

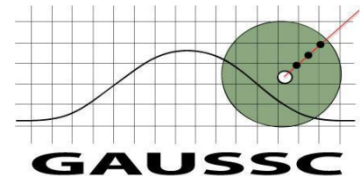
**“SERVICIO DE ESTUDIOS DE OPINIÓN SOBRE  
TEMAS RELACIONADOS CON POLÍTICAS DE  
GENERACIÓN, APROVECHAMIENTO Y CUIDADO  
DE ENERGÍA”**

**SECRETARÍA DE ENERGÍA**

**Noviembre 2011 – V Levantamiento**

**INVITACIÓN NACIONAL A CUANDO MENOS TRES  
PERSONAS**

**No. DGRHIS-INTP-005-11**



**11.026.5**

# Contenido:

1. Antecedentes
2. Objetivos
3. Consumo de energía en el hogar
4. Actitudes hacia el ahorro
5. Imagen del Sector
6. Recordación publicitaria
7. Valoración de programas
8. Características de la muestra
9. Nota metodológica

# 1. Antecedentes

Entre los objetivos primordiales del área de Comunicación Social de la Secretaría de Energía se encuentra el promover el uso eficiente de la energía para que el país se desarrolle de manera sustentable, a través de la adopción de programas y tecnologías que ofrezcan mayor eficiencia energética y ahorros a los consumidores.

La información derivada de los Estudios de Opinión permitirá elaborar un análisis estructurado sobre el alcance y las consecuencias de medidas derivadas de los programas de comunicación puestos en marcha.

## 2. Objetivos

Mediante la serie de estudios de opinión, la Secretaría de Energía pretende conocer:

- Los hábitos y costumbres de la población en general en cuanto al consumo y ahorro de energía en el hogar
- El equipamiento actual del hogar en cuanto a dispositivos ahorradores de energía
- La recordación y las opiniones de la sociedad sobre el programa “Luz Sustentable”.
- Las expectativas sobre el programa.

# 3. Uso de energía. Focos

¿Cuántos focos hay en su vivienda?

	Noviembre		Octubre		Agosto		Julio	
	Normales	Ahorraadores	Normales	Ahorraadores	Normales	Ahorraadores	Normales	Ahorraadores
<b>5 ó menos</b>	38%	40%	44%	42%	35%	37%	39%	35%
<b>6 a 10</b>	15%	29%	15%	25%	16%	30%	19%	24%
<b>11 a 15</b>	2%	6%	2%	5%	3%	6%	3%	8%
<b>Más de 15</b>	1%	5%	1%	5%	1%	6%	3%	7%
<b>Ninguno</b>	39%	19%	30%	19%	35%	19%	27%	23%
<b>No sabe</b>	5%	2%	9%	4%	11%	3%	9%	3%

