

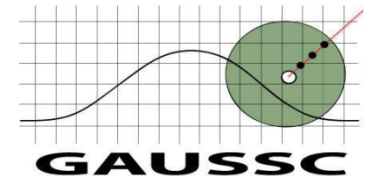
**“SERVICIO DE ESTUDIOS DE OPINIÓN SOBRE
TEMAS RELACIONADOS CON POLÍTICAS DE
GENERACIÓN, APROVECHAMIENTO Y CUIDADO
DE ENERGÍA”**

SECRETARÍA DE ENERGÍA

Tercer Entregable Septiembre 2011

**INVITACIÓN NACIONAL A CUANDO MENOS TRES
PERSONAS**

No. DGRHIS-INTP-005-11



11.026.3

Contenido:

1. Antecedentes
2. Objetivos
3. Imagen del Sector
4. Ahorro de luz
5. Programa Luz Sustentable
6. Horario de verano
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

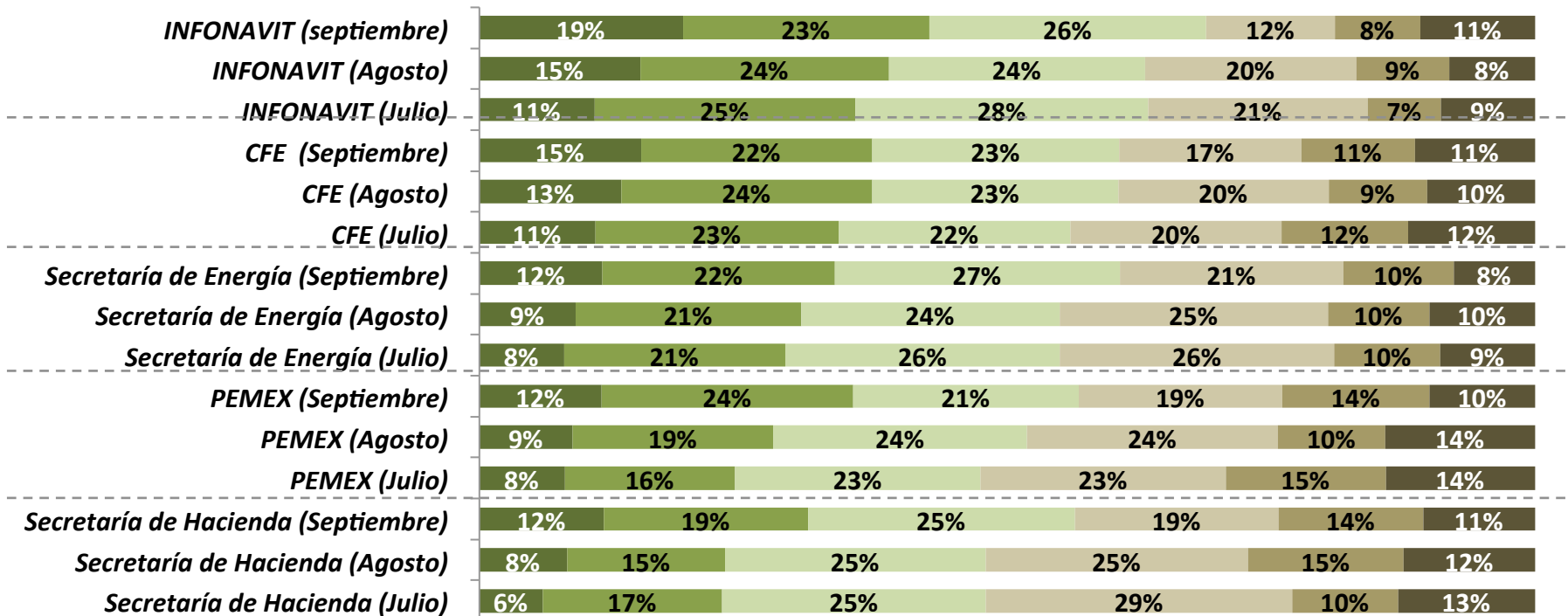
Mediante la serie de estudios de opinión, la Secretaría de Energía pretende conocer:

- Los hábitos y costumbres de la población en general en cuanto al consumo y ahorro de energía en el hogar
- La recordación y las opiniones de la sociedad sobre el programa “Luz Sustentable”.
- Las expectativas sobre el programa.
- La recordación y las opiniones de la sociedad sobre el programa “Horario de verano”
- Las expectativas sobre el programa

