



Barómetro

SAINT-GOBAIN

sobre los

Hogares

2024

PRÓLOGO

En Saint-Gobain nuestro objetivo es ofrecer soluciones constructivas para crear y mejorar los espacios que habitamos. Para ello, consideramos que es fundamental comprender las necesidades y expectativas de los usuarios de uno de los espacios clave donde desarrollamos gran parte de nuestra vida: los hogares.

El **Barómetro Saint-Gobain sobre los hogares 2024** da respuesta a nuestro propósito "Making The World a Better Home" (Hacer del mundo un hogar mejor). Al diseñar y poner en el mercado soluciones para la edificación, todas nuestras acciones y proyectos se focalizan en aportar valor a los usuarios finales. Este documento recoge esas preferencias, necesidades y nuevas demandas respecto a los hogares, expresadas de forma independiente por los usuarios, los "disfrutadores" de los mismos. En las siguientes páginas abordamos aspectos relativos al nivel de satisfacción con la vivienda actual; importancia del confort y protagonismo de la reforma; eficiencia energética, Construcción Industrializada y la creciente importancia de la sostenibilidad en factores decisionales en el sector residencial.

En Saint-Gobain y, específicamente, las empresas de los mercados de la construcción, convertimos nuestro propósito en un compromiso estratégico y en acciones concretas, dando respuesta con soluciones específicas, fruto de la innovación y el trabajo en equipo, a los grandes retos en materia de sostenibilidad, un eje fundamental en la sociedad y en el que la edificación puede constituirse como un sector clave. Nos gratifica observar cómo los resultados de este **Barómetro Saint-Gobain sobre los hogares 2024** están alineados con el posicionamiento actual de nuestra compañía.

Desde Saint-Gobain (RE) imaginamos la Construcción Sostenible y nos comprometemos a construir mejor para las personas y el planeta.

Como agente clave de este sector, agradezco tu interés en este Barómetro, y espero que disfrutes de su lectura.

Jean-Luc Gardaz

CEO Países Mediterráneos Saint-Gobain



ÍNDICE

CARACTERÍSTICAS
METODOLÓGICAS DEL
ESTUDIO

pag. 04

00.

SOSTENIBILIDAD,
GENERACIONES Y EL IMPACTO
DEL TELETRABAJO EN LOS
HOGARES

pag. 07

01.

CONTEXTO DE PARTIDA:
CARACTERÍSTICAS DE LA
VIVIENDA PRINCIPAL Y DE SU
USO

pag. 13

02.

INQUIETUDES, EXPECTATIVAS
Y SATISFACCIÓN CON LA
VIVIENDA ACTUAL

pag. 29

03.

LA REFORMA DE
LA VIVIENDA COMO
PROTAGONISTA

pag. 51

04.

LA SOSTENIBILIDAD
EN LA CONSTRUCCIÓN

pag. 73

05.

LA EFICIENCIA ENERGÉTICA
DE LAS VIVIENDAS

pag. 85

06.

LA CONSTRUCCIÓN
INDUSTRIALIZADA

pag. 103

SOLUCIONES PRO-CONFORT
SAINT-GOBAIN

pag. 113

CONCLUSIONES

pag. 123

CARACTERÍSTICAS METODOLÓGICAS DEL ESTUDIO

UNIVERSO Y TARGET



El universo de estudio es la población general, mayores de edad (18 hasta 70 años) en el mercado español estableciendo cuotas por sexo, edad y región a fin de garantizar la representatividad de los resultados.

TÉCNICA

Estudio realizado por la Consultora KANTAR.

Soporte informático CAWI (Computer Assisted Web Interview) a partir del panel propio de KANTAR.



Asegura la privacidad y la protección de datos personales (GDPR).



Margen de error: ±3,10 %

bajo el supuesto de máxima indeterminación (p=q=50 %) y para un intervalo de confianza del 95,5 %.

MUESTRA Y TRABAJO DE CAMPO



del **22/09/23**
al **2/10/23**

Encuesta realizada entre los días 22 de septiembre y 2 de octubre de 2023.



1.025
encuestados

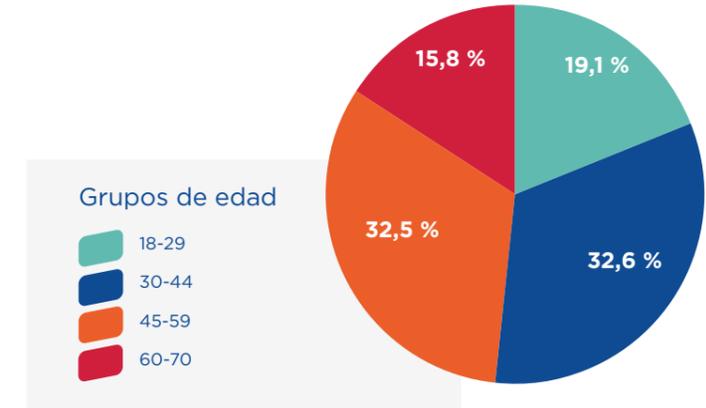
Muestra de 1.025 personas entrevistadas.



cuota mínima en **5 ciudades**

Adicionalmente se han fijado cuotas mínimas en 5 grandes centros urbanos: **Madrid, Barcelona, Sevilla, Bilbao, y Valencia.**

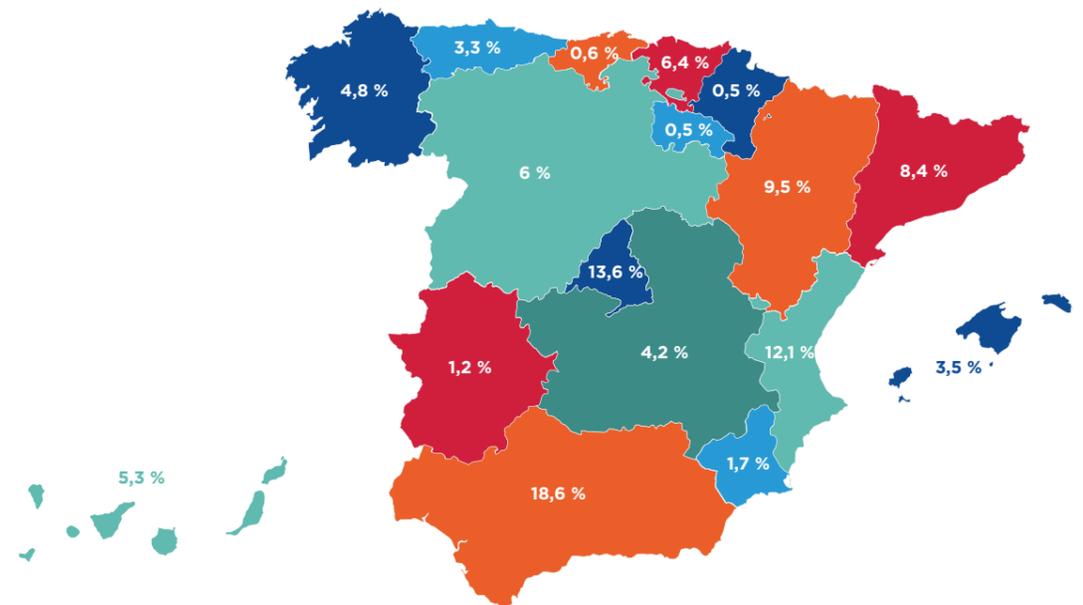
CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DE LA MUESTRA



DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA SEGÚN CCAA

ANDALUCÍA	18,6	CEUTA	0	MURCIA	1,7
ARAGÓN	9,5	CASTILLA-LEÓN	6	NAVARRA	0,5
ASTURIAS	3,3	CASTILLA LA MANCHA	4,2	PAÍS VASCO	6,4
BALEARES	3,5	EXTREMADURA	1,2	RIOJA	0,5
CANARIAS	5,3	GALICIA	4,8	COMUNIDAD VALENCIANA	12,1
CANTABRIA	0,6	MADRID	13,6		
CATALUÑA	8,4	MELILLA	0		

Base: 1025 encuestas



00.

