

CUIDADO DEL AGUA

Tracker de Marketing

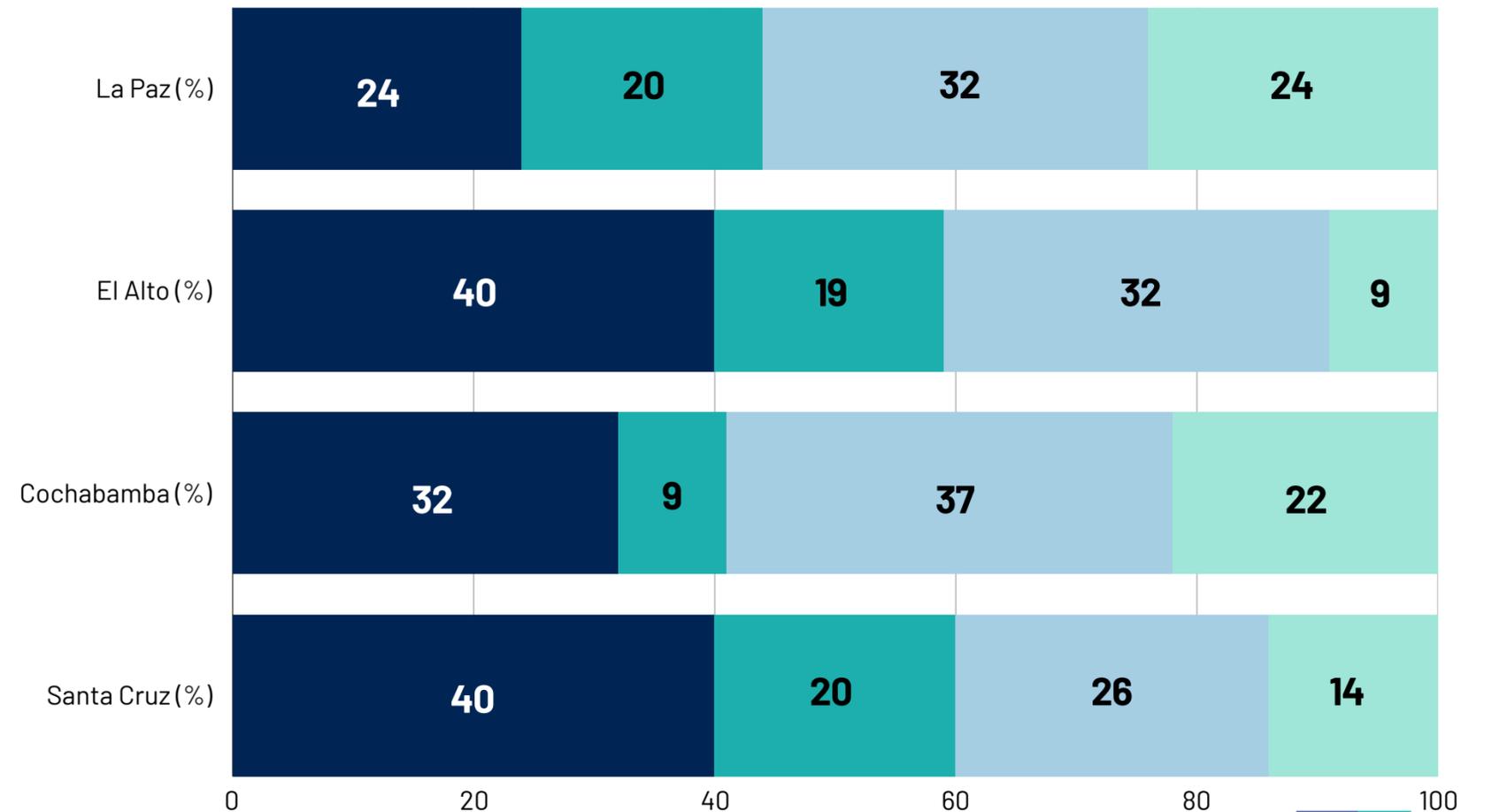
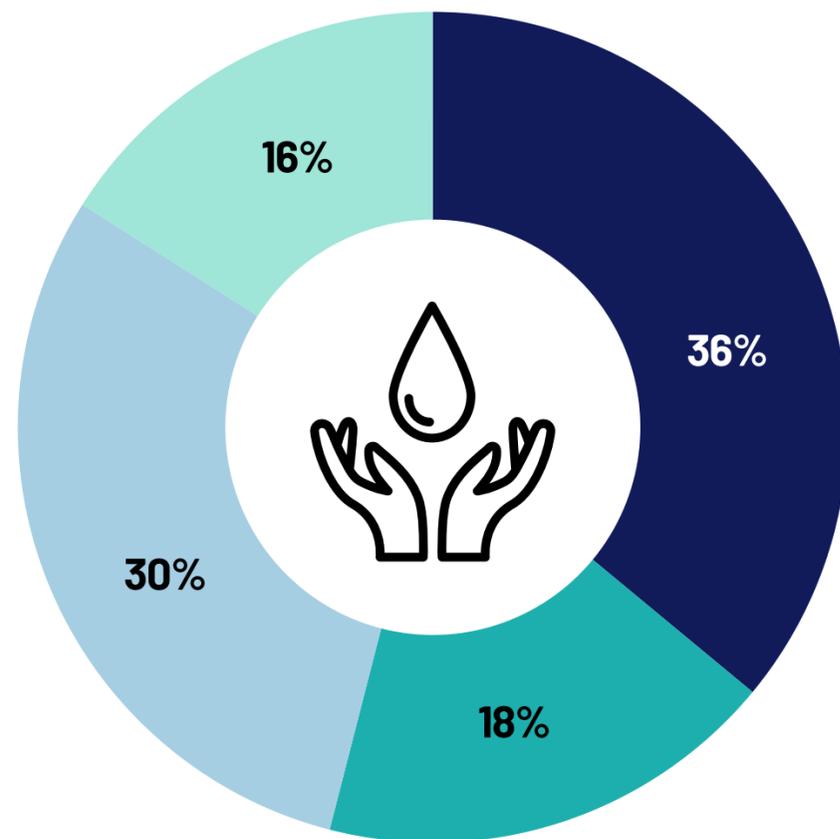
FEBRERO 2025