3. 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

3. Imagen del Sector: SENER

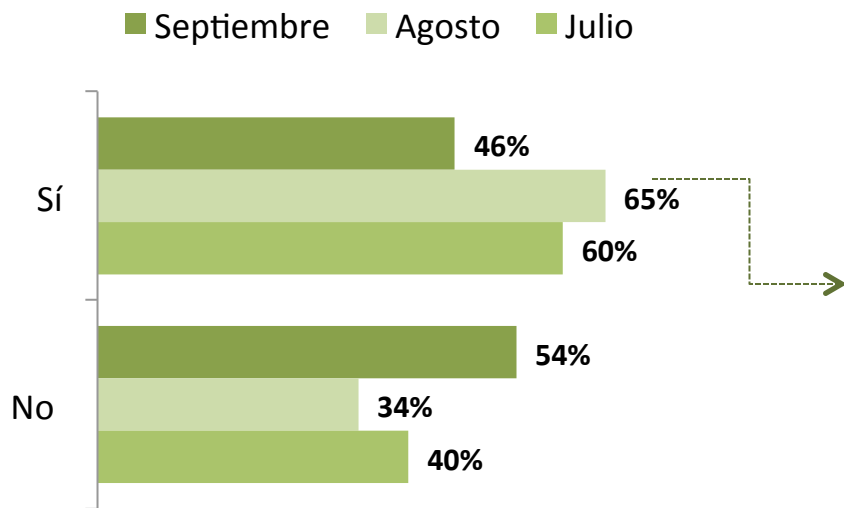
En una escala del 1 al 6 donde 1 es muy mala y 6 es muy buena, ¿cuál es su opinión de la Secretaría de Energía?

		<i>Sexo</i>		<i>NSE</i>				<i>Edad</i>				
	<i>Total</i>	<i>Masculino</i>	<i>Femenino</i>	<i>ABC+</i>	<i>C</i>	<i>D+</i>	<i>DE</i>	<i>18-24</i>	<i>25-34</i>	<i>35-44</i>	<i>45-59</i>	<i>60-+</i>
	100%	46%	54%	26%	24%	32%	18%	19%	25%	20%	20%	17%
<i>Muy buena</i>	12%	10%	14%	4%	2%	16%	17%	11%	9%	19%	7%	14%
<i>Buena</i>	22%	23%	21%	21%	25%	23%	23%	22%	22%	25%	22%	19%
<i>Algo buena</i>	27%	26%	28%	35%	33%	20%	28%	36%	30%	18%	19%	33%
<i>Algo mala</i>	21%	19%	23%	25%	28%	17%	14%	20%	27%	20%	21%	15%
<i>Mala</i>	10%	13%	8%	13%	8%	10%	8%	4%	8%	12%	15%	13%
<i>Muy mala</i>	8%	8%	7%	3%	4%	14%	10%	6%	5%	6%	15%	7%

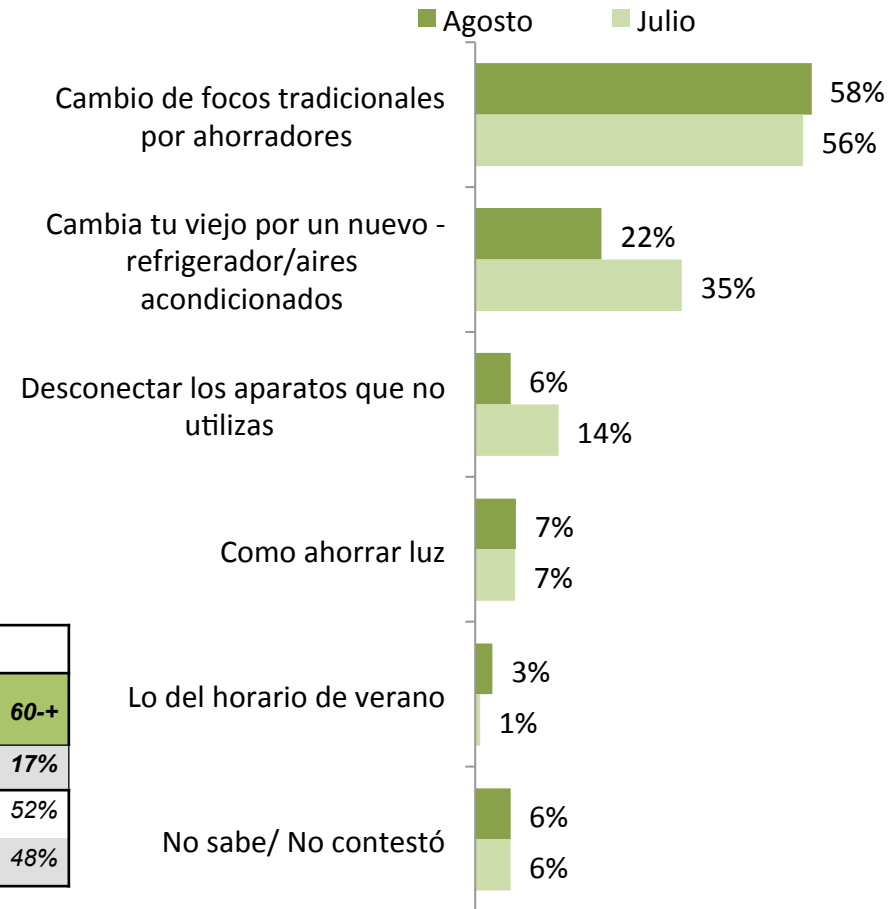
Septiembre: Base 403 casos

4. 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?



