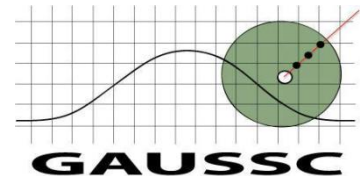


“SERVICIO DE ESTUDIOS DE OPINIÓN SOBRE TEMAS RELACIONADOS CON POLÍTICAS DE GENERACIÓN, APROVECHAMIENTO Y CUIDADO DE ENERGÍA”

Primer Entregable julio 2011

**INVITACIÓN NACIONAL A CUANDO MENOS TRES
PERSONAS
No. DGRHIS-INTP-005-11**



11.026.1

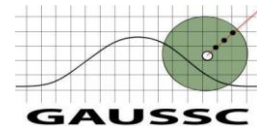
Contenido:

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.

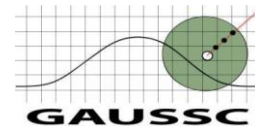
La información derivada de los Estudios de Opinión permitirá elaborar un análisis estructurado sobre el alcance y las consecuencias de medidas derivadas de los programas de comunicación puestos en marcha.



2. Objetivos

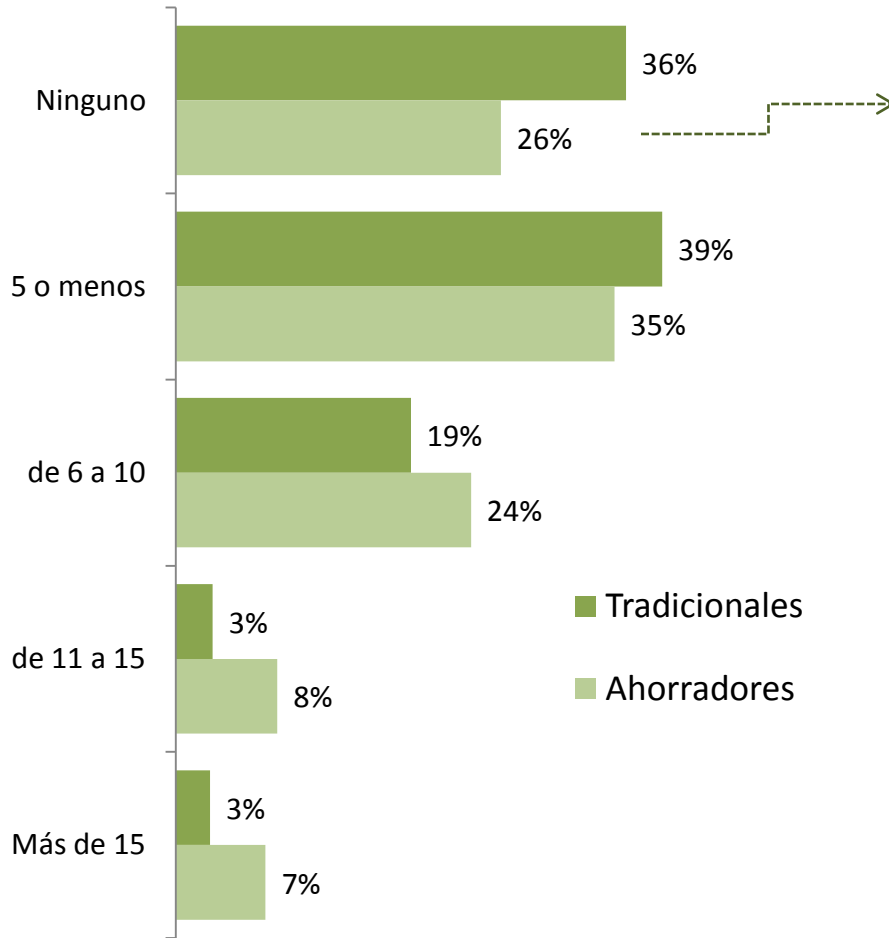
Mediante la serie de estudios de opinión, la Secretaría de Energía pretende conocer:

- 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 políticas de generación, aprovechamiento y cuidado de la energía y los recursos naturales.
- Las expectativas sobre políticas públicas en el ámbito de competencia de la Dependencia.



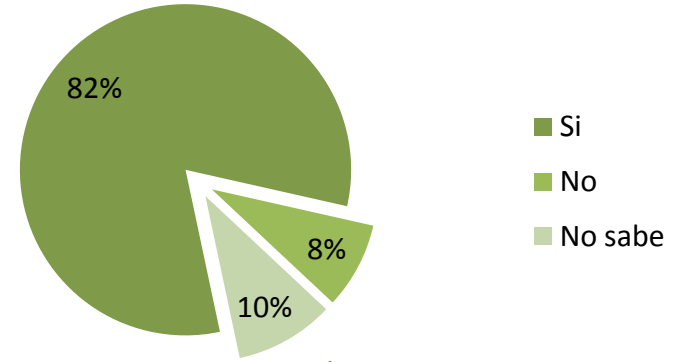
3. Uso de energía. Focos

¿Cuántos focos hay en su vivienda?



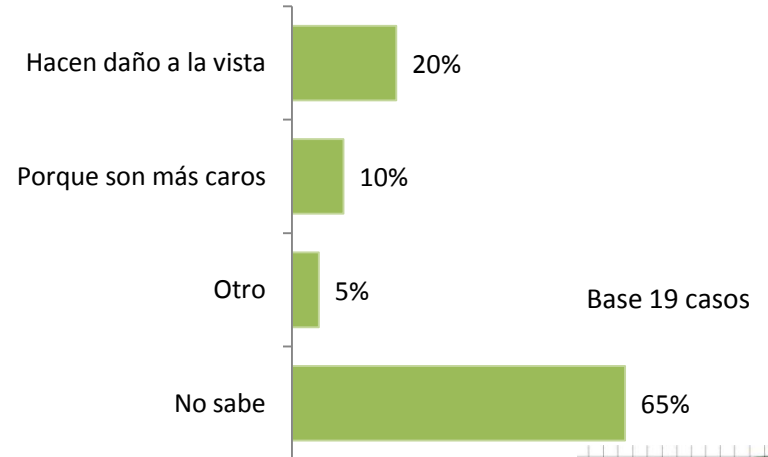
Base 404 casos

¿Le gustaría tener focos ahorradores en su hogar?