Julio: Base 404 casos

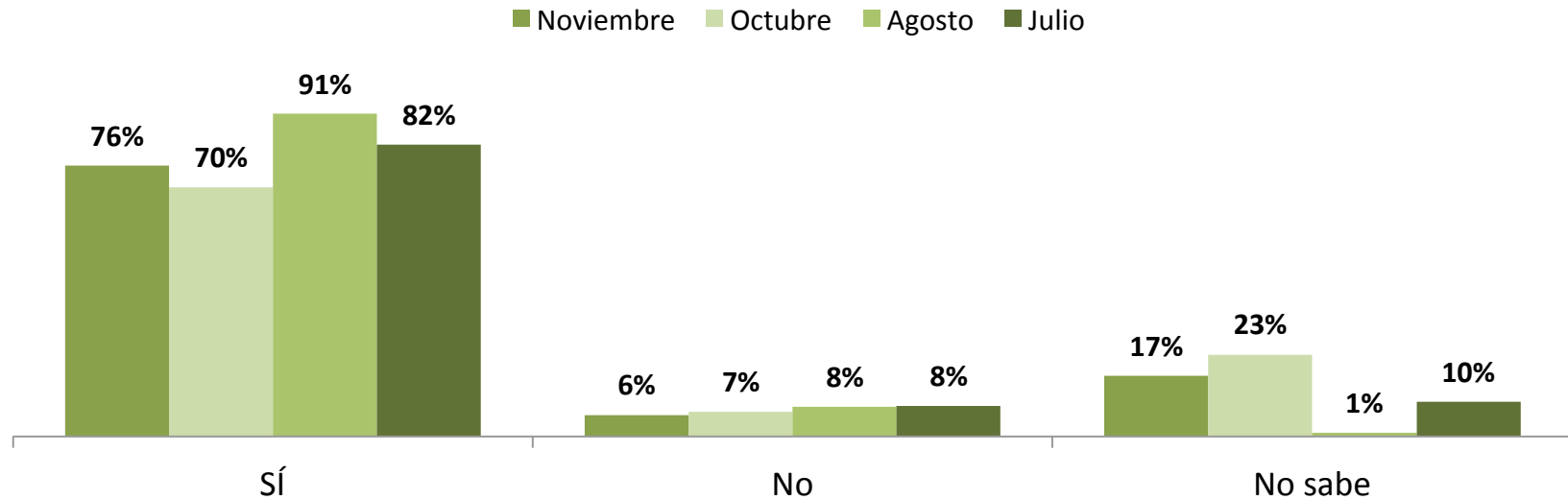
Agosto: Base 406 casos

Octubre: Base 404 casos

Noviembre: Base 404 casos

### 3. Uso de energía. Focos

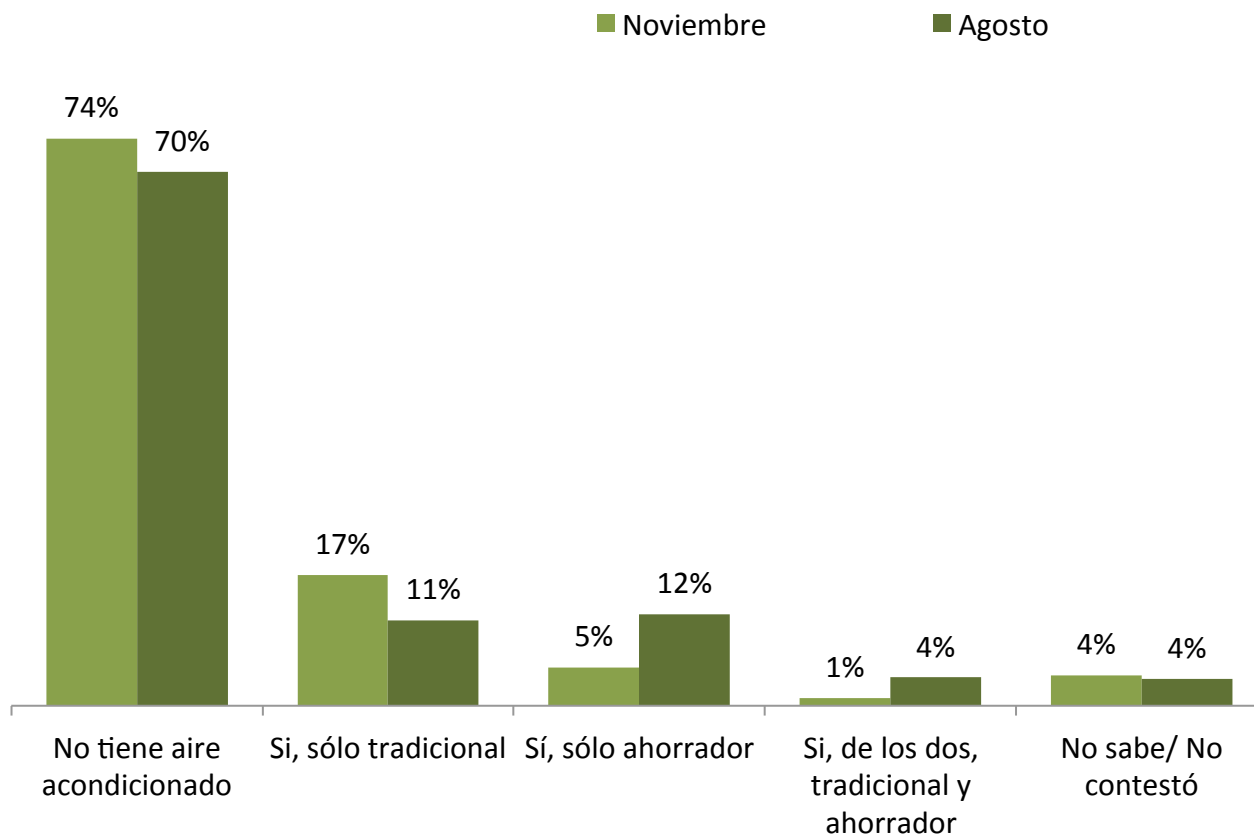
¿Le gustaría tener focos ahorradores en su hogar? PARA QUIEN DIJO NO TENER



Julio: Base 92 casos  
Agosto: Base 77 casos  
Octubre: Base 76 casos  
Noviembre: Base 85 casos

### 3. Uso de energía. Aire acondicionado

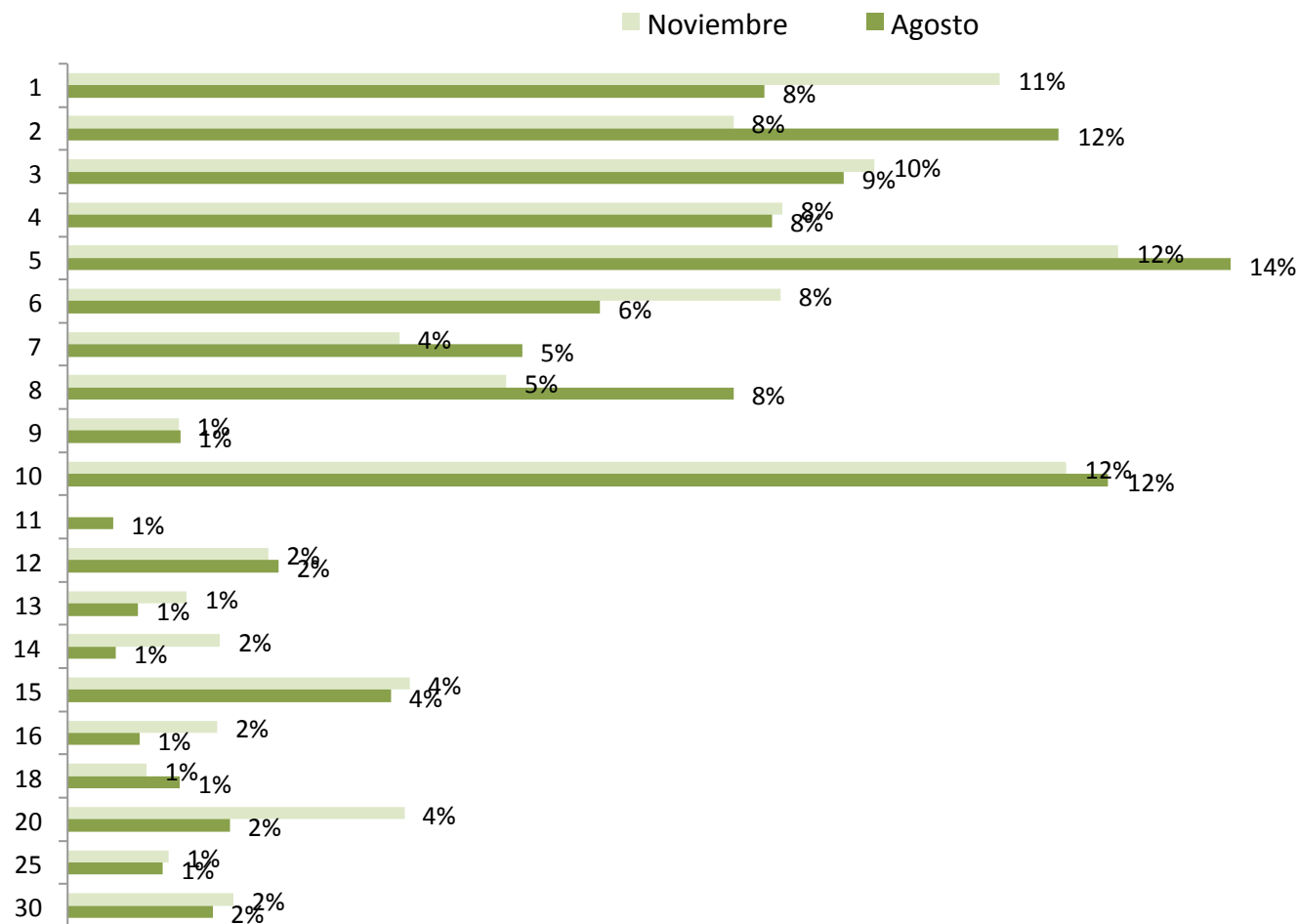
¿Cuenta usted en su hogar con algún aparato de aire acondicionado tradicional o aire ahorrador de energía?