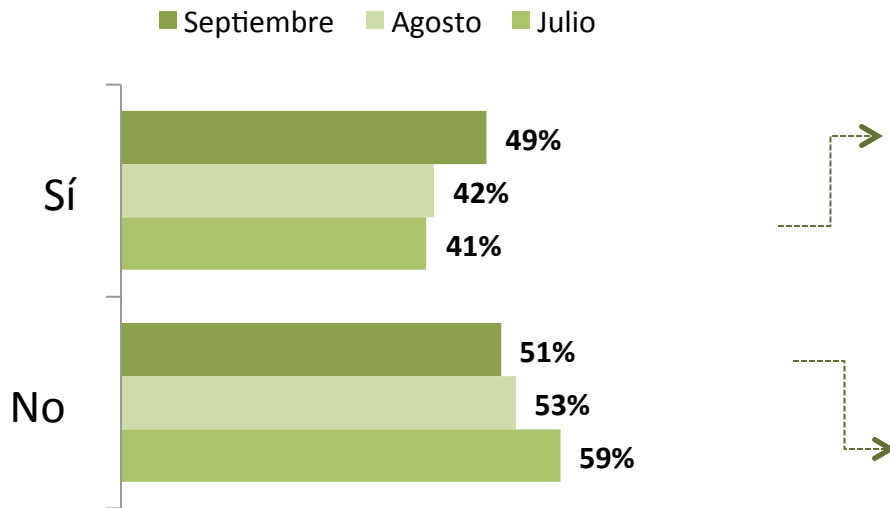
	Total	Sexo		NSE				Edad				
		Masculino	Femenino	ABC+	C	D+	DE	18-24	25-34	35-44	45-59	60-+
	100%	46%	54%	26%	24%	32%	18%	19%	25%	20%	20%	17%
Si	46%	45%	46%	53%	42%	49%	47%	35%	42%	41%	59%	52%
No	54%	55%	54%	47%	58%	51%	53%	65%	58%	59%	41%	48%

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

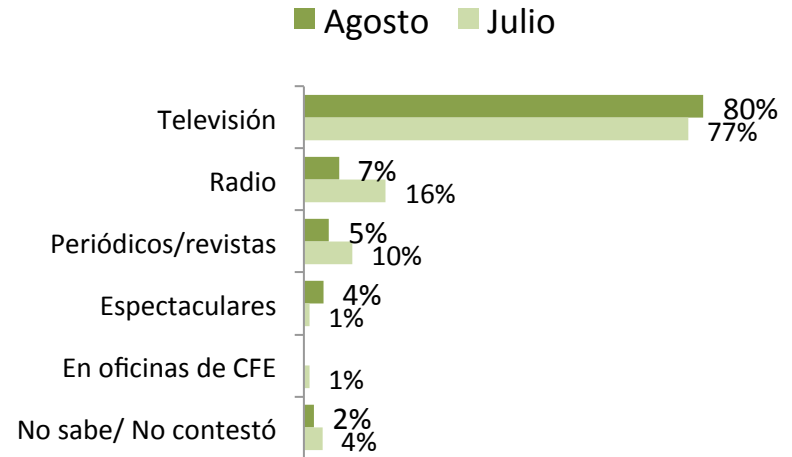
5. Recordación publicitaria

Ayudada: cambio de Focos

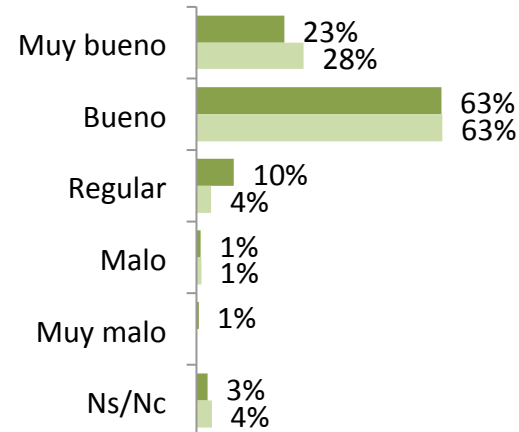
¿Ha visto o escuchado algún comercial de la Secretaría de Energía que hable del cambio de focos tradicionales por focos ahorradores, sin costo para Usted?



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



¿Este comercial le pareció?



