BARÓMETRO
ISOVER & PLACO®
SOBRE LOS HOGARES

Consulta la
VERSIÓN DIGITAL

del ***Barómetro ISOVER & Placo® sobre los hogares***
capturando este **CÓDIGO QR**.

Sigue la conversación en redes
del ***Barómetro ISOVER & Placo® sobre los hogares***
con el hastag

#BarometroHogares

PRÓLOGO

FILIPE RAMOS
Director General Saint-Gobain Placo e ISOVER

Como director general de dos compañías que ofrecen soluciones constructivas claves para crear los espacios que habitamos, considero que es fundamental tener presentes las necesidades y expectativas de los usuarios o "disfrutadores" (como hemos denominado en este informe) de los hogares.

El ***Barómetro ISOVER & Placo® sobre los hogares*** da respuesta a este compromiso que, como fabricantes, tenemos de escuchar y de estar cerca del mercado. Todas nuestras acciones, -relativas a fabricación, investigación & desarrollo, marketing y comercial, entre otras-, serán válidas en tanto den respuesta a las necesidades actuales de la sociedad en general.

En **Saint-Gobain Placo e ISOVER** desarrollamos y comercializamos sistemas constructivos para el acondicionamiento y construcción de edificios nuevos y en renovación. Estas soluciones contribuyen a optimizar la eficiencia energética de los edificios, superando las exigencias del Código Técnico de la Edificación (CTE), -especialmente en sus apartados de aislamiento térmico y acústico, seguridad en caso de incendio y protección contra el fuego-; todo ello minimizando el impacto medioambiental, e integrando la economía circular como pilar de nuestra estrategia.

Sabemos que el sector de la edificación, se convierte en un actor clave para alcanzar la neutralidad climática en 2050 y, que, por otro lado, es importante que las soluciones que presentemos ayuden a reducir el consumo de energía y mejorar la eficiencia energética de los espacios donde son instaladas. Pero, ¿estamos alineados con las expectativas de los usuarios? Este ***Barómetro ISOVER & Placo® sobre los hogares*** nos ofrece múltiples respuestas a temáticas relacionadas con la rehabilitación y reformas, con las pretensiones que tenemos en cuanto a nuestros hogares, con los posibles factores de mejora o cambio; pero también nos ha parecido interesante ahondar sobre conceptos o tendencias más innovadoras como, por ejemplo, casas eficientes energéticamente o construcción industrializada.

En **Saint-Gobain Placo e ISOVER**, como empresas integradas en Saint-Gobain, nos guiamos por el propósito del Grupo, "MAKING THE WORLD A BETTER HOME" dentro del que enmarcamos acciones como este ***Barómetro***. Te animo a que consultes todas estas respuestas en este documento o en *www.barometrohogares.es* y espero se convierta en un documento referente para todos los agentes comprometidos con crear espacios constructivos, que además sean saludables, eficientes y confortables.

ÍNDICE

00. Características metodológicas del estudio p006
Planteamiento **p008**
Metodología **p009**

01. Vivienda. Actualidad y percepción de la población p012
El marco de referencia actual **p014**
Características de la vivienda principal **p016**

02. El "disfrutador" de hogares 2021 p026
Satisfacción, expectativas e inquietudes sobre la vivienda actual **p028**
La toma de decisiones en el hogar y la personalización de la vivienda **p034**
El COVID-19 y la toma de decisiones para la reforma del hogar - cambio de vivienda **p037**

03. La reforma de la vivienda como protagonista p040
Influencia del confinamiento en la realización de reformas en la vivienda **p042**
Motivos desencadenantes de la reforma **p043**
Elementos a reformar **p048**
Asesoramiento para la puesta en marcha de la reforma **p053**

04. Eco Vivienda. La vivienda inmediata p058
Prioridades en la elección de la vivienda **p060**
Variación de las prioridades en la elección de la vivienda **p062**
Importancia del aislamiento acústico y térmico en la vivienda **p065**

05. Tendencias actuales en la vivienda p082
Tendencias constructivas: casa eficiente energéticamente **p084**
Vivienda industrializada (prefabricada) **p093**

06. Soluciones Pro-confort. ISOVER & Placo® p094
Tendencias y nuevas demandas de confort en el hogar **p096**

07. Conclusiones p118

00. CARACTERÍSTICAS METODOLÓGICAS DEL **ESTUDIO**

CARACTERÍSTICAS METODOLÓGICAS DEL ESTUDIO

1. PLANTEAMIENTO

Como se ha anticipado en el apartado anterior, este ***Barómetro ISOVER & Placo® sobre los hogares*** trata de dar respuesta a múltiples dudas que surgen respecto a la **situación de la vivienda principal** en España, y las **expectativas en el futuro inmediato** de los residentes en dichas viviendas.

Saint-Gobain ISOVER & Placo® han utilizado la herramienta habitual de los **estudios de mercado y opinión** como es el estudio en base a encuesta.

Un **estudio centrado en los individuos**, no en el parque de viviendas, ni de hogares, recogiendo las opiniones y valoraciones de los individuos integrantes de los hogares, lo que hemos denominado coloquialmente "disfrutadores" de estas viviendas. En definitiva, los decisores actuales o potenciales en lo que está relacionado a esta vivienda principal, es decir compra, alquiler, reformas, etc.

Acorde con lo anterior, **no recogemos información sobre segundas viviendas**, ni otras modalidades residenciales o habitacionales, por constituir un mercado distinto con un amplio abanico de necesidades y oportunidades no siempre coincidentes con las propias de la vivienda principal.

+18 años

Hemos focalizado la investigación en la **población mayor de 18 años**, es decir, individuos mayores de edad y por tanto, con capacidad de decisión. Así, se ha obtenido una amplia diversidad de públicos objetivo, y en consecuencia, de opiniones en escenarios muy distintos tanto en lo que se refiere a capacidad decisora, nivel de compromiso en la adquisición, mantenimiento, disfrute y expectativas respecto a dicha vivienda, acorde con la propia idiosincrasia de las personas.

Se han establecido una serie de variables de control para asegurar una muestra representativa de la población a nivel nacional. Variables tales como: sexo, edad y zona geográfica.

Paralelamente se han establecido ampliaciones de muestra para aquellas áreas más sensibles en cuanto a niveles de demanda, y para poder abordar el estudio con unas bases estadísticas consistentes en áreas de especial interés como son grandes ciudades, así como del ámbito rural (municipios de menos de 30.000 habitantes).

Complementariamente, para asegurar la comparabilidad y calidad de la información, los resultados han sido ponderados a nivel nacional.

2. METODOLOGÍA

2.1. Universo y target

El universo de estudio es la **población general**, mayores de edad (18 hasta 70 años) a nivel nacional.

2.2. Técnica

El estudio se ha realizado a partir de entrevistas **estructuradas en soporte informático** CAWI (Computer Assisted Web Interview) a partir del panel propio de KANTAR en el mercado español. El cuestionario se ha puesto a disposición de los entrevistados a través de PC, laptop, smartphone y tablet.

La recogida de la información se ha realizado mediante un cuestionario de corta duración, teniendo en cuenta el marco regulatorio asegurando la privacidad y cumplimiento de la ley de protección de datos personales (GDPR).

2.3. Muestra y trabajo de campo

Se ha llevado a cabo la selección de una **muestra representativa** de este universo apoyándonos en cuotas de: sexo, edad, y región a fin de garantizar la calidad de los resultados.

Siendo la muestra final del estudio de **1.004 entrevistas**.

Complementariamente se han fijado cuotas por tamaño de hábitat/región, para poder obtener una base estadística suficiente de **5 de las grandes ciudades (Madrid, Barcelona, Sevilla, Bilbao, y Valencia), y del entorno rural**.

La recogida de información se ha realizado entre los días **30 de octubre y 9 de noviembre de 2020**.

KANTAR ha sido la empresa encargada de la realización de los trabajos correspondientes a la recogida de información, tratamiento estadístico de los datos, y elaboración del informe de resultados principales.

Desde un punto de vista estadístico, y en un proceso de selección aleatorio, el margen de error para los resultados globales (es decir para una muestra total n=1.004 entrevistas) sería de ±3,10%, bajo el supuesto de máxima indeterminación (p=q=50%) y para un intervalo de confianza del 95,5% (K=2).

1.004
entrevistas

BARCELONA
BILBAO
MADRID
SEVILLA
VALENCIA

ENTORNO NO RURAL **ENTORNO RURAL**

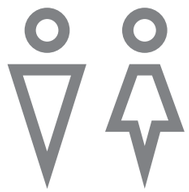
30 OCTUBRE → **9** NOVIEMBRE

2.4. Características sociodemográficas de la muestra

Seguidamente detallamos la frecuencia final obtenida de las variables sociodemográficas (género, grupo de edad y tamaño de hábitat/región de residencia), acorde con la composición de la población.

figura #001
GÉNERO

GÉNERO



49,4	50,6
TOTAL DE ENCUESTADOS	1.004

Datos porcentuales (%).

figura #002
GRUPOS DE EDAD

EDAD

18-29	19
30-44	33
45-59	32,1
60-70	15,9
Media	43,38
TOTAL DE ENCUESTADOS	1.004

Datos porcentuales (%).

figura #003
DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

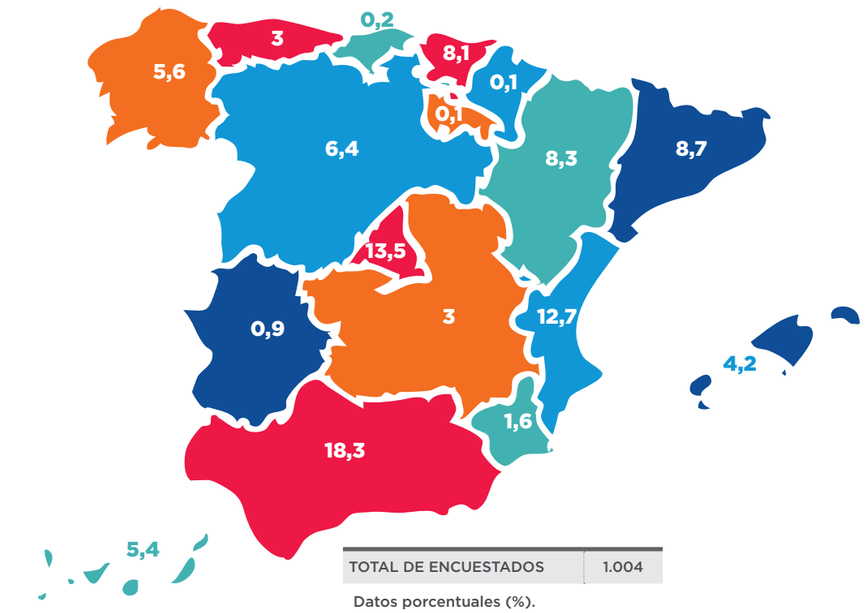
CIUDADES PRINCIPALES Y TAMAÑO DEL HÁBITAT

Madrid	12,6
Barcelona	7,5
Sevilla	11,4
Bilbao	7,5
Valencia	8,9
Rural (menos de 30.000 hab.)	12,9
Otras (más de 30.000 hab.)	39,2
TOTAL DE ENCUESTADOS	1.004

Datos porcentuales (%).

figura #004
REGIÓN DE RESIDENCIA

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA POR CCAA



TOTAL DE ENCUESTADOS	1.004

Datos porcentuales (%).

2.5. El carácter decisor de los miembros del hogar respecto de la vivienda

La capacidad de decisión del individuo o su participación en la toma de decisiones en el hogar respecto a aspectos relacionados con la vivienda principal es un factor fundamental para la calidad de los resultados de la investigación, dado que conlleva el tener una visión completa de la situación de la vivienda, y sobre todo de las acciones previstas o al menos de las acciones y opciones que se plantean dentro de la dinámica del hogar.

Por lo que planteamos en qué medida los individuos se consideran decisores directos o "influencers" en la decisión del hogar en los temas relacionados con la vivienda.

Nos encontramos con que **prácticamente la totalidad de los individuos se consideran decisores o co-decisores** en la toma de decisiones respecto de la vivienda.

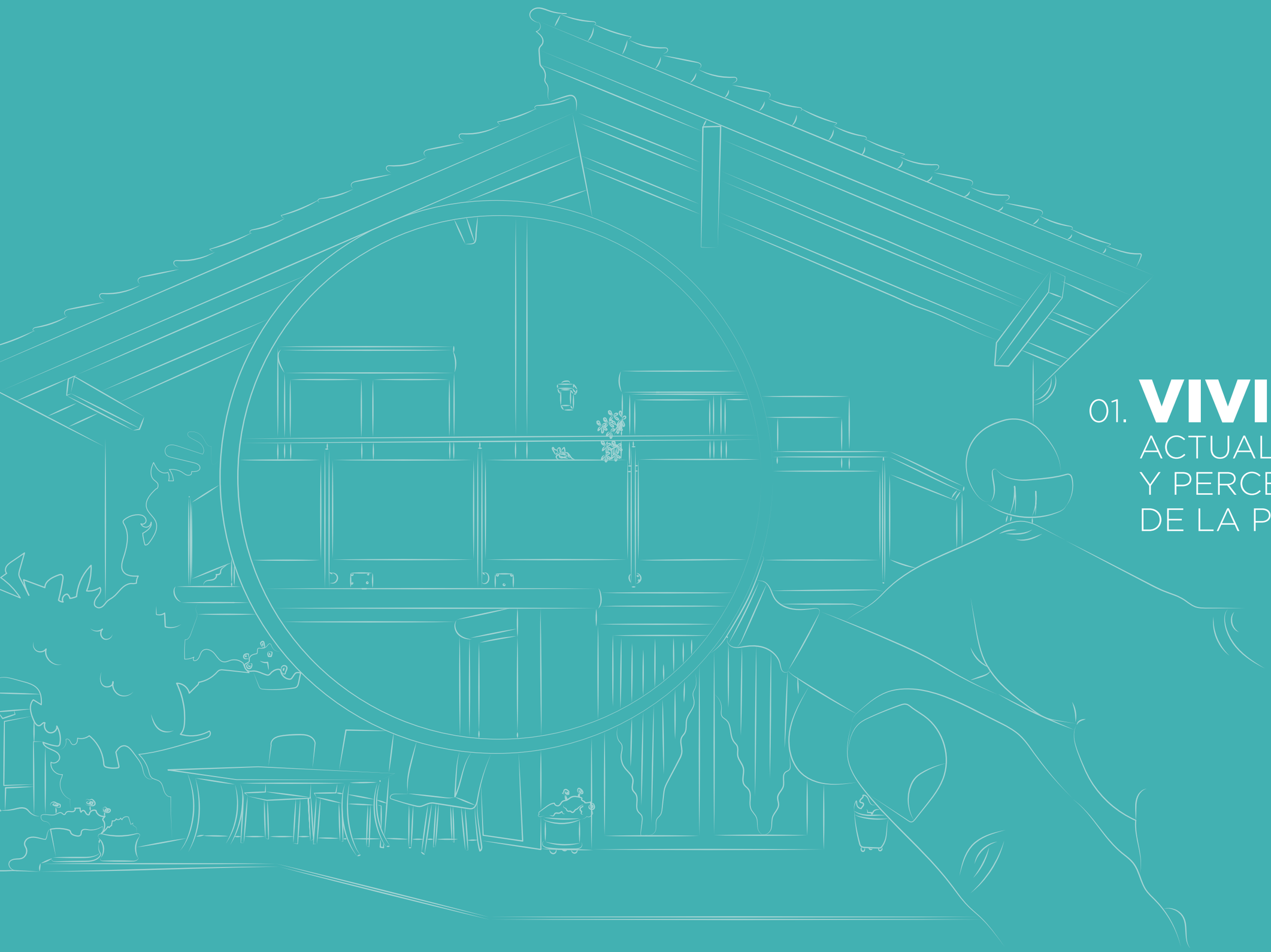
Tan solo el 2% de la muestra no se considera una persona influyente en la toma de decisiones respecto de la vivienda. Esta fracción de "no decisores" únicamente aumenta ligeramente entre las personas más jóvenes y entre aquellos que residen en el medio rural, situándose en ambos casos en el entorno del 5%.

figura #005
TOMA DE DECISIONES EN EL HOGAR

EDAD

Sí, decido, participo u opino	98
No, no decido, participo u opino	2
TOTAL DE ENCUESTADOS	1.004

Datos porcentuales (%).



01. VIVIENDA

ACTUALIDAD Y PERCEPCIÓN DE LA POBLACIÓN

EL MARCO DE REFERENCIA ACTUAL

Para comprender adecuadamente el marco de referencia actual de la vivienda somos conscientes de que se requiere una visión más holística o global, que tenga en cuenta los condicionantes económicos y sociales actuales, y el efecto que produce en la seguridad de los ciudadanos.

Desde esta perspectiva, el año 2020 y también el 2021 a priori vienen **condicionados por temas tales como el COVID-19, y sus consecuencias económicas,** así como **otros aspectos relacionados con el medioambiente y evolución tecnológica**, etc.

Es por ello que hemos determinado de una forma sencilla, a partir de una escala numérico-semántica el nivel de preocupación que estos fenómenos despiertan en los ciudadanos.

Unas pinceladas sobre en qué medida la población se encuentra preocupada por aspectos que, si bien no están directamente vinculados a la vivienda principal, son indicadores del nivel de confianza económica y optimismo social, condiciones que influyen en la toma de decisiones en todos los entornos y como no puede ser de otra forma también en la vivienda y todos los aspectos que giran a su alrededor.

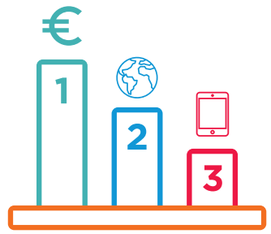
figura #006

NIVEL DE PREOCUPACIÓN SOCIAL VS **TEMAS ECONÓMICOS Y SOCIALES**

	MUY PREOCUPADO (5)	BASTANTE PREOCUPADO (4)	ALGO PREOCUPADO (3)	POCO PREOCUPADO (2)	NADA PREOCUPADO (1)	TOTAL MUY-BASTANTE PREOCUPADO (5-4)
La **situación económica** actual derivada del COVID-19	63,4	25,6	9,2	1,4	0,4	89
La **falta de oportunidades laborales** provocado por la crisis	53,6	33,1	11,4	1,6	0,4	86,7
La eficiencia energética, el uso responsable de los recursos escasos (agua), el uso de **energías** limpias y renovables	29,2	44,5	21,8	4	0,5	73,7
La **contaminación atmosférica**	30,9	42,4	22,4	3,6	0,7	73,3
El **reciclado**, la generación masiva de residuos y la gestión de ellos	30,5	41,7	22,9	4,1	0,8	72,2
La **contaminación** acústica o lumínica	19,2	33,5	35,4	10,7	1,3	52,7
Uso excesivo de las **tecnologías**/pantallas	16,5	34,6	33,8	13,1	2	51,1

Datos porcentuales (%).

Encontramos un ranking con tres niveles de preocupación claramente diferenciados:



1er nivel: Económico/laboral.
2º nivel: Energético-medioambiental.
3er nivel: Tecnológico.

Si bien se requieren lecturas complementarias en cada uno de ellos, la **situación económica actual derivada del COVID-19**, es el aspecto que más preocupación despierta en estos momentos, resultando "Muy preocupante" para aproximadamente 2 de cada 3 individuos del target, situación que alcanza el 89% si incluimos aquellas referencias a "Bastante" preocupados. Por lo que se trata de un tema de preocupación general.

2/3

LA SITUACIÓN ECONÓMICA ACTUAL DERIVADA DEL COVID-19, ES EL ASPECTO QUE MÁS PREOCUPA A 2 DE CADA 3 INDIVIDUOS.

En el mismo sentido y prácticamente con la misma intensidad, hay un sentimiento global de crisis, como lo evidencia el nivel de preocupación respondiendo a la **falta de oportunidades laborales** provocado por la crisis. Más de la mitad del target considerado se declara "Muy preocupado", y el 87% "Muy o Bastante preocupados" ante esta situación.

A pesar de ser menor el nivel de preocupación en las declaraciones de los otros aspectos planteados, es de resaltar la **sensibilidad y preocupación hacia algunos de los aspectos medioambientales**. Preocupa "Mucho o Bastante" a más del 70% de los individuos la **preservación de los recursos naturales, el uso de energías limpias o la contaminación atmosférica**.

+70%

LA PRESERVACIÓN DE LOS RECURSOS NATURALES, EL USO DE ENERGÍAS LIMPIAS O LA CONTAMINACIÓN ATMOSFÉRICA PREOCUPA A MÁS DEL 70% DE LOS ENCUESTADOS.

Por otra parte, el **reciclado y la gestión de los residuos** son también temas que preocupan en igual medida "Mucho o Bastante" al conjunto de la sociedad (72%).

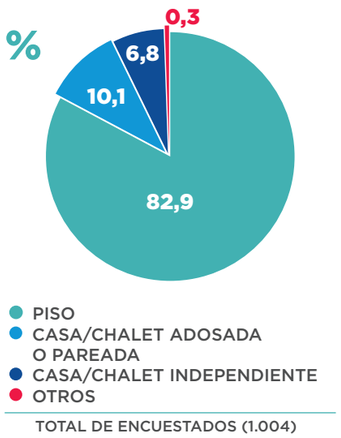
Menos intensidad de preocupación es la asociada a otros tipos de contaminación menos convencionales, como son la **contaminación acústica o lumínica**, o el **uso excesivo de las tecnologías y pantallas**, con niveles declarados de "Muy o Bastante preocupados", en niveles ligeramente superiores al 50%.

Generalizando, son todos ellos aspectos que describen las sensibilidades actuales de la población y que nos marcan directrices y líneas rojas a considerar como marco de posibles acciones y comunicaciones relacionadas con la vivienda y su entorno.

CARACTERÍSTICAS DE LA VIVIENDA PRINCIPAL

1. TIPOLOGÍA DE LA VIVIENDA

figura #007
TIPO DE VIVIENDA HABITUAL



Diferenciamos dos tipos fundamentales de vivienda principal según sus características constructivas, pisos y casas o chalets. Consideramos de manera diferente estas últimas, siguiendo la clasificación habitual del mercado, dependiendo de su disposición respecto de las viviendas colindantes, es decir, aquellos que comparten una o más paredes separadoras (casa-chalet adosado o pareado) de aquellos que tienen una estructura completamente independiente de sus vecinos (casa o chalet independiente).

Como se puede apreciar en el siguiente cuadro, el tipo de **vivienda principal más frecuente son los pisos** (más de 4 de cada 5 casos), si bien convive con un grupo cuyo hogar es tipo casa o chalet (17% del total de la muestra), esta última situación es más frecuente en el entorno rural donde obtenemos que supone el 47,7% de las viviendas principales.

figura #008
TIPO DE VIVIENDA HABITUAL VS **REGIÓN Y ENTORNO**

TIPO DE VIVIENDA	TOTAL	MADRID	BARCELONA	SEVILLA	BILBAO	VALENCIA	RURAL	NO RURAL
Piso	82,9	90,6	97,3	83,3	93,3	92,1	52,3	83,5
Casa/chalet adosada o pareada	10,1	7,9	1,3	11,4	4	5,6	24,6	9,4
Casa/chalet independiente	6,8	1,6	1,3	5,3	1,3	1,1	23,1	6,9
Otros	0,3	0	0	0	1,3	1,1	0	0,3
TOTAL DE ENCUESTADOS	1.004	127	75	114	75	89	130	394

Datos porcentuales (%).

2. TIPO DE HOGAR

Definimos el tipo de hogar considerando 6 patrones que reflejan la situación en cuanto a personas que residen en la misma vivienda principal, ya exista entre ellos una relación de parentesco o sea de mera convivencia.

Un **80% de los encuestados reside en pareja**, de las cuales un 60% tiene hijos.

Teniendo en cuenta la distribución geográfica, destaca Barcelona como la ciudad en la que se encuentra un mayor porcentaje de hogares con un sólo ocupante (13,3%) frente a ciudades como Sevilla o Madrid donde este porcentaje baja hasta un 7% y un 8,7%, respectivamente.

figura #009
TIPO DE HOGAR

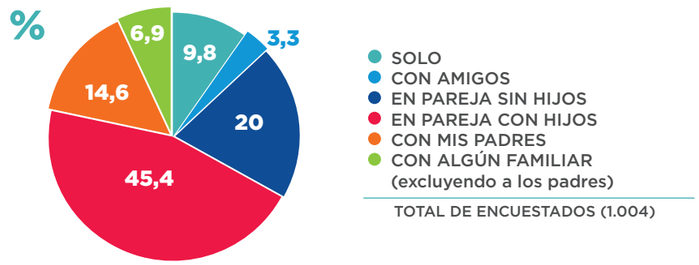


figura #010
TIPO DE HOGAR VS **REGIÓN Y ENTORNO**

TIPO DE VIVIENDA	TOTAL	MADRID	BARCELONA	SEVILLA	BILBAO	VALENCIA	RURAL	NO RURAL
Solo	9,8	8,7	13,3	7	12	10,1	9,2	9,9
Con amigos	3,3	4,7	6,7	2,6	0	2,2	3,1	3,3
En pareja sin hijos	20	19,7	18,7	21,9	18,7	16,9	19,2	21,1
En pareja con hijos	45,4	48	49,3	46,5	42,7	52,8	41,5	43,7
Con mis padres	14,6	14,2	5,3	16,7	21,3	7,9	16,9	15,5
Con algún familiar (excluyendo a los padres)	6,9	4,7	6,7	5,3	5,3	10,1	10	6,6
TOTAL DE ENCUESTADOS	1.004	127	75	114	75	89	130	394

Datos porcentuales (%).

figura #011
TIPO DE HOGAR VS **GRUPOS DE EDAD**

TIPO DE HOGAR	TOTAL	18-29 AÑOS	30-44 AÑOS	45-59 AÑOS	60-70 AÑOS
Solo	9,8	4,2	10	9,9	15,6
Con amigos	3,3	11	2,1	0,9	1,3
En pareja sin hijos	20	12,6	21,8	15,2	35
En pareja con hijos	45,4	16,2	53,5	59	36,3
Con mis padres	14,6	50,8	10	5	0,6
Con algún familiar (excluyendo a los padres)	6,9	5,2	2,7	9,9	11,3
TOTAL DE ENCUESTADOS	1.004	191	331	322	160

Datos porcentuales (%).

figura #012
TIPO DE HOGAR VS **TIPO DE VIVIENDA**

TIPO DE HOGAR	TOTAL	PISO	CHALET	OTROS
Solo	9,8	10,6	5,9	0
Con amigos	3,3	3,7	1,2	0
En pareja sin hijos	20	21	14,2	66,7
En pareja con hijos	45,4	43,6	54,4	33,3
Con mis padres	14,6	13,3	21,3	0
Con algún familiar (excluyendo a los padres)	6,9	7,7	3	0
TOTAL DE ENCUESTADOS	1.004	832	169	3*

Datos porcentuales (%). * No considerado.

Se ratifica la correspondencia entre tipos de hogar y vivienda, de forma que en las casas-chalets encontramos una mayor proporción de hogares con hijos (mayor número de miembros del hogar), así mismo la presencia de personas de 18 y más años en el hogar con sus padres es mayor en el caso de las casa-chalets (podríamos pensar que permanecen los hijos más tiempo).

3. RÉGIMEN DE LA VIVIENDA

En este apartado obtenemos cuál es la situación de la persona respecto de la vivienda principal, diferenciando si se trata un régimen de propiedad o alquiler.

Como era de prever la **relación de alquiler/propiedad está muy relacionada con la edad de la persona**, pero adicionalmente se observan distintas tendencias al considerar áreas geográficas y del tipo de vivienda.

Observamos una **mayor proporción de alquileres en el caso de los pisos**, mientras que en el caso de las casas es mayor la proporción de la posesión en propiedad, ya sea del individuo o de la familia.

figura #013
RÉGIMEN DE LA VIVIENDA

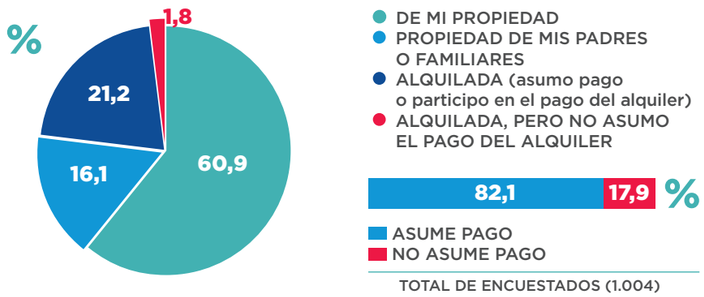


figura #014
RÉGIMEN DE LA VIVIENDA VS **REGIÓN Y ENTORNO**

RÉGIMEN DE LA VIVIENDA	TOTAL	MADRID	BARCELONA	SEVILLA	BILBAO	VALENCIA	RURAL	NO RURAL
De mi propiedad	60,9	58,3	64	67,5	66,7	66,3	59,2	57,4
Propiedad de mis padres o familiares	16,1	15,7	2,7	19,3	22,7	14,6	21,5	15,2
Alquilada (asumo o participo en el pago del alquiler)	21,2	23,6	29,3	11,4	10,7	16,9	19,2	25,4
Alquilada, pero no asumo el pago del alquiler	1,8	2,4	4	1,8	0	2,2	0	2
Asume pago	82,1	81,9	93,3	78,9	77,3	83,1	78,5	82,7
No asume pago	17,9	18,1	6,7	21,1	22,7	16,9	21,5	17,3
TOTAL DE ENCUESTADOS	1.004	127	75	114	75	89	130	394

Datos porcentuales (%).