Agosto: Base 406 casos  
Noviembre: Base 404 casos

# 3. Uso de energía. Refrigerador

¿Cuántos años tiene su refrigerador?

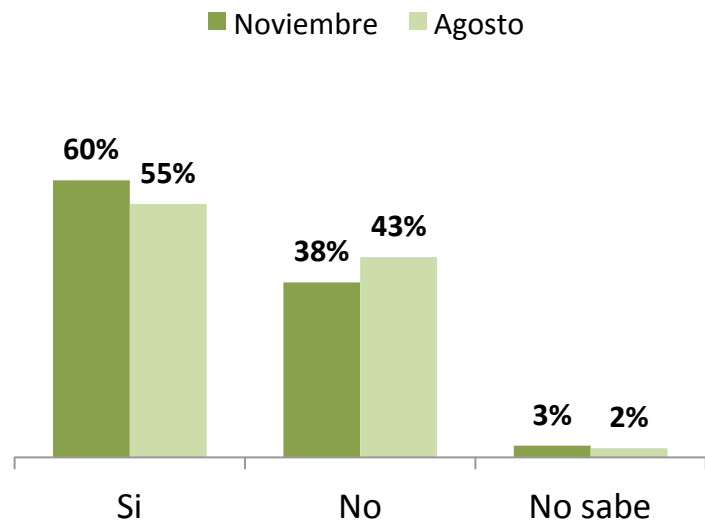


Agosto: Base 406 casos  
Noviembre: Base 404 casos



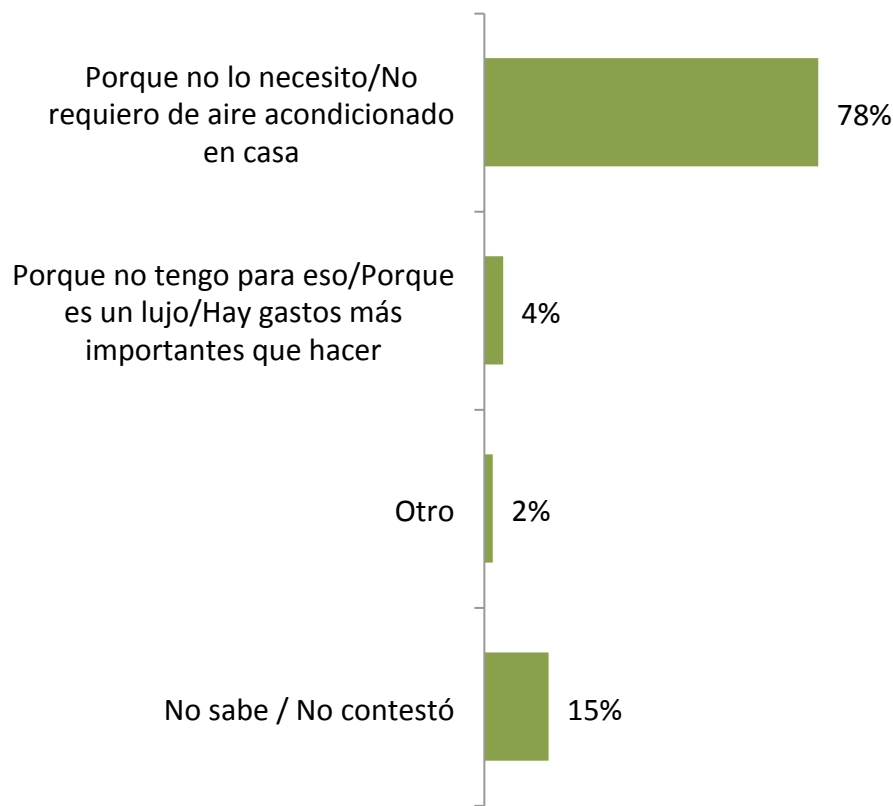
## 4. Actitudes hacia el ahorro. Aire acondicionado

¿Le gustaría contar con algún aparato de aire acondicionado ahorrador en su vivienda?



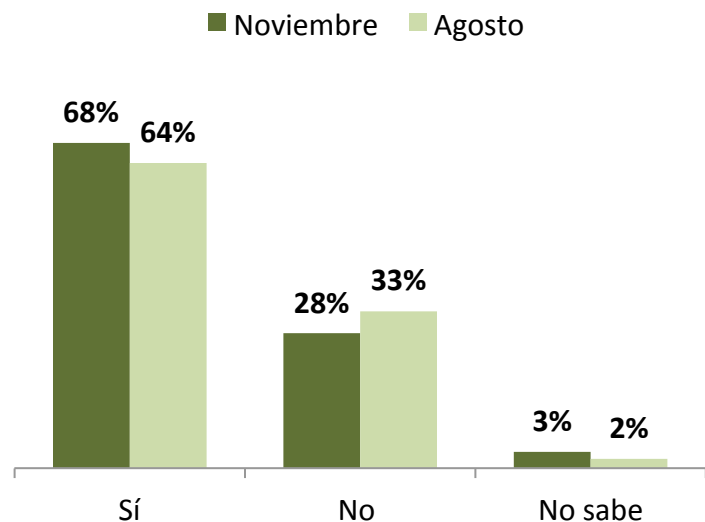
Agosto: Base 406 casos  
Noviembre: Base 404 casos

¿Por qué no (no sabe)?

