

ESTUDIO COMPARATIVO PERCEPCIÓN DE LAS Y LOS CONSUMIDORES SOBRE EL ETIQUETADO Y LA EFICIENCIA ENERGÉTICA EN ARGENTINA, BRASIL Y URUGUAY

2023



Proyecto PTB-Mercosur

“Fortalecimiento de la Infraestructura de la Calidad
para el Fomento de la Eficiencia Energética”



Physikalisch-Technische Bundesanstalt
Braunschweig und Berlin
National Metrology Institute



Ministerio de
Economía
Argentina

Secretaría de
Energía



Ministerio
de Industria,
Energía y Minería



eficiencia
energética

Lectores:

Esta guía está especialmente dirigida a organismos de los países miembros del MERCOSUR a cargo de programas y proyectos relacionados con el etiquetado de eficiencia energética.

Derechos de autor:

Physikalisch-Technische Bundesanstalt (PTB) (2023) ©

Licencia de uso:

A menos que se especifique lo contrario, el contenido de esta publicación está disponible para su uso, compartición, copia, reproducción, impresión o almacenamiento sin restricciones, siempre y cuando se reconozca adecuadamente al PTB como la fuente y titular de los derechos de autor.

Agradecimientos:

Los estudios fueron implementados por las empresas Fresh Research (Argentina), Bateiah (Brasil) y Cifra (Uruguay). Los estudios y este documento comparativo fueron elaborados por los siguientes organismos: por Argentina, Secretaría de Energía (Federico Dubois) y Dirección Nacional de Defensa al Consumidor (Paola Rubin); por Brasil, INMETRO (Luiz Leal); y por Uruguay, Dirección Nacional de Energía del Ministerio de Industria, Energía y Minería (Maite Rubira); bajo la coordinación y edición de Sabrina Nava, consultora para el PTB.

Publicado en diciembre 2023.

Contenidos

Introducción	1
Metodología	1
Resultados	2
Muestra encuestada	2
Medios de compra.....	3
Criterios de selección de equipamiento	4
Consideración del consumo energético	6
Metodología para informarse	8
Definición de equipamiento eficiente	9
Etiqueta de eficiencia energética.....	11
Recomendaciones y conclusiones.....	16

Introducción

La Etiqueta de Eficiencia Energética (EEE) se presenta como una herramienta fundamental para brindar a las y los consumidores una visión rápida y accesible sobre la eficiencia energética y el consumo de energía de los artefactos. Esta valiosa información se convierte en un factor determinante al momento de tomar decisiones de compra para equipar los hogares. La efectividad de la EEE está intrínsecamente vinculada al conocimiento y la percepción de las y los compradores, lo que subraya la importancia de comprender estos aspectos para orientar políticas efectivas en los estados miembros del MERCOSUR.

En el pasado, se llevaron a cabo estudios de percepción del etiquetado en Argentina, Brasil y Uruguay, con análisis más recientes en 2017, 2019 y 2021, respectivamente. El propósito principal de estos estudios es evaluar la evolución en la percepción de la EEE por parte de los consumidores, determinar si la etiqueta influye en la decisión de adquirir equipamientos domésticos e identificar aspectos susceptibles de mejora en el diseño y contenido de las etiquetas para fomentar un uso más efectivo.

Estos estudios no solo se centran en comparar los resultados del presente año con los anteriores, sino que también buscan establecer comparativas entre Argentina, Brasil y Uruguay. Este enfoque permite obtener una visión integral de la percepción de la EEE en tres países miembros del MERCOSUR, contribuyendo así a comprender la situación actual y proponer mejoras que impulsen una mayor conciencia y aplicación de estas etiquetas en la región.

Metodología

En los tres estudios, se persiguió la obtención de resultados representativos que abarcaran diversas regiones de los países, considerando variables como género, edad, niveles socioeconómicos, educación, ocupación y tipo de equipo adquirido. Se focalizó específicamente en una audiencia que hubiera adquirido equipamiento en los últimos dos años, seleccionando artefactos específicos: calentadores de agua (distinguiendo la tecnología más relevante en cada país), acondicionadores de aire y heladeras con freezer. En el caso de Argentina y Brasil, también se incluyeron lavarropas y lámparas. Estas decisiones fueron basadas en la presencia de etiquetas en los equipos y su impacto en el consumo residencial.

La delimitación de las regiones para cada país se llevó a cabo de la siguiente manera: para Argentina, se incluyeron el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA), Centro, Cuyo, Noroeste Argentino (NOA), Noreste Argentino (NEA) y Patagonia; para Brasil, se consideraron Sudeste, Noreste, Sur, Norte y Centro Oeste; mientras que para Uruguay se tomaron en cuenta Montevideo e Interior.

El objetivo establecido consistió en alcanzar un mínimo de 1000 encuestados en Argentina y Brasil, y 800 en Uruguay. Las encuestas para Argentina y Brasil se realizaron de manera online, mientras que para Uruguay se llevaron a cabo de forma telefónica. Finalmente, se logró recopilar un total de 1570 respuestas para Argentina¹, 1045 para Brasil y 810 para Uruguay.

La definición de las preguntas implementadas se fundamentó en estudios previos llevados a cabo en los respectivos países y en las necesidades actuales de información. Además, se estableció un conjunto de preguntas base mínimas que serían formuladas en los tres estudios, permitiendo así realizar una comparación exhaustiva. En la formulación de estas preguntas, participaron activamente la Secretaría de Energía de Argentina, INMETRO de Brasil y la Dirección Nacional de Energía del Ministerio de Industria, Energía y Minería de Uruguay.