Destaca **Bilbao** como la **ciudad donde los inmuebles están en régimen de propiedad** (89,4% de los encuestados) y **Barcelona donde el régimen de alquiler es mayor** (33,3%). Por su parte, la propiedad también es mucho más elevada en el entorno rural (80.4%) frente al régimen de alquiler (19.2%).

figura #015

RÉGIMEN DE LA VIVIENDA VS **GRUPOS DE EDAD**

RÉGIMEN DE LA VIVIENDA	TOTAL	18-29 AÑOS	30-44 AÑOS	45-59 AÑOS	60-70 AÑOS
De mi propiedad	60,9	20,9	61,9	74,2	79,4
Propiedad de mis padres o familiares	16,1	49,7	13	6,5	1,9
Alquilada (asumo o participo en el pago del alquiler)	21,2	27,2	22,7	18,9	15,6
Alquilada, pero no asumo el pago del alquiler	1,8	2,1	2,4	0,3	3,1
Asume pago	82,1	48,2	84,6	93,2	95
No asume pago	17,9	51,8	15,4	6,8	5
TOTAL DE ENCUESTADOS	1.004	191	331	322	160

Datos porcentuales (%).

figura #016

RÉGIMEN DE LA VIVIENDA VS **TIPO DE VIVIENDA**

RÉGIMEN DE LA VIVIENDA	TOTAL	PISO	CHALET	OTROS
De mi propiedad	60,9	59,6	66,9	66,7
Propiedad de mis padres o familiares	16,1	14,2	26	0
Alquilada (asumo o participo en el pago del alquiler)	21,2	24	7,1	33,3
Alquilada, pero no asumo el pago del alquiler	1,8	2,2	0	0
Asume pago	82,1	83,7	74	100
No asume pago	17,9	16,3	26	0
TOTAL DE ENCUESTADOS	1.004	832	169	3*

Datos porcentuales (%). * No considerado.

4. TIEMPO DE RESIDENCIA EN LA VIVIENDA ACTUAL

Considerando la foto del conjunto, el tiempo que llevan en su actual vivienda puede servir como termómetro de la dinámica del mercado de la vivienda principal en el último año.

Dentro de este mercado distinguimos segmentos de temporalidad que nos vienen a indicar la velocidad de renovación (viviendas/ unidad de tiempo), independientemente de si se trata de un alquiler o compra.

La información correspondiente al periodo de los últimos 1 o 2 años, y que refleja la actividad reciente, debería poder servirnos de aproximación a la actividad esperable en condiciones similares en cuanto a dinámicas de compra-alquiler de vivienda principal en el futuro inmediato, si bien hay que tener en cuenta el efecto COVID-19 como principal elemento distorsionador de esta regla.

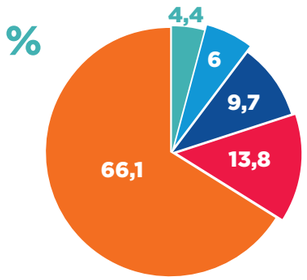
Si tomamos como referencia la información obtenida para evaluar la rotación residencial, encontramos que **2 de cada 3 individuos reside en el mismo hogar desde hace más de 5 años**.

En el polo opuesto, 1 de cada 10 (10,4%), hace 1 año o menos que reside en su vivienda actual, y el 20% un periodo igual o inferior a 2 años.

Esta rotación se evidencia sensiblemente inferior en Bilbao ya que un 1,3% manifiesta llevar viviendo un año o menos en su actual vivienda; y sin embargo, en Madrid este dato sube hasta el 11,8%.

figura #017

TIEMPO RESIDE EN VIVIENDA HABITUAL



- MENOS DE 6 MESES
- ENTRE 6 MESES Y 1 AÑO
- ENTRE 1 Y 2 AÑOS
- ENTRE 2 Y 5 AÑOS
- MÁS DE 5 AÑOS

- MENOS DE UN 1 AÑO
- MÁS DE UN AÑO

TOTAL DE ENCUESTADOS (1.004)

figura #018

TIEMPO RESIDE EN VIVIENDA ACTUAL VS **REGIÓN Y ENTORNO**

TIEMPO RESIDE EN VIVIENDA ACTUAL	TOTAL	MADRID	BARCELONA	SEVILLA	BILBAO	VALENCIA	RURAL	NO RURAL
Menos de 6 meses	4,4	3,9	4	0,9	0	1,1	2,3	7,9
Entre 6 meses y 1 año	6	7,9	8	5,3	1,3	7,9	6,9	5,3
Entre 1 y 2 años	9,7	14,2	6,7	8,8	6,7	15,7	13,1	7,1
Entre 2 y 5 años	13,8	13,4	17,3	16,7	10,7	7,9	10,8	15,5
Más de 5 años	66,1	60,6	64	68,4	81,3	67,4	66,9	64,2
Menos de 1 año	10,4	11,8	12	6,1	1,3	9	9,2	13,2
Más de 1 año	89,6	88,2	88	93,9	98,7	91	90,8	86,8
TOTAL DE ENCUESTADOS	1.004	127	75	114	75	89	130	394

Datos porcentuales (%).

Por edades, es el grupo de edad más joven el que presenta un mayor dinamismo, duplicando la frecuencia de rotación del conjunto de los individuos que llevan hasta un año.

Por el contrario, únicamente un porcentaje muy reducido de los mayores de 60 años se encuentra en esta situación, es decir el 90% lleva más de 5 años en la vivienda actual.

figura #019

TIEMPO RESIDE EN VIVIENDA ACTUAL VS **GRUPOS DE EDAD**

TIEMPO RESIDE EN VIVIENDA ACTUAL	TOTAL	18-29 AÑOS	30-44 AÑOS	45-59 AÑOS	60-70 AÑOS
Menos de 6 meses	4,4	10,5	3,3	3,7	0,6
Entre 6 meses y 1 año	6	10,5	6,3	4,7	2,5
Entre 1 y 2 años	9,7	14,1	13	6,8	3,1
Entre 2 y 5 años	13,8	17,3	21,8	8,4	4,4
Más de 5 años	66,1	47,6	55,6	76,4	89,4
Menos de 1 año	10,4	20,9	9,7	8,4	3,1
Más de 1 año	89,6	79,1	90,3	91,6	96,9
TOTAL DE ENCUESTADOS	1.004	191	331	322	160

Datos porcentuales (%).

El tipo de vivienda es un factor directamente asociable con esta movilidad, siendo muy inferior la proporción de individuos que residen en casa-chalet, que se hayan "movido" en el último año.

figura #020

TIEMPO RESIDE EN VIVIENDA ACTUAL VS **TIPO DE VIVIENDA**

TIEMPO RESIDE EN VIVIENDA ACTUAL	TOTAL	PISO	CHALET	OTROS
Menos de 6 meses	4,4	5,2	0,6	0
Entre 6 meses y 1 año	6	6,4	4,1	0
Entre 1 y 2 años	9,7	9,1	12,4	0
Entre 2 y 5 años	13,8	13,8	14,2	0
Más de 5 años	66,1	65,5	68,6	100
Menos de 1 año	10,4	11,5	4,7	0
Más de 1 año	89,6	88,5	95,3	100
TOTAL DE ENCUESTADOS	1.004	832	169	3*

Datos porcentuales (%). * No considerado.

Todas estas características detalladas son causas y efectos entrelazados, que deben ayudar a comprender la dinámica actual del mercado español de la vivienda principal.

5. AÑO DE CONSTRUCCIÓN VIVIENDA ACTUAL

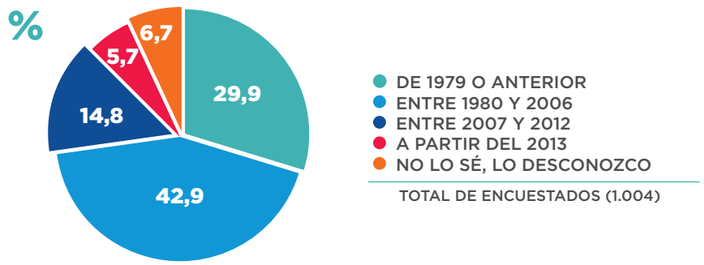
El **año de construcción** de la vivienda determina la necesidad de **realizar labores de mantenimiento, modernización o rehabilitación de la misma**.

A continuación se ha valorado el año de construcción de la vivienda basándonos en los años en los que se han producido cambios normativos que afectan a los requisitos constructivos de la edificación.

En función de estas agrupaciones se ha segmentado el parque edificatorio en viviendas anteriores a 1979 (viviendas con más de 40 años), del 1980 al 2006 (viviendas con una antigüedad entre 16 y 40 años), del 2007 al 2012 (entre 8 y 15 años de antigüedad), y aquellas que son de construcción reciente, es decir posteriores 2013 (antigüedad inferior a 8 años).

figura #021

AÑO DE CONSTRUCCIÓN DE LA VIVIENDA



Obtenemos la respuesta de un parque de viviendas equilibrado en cuanto a su antigüedad, siendo la mayor proporción de respuestas (43%) correspondiente a **viviendas de entre 16 y 40 años**, y un 30% de viviendas con una antigüedad superior a los 40 años (el 72% de estas tiene una antigüedad igual o superior a los 16 años).

Bilbao es el parque de viviendas más antiguas del conjunto, con un porcentaje del 60% de viviendas con una antigüedad superior a los 40 años, seguido de Barcelona con el 49% de viviendas en este mismo grupo de edad.

60%

BILBAO CUENTA CON EL PARQUE DE VIVIENDAS MÁS ANTIGUAS DEL CONJUNTO, DONDE UN 60% TIENE UNA ANTIGÜEDAD SUPERIOR A LOS 40 AÑOS.

En el polo opuesto, es en el entorno rural en el que obtenemos una mayor proporción de viviendas más recientes, posteriores a 2007 (30%).

figura #022

AÑO DE CONSTRUCCIÓN VIVIENDA VS REGIÓN Y ENTORNO

AÑO DE CONSTRUCCIÓN VIVIENDA ACTUAL	TOTAL	MADRID	BARCELONA	SEVILLA	BILBAO	VALENCIA	RURAL	NO RURAL
De 1979 o anterior	29,9	38,6	49,3	24,6	60	29,2	18,5	23,1
Entre 1980 y 2006	42,9	33,9	25,3	49,1	24	46,1	46,9	49
Entre 2007 y 2012	14,8	16,5	8	14	6,7	12,4	23,8	15
A partir del 2013	5,7	7,1	6,7	6,1	2,7	4,5	6,2	5,6
No lo sé, lo desconozco	6,7	3,9	10,7	6,1	6,7	7,9	4,6	7,4
TOTAL DE ENCUESTADOS	1.004	127	75	114	75	89	130	394

Datos porcentuales (%).

Encontramos una correspondencia razonable entre la edad de la vivienda y de sus propietarios /inquilinos, de forma que el 46% de las personas de 60 y más años residen en viviendas con más de 40 años de antiguedad.

figura #023

AÑO DE CONSTRUCCIÓN VIVIENDA VS GRUPOS DE EDAD

AÑO DE CONSTRUCCIÓN VIVIENDA ACTUAL	TOTAL	18-29 AÑOS	30-44 AÑOS	45-59 AÑOS	60-70 AÑOS
De 1979 o anterior	29,9	16,8	23,6	36	46,3
Entre 1980 y 2006	42,9	52,4	37,5	43,8	41,3
Entre 2007 y 2012	14,8	13,6	23,9	10,6	6,3
A partir del 2013	5,7	4,2	10	4,3	1,3
No lo sé, lo desconozco	6,7	13,1	5,1	5,3	5
TOTAL DE ENCUESTADOS	1.004	191	331	322	160

Datos porcentuales (%).

Por orden de antigüedad predomina la proporción de los pisos respecto de las viviendas unifamiliares entre las viviendas más antiguas, si bien se refleja el peso de este tipo de construcción especialmente en el periodo 2007-2012.

figura #024

AÑO DE CONSTRUCCIÓN VIVIENDA VS TIPO DE VIVIENDA

AÑO DE CONSTRUCCIÓN VIVIENDA ACTUAL	TOTAL	PISO	CHALET	OTROS
De 1979 o anterior	29,9	32,3	17,8	33,3
Entre 1980 y 2006	42,9	42,1	47,9	0
Entre 2007 y 2012	14,8	13,7	20,1	33,3
A partir del 2013	5,7	4,7	10,7	0
No lo sé, lo desconozco	6,7	7,2	3,6	33,3
TOTAL DE ENCUESTADOS	1.004	832	169	3*

Datos porcentuales (%). * No considerado.

El cuadro siguiente nos evidencia que hay movimiento, sea de compra-venta, o alquiler, en el conjunto de las viviendas independientemente del año de construcción, y en concordancia con la diversidad del mercado de base.

7%

CASI EL 7% DE LA POBLACION DESCONOCE EL AÑO DE CONSTRUCCION DE SU VIVIENDA.

figura #025

AÑO DE CONSTRUCCIÓN VIVIENDA VS TIEMPO DE RESIDENCIA

AÑO DE CONSTRUCCIÓN VIVIENDA ACTUAL	TOTAL	MENOS DE 1 AÑO	MÁS DE 1 AÑO
De 1979 o anterior	29,9	23,1	30,7
Entre 1980 y 2006	42,9	38,5	43,4
Entre 2007 y 2012	14,8	17,3	14,6
A partir del 2013	5,7	5,8	5,7
No lo sé, lo desconozco	6,7	15,4	5,7
TOTAL DE ENCUESTADOS	1.004	104	900

Datos porcentuales (%).

Por otro lado, casi el 7% de la población de la encuesta desconoce el año de construcción de su vivienda, bajando este porcentaje al 3,9% en el caso de Madrid y ascendiendo a más del 10% en la ciudad de Barcelona.

BARÓMETRO ISOVER & PLACO® SOBRE LOS HOGARES

02. EL "DISFRUTADOR" DE HOGARES 2021

SATISFACCIÓN, EXPECTATIVAS E INQUIETUDES SOBRE LA VIVIENDA ACTUAL

1. SATISFACCIÓN CON LA VIVIENDA ACTUAL

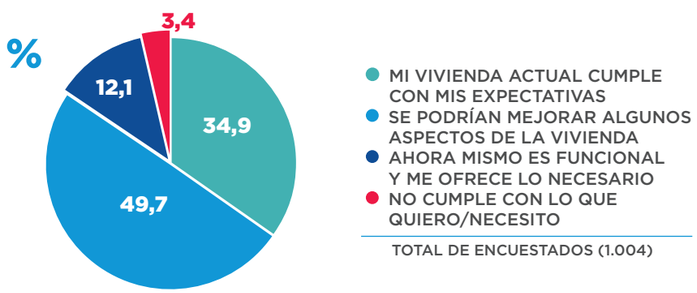
1/3

SOLO 1 DE CADA 3 PERSONAS SE SIENTE SATISFECHA CON SU VIVIENDA ACTUAL.

En el ***Barómetro ISOVER & Placo® sobre los hogares*** abordamos la valoración de la vivienda actual y la satisfacción respecto de la misma desde un punto de vista pragmático, determinando en qué medida **esta vivienda responde a las expectativas del individuo** o si por el contrario no responde en absoluto a las mismas o si siente la necesidad de mejorarla.

Por tanto, se muestran posiciones intermedias en las que las personas consideran que la vivienda es mejorable o requiere mejoras. Posteriormente vamos a indagar en estos casos sobre las mejoras propuestas por los usuarios para adecuar la vivienda actual a sus expectativas.

figura #026
GRADO DE SATISFACCIÓN VIVIENDA ACTUAL



Desde un punto de vista operativo son estas situaciones de insatisfacción relativa, es decir, personas dispuestas a mantenerse en la vivienda pero interesadas en la realización de cambios para favorecer su nivel de satisfacción, y donde las soluciones ofrecidas por ISOVER & Placo® contribuyen a mejorar las expectativas e inquietudes sobre sus hogares.

En el ***Barómetro ISOVER & Placo® sobre los hogares*** observamos que aproximadamente **1 de cada 3 personas se siente satisfecha con su vivienda actual** y no considera necesaria acción alguna. En el polo opuesto, únicamente el 3,4% se considera muy insatisfecho ("No cumple con lo que quiero/necesito").

Entre ambos extremos nos encontramos con una gran mayoría de individuos (61,8%) en una situación intermedia en la que se denota la predisposición a ejecutar ciertas reformas en las viviendas con el objetivo de crear espacios que cumplan las necesidades de cada individuo o unidad familiar. A nivel general encontramos que **1 de cada 2 individuos apunta directamente a la posibilidad de realizar mejoras** como la principal opción.

50%

EL 50% DE LA POBLACIÓN CONSIDERA QUE ALGUNOS ASPECTOS DE SU VIVIENDA SON MEJORABLES.

figura #027
GRADO DE SATISFACCIÓN VIVIENDA ACTUAL VS **REGIÓN Y ENTORNO**

SATISFACCIÓN CON VIVIENDA ACTUAL	TOTAL	MADRID	BARCELONA	SEVILLA	BILBAO	VALENCIA	RURAL	NO RURAL
Mi vivienda actual cumple con mis expectativas	34,9	36,2	30,7	39,5	33,3	33,7	40,8	32,5
Se podrían mejorar algunos aspectos de la vivienda	49,7	49,6	52	50,9	49,3	52,8	43,8	50,3
Ahora mismo es funcional y me ofrece lo necesario	12,1	7,9	13,3	7,9	16	11,2	13,1	13,5
No cumple con lo que quiero/necesito	3,4	6,3	4	1,8	1,3	2,2	2,3	3,8
TOTAL DE ENCUESTADOS	1.004	127	75	114	75	89	130	394

Datos porcentuales (%).

Si analizamos esta satisfacción por ciudades, observamos que **los sevillanos son los ciudadanos más satisfechos con su vivienda** (39,5%) y sin embargo, **los barceloneses son los que muestran un grado de satisfacción menor**, con una diferencia de casi 9 puntos. Si comparamos esta pregunta con residentes en áreas urbanas y rurales, la satisfacción es mayor en este último ámbito con 8 puntos por encima respecto a los residentes en zonas urbanas (32,5%), que además manifiestan en mayor medida que consideran que hay aspectos mejorables en sus hogares.

Por grupos de edad, observamos que son más coincidentes las opiniones de los polos opuestos, es decir, son los más jóvenes (41,9%) y los más mayores (44,4%) los que muestran una actitud más positiva hacia su vivienda actual, mientras que son los **grupos de edades intermedias los que se muestran más proactivos y con una mayor predisposición a la realización de cambios en la vivienda**, como reformas o mejoras, sobre todo la población entre 45 y 59 años que manifiesta una mayor inquietud de intervenir en sus hogares para conseguir su vivienda ideal.

figura #028

GRADO DE SATISFACCIÓN VIVIENDA ACTUAL VS **GRUPOS DE EDAD**

SATISFACCIÓN CON VIVIENDA ACTUAL	TOTAL	18-29 AÑOS	30-44 AÑOS	45-59 AÑOS	60-70 AÑOS
Mi vivienda actual cumple con mis expectativas	34,9	41,9	32	28,9	44,4
Se podrían mejorar algunos aspectos de la vivienda	49,7	43,5	51,4	55	43,1
Ahora mismo es funcional y me ofrece lo necesario	12,1	12	12,7	11,8	11,3
No cumple con lo que quiero/necesito	3,4	2,6	3,9	4,3	1,3
TOTAL DE ENCUESTADOS	1.004	191	331	322	160

Datos porcentuales (%).

LAS PERSONAS ENTRE 45 Y 59 AÑOS, SE SIENTEN MÁS INSATISFECHAS CON SU VIVIENDA ACTUAL.

Por tipo de inmueble, se observa que la mayor proporción de satisfechos (sienten que responde a sus expectativas) son los que residen en casas unifamiliares o chalets, con un 45% respecto de los que habitan en piso, cuyo porcentaje de satisfacción baja hasta casi el 33%.

Al identificar aquellos que asumen una responsabilidad más directa de la vivienda y sus pagos (bien por ser propietario/a o por tratarse de una vivienda en alquiler pero en la que la persona asume totalmente o comparte los pagos) frente a los que no (bien por ser la propiedad de la vivienda de sus padres u otro familiar o de alquiler pero sin asumir personalmente el pago de este alquiler), estos primeros se muestran más favorables a las mejoras, mientras los que "no asumen pagos" muestran una actitud menos proactiva y admiten en mayor proporción como buena la solución temporal actual ("Ahora mismo es funcional..."). Es decir, son **los económicamente habituados a "asumir los pagos" los que se muestran más favorables al cambio** dotando de mayor consistencia esta intención de mejora de la vivienda.

figura #029

GRADO DE SATISFACCIÓN VIVIENDA ACTUAL VS **RÉGIMEN DE POSESIÓN DE LA VIVIENDA**

SATISFACCIÓN CON VIVIENDA ACTUAL	TOTAL	ASUME PAGO	NO ASUME PAGO
Mi vivienda actual cumple con mis expectativas	34,9	34,2	37,8
Se podrían mejorar algunos aspectos de la vivienda	49,7	51,3	42,2
Ahora mismo es funcional y me ofrece lo necesario	12,1	10,7	18,3
No cumple con lo que quiero/necesito	3,4	3,8	1,7
TOTAL DE ENCUESTADOS	1.004	824	180

Datos porcentuales (%).

A priori entendemos que el periodo de residencia en su vivienda actual es también una variable de interés para entender el proceso de maduración y ratificación de la necesidad de realizar reformas en el hogar.

Se pone de manifiesto que son las **personas que llevan menos tiempo residiendo en su vivienda actual** (hace menos de un año), los que muestran una tendencia más favorable a considerar que **su vivienda cumple con sus expectativas** (39,4%). A pesar de lo cual un grupo importante de estos (43,3%) **ya se plantea posibles acciones de mejora**.

Dentro de este mismo grupo (tiempo de residencia en la vivienda actual inferior a 1 año), el 15,4% se muestra moderadamente satisfecho (considera la vivienda "Funcional"), si bien la lectura entrelineas parece apuntar una insatisfacción latente, lo que podría indicar que este subgrupo de personas sean proclives a realizar posibles acciones de mejora en sus hogares.

figura #030

GRADO DE SATISFACCIÓN VIVIENDA ACTUAL VS **TIEMPO DE RESIDENCIA**

SATISFACCIÓN CON VIVIENDA ACTUAL	TOTAL	MENOS DE 1 AÑO	MÁS DE 1 AÑO
Mi vivienda actual cumple con mis expectativas	34,9	39,4	34,3
Se podrían mejorar algunos aspectos de la vivienda	49,7	43,3	50,4
Ahora mismo es funcional y me ofrece lo necesario	12,1	15,4	11,7
No cumple con lo que quiero/necesito	3,4	1,9	3,6
TOTAL DE ENCUESTADOS	1.004	104	900

Datos porcentuales (%).

El bienestar en el hogar es una inquietud y una necesidad que se da por igual en hombres que en mujeres.

figura #031

GRADO DE SATISFACCIÓN VIVIENDA ACTUAL VS **GÉNERO**

SATISFACCIÓN CON VIVIENDA ACTUAL	TOTAL	HOMBRE	MUJER
Mi vivienda actual cumple con mis expectativas	34,9	36,3	33,5
Se podrían mejorar algunos aspectos de la vivienda	49,7	48,6	50,8
Ahora mismo es funcional y me ofrece lo necesario	12,1	11,5	12,6
No cumple con lo que quiero/necesito	3,4	3,6	3,1
TOTAL DE ENCUESTADOS	1.004	496	508

Datos porcentuales (%).

2. SOLUCIONES PARA ALCANZAR LA VIVIENDA DESEADA: REFORMAS O CAMBIO DE VIVIENDA

69,2%

UN 69.2% HA MEJORADO O TIENE PENSADO MEJORAR O CAMBIAR DE VIVIENDA A CORTO PLAZO.

Por lo analizado en el apartado anterior, podemos afirmar que la vivienda de los españoles todavía tiene un **margen de mejora para convertirse en sus espacios deseados y poder llegar a ser "disfrutadores" de sus viviendas**.

Seguidamente entraremos en el detalle de las soluciones ya adoptadas o potenciales, diferenciando tres grupos de comportamiento en la respuesta:

- los hogares que no se plantean realizar ningún tipo de acción,
- los que son proclives a realizar reformas como respuesta a sus necesidades y expectativas en el hogar actual,
- los más drásticos y en los que la respuesta es el cambio de vivienda.

Las respuestas obtenidas en este bloque ponen de manifiesto la importancia de **modificar o adaptar nuestros hogares a nuestras necesidades y deseos**, ya que un 33% de la población destaca la intención de hacer reformas en un corto/medio plazo y, por otro lado, hay algunas personas que se plantean directamente el cambio de vivienda en el próximo año (6,6%) o en un futuro no concreto (7,9%), representando un 14,5% del total.

A esta fracción de la muestra con intención de hacer reformas y de cambiar de residencia, hay que sumarle un 21,7% de aquellos que afirman haber realizado reformas recientemente (en el pasado corto o medio plazo); por lo que un **69,2% de la población española ha intervenido o va a intervenir en un plazo corto de tiempo en mejorar y adaptar la vivienda a sus necesidades**.

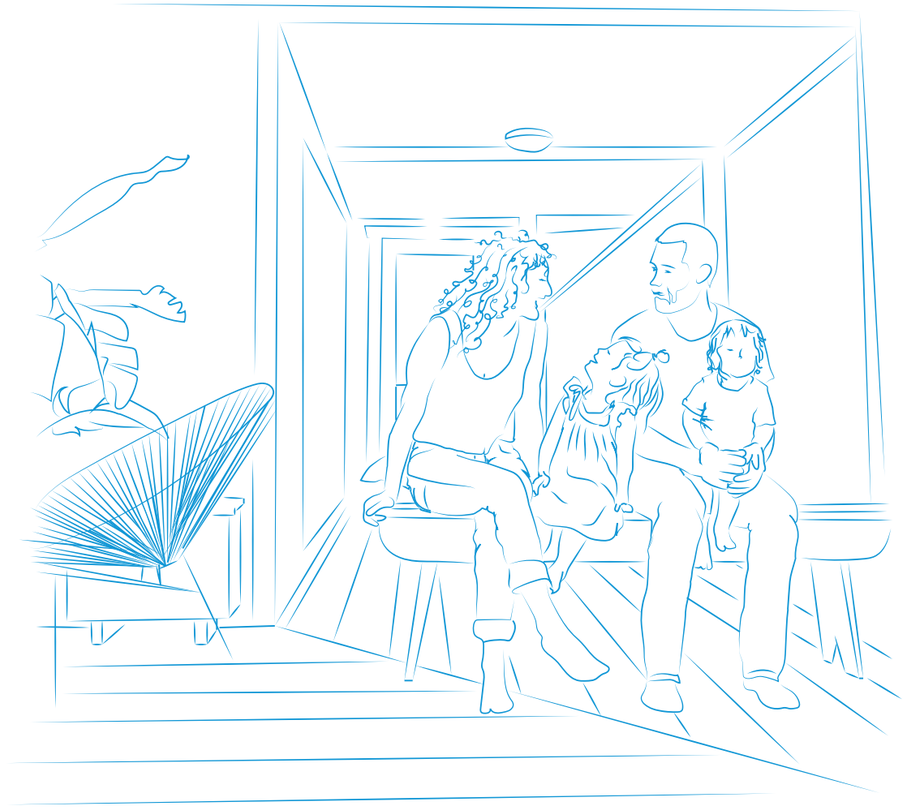
Estos datos nos ofrecen una foto actual de cómo, cada vez más, los usuarios de los hogares tienen mayor capacidad de actuación sobre los elementos constructivos de sus viviendas y se preocupan por **actualizar y adecuar los espacios donde viven a sus necesidades presentes**.

figura #032

GRADO DE SATISFACCIÓN VIVIENDA ACTUAL VS REFORMAS / CAMBIOS

SATISFACCIÓN CON VIVIENDA ACTUAL		TOTAL ACUMULADO	TOTAL
Hemos reformado la vivienda en los últimos 6 meses	Reforma reciente	21,7	8,6
Hemos reformado la vivienda en los últimos 6-12 meses			13,1
Tenemos intención de reformar la vivienda en los próximos 12 meses	Intención de reforma futura	33,4	19,7
Tenemos intención de reformar la vivienda dentro de más de 1 año			13,7
Tenemos intención de cambiarnos de casa en los próximos 12 meses	Intención de cambio de vivienda	14,5	6,6
Tenemos intención de cambiarnos de casa dentro de más de 1 año			7,9
No nos planteamos hacer una reforma o cambiar de casa	Sin cambios ni reformas	30,4	30,4
TOTAL DE ENCUESTADOS			1.004

Datos porcentuales (%).



LA TOMA DE DECISIONES EN EL HOGAR Y LA PERSONALIZACIÓN DE LA VIVIENDA

77%

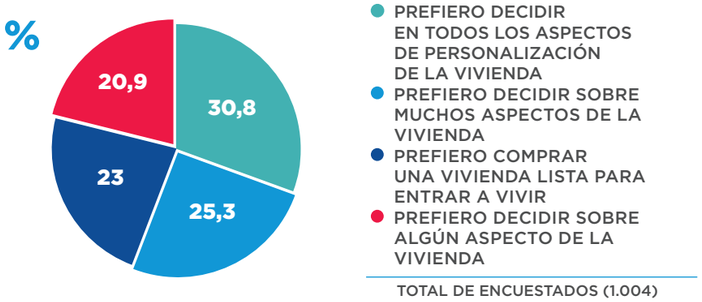
UNA AMPLIA MAYORÍA DE LOS ENCUESTADOS (77%) QUIERE DECIDIR SOBRE LOS ELEMENTOS DE SU NUEVA VIVIENDA.

En el apartado anterior del ***Barómetro ISOVER & Placo® sobre los hogares*** hemos comprobado que existe una considerable proporción de población interesada en la compra de una nueva vivienda ante la situación de insatisfacción con la actual.

Sin embargo, más allá de la propia decisión de compra, consideramos que es también importante conocer cuáles son las expectativas de decisión de los potenciales compradores y de la población en general, sobre los elementos de personalización a integrar en la vivienda. Es decir, en qué medida es frecuente el deseo de implicarse en la decisión de elección de distintos elementos o aspectos relacionados con la vivienda, su estética o su funcionalidad; o si, por el contrario, prefieren evitarse esta posible molestia y encontrar las decisiones y elecciones ya realizadas por parte de los expertos de las constructoras o de las inmobiliarias en el momento de la compra.

figura #033

TOMA DE DECISIONES Y PERSONALIZACIÓN DE LA VIVIENDA



Existe una **amplia mayoría favorable a poder decidir en los aspectos puntuales de la vivienda (77%)**, y únicamente el 23% prefiere comprar una vivienda ya lista para vivir, sin tener que participar en forma alguna en la toma de decisiones.