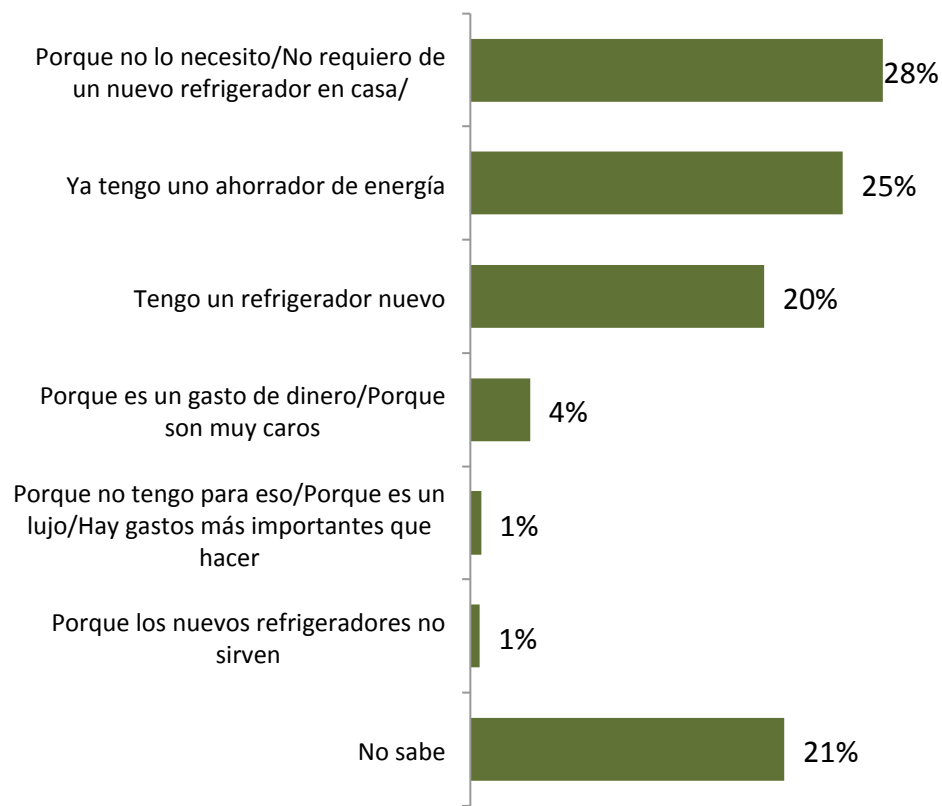


# 4. Actitudes hacia el ahorro. Refrigerador

¿Le gustaría cambiar su (o tener un) refrigerador por un modelo nuevo ahorrador de energía?



¿Por qué no (no sabe)?

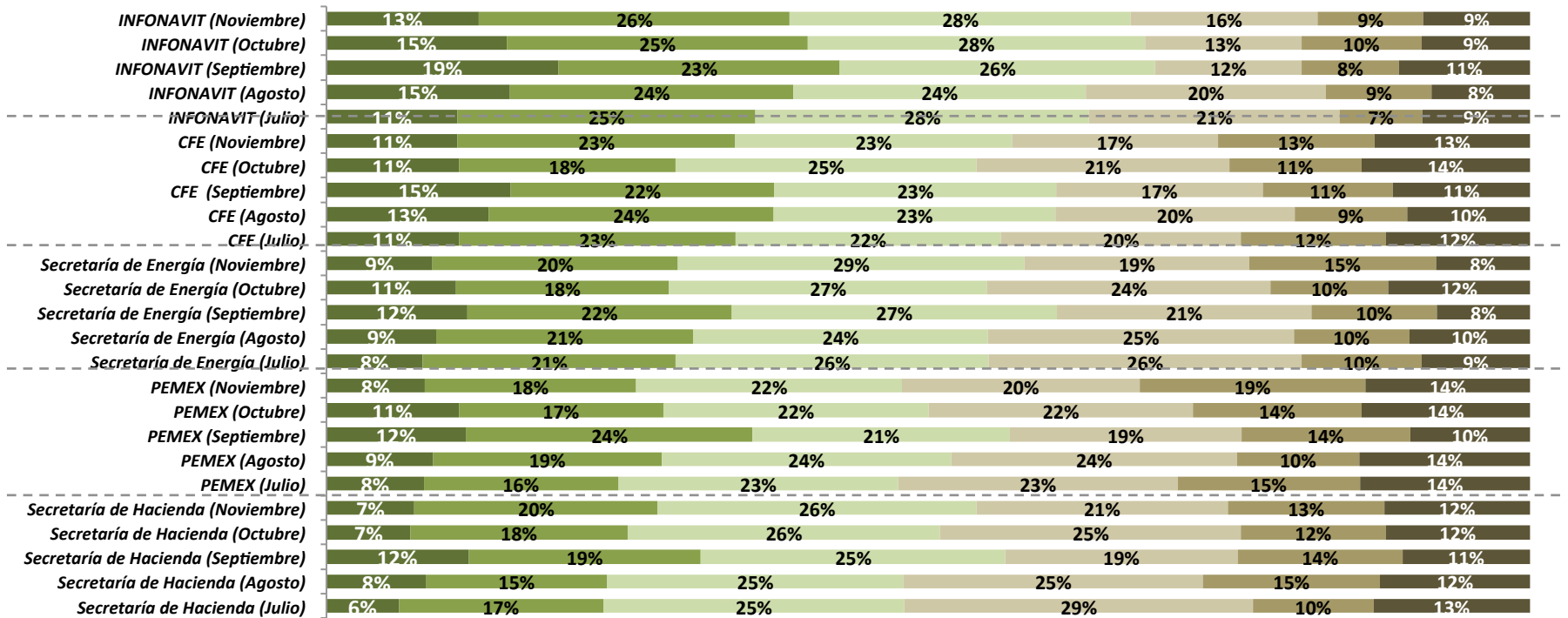


Agosto: Base 406 casos  
Noviembre: Base 404 casos

# 5. Imagen del Sector

En una escala del 1 al 6 donde 1 es muy mala y 6 es muy buena, ¿cuál es su opinión de las siguientes empresas?, si no lo conoce por favor dígamelo

■ Muy buena   
 ■ Buena   
 ■ Algo buena   
 ■ Algo mala   
 ■ Mala   
 ■ Muy mala



Julio: Base 404 casos  
 Agosto: Base 406 casos  
 Septiembre: Base 403 casos  
 Octubre: Base 404 casos  
 Noviembre: Base 404 casos