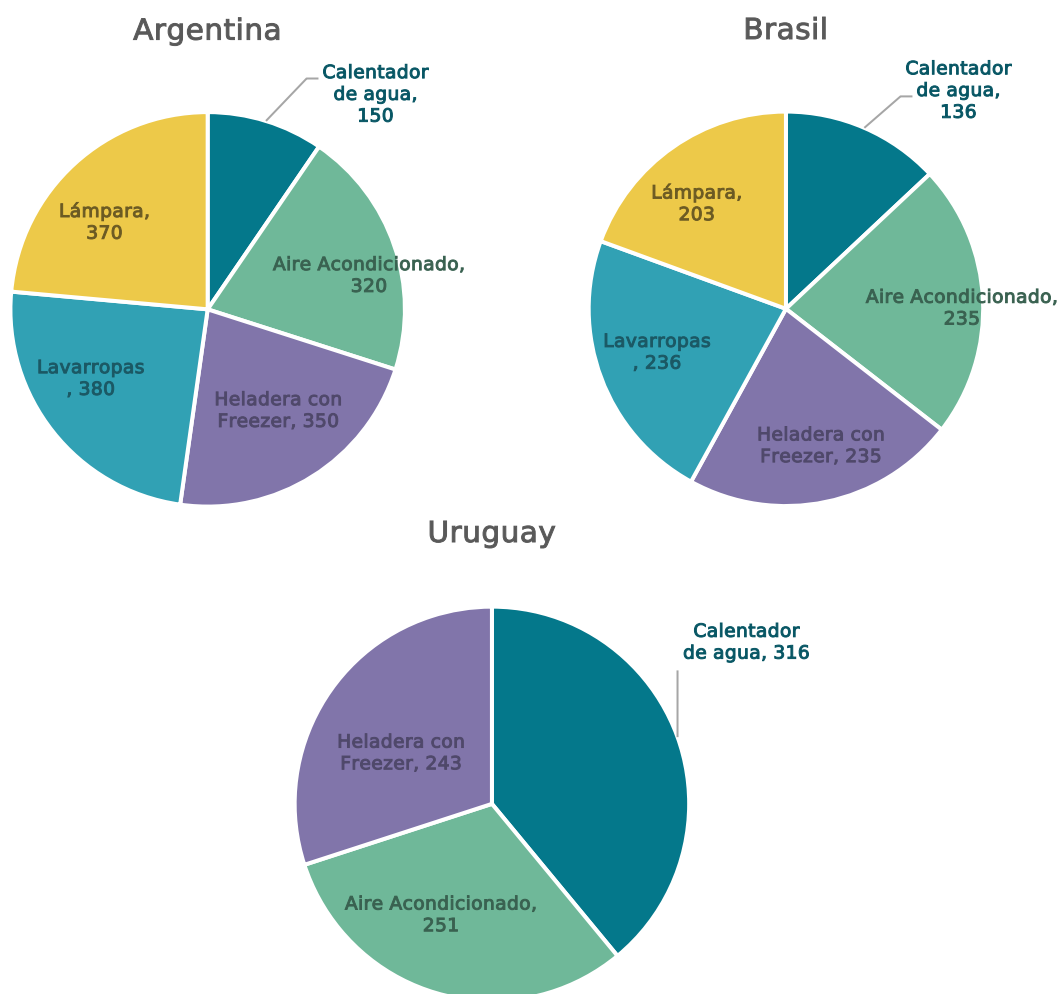
Resultados

Muestra encuestada

Las siguientes figuras representan los equipos que fueron adquiridos por las y los consumidores que participaron en la encuesta en cada país.

¹ Para estas encuestas se permitió seleccionar más de un equipo adquirido en los últimos 2 años y luego contestar las preguntas asociadas para cada uno de ellos de manera independiente.

Adquisición de equipos por parte de los encuestados



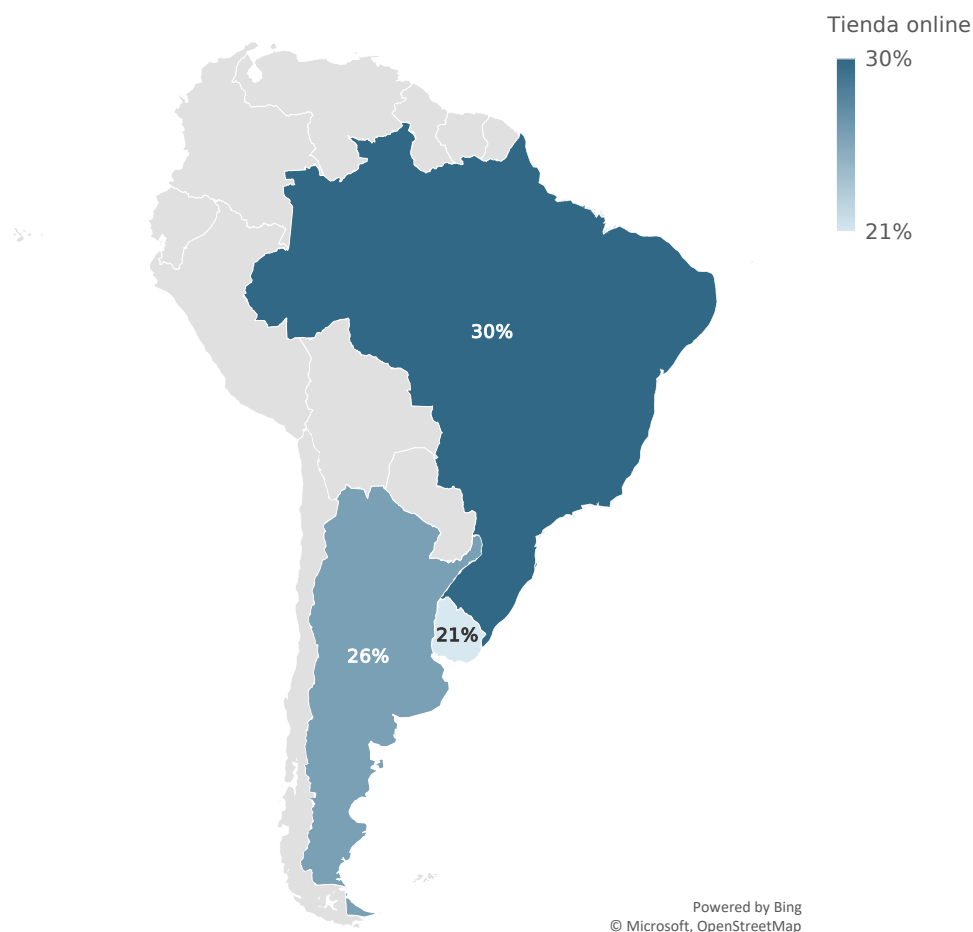
Pese a que las empresas encuestadoras buscaron lograr representatividad en todos los equipos incluidos, es importante señalar que Uruguay experimentó una significativa sequía en el año 2023, lo que resultó en un aumento de los niveles de sal en el agua y ocasionó daños en muchos calefones. Esta situación podría haber influido en los niveles de adquisición, llevándolos a ser superiores a lo habitual.