SOSTENIBILIDAD,
GENERACIONES Y
EL IMPACTO DEL
TELETRABAJO EN LOS
HOGARES

SOSTENIBILIDAD, GENERACIONES Y EL IMPACTO DEL TELETRABAJO EN LOS HOGARES

El **Barómetro Saint-Gobain sobre los hogares** responde a la inquietud del grupo Saint-Gobain de identificar los aspectos que son más relevantes para la población española en relación con su vivienda.

La vivienda es uno de los aspectos centrales en la vida de las personas, donde necesidades funcionales y emocionales se entrelazan. Así, además de desarrollar nuestras actividades diarias, cada vez más, buscamos que este espacio se convierta en un lugar donde poder disfrutar de nuestra intimidad y convivencia, y, en muchos casos, un lugar de trabajo y conexión con el ámbito profesional.

El barómetro anterior estuvo marcado por el impacto de la pandemia y el post confinamiento, un momento en el que se activaron nuevas expectativas y nuevos planes sobre la vivienda habitual (consultar resultados de barómetro anterior en: www.barometrohogares.es).

En esta nueva edición del **Barómetro Saint-Gobain sobre los hogares 2024** se han incorporado dos dimensiones relevantes para entender la percepción y las demandas respecto de la vivienda actual:

- a | La sostenibilidad y su perspectiva
- b | El impacto del teletrabajo en la percepción de los hogares

LA SOSTENIBILIDAD Y SU PERSPECTIVA GENERACIONAL

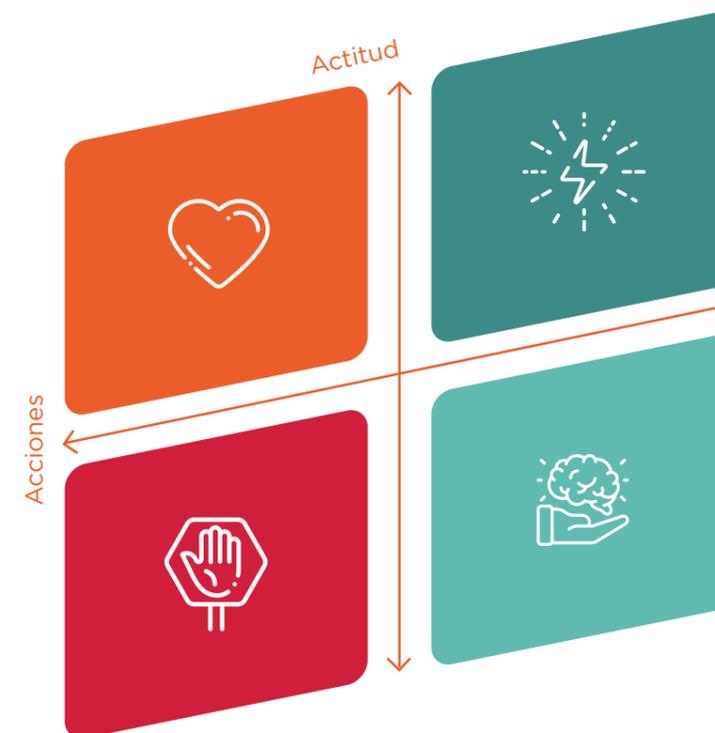
La sostenibilidad como preocupación social influye en los comportamientos y criterios de elección y puede estar afectando a las demandas hacia el sector de las viviendas. Abordar la cuestión de la sostenibilidad se ha convertido también en un imperativo para marcas y grandes corporaciones.

Como decíamos al inicio, la relevancia social actual de la sostenibilidad y su impacto sobre los comportamientos de los consumidores y sobre las empresas, hacían necesario observar a través del **Barómetro Saint-Gobain sobre los hogares** cómo esta variable afecta al sector de la vivienda y a las opiniones de su mercado potencial.

Según el Kantar Sustainability Sector Index 2023, en este momento los problemas medioambientales ocupan el primer lugar dentro de los grandes problemas que los ciudadanos creen que deben ser resueltos (con un 49 % de menciones), seguido de temas de carácter social y guerras y conflictos internacionales (con un 40 % ambos).

Por ello, hemos incorporado a este barómetro una segmentación de la población según un modelo validado por Kantar (Kantar's validated sustainability segmentation) que agrupa a las personas según dos variables:

- a | Su nivel de compromiso y actitud general hacia la sostenibilidad
- b | Sus comportamientos y acciones sostenibles concretos, diferenciando cuatro colectivos



Activos

El colectivo que más directamente se siente afectado por los problemas medioambientales y sociales y está más convencido de que puede marcar una diferencia real a través de sus acciones.

Su comportamiento coincide con sus valores: quieren hacer más y están más dispuestos a invertir su tiempo y dinero para apoyar a las empresas en las que perciben un planteamiento más sostenible.



Considera/Dispuestos

Este colectivo no está tan convencido de que pueda marcar una diferencia real a través de sus elecciones. Sin embargo, sí han tomado algunas medidas en su día a día y en su consumo: han reducido su compra/uso de ciertos productos o servicios por su impacto en el medio ambiente o la sociedad.



Belivers/Concienciados

Fuertemente influenciados por factores sociales, consideran que sus elecciones muestran a los demás quiénes son y en qué creen. Como los activos, este colectivo cree que la forma de actuar de las personas puede tener un impacto relevante. Sin embargo, su comportamiento no coincide con sus creencias por distintas razones: no buscan activamente marcas sostenibles ni han dejado de realizar consumos a causa de la sostenibilidad.



Objetores/Dismissers

Se caracterizan por su distancia respecto de todo lo sostenible. Aunque algunos se involucran en acciones básicas, que se han ido incorporando como hábito en buena parte de la sociedad (como la separación de los residuos o el reciclado de plástico y vidrio), o tratan de comprar productos empaquetados de manera más sostenible, no están interesados en invertir su tiempo o dinero para cambiar realmente sus comportamientos.

