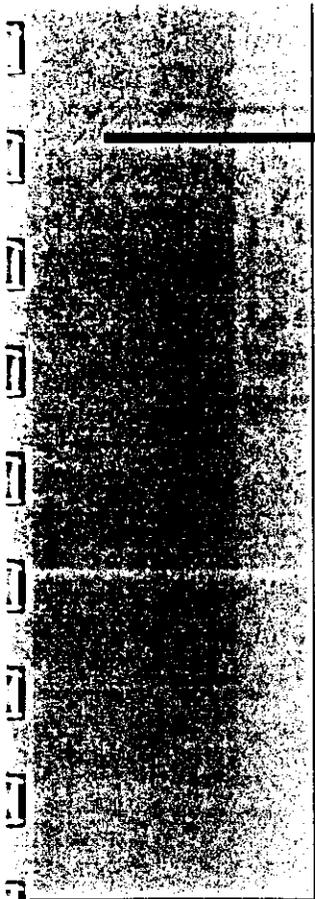


ar cop

Análisis y Resultados en Comunicación y Opinión Pública

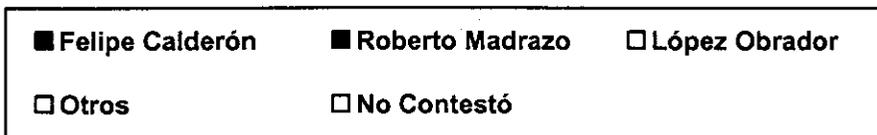
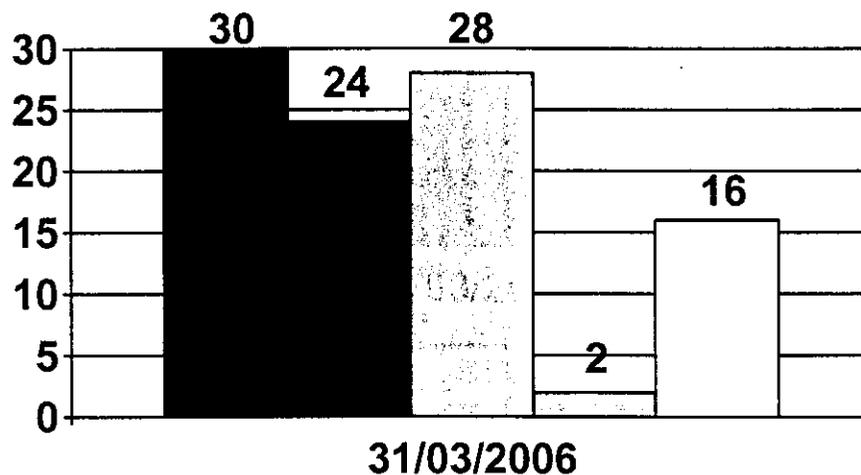


Encuesta ARCOP
5 de Abril de 2006

1. Encuesta Arcop

La encuesta realizada por la empresa Analisis de Resultados en Comunicación y Opinión Pública se realizó durante los días 21 a 28 de marzo del 2006. Tenemos los siguientes resultados.

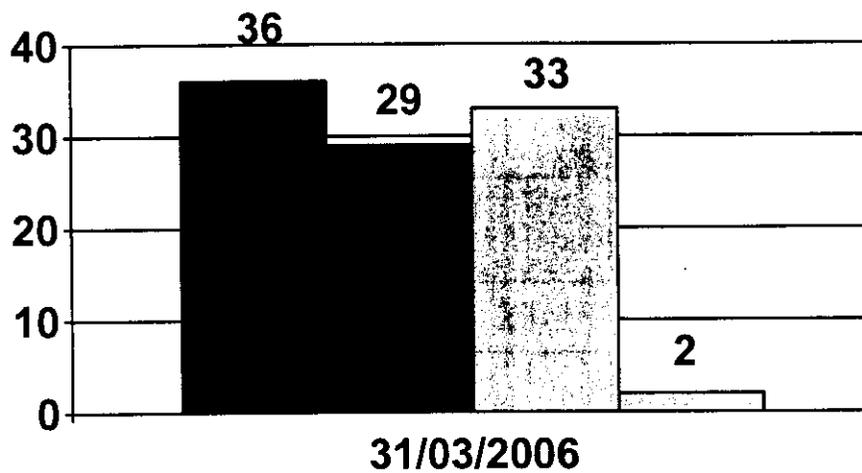
Intención de voto para Presidente de la República
31 de Marzo del 2006



* Con porcentaje de indecisos

2. Preferencia Efectiva

Intención de voto para Presidente de la República
Preferencia Efectiva
31 de Marzo del 2006