Medios de compra

Con el fin de analizar la evolución de las compras en línea, se indagó sobre la metodología de adquisición. Por país, se observó una consistencia en las tendencias de compra en los distintos equipos, con la excepción de las lámparas, las cuales fueron adquiridas en un 14% a través de tiendas online en Argentina y un 10% en Brasil. Asimismo, las heladeras registraron un 15% de compras en línea en Uruguay.

La escasa adquisición virtual de lámparas podría explicarse por su bajo costo y/o la facilidad de obtenerlas en supermercados y otros establecimientos sin necesidad de un análisis exhaustivo previo.

Adquisición en tienda online



Brasil: 1.6% fue adquirido por otros medios (WhatsApp, clasificados).

Uruguay: 1% corresponde a Ns/Nc.

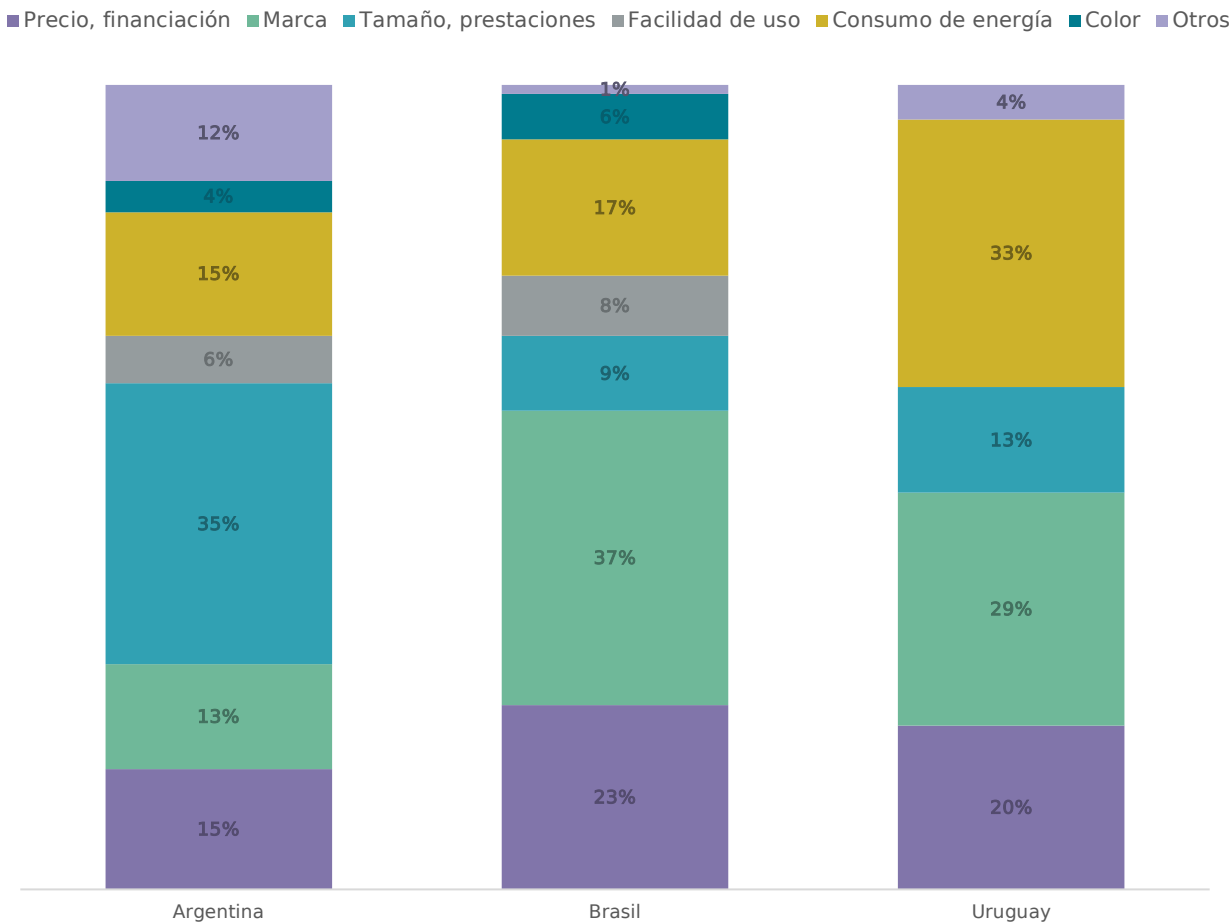
Criterios de selección de equipamiento

Con el propósito de obtener una primera impresión sobre la importancia del consumo de energía y la eficiencia energética en la elección del equipamiento, se solicitó a las y los encuestados que seleccionaran los cinco criterios más relevantes, de una lista previamente proporcionada, al momento de elegir un artefacto. Esta pregunta fue formulada para cada uno de los equipos incluidos en la encuesta, basándose en las

respuestas previas de los participantes. A continuación, se presenta la distribución de los criterios clasificados como el primer criterio para la selección.

Por país, se observaron tendencias similares para los distintos equipos, a excepción de los acondicionadores de aire en Uruguay, donde el 44% indicó que el consumo de energía es el primer criterio.

Criterio de selección de un nuevo equipo



Argentina: Tamaño y prestaciones se preguntó en forma independiente, obteniendo 9% y 26% respectivamente. “Otros” incluye 5% relacionado con el origen del equipo.

Uruguay: “Otros” incluye 1% correspondiente a Ns/Nc.

Esta figura permite identificar diferencias significativas entre los tres países, especialmente en lo que respecta al criterio seleccionado con mayor frecuencia como el primordial. En Argentina, el tamaño y las prestaciones (particularmente las prestaciones) suelen ser el primer criterio de selección, mientras que en Brasil es la marca y en Uruguay el consumo de energía, seguido por la marca. En Argentina y Brasil, el consumo de energía solo fue mencionado en un 15% y 17% de las respuestas, respectivamente. Además, el precio y la financiación del equipo se destacaron como el primer criterio en un rango del 15% al 23% en los tres países.

Es relevante señalar que el primer criterio de selección puede verse significativamente afectado por el costo de la energía utilizada para el equipamiento, los subsidios a las tarifas de energía, la situación socioeconómica del país, entre otros factores.