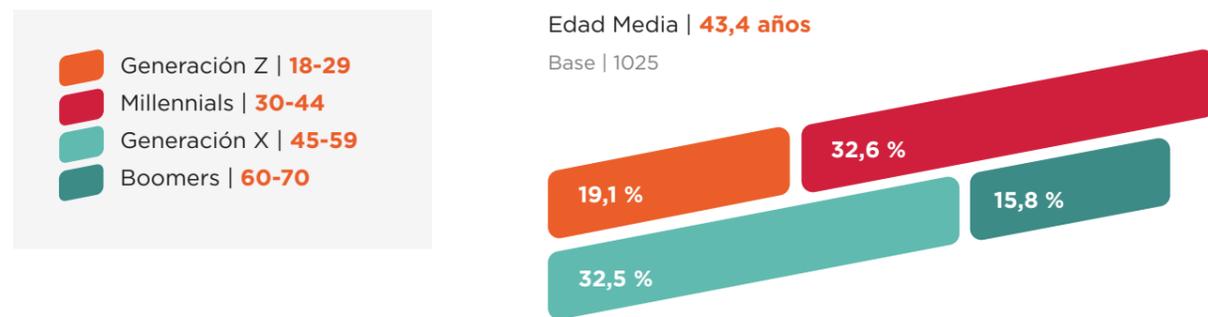
PERSPECTIVA GENERACIONAL: ¿CÓMO SE DISTRIBUYEN ESTOS COLECTIVOS DENTRO DEL CONJUNTO DE LA POBLACIÓN?

La perspectiva generacional influye en las decisiones respecto a la vivienda ya que las necesidades y criterios de selección varían según las edades. Junto con la diferencia de edad, nos encontramos con experiencias vitales, actitudes y valores que definen a una generación frente a otras y su particular modo de enfrentarse al mundo que les rodea y de entender la sostenibilidad.

En el siguiente cuadro podemos ver como el colectivo que definimos como activos, personas que se declaran concienciadas y con comportamientos acordes a sus ideas, **agrupa casi al 50 % de la población**. Es un colectivo en crecimiento (según el **Kantar Sustainability Sector Index 2023**, creció 5 puntos en España en el último año), con un peso algo mayor en las generaciones más jóvenes, Z y Millennials. Por tanto, podemos ver como la sostenibilidad aparece a priori como una cuestión de alto interés, que influye en el comportamiento de una parte importante de la población y de forma bastante transversal.

Relación entre la posición ante la sostenibilidad y la edad/generación

	Total	18-29 Generación Z	30-44 Millennials	45-59 Generación X	60-70 Boomers
Activos	49,5 %	56,4 %	51 %	45,6 %	46,2 %
Considers/Dispuestos	22 %	18,4 %	25 %	21,5 %	21,4 %
Belivers/Concienciados	20,7 %	19,6 %	17,7 %	21,9 %	25,8 %
Objetores/Dismissers	7,8 %	5,6 %	6,2 %	11,1 %	6,6 %
Base	1.025	196	335	333	162



EL IMPACTO DEL TELETRABAJO EN LA PERCEPCIÓN DE LOS HOGARES

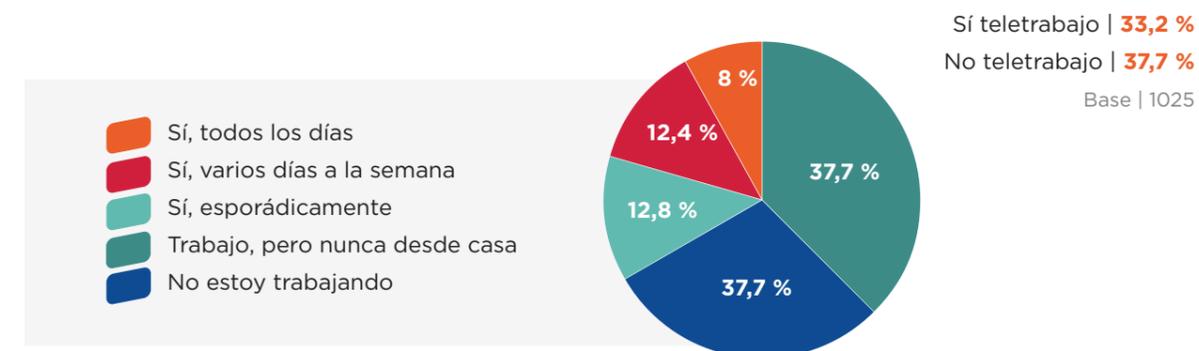
Desde Saint-Gobain entendemos que el teletrabajo va a generar un nuevo marco de relación y de necesidades respecto del hogar, por lo que recogemos la situación del teletrabajo en este momento.

“ El teletrabajo es más frecuente en las generaciones jóvenes. Teletrabajan el 26% de la Generación Z y el 28% de los Millennials ”

Un 70 % de los entrevistados está en activo y trabaja actualmente. El intervalo de 30 a 59 años (Millennials y Generación X) es donde se concentra mayor población trabajadora. La mayoría de quienes tienen entre 60 y 70 años está ya fuera del mercado laboral.

Dentro del colectivo que trabaja, **un tercio de los individuos declara teletrabajar, aunque menos del 10 % lo hace todos los días de la semana.** El teletrabajo es más frecuente en las generaciones más jóvenes, Millennials y Generación Z que, aunque tiene una base más baja de trabajadores, alcanza el 40 % de personas que total o parcialmente trabajan desde su hogar. Es también entre los más jóvenes donde el teletrabajo aparece como una rutina más frecuente: teletrabaja todos los días o varios días a la semana el 26 % de la Generación Z (18-29 años) y el 28 % de los Millennials (30-44 años).

¿Actualmente teletrabajas en casa? ¿Con qué frecuencia?



teletrabajo	Total	18-29 Generación Z	30-44 Millennials	45-59 Generación X	60-70 Boomers
Sí, todos los días	8 %	8,8 %	10,2 %	7,2 %	4,3 %
Sí, varios días a la semana	12,4 %	17,5 %	18,4 %	7,1 %	4,9 %
Sí, esporádicamente	12,8 %	14,1 %	14,7 %	13,9 %	5,1 %
Trabajo, pero nunca desde casa	37,7 %	23,8 %	43,4 %	48 %	21,7 %
No estoy trabajando	29,1 %	35,9 %	13,4 %	23,8 %	64 %
Trabajando actualmente	70,9 %	64,2 %	86,7 %	76,2 %	36 %
Sí teletrabajo	33,2 %	40,4 %	43,3 %	28,2 %	14,3 %
No teletrabajo	37,7 %	23,8 %	43,4 %	48,0 %	21,7 %
Base	1025	198	338	332	157



01.