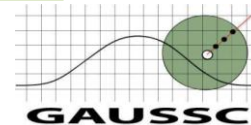


Base 105 casos

¿Por qué no/no sabe le gustaría tener focos ahorradores en su hogar?

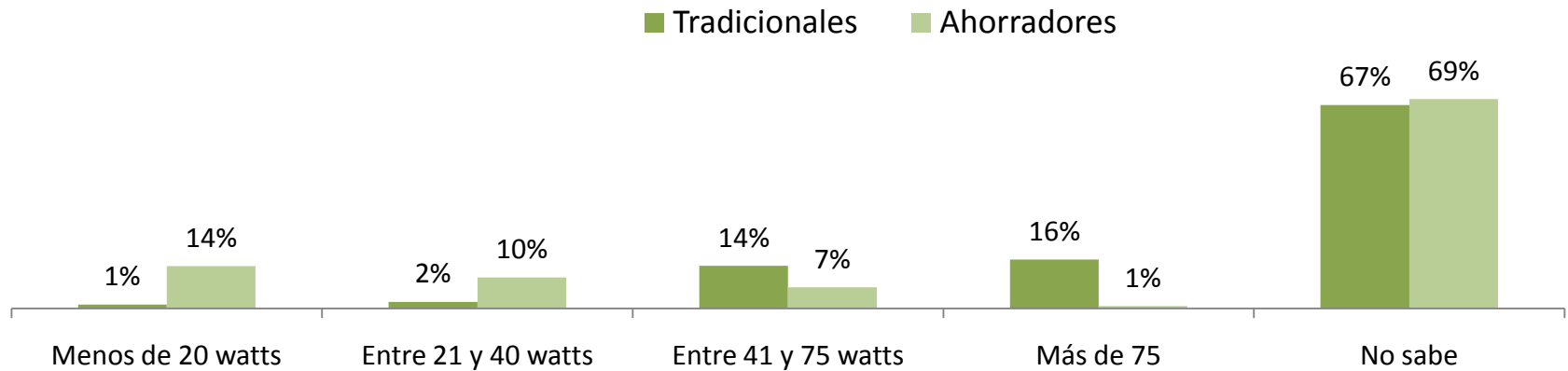


Base 19 casos



3. Uso de energía. Focos

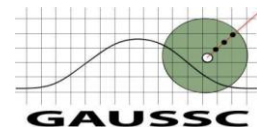
¿Sabe usted en promedio cuántos watts consumen los focos ...?



Percepción de consumo de focos ahorradores

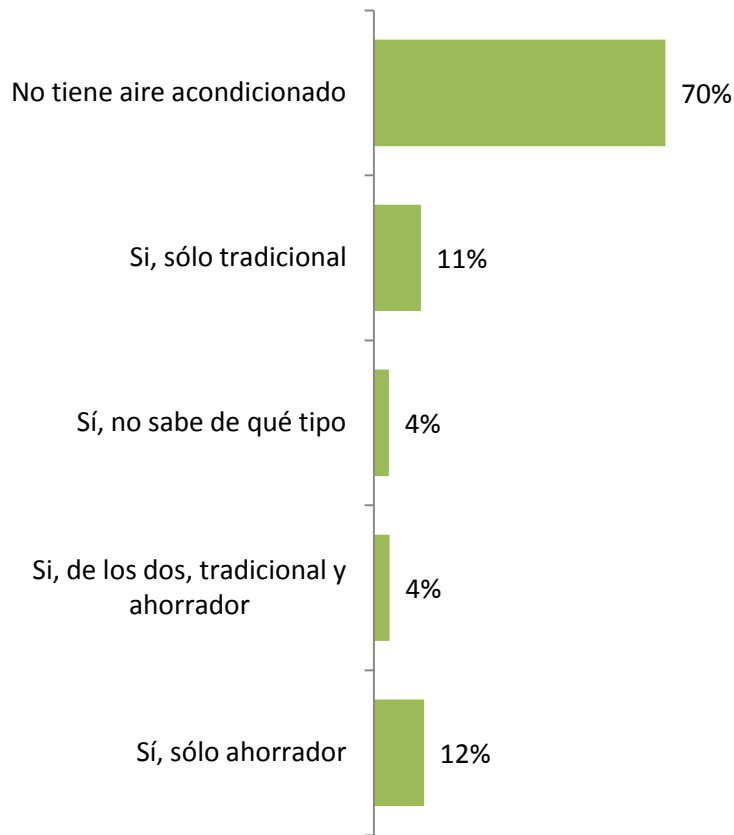
	Total	Sexo		Edad				NSE			
		Masculino	Femenino	18-24	25-34	35-49	50 o +	AB/C+	C	D+	D/E
	100%	48%	52%	20%	24%	30%	27%	29%	23%	34%	14%
Menos de 20 watts	14%	19%	10%	15%	14%	13%	14%	18%	15%	9%	8%
Entre 21 y 40	10%	11%	9%	6%	11%	11%	12%	10%	10%	6%	11%
Entre 41 y 75	7%	6%	8%	7%	7%	6%	8%	8%	4%	8%	8%
Más de 75	1%	1%	-	-	1%	1%	1%	-	-	2%	-
No sabe	68%	63%	72%	70%	68%	69%	64%	64%	70%	75%	72%