Globalmente el 56,1% se decanta por una **participación "intensa" en esa toma de decisiones**, mientras que el 20,9% quiere participar, pero únicamente de forma puntal, en la decisión por algún aspecto concreto.

Son las mujeres las que adoptan una postura más favorable en este tema y se declaran más partidarias de "decidir en todos los aspectos" de personalización de la vivienda, alcanzando el 34,1% del target.

figura #034

TOMA DE DECISIONES Y PERSONALIZACIÓN DE LA VIVIENDA VS **GÉNERO**

TOMA DE DECISIONES Y PERSONALIZACIÓN DE LA VIVIVENDA	TOTAL	HOMBRE	MUJER
Prefiero decidir en todos los aspectos de personalización de la vivienda (tipo de puertas, ventanas, materiales, distribución, grifos, azulejos...)	30,8	27,4	34,1
Prefiero decidir sobre muchos aspectos de la vivienda (elección de plato de ducha o bañera, tipo de cocina, electrodomésticos...)	25,3	26,6	24
Prefiero decidir sobre algún aspecto de la vivienda (tipo de acabado o pintura)	20,9	21,4	20,5
Prefiero comprar una vivienda lista para entrar a vivir (sin intervenir en ninguna decisión)	23	24,6	21,5
TOTAL DE ENCUESTADOS	1.004	496	508

Datos porcentuales (%).

Por grupos de edad se obtiene una mayor preferencia de decisión entre los dos grupos de mayor edad, es decir, la franja de edades comprendida entre los 45 a los 70 años, así como entre los residentes en casas-chalets frente a los de vivienda del tipo piso.

figura #035

TOMA DE DECISIONES Y PERSONALIZACIÓN DE LA VIVIENDA VS **GRUPOS DE EDAD**

TOMA DE DECISIONES Y PERSONALIZACIÓN DE LA VIVIVENDA	TOTAL	18-29 AÑOS	30-44 AÑOS	45-59 AÑOS	60-70 AÑOS
Prefiero decidir en todos los aspectos de personalización de la vivienda (tipo de puertas, ventanas, materiales, distribución, grifos, azulejos...)	30,8	23	26,6	36,3	37,5
Prefiero decidir sobre muchos aspectos de la vivienda (elección de plato de ducha o bañera, tipo de cocina, electrodomésticos...)	25,3	29,3	22,7	27,3	21,9
Prefiero comprar una vivienda lista para entrar a vivir (sin intervenir en ninguna decisión)	23	19,9	25,1	21,4	25,6
Prefiero decidir sobre algún aspecto de la vivienda (tipo de acabado o pintura)	20,9	27,7	25,7	14,9	15
TOTAL DE ENCUESTADOS	1.004	191	331	322	160

Datos porcentuales (%).

2/3

2 DE CADA 3 VALENCIANOS PREFIEREN PERSONALIZAR Y DECIDIR SOBRE LOS ELEMENTOS DE SU VIVIENDA DE NUEVA CONSTRUCCIÓN.

Como hemos comprobado, existe una **preferencia mayoritaria** (56,1%) **en favor de participar muy activamente** ("en todos los aspectos" o en "muchos aspectos") **en la personalización de la vivienda**. Esta proactividad muestra una tendencia más acusada en el área de Valencia con prácticamente 2 de 3 personas a favor (64,1%).

Por el contrario, destaca Bilbao como la ciudad menos proactiva a este tipo de decisiones con un 42,7%.

figura #036

GRADO DE SATISFACCIÓN VIVIENDA ACTUAL VS **REGIÓN Y ENTORNO**

TOMA DE DECISIONES Y PERSONALIZACIÓN DE LA VIVIVENDA	TOTAL	MADRID	BARCELONA	SEVILLA	BILBAO	VALENCIA	RURAL	NO RURAL
Prefiero decidir en todos los aspectos de personalización de la vivienda (tipo de puertas, ventanas, materiales, distribución, grifos, azulejos...)	30,8	29,9	30,7	36,8	22,7	32,6	34,6	29,2
Prefiero decidir sobre muchos aspectos de la vivienda (elección de plato de ducha o bañera, tipo de cocina, electrodomésticos...)	25,3	24,4	24	17,5	20	31,5	22,3	28,7
Prefiero comprar una vivienda lista para entrar a vivir (sin intervenir en ninguna decisión)	23	22,8	22,7	24,6	28	18	23,1	22,8
Prefiero decidir sobre algún aspecto de la vivienda (tipo de acabado o pintura)	20,9	22,8	22,7	21,1	29,3	18	20	19,3
TOTAL DE ENCUESTADOS	1.004	127	75	114	75	89	130	394

Datos porcentuales (%).

EL COVID-19 Y LA TOMA DE DECISIONES PARA LA REFORMA DEL HOGAR - CAMBIO DE VIVIENDA

No resulta novedoso confirmar que prácticamente todo el año 2020 ha sido excepcional en muchos aspectos y que el **COVID-19 ha condicionado buena parte de la vida y decisiones de las personas** y los hogares. Y como no podía ser de otra forma, ha influido de forma importante en muchos **aspectos relacionados con la vivienda y la toma de decisiones en cuanto a compra, cambios y reformas**.

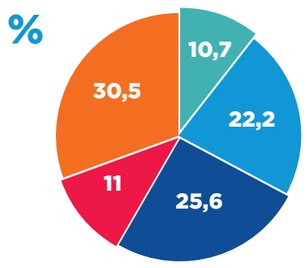
El ***Barómetro ISOVER & Placo® sobre los hogares*** nos permite dimensionar este efecto de una forma objetiva en base a la percepción de una muestra representativa de la población y sobre todo por el espacio temporal en el que se ha realizado la encuesta durante noviembre 2020, tan sólo unos meses después del inicio del confinamiento.

2/3

2 DE CADA 3 PERSONAS MANIFIESTAN QUE EL COVID-19 HA INFLUIDO EN SU VALORACIÓN SOBRE SU VIVIENDA.

figura #037

INFLUENCIA DEL CONFINAMIENTO EN LA DECISIÓN DE REFORMA-CAMBIO VIVIENDA



- (5) HA SIDO DETERMINANTE
- (4) HA INFLUIDO MUCHO
- (3) HA INFLUIDO ALGO
- (2) HA INFLUIDO POCO
- (1) NO HA INFLUIDO

T. Determinante / Ha influido mucho	32,9
Media (1-5)	2,72

TOTAL DE ENCUESTADOS (699) (Han reformado / Intención de reforma-cambio)

Prácticamente **2 de cada 3 personas que han realizado o planean hacer reformas o que han cambiado de vivienda consideran que el COVID-19**, y más específicamente el periodo de confinamiento, **ha influido de forma importante en la toma de la decisión**.

Si incluimos aquellas personas que opinan que el COVID-19 ha influido "algo", esta proporción se eleva hasta el 70% de este grupo de población.

Cuando observamos por área geográfica, e aprecian también diferencias considerables entre estas áreas. Estos datos nos muestran además que en Bilbao son más proclives a comprar una vivienda lista para entrar a vivir (un 28%) con una diferencia de diez puntos frente a Sevilla.

figura #038

INFLUENCIA DEL CONFINAMIENTO
EN LA DECISIÓN DE REFORMA - CAMBIO DE VIVIENDA VS **REGIÓN Y ENTORNO**

INFLUENCIA DEL CONFINAMIENTO, CAMBIOS	TOTAL	MADRID	BARCELONA	SEVILLA	BILBAO	VALENCIA	RURAL	NO RURAL
(5) Ha sido determinante	10,7	6,3	8,8	8,5	11,5	16,4	13,6	11,1
(4) Ha influido mucho	22,2	27,1	31,6	24,4	1,9	18	19,8	23,3
(3) Ha influido algo	25,6	32,3	17,5	29,3	28,8	19,7	21	25,9
(2) Ha influido poco	11	9,4	5,3	15,9	15,4	11,5	8,6	11,1
(1) No ha influido	30,5	25	36,8	22	42,3	34,4	37	28,5
T. Determinante / Ha influido mucho	32,9	33,3	40,4	32,9	13,5	34,4	33,3	34,4
Media (1-5)	2,72	2,8	2,7	2,82	2,25	2,7	2,64	2,77
TOTAL DE ENCUESTADOS (Han reformado / Intención de reforma-cambio)	699	96	57	82	52	61	81	270

Datos porcentuales (%).

Las ciudades donde se denota un **impacto determinante del confinamiento** en la decisión de realizar cambios en los hogares son: **Valencia y Bilbao**. No obstante, se observa el gran impacto que para casi el 60% de la población ha tenido la pandemia influyendo directamente en sus deseos de acometer cambios en sus hogares.

Por grupos de edad, es entre los más jóvenes y entre aquellos que por edad es más frecuente la presencia de niños en el hogar, donde el efecto de la pandemia ha sido más acusado en la decisión de reformar (más del 40% considera que "ha sido determinante-ha influido mucho").

figura #039

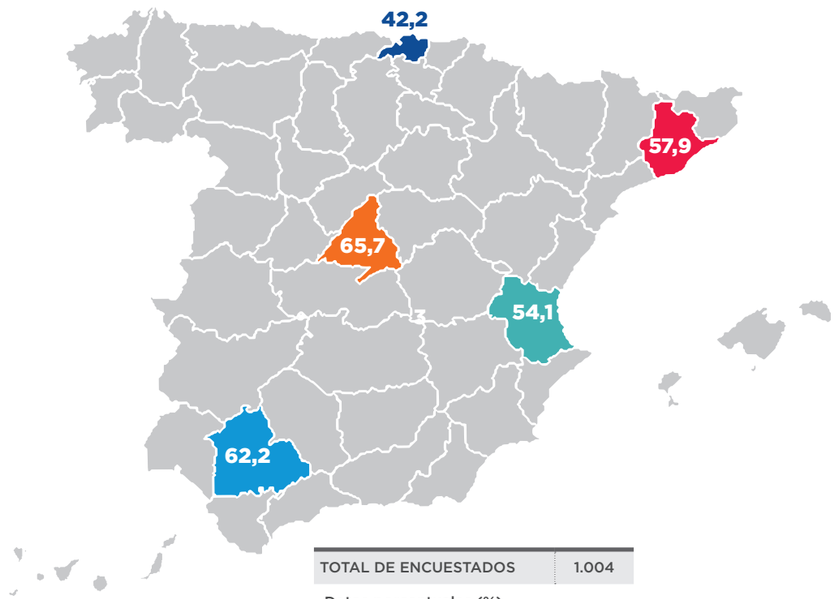
INFLUENCIA DEL CONFINAMIENTO
EN LA DECISIÓN DE REFORMA - CAMBIO DE VIVIENDA VS **GRUPOS DE EDAD**

INFLUENCIA DEL CONFINAMIENTO, CAMBIOS	TOTAL	18-29 AÑOS	30-44 AÑOS	45-59 AÑOS	60-70 AÑOS
(5) Ha sido determinante	10,7	14,8	12,4	9,5	2,4
(4) Ha influido mucho	22,2	28,2	28	18	5,9
(3) Ha influido algo	25,6	27,5	26,4	26,6	17,6
(2) Ha influido poco	11	10,6	11,6	9	15,3
(1) No ha influido	30,5	19	21,6	36,9	58,8
T. Determinante / Ha influido mucho	32,9	43	40,4	27,5	8,2
Media (1-5)	2,72	3,09	2,98	2,54	1,78
TOTAL DE ENCUESTADOS (Han reformado / Intención de reforma-cambio)	699	142	250	222	85

Datos porcentuales (%).

figura #040

INFLUENCIA DEL CONFINAMIENTO
EN LA DECISIÓN DE REFORMA - CAMBIO DE VIVIENDA VS **CIUDADES ANALIZADAS**



TOTAL DE ENCUESTADOS	1.004

Datos porcentuales (%).

Destaca Valencia como la ciudad que manifiesta con un porcentaje del 16,4 que la influencia del confinamiento ha sido determinante.

Si sumamos todas las respuestas que aseguran que, en mayor o menor medida, la situación provocada por el COVID-19 ha influido en la decisión de reformar o cambiar de vivienda, obtenemos el mayor porcentaje en Madrid (65,7%) seguida muy de cerca de Sevilla (62,2%) y de Barcelona (57,9%).

03. LA REFORMA DE LA VIVIENDA COMO PROTAGONISTA

INFLUENCIA DEL CONFINAMIENTO EN LA REALIZACIÓN DE REFORMAS EN LA VIVIENDA

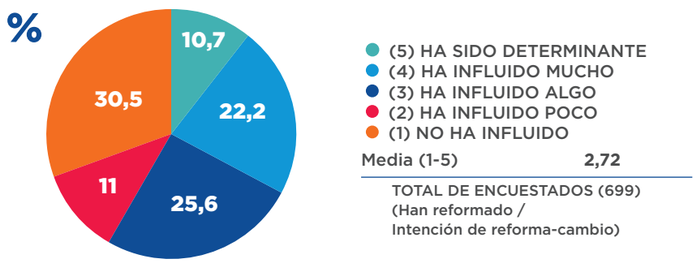
1/3

PARA 1 DE CADA 3 PERSONAS EL CONFINAMIENTO HA SIDO UN FACTOR DETONANTE EN SU DECISIÓN DE REFORMAR O CAMBIAR DE VIVIENDA.

Una consecuencia del COVID-19 y el largo periodo de confinamiento durante el año 2020 ha sido la **experiencia de pasar mucho más tiempo de lo habitual en la vivienda**. Lo que ha dado al conjunto de la población una visión distinta de la misma, de sus características positivas pero también de sus carencias. Y ha inducido en muchos casos a **reflexionar sobre posibles mejoras** para hacer de ella un espacio más acorde con las necesidades del hogar respecto de la vivienda actual y por tanto más acorde con la vivienda ideal de cada persona.

Durante este periodo, la vivienda viene sumando a su desempeño como espacio habitual del hogar y sus usos, la necesidad de un espacio multifuncional para los integrantes del hogar y sus actividades. Es decir, observamos cómo **la vivienda se ha transformado en un espacio donde poder desarrollar labores como puesto de trabajo o de estudio, como lugar de juego y ocio e incluso como espacio de realización de prácticas deportivas** - mantenimiento físico, etc. Una situación que puede prolongarse con un horizonte temporal difícil de delimitar.

figura #041
INFLUENCIA DEL CONFINAMIENTO EN LOS CAMBIOS



El estudio se ha realizado en un momento en el que la vivienda adquiere una dimensión especial y los usuarios/disfrutadores del hogar toman conciencia de la importancia de su adecuación a las nuevas circunstancias, siendo la reforma la principal medida a llevar a cabo para materializar esta mejora.

.Como ya hemos apuntado, **el confinamiento es un factor detonante de la decisión de reforma o cambio en 1 de cada 3 casos**.

MOTIVOS DESENCADENTANTES DE LA REFORMA

Independientemente de la pandemia COVID-19, en general las reformas son una "herramienta" para mejorar la satisfacción respecto de la vivienda habitual. Si bien el objetivo de estas reformas puede ser de muy variada naturaleza abarcando un abanico que va desde dar respuesta a un problema puntual de la vivienda (ya sea funcional o estructural), hasta tratar de hacer de ella un espacio más confortable para los miembros del hogar y de sus actividades, pasando por un conjunto de posibles situaciones mixtas.

Con el ***Barómetro ISOVER & Placo® de los hogares*** determinamos los motivos desencadenantes de las reformas, para así poder entender y adecuar nuestra gama de soluciones constructivas a estas necesidades y expectativas y seguir acompañando al mercado en su evolución.

Es decir, asegurándonos de que las soluciones constructivas ISOVER & Placo® **responden satisfactoriamente a los intereses de los usuarios y sus expectativas en cuanto a eficiencia energética, confort térmico-acústico de la vivienda**, garantizando en todos los casos el cumplimiento de las condiciones más exigentes en cuanto a sostenibilidad y compromiso medioambiental.

En este apartado centramos nuestra atención en la población en cuyo pasado reciente o expectativas del futuro inmediato (año 2021) está presente la realización de reformas en su vivienda.

Si analizamos la tipología de las reformas más usuales, observamos que hay dos objetivos principales que encabezan la lista del origen de las reformas: la estética y el confort de la vivienda.

Como primer motivo, con un 60%, aparece la **mejora "estética"** de la vivienda como la **razón principal para decidirse a realizar la reforma** de esta.

Al igual que la estética, **el confort es un motivo clave** que admite muchas posibles interpretaciones personales.

En la práctica las motivaciones de "confort" y " estética" de la vivienda incluyen una amplia relación de acciones posibles (ej. en el caso de la estética pintar paredes, cuadros, cambio de muebles, etc.), y su importancia evidencia la existencia de una **necesidad mayoritaria de tener un entorno con el que sentirse cómodo e identificado desde un punto de vista de la imagen, y habitabilidad**, sin entrar a valorar otras posibles razones complementarias.

Por detrás de los anteriores, y como relación de elementos a mejorar de la vivienda, encontramos motivos cuyo origen está más relacionado con la búsqueda de soluciones a problemas técnicos o prácticos.

TANTO EL AISLAMIENTO TÉRMICO COMO EL AISLAMIENTO ACÚSTICO SON MOTIVOS PRINCIPALES PARA INICIAR UNA REFORMA.

Tal es el caso del de la "accesibilidad dentro de la vivienda" o del "aislamiento térmico". Cada uno de estos conceptos es el motivo principal de la reforma para prácticamente un tercio de las personas que la han hecho o la plantean hacerla en este año.

La "accesibilidad interior de la vivienda" (35,6%) es un aspecto tradicionalmente vinculado a la presencia en el hogar de algún miembro con limitaciones de movilidad, o simplemente como una adaptación asociada a la edad avanzada de alguno de sus miembros (ej. facilitar el acceso a la ducha...). Sin embargo, en el presente estudio observamos que esta mejora se extiende más allá de estos colectivos, y entre personas que aparentemente no se encuentran actualmente con estas necesidades, y que por tanto podríamos considerar que se trata de una mejora para el bienestar general del hogar.

Con puntuación muy similar se sitúa la **necesidad de mejorar el aislamiento térmico de las viviendas** (31,4%). Es decir, **1 de cada 3 encuestados considera necesario mejorar la sensación de frío/calor en sus hogares**. Por otro lado, **el aislamiento acústico** también es mencionado por un 20,4% de las personas que han reformado o tienen intención de reformar su vivienda.

Finalmente encontramos una serie de razones que al igual que las anteriores están relacionadas con soluciones técnicas y que son comunes a más de 1 de cada 5 de las personas que realizan reformas en su hogar.

Entre estas se encuentran: "la distribución de los espacios/versatilidad del hogar" (26%), o "los problemas de humedades/ malos olores" (22%).

figura #042

MOTIVOS REFORMA DE LA VIVIENDA

MOTIVOS REFORMA DE LA VIVIENDA	TOTAL
La estética (pintar paredes, cambiar muebles, incluir cuadros...)	60,1
El confort general de la vivienda	37,9
La accesibilidad dentro de mi vivienda (cambiar bañera por plato de ducha, puertas/pasillos más anchos...)	35,6
El aislamiento térmico (sensación de calor o frío)	31,4
La distribución de los espacios y la versatilidad del hogar	26
Problemas de humedades, malos olores, etc.	22
El aislamiento acústico (minimizar/eliminar ruidos)	20,4
La accesibilidad externa o de zonas comunes de la vivienda, impulsada por la comunidad de propietarios (ascensores, escaleras, rampas de acceso para personas con movilidad reducida...)	10,6
Otros elementos	8,5
TOTAL DE ENCUESTADOS (Han reformado / Intención de reforma)	554

Datos porcentuales (%).

Se aprecian ciertas diferencias en las motivaciones principales de las reformas entre hombres y mujeres. Siendo las mujeres las que resaltan en mayor medida los aspectos estéticos y de accesibilidad dentro de la vivienda.

figura #043

MOTIVOS REFORMA DE LA VIVIENDA VS GÉNERO

MOTIVOS REFORMA DE LA VIVIENDA	TOTAL	HOMBRE	MUJER
La estética (pintar paredes, cambiar muebles, incluir cuadros...)	60,1	55,4	64,6
El confort general de la vivienda	37,9	38,7	37,2
La accesibilidad dentro de mi vivienda (cambiar bañera por plato de ducha, puertas/pasillos más anchos...)	35,6	30,1	40,7
El aislamiento térmico (sensación de calor o frío)	31,4	33,1	29,8
La distribución de los espacios y la versatilidad del hogar	26	25,3	26,7
Problemas de humedades, malos olores, etc.	22	23,8	20,4
El aislamiento acústico (minimizar/eliminar ruidos)	20,4	23	17,9
La accesibilidad externa o de zonas comunes de la vivienda, impulsada por la comunidad de propietarios (ascensores, escaleras, rampas de acceso para personas con movilidad reducida...)	10,6	11,5	9,8
Otros elementos	8,5	8,6	8,4
TOTAL DE ENCUESTADOS (Han reformado / Intención de reforma)	554	269	285

Datos porcentuales (%).

El ranking de interés es similar en el conjunto de las regiones, es decir, son inquietudes y motivaciones compartidas en similar medida por el conjunto de los hogares.

La distribución de los espacios y la versatilidad del hogar destaca como motivo de reforma en Bilbao (39%) si bien es un motivo común al conjunto de las ciudades, en las que se sitúa en la horquilla entre el 26 y 28% de las motivaciones.

Al observar las grandes ciudades, el confort general de la vivienda es un argumento más frecuente para la realización de reformas en Madrid (42,3%), Bilbao (41,5%) y Barcelona (39,5%).

El aislamiento térmico es un motivo más destacado en las zonas rurales (42%), y en Valencia (40,7%). Podemos entender este último por las condiciones de proximidad al mar, y el carácter cálido del clima, lo que hace que se descuide a veces este aspecto, tan esencial para sentir el bienestar en el hogar.

figura #044

MOTIVOS REFORMA DE LA VIVIENDA VS **REGIÓN Y ENTORNO**

MOTIVOS REFORMA DE LA VIVIENDA	TOTAL	MADRID	BARCELONA	SEVILLA	BILBAO	VALENCIA	RURAL	NO RURAL
La estética (pintar paredes, cambiar muebles, incluir cuadros...)	60,1	62	58,1	62,9	58,5	63	60,9	58,3
El confort general de la vivienda	37,9	42,3	39,5	35,7	41,5	27,8	33,3	40,3
La accesibilidad dentro de mi vivienda (cambiar bañera por plato de ducha, puertas/pasillos más anchos...)	35,6	35,2	39,5	32,9	34,1	33,3	37,7	35,9
El aislamiento térmico (sensación de calor o frío)	31,4	29,6	23,3	22,9	29,3	40,7	42	31,1
La distribución de los espacios y la versatilidad del hogar	26	26,8	27,9	25,7	39	27,8	24,6	22,8
Problemas de humedades, malos olores, etc.	22	21,1	14	15,7	17,1	20,4	29	25,2
El aislamiento acústico (minimizar/eliminar ruidos)	20,4	18,3	11,6	18,6	12,2	14,8	17,4	27,7
La accesibilidad externa o de zonas comunes de la vivienda, impulsada por la comunidad de propietarios (ascensores, escaleras, rampas de acceso para personas con movilidad reducida...)	10,6	7	11,6	17,1	9,8	16,7	5,8	9,7
Otros elementos	8,5	4,2	9,3	5,7	4,9	9,3	11,6	10,2
TOTAL DE ENCUESTADOS (Han reformado / Intención de reforma)	554	71	43	70	41	54	69	206

Datos porcentuales (%).

Al observar los distintos grupos de edad, la estética está presente en todos ellos como principal motivo determinante de la necesidad de reformas. Mientras que **el confort como concepto genérico es más frecuente entre los grupos de edades intermedias**.

Igualmente son los grupos de edades intermedias los más sensibles a considerar el aislamiento térmico como el principal motivo para llevar a cabo una reforma (32-35%).

Mientras que los jóvenes (26%) y grupos de edad intermedia (21%) son los más motivados por el aislamiento acústico para la realización de la reforma.

figura #045

MOTIVOS REFORMA DE LA VIVIENDA VS **GRUPOS DE EDAD**

MOTIVOS REFORMA DE LA VIVIENDA	TOTAL	18-29 AÑOS	30-44 AÑOS	45-59 AÑOS	60-70 AÑOS
La estética (pintar paredes, cambiar muebles, incluir cuadros...)	60,1	61,1	63,5	58,9	52,1
El confort general de la vivienda	37,9	31,5	41	42,3	28,2
La accesibilidad dentro de mi vivienda (cambiar bañera por plato de ducha, puertas/pasillos más anchos...)	35,6	36,1	35,5	34,3	38
El aislamiento térmico (sensación de calor o frío)	31,4	27,8	32	34,9	26,8
La distribución de los espacios y la versatilidad del hogar	26	27,8	30	24,6	15,5
Problemas de humedades, malos olores, etc.	22	24,1	26	17,1	19,7
El aislamiento acústico (minimizar/eliminar ruidos)	20,4	25,9	21	21,7	7
La accesibilidad externa o de zonas comunes de la vivienda, impulsada por la comunidad de propietarios (ascensores, escaleras, rampas de acceso para personas con movilidad reducida...)	10,6	17,6	9,5	8	9,9
Otros elementos	8,5	0,9	8,5	8	21,1
TOTAL DE ENCUESTADOS (Han reformado / Intención de reforma)	554	108	200	175	71

Datos porcentuales (%).

El confort es una motivación más presente en las viviendas unifamiliares (42,7%) que en los pisos (36,8%).

Si nos seguimos fijando en el tipo de vivienda, las reformas para resolver humedades-malos olores son tambien un problema más habitual en las viviendas unifamiliares (31,6%) que en los pisos (19,5%).

ELEMENTOS A REFORMAR

En el apartado anterior hemos analizado los motivos desencadenantes de las reformas, sin entrar en el detalle de los elementos concretos en los que se materializan estas reformas.

A partir de aquí damos un paso adelante y vamos a determinar estos elementos, así como su identificación y correspondencia con los motivos de reforma ya vistos.

EL BAÑO Y LA COCINA SON LOS ESPACIOS QUE MÁS SE REFORMAN EN LA VIVIENDA.

Los objetivos principales de la reforman se identifican en mayor medida con **espacios concretos de la vivienda**, y especialmente en **baños** (49,3%) y **cocina** (41,9%), espacios de la vivienda que son los objetivos principales de las reformas.

Otros objetivos muy frecuentes de las reformas son dos elementos constructivos específicos, las ventanas (38,4%) y los suelos (33,4%).

Las ventanas son un elemento con un protagonismo asociado a muy diversas motivaciones de la reforma, siendo fundamental tanto en su identificación con el aislamiento térmico y acústico, como con la estética.

Una vez reformados elementos o espacios concretos como baños, cocina, ventanas o suelos; los encuestados consideran muy importante aspectos como:

- El aislamiento térmico/acústico.
- Mejorar los materiales y cambiar la distribución de sus espacios interiores (movimiento de tabiques).
- Instalación de equipos de calefacción, aire acondicionado.

Por otra parte, las reformas y elementos reformados no sólo abordan el interior del hogar, si no que encontramos también con frecuencia la **reforma de elementos del exterior como es la fachada** (12,5%), como **medio para reforzar el confort en el interior de la vivienda y sus estancias**.

figura #046

ELEMENTOS REFORMADOS O A REFORMAR DE LA VIVIENDA

ELEMENTOS REFORMADOS O A REFORMAR DE LA VIVIENDA	TOTAL
Baños	49,3
Cocina	41,9
Ventanas	38,4
Suelo	33,4
Aislamiento térmico y/o acústico	24
Paredes/tabiques interiores (mejora de los materiales)	22,7
Instalación/equipos (aire acondicionado, calefacción, etc.)	20,8
Cambio de distribución de los espacios interiores (movimiento de tabiques)	14,3
Exterior (fachada)	12,5
Techos dentro de la vivienda	8,3
Reforma completa de la vivienda	3,6
TOTAL DE ENCUESTADOS (Han reformado / Intención de reforma)	554

Datos porcentuales (%).

Al considerar de forma interrelacionada los distintos elementos constructivos con los motivos declarados como desencadenantes de la reforma, obtenemos que:

- Entre los que han reformado o van a reformar los baños, además de la accesibilidad (51,6%) destacan el motivo estético (62,3%) entre otros.
- En los que reforman la cocina, un factor diferencial son el mayor interés por la estética (65,1%) y confort general de la vivienda (49,1%), así como la distribución de los espacios y versatilidad del hogar (31,9%).
- Las reformas de ventanas tienen un importante nivel de correlación con el aislamiento térmico (48,4%) y acústico (31%).

figura #047

MOTIVOS DE LA REFORMA VS **ELEMENTOS REFORMADOS O A REFORMAR**

ELEMENTOS REFORMADOS / A REFORMAR DE LA VIVIENDA	TOTAL	BAÑOS	COCINA	VENTANAS	SUELO
La estética (pintar paredes, cambiar muebles, incluir cuadros...)	60,1	62,3	65,1	62	63,2
El confort general de la vivienda	37,9	42,5	49,1	35,7	44,9
La accesibilidad dentro de mi vivienda (cambiar bañera por plato de ducha, puertas/pasillos más anchos...)	35,6	51,6	38,4	35,7	43,8
El aislamiento térmico (sensación de calor o frío)	31,4	30,4	31,5	48,4	33
La distribución de los espacios y la versatilidad del hogar	26	24,2	31,9	28,2	29,2
Problemas de humedades, malos olores, etc.	22	23,4	19,4	21,6	22,7
El aislamiento acústico (minimizar/eliminar ruidos)	20,4	19,8	19	31	24,9
La accesibilidad externa o de zonas comunes de la vivienda, impulsada por la comunidad de propietarios (ascensores, escaleras, rampas de acceso para personas con movilidad reducida...)	10,6	10,3	10,8	10,8	13
Otros elementos	8,5	7,7	10,8	7	8,6
TOTAL DE ENCUESTADOS (Han reformado / Intención de reforma)	554	273	232	213	185

Datos porcentuales (%).