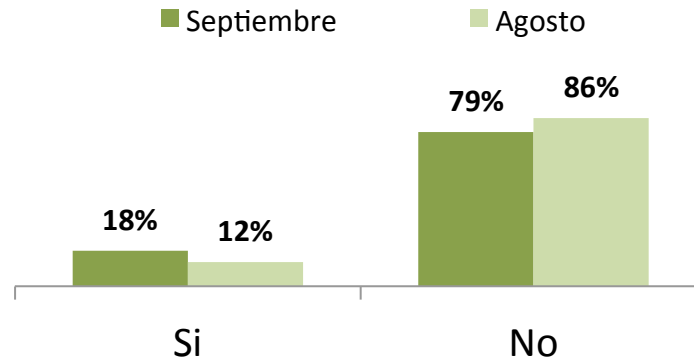
	Total	Sexo		NSE				Edad				
		Masculino	Femenino	ABC+	C	D+	DE	18-24	25-34	35-44	45-59	60+
	100%	46%	54%	26%	24%	32%	18%	19%	25%	20%	20%	17%
<i>Si</i>	49%	51%	47%	47%	47%	62%	48%	52%	38%	39%	62%	58%
<i>No</i>	51%	49%	53%	53%	53%	38%	52%	48%	62%	61%	38%	42%

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

5. 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?



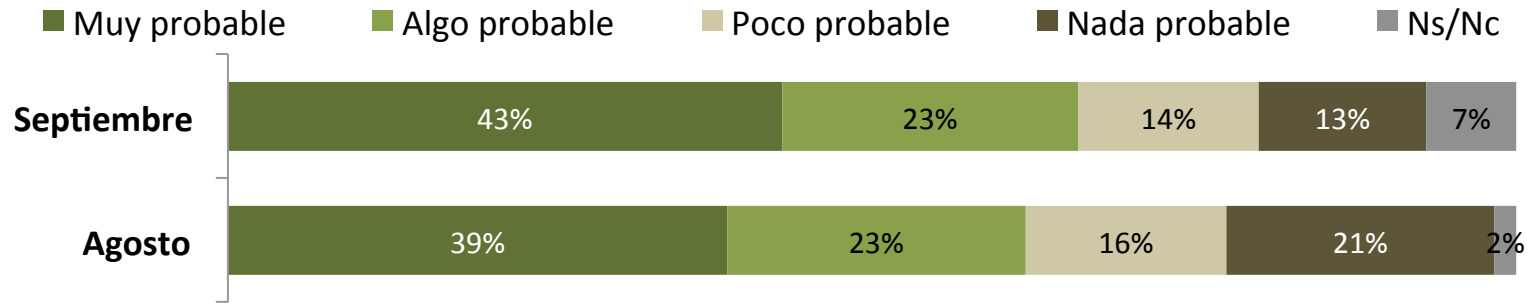
	Total	Sexo		NSE				Edad				
		Masculino	Femenino	ABC+	C	D+	DE	18-24	25-34	35-44	45-59	60-+
	100%	46%	54%	26%	24%	32%	18%	19%	25%	20%	20%	17%
Si	18%	20%	15%	16%	17%	23%	9%	18%	17%	15%	17%	21%
No	79%	80%	85%	84%	83%	76%	91%	82%	83%	85%	83%	79%

Agosto: Base 406 casos
 Septiembre: Base 403 casos

5. Valoración Programas.

Luz sustentable

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

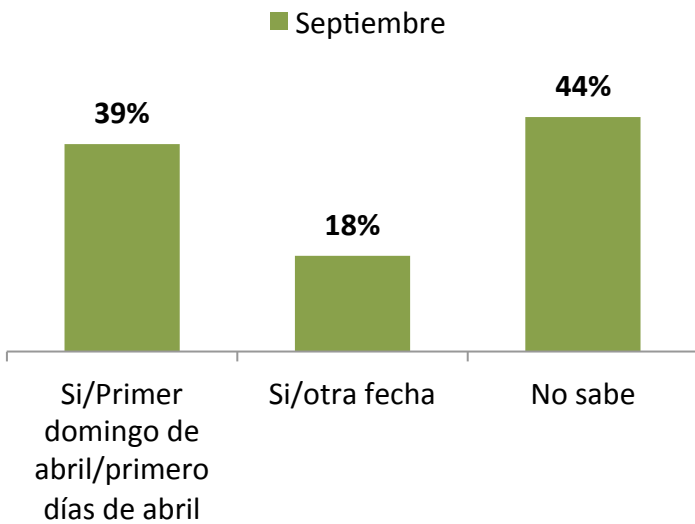


	Total	Sexo		NSE				Edad				
		Masculino	Femenino	ABC+	C	D+	DE	18-24	25-34	35-44	45-59	60-+
	100%	46%	54%	26%	24%	32%	18%	19%	25%	20%	20%	17%
Muy probable	43%	43%	44%	53%	52%	43%	48%	45%	50%	43%	45%	31%
Algo probable	23%	23%	23%	21%	24%	22%	24%	28%	25%	22%	26%	10%
Poco probable	14%	14%	14%	15%	14%	18%	7%	17%	11%	13%	13%	16%
Nada probable	13%	11%	14%	8%	9%	13%	18%	9%	11%	15%	10%	22%
No sabe	7%	9%	5%	4%	1%	4%	4%	2%	3%	6%	6%	22%