Base 404 casos



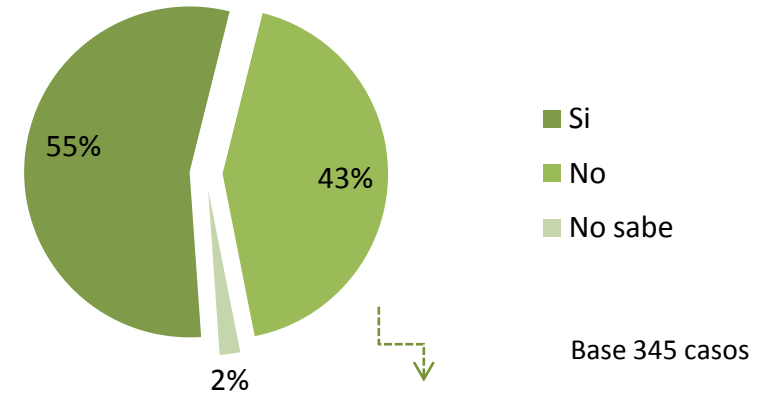
3. Uso de energía. Aire acondicionado

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

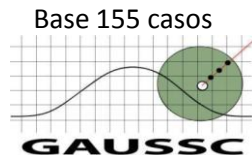
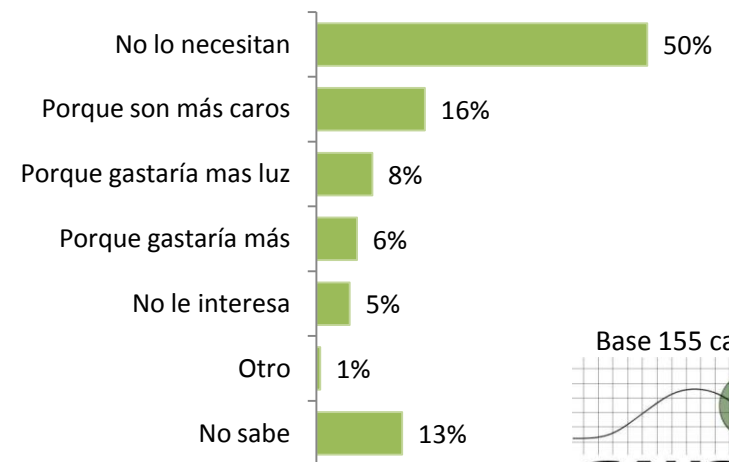


Base 404 casos

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

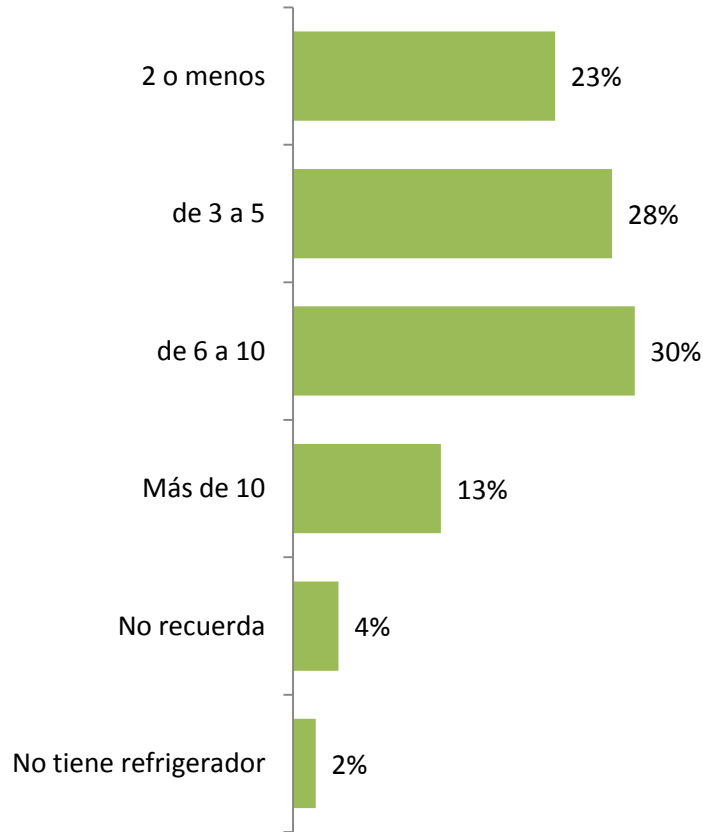


¿Por qué no/no sabe le gustaría tener aire acondicionado ahorrador en su vivienda?



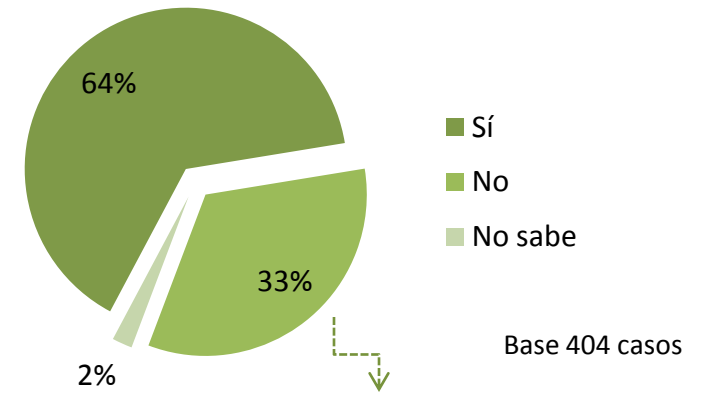
3. Uso de energía. Refrigerador

¿Cuántos años tiene su refrigerador?



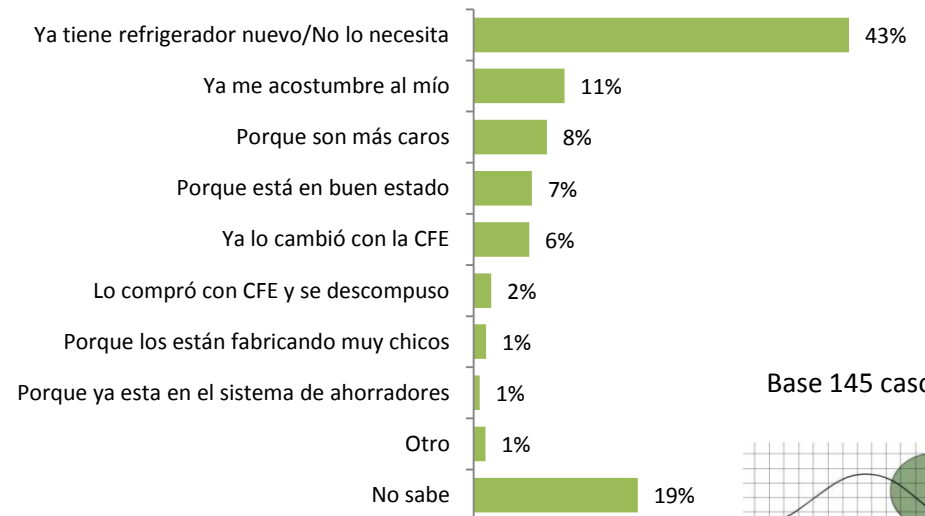
Base 404 casos

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

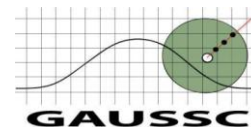


Base 404 casos

¿Por qué no (no sabe)?