# 5. Imagen del Sector: SENER

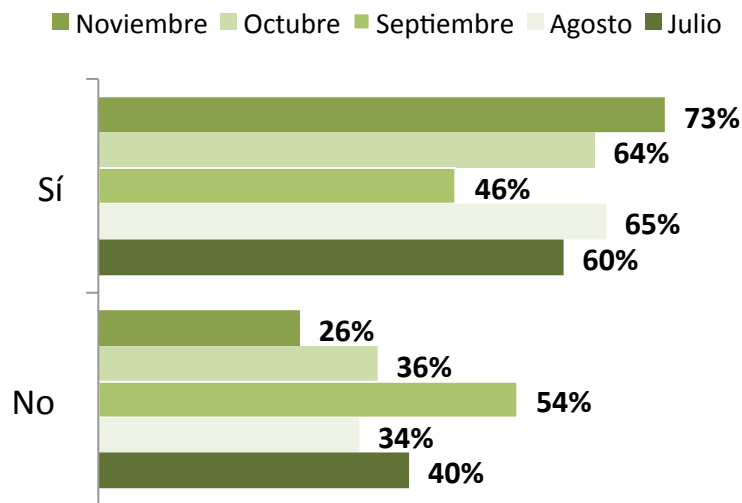
En una escala del 1 al 6 donde 1 es muy mala y 6 es muy buena, ¿cuál es su opinión de la Secretaría de Energía?

		Sexo		NSE				Edad				
	Total	Masculino	Femenino	AB/C+	C	D+	D/E	18-24	25-34	35-44	45-59	60-+
	100%	48%	52%	25%	21%	35%	18%	20%	24%	21%	21%	14%
Muy mala	8%	8%	8%	7%	2%	12%	8%	4%	11%	5%	12%	7%
Mala	15%	19%	12%	16%	13%	14%	23%	6%	16%	15%	20%	23%
Algo mala	19%	19%	19%	23%	15%	18%	16%	11%	20%	28%	17%	15%
Algo buena	29%	29%	28%	29%	34%	28%	23%	36%	27%	22%	27%	34%
Buena	20%	18%	23%	18%	26%	18%	21%	30%	21%	20%	18%	9%
Muy buena	9%	7%	10%	7%	9%	11%	9%	13%	5%	10%	5%	13%

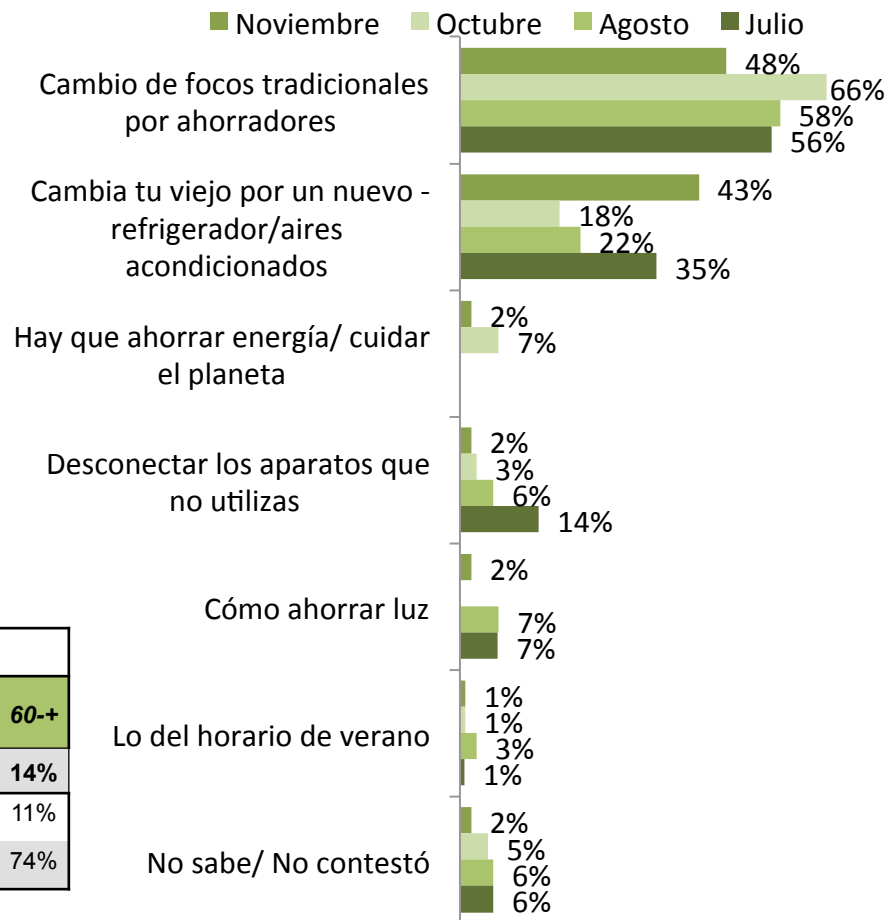
Noviembre: Base 404 casos

# 6. Recordación publicitaria: ahorro de luz. Espontánea

¿Recuerda haber visto o escuchado algún comercial de la Secretaría de Energía sobre ahorro en el consumo de luz?



¿Qué recuerda haber visto o escuchado?



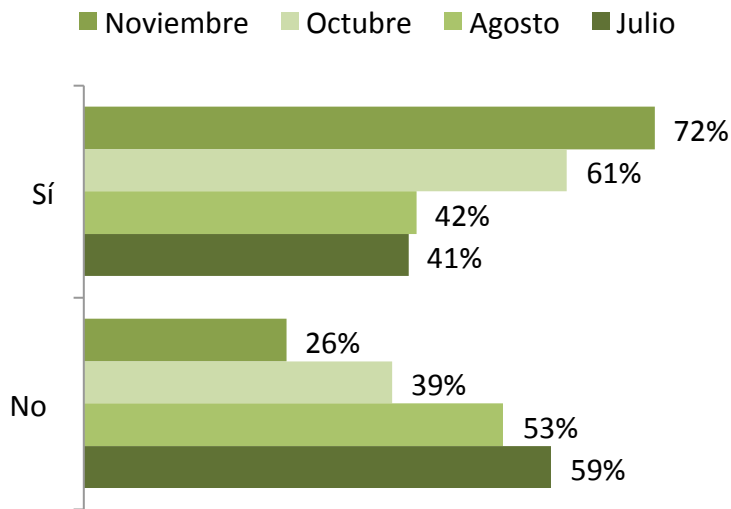
	Total	Sexo		NSE				Edad				
		Masculino	Femenino	ABC+	C	D+	DE	18-24	25-34	35-44	45-59	60-+
	100%	48%	52%	25%	21%	35%	18%	20%	24%	21%	21%	14%
<b>Si</b>	73%	77%	69%	24%	5%	13%	29%	29%	24%	19%	23%	11%
<b>No</b>	26%	23%	30%	77%	74%	75%	70%	67%	74%	77%	71%	74%