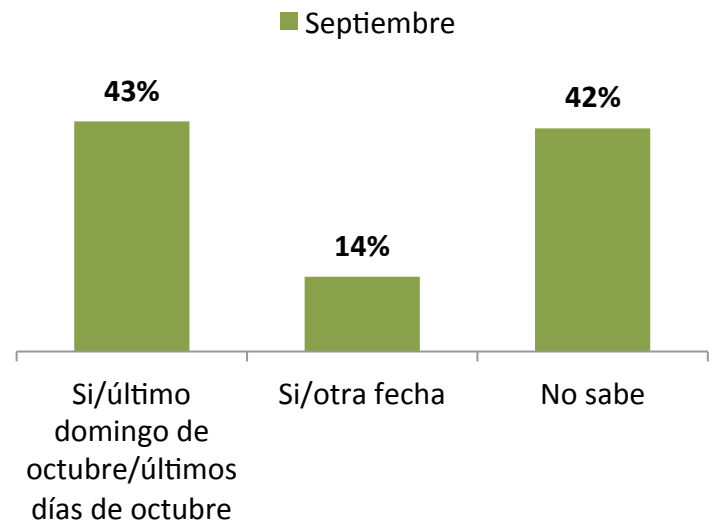
Agosto: Base 406 casos
 Septiembre: Base 403 casos

6. Horario de verano

¿Sabe Usted cuando inicia el horario de verano en México?, ¿cuándo?



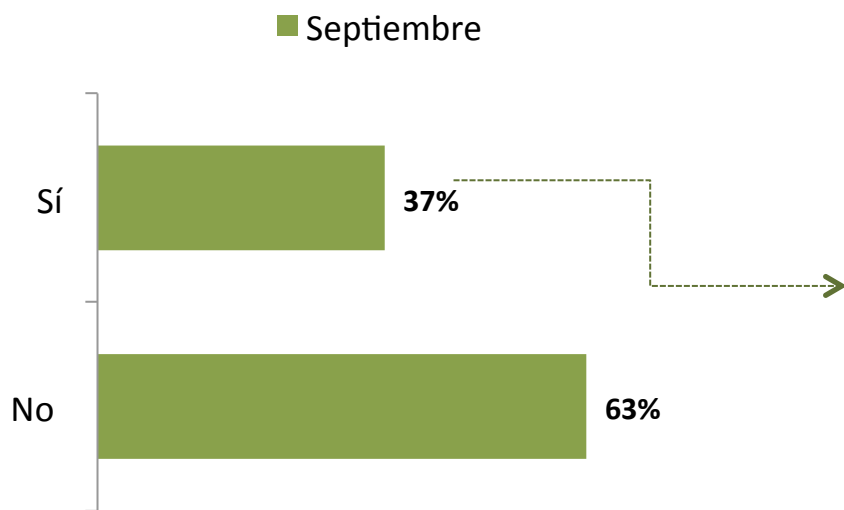
¿Sabe Usted cuando termina el horario de verano en México?, ¿cuándo?



Septiembre: Base 403 casos

6. Recordación publicitaria: Horario de verano. Espontánea

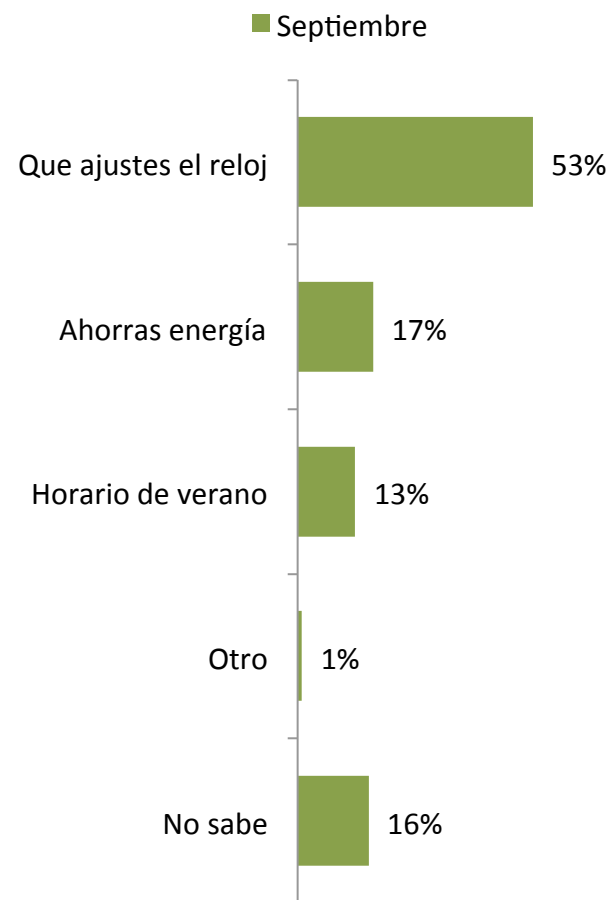
¿Recuerda haber visto o escuchado algún comercial o publicidad que hable sobre el cambio de horario en México?