Hay una estrecha vinculación entre la instalación de elementos para el aislamiento térmico y acústico, si bien destaca el interés por los motivos y elementos relacionados con elementos relacionados con la sensación de frío o calor en la vivienda. Así observamos que el **63,9% de los casos es el aislamiento térmico el motivo principal de esta reforma**, mientras que el **aislamiento acústico es el desencadenante del 52,6% de los mismos**.

El uso de elementos tales como paredes o tabiques interiores además de con la estética (76,2% de los casos) y el confort (42,1%) están estrechamente relacionados con la distribución o redistribución de los espacios y la versatilidad (42,9%) y confort de la vivienda.

figura #048

MOTIVOS DE LA REFORMA VS **SOLUCIONES REFORMADAS O A REFORMAR**

MOTIVOS REFORMA DE LA VIVIENDA	TOTAL	AISLAMIENTO TÉRMICO Y/O ACÚSTICO	PAREDES/ TABIQUES INTERIORES (MEJORA DE LOS MATERIALES)	INSTALACIÓN /EQUIPOS (AIRE ACONDICIONADO, CALEFACCIÓN, ETC)
La estética (pintar paredes, cambiar muebles, incluir cuadros...)	60,1	61,7	76,2	70,4
El confort general de la vivienda	37,9	44,4	42,1	49,6
La accesibilidad dentro de mi vivienda (cambiar bañera por plato de ducha, puertas/pasillos más anchos...)	35,6	32,3	32,5	41,7
El aislamiento térmico (sensación de calor o frío)	31,4	63,9	35,7	53,9
La distribución de los espacios y la versatilidad del hogar	26	29,3	42,9	34,8
Problemas de humedades, malos olores, etc.	22	24,8	27,8	24,3
El aislamiento acústico (minimizar/eliminar ruidos)	20,4	52,6	25,4	24,3
La accesibilidad externa o de zonas comunes de la vivienda, impulsada por la comunidad de propietarios (ascensores, escaleras, rampas de acceso para personas con movilidad reducida...)	10,6	12	10,3	12,2
Otros elementos	8,5	2,3	2,4	6,1
TOTAL DE ENCUESTADOS (Han reformado / Intención de reforma)	554	133	126	115

Datos porcentuales (%).

El cambio en la distribución de los espacios interiores y movimiento de tabiques responde además de a temas estéticos (64,6%) y de confort (40,5%) a aspectos prácticos relacionados con la propia habitabilidad y versatilidad del espacio de la vivienda (67,1%).

Los techos aparecen como elementos protagonistas de la reforma en los casos en los que se busca resolver temas relacionados con el aislamiento térmico, problemas de humedades, olores y/o el aislamiento acústico.

El motivo que mueve más frecuentemente a plantearse la **reforma de los techos**, o a incluir estos dentro de un proceso de reformas de la vivienda se identifican principalmente con la **mejora de la estética** (73,9%) o **del confort de la vivienda** (41,3%), si bien son soluciones habituales cuando lo que se pretende es **reforzar el aislamiento térmico** (45,7%) **o acústico** (30,4%) o el tratamiento de problemas relacionados con humedades o malos olores (39,1%) en la vivienda.

Análogamente, en los casos en que se aborda la **reforma de la fachada**, esta opción suele responder a **motivaciones estéticas** (63,8%) **y de confort** (50,7%), o bien en soluciones relacionadas con la mejora del aislamiento térmico (39,1%), o de eliminación de humedades (30,4%) en la vivienda.

figura #049

MOTIVOS DE LA REFORMA VS **SOLUCIONES REFORMADAS O A REFORMAR**

MOTIVOS REFORMA DE LA VIVIENDA	TOTAL	CAMBIO DE DISTRIBUCIÓN DE LOS ESPACIOS INTERIORES (MOVIMIENTO DE TABIQUES)	EXTERIOR (FACHADA)	TECHOS DENTRO DE LA VIVIENDA
La estética (pintar paredes, cambiar muebles, incluir cuadros...)	60,1	64,6	63,8	73,9
El confort general de la vivienda	37,9	40,5	50,7	41,3
La accesibilidad dentro de mi vivienda (cambiar bañera por plato de ducha, puertas/pasillos más anchos...)	35,6	32,9	37,7	26,1
El aislamiento térmico (sensación de calor o frío)	31,4	35,4	39,1	45,7
La distribución de los espacios y la versatilidad del hogar	26	67,1	18,8	37
Problemas de humedades, malos olores, etc.	22	25,3	30,4	39,1
El aislamiento acústico (minimizar/eliminar ruidos)	20,4	21,5	17,4	30,4
La accesibilidad externa o de zonas comunes de la vivienda, impulsada por la comunidad de propietarios (ascensores, escaleras, rampas de acceso para personas con movilidad reducida...)	10,6	6,3	17,4	8,7
Otros elementos	8,5	5,1	8,7	6,5
TOTAL DE ENCUESTADOS (Han reformado / Intención de reforma)	554	79	69	46

Datos porcentuales (%).

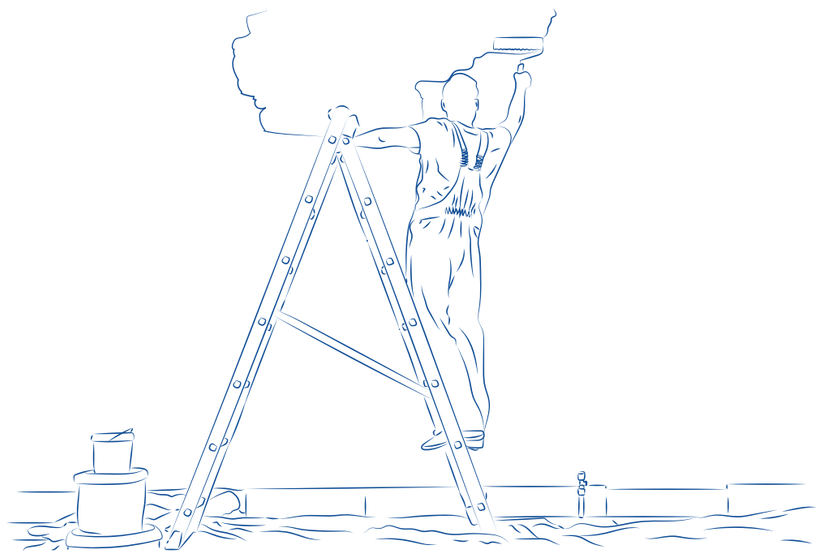
ASESORAMIENTO PARA LA PUESTA EN MARCHA DE LA REFORMA

Confirmada la intención de reformar la vivienda, los siguientes pasos son su concreción, elementos a reformar y cómo realizarlo, así como la puesta en marcha y ejecución. Es en este punto donde las personas decisoras del hogar suelen recurrir al **asesoramiento externo** para identificar la "mejor opción" técnica y económica antes de tomar la decisión final de la realización de esta reforma.

En el ***Barómetro ISOVER & Placo® sobre los hogares*** determinamos cuales son los comportamientos habituales respecto de la búsqueda de este asesoramiento para la concreción, puesta en marcha y realización de la reforma.

Según los datos obtenidos, se pone de manifiesto que de manera generalizada se recurre a más de una fuente de asesoramiento (obtenemos 2,3 fuentes consultadas de media) antes de afrontar una reforma.

A pesar de que el entorno familiar juega un rol importante (1 de cada 3 personas se asesora mediante familiares o conocidos), en la mayor parte de las ocasiones se recurre a **profesionales del sector**, de personas y empresas con experiencia en la realización de este tipo de reformas, es decir, de **empresas de reformas** (45,5%), **o de profesionales de la albañilería o la construcción** (38,4%).



Juegan también un papel primordial en esta labor de información y asesoramiento las **grandes cadenas de distribución de productos de construcción, bricolaje y/o equipamiento del hogar** (37%).

Adicionalmente existen otros canales de asesoramiento a veces complementarios de los anteriores, como son la información presente en los distintos medios de comunicación y el asesoramiento de profesionales de la arquitectura.

Al analizar la importancia relativa de cada uno de estos canales, encontramos que:

- Los medios de comunicación constituyen una fuente fundamental de información.
- Dentro de estos medios, es de reseñar la importancia de internet en este cometido de asesoramiento (27%).
- Otros medios de comunicación habituales para este tipo de búsquedas son las publicaciones especializadas en decoración (20%), construcción o bricolaje (8%).

figura #050

ASESORAMIENTO TÉCNICO PARA LA REFORMA

ASESORAMIENTO TÉCNICO PARA LA REFORMA	TOTAL
Empresa de reforma	45,5
Albañil / constructor	38,4
Grandes cadenas de distribución	37
Familiares o conocidos	33
Páginas webs especializadas	27,1
Revistas de decoración	20,2
Revistas de construcción	7,9
Arquitecto / aparejador	14,8
Otra respuesta, concretamente...	0,7
TOTAL DE ENCUESTADOS (Han reformado / Intención de reforma)	554

Datos porcentuales (%).

No se aprecia grandes diferencias en cuanto los canales de asesoramiento a los que recurren hombres y mujeres, únicamente destaca una mayor tendencia en la consulta de revistas de decoración por parte de las mujeres (24,2%)a la hora de acometer una reforma.

figura #051

ASESORAMIENTO TÉCNICO PARA LA REFORMA VS GÉNERO

ASESORAMIENTO TÉCNICO PARA LA REFORMA	TOTAL	HOMBRE	MUJER
Empresa de reforma	45,5	48	43,2
Albañil / constructor	38,4	39,8	37,2
Grandes cadenas de distribución	37	34,6	39,3
Familiares o conocidos	33	31,6	34,4
Páginas webs especializadas	27,1	26,8	27,4
Revistas de decoración	20,2	16	24,2
Revistas de construcción	7,9	8,9	7
Arquitecto / aparejador	14,8	17,8	11,9
Otra respuesta, concretamente...	0,7	0,4	1,1
Total Medios comunicación	40,8	39	42,5
TOTAL DE ENCUESTADOS (Han reformado / Intención de reforma)	554	269	285

Datos porcentuales (%).

El ranking de preferencia en cuanto a las fuentes de asesoramiento para la planificación y puesta en marcha de la reforma se mantiene de forma aproximada para las distintas áreas.

Como hemos visto son las fuentes de carácter profesional las que capitalizan estas consultas, y específicamente las **empresas de reformas** (45,5%), **albañiles-constructores** (38,4%) y **grandes cadenas de distribución de materiales relacionados** (37%). Fuentes todas ellas a las que la persona interesada en llevar a cabo la mejora de la vivienda puede acceder de forma directa.

LAS PRINCIPALES FUENTES DE INFORMACION A LA HORA DE ACOMETER UNA REFORMA SON: EMPRESAS DE REFORMAS, PROFESIONALES Y GRANDES CADENAS DE DISTRIBUCIÓN.

Sin embargo, hay diferencias considerables del peso relativo de cada una de estas figuras en el rol asesor dependiendo de las áreas geográficas.

Así por ejemplo, las empresas de reformas son fuentes de asesoramiento más frecuentes en Bilbao (61%) y Madrid (56,3%) que en el resto de las ciudades. Mientras que en los albañiles-constructoras son un recurso más habitual en las otras grandes ciudades consideradas (Sevilla 42,9%, Barcelona 37,2 o Valencia 37%) así como en las zonas rurales (40,6%) y ciudades intermedias (40,8%).

Fuera de las distintas fuentes de consulta o asesoramiento de carácter profesional, sigue **coexistiendo el papel asesor de familiares o conocidos**, si bien con diferencias notables por áreas y ciudades, siendo más frecuente en en Madrid (42,3%) y zonas rurales (43,5%), mientras que los **medios de comunicación con contenidos relacionados cumplen también un rol fundamental** en esta labor de asesoramiento, una fuente considerada por el 40,8% de la población interesada en realizar reformas. Por su parte las páginas especializadas de internet son un canal de consulta utilizado por el 27,1% de los interesados, cifra que alcanza el 44,2% entre los residentes en Barcelona.

figura #052

ASESORAMIENTO TÉCNICO PARA LA REFORMA VS **REGIÓN Y ENTORNO**

ASESORAMIENTO TÉCNICO PARA LA REFORMA	TOTAL	MADRID	BARCELONA	SEVILLA	BILBAO	VALENCIA	RURAL	NO RURAL
Empresa de reforma	45,5	56,3	48,8	35,7	61	44,4	34,8	45,1
Albañil / constructor	38,4	32,4	37,2	42,9	29,3	37	40,6	40,8
Grandes cadenas de distribución	37	40,8	34,9	41,4	29,3	48,1	30,4	35,4
Familiares o conocidos	33	42,3	4,7	34,3	22	37	43,5	33
Páginas webs especializadas	27,1	28,2	44,2	24,3	19,5	24,1	18,8	29,1
Revistas de decoración	20,2	22,5	23,3	22,9	22	16,7	23,2	17,5
Revistas de construcción	7,9	8,5	4,7	10	4,9	11,1	8,7	7,3
Arquitecto / aparejador	14,8	11,3	20,9	10	14,6	20,4	11,6	16
Otra respuesta, concretamente...	0,7	0	4,7	0	2,4	1,9	0	0
Total Medios comunicación	40,8	43,7	51,2	44,3	34,1	38,9	33,3	40,8
TOTAL DE ENCUESTADOS (Han reformado / Intención de reforma)	554	71	43	70	41	54	69	206

Datos porcentuales (%).

Al considerar los diferentes grupos de edad y sus comportamientos en la búsqueda de asesoramiento, se mantiene la importancia relativa de estas, las fuentes encabezada por los canales más tradicionales, es decir, empresas de reformas (45,5%) y albañiles-constructores (38,4%), y en tercer lugar, las grandes cadenas de distribución de materiales de construcción. (37%).

Este estatus se mantiene de forma aproximada para los distintos grupos de edad, si bien vemos que en los grupos de edades intermedias ganan peso las grandes superficies (42% en los de 30 a 44 años, y 36,6% en los de 45 a 59 años). Mientras que en los más jóvenes gana peso el asesoramiento por parte de familiares y conocidos (43,5%). Y la búsqueda de información en revistas especializadas y de decoración están más presentes entre los grupos más jóvenes o de edades intermedias.

También es de reseñar que con el aumento de edad se observa una mayor búsqueda de asesoramiento directamente de los profesionales (empresas de reforma (56,3%) y albañiles-constructores (50,7%), arquitecto/aparejador (19,7%).

figura #053

ASESORAMIENTO TÉCNICO PARA LA REFORMA VS **GRUPOS DE EDAD**

ASESORAMIENTO TÉCNICO PARA LA REFORMA	TOTAL	18-29 AÑOS	30-44 AÑOS	45-59 AÑOS	60-70 AÑOS
Empresa de reforma	45,5	35,2	42	51,4	56,3
Albañil / constructor	38,4	32,4	39,5	36	50,7
Grandes cadenas de distribución	37	32,4	42	36,6	31
Familiares o conocidos	33	43,5	33,5	29,7	23,9
Páginas webs especializadas	27,1	24,1	32,5	27,4	15,5
Revistas de decoración	20,2	20,4	24,5	19,4	9,9
Revistas de construcción	7,9	13,9	9,5	5,1	1,4
Arquitecto / aparejador	14,8	14,8	15,5	12	19,7
Otra respuesta, concretamente...	0,7	0	1	1,1	0
Total Medios comunicación	40,8	40,7	48	39,4	23,9
TOTAL DE ENCUESTADOS (Han reformado / Intención de reforma)	554	108	200	175	71

Datos porcentuales (%).

Por tipo de vivienda, en las viviendas unifamiliares se obtiene mayor frecuencia de asesoramiento a partir de familiares-conocidos (43%), podemos pensar que debido a que se trata decisiones individuales, no sujetas a la posible valoración de otros vecinos.

04. ECO VIVIENDA

LA VIVIENDA INMEDIATA

PRIORIDADES EN LA ELECCIÓN DE LA VIVIENDA

95,7%

LA DISPONIBILIDAD DE LUZ NATURAL ES EL REQUISITO ESENCIAL EN LA VIVIENDA PARA EL 95,7% DE LA POBLACIÓN.

A continuación, vamos a profundizar en qué aspectos despiertan más su interés de cara a una posible elección de una nueva vivienda, lo que nos indica cuáles son aquellos **requisitos** que pueden ser el foco de mejora de su vivienda actual o el criterio decisor de una nueva vivienda futura.

Como veremos, los atributos "eco" tienen cada vez un mayor peso al elegir una vivienda. Por ello, el título de este apartado es Eco Vivienda, y subititulamos como "vivienda inmediata" ya que sería un error decir la vivienda del futuro como una opción que todavía no ha llegado, sino que entendemos que es ya demandada o que su demanda va a ser inmediata.

Contamos con una amplia lista de características posibles para alcanzar la **vivienda "ideal"**. Así, la posibilidad de **luz natural es el requisito esencial** en la vivienda ("Muy o Bastante importante") para el 95,7% de la población.

figura #054

IMPORTANCIA DE LAS CARACTERÍSTICAS EN ELECCIÓN NUEVA VIVIENDA

IMPORTANCIA CARACTERÍSTICAS NUEVA VIVIENDA	MUY IMPORTANTE (4)	BASTANTE IMPORTANTE (3)	POCO IMPORTANTE (2)	NADA IMPORTANTE (1)
Luz natural	58,7	37	3,8	0,6
La reducción del gasto en las facturas de la luz, gas, calefacción...	51,2	41,7	6,5	0,6
La calidad de los materiales de construcción (los beneficios técnicos y funcionales de estos materiales)	43,3	50,3	5,6	0,8
Espacio exterior (balcón, terraza, jardín)	44,7	43,5	10,7	1,1
El aislamiento térmico	42	48,8	8,6	0,6
La calidad del aire interior de mi vivienda	40,6	50,6	7,7	1,1
El aislamiento acústico	37,3	51,6	10,6	0,6
Mayor espacio en zonas comunes (salón, comedor, cocina...)	33,5	52,7	12,7	1,1
Mayor espacio en los dormitorios	26	51,2	21,2	1,6
Ubicación céntrica	19,4	42,3	32,1	6,2
Ubicación en las afueras con zonas comunes/espacio comunitario	18,3	35,6	34,5	11,7
Que sea una vivienda en altura/piso	17,9	35,9	34,9	11,4
Que sea una vivienda unifamiliar/chalet	18,7	32	33,6	15,7
TOTAL DE ENCUESTADOS 1.004				

Datos porcentuales (%).

Si agrupamos las valoraciones de "Muy importante y Bastante importante" el ranking de los **aspectos más valorados al adquirir una vivienda** son:

1º **Luz natural (95.7%).**
2º **Calidad de los materiales de construcción (93.6%).**
3º **Reducción del gasto en las facturas de suministros (92.9%).**
4º **Calidad del aire interior (91.2%).**
5º **Aislamiento térmico (90.8%).**
6º **Aislamiento acústico (88.9%).**

LA CALIDAD DE LOS MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN SE SITÚA EN SEGUNDO LUGAR PARA UN 93.6%

Por lo que nos encontramos con aspectos que están muy relacionados entre sí ya que el gasto en facturas de suministros (gas, calefacción) está estrechamente ligado con otras características como el aislamiento térmico y acústico, y a su vez, este aislamiento con la calidad de los materiales empleados en la construcción de estos espacios.

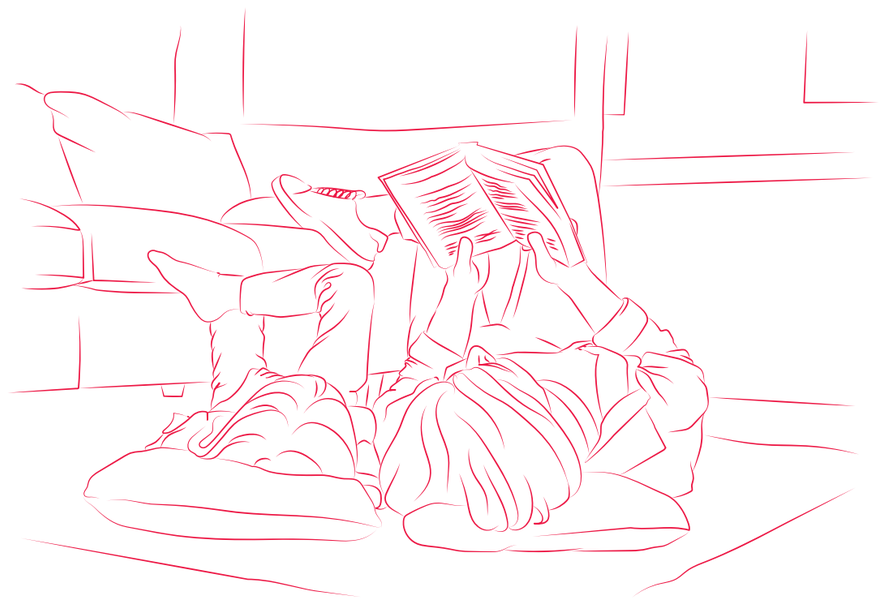
Esta **alta preocupación** por lograr un **confort térmico y acústico** en los hogares exige a los fabricantes focalizar sus desarrollos de soluciones constructivas que alcancen las expectativas de los usuarios.

En esta línea de parámetros de confort en el ***Barómetro ISOVER & Placo® sobre los hogares*** se pone de manifiesto una preocupación relacionada con la **calidad del aire interior** de la vivienda situándolo como otro factor clave para **mejorar el bienestar y salubridad** en los espacios interiores.

90%

LA REDUCCION DEL GASTO ENERGÉTICO ES FUNDAMENTAL PARA MÁS DEL 90% DE LA POBLACIÓN.

A continuación, destacan otros aspectos relacionados con la distribución de espacios de la vivienda que detallamos seguidamente. El **espacio exterior y las zonas comunes** se encuentran en esta misma franja de consideraciones importantes (44,7% "Muy importante" y 88,2% "Muy-Bastante importante"), aspecto este que también puede haberse visto **influido por el periodo de confinamiento** sufrido durante el año 2020.



90%

EL AISLAMIENTO TÉRMICO, ACÚSTICO Y CALIDAD DEL AIRE INTERIOR, CADA VEZ MÁS PRIORITARIOS EN LA ELECCIÓN DE UNA VIVIENDA.

Los espacios interiores de la vivienda y su distribución, aunque por detrás de las anteriores respuestas, aparecen también dentro de valores importantes de las expectativas de la población respecto de su hogar. **Disponer de mayor espacio en las zonas comunes** es "Muy importante" para el 33,5%, y el 86,2% lo considera "Muy-Bastante importante".

También, aunque más moderadamente, es importante disponer de **mayor espacio en los dormitorios**. Así observamos que se considera "Muy importante" por el 26% de la población, sin embargo, al considerar conjuntamente "Muy-Bastante importante" alcanza el 77,2% de las respuestas. Hay que tener en cuenta que en muchos casos los dormitorios, como consecuencia de la pandemia, han pasado de ser meros espacios de reposo con un uso horario limitado, a un **espacio polivalente dentro del hogar**, en el que desarrollar actividades de teletrabajo, o aislarte del resto de los miembros del hogar para actividades personales o de ocio, y por tanto de un uso horario más amplio e intenso.

figura #055

IMPORTANCIA DE LAS CARACTERÍSTICAS EN ELECCIÓN NUEVA VIVIENDA

IMPORTANCIA CARACTERÍSTICAS NUEVA VIVIENDA	TOTAL IMPORTANTE (4&3)	TOTAL NO IMPORTANTE (2&1)	MEDIA (1-4)
Luz natural	95,7	4,4	3,54
La reducción del gasto en las facturas de la luz, gas, calefacción...	92,9	7,1	3,44
La calidad de los materiales de construcción (los beneficios técnicos y funcionales de estos materiales)	93,6	6,4	3,36
Espacio exterior (balcón, terraza, jardín)	90,8	9,2	3,32
El aislamiento térmico	90,8	11,8	3,32
La calidad del aire interior de mi vivienda	91,2	8,8	3,31
El aislamiento acústico	88,9	11,2	3,25
Mayor espacio en zonas comunes (salón, comedor, cocina...)	86,2	13,8	3,19
Mayor espacio en los dormitorios	77,2	22,8	3,02
Ubicación céntrica	61,8	38,2	2,75
Ubicación en las afueras con zonas comunes/espacio comunitario	53,9	46,1	2,61
Que sea una vivienda en altura/piso	53,8	46,2	2,6
Que sea una vivienda unifamiliar/chalet	50,7	49,3	2,54
TOTAL DE ENCUESTADOS 1.004			

Datos porcentuales (%).

VARIACIÓN DE LAS PRIORIDADES EN LA ELECCIÓN DE LA VIVIENDA

Queremos conocer en qué medida estas prioridades en la elección de vivienda se han visto **afectadas o no por el COVID-19** y el confinamiento u otros motivos en los últimos años, y así valorar si son aspectos sujetos a una variación temporal importante o que podemos considerar como ejes de preferencia estables.

Hay una parte importante de la población que sí cree que ha habido cambios en la importancia relativa de estas características de preferencia de la vivienda en los últimos 3 años. Y se ratifica que la mayor parte de los cambios apreciados están principalmente motivados por el COVID-19 y el confinamiento.

Entre las características cuya importancia ha variado **destacan** especialmente aquellas relacionadas con la posibilidad de **disponer de mayor espacio**, sobre todo las que condicionan la exposición al **exterior (37,5%)**, pero también las relacionadas con el espacio disponible en el hogar. Así por ejemplo en la posibilidad de disponer de un "Mayor espacio en las **zonas comunes** "de la vivienda (27,9%).

Otro aspecto que destaca por haber variado su importancia en este periodo es el que se refiere a la **calidad del aire de la vivienda**, de la que el **29,4%** consideran ha variado su importancia. Una característica sobre la que ha variado la sensibilidad de la población y ha tomado peso en cuanto a característica a considerar como **consecuencia del mayor tiempo de permanencia en el hogar**.

Un fenómeno similar ocurre con el importe de **facturas tales como la luz, gas, etc**, en las que un porcentaje muy significativo de la población (25,7%) manifiesta la importancia de mejorar la eficiencia energética de sus hogares como consecuencia de la pandemia.

1/3

PARA 1 DE CADA 3, LA IMPORTANCIA DE LA CALIDAD DEL AIRE INTERIOR DE LA VIVIENDA SE HA INCREMENTADO, SIENDO MUCHO MÁS SENSIBLES A ESTE ASPECTO.

1/3

PARA UN TERCIO DE LOS ENCUESTADOS, EL CONFINAMIENTO HA PROVOCADO UNA MAYOR DEMANDA DE ESPACIOS EXTERIORES Y LA NECESIDAD DE AMPLIAR LOS ESPACIOS INTERIORES.

figura #056

CAMBIO EN LA IMPORTANCIA DE LAS CARACTERÍSTICAS EN ELECCIÓN NUEVA VIVIENDA

CAMBIO EN LA IMPORTANCIA CARACTERÍSTICAS NUEVA VIVIENDA	SÍ, POR EL CONFINAMIENTO	SÍ, POR OTROS MOTIVOS	SE MANTIENE IGUAL	TOTAL DE ENCUESTADOS: TIENE IMPORTANCIA
Espacio exterior (balcón, terraza, jardín)	37,5	1,8	60,7	993
La calidad del aire interior de mi vivienda	29,4	2,1	68,5	993
Mayor espacio en zonas comunes (salón, comedor, cocina...)	27,9	2,7	69,4	993
La reducción del gasto en las facturas de la luz, gas, calefacción...	25,7	4,3	70	998
Ubicación en las afueras con zonas comunes/espacio comunitario	24,9	1,7	73,4	887
Que sea una vivienda unifamiliar/chalet	24,5	2,1	73,4	846
Luz natural	24	2,3	73,6	998
Mayor espacio en los dormitorios	23,3	2,7	74	988
El aislamiento acústico	20,3	4,1	75,6	998
El aislamiento térmico	20,2	3,4	76,4	998
Que sea una vivienda en altura/piso	19	2	79	890
La calidad de los materiales de construcción (los beneficios técnicos y funcionales de estos materiales)	18,1	2,8	79,1	996
Ubicación céntrica	16	2,1	81,8	942

Datos porcentuales (%).

IMPORTANCIA DEL AISLAMIENTO ACÚSTICO Y TÉRMICO EN LA VIVIENDA

1. IMPORTANCIA DEL AISLAMIENTO ACÚSTICO

Hemos comprobado que el aislamiento acústico es uno de los **requisitos importantes en la elección de una nueva vivienda** para el 37,3% de la población, y globalmente el 88,9% lo considera "Muy o Bastante importante" para esta elección de vivienda. Las mujeres muestran una sensibilidad más acusada respecto a esta característica y la señalan como "Muy importante" en el 40,7% de los casos.

EL 88,9% DE LOS ENCUESTADOS, CONSIDERA EL AISLAMIENTO ACÚSTICO "MUY O BASTANTE IMPORTANTE" PARA LA ELECCIÓN DE UNA VIVIENDA.

figura #057

IMPORTANCIA AISLAMIENTO ACÚSTICO EN ELECCIÓN NUEVA VIVIENDA VS GÉNERO

AISLAMIENTO ACÚSTICO IMPORTANCIA EN LA NUEVA VIVIENDA	TOTAL	HOMBRE	MUJER
Muy importante	37,3	33,7	40,7
Bastante importante	51,6	53,4	49,8
Poco importante	10,6	12,3	8,9
Nada importante	0,6	0,6	0,6
Muy-Bastante importante	88,8	87,1	90,6
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	496	508

Datos porcentuales (%).