CONTEXTO DE PARTIDA:
CARACTERÍSTICAS DE
LA VIVIENDA PRINCIPAL
Y DE SU USO

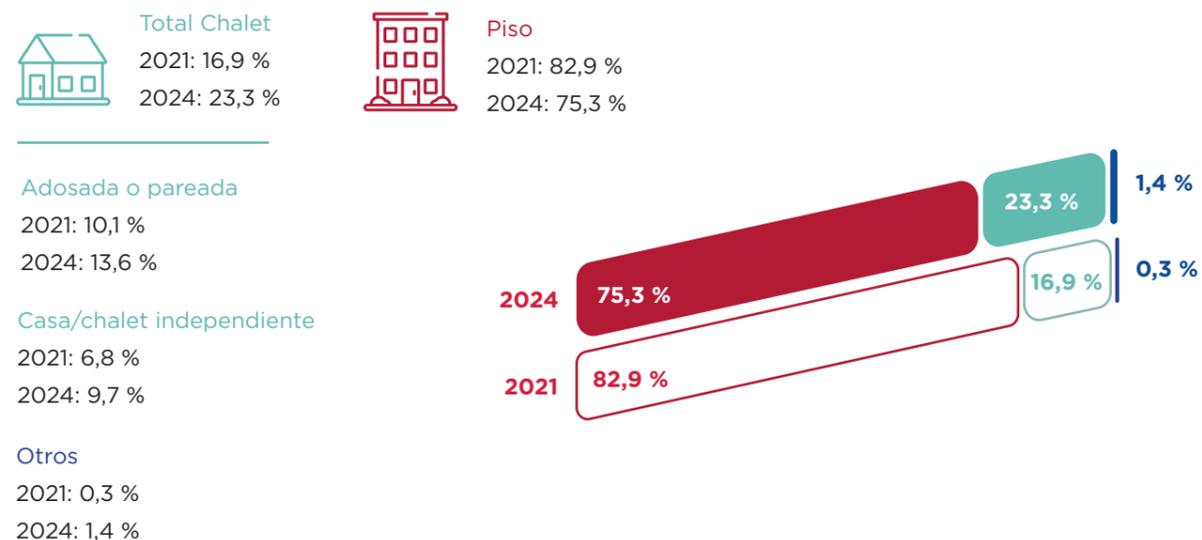
CONTEXTO DE PARTIDA: CARACTERÍSTICAS DE LA VIVIENDA PRINCIPAL Y DE SU USO

TIPO DE LA VIVIENDA

Como ya hicimos en el Barómetro Saint-Gobain realizado en 2021, distinguimos dos tipos básicos de viviendas, con características constructivas y de habitabilidad diferentes: vivienda plurifamiliar (pisos) y vivienda unifamiliar (casas o chalets). Dentro de la vivienda unifamiliar, distinguimos entre la casa-chalet adosado o pareado y la vivienda independiente aislada de otros vecinos.

Los pisos continúan siendo el tipo de vivienda más frecuente. **En 3 de cada 4 casos la vivienda de residencia habitual es un piso.** Sin embargo, el modelo de vivienda unifamiliar ha crecido respecto del Barómetro anterior, superando el 20 % del total de viviendas. Este dato se corresponde con una evolución algo más favorable en la casa/chalet que en el piso, **tras la experiencia del confinamiento por el COVID-19,** que puso foco en las **características de la vivienda** y en la **posibilidad de disponer de espacios más amplios y abiertos,** y por la aparición de nuevas necesidades fruto de la extensión del teletrabajo.

¿En qué tipo de vivienda resides?



En los grandes núcleos urbanos los pisos siguen representando la mayor parte del parque de viviendas. En Sevilla, sin embargo, observamos una proporción de viviendas unifamiliares, especialmente adosadas. Fuera de estos grandes núcleos urbanos, las viviendas unifamiliares suman casi un tercio del total de viviendas.

CUADRO: TIPO DE VIVIENDA HABITUAL VS. HÁBITAT

	Total	Madrid	Barcelona	Bilbao	Sevilla	Valencia	Resto España
Piso	75,3 %	86 %	96 %	96 %	67,9 %	92,1 %	67,6 %
Casa/chalet adosada o pareada	13,6 %	7 %	1,3 %	0 %	20,5 %	5,3 %	17,8 %
Casa/chalet independiente	9,7 %	3,8 %	2,6 %	2,7 %	9 %	1,3 %	13,6 %
Total Chalet	23,3 %	10,8 %	3,9 %	2,7 %	29,5 %	6,6 %	31,4 %
Otros	1,4 %	3,2 %	0 %	1,4 %	2,6 %	1,3 %	1 %
Base	1025	128	76	75	78	77	591

RÉGIMEN DE LA VIVIENDA

“ 3 de cada 4 viviendas son en propiedad, predominando en el mercado español ”

En este punto, diferenciamos entre viviendas en propiedad y viviendas alquiladas, contemplando además si la persona se hace responsable, total o parcialmente, de los gastos generados por la propiedad o el alquiler. La responsabilidad sobre el pago puede servirnos ya como un indicio de su implicación y capacidad de decisión ante posibles cambios (cambio de vivienda, de régimen y/o reformas).

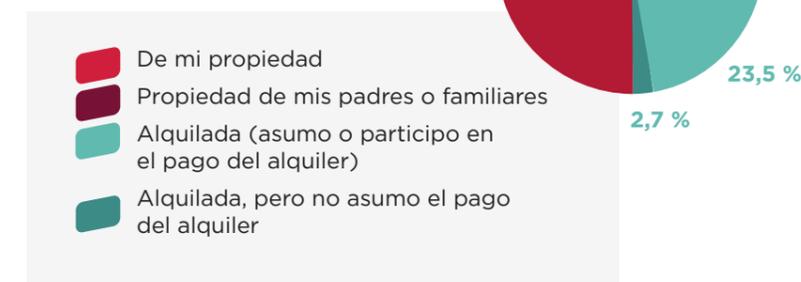
Como podemos ver en los cuadros siguientes, la relación vivienda en propiedad/alquilada es similar a la que mostraba el Barómetro Saint-Gobain sobre los hogares anterior, con un ligero repunte del alquiler. Los efectos entrecruzados que se han dado en estos pocos años: dinamismo de la compra de viviendas tras el COVID-19 con un posterior enfriamiento por la crisis energética y la subida de los tipos de interés fruto de la inestabilidad internacional, pueden estar detrás de la aparente estabilidad del dato. En todo caso, **el régimen de propiedad sigue siendo el predominante en el mercado español, con 3 de cada 4 viviendas.** Un 82 % de los residentes entrevistados asumen o participan de los gastos derivados del régimen de tenencia, por tanto, cabe suponer que su participación en las decisiones que la atañen es alta.

Tu vivienda es...

Propietario
2021: 77 %
2024: 74 %

Alquiler
2021: 23 %
2024: 26 %

Asume el pago | **81,9 %**
No asume el pago | **18,1 %**
Base | 1025



Lógicamente la edad y el momento vital de las personas inciden directamente en el predominio de un régimen de tenencia u otro. **En los grupos más jóvenes abunda más el alquiler**, que pierde peso rápidamente en la medida en que van entrando en una edad de mayor estabilidad personal y económica. **A partir de los 45 años un 72 % de los entrevistados han comprado por sí mismos su vivienda habitual.**

Régimen de la vivienda vs. Grupos de edad

Régimen de la vivienda	18-29 Generación Z	30-44 Millennials	45-59 Generación X	60-70 Boomers
De mi propiedad	22 %	60,2 %	71,2 %	72,8 %
Propiedad de mis padres o familiares	40,6 %	12,5 %	7,4 %	7,5 %
Alquilada (asumo o participo en el pago del alquiler)	29,6 %	26,1 %	20,3 %	17,1 %
Alquilada, pero no asumo el pago del alquiler	7,8 %	1,2 %	1,2 %	2,6 %
Base	198	338	332	157

El alquiler se eleva por encima del 30 % en Madrid y Barcelona, mientras que en los núcleos urbanos de Bilbao y Sevilla la propiedad de la vivienda principal se sitúa por encima de la media nacional. El porcentaje de tenencia en régimen de alquiler se reduce considerablemente en el caso de la vivienda unifamiliar (casa/chalet).