Julio: Base 404 casos  
 Agosto: Base 406 casos  
 Septiembre: Base 403 casos  
 Octubre: Base 404 casos  
 Noviembre: Base 404 casos

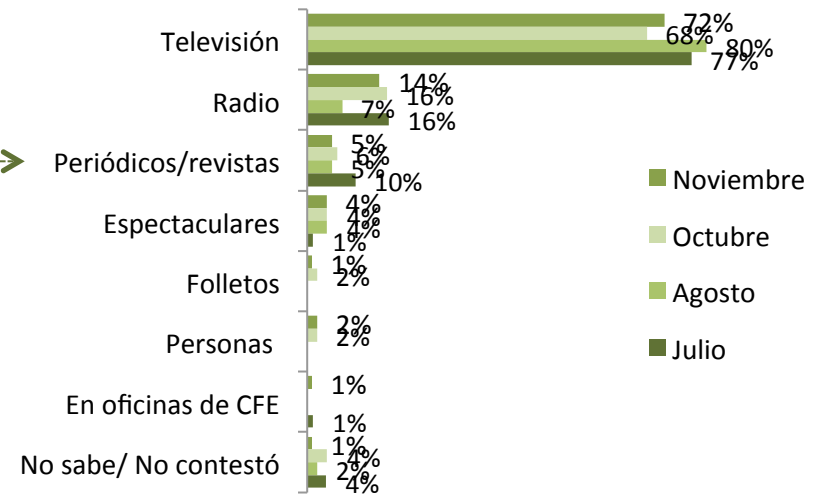
# 6. Recordación publicitaria

## Ayudada: cambio de Focos

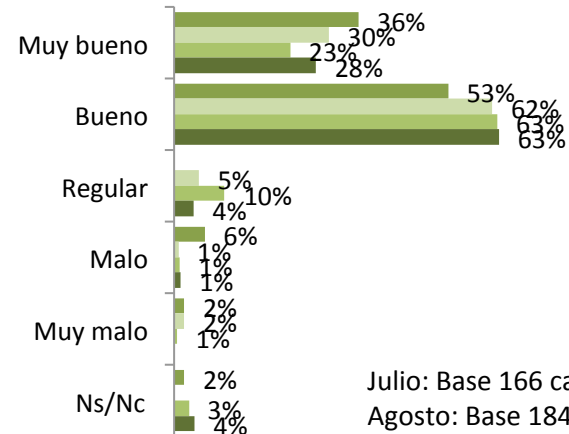
¿Ha visto o escuchado algún comercial de la Secretaría de Energía que hable del cambio de focos tradicionales por focos ahorradores, sin costo para Usted?



¿En qué medio lo vio o escuchó?  
TOTAL DE MENCIONES



¿Este comercial le pareció?



Julio: Base 166 casos  
Agosto: Base 184 casos  
Octubre: Base 404 casos  
Noviembre: Base 292 casos

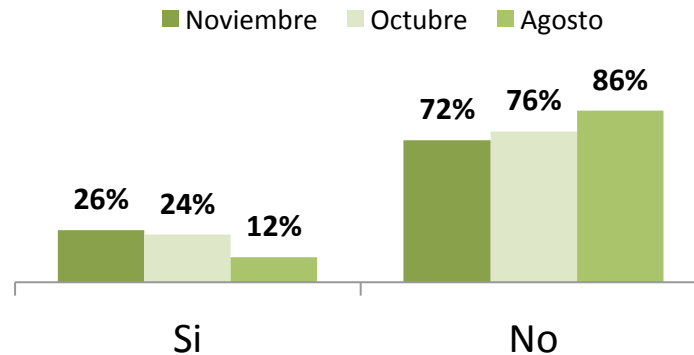
	Total	Sexo		NSE				Edad				
		Masculino	Femenino	ABC+	C	D+	DE	18-24	25-34	35-44	45-59	60-+
	100%	48%	52%	25%	21%	35%	18%	20%	24%	21%	21%	14%
<b>Si</b>	72%	75%	70%	80%	74%	74%	63%	66%	75%	77%	71%	70%
<b>No</b>	26%	23%	28%	19%	26%	24%	37%	34%	23%	19%	26%	27%

Julio: Base 404 casos  
Agosto: Base 406 casos  
Octubre: Base 404 casos  
Noviembre: Base 404 casos

# 7. Valoración Programas.

## Luz sustentable

La Secretaría de Energía puso en marcha el Programa de Luz Sustentable, el objetivo es que se cambien los focos tradicionales por focos ahorradores sin costo. Se deben llevar 4 focos normales, una identificación y el recibo de luz sin adeudos a un centro de canje para obtener 4 focos ahorradores. ¿Usted ya hizo el canje de focos dentro de este programa?