Consideración del consumo energético

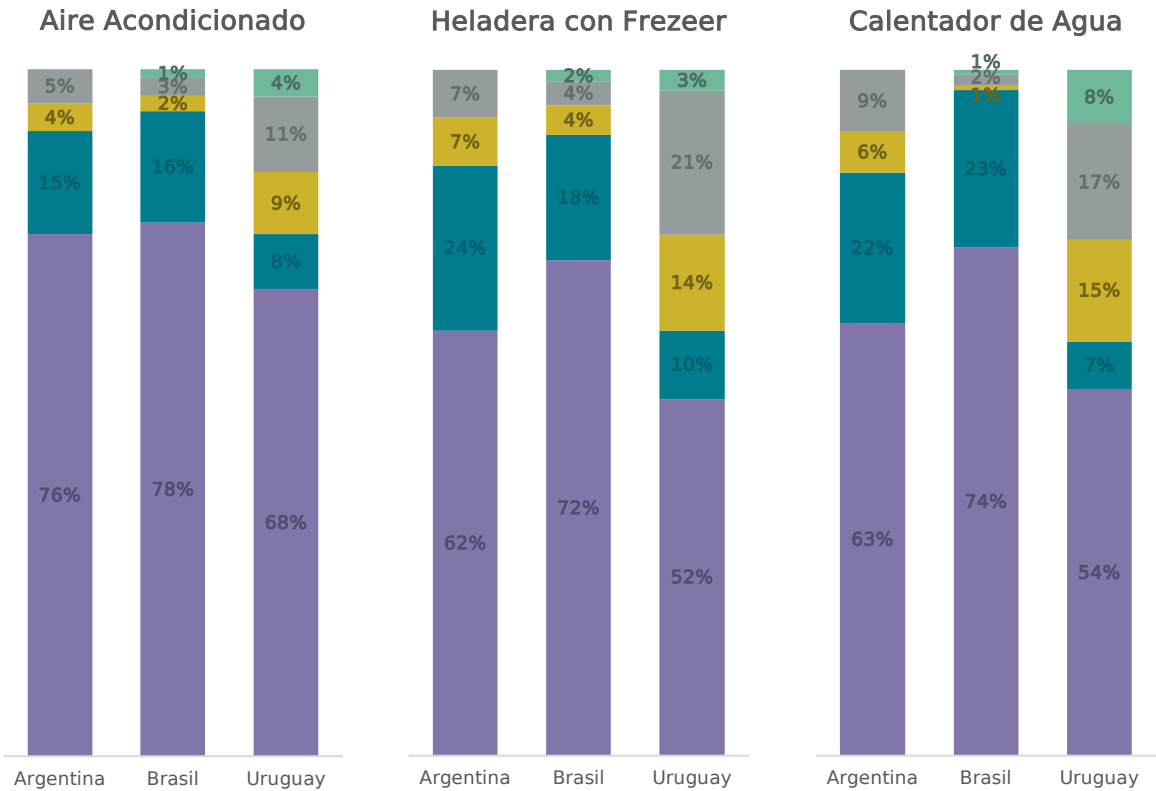
A continuación, se indagó específicamente acerca de la consideración de aspectos energéticos al momento de adquirir los artefactos. Dada la variabilidad en los resultados obtenidos para cada tipo de equipo, se presentan los cinco artefactos estudiados.

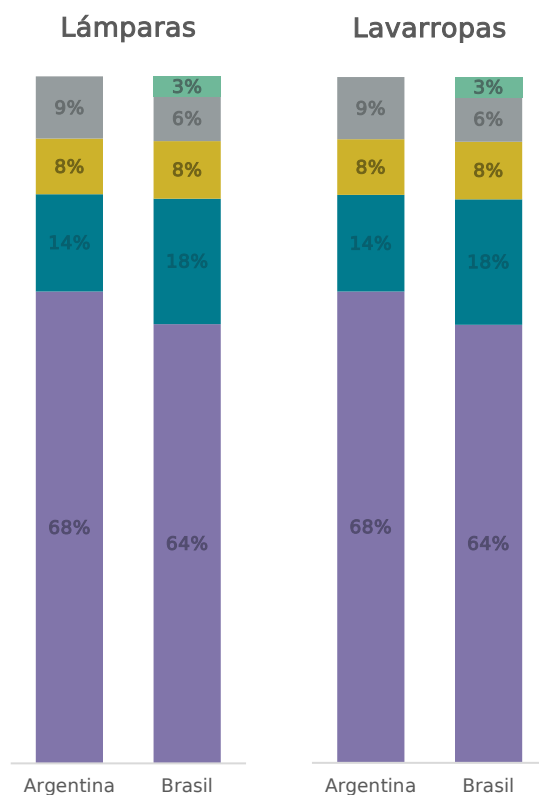
En términos generales, para Argentina y Brasil, los acondicionadores de aire y las heladeras con freezer arrojan los resultados más positivos en cuanto a la atención prestada al consumo energético, previamente o cuando es mencionado por el vendedor, alcanzando valores de hasta el 78% y el 24%, respectivamente. Esta tendencia puede explicarse por el conocimiento de los consumidores sobre el significativo impacto de estos equipos en el consumo energético residencial.

Asimismo, se observa que la intervención del vendedor parece tener una influencia más marcada en Argentina y Brasil. En Uruguay, por otro lado, los porcentajes de respuestas como "No es un tema que lo preocupe" y "Todas las marcas gastan lo mismo" tienden a aumentar, especialmente en el caso de las heladeras con freezer y los calentadores de agua, en comparación con Argentina y Brasil, y respecto a los acondicionadores de aire en Uruguay mismo.

Consideración de aspectos energéticos al momento de la compra

- Otro y Ns/Nc
- No es un tema que lo preocupe
- Todas las marcas gastan lo mismo
- Lo consideró cuando lo mencionó el vendedor
- Lo consideró previamente





Brasil: "Otros" incluye "No vi la etiqueta de consumo de energía" y "Ns/Nc".