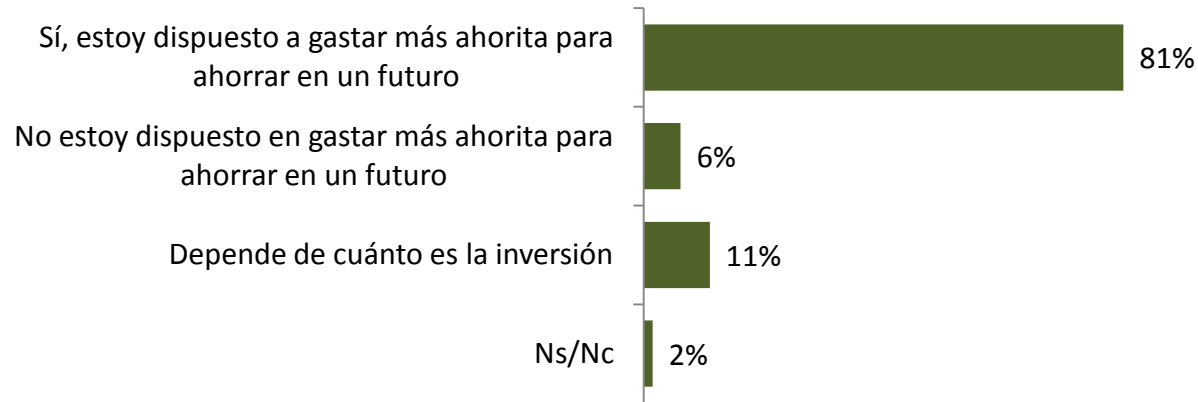


Base 145 casos



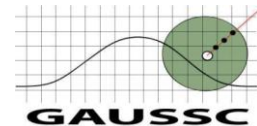
4. Actitudes hacia el ahorro. Propensión a Invertir

¿Usted está dispuesto a hacer una inversión ahora para ahorrar energía y dinero en un futuro?



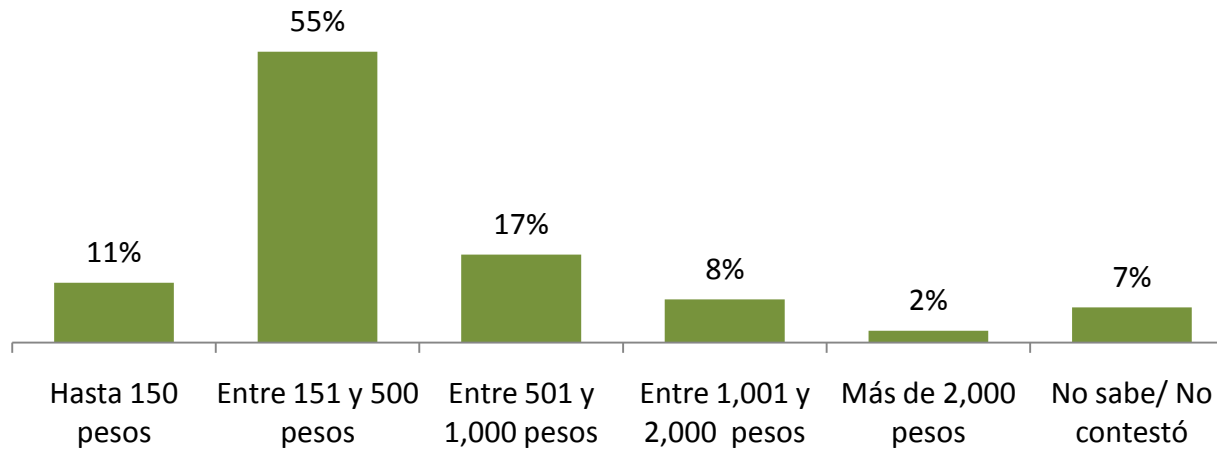
	Sexo		Edad				NSE				
	Total	Masculino	Femenino	18-24	25-34	35-49	50 o +	AB/C+	C	D+	D/E
	100%	48%	52%	20%	24%	30%	27%	29%	23%	34%	14%
<i>Sí, estoy dispuesto a gastar más ahorita para ahorrar en un futuro</i>	81%	83%	80%	82%	83%	87%	72%	90%	81%	79%	69%
<i>No estoy dispuesto en gastar más ahorita para ahorrar en un futuro</i>	6%	4%	8%	5%	7%	2%	11%	5%	5%	5%	16%
<i>Depende de cuánto es la inversión</i>	11%	11%	11%	12%	11%	8%	14%	4%	13%	16%	12%
<i>No sabe/ No contestó</i>	2%	2%	1%	1%	--	2%	3%	1%	1%	--	2%

Base 404 casos



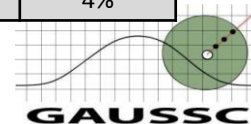
4. Actitudes hacia el ahorro. Consumo y disposición de inversión

¿Cuánto paga mensualmente de luz en su hogar?