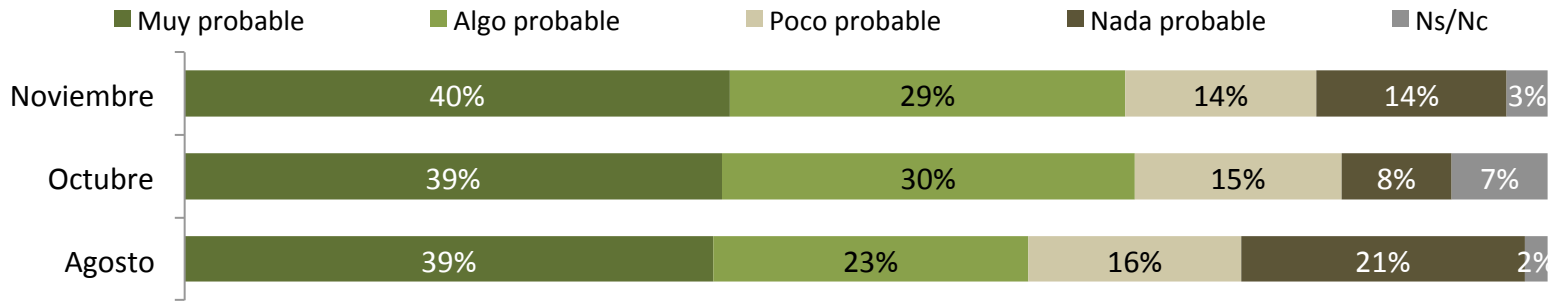
	Total	Sexo		NSE				Edad				
		Masculino	Femenino	ABC+	C	D+	DE	18-24	25-34	35-44	45-59	60-+
	100%	48%	52%	25%	21%	35%	18%	20%	24%	21%	21%	14%
<b>Si</b>	24%	29%	24%	23%	30%	32%	13%	26%	28%	25%	23%	29%
<b>No</b>	76%	69%	74%	77%	70%	68%	86%	71%	70%	73%	75%	69%

Agosto: Base 406 casos  
 Octubre: Base 404 casos  
 Noviembre: Base 404 casos

# 7. Valoración Programas.

## Luz sustentable

¿Qué tan probable es que usted haga uso de este programa, muy probable, algo, poco o nada probable?



	Total	Sexo		NSE				Edad				
		Masculino	Femenino	ABC+	C	D+	DE	18-24	25-34	35-44	45-59	60-+
	100%	48%	52%	25%	21%	35%	18%	20%	24%	21%	21%	14%
<b>Muy probable</b>	40%	42%	38%	44%	42%	42%	35%	32%	43%	37%	44%	45%
<b>Algo probable</b>	29%	26%	31%	17%	34%	37%	25%	36%	27%	29%	25%	24%
<b>Poco probable</b>	14%	13%	14%	15%	8%	10%	28%	23%	10%	13%	13%	12%
<b>Nada probable</b>	14%	15%	14%	21%	17%	10%	11%	7%	19%	17%	14%	14%
<b>No sabe</b>	3%	3%	3%	2%	0%	0%	2%	2%	1%	4%	4%	6%

Agosto: Base 355 que no han cambiado sus focos en el programa Luz Sustentable.

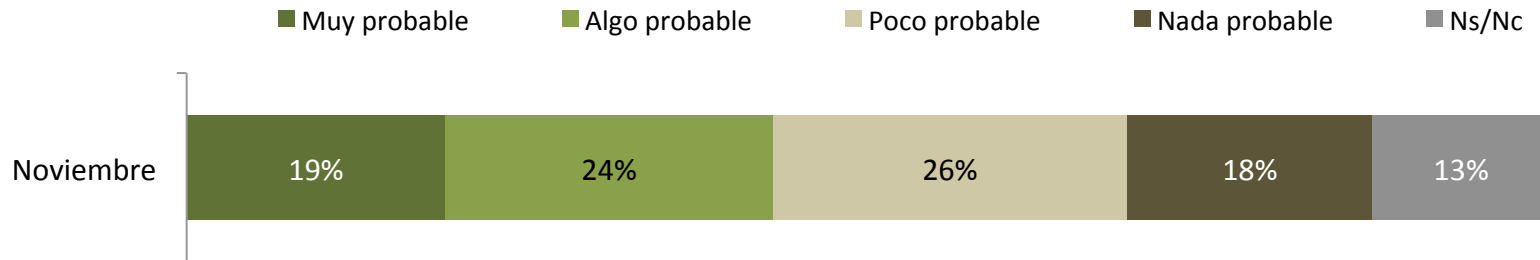
Octubre: Base 307 que no han cambiado sus focos en el programa Luz Sustentable.

Noviembre: Base 297 que no han cambiado sus focos en el programa Luz Sustentable



# 7. Valoración Programas. Cambia tu viejo por tu nuevo

El programa ¡Cambia tu viejo por uno nuevo! consiste en el cambio de refrigeradores y aires acondicionados viejos por equipos nuevos que ahorren energía. ¿Qué tan probable es que usted haga el cambio de su equipo de aire o su refrigerador por uno nuevo y ahorrador a través de este programa muy probable, algo, poco o nada probable?

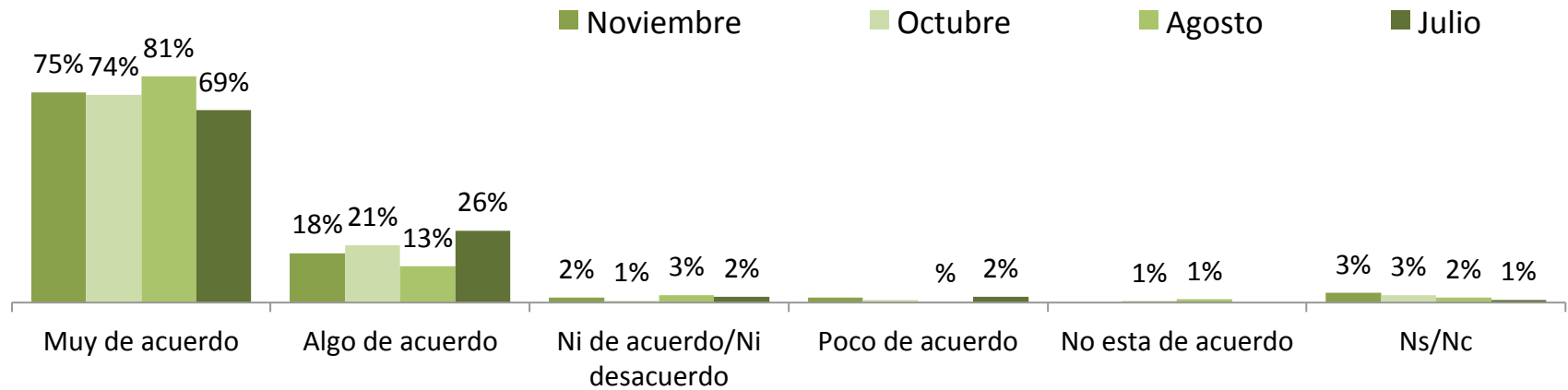


	Total	Sexo		NSE				Edad				
		Masculino	Femenino	ABC+	C	D+	DE	18-24	25-34	35-44	45-59	60-+
	100%	48%	52%	25%	21%	35%	18%	20%	24%	21%	21%	14%
<b>Muy probable</b>	19%	21%	18%	22%	22%	20%	17%	21%	14%	26%	17%	19%
<b>Algo probable</b>	24%	24%	24%	19%	39%	23%	18%	28%	22%	26%	22%	21%
<b>Poco probable</b>	26%	24%	27%	19%	17%	30%	38%	29%	31%	18%	25%	27%
<b>Nada probable</b>	18%	16%	19%	28%	7%	13%	23%	8%	21%	20%	21%	16%
<b>No sabe</b>	13%	15%	12%	11%	15%	14%	4%	14%	13%	10%	15%	16%