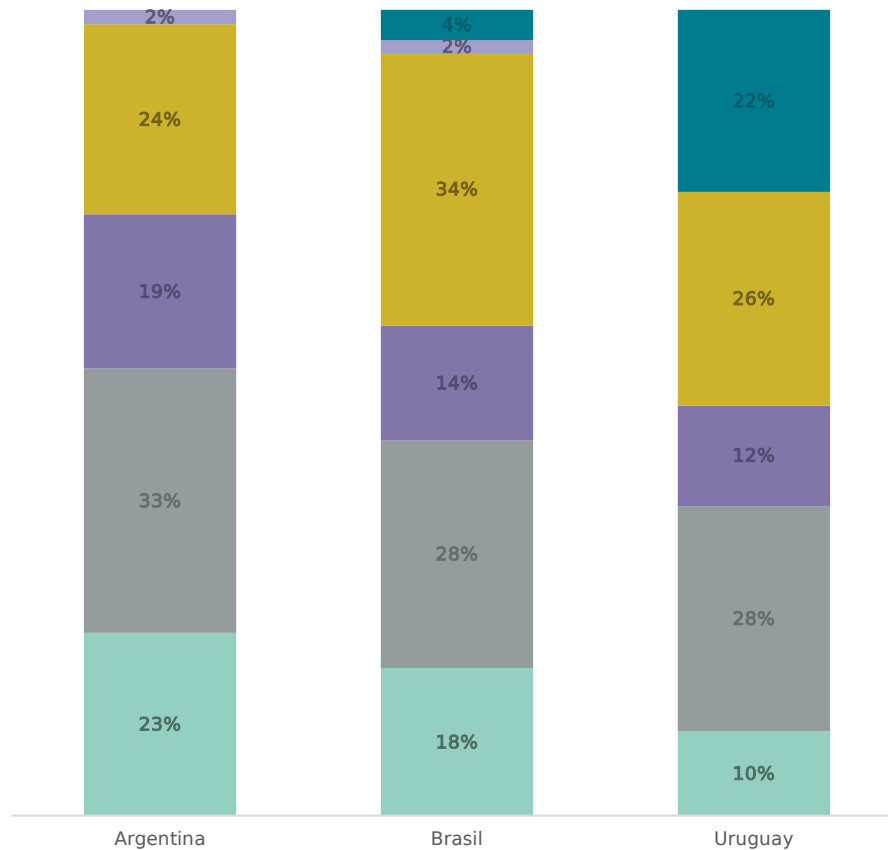
Uruguay: "Otros" incluye "Ns/Nc".

Metodología para informarse

En cuanto a los métodos más empleados para obtener información sobre el consumo energético de los artefactos, nuevamente se destaca la relevancia de la influencia de los vendedores en Argentina y Brasil. Considerando tanto las recomendaciones espontáneas como las solicitadas, en Argentina, el 42% de las compras incluyeron información proporcionada por el vendedor, mientras que en Brasil este porcentaje alcanzó el 32%. En Uruguay, este valor se sitúa en un 22%. Asimismo, emergen como metodologías principales la búsqueda en internet (28-30%) y la consulta de la etiqueta de eficiencia energética específica en el equipo a adquirir (24-34%).

Cómo se informó sobre el consumo del equipo

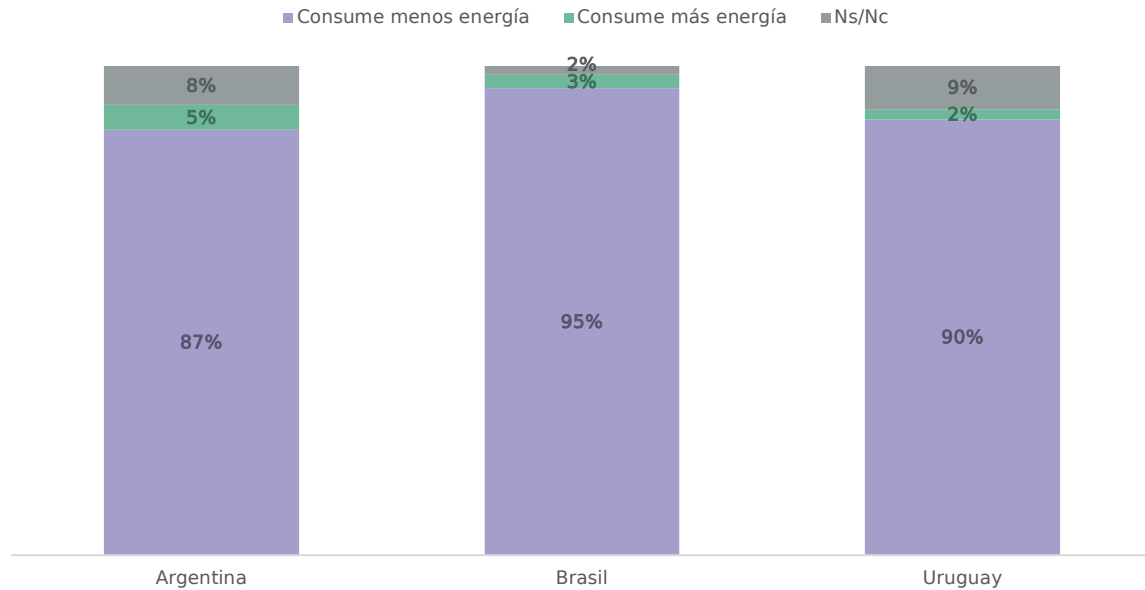
- No se informó, no recuerda
- Otra
- Revisé la etiqueta relacionada con el consumo energético del equipo
- Le pregunté al vendedor
- Me asesoré por internet
- Me lo explicó el vendedor espontáneamente