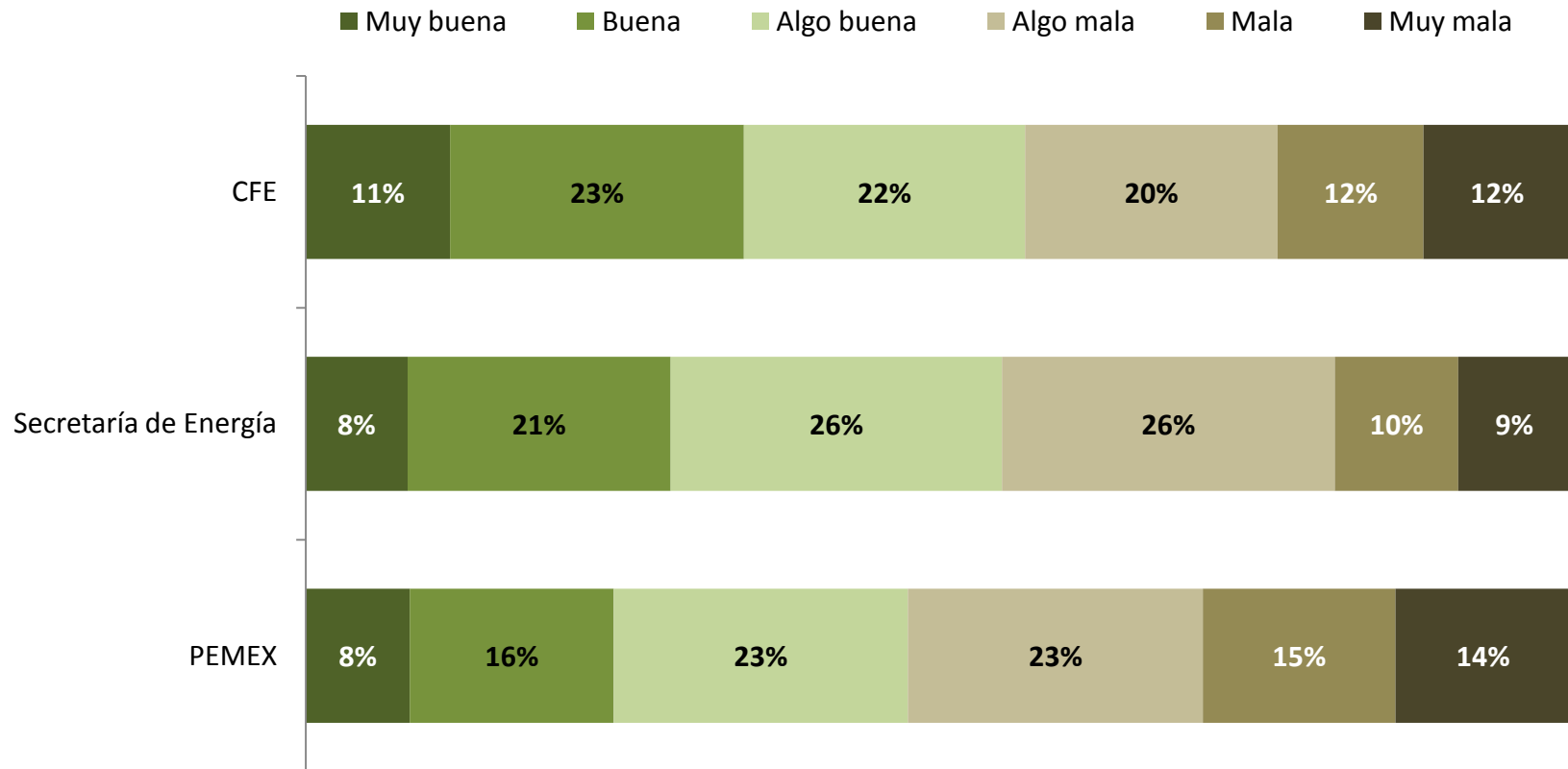
¿Cuánto paga mensualmente de luz en su hogar?						
	Hasta 150 pesos	Entre 151 y 500 pesos	Entre 501 y 1,000 pesos	Entre 1,001 y 2,000 pesos	Más de 2,000 pesos	No recuerda
	11%	55%	17%	8%	2%	7%
<i>Sí, estoy dispuesto a gastar más ahorita para ahorrar en un futuro</i>	85%	81%	80%	85%	77%	74%
<i>No estoy dispuesto en gastar más ahorita para ahorrar en un futuro</i>	7%	7%	5%	--	--	15%
<i>Depende de cuánto es la inversión</i>	8%	12%	9%	15%	23%	7%
<i>No sabe/ No contestó</i>	--	--	6%	--	--	4%