	Total	Sexo		NSE				Edad				
		Masculino	Femenino	ABC+	C	D+	DE	18-24	25-34	35-44	45-59	60-+
	100%	46%	54%	26%	24%	32%	18%	19%	25%	20%	20%	17%
Si	37%	35%	38%	49%	37%	46%	19%	37%	40%	39%	39%	25%
No	63%	65%	62%	51%	63%	54%	81%	63%	60%	61%	61%	75%

Septiembre: Base 403 Casos

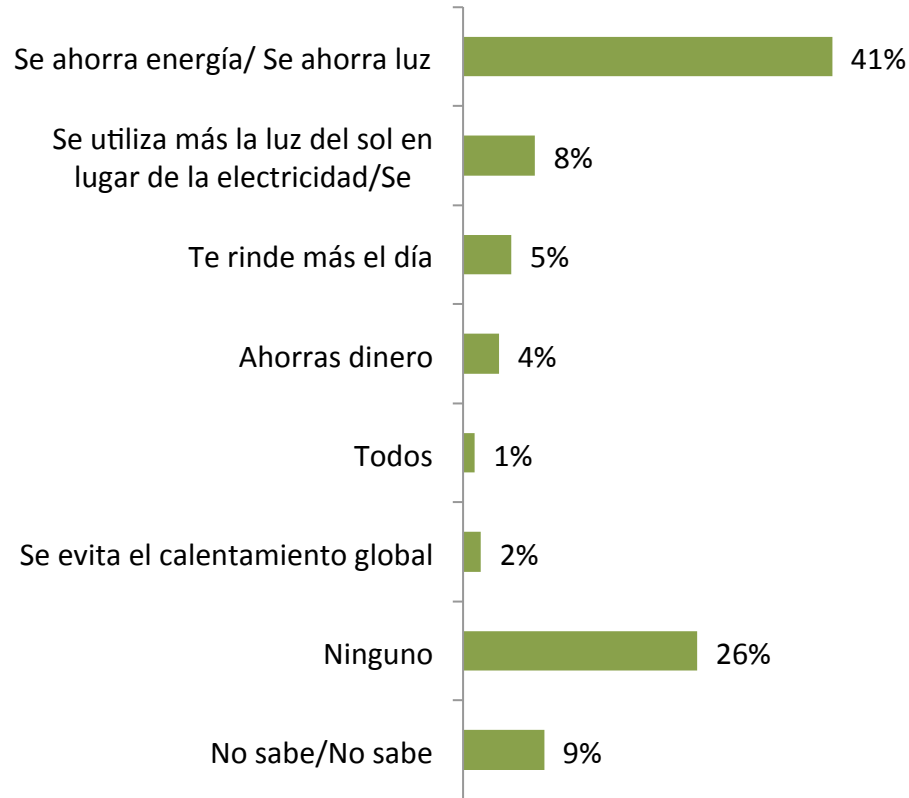
¿Qué recuerda haber visto o escuchado?



Septiembre: Base 149 Casos

6. Horario de verano: Ventajas

Por lo que usted sabe, ¿cuáles son las ventajas de adoptar/utilizar el horario de verano?, ¿alguna otra?



Septiembre: Base 403 casos

6. Horario de verano: Desventajas

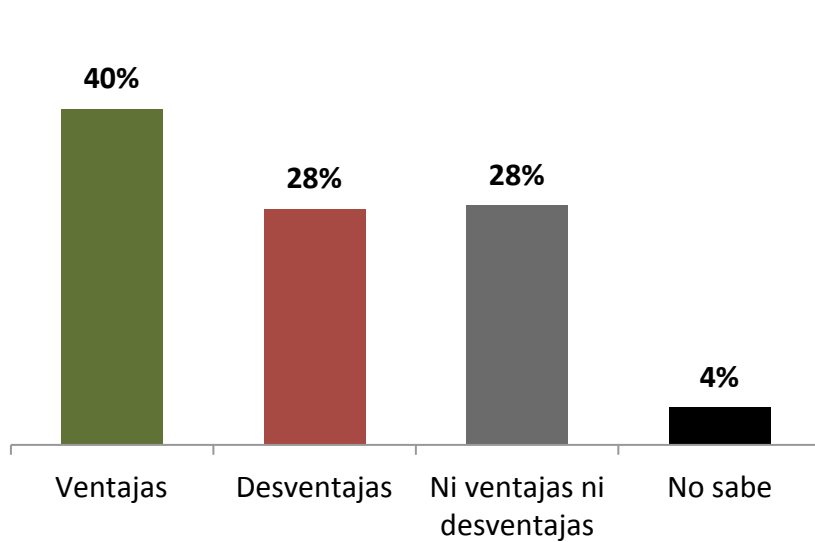
¿Y las desventajas?, ¿alguna otra?