“ En los núcleos urbanos de Bilbao y Sevilla la propiedad de la vivienda principal se sitúa por encima de la media nacional ”

Régimen de la vivienda vs. Área geográfica

Régimen de la vivienda	Total	Madrid	Barcelona	Bilbao	Sevilla	Valencia	Resto España
De mi propiedad	58,5 %	57,3 %	54,2 %	68,2 %	62 %	62,7 %	57,2 %
Propiedad de mis padres o familiares	15,4 %	12,4 %	10,4 %	10,7 %	18,9 %	13 %	16,9 %
Alquilada (asumo o participo en el pago del alquiler)	23,5 %	25,7 %	31,5 %	17,2 %	16,5 %	24,3 %	23,5 %
Alquilada, pero no asumo el pago del alquiler	2,7 %	4,6 %	3,9 %	3,9 %	2,6 %	0 %	2,3 %
Vivienda en propiedad	73,9 %	69,7 %	64,6 %	79 %	80,9 %	75,7 %	74,1 %
Vivienda en alquiler	26,1 %	30,3 %	35,4 %	21 %	19,1 %	24,3 %	25,9 %
Base	1025	128	76	75	78	77	591

TIEMPO QUE HACE QUE RESIDE EN LA VIVIENDA ACTUAL

Observando el tiempo de residencia en la vivienda habitual podemos inferir la dinámica del mercado de la vivienda principal en los últimos años, ya se trate de compra de vivienda o de alquiler.

El porcentaje de personas que llevan residiendo en su vivienda menos de 2 años muestra la actividad de compra-venta y alquiler más reciente y, sin dejar de considerar las particularidades de la coyuntura actual, podría darnos una idea de la actividad que cabría esperar a corto plazo. En el cuadro siguiente podemos ver como aproximadamente a 1 de cada 5 residentes ha cambiado de vivienda en los últimos 2 años, mientras que algo más de tres quintos lleva residiendo más de cinco años en la misma vivienda.

¿Cuánto tiempo llevas residiendo en tu vivienda actual?



Menos 1 año | 12,1 %
 1-5 años | 24,8 %
 Más 5 años | 63,20 %
 Base | 1025

Vamos a analizar con más detalle el tiempo de residencia en la vivienda habitual. Si tenemos en cuenta la variable edad, se confirma lo que ya vimos en el Barómetro Saint-Gobain 2021: **los grupos más jóvenes**, que hemos definido como Generación Z y Millennials, **son los que muestran una mayor tendencia al cambio de vivienda**, de una forma incluso algo más acusada en esta edición. Recordemos que en la Generación Z tiene más peso del alquiler (un 37 % de las viviendas) mientras que los Millennials lo tiene la compra, con un 60 % que ha adquirido una vivienda.

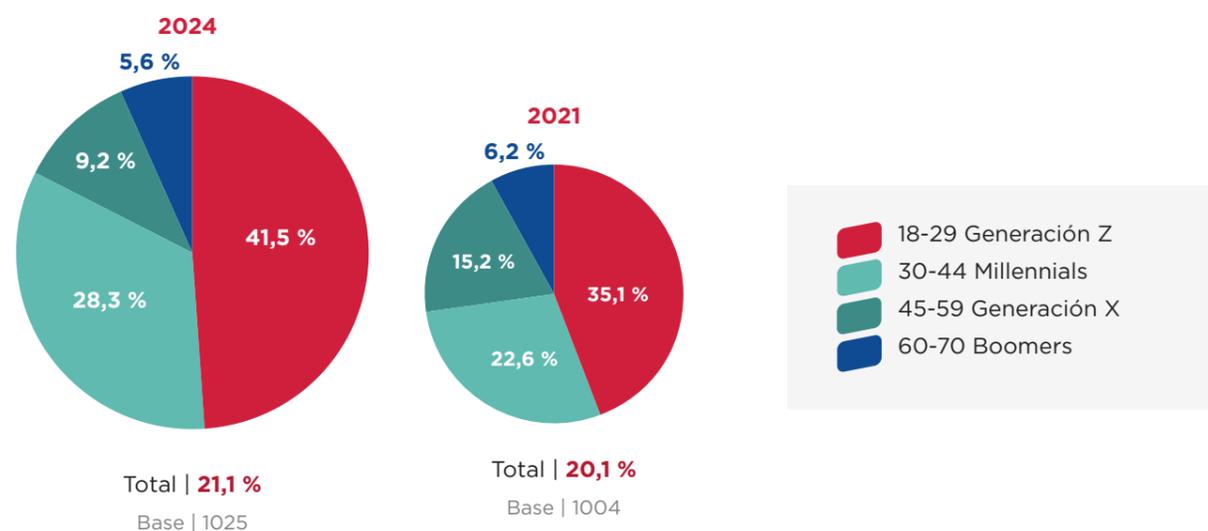
A partir de los 45 años aumenta significativamente la proporción de individuos que residen en su vivienda desde hace más de 5 años, hasta alcanzar prácticamente al 90 % de la población de más de 60 años. Veremos más adelante la disposición de estos colectivos más maduros y conservadores respecto al cambio de vivienda, sobre la adaptación y reforma de la misma.

“ La Generación Z tiene más peso de alquiler con un 37% de las viviendas ”

Tiempo reside en vivienda actual vs. Grupos de edad

Tiempo reside en vivienda habitual	Total	18-29 Generación Z	30-44 Millennials	45-59 Generación X	60-70 Boomers
Menos de 6 meses	4,6 %	10,6 %	5,1 %	2,1 %	1,3 %
Entre 6 meses y 1 año	7,5 %	17,3 %	11 %	1,5 %	0,5 %
Entre 1 y 2 años	9 %	13,6 %	12,2 %	5,6 %	3,8 %
Entre 2 y 5 años	15,7 %	19 %	21 %	13,2 %	6,1 %
Más de 5 años	63,2 %	39,4 %	50,7 %	77,6 %	88,2 %
Menos 1 año	12,1 %	27,9 %	16,1 %	3,6 %	1,9 %
1-5 años	24,8 %	32,7 %	33,2 %	18,8 %	10,0 %
Más 5 años	63,2 %	39,4 %	50,7 %	77,6 %	88,2 %
Base	1025	198	338	332	157

Menos de 2 años



Respecto del tipo de vivienda, en el Barómetro Saint-Gobain anterior observamos que la proporción de individuos que habían cambiado su residencia en el último año era mayor en el caso de los pisos que en el de las casa-chalet (12 % y 5 % respectivamente). Sin embargo, 3 años después las diferencias por tipo de vivienda se han reducido, en línea con la evolución más favorable de la casa-chalet como alternativa de primera residencia que comentamos anteriormente.

Tiempo reside en vivienda actual vs. Tipo de vivienda

Tiempo reside en vivienda habitual	Total	tipo de vivienda	
		Piso	Chalet
Menos de 6 meses	4,6 %	3,9 %	6,3 %
Entre 6 meses y 1 año	7,5 %	7,6 %	7,6 %
Entre 1 y 2 años	9 %	9,7 %	7,3 %
Entre 2 y 5 años	15,7 %	15,8 %	15,6 %
Más de 5 años	63,2 %	63 %	63,3 %
Menos 1 año	12,1 %	11,4 %	13,9 %
1-5 años	24,8 %	25,5 %	22,9 %
Más 5 años	63,2 %	63,0 %	63,3 %
Base	1025	778	233

Bilbao muestra una menor rotación en la vivienda que otras grandes ciudades: **3 de cada 4 residentes** (18-70 años) **en Bilbao mantienen la misma vivienda desde hace más de 5 años**, con un porcentaje de cambio en el último año muy por debajo de la media.