Definición de equipamiento eficiente

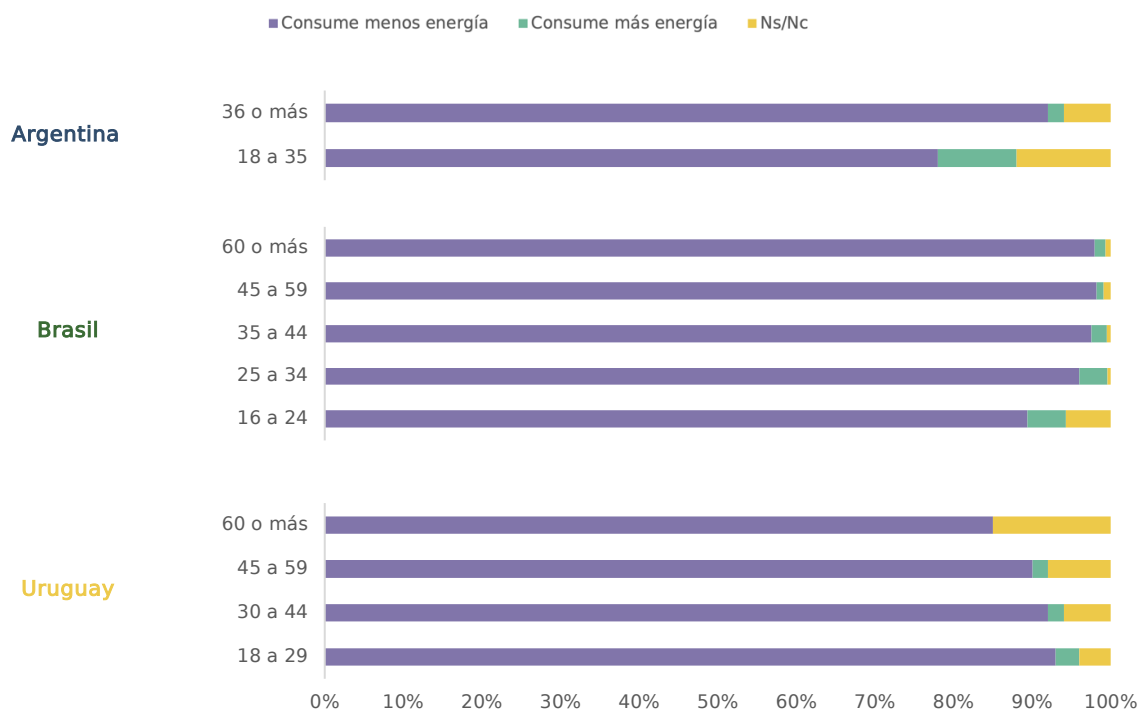
Además, se consultó acerca de las implicancias de contar con un artefacto más eficiente, encontrando resultados alentadores al respecto. Entre un 87% y un 95% de los compradores indicaron que un equipo más eficiente consume menos energía. En esta pregunta, el resultado de Brasil resulta particularmente alentador con un 95% de respuestas acertadas.

Significado de un equipo más eficiente



Al realizar la segmentación por edades, se evidencia una tendencia similar en Argentina y Brasil, donde se observa un mayor conocimiento a medida que aumenta la edad. En contraste, en Uruguay, la tendencia es opuesta, mostrando un mayor conocimiento entre los encuestados de menor edad.

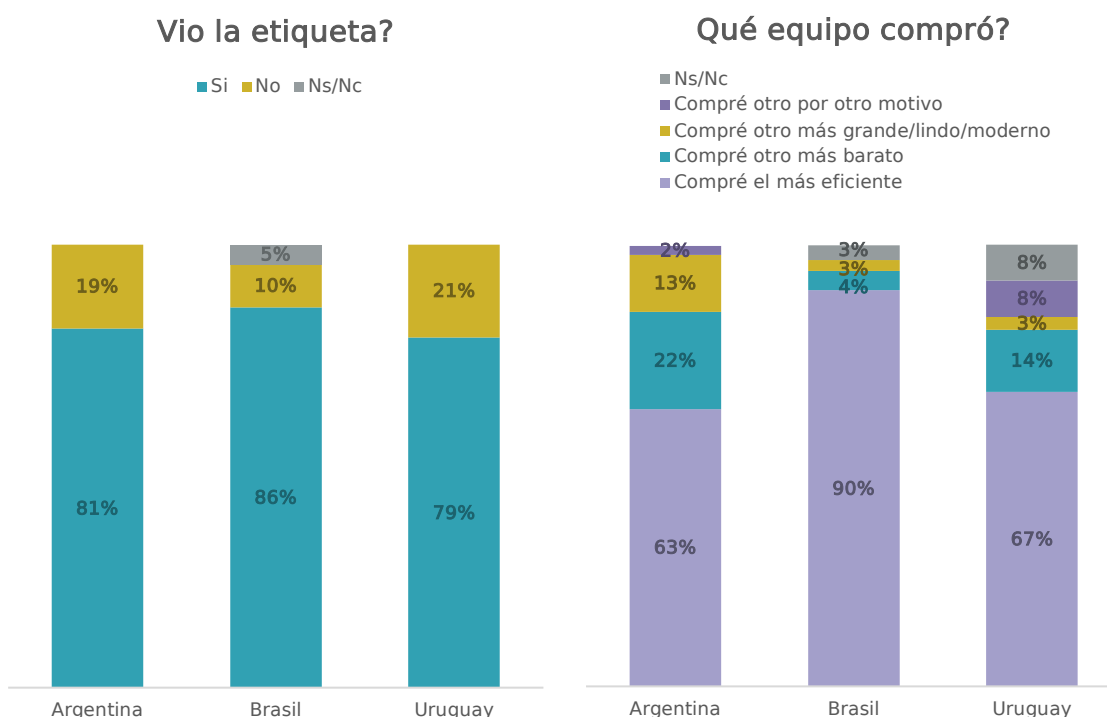
Significado de un equipo más eficiente: Segmentación por edades



Etiqueta de eficiencia energética

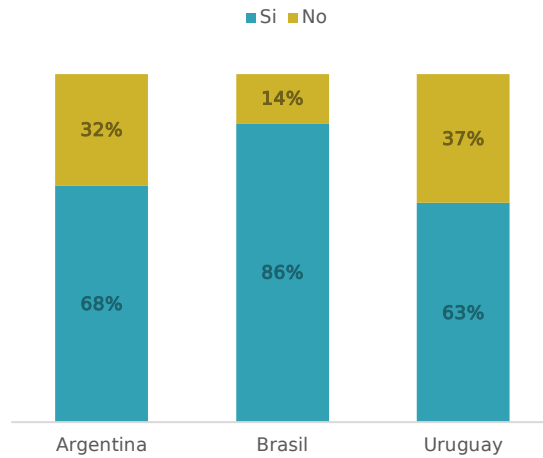
Finalmente, se abordaron una serie de preguntas asociadas con la etiqueta de eficiencia energética en particular.

Al consultar si vieron la etiqueta al momento de la compra, los compradores mayoritariamente respondieron afirmativamente (79-86%). Luego, al preguntar sobre el artefacto que adquirieron efectivamente, gran parte indicó que optó por el más eficiente, especialmente en Brasil con un 90%. En Argentina, una porción también significativa de los compradores optó por otro más económico (22%), y otro grupo por equipos con otras características (13%). En Uruguay, un 14% prefirió equipos más económicos.



Asimismo, se indagó sobre el significado de la información proporcionada en la etiqueta. Entre un 63% y un 86% indicaron que conocen el significado. Estos resultados son parcialmente positivos dado que los tres países, en mayor o menos medida, muestran que aún existen compradores que no comprenden totalmente el significado de la EEE.

