adecuadamente las actitudes y preocupaciones de los ciudadanos.

La decisión del Congreso colombiano de limitar la publicación de las encuestas de intención de voto a los tres últimos meses antes de las elecciones representa una grave amenaza para la libertad de expresión, el derecho a la información y, en última instancia, para la propia democracia. Las disposiciones de la ley contravienen específicamente las normas internacionalmente reconocidas, en particular el artículo 19 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos de las Naciones Unidas, que garantiza el derecho a buscar, recibir y difundir información e ideas de todo tipo. Esta restricción expone a los votantes y a los ciudadanos a una información electoral menos transparente y potencialmente distorsionada, lo que perjudica su capacidad para evaluar con precisión el estado del discurso sociopolítico en Colombia. Además, comprometería la transparencia necesaria para la integridad electoral y debilitaría la calidad del debate público.

La restricción impuesta por la Ley 2494 sobre la publicación de encuestas de opinión tempranas no tiene precedentes en América Latina. Como se destaca en el estudio de Esomar y WAPOR sobre *la Libertad para Realizar y Publicar Encuestas de Opinión*², la mayoría de los países de la región permiten la difusión de encuestas de intención de voto durante todo el período de campaña, imponiendo solo breves embargos anteriores al día de las elecciones. Al contrario, el enfoque de Colombia establece una limitación excepcional a la realización y publicación de sondeos fuera del ciclo electoral, cuando estos son esenciales para la selección de candidatos por parte de los partidos políticos y para que los votantes puedan tomar decisiones informadas. Por lo tanto, esta prohibición se aleja significativamente de las normas regionales, lo que crea complicaciones legales y operativas.

La ley va más allá al exigir a las empresas de sondeos que presenten datos de identificación personal, como los números de teléfono utilizados en el muestreo de las encuestas, con fines de auditoría. Esta medida viola los principios fundamentales de la protección de datos, en particular el principio de minimización de datos, y expone a las personas a riesgos de uso indebido de datos y violaciones de la privacidad.

En consonancia con las preocupaciones expresadas por la Asociación Colombiana de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión Pública (ACEI) de que la ley constituye una violación de la libertad de información y socava los derechos fundamentales de los votantes, Esomar insta encarecidamente a las autoridades

² <https://esomar.org/publications/the-freedom-to-conduct-and-publish-opinion-polls>



colombianas a que deroguen estas medidas restrictivas. De este modo, se garantizará que el marco jurídico colombiano se ajuste a las normas internacionales y garantice la protección de los derechos de los ciudadanos a la información y a la privacidad. Si no se actúa, el marco jurídico colombiano se distanciará del de muchos de sus países vecinos, lo que creará complicaciones jurídicas innecesarias tanto para los operadores colombianos como para las agencias internacionales de sondeos. En última instancia, se debilitaría el papel fundamental de la investigación de la opinión pública en el apoyo a unas elecciones justas y transparentes, con consecuencias negativas más amplias para los procesos democráticos.

esomar

Esomar es una organización mundial de autorregulación comprometida con la promoción de prácticas éticas y la representación de la comunidad dedicada a la investigación de mercado, de opinión, y social, así como a los conocimientos y el análisis de datos. Desde 1947, Esomar y sus asociaciones colaboradoras han garantizado la práctica saludable y responsable de la investigación, asegurando su fiabilidad y responsabilidad. Esomar representa y conecta a más de 50 000 personas y más de 750 empresas en más de 130 países. Los programas, iniciativas, informes y eventos de Esomar promueven las normas éticas internacionales para la profesión, la educación, las mejores prácticas, la creación de redes profesionales, así como un diálogo estructurado con los responsables políticos y los encargados de la toma de decisiones.

Este comunicado ha sido redactado por Esomar y cuenta con el respaldo regional de las siguientes asociaciones latinoamericanas:

- ACEI, Asociación Colombiana de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión Pública
- ABEP, Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa
- ADEIMO, Asociación Dominicana de Empresas de Investigación de Mercado y Opinión
- AIM, Asociación de Investigadores de Mercado y Opinión Pública de Chile
- AMAI, Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión
- APEIM, Asociación Peruana de Empresas de Inteligencia de Mercados
- CEDE, Colegio de Especialistas en Demoscopia y Encuestas
- CEIM, Cámara de Empresas de Investigación Social y de Mercado
- CEIMOP, Cámara de Empresas de Inteligencia de Mercado y Opinión Pública del Paraguay
- CEISMU, Cámara de Empresas de Investigación Social y de Mercado del Uruguay
- SAIMO, Sociedad Argentina de Investigadores de Marketing y Opinión



Para ponerse en contacto con nosotros y obtener más información:

- Federica Pizzuti, Especialista en asuntos públicos y gubernamentales de Esomar: Federica.pizzuti@esomar.org