Tiempo de sensibilizar

A nivel general, las campañas de sensibilización y educación son consideradas la medida más efectiva. Este dato resalta la importancia de la concienciación pública para promover el cuidado del agua.

■ Campañas de sensibilización y educación ■ Incentivos económicos para el ahorro de agua ■ Restricciones y sanciones por el uso excesivo de agua ■ Inversión en infraestructura para mejorar la eficiencia hídrica

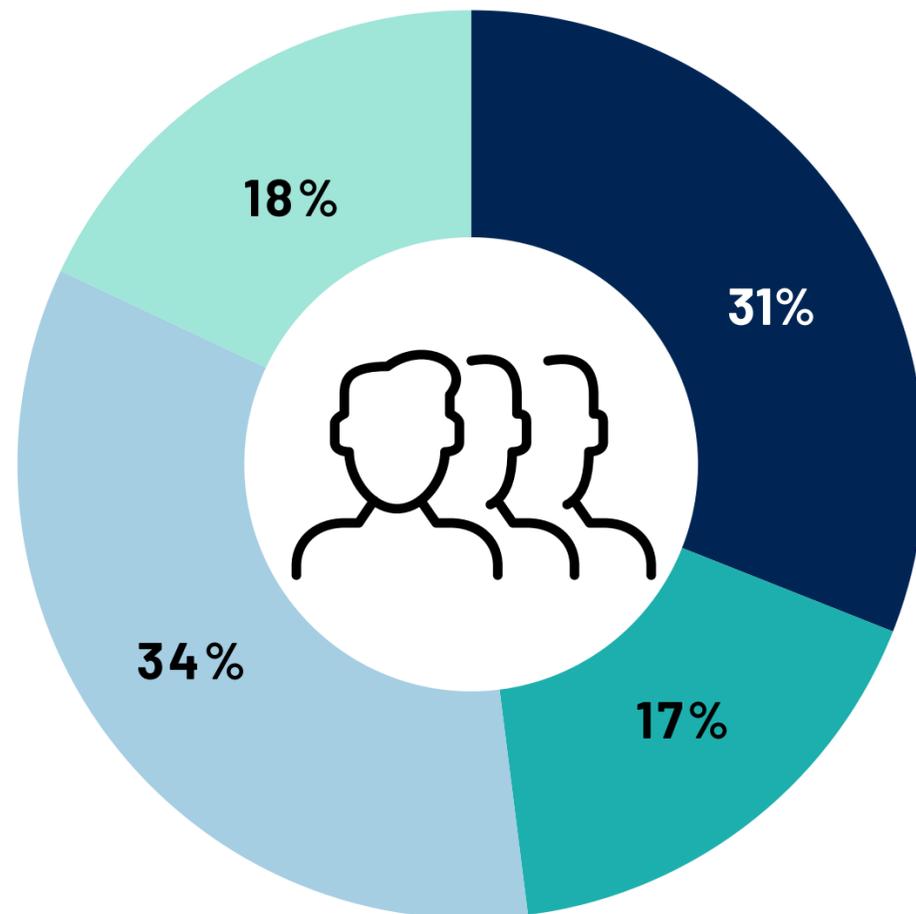


Base: 600 encuestas online y cara a cara realizadas en el eje central de Bolivia del 14 al 28 de febrero.

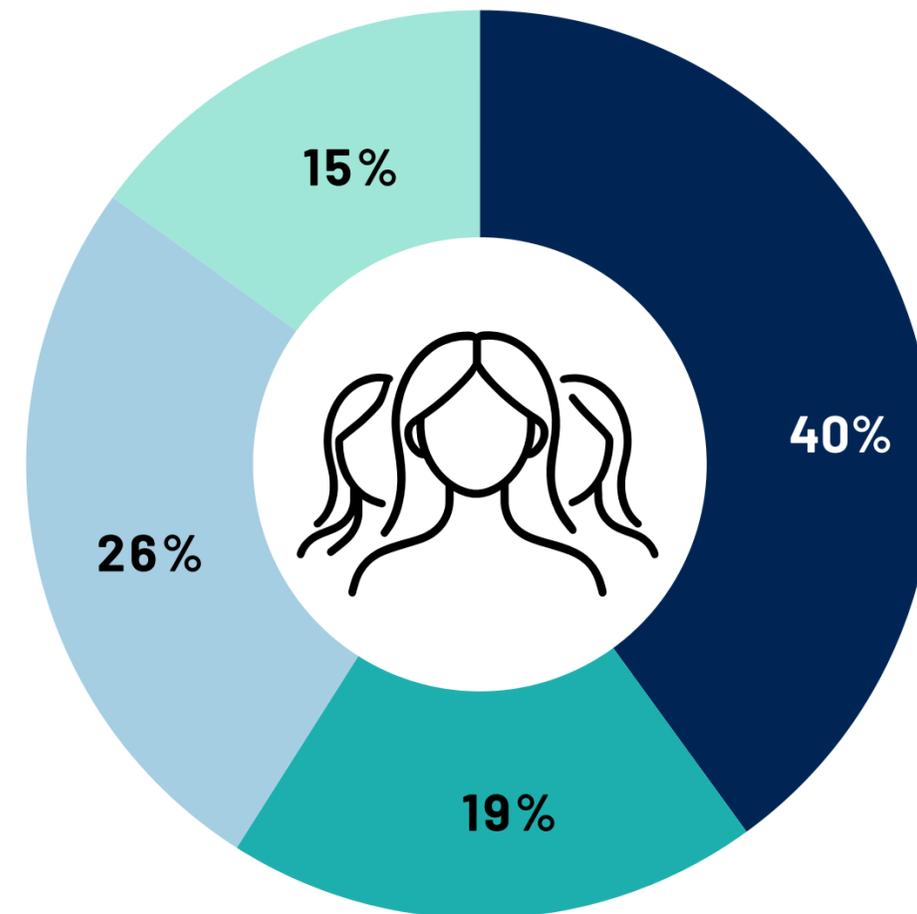
Ellas, ellos y el agua

Las mujeres tienden a valorar más las campañas de sensibilización y educación en comparación con los hombres. Ellos optan más por las restricciones y sanciones.

Hombres



Mujeres



■ Campañas de sensibilización y educación ■ Incentivos económicos para el ahorro de agua ■ Restricciones y sanciones por el uso excesivo de agua ■ Inversión en infraestructura para mejorar la eficiencia hídrica

Base: 600 encuestas online y cara a cara realizadas en el eje central de Bolivia del 14 al 28 de febrero.

© Ipsos CIESMORI | Cuidado del Agua | Marzo 2025 | Público

Para más información

Alejandra Candia

Chief Client Officer

alejandra.candia@ipsosciesmori.com

Patricia Sánchez

Marketing y Comunicación

patricia.sanchez@ipsosciesmori.com

0 visita:

www.ipsosciesmori.com