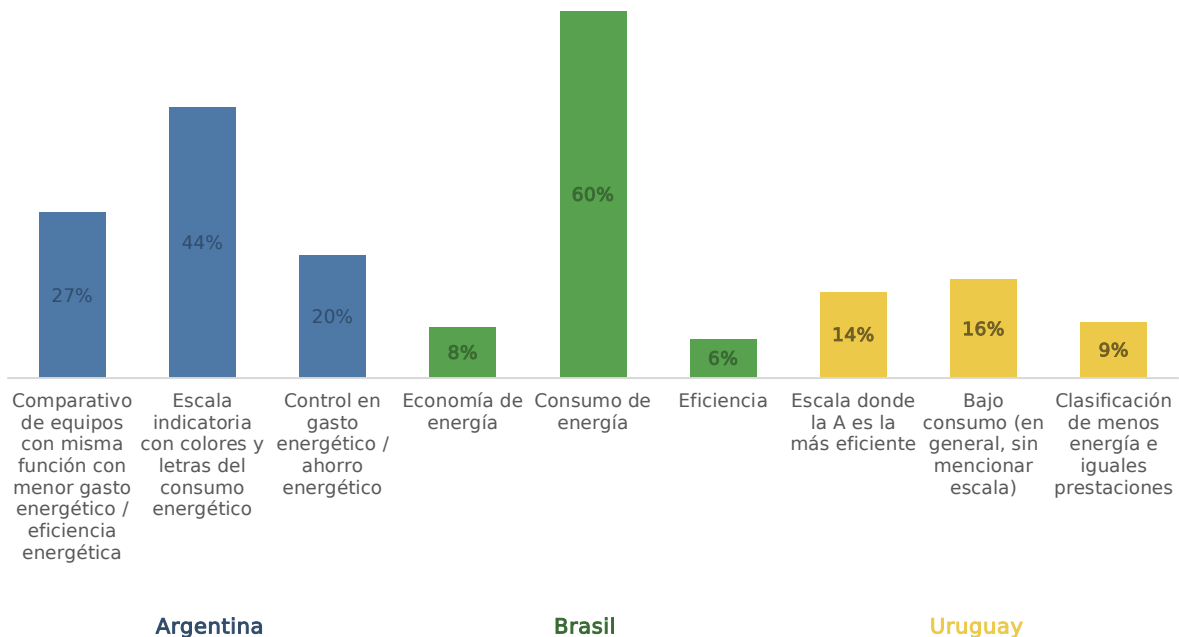
Sabe su significado?



Posteriormente, se les permitió dar una respuesta libre explicando dicho significado.

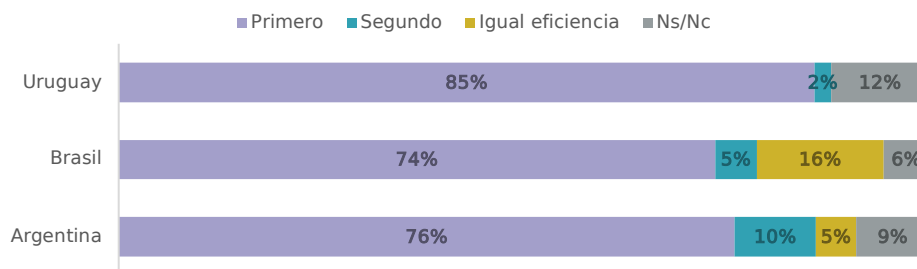
En el análisis de las respuestas, se destaca que los compradores muestran una orientación hacia el entendimiento de las etiquetas. No obstante, algunos consumidores podrían aún necesitar adquirir mayores conocimientos sobre la temática y sus implicancias.

Qué es la etiqueta de eficiencia energética? (Top 3)



A continuación, se les presentaron dos escalas de eficiencia energética y se les preguntó por el artefacto más eficiente. Aunque la mayoría de las respuestas fueron correctas, un porcentaje indicó la segunda opción (2-10%) y otro la igualdad de eficiencias (5-16%).

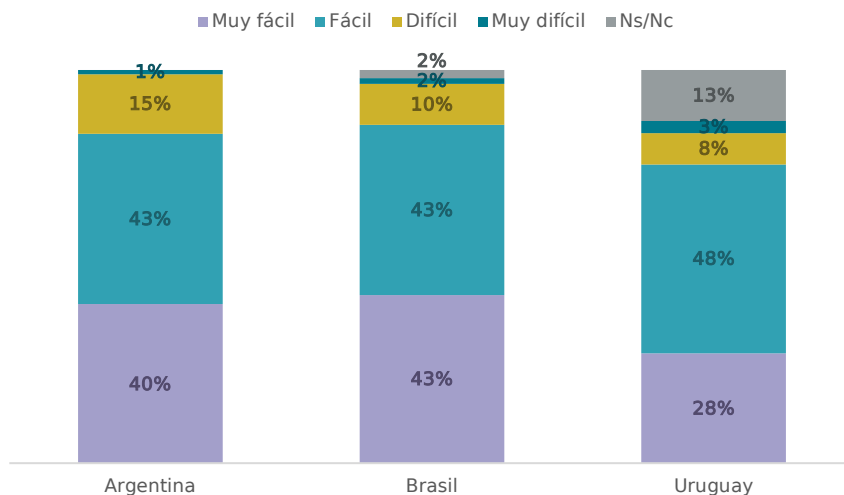
Qué equipo es más eficiente?



Para Uruguay, al ser una encuesta telefónica, se describió ambas etiquetas.

También se consultó si la etiqueta de eficiencia energética es fácil de comprender, obteniendo resultados positivos en un rango del 76% al 86% (considerando respuestas que indican que es "muy fácil de entender" o "fácil de entender").

Es fácilmente entendible?