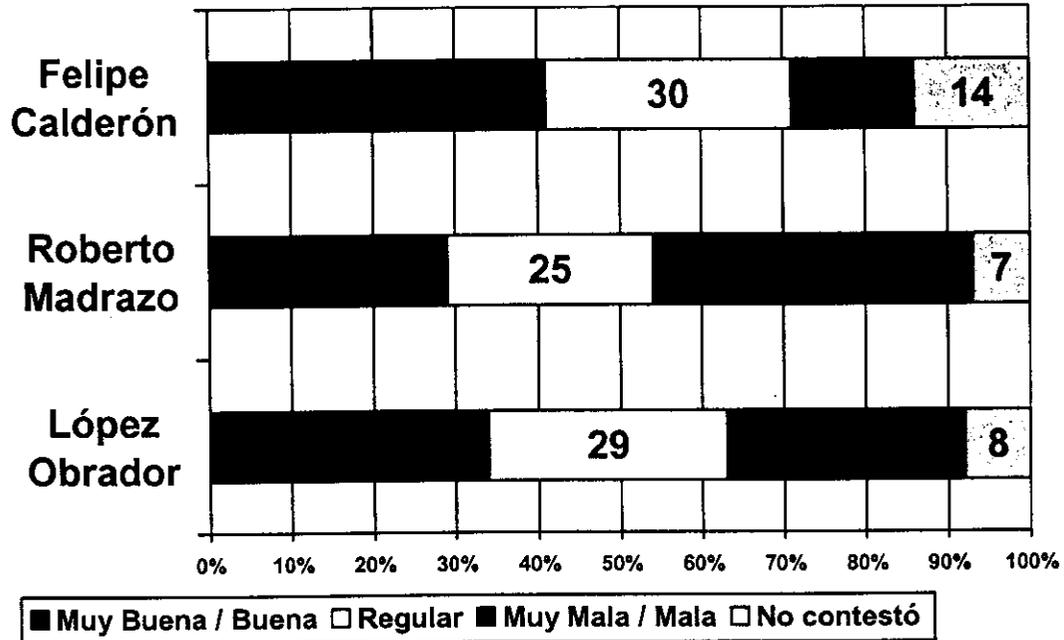


■ Felipe Calderón ■ Roberto Madrazo □ López Obrador □ Otros

* Sin porcentaje de no respuesta

3. Opinión de Candidatos

Las preferencias por la presidencia de la república están relacionadas con la opinión que se tienen de los candidatos.



* Sin considerar a quienes no contestaron la pregunta

4. Encuestas a finales de Marzo

Encuestas a fines de marzo

AGENCIA	Calderón	Madrazo	Obrador	Otro	Fin de campo	Tendencia	Dif FCH-AMLO	Febrero
ARCOP	35	24	40	1	8 de feb	Sube AMLO	-5	
Reforma	28	31	38	4	12 de feb	Sube RMP	-10	
El Universal	33	27	37	2	13 de feb	=	-4	
De las Heras	31	31	36	2	20 de feb	=	-5	
Consulta	30	28	39	3	20 de feb	=	-9	
GEA-ISA	32	26	40	2	21 de feb	Sube AMLO	-8	
BIMSA	29	29	41	1	22 de feb	Sube AMLO	-12	

Rango (29,35) (24,31) (36,41) (1,4)

AGENCIA	Calderón	Madrazo	Obrador	Otro	Fin de campo	Tendencia	Dif FCH-AMLO	Marzo
El Universal	32	24	42	2	6 de mar	Sube AMLO	-10	
Reforma	31	25	41	3	13 de mar	Sube AMLO	-10	
De las Heras	29	30	38	3	17 de mar	Sube RMP	-9	
BIMSA	32	27	39	2	19 de mar	Baja AMLO	-7	
Consultores	32	29	37	2	19 de mar	Baja AMLO	-5	
GEA-ISA	36	28	34	2	21 de mar	Baja AMLO	+2	
Consulta	31	29	38	2	23 de mar	Baja AMLO, sube FCH y RMP	-7	
Beltrán (BGC)	34	28	36	2	27 de mar	Baja AMLO, sube FCH	-2	
ARCOP	36	29	33	2	31 de mar	Baja AMLO	+3	

Rango (29,36) (24,30) (33,42) (2,3)

5. Encuestas en el 2000

ARCOP fue una de las compañías encuestadoras que acertó con mayor precisión el resultado de la elección presidencial del año 2000.