Tiempo reside en vivienda actual vs. Núcleos urbanos

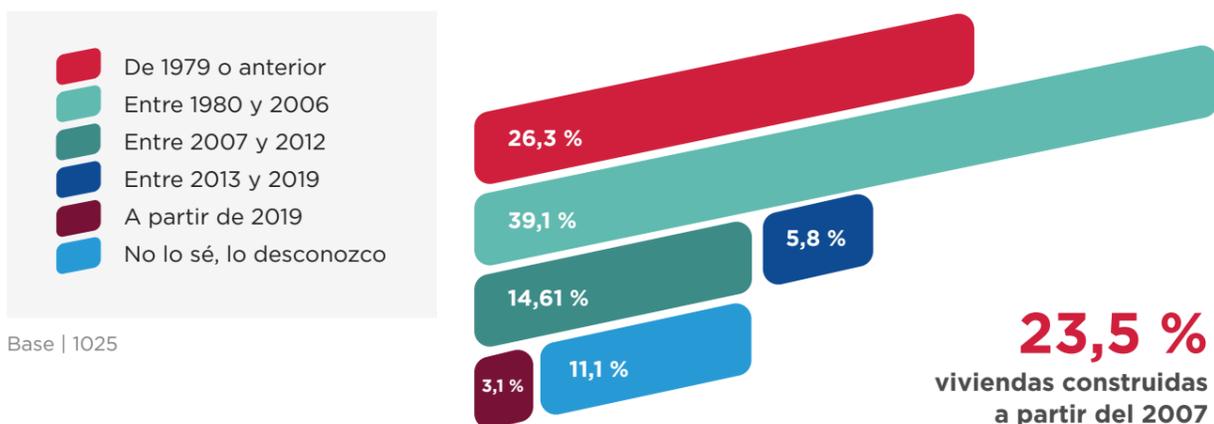
Tiempo reside en vivienda habitual	Total	Madrid	Barcelona	Bilbao	Sevilla	Valencia	Resto España
Menos de 6 meses	4,6 %	6,2 %	1,3 %	2,6 %	10,2 %	3,9 %	4,1 %
Entre 6 meses y 1 año	7,5 %	6,1 %	13 %	2,6 %	5 %	7,7 %	7,9 %
Entre 1 y 2 años	9 %	14 %	11,7 %	9,2 %	3,8 %	5,1 %	8,8 %
Entre 2 y 5 años	15,7 %	12,4 %	14,4 %	9,3 %	16,4 %	24,4 %	16 %
Más de 5 años	63,2 %	61,3 %	59,6 %	76,3 %	64,5 %	59 %	63,1 %
Menos 1 año	12,1 %	12,3 %	14,3 %	5,2 %	15,2 %	11,5 %	12,1 %
1-5 años	24,8 %	26,4 %	26,1 %	18,5 %	20,3 %	29,5 %	24,9 %
Más 5 años	63,2 %	61,3 %	59,6 %	76,3 %	64,5 %	59 %	63,1 %
Base	1025	128	76	75	78	77	591

AÑO DE CONSTRUCCIÓN VIVIENDA ACTUAL

La antigüedad de un inmueble puede determinar la necesidad de reformar o rehabilitar aspectos estructurales o espacios dentro de la vivienda y/o del edificio o comunidad de viviendas.

La antigüedad de la vivienda se ha determinado según su fecha de construcción, considerando 5 agrupaciones: viviendas anteriores a 1979 (viviendas con más de 43 años), de 1980 a 2006 (viviendas entre 17 y 43 años), viviendas construidas de 2007 a 2012 (entre 11 y 16 años de antigüedad), de 2013 a 2019 (entre 4 y 10 años de antigüedad cuando recogimos la información) y viviendas construidas recientemente, posteriores a 2019 (con menos de 4 años).

¿En qué fecha aproximada se construyó tu vivienda actual?



De acuerdo con las declaraciones de los entrevistados, un 23 % de viviendas tiene menos de 17 años de antigüedad. **El segmento mayor de viviendas es el de las construidas entre 1980 y 2006 (40 %).** Mientras que algo más de un cuarto del parque de viviendas tiene una antigüedad superior a 43 años.

«
Bilbao, Barcelona y Valencia tienen el parque de vivienda más antiguo
»

Si distinguimos entre los grandes núcleos urbanos, observamos que Bilbao, Barcelona y Valencia tiene el parque de vivienda más antiguo. **Madrid y Sevilla** son las ciudades que más se acercan **con más de un 23 % de viviendas construidas a partir de 2007.**

Año de construcción por área geográfica

Año de construcción vivienda actual	Total	Madrid	Barcelona	Bilbao	Sevilla	Valencia	Resto España
De 1979 o anterior	26,3 %	22,9 %	42,4 %	52 %	26,9 %	40,4 %	20,8 %
Entre 1980 y 2006	39,1 %	43 %	34,1 %	22,7 %	38,6 %	36,4 %	40,8 %
Entre 2007 y 2012	14,6 %	8,5 %	6,5 %	10,7 %	12,8 %	6,4 %	18,4 %
Entre 2013 y 2019	5,8 %	8,6 %	3,9 %	2,7 %	7,6 %	5,2 %	5,6 %
A partir de 2019	3,1 %	6,2 %	4 %	1,3 %	1,3 %	5,1 %	2,6 %
No lo sé, lo desconozco	11,1 %	10,9 %	9 %	10,7 %	12,9 %	6,5 %	11,8 %
Nueva	23,5 %	23,3 %	14,5 %	14,7 %	21,7 %	16,7 %	26,6 %
Base	1025	128	76	75	78	77	591

Hay mayor proporción de nueva construcción en vivienda unifamiliar, ya sea adosada o independiente, superando en 9 puntos a la vivienda plurifamiliar (pisos). Esta diferencia a favor del modelo unifamiliar se concentra en el periodo 2007 y 2019.

Por último, **la proporción de vivienda nueva**, en compra o alquiler, **es superior entre los grupos más jóvenes** (en torno a un 30 %). La antigüedad de la vivienda se relaciona con la edad de su residente, aumentando sensiblemente a partir de los 45 años. **Entre 60-70 años más del 80 % de los individuos residen en una vivienda de más de 17 años.**