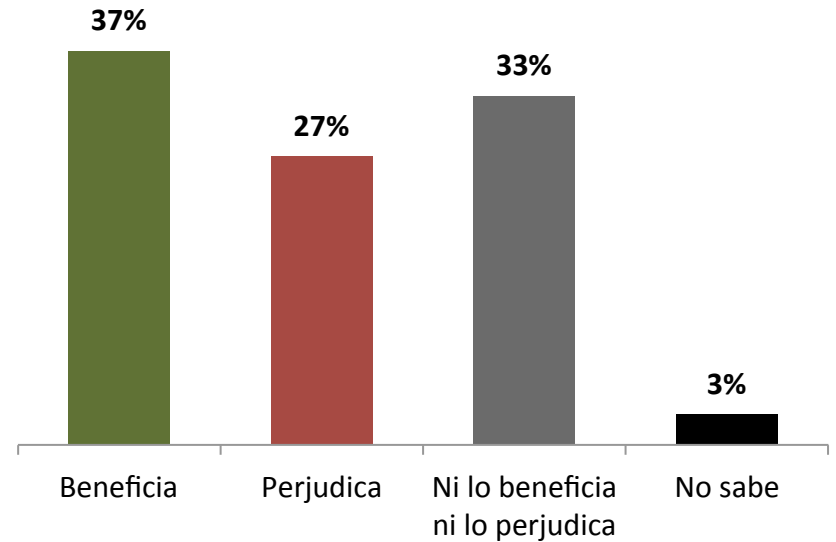
Septiembre: Base 403 casos

6. Horario de verano: Balance entre ventajas y desventajas

¿Usted cree que el horario de verano tiene más ventajas que desventajas para el país o por el contrario más desventajas que ventajas?



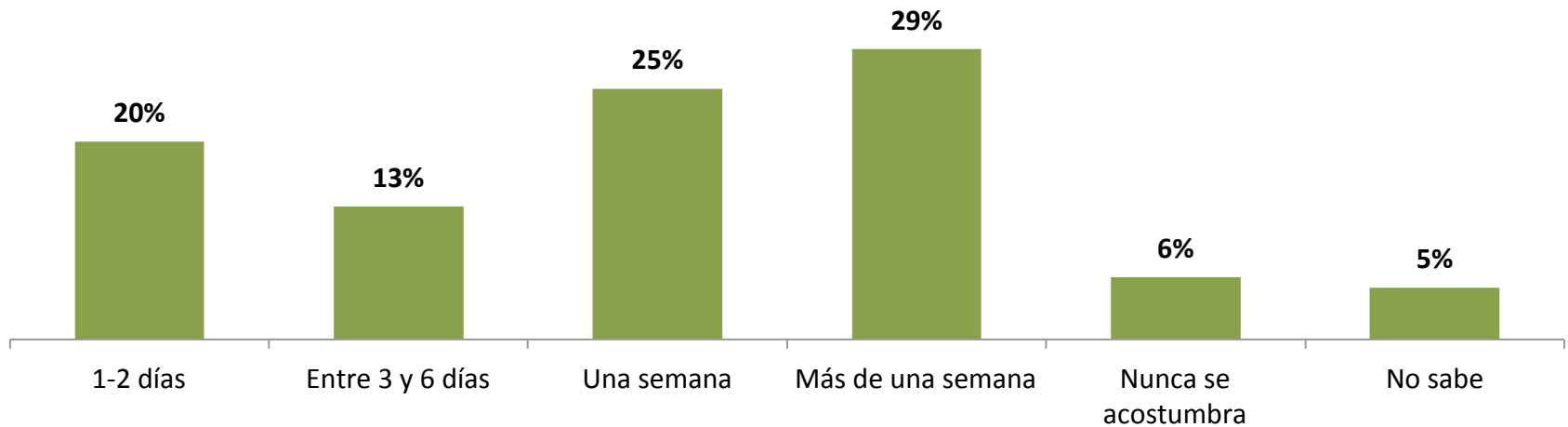
¿Usted cree que el horario de verano lo beneficia a usted más que lo que lo perjudica o por el contrario la perjudica más que lo que lo beneficia?