De forma similar, la calidad del aislamiento acústico es una característica que está más presente en el grupo de edades intermedias, señalado como "Muy importante" entre usuarios con edades comprendidas entre los 30 y 44 años.

figura #058

IMPORTANCIA AISLAMIENTO ACÚSTICO EN ELECCIÓN NUEVA VIVIENDA VS GRUPOS DE EDAD

AISLAMIENTO ACÚSTICO IMPORTANCIA EN LA NUEVA VIVIENDA	TOTAL	18-29 AÑOS	30-44 AÑOS	45-59 AÑOS	60-70 AÑOS
Muy importante	37,3	30,4	42,9	37,3	33,8
Bastante importante	51,6	52,4	45,6	54,3	57,5
Poco importante	10,6	16,2	10,9	7,8	8,8
Nada importante	0,6	1	0,6	0,6	0
Muy-Bastante importante	88,8	82,7	88,5	91,6	91,3
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	191	331	322	160

Datos porcentuales (%).

SEVILLA Y MADRID MANIFIESTAN UNA MAYOR SENSIBILIDAD ANTE EL AISLAMIENTO ACÚSTICO EN LA VIVIENDA.

En todos los lugares y regiones el **aislamiento acústico es considerado "Muy importante" por más de un tercio de la población** adulta.

Esta situación es aún más evidente a este tipo de aislamiento en las **poblaciones y ciudades intermedias (más de 30.000 habitantes)**. Y en el conjunto, más de la mitad de la población cree que es una característica "Bastante importante" en la elección de la nueva vivienda. Si sumamos las valoraciones "Muy y bastante importante" las ciudades de Sevilla y Madrid se sitúan con porcentajes muy elevados (92,1% y 91,4%, respectivamente) frente a Barcelona y Bilbao (86,6% y 89,4%, respectivamente) que aún teniendo los datos más bajos, muestran una alta inquietud ante el aislamiento acústico en los hogares.

figura #059

IMPORTANCIA AISLAMIENTO ACÚSTICO EN ELECCIÓN NUEVA VIVIENDA VS REGIÓN Y ENTORNO

AISLAMIENTO ACÚSTICO IMPORTANCIA EN LA NUEVA VIVIENDA	TOTAL	MADRID	BARCELONA	SEVILLA	BILBAO	VALENCIA	RURAL	NO RURAL
Muy importante	37,3	33,1	37,3	36,8	34,7	37,1	34,6	40,1
Bastante importante	51,6	58,3	49,3	55,3	54,7	49,4	48,5	49,7
Poco importante	10,6	8,7	12	7,9	10,7	13,5	16,2	9,1
Nada importante	0,6	0	1,3	0	0	0	0,8	1
Muy-Bastante importante	88,8	91,3	86,7	92,1	89,3	86,5	83,1	89,8
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	127	75	114	75	89	130	394

Datos porcentuales (%).

2. IMPORTANCIA DEL AISLAMIENTO TÉRMICO

En este apartado, nos encontramos con un dato realmente significativo para los ciudadanos, ya que el **aislamiento térmico es una de las preocupaciones esenciales** a la hora de elegir nueva vivienda para el 90,8% de la población.

Por lo que aun siendo una característica fundamental para el conjunto de la población, nuevamente son las **mujeres** las que se muestran más determinantes en este tema y el **44,3% lo califica como "Muy importante"**.

90,8%

EL AISLAMIENTO TÉRMICO ES UNA DE LAS PREOCUPACIONES ESENCIALES A LA HORA DE ELEGIR NUEVA VIVIENDA PARA EL 90,8% DE LA POBLACIÓN.

figura #060

IMPORTANCIA AISLAMIENTO TÉRMICO EN ELECCIÓN NUEVA VIVIENDA VS GÉNERO

AISLAMIENTO TÉRMICO IMPORTANCIA EN LA NUEVA VIVIENDA	TOTAL	HOMBRE	MUJER
Muy importante	42	39,7	44,3
Bastante importante	48,8	49,4	48,2
Poco importante	8,6	10,3	6,9
Nada importante	0,6	0,6	0,6
Muy-Bastante importante	90,8	89,1	92,5
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	496	508

Datos porcentuales (%).

El aislamiento térmico es una característica considerada importante para la preferencia de la nueva vivienda en todas las regiones y hábitats, ya que se observa una **alta valoración en las ciudades** objeto del estudio, al igual que en **entornos rurales como no rurales**.

Por ciudades son **Madrid y Valencia** las dos ciudades donde la consideración de "Muy importante" **supera el 40% de las valoraciones**, por delante de Barcelona o Sevilla cuya valoración es menor.

La importancia e interés por el aislamiento térmico se ha visto aumentado como consecuencia del confinamiento del último año (20%).

figura #061

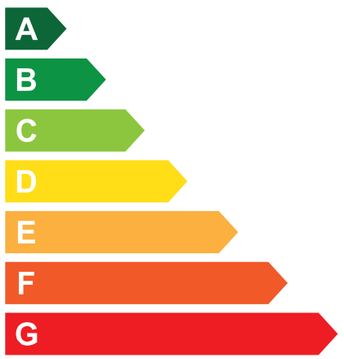
IMPORTANCIA AISLAMIENTO TÉRMICO EN ELECCIÓN NUEVA VIVIENDA VS **REGIÓN Y ENTORNO**

AISLAMIENTO TÉRMICO IMPORTANCIA EN LA NUEVA VIVIENDA	TOTAL	MADRID	BARCELONA	SEVILLA	BILBAO	VALENCIA	RURAL	NO RURAL
Muy importante	42	40,9	32	34,2	36	40,4	50	45,4
Bastante importante	48,8	51,2	61,3	52,6	57,3	44,9	40	46,7
Poco importante	8,6	7,9	5,3	11,4	6,7	14,6	9,2	7,4
Nada importante	0,6	0	1,3	1,8	0	0	0,8	0,5
Muy-Bastante importante	90,8	92,1	93,3	86,8	93,3	85,4	90	92,1
Media (4-1)	3,32	3,33	3,24	3,19	3,29	3,26	3,39	3,37
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	127	75	114	75	89	130	394

Datos porcentuales (%).

Existen soluciones técnicas en el mercado, como las basadas en **placas de yeso laminado** con lana mineral que permiten a través de una única solución integrar los componentes de **eficiencia energética y confort acústico**, siendo la energía más limpia y más barata aquella que no se consume.

3. MEJORA DE LA EFICIENCIA ENERGÉTICA Y CALIFICACIÓN ENERGÉTICA DE LAS VIVIENDAS



Al igual que se viene haciendo en otros sectores (por ejemplo, con los electrodomésticos) que cuentan con una clara y estandarizada clasificación energética, parece coherente pensar que en el sector de la edificación sería importante establecer **referencias que informen sobre el consumo energético de la vivienda**, ya que esto va a tener un impacto directo en el gasto posterior de las facturas de luz, calefacción, etc.

Recordemos que la **tercera característica más valorada** a la hora de adquirir una vivienda para el **92,9%** de los encuestados es el gasto en las **facturas de luz, calefacción**, etc.

A continuación, es importante conocer el alcance de la difusión de esta calificación y su uso por parte de la población tanto de su vivienda actual o de una nueva vivienda que pretendan alquilar o comprar, es decir, conocer la calificación energética de las viviendas que habitan.

Por este motivo, en el ***Barómetro ISOVER & Placo® sobre los hogares*** se ha facilitado a los encuestados una definición de "Calificación energética de la vivienda" como *el índice que nos muestra cómo de eficiente es la vivienda energéticamente, mediante una escala de letras que va desde la letra A, para señalar el máximo grado de eficiencia energética, hasta la letra G, para señalar los edificios o viviendas menos eficientes*.

El estudio nos confirma que hay un conocimiento colectivo amplio de la existencia de la calificación energética de las viviendas (88,7%). Sin embargo, este **conocimiento sobre la existencia de la escala no se traduce** necesariamente en saber la **calificación energética de su propia vivienda**.

Más de la mitad de las personas que conocen la existencia de esta clasificación, desconocen la categoría especifica de su vivienda (45% de la población).

45%

45% DE LA POBLACIÓN DESCONOCE LA CALIFICACION ENRGÉTICA DE SU VIVIENDA.

figura #062

CONOCIMIENTO DE LA CALIFICACIÓN ENERGÉTICA DE LA VIVIENDA VS **GÉNERO**

CONOCIMIENTO CALIFICACIÓN ENERGÉTICA DE LA VIVIENDA	TOTAL	HOMBRE	MUJER
Si, lo conocía antes de leer la definición y conozco la calificación energética de mi vivienda	43,7	46,4	41,1
Sí, lo conocía antes de leer la definición, pero no conozco la calificación energética de mi vivienda	45	43,3	46,7
No lo conocía	11,3	10,3	12,2
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	496	508

Datos porcentuales (%).

Por áreas geográficas, en **todas las grandes capitales** (excepto Bilbao donde es inferior con 38,7%) **la mitad de la población conoce la calificación energética de su vivienda**, siendo los valencianos y los sevillanos los que tienen un mayor conocimiento de la eficiencia energética de su vivienda.

Además, destacamos el dato de Bilbao donde también aparece el porcentaje de mayor desconocimiento sobre la calificación energética de las viviendas en las que se reside.

Por otro lado, más de un **44%** de los encuestados en **entornos rurales desconocen la calificación energética de su vivienda** y casi un 19% desconocen por completo esta terminología.

figura #063

CONOCIMIENTO DE LA CALIFICACIÓN ENERGÉTICA DE LA VIVIENDA VS **REGIÓN Y ENTORNO**

AISLAMIENTO TÉRMICO IMPORTANCIA EN LA NUEVA VIVIENDA	TOTAL	MADRID	BARCELONA	SEVILLA	BILBAO	VALENCIA	RURAL	NO RURAL
Si, lo conocía antes de leer la definición y conozco la calificación energética de mi vivienda	43,7	48	48	50	38,7	52,8	36,9	40,9
Sí, lo conocía antes de leer la definición, pero no conozco la calificación energética de mi vivienda	45	37	40	46,5	50,7	38,2	44,6	48,7
No lo conocía	11,3	15	12	3,5	10,7	9	18,5	10,4
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	127	75	114	75	89	130	394

Datos porcentuales (%).

4. INTERÉS EN MEJORAR LA EFICIENCIA ENERGÉTICA DE LA VIVIENDA PRINCIPAL

50%

EL PRINCIPAL FRENO A LA HORA DE ABORDAR UNA REHABILITACIÓN ENERGÉTICA ES UNA CUESTIÓN ECONÓMICA PARA LA MITAD DE LA POBLACIÓN.

Hemos comprobado en el apartado anterior que la calificación energética de la vivienda es conocida a grandes rasgos por la gran mayoría de la población (88,7%), por lo que damos un paso más adelante para determinar en qué medida el uso eficiente de la energía en el hogar despierta el interés de la población y sirve de estímulo al inicio de reformas y mejoras de la vivienda.

Para ello, nos aseguramos de que el **término eficiencia energética** al que nos referimos es entendido en la misma forma por el conjunto de la población. Para lo cual se incluye un texto explicativo previo, para facilitar esta homogeneización que nos permita generalizar sus opiniones, *"Por eficiencia energética entendemos las acciones encaminadas a disminuir la factura energética, mejorar el confort, el bienestar y la salud de los habitantes del hogar, pudiendo ser un cambio de ventanas o corregir el aislamiento (entre otras medidas)".*

En base a la definición anterior, se confirma que **hay un interés general por favorecer la eficiencia energética de la vivienda (83,1%)**, si bien hay que tener en consideración los condicionantes económicos de las personas.

Encontramos que hay un importante número de casos en que a pesar de su interés en esta materia **no tienen las condiciones de disponibilidad económica para su realización (54,8%)**. También encontramos situaciones más excepcionales como son las de aquellas personas interesadas en llevar a cabo la mejora, pero que no han dado los pasos previos necesarios para informarse de cómo hacerlo, ni tienen una aproximación de cuál es el presupuesto que les puede suponer (8,5%).

La perspectiva más positiva nos la da el que **1 de cada 5 personas están motivadas y disponen de los medios para poder realizar esté mejora de la eficiencia energética** de su vivienda, es decir son personas que no necesitan más que de un cierto empuje que sirva de detonante al inicio de esta reforma.

Por género, vemos que los hombres se muestran más decididos a la puesta en marcha de esta mejora (23%), mientras que en el caso de las mujeres se reduce este índice de seguridad en la puesta en marcha de la reforma (16,7%) y adoptan posiciones un poco más dubitativas, es decir interesadas pero con dudas sobre la capacidad económica para iniciarla (59,4%).

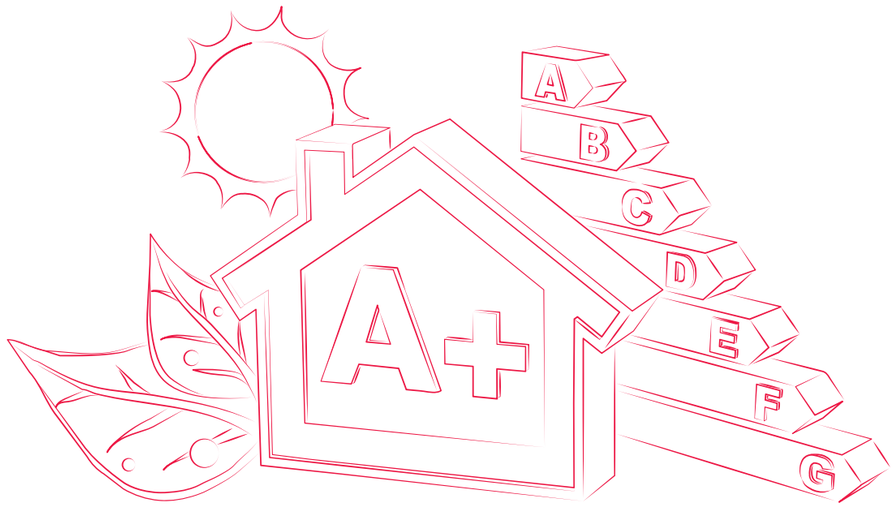


figura #064

INTERÉS EN LAS MEJORAS DE EFICIENCIA ENERGÉTICA VS **GÉNERO**

INTERÉS MEJORAS EFICIENCIA ENERGÉTICA	TOTAL	HOMBRE	MUJER
Estoy interesado y tengo capacidad económica para hacerlo	19,8	23	16,7
Estoy interesado, pero actualmente no tengo capacidad económica para hacerlo	54,8	50	59,4
No estoy interesado, aunque sí tengo capacidad económica para hacerlo	7,7	7,7	7,7
No estoy interesado y no tengo capacidad económica para hacerlo	9,3	9,5	9,1
Estoy interesado, pero no sé cómo hacerlo o no sé cuál sería el coste	8,5	9,9	7,1
Total Interesado	83,1	82,9	83,3
Total No interesado	16,9	17,1	16,7
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	496	508

Datos porcentuales (%).

Al evaluar esta situación por regiones, **Barcelona (24%) y Madrid (22%)**, son las zonas donde se vislumbra una **más rápida toma de decisiones** para el inicio de este tipo de mejoras de eficiencia energética, es decir, están interesados y disponen de capacidad económica. Sevilla y Bilbao (con un 11,4% y 13,3%, respectivamente) manifiestan un menor interés en este tema.

figura #065

INTERÉS EN LAS MEJORAS DE EFICIENCIA ENERGÉTICA VS **REGIÓN Y ENTORNO**

INTERÉS MEJORAS EFICIENCIA ENERGÉTICA	TOTAL	MADRID	BARCELONA	SEVILLA	BILBAO	VALENCIA	RURAL	NO RURAL
Estoy interesado y tengo capacidad económica para hacerlo	19,8	22	24	11,4	13,3	19,1	16,9	23,1
Estoy interesado, pero actualmente no tengo capacidad económica para hacerlo	54,8	59,8	52	57	57,3	52,8	59,2	51,5
No estoy interesado, aunque sí tengo capacidad económica para hacerlo	7,7	3,1	6,7	10,5	12	9	8,5	7,1
No estoy interesado y no tengo capacidad económica para hacerlo	9,3	9,4	4	11,4	10,7	12,4	8,5	8,9
Estoy interesado, pero no sé cómo hacerlo o no sé cuál sería el coste	8,5	5,5	13,3	9,6	6,7	6,7	6,9	9,4
Total Interesado	83,1	87,4	89,3	78,1	77,3	78,7	83,1	84
Total No interesado	16,9	12,6	10,7	21,9	22,7	21,3	16,9	16
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	127	75	114	75	89	130	394

Datos porcentuales (%).

1/3

SOLO 1 DE CADA 3 CONOCE LA CALIFICACIÓN ENERGÉTICA Y TIENE INTERÉS Y CAPACIDAD PARA MEJORARLA.

De las personas conocedoras de la calificación energética, un tercio evidencia que está interesado y tiene capacidad económica para mejorarla.

Por otro lado, se aprecia la barrera económica como un obstáculo a la hora de realizar estas mejoras en una parte de los encuestados que además de conocer esta calificación estarían interesados en realizarla (52,6%).

figura #066

INTERÉS EN LAS MEJORAS DE EFICIENCIA ENERGÉTICA VS **CONOCIMIENTO CLASIFICACIÓN ENERGÉTICA**

INTERÉS MEJORAS EFICIENCIA ENERGÉTICA	CONOCÍA LA CALIFICACIÓN DE LA EFICIENCIA ENERGÉTICA DE LA VIVIENDA: Y SÍ CLASIFICACIÓN ENERGÉTICA VIVIENDA	CONOCÍA LA CALIFICACIÓN DE LA EFICIENCIA ENERGÉTICA DE LA VIVIENDA: Y NO CLASIFICACIÓN ENERGÉTICA VIVIENDA	NO CONOCÍA
Estoy interesado y tengo capacidad económica para hacerlo	29,8	11,7	13,3
Estoy interesado, pero actualmente no tengo capacidad económica para hacerlo	52,6	57,5	52,2
No estoy interesado, aunque sí tengo capacidad económica para hacerlo	7,5	7,3	9,7
No estoy interesado y no tengo capacidad económica para hacerlo	5,7	11,5	14,2
Estoy interesado, pero no sé cómo hacerlo o no sé cuál sería el coste	4,3	11,9	10,6
Total Interesado	86,8	81,2	76,1
Total No interesado	13,2	18,8	23,9
TOTAL DE ENCUESTADOS	439	452	113

Datos porcentuales (%).

5. MOTIVOS PARA MEJORAR LA EFICIENCIA ENERGÉTICA DE LA VIVIENDA PRINCIPAL

En este apartado queremos ahondar en los motivos que pueden convertirse en elementos desencadenantes de la realización de las mejoras necesarias en la búsqueda de la eficiencia de la vivienda. Obtenemos más de un motivo principal por persona (media=2,3 motivos) entre los interesados en la mejora de la eficiencia energética de la vivienda.

El ahorro (mayor ahorro energético/ económico) es la **motivación más habitual (72,4%)**, si bien es el propio **confort interior** de la vivienda (menos frío en invierno, menos calor en verano) lo que puede motivar a la toma de la decisión de prácticamente al **60% de la población**.

Como tercer motivo, emerge la **preocupación por el medioambiente** ya que un (45,3%) así lo manifiesta, destacando un ratio más elevado en el sexo femenino (47% versus 43,4% de los hombres). Desde un punto de vista práctico, la mejora del aislamiento acústico se muestra como un beneficio complementario importante para el 35% de los interesados en el cambio.

Finalmente, aparece otra razón económica para el cambio, como es la **revalorización de la vivienda** para su alquiler o venta (20%), pudiendo transformar el gasto de la reforma en una modalidad de inversión.

72,4%

EL AHORRO ENERGÉTICO Y ECONÓMICO ES LA PRIMERA MOTIVACIÓN (72,4%), PARA MEJORAR LA EFICIENCIA ENERGÉTICA DE LA VIVIENDA.

figura #067

MOTIVOS PARA LA MEJORA DE LA EFICIENCIA ENERGÉTICA VS **GÉNERO**

MOTIVOS PARA LA MEJORA EFICIENCIA ENERGÉTICA	TOTAL	HOMBRE	MUJER
Mayor ahorro energético/económico	72,4	69,3	75,2
Mejorar el confort dentro de la vivienda (menos frío en invierno, menos calor en verano)	59,1	59,1	59,2
Me preocupa el medioambiente	45,3	43,4	47
Mejorar el aislamiento acústico	35	33,4	36,4
Revalorización de la vivienda (p.e. para alquilar o vender en el futuro)	19,9	21,3	18,6
TOTAL DE ENCUESTADOS	749	362	387

Datos porcentuales (%).

60%

EL INCREMENTO DEL CONFORT DENTRO DE LA VIVIENDA ES EL SEGUNDO MOTIVO PARA AFRONTAR UNA MEJORA DE SU EFICIENCIA.

Los motivos relacionados con favorecer el **aislamiento acústico** obtienen más acogida entre la población de **Sevilla (39,7%) y Valencia (35,9%)** que en el resto, mientras que en **Madrid (25%) y Bilbao (24,5%)** es la **revalorización de la vivienda** uno de los motivos diferenciales.

Destacamos la **preocupación por el medioambiente** para un 45,3% de los encuestados. **Madrid se posiciona como la ciudad más sensible** a este tema, seguida de Valencia (43.8%) y de Barcelona (40.4%).

figura #068

MOTIVOS PARA LA MEJORA DE LA EFICIENCIA ENERGÉTICA VS **REGIÓN Y ENTORNO**

MOTIVOS PARA LA MEJORA EFICIENCIA ENERGÉTICA	TOTAL	MADRID	BARCELONA	SEVILLA	BILBAO	VALENCIA	RURAL	NO RURAL
Mayor ahorro energético/económico	72,4	67,3	75,4	62,8	79,2	73,4	74,7	73,8
Mejorar el confort dentro de la vivienda (menos frío en invierno, menos calor en verano)	59,1	62,5	64,9	47,4	64,2	59,4	62,6	57,8
Me preocupa el medioambiente	45,3	47,1	40,4	39,7	32,1	43,8	57,6	45,6
Mejorar el aislamiento acústico	35	29,8	29,8	39,7	28,3	35,9	29,3	39,5
Revalorización de la vivienda (p.e. para alquilar o vender en el futuro)	19,9	25	12,3	17,9	24,5	21,9	14,1	20,7
TOTAL DE ENCUESTADOS	749	104	57	78	53	64	99	294

Datos porcentuales (%).

6. AYUDAS A LA MEJORA DE LA EFICIENCIA ENERGÉTICA - SUBVENCIONES

Una vez comprobadas las expectativas de mejora de la eficiencia energética de la vivienda y los argumentos en los que se soporta esta decisión, observamos que hay un importante número de hogares con una clara predisposición a llevar a cabo este tipo de reformas, pero en los que el importe de esta reforma actúa como barrera para su realización.

A continuación, analizamos si la **implantación de ayudas económicas y subvenciones** por parte de la administración pública puede impulsar la decisión de llevar a cabo estas mejoras.

En un primer lugar, vamos a cuantificar el conocimiento de este tipo de ayudas por parte de la población general y su incidencia en la decisión de puesta en marcha de la reforma para mejorar la eficiencia energética de la vivienda.

El **20% de la población conoce la existencia de estas ayudas y subvenciones**, conocimiento que mejora ligeramente entre los hombres (20,6%) respecto de las mujeres (16,3%).

20%

SOLAMENTE EL 20% DE LA POBLACIÓN CONOCE LA EXISTENCIA DE AYUDAS PARA MEJORAR LA EFICIENCIA ENERGÉTICA DE LOS HOGARES.

figura #069

CONOCIMIENTO AYUDAS PARA LA MEJORA DE LA EFICIENCIA ENERGÉTICA DE LA VIVIENDA VS **GÉNERO**

CONOCIMIENTO AYUDAS PARA LA MEJORA DE LA EFICIENCIA ENERGÉTICA	TOTAL	HOMBRE	MUJER
Sí	18,4	20,6	16,3
No	81,6	79,4	83,7
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	496	508

Datos porcentuales (%).

Por áreas geográficas, **Bilbao** es la ciudad donde hay un **mayor conocimiento de estas ayudas (29,3%)**, mientras que en el resto de las ciudades se sitúa entre el 17% y el 20%.

figura #070

CONOCIMIENTO AYUDAS PARA LA MEJORA DE LA EFICIENCIA ENERGÉTICA DE LA VIVIENDA VS **REGIÓN Y ENTORNO**

CONOCIMIENTO AYUDAS PARA LA MEJORA DE LA EFICIENCIA ENERGÉTICA	TOTAL	MADRID	BARCELONA	SEVILLA	BILBAO	VALENCIA	RURAL	NO RURAL
Sí	18,4	17,3	20	16,7	29,3	19,1	16,2	17,5
No	81,6	82,7	80	83,3	70,7	80,9	83,8	82,5
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	127	75	114	75	89	130	394

Datos porcentuales (%).

7. VARIACIÓN DE LA INTENCIÓN DE MEJORA DE LA EFICIENCIA ENERGÉTICA DE LA VIVIENDA POR LAS AYUDAS ECONÓMICAS Y SUBVENCIONES PÚBLICAS

LAS SUBVENCIONES Y AYUDAS ECONÓMICAS SE POSICIONAN COMO PALANCA PARA ANIMAR A ABORDAR LA REHABILITACIÓN ENERGÉTICA DE LOS EDIFICIOS.

En el apartado anterior hemos obtenido una intención de realización de reformas en relación con la mejora de la eficiencia energética del hogar que se sitúa en **niveles realmente favorables** entre la población:

- Estoy interesado y tengo capacidad económica para hacerlo (19,8%)
- Estoy interesado, pero actualmente no tengo capacidad económica para hacerlo (54,8%)

Por lo que nos planteamos nuevamente que una gran parte de la población tiene la intención de llevar a cabo estas mejoras, pero en esta ocasión considerando el escenario del conocimiento de ayudas y subvenciones para favorecer la eficiencia energética del hogar.

El resultado es una mejora sensible en la intención de la realización de estas intervenciones en el hogar, de forma que prácticamente se **duplica la intención** anterior en el conjunto de la población (pasamos del 19,8% al 36%).

figura #071

INTENCIÓN DE REFORMA CON LAS AYUDAS ECONÓMICAS PARA LA MEJORA DE LA EFICIENCIA ENERGÉTICA DE LA VIVIENDA VS **GÉNERO**

INTENCIÓN MEJORA EFICIENCIA ENERGÉTICA CON AYUDAS ECONÓMICAS	TOTAL	HOMBRE	MUJER
Seguramente lo haría	36	37,7	34,3
Me lo pensaría	59,4	57,5	61,2
Seguramente no lo haría	4,7	4,8	4,5
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	496	508

Datos porcentuales (%).

Esta respuesta favorable lo es aún más en el caso de aquellas personas que previamente conocen la existencia de estas ayudas y subvenciones. Es decir, **responden más positivamente a la intención de reforma** para la mejora energética aquellas **personas que previamente la conocen (47% de estos)**. Pero incluso entre los que no las conocían previamente, estas ayudas muestran un evidente estímulo a su intención de decisión (33,5% consideran que seguramente lo haría).

Globalmente parece una **oportunidad de potenciación** de este tipo de reformas mediante operaciones combinadas de comunicación de la eficiencia energética de las viviendas y estas ayudas.

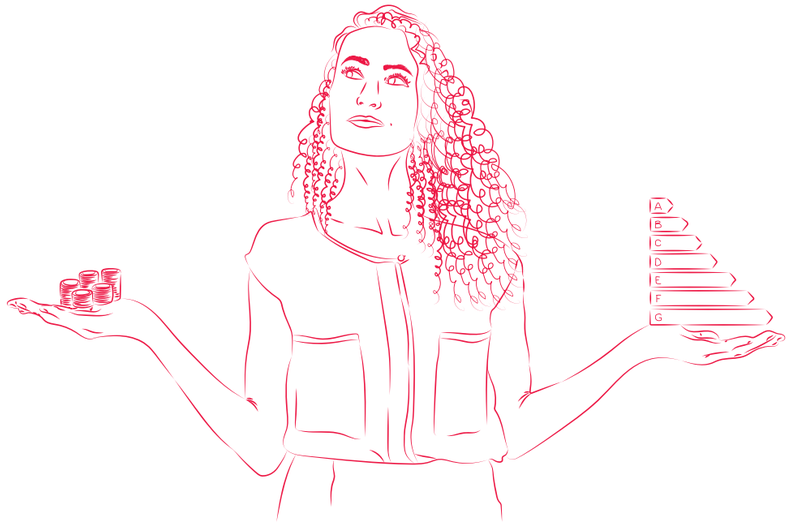


figura #072

INTENCIÓN DE REFORMA CON LAS AYUDAS ECONÓMICAS PARA LA MEJORA DE LA EFICIENCIA ENERGÉTICA DE LA VIVIENDA VS **CONOCIMIENTO PREVIO DE LAS AYUDAS**

INTENCIÓN MEJORA EFICIENCIA ENERGÉTICA CON AYUDAS ECONÓMICAS	CONOCIMIENTO PREVIO DE LAS AYUDAS: SÍ	CONOCIMIENTO PREVIO DE LAS AYUDAS: NO
Seguramente lo haría	47	33,5
Me lo pensaría	47	62,1
Seguramente no lo haría	5,9	4,4
TOTAL DE ENCUESTADOS	185	819

Datos porcentuales (%).

En este escenario, y al considerar las áreas geográficas, son los ciudadanos de **Madrid (44,1%) y Barcelona (42,7%)**, los que se muestran **más predispuestos a llevar a cabo la mejora necesaria**; destacando Bilbao con datos sensiblemente más bajos (21,3%) distanciándose en 15 puntos de la media de los encuestados.

figura #073

INTENCIÓN DE REFORMA CON LAS AYUDAS ECONÓMICAS PARA LA MEJORA DE LA EFICIENCIA ENERGÉTICA DE LA VIVIENDA VS **REGIÓN Y ENTORNO**

INTENCIÓN MEJORA EFICIENCIA ENERGÉTICA CON AYUDAS ECONÓMICAS	TOTAL	MADRID	BARCELONA	SEVILLA	BILBAO	VALENCIA	RURAL	NO RURAL
Seguramente lo haría	36	44,1	42,7	39,5	21,3	38,2	32,3	34,5
Me lo pensaría	59,4	52,8	56	57	73,3	57,3	63,1	59,4
Seguramente no lo haría	4,7	3,1	1,3	3,5	5,3	4,5	4,6	6,1
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	127	75	114	75	89	130	394

Datos porcentuales (%).