Año de construcción de la vivienda y edad

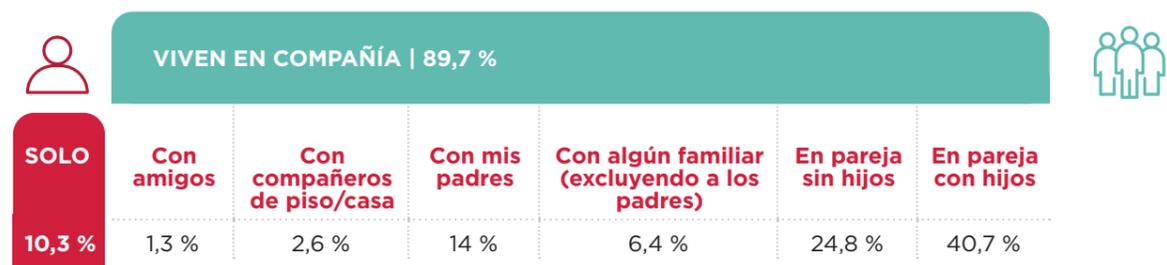
Año de construcción vivienda actual	Total	18-29 Generación Z	30-44 Millennials	45-59 Generación X	60-70 Boomers
De 1979 o anterior	26,3 %	13,4 %	22,4 %	31,7 %	38,7 %
Entre 1980 y 2006	39,1 %	39,5 %	35,7 %	40,4 %	43 %
Entre 2007 y 2012	14,6 %	17,5 %	18,2 %	13,7 %	5,2 %
Entre 2013 y 2019	5,8 %	7,7 %	8,4 %	4 %	1,9 %
A partir de 2019	3,1 %	4,5 %	4,7 %	1,1 %	2,4 %
No lo sé, lo desconozco	11,1 %	17,5 %	10,6 %	9 %	8,8 %
Nueva	23,5 %	29,6 %	31,3 %	18,9 %	9,5 %
Base	1025	198	338	332	157

TIPO DE HOGAR

Se establecieron **7 categorías** para definir el **tipo de hogar**, según el nivel de convivencia dentro de la vivienda principal, con o sin relación de parentesco.

En el cuadro inferior podemos ver como en el 90 % aprox. de los hogares residen varias personas y sólo 1 da cada 10 hogares es unipersonal. **En el 86 % de los hogares sus miembros tienen relación de parentesco.** Esta relación es en su mayor parte de padres-hijos (un 55 %), como podemos observar si sumamos quienes residen en pareja con hijos a quienes no forman parte de una pareja y residen con sus padres.

Actualmente, vives en tu casa...



Según estos datos, podemos afirmar que **la mayoría de los hogares son pluripersonales**, y en la mayor parte de los casos unidos por parentesco y con más de la mitad de los hogares con familias en las que hay una relación padres-hijos.

La convivencia en pareja es la más frecuente, con 4 de cada 6 personas en esta situación, ya sea en hogares con hijos (mayoritaria, en un 41 % de los hogares) o sin hijos (25 %). Observamos, sin embargo, un ligero descenso en las parejas con hijos respecto del Barómetro anterior, en línea con tendencias sociales como el retraso de la edad para tener hijos o el envejecimiento de la población que aumentan el número de hogares donde sólo convive la pareja.



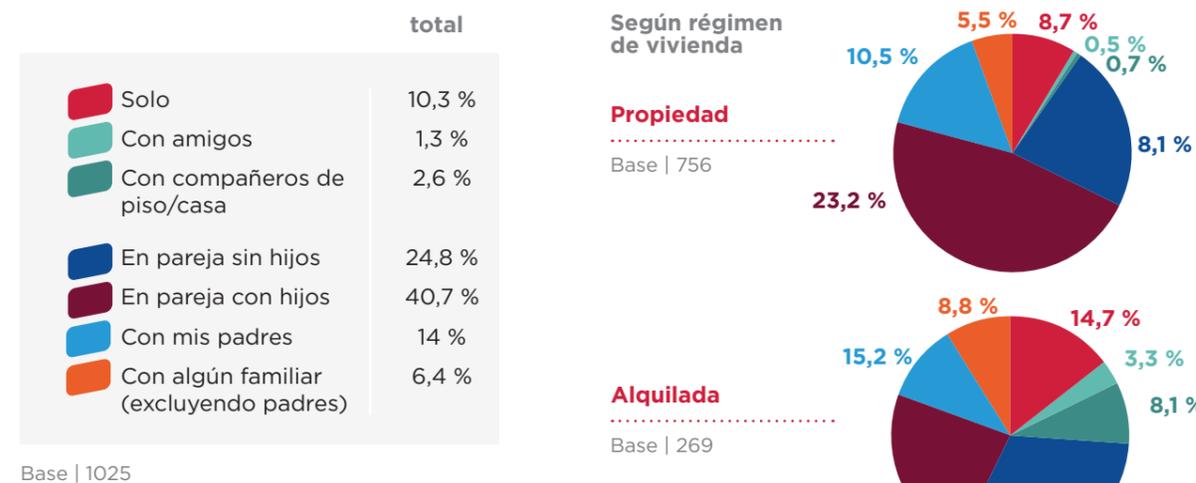
Veremos ahora el tipo de hogar en función de variables que permiten ver algunas diferencias. En primer lugar, **la edad y el ciclo de la vida de la persona** determina necesariamente la forma de su hogar. Incluso en los grupos más jóvenes, la forma principal de convivencia es la familia. **Entre los 30 y los 59 años (Millennials y Generación X) el modelo familiar de la mitad de la población es la pareja con hijos.** A partir de los 60, coincidiendo con el momento teórico de **emancipación de los hijos, un 44 % de las parejas conviven sin hijos.** Sin embargo, **esta emancipación no se produce en un 30 % de los casos,**

en línea con el casi 40 % de la Generación Z que aún conviven con sus padres, y pone de manifiesto el retraso en la edad de emancipación en España, lo que puede generar necesidades específicas de renovación y adecuación de las viviendas en familias donde conviven ya adultos.

Actualmente, vives en tu casa...

Tipo de hogar	Total	18-29 Generación Z	30-44 Millennials	45-59 Generación X	60-70 Boomers
Solo	10,3 %	6,2 %	9,7 %	12,4 %	12,3 %
Con amigos	1,3 %	4,6 %	0,9 %	0,3 %	0 %
Con compañeros de piso/casa	2,6 %	7,5 %	2,7 %	0,3 %	1,2 %
En pareja sin hijos	24,8 %	20 %	22,8 %	20,4 %	43,7 %
En pareja con hijos	40,7 %	15,4 %	49,9 %	51,2 %	30,6 %
Con mis padres	14 %	39,2 %	10,4 %	7,7 %	3,8 %
Con algún familiar	6,4 %	7 %	3,6 %	7,8 %	8,4 %
Total en Familia	85,8 %	81,6 %	86,7 %	87,0 %	86,5 %
Total en Pareja	65,5 %	35,5 %	72,7 %	71,6 %	74,3 %
Base	1025	198	338	332	157

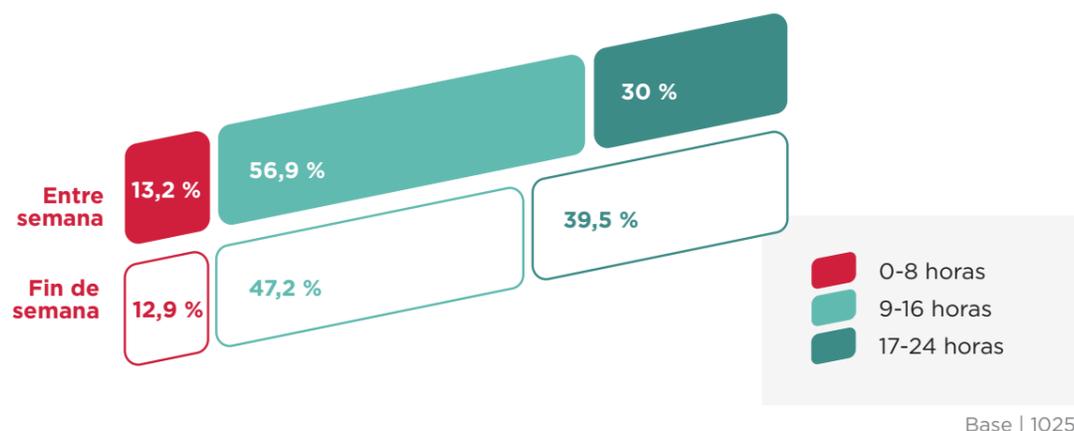
Si observamos el régimen de posesión de la vivienda, **más del 60 % de los hogares con hijos son en propiedad** (sumando las alternativas en pareja con hijos y con mis padres), una cifra cercana a duplicar a los hogares de estas características en alquiler. El alquiler, como sistema de posesión que puede estar más sujeto al cambio, gana relevancia en parejas sin hijos, hogares individuales o situaciones en las que la vivienda se comparte con otras personas no familiares.