Encuestas que acertaron o no acertaron en el año 2000¹

CUADRO 3
JERARQUIZACIÓN DE LAS AGENCIAS CON BASE EN TRES MÉTODOS DE ESTIMACIÓN DE ERROR

AGENCIA	M ₁	M ₂	M ₃	PROMEDIO	ACEPTÓ EL GANADOR
Arcop	1	1	2	1.3	SI
Demotecnia	2	2	4	2.7	SI
Alducin/Democracy watch	3	3	3	3.0	SI
Alducin/Espinosa Iglesias	4	4	1	3.0	SI
Investigaciones Socs. Aplicadas/GEA	5	5	5	5.3	SI
Reforma	6	6	7	6.7	NO
Reuters/Zogby	7	9	9	7.7	NO
AcNielesen/Milenio	8	8	10	8.7	NO
Consultores y Marketing Político	11	7	8	8.7	NO
CEO/Universidad de Guadalajara	9	10	8	9.0	NO
Mund/Dallas Morning News	13	13	6	10.7	NO
Greenberg-Pearson	10	11	12	11.0	NO
Fishers	12	12	13	12.3	NO

Encuesta pronóstico por agencia

CUADRO 1
PRONÓSTICO POR AGENCIA Y DESVIACIÓN MEDIDA POR TRES MÉTODOS DISTINTOS

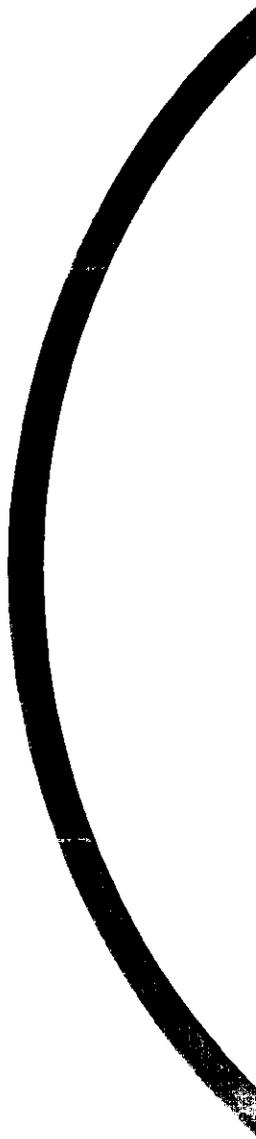
AGENCIA	FLO	FOX	CCS	OTROS	M1	M3	M5
AcNielesen/Milenio	43	39	16	3	4.4	3.8	10.5
Alducin/Democracy watch*	36	41	20	3	2.4	2.1	1.5
ALLducin/Espinosa Iglesias**	35	41	20	4	2.4	2.4	0.5
Arcop	38	43	17	3	0.4	0.5	1.5
CEO/Universidad de Guadalajara	43	39	15	3	4.4	4.2	10.5
Consultores y Marketing Político	41	38	18	3	5.4	3.5	9.5
Demotecnia	34	44	16	6	0.6	1.5	3.5
Fishers	42	36	19	3	7.4	4.8	12.5
Greenberg-Pearson43	39	15	3	4.4	4.2	10.5	
Investigaciones Socs. Aplicadas/GEA	37	39	19	3	4.4	2.5	5.5
Mund/Dallas Morning News	37	36	27	0	7.4	5.8	7.5
Reforma	42	39	16	3	4.4	3.5	9.5
Reuters/Zogby	44	41	15	1	2.4	3.8	9.5
Promedio	40	40	18	3	3.9	3.3	7.1
Resultado oficial	38.9	43.4	17.0	2.7			

* Se ajustó "Otros" de 5 a 3% para que sume 100%.

¹ Fuente: En El Papel de las encuestas en las Elecciones Federales del 2000. IFE – AMAI- Colegio Nacional de Actuarios AC México 2000

METODOLOGÍA de la encuesta ARCOP

Patrocinador	Partido Acción Nacional		
Realizador	Análisis de Resultados de Comunicación y Opinión Pública, ARCOP		
Responsable de la publicación	Análisis de Resultados de Comunicación y Opinión Pública, ARCOP		
Población	Ciudadanos mexicanos residentes en territorio nacional que declaran contar con credencial de elector		
Método de recopilación	Entrevistas cara a cara en hogares		
Método de muestreo	Se seleccionaron como unidades de muestreo las secciones electorales establecidas por el IFE. Se seleccionaron 100 puntos de levantamiento, respetando las proporciones de listado nominal en localidades urbanas, rurales y mixtas.		
Tamaño de muestra	1,400		
Fraseo de la pregunta	Boleta llenada en secreto por el entrevistado y depositada en urna portátil		
Frecuencia de no respuesta	16%		
Levantamiento	23 al 31 de marzo de 2006		
Nivel de confianza	95 por ciento		
Margen de Error	+- 2.6 pp		
Pronósticos o estimaciones	Se utilizaron estimaciones basadas en la utilización de factores de expansión		
Perfil de la muestra	Género	Edad	Escolaridad
	Hombre 50 %	18-29 20%	Nada 6%
	Mujer 50 %	30-39 26%	Primaria 29 %
		40-49 25%	Secundaria 27%
		50-59 17%	Preparatoria 23%
		60+ 12%	Universidad + 14 %



arcop.com.mx

Alabama 29 Nápoles, D.F. 03810
5682 1304 • 5682 1306 • 5682 1308 • 5687 6739
arcop@arcop1.com.mx