8. ASESORAMIENTO PARA LA OBTENCIÓN DE AYUDAS PARA LA MEJORA DE LA EFICIENCIA ENERGÉTICA DE LA VIVIENDA

75,7%

EL 75,7% NO CONOCE DONDE SOLICITAR SUBVENCIONES PARA REFORMAS QUE MEJOREN LA EFICIENCIA ENERGÉTICA.

En el proceso de gestión de estas ayudas, damos un nuevo paso incidiendo no solo en el conocimiento de la existencia de estas ayudas, sino también en el conocimiento del proceso de su gestión, es decir, **dónde obtener información o ayuda económica** para estos temas.

Prácticamente **1 de cada 4 personas conoce dónde acudir para solicitar este tipo de ayudas** para la mejora energética de la vivienda.

Si atendemos la perspectiva de los que no lo saben, vemos que hay una **oportunidad para potenciar la intención de mejora energética** simplemente informando sobre su existencia y dónde/cómo obtenerlas (75,7% no sabe dónde).

figura #074

CONOCIMIENTO DE DÓNDE SOLICITAR LA SUBVENCIÓN VS **GÉNERO**

CONOCIMIENTO DE DÓNDE SOLICITAR AYUDA EN REFORMAS EFICIENCIA ENERGÉTICA	TOTAL	HOMBRE	MUJER
Sí	24,3	26,4	22,2
No	75,7	73,6	77,8
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	496	508

Datos porcentuales (%).

Se repite la **intención más favorable** a la realización de la reforma por parte de **aquellos que tienen más información** y saben dónde solicitar esta ayuda (45,5% de estos). También mejora la intención entre los que no lo conocen actualmente (32,9% seguramente lo haría) pero se les muestra la posibilidad de recibir estas ayudas económicas.

figura #075

INTENCIÓN DE REFORMA CON LAS AYUDAS ECONÓMICAS PARA LA MEJORA DE LA EFICIENCIA ENERGÉTICA DE LA VIVIENDA VS **CONOCIMIENTO DÓNDE SOLICITARLAS**

	SABE CÓMO SOLICITAR AYUDA PARA REFORMA ENERGÉTICA	
INTENCIÓN MEJORA EFICIENCIA ENERGÉTICA CON AYUDAS ECONÓMICAS	SÍ	NO
Seguramente lo haría	45,5	32,9
Me lo pensaría	48,4	62,9
Seguramente no lo haría	6,1	4,2
TOTAL DE ENCUESTADOS	244	760

Datos porcentuales (%).

Destacamos ciudades como Sevilla en la que la intención de realizar estas reformas se sitúa por encima de la media, sin embargo manifiestan un bajo conocimiento de cómo recibir ayudas en esta materia (18,4% frente a un 24,3% de media entre los encuestados).

figura #076

CONOCIMIENTO DE DÓNDE SOLICITAR LA SUBVENCIÓN VS **REGIÓN Y ENTORNO**

CONOCIMIENTO DE DÓNDE SOLICITAR AYUDA EN REFORMAS EFICIENCIA ENERGÉTICA	TOTAL	MADRID	BARCELONA	SEVILLA	BILBAO	VALENCIA	RURAL	NO RURAL
Sí	24,3	20,5	29,3	18,4	38,7	25,8	26,2	22,6
No	75,7	79,5	70,7	81,6	61,3	74,2	73,8	77,4
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	127	75	114	75	89	130	394

9. CANALES DE COMUNICACIÓN Y ASESORAMIENTO SOBRE LOS CONTENIDOS Y CONDICIONES DE LA SUBVENCIÓN

Dada la situación dispar en cuanto a conocimiento del dónde informarse y gestionar el proceso para la obtención de estas ayudas, nos interesa saber **cuál es el canal principal por el que tratarían de obtener esta información** sobre las ayudas económicas. Y de esta forma conocer las posibles palancas sobre las que actuar para multiplicar la eficacia de la comunicación sobre las subvenciones y ayudas.

Internet (52,1%) y el **ayuntamiento de la localidad (50,9%)** son las dos **referencias principales** a la hora de la búsqueda de este tipo de información sobre subvenciones para la mejora energética de la vivienda.

Familia, amigos y conocidos (24,7%) y los profesionales del sector-técnicos (24,7%) obtienen idéntica confianza como referencia de información, siendo elementos complementarios en la búsqueda de esta información.

Por género se aprecian diferencias de actitud, y así los **hombres** tienen más propensión a la búsqueda de información en el entorno cercano, **círculo de confianza (27,4%)**, mientras que las **mujeres** tienden a informarse en entornos más **oficiales-administrativos (53,1%)**.

INTERNET (52,1%) Y EL AYUNTAMIENTO DE LA LOCALIDAD (50,9%) SON LAS DOS REFERENCIAS PRINCIPALES A LA HORA DE LA BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN SOBRE SUBVENCIONES PARA LA MEJORA ENERGÉTICA DE LA VIVIENDA.

figura #077

CANALES DE INFORMACIÓN SOBRE AYUDAS ECONÓMICAS PARA LAS MEJORAS ENERGÉTICAS DE LA VIVIENDA VS **GÉNERO**

INFORMACIÓN SOBRE AYUDAS PARA REFORMAS EFICIENCIA ENERGÉTICA	TOTAL	HOMBRE	MUJER
Un técnico (arquitecto/aparejador/empresa de reformas)	24,7	25,8	23,6
Amistades o conocidos	24,7	27,4	22
Internet	52,1	53	51,2
Ayuntamiento de mi localidad	50,9	48,6	53,1
Otro medio o canal...	1,6	1,8	1,4
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	496	508

Datos porcentuales (%).

En ciudades como **Barcelona, Bilbao o Valencia y en el entorno rural, los ayuntamientos son el canal más común** para informarse en cuanto a estas ayudas. Destacan resultados obtenidos en Madrid y Sevilla que sitúan por debajo de la media (50,9%) en la consideración del ayuntamiento de su localidad como fuente de información para estas ayudas.

figura #078

CANALES DE INFORMACIÓN SOBRE AYUDAS ECONÓMICAS PARA LAS MEJORAS ENERGÉTICAS DE LA VIVIENDA VS **REGIÓN Y ENTORNO**

INFORMACIÓN SOBRE AYUDAS PARA REFORMAS EFICIENCIA ENERGÉTICA	TOTAL	MADRID	BARCELONA	SEVILLA	BILBAO	VALENCIA	RURAL	NO RURAL
Un técnico (arquitecto/aparejador/empresa de reformas)	24,7	17,3	29,3	29,8	20	27	20,8	26,4
Amistades o conocidos	24,7	26	18,7	31,6	16	25,8	20	26,4
Internet	52,1	59,8	46,7	51,8	40	51,7	49,2	54,1
Ayuntamiento de mi localidad	50,9	47,2	58,7	43	58,7	56,2	59,2	47,5
Otro medio o canal...	1,6	3,1	0	1,8	2,7	0	1,5	1,5
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	127	75	114	75	89	130	394

Datos porcentuales (%).

Por grupos de edad se observa que son **los de más edad** quienes depositan más confianza en los **ayuntamientos locales** como fuente de información (62,5% los de 60-70 años y 57,5% los de 45-59 años), mientras que los **jóvenes** se decantan por canales más informales tipo **internet (59%)**.

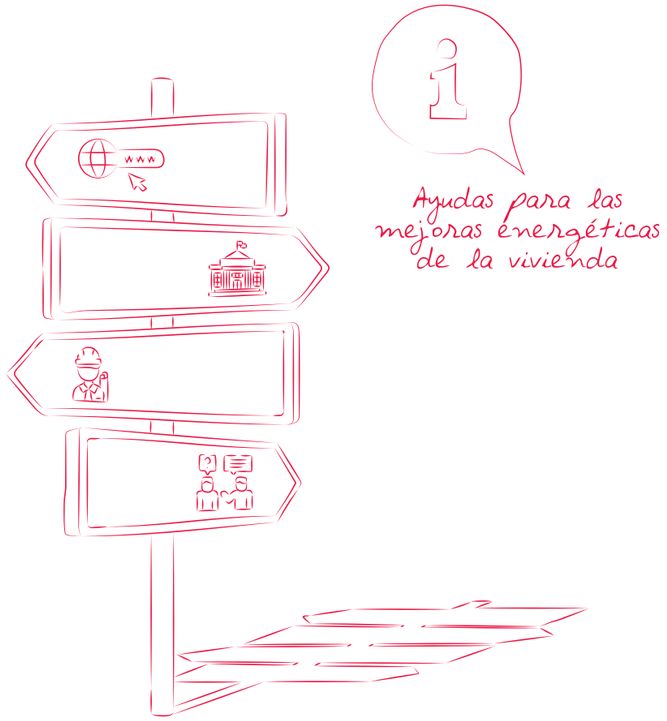
Uno de cada cuatro de los encuestados recurre al asesoramiento de un técnico como arquitecto o aparejador o directamente a las empresas de reformas, no observándose grandes diferencias en función de la edad de los usuarios.

figura #079

CANALES DE INFORMACIÓN SOBRE AYUDAS ECONÓMICAS PARA LAS MEJORAS ENERGÉTICAS DE LA VIVIENDA VS **GRUPOS DE EDAD**

INFORMACIÓN SOBRE AYUDAS PARA REFORMAS EFICIENCIA ENERGÉTICA	TOTAL	18-29 AÑOS	30-44 AÑOS	45-59 AÑOS	60-70 AÑOS
Un técnico (arquitecto/aparejador/ empresa de reformas)	24,7	20,4	27,2	23,6	26,9
Amistades o conocidos	24,7	32,5	23,3	22,7	22,5
Internet	52,1	59,2	59,5	45	42,5
Ayuntamiento de mi localidad	50,9	34,6	48,3	57,5	62,5
Otro medio o canal...	1,6	0,5	1,2	0,6	5,6
TOTAL DE ENCUESTADOS (Han reformado / Intención de reforma)	1004	191	331	322	160

Datos porcentuales (%).



05. TENDENCIAS ACTUALES
EN LA VIVIENDA

TENDENCIAS CONSTRUCTIVAS: LA CASA PASIVA

1. CONOCIMIENTO DE LA CASA PASIVA Y SUS CARACTERÍSTICAS ENTRE LA POBLACIÓN

1/3

SOLO UN TERCIO DE LOS ENCUESTADOS CONOCE EL CONCEPTO DE CASA PASIVA.

Las tendencias en construcción de viviendas nos muestran que estamos ante un **sector que apuesta por lo sostenible y el uso de nuevas tecnologías** con el fin de hacer las viviendas más eficientes energéticamente, acorde a la sensibilidad social actual.

Uno de los modelos que ha surgido de esta inquietud por la eficiencia energética es el modelo de **vivienda Passivhaus o Casa Pasiva**.

Aunque se trata de un concepto nacido en los años 80 del siglo pasado en Alemania, su divulgación entre el gran público ha sido muy distinto en función de los distintos países, y han sido las inquietudes medioambientales de las últimas décadas las que están dando impulso a un modelo constructivo coherente con la reducción del consumo energético y el confort "térmico" en la vivienda.

El ***Barómetro ISOVER & Placo® sobre los hogares*** nos brinda una oportunidad para conocer en qué medida el concepto "Casa Pasiva" está extendida en el mercado español, en general; el conocimiento del detalle de sus posibilidades, y en definitiva, el nivel de interés que despierta de cara a futuras acciones de compra o cambio de vivienda.

Un tercio de la población adulta española ha oído hablar o tiene referencias de este tipo de construcción, la Casa Pasiva.

Sin embargo, no es un conocimiento homogéneo para el conjunto de las personas que afirman conocer el concepto. Este conocimiento es preciso, es decir, lo conocen en detalle aproximadamente el 6,5% de la población. Por tanto, **para la mayor parte de los conocedores** del concepto Casa Pasiva (26,2%) se **trata de un conocimiento poco profundo**, y resultado de haber visto u oído el término en alguna ocasión ya sea en los medios de comunicación o en otro entorno, pero sin conocer en detalle su contenido.

figura #080

NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LAS CASAS PASIVAS VS **GÉNERO**

CONOCIMIENTO CASA PASIVA	TOTAL	HOMBRE	MUJER
Sí, lo conozco en detalle	6,5	7,1	5,9
Sí, me suena pero no conozco mucho sólo de nombre	26,2	29,2	23,2
No, no había oído nunca	67,3	63,7	70,9
Total conocimiento	32,7	36,3	29,1
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	496	508

Datos porcentuales (%).

Es en el conjunto de las dos grandes urbes, **Madrid y Barcelona** donde el término Casa Pasiva alcanza un **nivel de conocimiento** sugerido mayor, situándose en ambos casos en el **40% de la población**.

En Bilbao (9.3%) y en Madrid (8.7%) mejora el conocimiento del detalle del concepto y sus características, siendo conocido este en detalle por aproximadamente el 9% de la población adulta.

figura #081

NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LAS CASAS PASIVAS VS **REGIÓN Y ENTORNO**

CONOCIMIENTO CASA PASIVA	TOTAL	MADRID	BARCELONA	SEVILLA	BILBAO	VALENCIA	RURAL	NO RURAL
Sí, lo conozco en detalle	6,5	8,7	5,3	4,4	9,3	5,6	6,2	6,3
Sí, me suena pero no conozco mucho sólo de nombre	26,2	31,5	34,7	26,3	22,7	25,8	23,8	24,4
No, no había oído nunca	67,3	59,8	60	69,3	68	68,5	70	69,3
Total conocimiento	32,7	40,2	40	30,7	32	31,5	30	30,7
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	127	75	114	75	89	130	394

Datos porcentuales (%).

Se observa un mayor desconocimiento, por un lado, en entornos rurales (70%), y en las ciudades de Sevilla (69.3%) y de Valencia (68.5%), aunque todas ellas están muy cercanas a la media **(67.3%)** de **personas que afirman que nunca habían oído hablar de este concepto**.

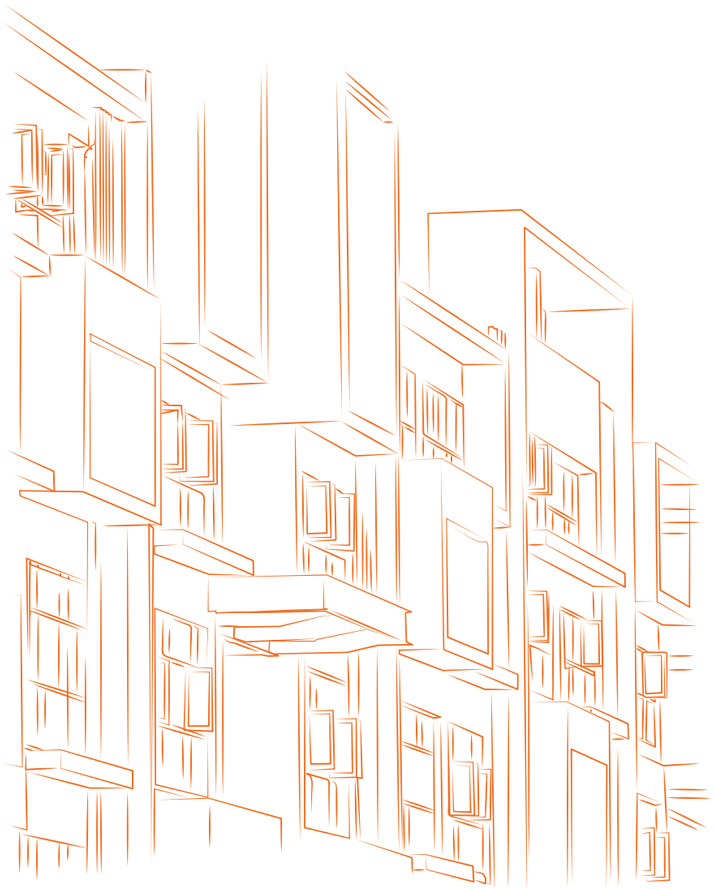
Al considerar los distintos grupos de edad, es un **tipo de construcción más conocido por el grupo más joven (40,8%)**, si bien en los 3 grupos de edad (excluidos los mayores de 60 años) su nivel de conocimiento se sitúa por encima del 30%.

figura #082

NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LAS CASAS PASIVAS VS **GRUPOS DE EDAD**

CONOCIMIENTO CASA PASIVA	TOTAL	18-29 AÑOS	30-44 AÑOS	45-59 AÑOS	60-70 AÑOS
Sí, lo conozco en detalle	6,5	7,3	9,4	4,7	3,1
Sí, me suena pero no conozco mucho sólo de nombre	26,2	33,5	21,8	31,4	16,3
No, no había oído nunca	67,3	59,2	68,9	64	80,6
Total conocimiento	32,7	40,8	31,1	36	19,4
TOTAL DE ENCUESTADOS (Han reformado / Intención de reforma)	1004	191	331	322	160

Datos porcentuales (%).



2. INTERÉS DE LA CASA PASIVA COMO OPCIÓN DE COMPRA

Para tener una perspectiva práctica de la aceptación de este tipo de construcción, determinamos el interés que el concepto Casa Pasiva despierta entre la población ante una posible decisión de adquisición de una nueva vivienda.

Para ello, al realizar la encuesta se ofreció la siguiente definición de este concepto: *"Una Casa Pasiva es una vivienda que no necesita o necesita muy poca cantidad de energía para funcionar. Y esto se consigue construyéndola con técnicas, sistemas constructivos y materiales que aíslen térmicamente muy bien la vivienda, junto con la utilización de fuentes de energía como la solar o la térmica, entre otras. De esta forma se consigue que sea mínima la necesidad de usar aire acondicionado o calefacción para estar confortables en su interior."*

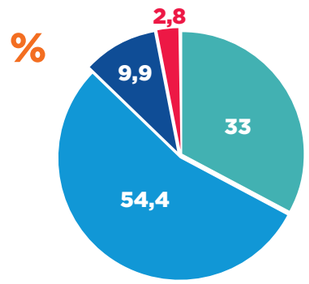
La Casa Pasiva es un concepto con una excelente aceptación general. Prácticamente el **90% de la población se decanta favorablemente a considerar la Casa Pasiva como opción a la hora de adquirir una nueva vivienda**.

Para distinguir distintos niveles de afinidad, recurrimos al que nos proporciona el nivel de seguridad con el que considerarían una Casa Pasiva como opción de compra. Obtenemos que **1 de cada 3 personas lo consideran con convicción** ("seguramente sí"). Aceptación e interés que se ratifica al comprobar que únicamente un 3% de los potenciales compradores indica con certeza que no la consideraría ("seguramente no").

La intención de compra de la Casa Pasiva es muy positiva en todas las ciudades consideradas (con opiniones de "seguro-probable sí" por encima del 86%) e incluso en el medio rural (91%). Bilbao es la ciudad donde se muestra un cierto menor interés, a pesar de lo cual 3 de cada 4 personas potenciales compradoras (76%) se muestran favorables.

figura #083

CONSIDERACIÓN DE LA CASA PASIVA COMO OPCIÓN DE COMPRA



- (4) SEGURAMENTE SÍ
- (3) PROBABLEMENTE SÍ
- (2) PROBABLEMENTE NO
- (1) SEGURAMENTE NO

Total Sí	87,4
Total No	12,6
Media (4-1)	3,18

TOTAL DE ENCUESTADOS (1004)

figura #084

CONSIDERACIÓN DE LA CASA PASIVA COMO OPCIÓN DE COMPRA VS **REGIÓN Y ENTORNO**

CONSIDERACIÓN DE LA CASA PASIVA COMO OPCIÓN DE COMPRA	TOTAL	MADRID	BARCELONA	SEVILLA	BILBAO	VALENCIA	RURAL	NO RURAL
(4) Seguramente sí	33	30,7	26,7	31,6	25,3	29,2	38,5	35,8
(3) Probablemente sí	54,4	59,1	61,3	57	50,7	57,3	52,3	51,5
(2) Probablemente no	9,9	7,9	8	10,5	21,3	10,1	6,2	9,6
(1) Seguramente no	2,8	2,4	4	0,9	2,7	3,4	3,1	3
Total Sí	87,4	89,8	88	88,6	76	86,5	90,8	87,3
Media (4-1)	3,18	3,18	3,11	3,19	2,99	3,12	3,26	3,2
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	127	75	114	75	89	130	394

Datos porcentuales (%).

96,9%

CASI LA TOTALIDAD DE LA POBLACION CONOCEDORA DE LA CASA PASIVA AFIRMA QUE ES UNA OPCIÓN DE COMPRA.

El conocimiento previo y **haber oído hablar con anterioridad de la Casa Pasiva incide positivamente en la aceptación e interés por el concepto**. El 96,9% de los que conocían previamente esta opción en detalle o el 92,4% de los que conocían el concepto únicamente de oídas se declaran interesados.

La consideración de la Casa Pasiva en la potencial compra es muy elevada incluso entre aquellos que ven por primera vez el concepto (84,5% de los que no lo habían oído).

figura #085

CONSIDERACIÓN DE LA CASA PASIVA COMO OPCIÓN DE COMPRA VS **CONOCIMIENTO CASA PASIVA**

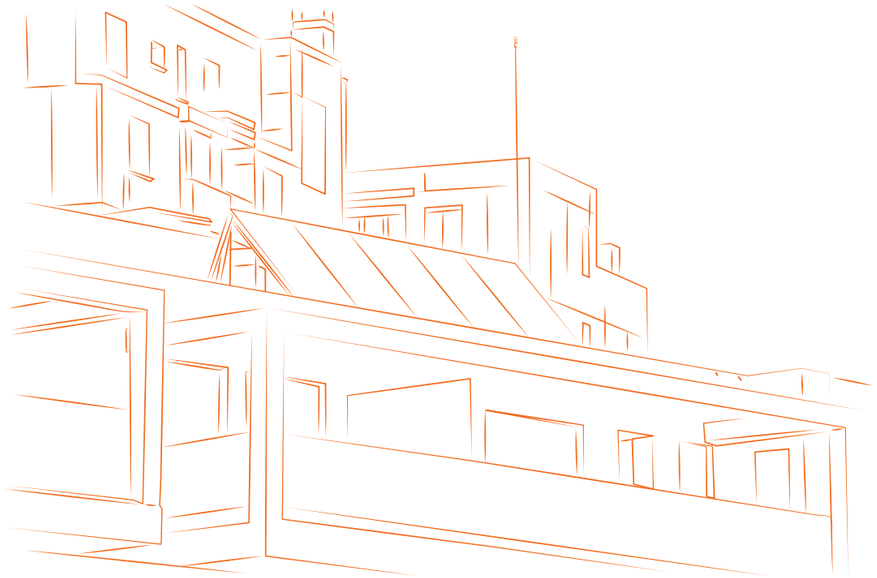
CONSIDERACIÓN DE LA CASA PASIVA COMO OPCIÓN DE COMPRA	SÍ, LO CONOZCO EN DETALLE	SÍ, ME SUENA, PERO NO CONOZCO MUCHO, SÓLO DE NOMBRE	NO, NO HABÍA OÍDO NUNCA	TOTAL CONOZCO
(4) Seguramente sí	49,2	28,1	33,3	32,3
(3) Probablemente sí	47,7	64,3	51,2	61
(2) Probablemente no	1,5	7,2	11,7	6,1
(1) Seguramente no	1,5	0,4	3,8	0,6
Total Sí	96,9	92,4	84,5	93,3
Media (4-1)	3,45	3,2	3,14	3,25
TOTAL DE ENCUESTADOS	65	263	676	328

Datos porcentuales (%).

Sin duda el concepto de Casa Pasiva resulta atractivo para una proporción muy alta de la potencial demanda de nueva vivienda (87,4% del conjunto de la población).

Superada la barrera del interés por este tipo de construcción, comprobamos cuál es la característica o combinación de **características de la Casa Pasiva que actúa como desencadenante de este interés**, y el orden de prioridades relativas en el escenario de toma de decisión de compra de una vivienda pasiva.

Como **primera prioridad** a la hora de compra de una vivienda pasiva encontramos una **combinación de temas económicos y de confort**.



Aunque son los **temas económicos los que predominan (59,9% de los usuarios indican como primer motivo el precio inicial y la amortización a medio-largo plazo)** en este primer momento de la decisión de posible compra de la vivienda pasiva hay consideraciones a corto y largo plazo.

Se trata de una visión y decisión económica que no sólo se basa en el precio de la vivienda (el 43,3% de las personas consideran el precio inicial como primer motivo) si no que se tienen en cuenta las ventajas económicas derivadas del modelo Casa Pasiva.

El confort derivado del control de la temperatura dentro de la vivienda por este tipo de construcción (menos frio en invierno / menos calor en verano) es el **segundo motivo más importante** en su decisión de compra de una Casa Pasiva (25,9%).

Destaca que un 16,6% de la población se declara interesada y tiene en cuenta como primer motivo decisor de la vivienda pasiva la reducción que conlleva en el importe de las facturas relacionadas con el consumo de energía. Por tanto, **el ahorro energético que supone a medio y largo plazo es uno de los principales reclamos de la Casa Pasiva**.

Hay también un elevado número de **personas interesadas (14,1%)** que valoran el **carácter respetuoso de la vivienda con el medioambiente** como el principal motivo para considerarla en su opción de compra. Es decir, personas que anteponen aspectos medioambientales y respeto por el entorno a otros posibles motivos para su elección.

Al considerar el segundo motivo para decidir su compra de este tipo de vivienda, la amortización a medio y largo plazo por la reducción del importe de las facturas energéticas pasa a ocupar un puesto relevante

EL RESPETO POR EL MEDIOAMBIENTE ES UNA CARACTERÍSTICA QUE VA TOMANDO FUERZA COMO ARGUMENTO DE COMPRA SEGÚN AVANZAMOS EN EL ORDEN DE PRIORIDADES DE COMPRA.

(31,8%) conjuntamente con el confort en la vivienda (33,8%).

Es decir **2 de cada 3 personas interesadas en las viviendas pasivas** ven en la **reducción de la factura energética y el "confort térmico" el segundo motivo fundamental** que les induciría a decantarse por este tipo de vivienda.

Nuevamente encontramos la **amortización a medio-largo plazo** (por la reducción de las facturas de electricidad/gas) como el **tercer motivo más considerado (33,8%)** para impulsar la compra de una vivienda pasiva.

El **respeto por el medioambiente** es una característica que va tomando fuerza como argumento de compra según avanzamos en el orden de prioridades. Concretamente, el **18.4% como segunda prioridad y el 21,7% como tercer motivo**. Y más de la mitad de las personas lo consideran entre los 3 principales motivos que influirían en su decisión para la compra de una vivienda pasiva.

figura #086

CASA PASIVA, MOTIVOS DE INTERÉS VS **ORDEN DE PRIORIDAD**

CONSIDERACIÓN DE LA CASA PASIVA COMO OPCIÓN DE COMPRA	ORDEN DE PRIORIDAD 1º	2º	3º	4º
El precio inicial	43,3	16,1	17,3	23,3
La amortización a medio-largo plazo (reducción de las facturas de electricidad/gas)	16,6	31,8	33,8	17,8
Obtener un mayor confort dentro de la vivienda (menos frío en invierno, menos calor en verano)	25,9	33,8	27,3	13,1
Obtener una vivienda respetuosa con el medioambiente	14,1	18,4	21,7	45,8
TOTAL DE ENCUESTADOS (Tiene importancia)	877	877	877	877

Datos porcentuales (%).

Cuando nos centramos en el principal motivo decisor, y comparamos su interés entre los distintos grupos poblacionales, el tener una vivienda confortable térmicamente (menos frío en invierno, menos calor en verano) tiene en Madrid un especial interés (32,5%), si bien es un motivo principal para más del 25% de los interesados en todas las grandes ciudades (únicamente en Bilbao se sitúa ligeramente por debajo (22,8%).

Los factores son ligeramente más frecuentes en entornos no rurales (16,6%) como motivo de interés sobre las casas pasivas destacando ciudades como Sevilla (13,9%), Madrid (12,3%) y Valencia (11,7%),

figura #087

CASA PASIVA, MOTIVOS DE INTERÉS, 1ER LUGAR VS **REGIÓN Y ENTORNO**

CASA PASIVA, MOTIVOS DE INTERÉS, 1ER LUGAR	TOTAL	MADRID	BARCELONA	SEVILLA	BILBAO	VALENCIA	RURAL	NO RURAL
El precio inicial	43,3	38,6	42,4	48,5	50,9	40,3	39	44,5
La amortización a medio-largo plazo (reducción de las facturas de electricidad/gas)	16,6	16,7	21,2	8,9	17,5	22,1	17,8	16,3
Obtener un mayor confort dentro de la vivienda (menos frío en invierno, menos calor en verano)	14,1	12,3	9,1	13,9	8,8	11,7	16,1	16,6
Obtener una vivienda respetuosa con el medioambiente	25,9	32,5	27,3	28,7	22,8	26	27,1	22,7
TOTAL DE ENCUESTADOS (Tiene importancia)	877	114	66	101	57	77	118	344

Datos porcentuales (%).

La amortización a partir de la **disminución de la factura energética** despierta **más interés en los grupos más jóvenes** (19,6% de los interesados de edades comprendidas entre los 30 y 44 años, y 18,7% en los 18 a 30 años), mientras que **el confort es más valorado conforme aumenta la edad de la población** (27,2% entre los de 45 a 59 años y 29,5% en el grupo de más de 60 años).

38,3%

LA DISMINUCIÓN DE LA FACTURA ENERGÉTICA DESPIERTA MÁS INTERÉS EN LOS GRUPOS MÁS JÓVENES.