Septiembre: Base 403 casos

6. Horario de verano

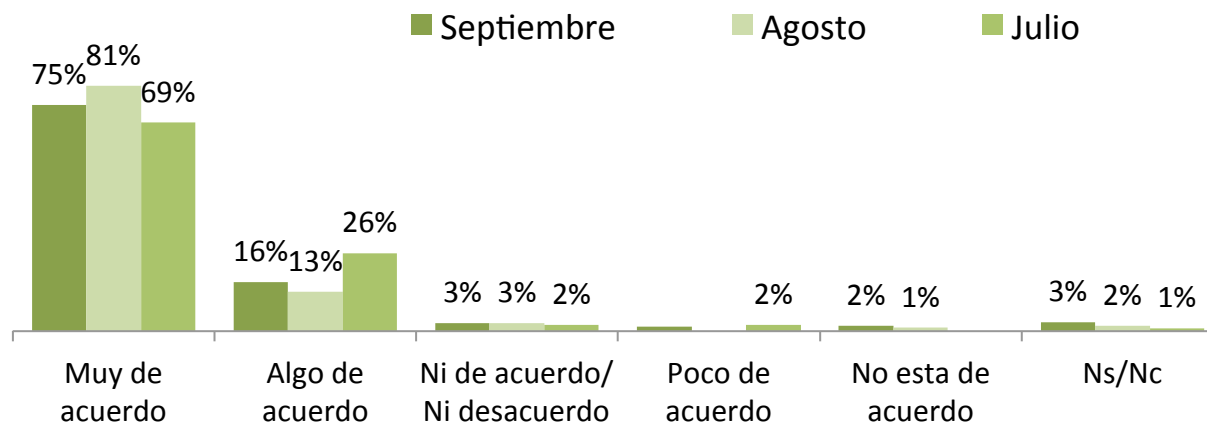
Cuando se realiza el cambio al horario, ¿cuánto tiempo tarda en acostumbrarse al nuevo horario?



Septiembre: Base 403 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?



	Sexo			Edad					NSE			
	Total	Masculino	Femenino	18-24	25-34	35-44	45-59	60+	AB/C+	C	D+	D/E
	100%	46%	54%	19%	25%	20%	20%	17%	26%	24%	32%	18%
Muy de acuerdo	75%	76%	73%	72%	77%	79%	83%	59%	77%	81%	79%	76%
Algo de acuerdo	16%	13%	19%	24%	15%	13%	12%	19%	20%	10%	13%	18%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	3%	3%	3%	--	4%	--	1%	9%	1%	3%	4%	3%
Poco de acuerdo	--	1%	2%	2%	0%	2%	1%	4%	1%	2%	1%	4%
No está de acuerdo	2%	2%	2%	1%	2%	1%	3%	2%	2%	3%	1%	--

Julio: Base 404 casos

Agosto: Base 406 casos

Septiembre: Base 403 casos

8. Perfil de la muestra

Características sociodemográficas

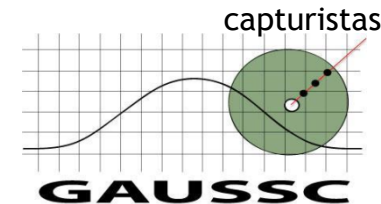
Sexo	Masculino	46%
	Femenino	54%
Edad	18-24	19%
	25-34	25%
	35-44	20%
	45-59	20%
	60-+	17%
NSE	AB/C+	26%
	C	24%
	D+	32%
	D/E	18%

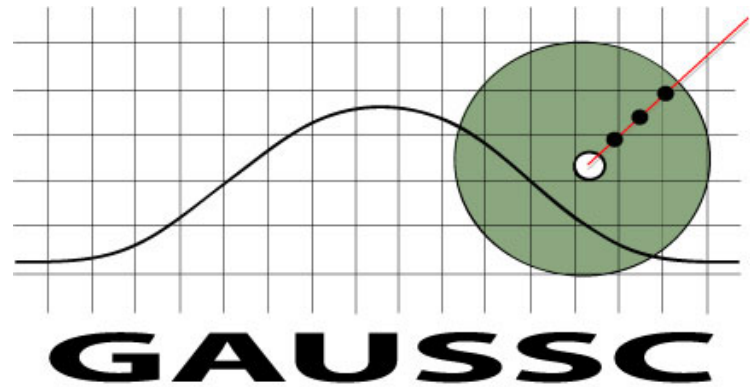
Distribución por Entidad

AGS	1%	MOR	2%
BC	3%	NAY	1%
BCS	1%	NL	6%
CAMP	1%	OAX	1%
CHIH	4%	PUE	4%
CHIS	1%	Q ROO	1%
COAH	3%	QRO	1%
COL	1%	SIN	2%
DF	16%	SLP	2%
DGO	1%	SON	2%
GRO	2%	TAB	1%
GTO	4%	TAMS	4%
HGO	1%	TLAX	1%
JAL	7%	VER	5%
MEX	15%	YUC	1%
MICH	3%	ZAC	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
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 sep de 2011
Personal involucrado:	1 Coordinador general, 4 supervisores, 25 telefonistas, 4 codificadores y 6 capturistas





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