Noviembre: Base 404 casos

# 7. Valoración de programas

¿Qué tan de acuerdo está usted que con estos programas se genere real conciencia y se logre que los mexicanos consumamos menos energía, muy de acuerdo, algo, poco o no está de acuerdo?



	Total	Sexo		Edad					NSE			
		Masculino	Femenino	18-24	25-34	35-44	45-59	60+	AB/C+	C	D+	D/E
	100%	48%	52%	20%	24%	21%	21%	14%	25%	18%	39%	18%
<b>Muy de acuerdo</b>	75%	73%	77%	71%	76%	82%	77%	68%	85%	78%	77%	66%
<b>Algo de acuerdo</b>	18%	20%	16%	21%	19%	15%	13%	24%	12%	18%	18%	25%
<b>Ni de acuerdo ni desacuerdo</b>	2%	2%	2%	5%	1%	--	1%	2%	--	1%	2%	2%
<b>Poco de acuerdo</b>	2%	2%	2%	--	3%	1%	2%	2%	--	1%	1%	3%
<b>No está de acuerdo</b>	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Julio: Base 404 casos

Agosto: Base 406casos

Octubre: Base 404 casos

Noviembre: Base 404 casos

# 8. Perfil de la muestra

## Características sociodemográficas

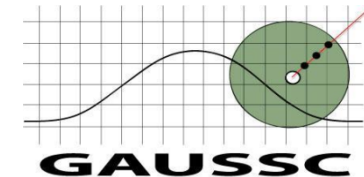
<b>Sexo</b>	<b>Masculino</b>	48%
	<b>Femenino</b>	52%
<b>Edad</b>	<b>18-24</b>	20%
	<b>25-34</b>	24%
	<b>35-44</b>	21%
	<b>45-59</b>	21%
	<b>60-+</b>	14%
<b>NSE</b>	<b>AB/C+</b>	25%
	<b>C</b>	18%
	<b>D+</b>	39%
	<b>D/E</b>	18%

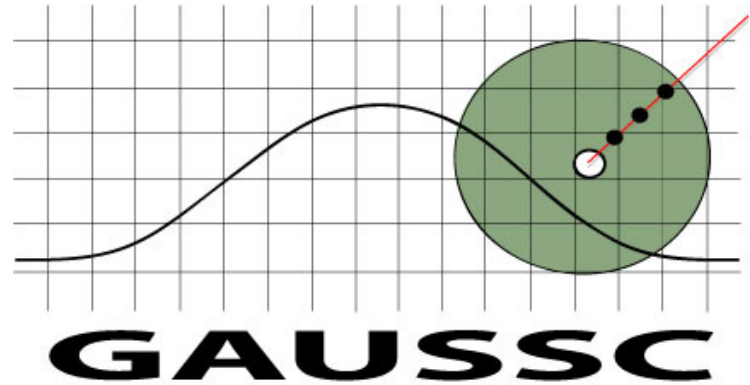
## Distribución por Entidad

<b>AGS</b>	1%	<b>MOR</b>	2%
<b>BC</b>	3%	<b>NAY</b>	1%
<b>BCS</b>	1%	<b>NL</b>	6%
<b>CAMP</b>	1%	<b>OAX</b>	1%
<b>CHIH</b>	4%	<b>PUE</b>	4%
<b>CHIS</b>	1%	<b>Q ROO</b>	1%
<b>COAH</b>	3%	<b>QRO</b>	1%
<b>COL</b>	1%	<b>SIN</b>	2%
<b>DF</b>	16%	<b>SLP</b>	2%
<b>DGO</b>	1%	<b>SON</b>	2%
<b>GRO</b>	2%	<b>TAB</b>	1%
<b>GTO</b>	4%	<b>TAMS</b>	4%
<b>HGO</b>	1%	<b>TLAX</b>	1%
<b>JAL</b>	7%	<b>VER</b>	5%
<b>MEX</b>	15%	<b>YUC</b>	1%
<b>MICH</b>	3%	<b>ZAC</b>	1%

# 9. Nota Metodológica

Técnica	Encuestas telefónicas, representatividad nacional
Tamaño de Muestra	Julio: 404 casos efectivos, 57 no cubre cuota, 313 rechazos Agosto: 406 casos efectivos, 72 no cubre cuota, 293 rechazos Septiembre: 403 casos efectivos, 89 no cubre cuota, 394 rechazos Octubre: 404 casos efectivos, 45 no cubre cuota, 476 rechazos Noviembre: 404 casos efectivos, XX no cubre cuota, XX rechazos
Representatividad	Población en viviendas con teléfono fijo y mayores de 18 años
Margen de error	Para cada ola: $\pm 4.9\%$ al 95% de confianza
Selección de la muestra	Selección aleatoria independiente de teléfonos en cada entidad. En el hogar se aplican cuotas de edad y sexo representativas de la población en estudio
Estimaciones	Los resultados están ponderados de acuerdo a la población por género y edad con datos del INEGI
Fecha de levantamiento	Julio: 16 al 18 de julio de 2011 Agosto: 19 al 21 de agosto de 2011 Septiembre: 19 al 21 de septiembre de 2011 Octubre: 18 al 19 de octubre de 2011 Noviembre: 18 al 10 de octubre de 2011
Personal involucrado:	1 Coordinador general, 4 supervisores, 25 telefonistas, 4 codificadores y 6 canturistas





**Médanos 73  
Las Águilas  
México DF.  
Tel. (55) 56605898  
[gaussc@gaussc.com](mailto:gaussc@gaussc.com)**