Base 404 casos

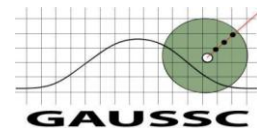


5. Imagen del Sector

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

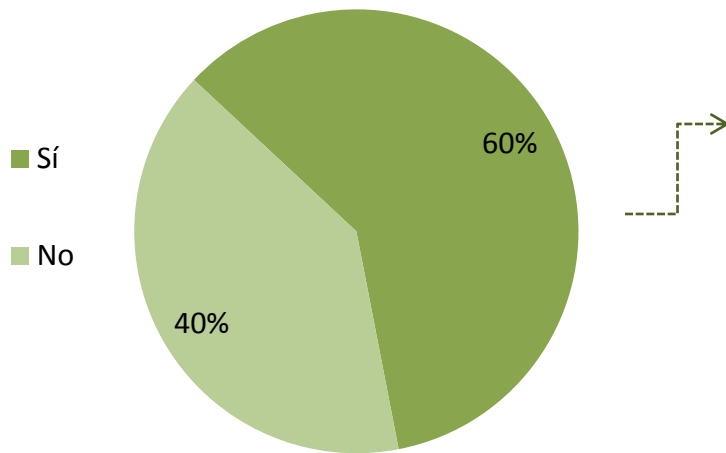


Base 404 casos

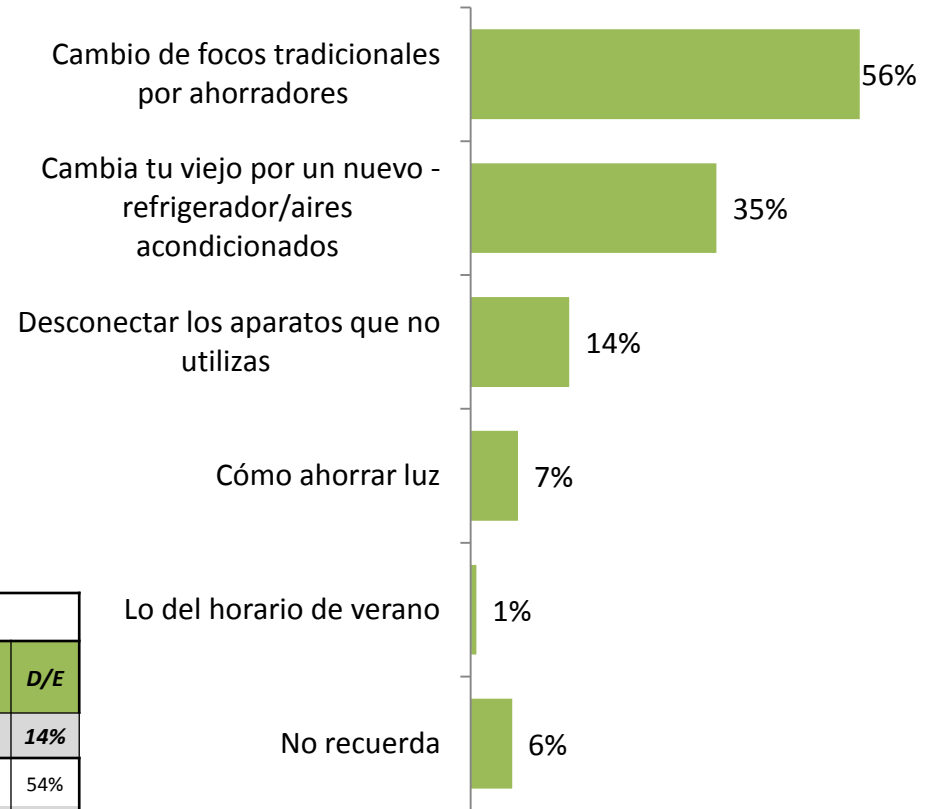


6. Recordación publicitaria. Espontánea

¿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?



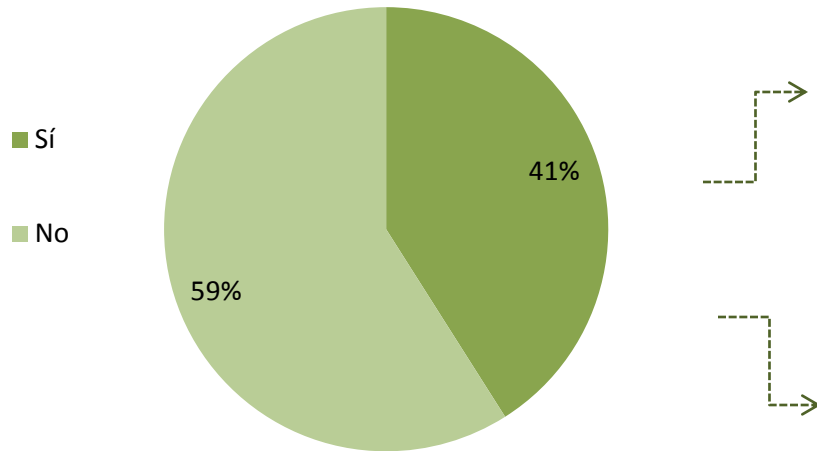
	Total	Sexo		Edad				NSE			
		Masculino	Femenino	18-24	25-34	35-49	50 o +	AB/C+	C	D+	D/E
	100%	48%	52%	20%	24%	30%	27%	29%	23%	34%	14%
Si	60%	55%	65%	55%	54%	63%	65%	61%	64%	57%	54%
No	40%	45%	35%	45%	46%	37%	34%	39%	36%	43%	46%

Base 404 casos

6. Recordación publicitaria

Ayudada: cambio de Focos

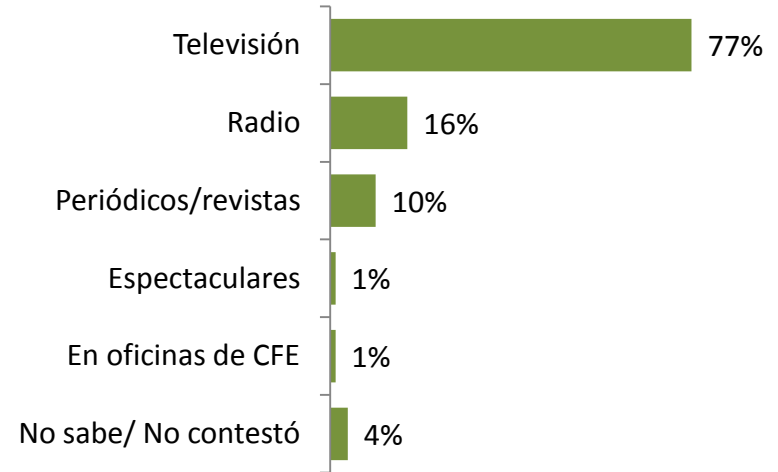
¿Ha visto o escuchado algún comercial de la Secretaría de Energía que hable del cambio de focos tradicionales por focos ahorradores, sin costo para Usted?