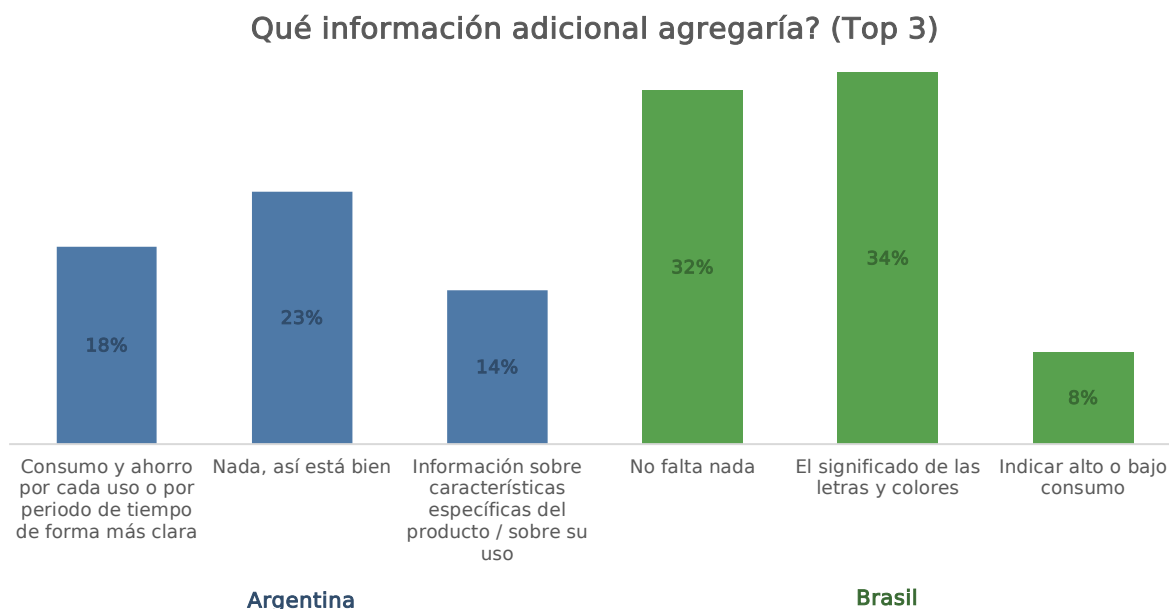


Al analizar la segmentación por edades en Argentina, no se detectan variaciones significativas. En el caso de Brasil, los encuestados más jóvenes parecen experimentar mayores dificultades en la interpretación de las etiquetas de eficiencia energética. Por otro lado, en Uruguay, y coincidiendo con la segmentación por edades mencionada anteriormente, los consumidores de mayor edad parecen tener dificultades para comprender las etiquetas.

Es fácilmente entendible?: Segmentación por edades

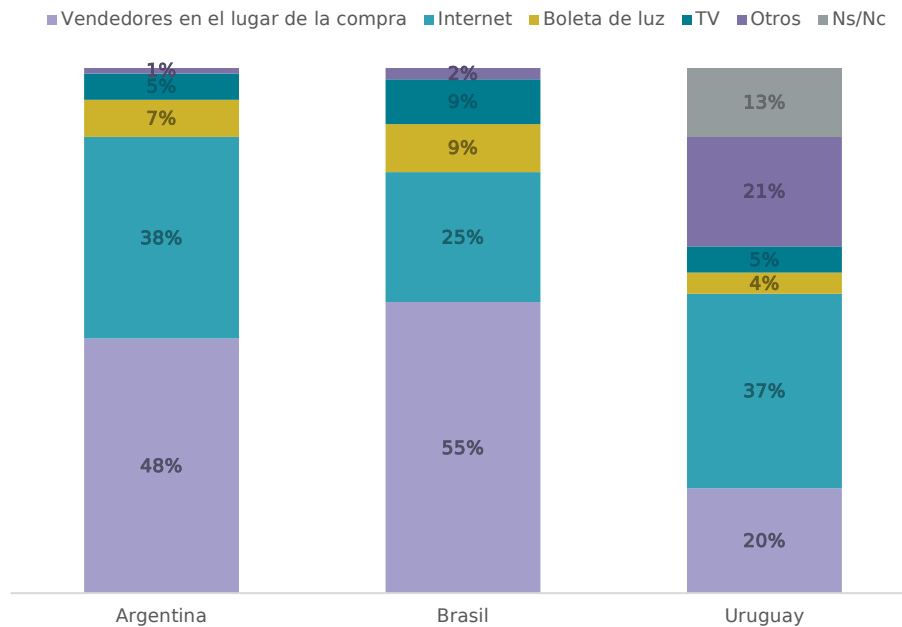


En cuanto a la información adicional proporcionada por la EEE, en Argentina y Brasil es usualmente indicada la respuesta de que no es necesario agregar más detalles, con un 23% y un 32%, respectivamente. Sin embargo, en Brasil, el 34% indicó que debería incluirse la explicación del significado de las escalas, mientras que, en Argentina el 18% sugirió que deberían incluirse de manera clara temas energéticos por periodo de tiempo.



Por último, se les preguntó a los compradores sobre los medios más adecuados para informarse sobre la etiqueta de eficiencia energética. Una vez más, en Argentina y Brasil, los vendedores en el lugar de la compra tienen una relevancia significativa. Asimismo, internet surge como el segundo medio preferido por las y los consumidores en Argentina y Brasil, y como el primero en Uruguay.

Mejor medio para informarse



Uruguay: “Otros” incluye 12.3% de “Visible en electrodomésticos”, 2% de “Manual” y 2% de “Consulta técnico”.

Brasil: “Internet” incluye 13.2% de “Sitios de noticias” y 11.6% de “Redes sociales”. “Otros” incluye 0.4% de “Radio”.

Conclusiones

La selección de artefactos específicos y parámetros permitió lograr una muestra representativa en todos los países, a pesar de las variaciones en las metodologías de encuesta. Aunque la información incluida en la etiqueta de eficiencia energética es reconocida como una herramienta valiosa, se han identificado áreas de mejora en la comprensión y conocimiento por parte de los consumidores.

Se observa una consistencia en las tendencias de compra en línea, con excepciones en la adquisición de lámparas, lo cual se atribuye a su bajo costo y disponibilidad en establecimientos físicos. Además, se han identificado diferencias significativas entre los países en cuanto al criterio de selección más relevante, destacándose las prestaciones en Argentina, la marca en Brasil y el consumo de energía en Uruguay.

En una primera evaluación, se observa que, en Argentina y Brasil, los consumidores de mayor edad parecen poseer un mayor conocimiento y comprensión de las etiquetas. No obstante, en Uruguay, la tendencia parece ser inversa.

La influencia de los vendedores es especialmente destacada en Argentina y Brasil, subrayando la importancia de su capacitación en temas de eficiencia energética.

Se destaca la conciencia positiva de los compradores sobre la relación entre la eficiencia energética y el menor consumo de energía.

Finalmente, también surge la promoción de la etiqueta de eficiencia energética a través de medios en línea como clave para aumentar la conciencia y comprensión en la región.