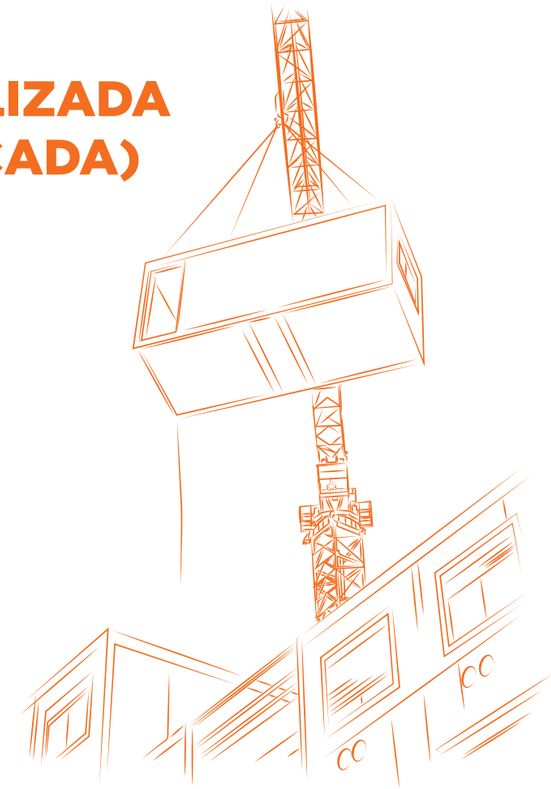
figura #088

CASA PASIVA, MOTIVOS DE INTERÉS, 1ER LUGAR VS **GRUPOS DE EDAD**

CASA PASIVA, MOTIVOS DE INTERÉS, 1ER LUGAR	TOTAL	18-29 AÑOS	30-44 AÑOS	45-59 AÑOS	60-70 AÑOS
El precio inicial	43,3	45,2	40,4	43,6	46,8
La amortización a medio-largo plazo (reducción de las facturas de electricidad/gas)	16,6	18,7	19,6	15	11,5
Obtener un mayor confort dentro de la vivienda (menos frío en invierno, menos calor en verano)	25,9	22,9	24,6	27,2	29,5
Obtener una vivienda respetuosa con el medioambiente	14,1	13,3	15,4	14,3	12,2
TOTAL DE ENCUESTADOS (Tiene importancia)	877	166	285	287	139

Datos porcentuales (%).

VIVIENDA INDUSTRIALIZADA (PREFABRICADA)



1. VIVIENDA INDUSTRIALIZADA (PREFABRICADA)

55,2%

MÁS DE LA MITAD DE LOS POTENCIALES COMPRADORES ESTÁ ABIERTO A CONSIDERAR UNA VIVIENDA INDUSTRIALIZADA.

Dentro de la oferta actual del mercado de viviendas la posibilidad de adquirir una **vivienda prefabricada** es una solución que dispone cada vez de una mayor oferta y en consecuencia también aumenta su conocimiento por el gran público.

Entendiendo por *"vivienda industrializada o prefabricada aquella en la que parte del proceso de su construcción o su totalidad se ha realizado en una fábrica y en el lugar de la obra se termina de realizar el montaje. Con ventajas como poder realizar elementos más complejos que de forma tradicional no serían posibles, mejorar la calidad de los trabajos y terminaciones, ahorro de costes y tiempo al poder construir varias unidades simultáneamente."*

Seguidamente detallamos en qué medida es esta una opción considerada a la hora de adquirir una nueva vivienda.

Más de la mitad de los potenciales compradores de una nueva vivienda, esto es el 55,2% de la población, está **abierto a considerar la opción de una vivienda industrializada / prefabricada**.

figura #089

CONSIDERACIÓN VIVIENDAS PREFABRICADAS VS **GÉNERO**

CONSIDERACIÓN VIVIENDAS PREFABRICADAS	TOTAL	HOMBRE	MUJER
(4) Seguramente sí	12	11,9	12
(3) Probablemente sí	43,2	45	41,5
(2) Probablemente no	30,6	27,4	33,7
(1) Seguramente no	14,2	15,7	12,8
Total Sí	55,2	56,9	53,5
Total No	44,8	43,1	46,5
Media (4-1)	2,53	2,53	2,53
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	496	508

Datos porcentuales (%).

Si analizamos esta tendencia por ciudades, destacan **Madrid (59,8%), Barcelona (56%) y las ciudades intermedias (56,9%) con una mejor predisposición** ante la posibilidad de compra de este tipo de casas prefabricadas o industrializadas.

Gracias a este ***Barómetro ISOVER & Placo® sobre los hogares*** contrastamos que **esta nueva tendencia dentro del sector** de la construcción presenta una **aceptación muy alta** que se ha consolidado en un tiempo récord ya que este nuevo concepto tiene una trayectoria más larga en otros países. En España es claramente una opción de desarrollo en la que se deben continuar integrando aspectos medioambientales y de confort, altamente valorados en otras secciones de este barómetro.

figura #090

CONSIDERACIÓN VIVIENDAS PREFABRICADAS VS **REGIÓN Y ENTORNO**

CONSIDERACIÓN VIVIENDAS PREFABRICADAS	TOTAL	MADRID	BARCELONA	SEVILLA	BILBAO	VALENCIA	RURAL	NO RURAL
(4) Seguramente sí	12	11	9,3	11,4	9,3	14,6	10,8	13,2
(3) Probablemente sí	43,2	48,8	46,7	39,5	37,3	39,3	43,8	43,7
(2) Probablemente no	30,6	31,5	28	33,3	32	31,5	29,2	29,9
(1) Seguramente no	14,2	8,7	16	15,8	21,3	14,6	16,2	13,2
Total Sí	55,2	59,8	56	50,9	46,7	53,9	54,6	56,9
Total No	44,8	40,2	44	49,1	53,3	46,1	45,4	43,1
Media (4-1)	2,53	2,62	2,49	2,46	2,35	2,54	2,49	2,57
TOTAL DE ENCUESTADOS (Tiene importancia)	1004	127	75	114	75	89	130	394

Datos porcentuales (%).

06. SOLUCIONES PRO-CONFORT

ISOVER & Placo®

TENDENCIAS Y NUEVAS DEMANDAS DE CONFORT EN EL HOGAR

1. SOLUCIONES ISOVER & PLACO® ANTE LA DEMANDA DEL MERCADO: REFORMAS Y NUEVA VIVIENDA

La pandemia COVID-19 ha acelerado la necesidad de **adopción de soluciones para mejorar las características de la vivienda y su confort** acorde con las expectativas de los miembros del hogar.

Mejora del confort que supone en algunos casos la realización de reformas en la vivienda y en otros la búsqueda de una nueva vivienda que cumpla con unas condiciones que permitan afrontar los retos y necesidades habituales y aquellos más recientes, derivados de la pandemia.

Necesidades que apuntan mejoras en las condiciones de habitabilidad de la vivienda al requerirse:

- un **uso más continuo e intenso de la vivienda**, dado el mayor número de horas que pasamos en el hogar.
- potenciar la **pluralidad y la creación de espacios multifunción en el hogar**. Facilitando la realización en la vivienda de actividades tales como el teletrabajo o de ocio que anteriormente eran excepcionales y que tienden a convertirse en la norma del futuro inmediato.
- garantizando a la vez unos **estándares elevados de confort y entornos saludables**.

En el ***Barómetro ISOVER & Placo® sobre los hogares*** se ponen de manifiesto los **principales motivos determinantes de la realización de reformas o cambios de vivienda**. Entre las características de base más demandadas por la población para con su vivienda actual o ante la posibilidad de una nueva vivienda están las relacionadas con:

- el confort térmico,
- el confort acústico,
- asegurar la calidad del aire interior de la vivienda,
- la redistribución y versatilidad de los espacios de la vivienda.

Todo ello, dentro de un contexto que garantice el respeto al medioambiente y preservación del entorno como valores compartidos por el conjunto de la sociedad actual.

figura #091
MOTIVOS REFORMA DE LA VIVIENDA

MOTIVOS REFORMA DE LA VIVIENDA	TOTAL
El confort general de la vivienda	37,9
La accesibilidad dentro de mi vivienda (cambiar bañera por plato de ducha, puertas/pasillos más anchos...)	35,6
El aislamiento térmico (sensación de calor o frío)	31,4
La distribución de los espacios y la versatilidad del hogar	26
Problemas de humedades, malos olores, etc.	22
El aislamiento acústico (minimizar/eliminar ruidos)	20,4
TOTAL DE ENCUESTADOS (Han reformado / Intención de reforma)	554

Datos porcentuales (%).

Como motivos coincidentes en buena parte de los casos con las expectativas ante la posible elección de una nueva vivienda entre los que recordamos que los **materiales de construcción** se sitúan a la cabeza de las características más importantes entre los usuarios a la hora de comprar una casa (93,6%).

93,6%

LOS MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN SE SITÚAN A LA CABEZA DE LAS CARACTERÍSTICAS MÁS IMPORTANTES ENTRE LOS USUARIOS A LA HORA DE COMPRAR UNA CASA (93,6%).

figura #092
IMPORTANCIA DE LAS CARACTERÍSTICAS EN ELECCIÓN NUEVA VIVIENDA

IMPORTANCIA CARACTERÍSTICAS NUEVA VIVIENDA	TOTAL
La calidad de los materiales de construcción (los beneficios técnicos y funcionales de estos materiales)	93,6
La reducción del gasto en las facturas de la luz, gas, calefacción...	92,9
La calidad del aire interior de mi vivienda	91,2
El aislamiento térmico	90,8
El aislamiento acústico	88,9
Mayor espacio en zonas comunes (salón, comedor, cocina...)	86,2
Mayor espacio en los dormitorios	77,2
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004

Datos porcentuales (%).

2. LOS SISTEMAS DE TABIQUERÍA CON PLACA DE YESO LAMINADO Y AISLAMIENTO. UNA SOLUCIÓN CONSTRUCTIVA

La oferta de ISOVER & Placo® comprende una amplia variedad de soluciones y sistemas para facilitar el aislamiento en obra nueva y en reformas. Para estas soluciones constructivas, es fundamental considerar los sistemas de tabiquería seca, compuestos por **placas de yeso laminado (PYL)** y los diversos productos de **aislamiento**.

Los resultados del ***Barómetro ISOVER & Placo® sobre los hogares*** nos facilitan la visión directa del usuario en cuanto a la **aceptación que despierta este tipo de soluciones bien sea para la realización de las reformas** necesarias o como material de construcción ante la posible compra de una nueva vivienda.

Para ello planteamos al entrevistado el escenario de aceptación de su uso, tras indagar en el conocimiento de sus características diferenciadoras frente a otros posibles productos alternativos, es decir la rapidez y facilidad de su montaje, su seguridad y resistencia, su versatilidad y precio.

Así encontramos que sus **ventajas son conocidas por la mayor parte de la población (56,7%)**, algo más entre los hombres (59,9%) que por las mujeres (53,5%).

figura #093

CONOCIMIENTO DE LAS VENTAJAS DE LOS SISTEMAS DE TABIQUERÍA CON PLACAS DE YESO LAMINADO Y AISLAMIENTO VS **GÉNERO**

CONOCE VENTAJAS DE SISTEMAS DE TABIQUERÍA CON PYL Y AISLAMIENTO	TOTAL	HOMBRE	MUJER
Sí	56,7	59,9	53,5
No	43,3	40,1	46,5
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	496	508

Datos porcentuales (%).

En el análisis geográfico, **Bilbao es la ciudad donde son más conocidas las ventajas de los sistemas de tabiquería con placa de yeso laminado y aislamiento como solución constructiva (68%)**. La noción sobre los beneficios de esta solución constructiva se sitúa en niveles entre el 50 y 60% de la población de las distintas ciudades y tamaños de hábitat. Únicamente en Madrid este conocimiento está ligeramente por debajo del 50%.

figura #094

CONOCIMIENTO DE LAS VENTAJAS DE LOS SISTEMAS DE TABIQUERÍA CON PLACAS DE YESO LAMINADO Y AISLAMIENTO VS **REGIÓN Y ENTORNO**

CONOCE VENTAJAS DE PYL	TOTAL	MADRID	BARCELONA	SEVILLA	BILBAO	VALENCIA	RURAL	NO RURAL
Sí	56,7	48,8	53,3	54,4	68	59,6	59,2	56,9
No	43,3	51,2	46,7	45,6	32	40,4	40,8	43,1
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	127	75	114	75	89	130	394

Datos porcentuales (%).

Por grupos de edad, los sistemas de tabiquería basados en placa de yeso laminado y sus ventajas son **más conocidas por los grupos de edad superior a los 30 años** (las conocen aproximadamente el 60% de estos grupos de población), y únicamente es entre los más jóvenes que disminuye ligeramente por debajo del 50%.

figura #095

CONOCIMIENTO DE LAS VENTAJAS DE LOS SISTEMAS DE TABIQUERÍA CON PLACAS DE YESO LAMINADO Y AISLAMIENTO VS **GRUPOS DE EDAD**

CONOCE VENTAJAS DE PYL	TOTAL	18-29 AÑOS	30-44 AÑOS	45-59 AÑOS	60-70 AÑOS
Sí	56,7	47,6	58,6	58,1	60,6
No	43,3	52,4	41,4	41,9	39,4
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	191	331	322	160

Datos porcentuales (%).

Comprobado el amplio conocimiento de la solución y sus ventajas, para tener una visión objetiva de su potencial, es fundamental verificar cual es el nivel de aceptación de los usuarios finales. Es decir, en **qué medida están dispuestos a incorporar los sistemas con placa de yeso laminado en la realización de sus posibles reformas** o cómo afecta su presencia en la decisión de adquisición de una nueva vivienda.

Existe una muy **buena acogida de esta solución** en ambos escenarios, como lo demuestra el que el **72,2% de la población lo valora como material ante la realización de una reforma** o como sistema constructivo de una nueva vivienda.

Reafirmándose esta visión positiva de la solución el hecho de que únicamente el 6,3% no lo consideraría como opción deseada.

Destaca que el **público femenino** presenta una actitud **más favorable** hacia su uso (76,6%) respecto a los hombres con una valoración de 10 puntos por debajo (67,7%).

figura #096

CONSIDERACIÓN DE LOS SISTEMAS DE TABIQUERÍA DE PLACA DE YESO LAMINADO Y AISLAMIENTO EN REFORMAS-NUEVA VIVIENDA VS GÉNERO

CONSIDERACIÓN SISTEMA PYL	TOTAL	HOMBRE	MUJER
Lo consideraría mucho	14,8	13,9	15,7
Lo consideraría bastante	57,4	53,8	60,8
Lo consideraría poco	21,5	24,4	18,7
No lo consideraría	6,3	7,9	4,7
Consideraría mucho/bastante	72,2	67,7	76,6
Consideraría poco/nada	27,8	32,3	23,4
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	496	508

Datos porcentuales (%).

Por ciudades es en Barcelona donde la respuesta es más favorable a los sistemas constructivos de tabiquería con placas de yeso laminado y aislamiento (78,7%), si bien **en todos los casos se sitúa el nivel de interés** (consideraría mucho-bastante) **en el torno del 70%** de las respuestas.

Como agentes líderes en el sector de la construcción, Placo® e ISOVER, además de haber evolucionado su gama de soluciones constructivas para satisfacer la creciente demanda de construcción en seco, no han perdido de vista aspectos relacionados con la preservación del medioambiente desarrollando proyectos de valorización de las placas (reintroduciéndolas al proceso productivo) e incluso ejerciendo la figura de "gestor de residuos" y apoyando las dinámicas de economía circular.

figura #097

CONSIDERACIÓN DE LOS SISTEMAS DE TABIQUERÍA DE PLACA DE YESO LAMINADO Y AISLAMIENTO EN REFORMAS-NUEVA VIVIENDA VS REGIÓN Y ENTORNO

CONSIDERACIÓN SISTEMA PYL	TOTAL	MADRID	BARCELONA	SEVILLA	BILBAO	VALENCIA	RURAL	NO RURAL
Lo consideraría mucho	14,8	16,5	16	14	8	16,9	12,3	16
Lo consideraría bastante	57,4	57,5	62,7	53,5	60	56,2	60	56,3
Lo consideraría poco	21,5	24,4	12	28,9	21,3	21,3	16,9	21,8
No lo consideraría	6,3	1,6	9,3	3,5	10,7	5,6	10,8	5,8
Consideraría mucho/bastante	72,2	74	78,7	67,5	68	73	72,3	72,3
Consideraría poco/nada	27,8	26	21,3	32,5	32	27	27,7	27,7
TOTAL DE ENCUESTADOS (Tiene importancia)	1004	127	75	114	75	89	130	394

Datos porcentuales (%).

3. ELEMENTOS Y SOLUCIONES CONSTRUCTIVAS ADOPTADAS EN LAS REFORMAS: AISLAMIENTO TÉRMICO, ACÚSTICO Y CALIDAD DEL AIRE

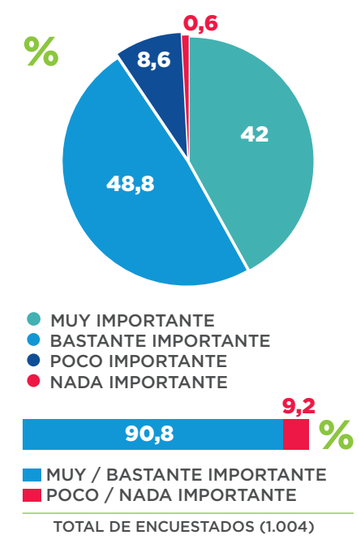
1.1. Aislamiento térmico. Conocimiento e interés

Hemos comprobado que el aislamiento térmico del hogar y la búsqueda de la eficiencia energética en la vivienda están entre los principales objetivos desencadenantes de la realización de reformas y mejoras en el hogar. De forma que **el 90,8% de la población considera el aislamiento térmico "Muy o bastante importante"**.

Puede decirse que, con estos datos tan elevados, ha habido una alta concienciación durante los últimos años que han calado en la sociedad actual ya que hace tan sólo 10 años, la importancia del aislamiento térmico no presentaba datos tan altos. Además de la concienciación, es cierto que los fabricantes de materiales de construcción han entendido las **necesidades del propio mercado** y han desarrollado nuevas soluciones que contribuyen de manera **eficiente** a mejorar aspectos relacionados con el **aislamiento térmico**.

figura #098

TIPO DE VIVIENDA HABITUAL



TOTAL DE ENCUESTADOS (1.004)

En ISOVER y Placo® contamos con soluciones constructivas de altas prestaciones, que dan respuesta a estos requisitos de la población en materia de **confort térmico**, con la más amplia gama de **sistemas de aislamiento** eficiente desarrollados bajo criterios de eco-innovación. Un ejemplo es la nueva generación de lana mineral ***arena*** APTA para trasdosados y sistemas de tabiquería con placa de yeso laminado.

El **aislamiento térmico** es considerado como "Muy importante" por la mitad de la población que reside en zonas rurales, y el 45,4% de los que habitan en ciudades intermedias. Al considerar las grandes ciudades está valoración aumenta en Madrid y Bilbao ("Muy importante" 40%) aunque en todas ellas más de **1 de cada 3 considera que es una característica importante**.

figura #099

EL AISLAMIENTO TÉRMICO VS **ELECCIÓN DE NUEVA VIVIENDA**

EL AISLAMIENTO TÉRMICO. IMPORTANCIA PARA ELECCIÓN DE NUEVA VIVIENDA	TOTAL	MADRID	BARCELONA	SEVILLA	BILBAO	VALENCIA	RURAL	NO RURAL
(4) Muy importante	42	40,9	32	34,2	36	40,4	50	45,4
(3) Bastante importante	48,8	51,2	61,3	52,6	57,3	44,9	40	46,7
(2) Poco importante	8,6	7,9	5,3	11,4	6,7	14,6	9,2	7,4
(1) Nada importante	0,6	0	1,3	1,8	0	0	0,8	0,5
Total Muy-bastante importante	90,8	92,1	93,3	86,8	93,3	85,4	90	92,1
Total Poco-nada importante	9,2	7,9	6,7	13,2	6,7	14,6	10	7,9
TOTAL DE ENCUESTADOS (Tiene importancia)	1004	127	75	114	75	89	130	394

Datos porcentuales (%).

Es por tanto importante llevar a cabo un ejercicio de identificación para conocer cuáles son las soluciones que los potenciales clientes del mercado español tienen más presentes a la hora de abordar este problema, para así poder evaluar en qué medida **se corresponden estas expectativas con las soluciones disponibles en el mercado.**

figura #100

CONOCIMIENTO DE SOLUCIONES PARA EL CONFORT TÉRMICO Y EFICIENCIA ENERGÉTICA VS **GÉNERO**

CONOCIMIENTO SOLUCIONES TÉRMICAS	TOTAL	HOMBRE	MUJER
Sí	24,9	25	24,8
No	75,1	75	75,2
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	496	508

Datos porcentuales (%).

Para ISOVER y Placo® estos datos son fundamentales para **alinear nuestra oferta de gama con los deseos de los usuarios** por lo que existe un acompañamiento continuo en investigación y desarrollo de nuevas soluciones que contemplen estas necesidades.

Acorde con su importancia, **1 de cada 4 personas menciona alguna posible solución para la mejora de las condiciones térmicas de la vivienda**, de su confort térmico o de la mejora de su eficiencia energética.

Por grupos de edad **son los más mayores los que aportan más soluciones**, de 45 a 59 y de 60 a 70, **con casi un 30%**.

figura #101

CONOCIMIENTO DE SOLUCIONES PARA EL CONFORT TÉRMICO Y EFICIENCIA ENERGÉTICA VS **GRUPOS DE EDAD**

CONOCIMIENTO SOLUCIONES TÉRMICAS	TOTAL	18-29 AÑOS	30-44 AÑOS	45-59 AÑOS	60-70 AÑOS
Sí	24,9	20,9	22,4	27,6	29,4
No	75,1	79,1	77,6	72,4	70,6
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	191	331	322	160

Datos porcentuales (%).

Ahondando en el tipo de soluciones para el confort térmico y eficiencia energética, las distintas soluciones consultadas señalan un espectro amplio de objetivos sobre los que actuar, la mayoría complementarios, para obtener este confort y eficiencia.

Al considerar las diferencias en cuanto a **aportación de soluciones** para la búsqueda del **confort térmico y la eficiencia energética** en las distintas ciudades principales y áreas geográficas, en todas ellas observamos que aproximadamente **1 de cada 4 personas es capaz de señalar una solución especifica**.

Esta situación mejora ligeramente en ciudades como Barcelona (28%), Madrid (26,8%) o Sevilla (26,3%).

figura #102

CONOCIMIENTO DE SOLUCIONES PARA EL CONFORT TÉRMICO Y EFICIENCIA ENERGÉTICA VS **REGIÓN Y ENTORNO**

CONOCIMIENTO SOLUCIONES TÉRMICAS	TOTAL	MADRID	BARCELONA	SEVILLA	BILBAO	VALENCIA	RURAL	NO RURAL
Sí	24,9	26,8	28	26,3	25,3	24,7	23,8	23,6
No	75,1	73,2	72	73,7	74,7	75,3	76,2	76,4
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	127	75	114	75	89	130	394

Datos porcentuales (%).

Las soluciones más numerosas se concentran en **dos ámbitos de intervención:**

- mejorar la eficiencia a partir de renovación o la reforma de las **ventanas y/o superficies acristaladas** (42,3% de los que afirman conocer alguna),
- y el **aislamiento aplicable a distintos elementos** de la vivienda (37,5%).

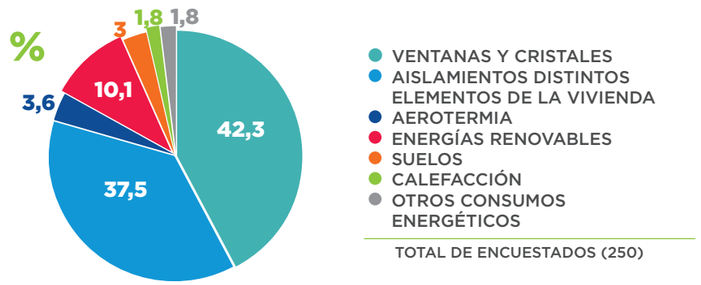
Históricamente, se han considerados a los "huecos" en los cerramientos como la principal pérdida de confort, sin embargo, se aprecia un **mayor conocimiento y sensibilidad** hacia la importancia que tienen otros elementos como: **particiones, fachada y cubierta**. En la actualidad, ISOVER y Placo®, ofrecen soluciones constructivas de exterior como el sistema ECOSATE® (sistema completo de ISOVER para el aislamiento térmico por el exterior) con acabado de mortero que garantiza una mejora energética en la envolvente, idóneo tanto para obra nueva como para rehabilitación. Además, para dar repuestas a los múltiples sistemas de fachada, ISOVER cuenta con las gamas de lana mineral ECO y ECOVENT, como soluciones de aislamiento eficiente y de altas prestaciones que otorgan las prestaciones aislantes necesarias para Sistemas de Fachada como Placotherm®, una solución completa de Placo® desarrollada exclusivamente para exteriores, que cuenta con la placa de yeso laminado Glasroc® X, dotando de la mayor resistencia a humedades.

En caso de que la ejecución que precise la vivienda o edificio sea menor, ISOVER dispone del innovador Sistema INSUVER, una tecnología no invasiva que mediante insuflado en seco a través de perforaciones permite tener aislada la fachada del edificio en un tiempo récord.

Por otro lado, como soluciones constructivas en el interior, incluso en el caso de no poder intervenir la fachada, es posible mejorar el confort térmico de la vivienda, con sistemas de trasdosado autoportante con placa de yeso laminado de alta resistencia **Habito®** y aislamiento de altas prestaciones, ***arena*** APTA.

figura #103

SOLUCIONES TÉRMICAS



1.2. Aislamiento acústico. Conocimiento e interés

En apartados anteriores hemos comprobado el creciente interés tanto en el confort global de la vivienda, con especial hincapié en el aislamiento térmico y acústico.

Respecto al **aislamiento acústico** llega a ser un **factor motivador** o de refuerzo a la hora de elegir una **nueva vivienda**.

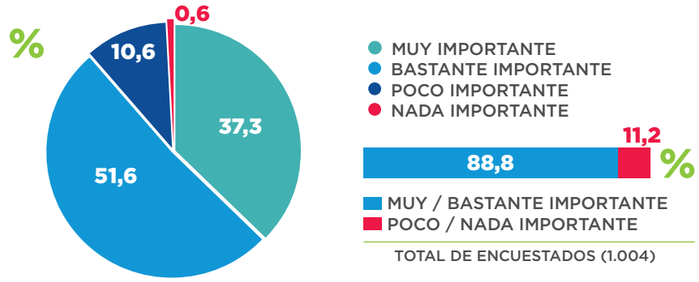
Y el 88,8% de la población considera "Muy o bastante importante" el aislamiento acústico en caso de elección de una nueva vivienda.

88,8%

EL 88,8% DE LA POBLACIÓN CONSIDERA "MUY O BASTANTE IMPORTANTE" EL AISLAMIENTO ACÚSTICO EN CASO DE ELECCIÓN DE UNA NUEVA VIVIENDA.

figura #104

AISLAMIENTO ACÚSTICO IMPORTANCIA EN LA NUEVA VIVIENDA

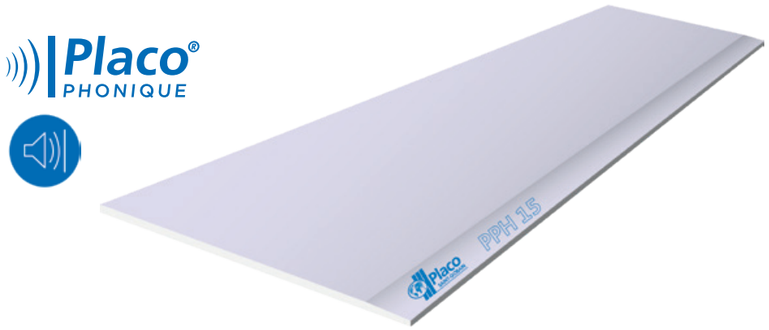


Seguidamente vamos a identificar cuáles son las soluciones que la población conoce y sugiere llevar a cabo como primera opción para reducir ruidos del exterior en el interior de la vivienda.

Al comparar con los otros escenarios planteados, respondiendo a las posibles necesidades de aislamiento en el interior de la vivienda para aumentar el confort del hogar, son los **problemas relacionados con el aislamiento acústico en los que la población responde con un mayor número de solucione.**

Los sistemas constructivos de tabiquería basados en placa de yeso laminado y aislamiento proporcionan un alto aislamiento acústico.

Placo®, como fabricante de **soluciones innovadoras en placa de yeso laminado**, ha potenciado su gama de soluciones para adaptarse a la creciente necesidad de los usuarios en cuestiones de aislamiento acústico. De hecho, PlacoPhonique® fue una solución pionera en el mercado español que se ha convertido en la referencia dentro del sector.



Así mismo, **ISOVER** como referente en **soluciones acústicas** dispone de la más amplia gama de lanas minerales altamente eficientes desarrolladas con un enfoque ecoinnovador, como por ejemplo la gama arena, que dan respuesta a aplicaciones muy versátiles para **minimizar el ruido existente**.

Más de **1 de cada 3 personas** (34,5%) **conoce alguna solución específica para mitigar el efecto del ruido exterior en el interior de la vivienda**, proporción elevada tanto de hombres (36,5%) como de mujeres (32,5%).

figura #105

SOLUCIONES REDUCCIÓN RUIDO EN LA VIVIENDA VS **GÉNERO**

CONOCIMIENTO SOLUCIONES REDUCCIÓN RUIDO	TOTAL	HOMBRE	MUJER
Sí	34,5	36,5	32,5
No	65,5	63,5	67,5
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	496	508

Datos porcentuales (%).