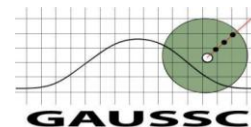
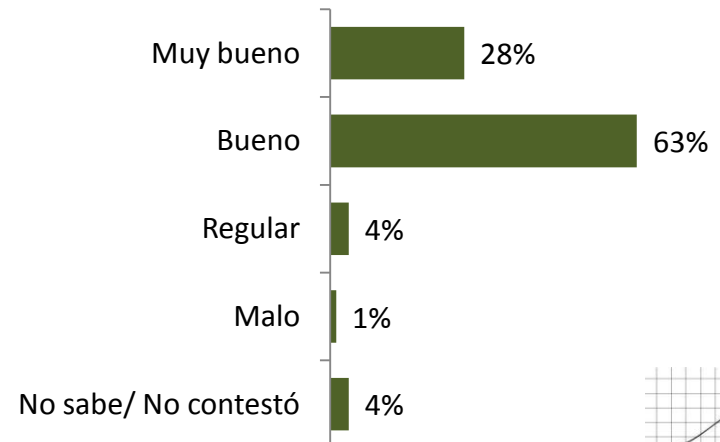
	Total	Sexo		Edad				NSE			
		Masculino	Femenino	18-24	25-34	35-49	50 o +	AB/C+	C	D+	D/E
	100%	48%	52%	20%	24%	30%	27%	29%	23%	34%	14%
Si	41%	41%	40%	28%	36%	52%	41%	39%	51%	37%	36%
No	59%	59%	60%	72%	64%	48%	59%	61%	49%	63%	64%

Base 404 casos

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



¿Este comercial le pareció?

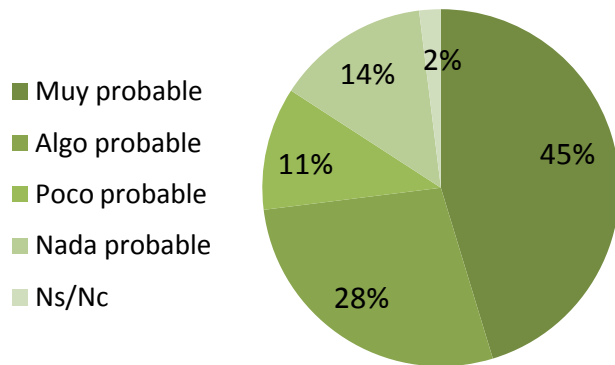


7. Valoración Programas.

Luz sustentable

La SENER puso en marcha el Programa de Luz Sustentable, el objetivo es 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.

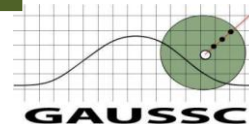
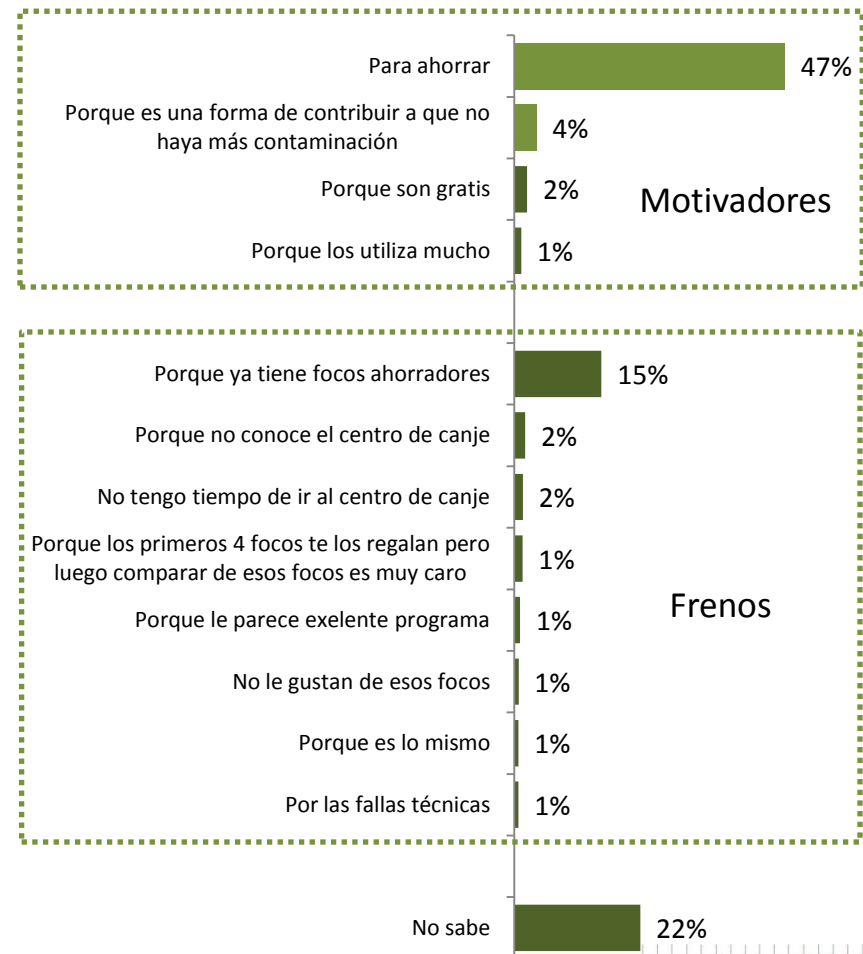
¿Qué tan probable es que usted haga uso de este programa?



	Total	Sexo		Edad				NSE			
		Masculino	Femenino	18-24	25-34	35-49	50 o +	AB/C+	C	D+	D/E
	100%	48%	52%	20%	24%	30%	27%	29%	23%	34%	14%
Muy probable	26%	27%	26%	19%	21%	29%	34%	31%	25%	22%	27%
Algo probable	33%	34%	33%	33%	41%	30%	30%	30%	38%	36%	29%
Poco probable	18%	15%	21%	27%	20%	16%	12%	17%	21%	21%	12%
Nada probable	19%	20%	19%	16%	18%	22%	21%	17%	16%	16%	31%

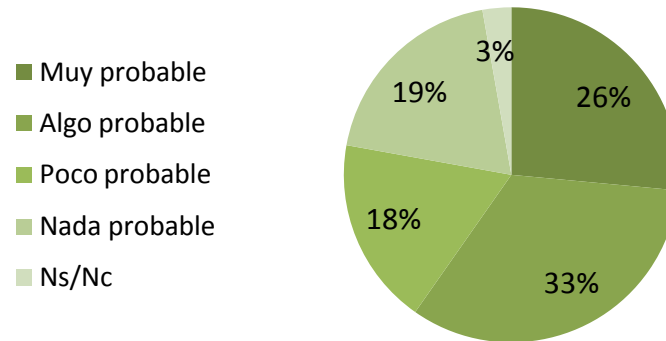
Base 404 casos

¿Por qué?