Por grandes ciudades es Bilbao donde se comprueba que la población tiene una mayor sensibilidad y conocimiento respecto a las soluciones necesarias para reducir la entrada del ruido en sus hogares (45,3%), por delante de Barcelona (38,7%) y Valencia (36%), destacando la diferencia de más de 15 puntos, respecto a la población de Madrid (29,9%).

figura #106

SOLUCIONES REDUCCIÓN RUIDO EN LA VIVIENDA VS **REGIÓN Y ENTORNO**

CONOCIMIENTO SOLUCIONES RUIDO	TOTAL	MADRID	BARCELONA	SEVILLA	BILBAO	VALENCIA	RURAL	NO RURAL
Sí	34,5	29,9	38,7	34,2	45,3	36	23,8	36,3
No	65,5	70,1	61,3	65,8	54,7	64	76,2	63,7
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	127	75	114	75	89	130	394

Datos porcentuales (%).

Las soluciones se concentran en dos **bloques de objetivos**:

- las que **focalizan la solución en las ventanas y su mejora** (49,7%). Las ventanas como canal de transmisión de los ruidos y a la vez barrera y freno del problema. Señalando como soluciones distintas posibilidades de refuerzo de sus características físicas y mecánicas.
- El 27% de la población apuesta por el **aislamiento en las paredes y otros elementos**, para reducir la entrada del ruido en su vivienda.

27%

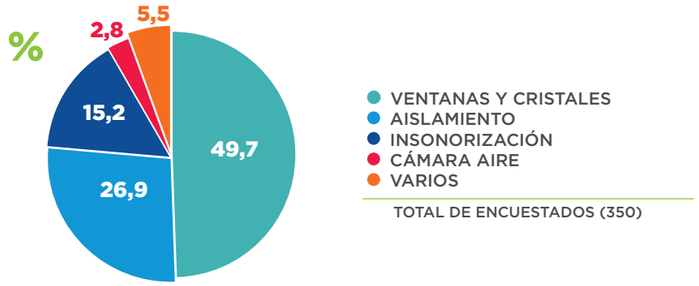
EL 27% DE LA POBLACIÓN APUESTA POR EL AISLAMIENTO EN LAS PAREDES Y OTROS ELEMENTOS, PARA REDUCIR LA ENTRADA DEL RUIDO EN SU VIVIENDA.

Desde Placo® e ISOVER, desarrollamos **sistemas completos** para dar respuestas adaptadas a las necesidades de los usuarios, como es el caso de la mejora de confort a través de las paredes y tabiques. Así, ofrecemos sistemas constructivos completos para divisorios interiores de placa de yeso laminado de máxima resistencia a cargas **Habito®**, y lana mineral de altas prestaciones térmicas y acústicas ***arena*** APTA, para crear espacios confortables y eficientes.

Además de las paredes y los huecos, existen soluciones para otras aplicaciones que contribuyen en gran medida a la mejora del confort acústico, como son los **techos**. Por ello, seleccionar los materiales que nos permitan **reforzar el aislamiento de las estancias**, y crear el mejor ambiente debe ser algo a tener en cuenta por todos los usuarios independie¬temente del tipo de vivienda en el que habiten. Así, Placo® cuenta con gamas de soluciones como **Gyptone®** y **Rigitone®**, **placas fonoabsorbentes para techos**, que además de mejorar la reverberación y acústica del espacio, se adaptan perfectamente a la estética y diseño, con más de 20 acabados diferentes.

Pero, para que el **resultado sea óptimo**, es preciso contar con la **aplicación de soluciones de aislamiento** de lana mineral en techos, potenciando el aislamiento y acondicionamiento acústico deseado, con los productos ***arena*** APTA, o IBR, entre otros.

figura #107
SOLUCIONES PARA LA REDUCCIÓN RUIDO EN LA VIVIENDA



1.3. Calidad del aire interior. Conocimiento e interés

Tal y como hemos visto en apartados anteriores **la calidad del aire interior de la vivienda** es una característica **ampliamente valorada**, de forma que el 91,2% de la población considera este aspecto "Muy o bastante importante" a la hora de elegir una nueva vivienda.

Por lo que nos planteamos conocer cuáles son las actuaciones específicas que están en la mente del cliente potencial de compra o alquiler de una nueva vivienda, o de la persona que se puede plantear realizar la mejora de su vivienda actual para este fin.

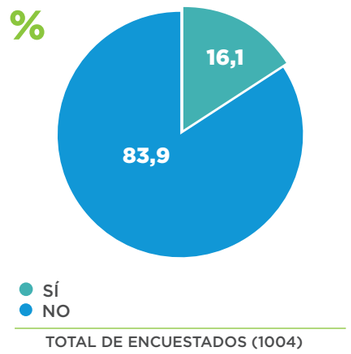
Si bien el 16,1% de la población responde favorablemente **no hay una cultura popular amplia sobre cómo asegurar la calidad del aire interior** de la vivienda, como demuestra el escaso número de referencias especificas a soluciones para resolver este posible problema.

Lo que demuestra que hay una alta sensibilidad y necesidad referida al aire que respiramos en espacios cerrados, sin embargo, todavía la población manifiesta que desconoce las soluciones que puedan contribuir a mejorar este aspecto de sus viviendas.

En la actualidad, uno de los parámetros que las **certificaciones de los edificios** (LEED, BREEAM, WELL, entre otras) también valoran es la calidad del aire interior.

Por ello, en Placo® e ISOVER este factor es muy tenido en cuenta en la creación de nuevas propuestas constructivas ya que pasamos más del 80% de nuestro tiempo en espacios interiores. Para ello, varias de nuestras gamas de placas de yeso laminado, como Gyptone®, Rigitone® y 4PRO® incorporan la **"tecnología Activ´Air®"** que ayuda a **reducir los contaminantes** presentes en el ambiente, por lo que **mejora la calidad del aire que respiramos**.

figura #108
CONOCIMIENTO SOLUCIONES CALIDAD DEL AIRE EN LA VIVIENDA



Por regiones, Barcelona (24%) y Valencia (18%) son las dos ciudades en las que el grado de conocimiento sobre estas soluciones para mejorar esta calidad del aire del interior ha obtenido mayores puntuaciones. Madrid se distancia en casi 10 puntos, respecto a este conocimiento seguido por Sevilla (14%) y Bilbao (14,7%).

No se aprecian grandes diferencias entre entornos rurales y no rurales, con una media en ambos casos en torno al 16%.

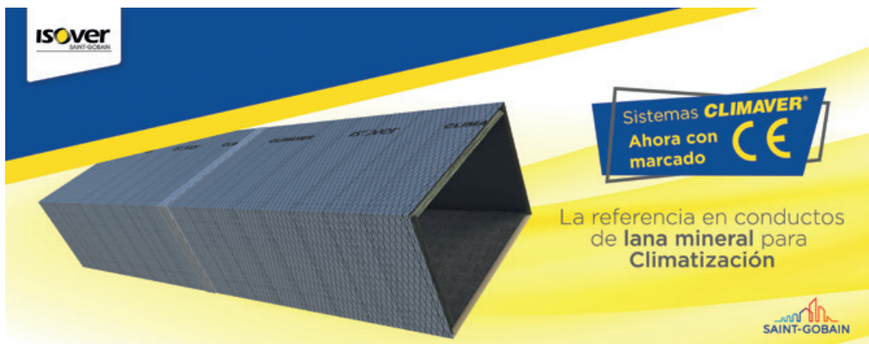
figura #109

SOLUCIONES CALIDAD DEL AIRE EN LA VIVIENDA VS **REGIÓN Y ENTORNO**

CONOCIMIENTO SOLUCIONES CALIDAD DEL AIRE	TOTAL	MADRID	BARCELONA	SEVILLA	BILBAO	VALENCIA	RURAL	NO RURAL
Sí	16,1	13,4	24	14	14,7	18	16,2	16
No	83,9	86,6	76	86	85,3	82	83,8	84
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	127	75	114	75	89	130	394

Datos porcentuales (%).

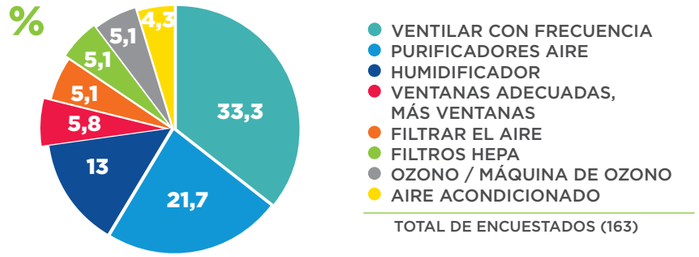
Así mismo, las **instalaciones** son otro punto clave que contribuye a mantener una adecuada calidad del aire mediante la ventilación; por ello las soluciones de **distribución de aire** por **conductos CLIMAVER®** que contribuyen a generar una óptima calidad del aire interior. Además, la gama CLIMAVER®, dispone de soluciones como CLIMAVER® neto, además de mejorar la distribución del aire en la vivienda, **mejora el confort acústico** evitando la trasmisión de cualquier ruido.



A los **sistemas más convencionales** como son la **ventilación frecuente** (33%), se suman soluciones más tecnológicas y recientes, como son las que apuntan a los purificadores de aire (21,7%), humidificadores (13%) y filtros (10,2%) entre otros.

figura #110

SOLUCIONES ESPECÍFICAS CALIDAD DEL AIRE VIVIENDA



En general la calidad del aire interior de la vivienda es un aspecto importante de valoración dentro de la concepción global de la vivienda.

La nueva **dinámica familiar con la pandemia**, en cuanto a intensificación del uso de la misma, **genera nuevas expectativas** y sin duda, necesidades crecientes en materia de confort, seguridad y aprovechamiento de sus espacios.

Es por ello por lo que analizamos en qué medida las personas se sienten seguras o preocupadas con la calidad del aire interior de su vivienda.

Verificándose que la **calidad del aire del interior** de la vivienda es un **motivo de preocupación para el 62,5%** de la población (consideran que les preocupa Mucho-bastante).

Por género, las mujeres se muestran más sensibles hacia esta calidad del aire interior de la vivienda (Sí, me preocupa mucho 18,3%), que los hombres (13,1%).

figura #111

NIVEL DE PREOCUPACIÓN CALIDAD DEL AIRE DE LA VIVIENDA VS **GÉNERO**

PREOCUPACIÓN CALIDAD DEL AIRE	TOTAL	HOMBRE	MUJER
(4) Sí, me preocupa mucho	15,7	13,1	18,3
(3) Sí, me preocupa algo	46,8	47,2	46,5
(2) No me preocupa mucho	29,9	30	29,7
(1) No me preocupa nada	7,6	9,7	5,5
Total Sí preocupa	62,5	60,3	64,8
Total No preocupa	37,5	39,7	35,2
Media (4-1)	2,71	2,64	2,78
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	496	508

Datos porcentuales (%).

Madrid (74%) es la ciudad en la que mayor ratio de preocupación se alcanza, **3 de cada 4 personas manifiestan su interés** e inquietud por la calidad del aire interior de la vivienda, mientras que en el resto de las ciudades principales, la proporción de ciudadanos se sitúa en valores entre el 60-65%, siendo Bilbao y las áreas rurales una excepción, con cifras menores que el resto, en torno al 55%.

figura #112

NIVEL DE PREOCUPACIÓN CALIDAD DEL AIRE DE LA VIVIENDA VS **REGIÓN Y ENTORNO**

PREOCUPACIÓN CALIDAD DEL AIRE	TOTAL	MADRID	BARCELONA	SEVILLA	BILBAO	VALENCIA	RURAL	NO RURAL
(4) Sí, me preocupa mucho	15,7	18,1	16	14	12	22,5	13,1	15,5
(3) Sí, me preocupa algo	46,8	55,9	48	51,8	42,7	39,3	43,1	45,9
(2) No me preocupa mucho	29,9	22,8	29,3	27,2	36	31,5	32,3	30,7
(1) No me preocupa nada	7,6	3,1	6,7	7	9,3	6,7	11,5	7,9
Total Sí preocupa	62,5	74	64	65,8	54,7	61,8	56,2	61,4
Total No preocupa	37,5	26	36	34,2	45,3	38,2	43,8	38,6
Media (4-1)	2,71	2,89	2,73	2,73	2,57	2,78	2,58	2,69
TOTAL DE ENCUESTADOS (Tiene importancia)	1004	127	75	114	75	89	130	394

Datos porcentuales (%).

Es un tipo de problemática con **más incidencia en las construcciones en altura-pisos (64,7%)** que, en las viviendas unifamiliares, a pesar de lo cual el 52,7% de los residentes en chalets también consideran que es un problema que les preocupa.

Por grupos de edad es un tema **más preocupante para los grupos más jóvenes** (se consideran "Muy-bastante preocupados" el 67% de los individuos de 18-29 años), disminuyendo esta proporción progresivamente con la edad (el 58,8% de las personas de 60 a 70 años). Si bien en todos los casos son un grupo mayoritario de la población los que se consideran preocupados por la calidad del aire interior (62,5%).

figura #113

NIVEL DE PREOCUPACIÓN CALIDAD DEL AIRE DE LA VIVIENDA VS **GRUPOS DE EDAD**

PREOCUPACIÓN CALIDAD DEL AIRE	TOTAL	18-29 AÑOS	30-44 AÑOS	45-59 AÑOS	60-70 AÑOS
(4) Sí, me preocupa mucho	15,7	12	17,2	17,4	13,8
(3) Sí, me preocupa algo	46,8	55	46,2	43,5	45
(2) No me preocupa mucho	29,9	30,4	28,4	31,4	29,4
(1) No me preocupa nada	7,6	2,6	8,2	7,8	11,9
Total Sí preocupa	62,5	67	63,4	60,9	58,8
Total No preocupa	37,5	33	36,6	39,1	41,3
Media (4-1)	2,71	2,76	2,73	2,7	2,61
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	191	331	322	160

Datos porcentuales (%).

Al considerar la posible relación entre la preocupación por la calidad del aire interior de la vivienda con el confinamiento, son el grupo de **personas más influidas por el confinamiento** en la decisión de realizar reformas en la vivienda/cambio de casa, las que **muestran una mayor preocupación por la calidad del aire** de su vivienda.

El 83% de las personas que se identifican como muy influidas por el confinamiento en la toma de decisión de la reforma, consideran que están "Muy-bastante preocupadas" por la calidad del aire interior de su vivienda. Mientras que en el caso de los que no se consideran poco o nada influidos, les preocupa la calidad del aire al 50,3%.

figura #114

NIVEL DE PREOCUPACIÓN CALIDAD DEL AIRE DE LA VIVIENDA VS **INFLUENCIA CONFINAMIENTO**

		INFLUENCIA CONFINAMIENTO CAMBIOS		
PREOCUPACIÓN CALIDAD DEL AIRE	TOTAL	DETERMINANTE /MUCHO	ALGO	POCO/NADA
(4) Sí, me preocupa mucho	15,7	25,7	16,2	12,1
(3) Sí, me preocupa algo	46,8	57,4	55,3	38,3
(2) No me preocupa mucho	29,9	15,2	26,3	37,9
(1) No me preocupa nada	7,6	1,7	2,2	11,7
Total Sí preocupa	62,5	83	71,5	50,3
Total No preocupa	37,5	17	28,5	49,7
Media (4-1)	2,71	3,07	2,85	2,51
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	230	179	290

Datos porcentuales (%).

Los **motivos** que concentran las preocupaciones por la calidad del aire interior de la vivienda están relacionados principalmente con la **salud y sus riesgos** (42,5%). Especialmente en aspectos relacionados con el COVID-19 y sus consecuencias (20,2%).

Paralelamente se relaciona también esta preocupación, aunque en menor medida con las **alergias** (3,8%).

Preocupa también la calidad del aire en la vivienda sin referencia concreta a la pandemia, lo que se refleja como una preocupación genérica por el aire en la casa (25%), la respiración (7,5%) y en general la calidad del aire (6,2%).

Por otra parte, el **tiempo de estancia en el hogar** tiene importancia en esa preocupación. El estar los miembros del hogar muchas horas compartiendo el mismo espacio (4,3%), el espacio reducido de la vivienda (3,2%) o el teletrabajo (0,25%). Lo que representa en su conjunto el 7,6% de las preocupaciones declaradas.

Otros orígenes de la preocupación de la calidad del aire interior en la vivienda están relacionados con el entorno y con la proximidad de la contaminación exterior (6,1%), la necesidad de limpieza del aire (4%), así como con la exposición a posibles condiciones poco sanas o incómodas desde el punto de vista del confort en relación a este aire (ejemplo: humedad / sequedad 3,5%, olor 2,2%, etc.).

Dentro de diversas preocupaciones aparecen otras en relación a las características de la vivienda y sus limitaciones de ventilación (4,8%) o ventanas (1,6%).

figura #115

MOTIVOS PREOCUPACIÓN POR LA CALIDAD DEL AIRE DE LA VIVIENDA

MOTIVOS PREOCUPA CALIDAD DEL AIRE	PORCENTAJE	
COVID-19	20,2	42,5
Salud	19,3	
Bacterias	1,4	
Infecciones	0,8	
Seguridad	0,5	
Gérmenes	0,3	
Alergias	3,8	3,8
Contaminación	6,1	13,9
Limpieza	4,0	
Polvo	1,4	
Humedad	3,2	7,8
Olor	2,2	
Humo	1,0	
Sequedad	0,3	
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	230

MOTIVOS PREOCUPA CALIDAD DEL AIRE	PORCENTAJE	
Aire	15,3	34,1
Casa	9,7	
Respiración	7,5	
Calidad del aire	6,2	
Tiempo diario pasas en la vivienda	4,3	7,6
Vivienda, tamaño	3,2	
Teletrabajo	0,2	
Ventilación	4,8	6,4
Ventana	1,6	
Ambiente	1,3	3,0
Bienestar	1,1	
Frío	0,6	
Niños	0,3	0,3
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	230

Hemos verificado que una de las opciones más populares como solución para asegurar la calidad del aire interior de la vivienda es la ventilación de esta.

Seguidamente avanzamos y comprobamos en qué medida la población recurre a esta opción básica de renovación del aire de la vivienda.

El **87,4% de la población ventila** o renueva el aire de su vivienda **una o más veces al día**.

figura #116

NIVEL DE PREOCUPACIÓN CALIDAD DEL AIRE DE LA VIVIENDA VS **GÉNERO**

FRECUENCIA VENTILACIÓN DE LA VIVIENDA	TOTAL	HOMBRE	MUJER
Al menos una vez al día	87,4	84,7	90
Cada dos días	5,5	6,3	4,7
Una vez a la semana	4,2	5,2	3,1
Una vez al mes	0,6	0,8	0,4
No lo suelo hacer	2,4	3	1,8
TOTAL DE ENCUESTADOS	1004	496	508

Datos porcentuales (%).

Esta proporción de población que ventila la vivienda al menos 1 vez al día es aún mayor en Barcelona, donde roza el 100% de la población (94,7%).

figura #117

NIVEL DE PREOCUPACIÓN CALIDAD DEL AIRE DE LA VIVIENDA VS **REGIÓN Y ENTORNO**

FRECUENCIA VENTILACIÓN DE LA VIVIENDA	TOTAL	MADRID	BARCELONA	SEVILLA	BILBAO	VALENCIA	RURAL	NO RURAL
Al menos una vez al día	87,4	85,8	94,7	85,1	89,3	86,5	86,9	87,1
Cada dos días	5,5	7,9	0	7,9	1,3	7,9	6,2	5,1
Una vez a la semana	4,2	3,1	4	6,1	4	5,6	3,1	4,1
Una vez al mes	0,6	0	1,3	0,9	2,7	0	0	0,5
No lo suelo hacer	2,4	3,1	0	0	2,7	0	3,8	3,3
TOTAL DE ENCUESTADOS (Tiene importancia)	1004	127	75	114	75	89	130	394

Datos porcentuales (%).

La ventilación es una práctica habitual de la población para mejorar la calidad del aire interior de la vivienda, acción que forma parte de los hábitos diarios de mantenimiento de prácticamente el 90% de la población, a pesar de lo cual se declaran preocupados por la calidad de este aire el 62,5% del conjunto. Lo cual lleva a considerar que se requiere soluciones complementarias, posiblemente de carácter tecnológico para dar respuesta a esta inquietud y purificar el aire interior de las viviendas.

Si nos fijamos en el porcentaje de personas que manifiesta "no ventilar su vivienda" llama la atención el porcentaje del 3,1% en Madrid frente a otras ciudades como Barcelona, Sevilla o Valencia en las que este dato es del 0%.

Saint-Gobain Placo e ISOVER como fabricantes de sistemas constructivos diseñamos productos y soluciones que impactan positivamente en la vida de todos y cada uno de nosotros. Ofrecemos soluciones de alto rendimiento que aportan bienestar, mejoran la calidad de vida y al mismo tiempo cuidan el planeta.

Placo® e ISOVER como empresas pertenecientes al Grupo Saint-Gobain se guían bajo el propósito:

SAINT-GOBAIN

07. CONCLUSIONES

¿SOMOS PROCLIVES A REALIZAR REFORMAS EN NUESTROS HOGARES?

- Un (21,7%) han realizado o van a realizar mejoras o reformas en la vivienda (33,4%), por lo que el mercado de la reforma está viviendo un periodo de gran actividad y las previsiones indican que va a seguir evolucionando al alza.
- Un 14,4% de la población también tendría en mente cambiar de vivienda en un futuro próximo.
- El sector de construcción residencial está experimentando un incremento en su actividad lo que evidencia una gran oportunidad para acercar nuevas soluciones y propuestas constructivas a los deseos de los usuarios de estos espacios.
- Cada vez somos más exigentes con aspectos que no son meramente estéticos, sino que demandan materiales y sistemas que además de cubrir necesidades relacionadas con el confort de las personas, sin olvidar la sostenibilidad y el cuidado del medioambiente.

¿HA INFLUIDO EL COVID-19 EN EL MERCADO DE LAS REFORMAS?

- El COVID-19 y el periodo de confinamiento están actuando como un acelerador de la necesidad de mejoras o reformas de la vivienda. Ha influido al 58% de los usuarios que han reformado o van a reformar su vivienda.
- El confinamiento ha potenciado la necesidad de hacer del hogar un entorno más cómodo y versátil, dando protagonismo a aspectos estéticos y de confort complementariamente con otros motivos específicos de mejora.

¿QUÉ ELEMENTOS Y ASPECTOS SON MÁS SUSCEPTIBLES DE ABORDAR EN UNA REFORMA?

- Los motivos más frecuentes de las reformas son la búsqueda del confort general de la vivienda (38%) junto con la estética (60%).
- El aislamiento térmico (31%) y acústico (20%) son también motivos frecuentes de las reformas así como argumentos fundamentales de elección en el caso de una nueva vivienda.
- Otras reformas habituales son las que buscan mejorar la accesibilidad dentro de la vivienda (36%) o la distribución de los espacios /versatilidad del hogar (26%).

(*) Datos sobre las personas que han realizado o quieren realizar reformas en la vivienda.

¿CONOCEMOS EL SIGNIFICADO DE LA EFICIENCIA Y CALIFICACIÓN ENERGÉTICA DE UNA VIVIENDA

- La eficiencia y calificación energética de la vivienda son términos conocidos por el 89% de la población, sin embargo, se reduce a la mitad los que conocen la calificación energética de su propia vivienda.

¿ESTAMOS DISPUESTOS A MEJORAR LA EFICIENCIA ENERGÉTICA EN NUESTROS HOGARES?

Existe interés en la mejora de la eficiencia energética de la vivienda (20% estarían interesados y con posibilidades de realizarla), y un 55% estaría interesado, pero no disponen de los medios económicos.

¿TENEMOS SUFICIENTE INFORMACIÓN SOBRE LAS AYUDAS Y SUBVENCIONES PARA MEJORAR LA EFICIENCIA ENERGÉTICA EN LA VIVIENDA

Existe un alto interés por abordar estos aspectos como herramienta fundamental para el impulso en la toma de decisiones a la hora de plantearse una reforma. Sin embargo, solamente un 18% de los entrevistados conocen la existencia y funcionamiento de las ayudas ofrecidas por diferentes organismos.

¿QUÉ VENTAJAS CREEMOS QUE VAMOS A CONSEGUIR CON LA MEJORA DE LA EFICIENCIA ENERGÉTICA DE NUESTRA VIVIENDA?

El interés por la mejora de la calificación y el ahorro energéticos responde principalmente a conseguir ahorros en las facturas energéticas (72%) reforzado por la necesidad de mejorar el confort energético de la propia vivienda (59%) y apoyado en razones medioambientales (45%) como la reducción del consumo de energías y contaminación.

Por otra parte, el 20% considera también la revalorización de su vivienda tras su mejora energética.

¿DÓNDE BUSCAMOS INFORMACIÓN PARA SOLICITAR ESTAS AYUDAS Y SUBVENCIONES?

En el caso de la búsqueda de información de ayudas y subvenciones para la mejora energética de las viviendas, es internet (52%) y los propios ayuntamientos (51%) las fuentes espontáneamente más accesibles, apareciendo en un segundo lugar los profesionales técnicos –arquitectos, aparejadores, empresas de reforma- (25%) y a través de conocidos (25%).

¿CONOCEMOS EL SIGNIFICADO DE “CASA PASIVA”?

Este concepto todavía tiene un largo recorrido para consolidarse entre los usuarios, ya que el significado es conocido por el 33%, pero únicamente el 7% conoce el detalle. Parece que va a tener una buena aceptación en el mercado, ya que cuando se detallan sus ventajas, el 87% consideraría esta opción ante la elección de una nueva vivienda.

VIVIENDAS INDUSTRIALIZADAS, ¿NUEVA GRAN TENDENCIA?

Aunque de una manera más leve, se observa que el conocimiento e interés por la construcción industrializada ha crecido rápidamente ya que más de la mitad de los potenciales compradores de una vivienda, han manifestado que pueden contemplar este tipo de viviendas con sistemas prefabricados en su próxima compra.

¿REALMENTE VALORAMOS LA CALIDAD DE LOS MATERIALES AL ELEGIR UNA VIVIENDA?

Se concede mucha importancia a la calidad de los materiales constructivos cuando compramos una vivienda. Así, el 94% de la población lo considera “Muy o Bastante importante”.

¿VALORAMOS Y CONOCEMOS TODAS LAS VENTAJAS DE LOS SISTEMAS DE TABIQUERÍA CON PLACA DE YESO LAMINADO Y AISLAMIENTO?

Ya que Placo® e ISOVER son los líderes en producción de sistemas constructivos de tabiquería en placa de yeso y aislamiento, considerábamos obligada esta pregunta. Hemos comprobado que el 57% de la población tiene alguna referencia de sus ventajas, y que se revela como una opción interesante para el 72% de los potenciales clientes ante una reforma o compra de vivienda cuando se informa sobre sus ventajas diferenciales (versatilidad, rapidez de instalación, robustez, seguridad, entre otras).

¿ESTAMOS CONCIENCIADOS CON EL RESPETO AL MEDIOAMBIENTE AL ADQUIRIR O REFORMAR UNA VIVIENDA?

La necesidad de conservación del medioambiente es un concepto arraigado en la sociedad actual, despertando niveles de preocupación social por encima del 70% de los usuarios cuando adquieren/reforman una vivienda: preservación de los recursos naturales, el uso de energías limpias, la contaminación atmosférica, el reciclado y la gestión de los residuos.

¿DÓNDE NOS ASESORAMOS CUANDO VAMOS A ABORDAR UNA REFORMA?

Las fuentes de información más convencionales (empresa de reforma 46%, albañil/constructor 38%, conocidos 33%, ...) siguen siendo las principales opciones, pero se ratifica el papel asesor de las grandes cadenas de distribución (37%) y las páginas web especializadas (27,1%) para la realización de reformas.

(*) Datos sobre las personas que han realizado o quieren realizar reformas en la vivienda.

¿ESTAMOS SATISFECHOS CON NUESTRA VIVIENDA?

Solamente 1 de cada 3 personas se siente satisfecha con su vivienda actual y no considera necesaria acción alguna.

La mitad de la población considera que su vivienda se podría mejorar, ya que no cumple con los que desean o necesitan.

¿QUÉ ASPECTOS VALORAMOS MÁS AL ADQUIRIR UNA VIVIENDA?

Si agrupamos las valoraciones de “Muy importante y Bastante importante” el ranking de los **aspectos más valorados al adquirir una vivienda** son:

1º **Luz natural (95.7%).**
2º **Calidad de los materiales de construcción (93.6%).**
3º **Reducción del gasto en las facturas de suministros (92.9%).**
4º **Calidad del aire interior (91.2%).**
5º **Aislamiento térmico (90.8%).**
6º **Aislamiento acústico (88.9%).**

¿NOS PREOCUPA LA CALIDAD DEL AIRE INTERIOR DE NUESTROS HOGARES?

Un 63% de los encuestados manifiesta esta preocupación, elevándose esta cifra hasta el 74% en los residentes en el área metropolitana de Madrid, siendo el COVID y la salud en general, el principal motivo de preocupación.

¿CONOCEMOS SOLUCIONES PARA MEJORAR EL CONFORT DE NUESTROS HOGARES?

Menos del 40% conoce soluciones para mejorar el confort en su hogar. Las soluciones para reducir el ruido son las más conocidas (35%) seguidas de las soluciones para mejorar la sensación térmica (25%). En ambos casos, se indica implementar soluciones de Aislamiento para mejorar el confort acústico y térmico de los hogares.

Las soluciones para mejorar la calidad del aire son las menos conocidas: 16% y el tipo de soluciones son más dispersas e incorporando dispositivos como filtros, humidificadores, etc.

BARÓMETRO ISOVER & PLACO® SOBRE LOS HOGARES

Consulta la VERSIÓN DIGITAL

del ***Barómetro ISOVER & Placo® sobre los hogares***
capturando este **CÓDIGO QR**.

Sigue la conversación en redes
del ***Barómetro ISOVER & Placo® sobre los hogares***
con el hastag

#BarometroHogares

Saint-Gobain Isover Ibérica, S.L. y Saint-Gobain Placo Ibérica, S.A. se reservan el derecho a la modificación sin previo aviso, y de manera total o parcial, de los datos contenidos en el presente documento. Asimismo, no pueden garantizar la ausencia de errores involuntarios.