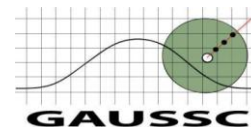
7. Valoración Programas ¡Cambia tu viejo por uno nuevo!

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?



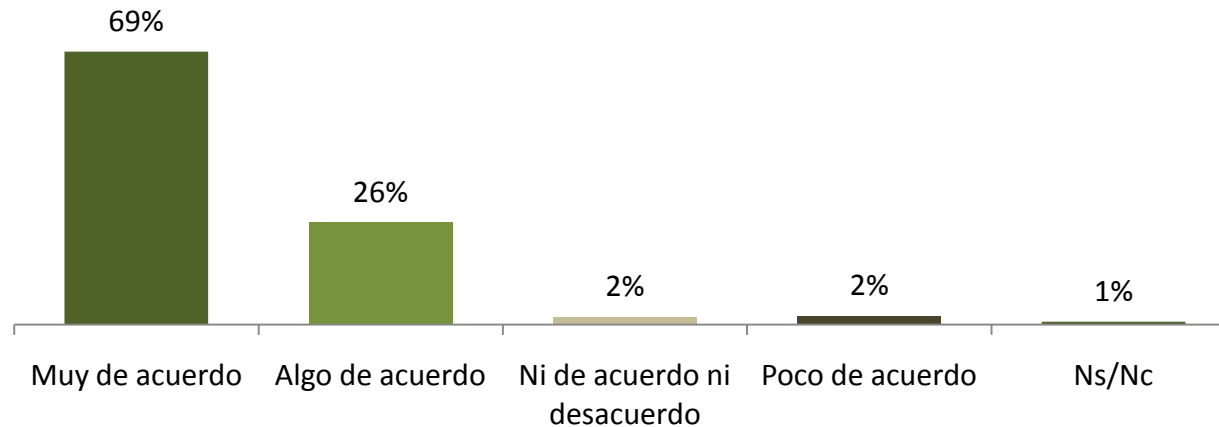
	Total	Sexo		Edad				NSE			
		Masculino	Femenino	18-24	25-34	35-49	50 o +	AB/C+	C	D+	D/E
	100%	48%	52%	20%	24%	30%	27%	29%	23%	34%	14%
Muy probable	26%	27%	26%	19%	21%	29%	34%	31%	25%	22%	27%
Algo probable	33%	34%	33%	33%	41%	30%	30%	30%	38%	36%	29%
Poco probable	18%	15%	21%	27%	20%	16%	12%	17%	21%	21%	12%
Nada probable	19%	20%	19%	16%	18%	22%	21%	17%	16%	16%	31%

Base 404 casos



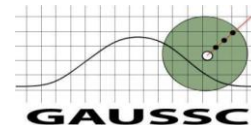
7. Valoración de programas

¿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	35-49	50 o +	AB/C+	C	D+	D/E
	100%	48%	52%	20%	24%	30%	27%	29%	23%	34%	14%
Muy de acuerdo	69%	71%	67%	62%	63%	73%	74%	71%	63%	71%	65%
Algo de acuerdo	26%	25%	26%	33%	31%	20%	22%	21%	32%	25%	29%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	2%	1%	3%	1%	3%	1%	3%	4%	1%	2%	2%
Poco de acuerdo	2%	2%	3%	2%	2%	4%	--	2%	2%	2%	2%
No está de acuerdo	--	1%	--	1%	%	1%	--	1%	1%	--	--

Base 404 casos



8. Perfil de la muestra

Características sociodemográficas

Sexo	Masculino	48%
	Femenino	52%
Edad	18-24	20%
	25-34	24%
	35-49	30%
	50 o +	27%
NSE	AB/C+	29%
	C	23%
	D+	34%
	D/E	14%

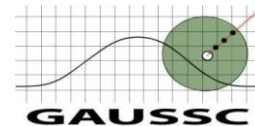
Distribución por Entidad

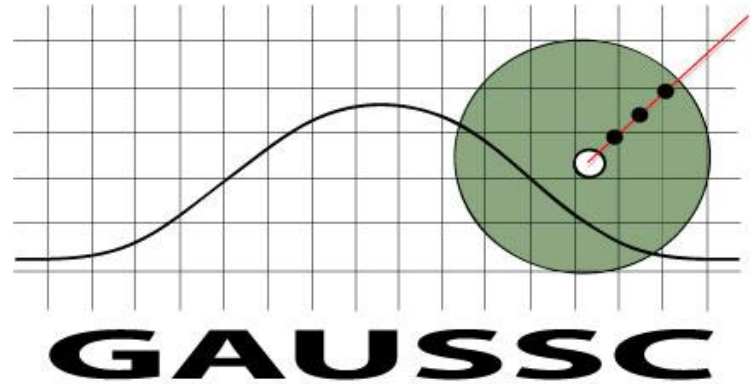
AGS	1.3%	MOR	2.2%
BC	3.8%	NAY	1.0%
BCS	0.5%	NL	5.5%
CAMP	0.5%	OAX	1.2%
CHIH	3.7%	PUE	3.9%
CHIS	1.2%	Q ROO	1.0%
COAH	2.7%	QRO	1.2%
COL	1.0%	SIN	2.3%
DF	15.8%	SLP	1.8%
DGO	1.4%	SON	2.5%
GRO	2.4%	TAB	0.9%
GTO	3.5%	TAMS	3.3%
HGO	1.5%	TLAX	0.8%
JAL	7.2%	VER	4.5%
MEX	16.2%	YUC	1.2%
MICH	3.0%	ZAC	1.2%

Base 404 casos

9. Nota Metodológica

Técnica	Encuesta telefónica nacional
Tamaño de Muestra	404 casos efectivos, 57 no cubre cuota, 313 rechazos
Representatividad	Población en viviendas con teléfono fijo y mayores de 18 años
Margen de error	$\pm 4.9\%$ 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	18 de julio de 2011





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