TIEMPO QUE SE PASA EN LA VIVIENDA

Otro dato que subraya la importancia de la vivienda en nuestras vidas es **el tiempo que pasamos en ella**. Estamos en nuestro hogar una media de **14 horas entre semana y 15 horas durante los fines de semana**.

¿Cuánto tiempo pasas habitualmente en tu vivienda?



La edad influye en el tiempo que se pasa en la vivienda. Los miembros de **la Generación Z y los Millennials pasan algo menos de tiempo en casa** a diario, mientras que quienes tienen entre 60-70 años están más horas en su hogar. Por lo general, el fin de semana se pasa más tiempo en casa, repitiendo el mismo patrón por generaciones.

Tiempo que pasas en la vivienda por edad

Tiempo que se pasa en la vivienda a diario	Total	18-29 Generación Z	30-44 Millennials	45-59 Generación X	60-70 Boomers
0-8 horas	13,2 %	15,3 %	17,1 %	11,3 %	6,3 %
9-16 horas	56,9 %	59,4 %	55,3 %	59,6 %	51,3 %
17-24 horas	30 %	25,4 %	27,5 %	29,1 %	42,4 %
Media horas	14,2 %	13,6 %	13,6 %	14,3 %	15,6 %
Base	1025	198	338	332	157

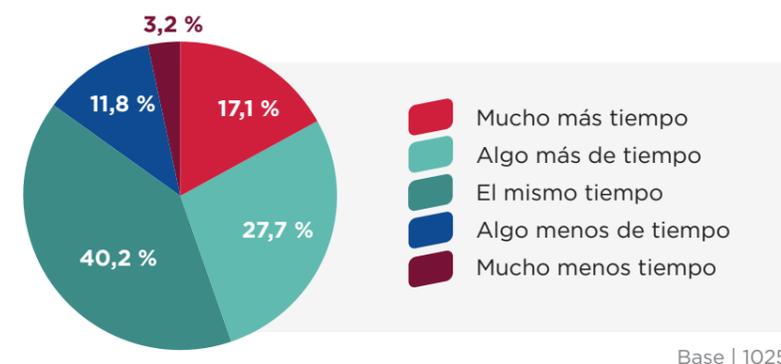
Tiempo que se pasa en la vivienda en fin de semana	Total	18-29 Generación Z	30-44 Millennials	45-59 Generación X	60-70 Boomers
0-8 horas	13,2 %	15,3 %	17,1 %	11,3 %	6,3 %
9-16 horas	56,9 %	59,4 %	55,3 %	59,6 %	51,3 %
17-24 horas	30 %	25,4 %	27,5 %	29,1 %	42,4 %
Media horas	14,2 %	13,6 %	13,6 %	14,3 %	15,6 %
Base	1025	198	338	332	157

Encontramos pautas de comportamiento muy similar en relación con el tiempo de estancia en la vivienda entre hombres y mujeres.

“ El 45 % de las personas pasan algo o mucho más tiempo en casa que antes de la pandemia ”

La pandemia del COVID-19 conllevó un largo confinamiento en nuestros hogares. ¿Ha afectado esta experiencia al tiempo que en este momento postpandemia pasamos en la vivienda? De acuerdo con los datos, parece que la pandemia ha tenido un efecto directo en una parte importante de la población (un 45 %) que tiene la impresión de que ha aumentado en mucho o en algo su tiempo de estancia. Solo el 15 % considera que pasa menos tiempo en su hogar.

¿Y ha cambiado el tiempo que pasas en tu vivienda después del confinamiento/pandemia?



Los más jóvenes, miembros de la Generación Z, son los que en mayor proporción consideran que han aumentado su tiempo en el hogar en la postpandemia, mientras que la Generación X (45-59 años) es la que se percibe menos afectada.

Tiempo en casa postpandemia por edad

Tiempo en casa postpandemia	Total	18-29 Generación Z	30-44 Millennials	45-59 Generación X	60-70 Boomers
Mucho más tiempo	17,1 %	20,6 %	17,1 %	16,3 %	14,8 %
Algo más de tiempo	27,7 %	32,3 %	30,1 %	23 %	26,8 %
El mismo tiempo	40,2 %	29,3 %	40,1 %	46 %	41,6 %
Algo menos de tiempo	11,8 %	13,2 %	10,4 %	11,8 %	13 %
Mucho menos tiempo	3,2 %	4,6 %	2,3 %	2,9 %	3,8 %
Más tiempo (mucho+algo)	44,8 %	52,9 %	47,2 %	39,3 %	41,6 %
Menos tiempo (mucho+algo)	15,0 %	17,8 %	12,7 %	14,7 %	16,8 %
Base	1025	198	338	332	157

Tampoco en este caso encontramos grandes diferencias entre hombres y mujeres, aunque sí hay una ligera mayor percepción en las mujeres de que destinan ahora mucho más tiempo a estar en casa.

Tiempo en casa postpandemia por género



La sensación de pasar más tiempo en casa en este momento postpandemia es mayor en núcleos urbanos como Sevilla y Madrid, mientras que Barcelona y Bilbao se sitúan sensiblemente por debajo del resto de España (9 puntos porcentuales menos en el caso de Barcelona y 16 puntos porcentuales menos en el caso de Bilbao).

Tiempo en casa postpandemia por núcleos de población

Tiempo en casa postpandemia	Total	Madrid	Barcelona	Bilbao	Sevilla	Valencia	Resto de España
Mucho más tiempo	17,1 %	20,2 %	11,7 %	8,1 %	16,5 %	16,5 %	18,4 %
Algo más de tiempo	27,7 %	27,3 %	25 %	21,4 %	33,3 %	33,3 %	27,5 %
El mismo tiempo	40,2 %	38,5 %	42,1 %	52 %	37,3 %	37,3 %	39 %
Algo menos de tiempo	11,8 %	11 %	14,6 %	12 %	10,3 %	10,3 %	12 %
Mucho menos tiempo	3,2 %	3,1 %	6,6 %	6,5 %	2,6 %	2,6 %	3 %
Más tiempo (mucho+algo)	44,8 %	47,5 %	36,7 %	29,5 %	49,8 %	49,8 %	45,9 %
Menos tiempo (mucho+algo)	15,0 %	14,1 %	21,2 %	18,5 %	12,9 %	12,9 %	15 %
Base	1025	128	76	75	78	77	591

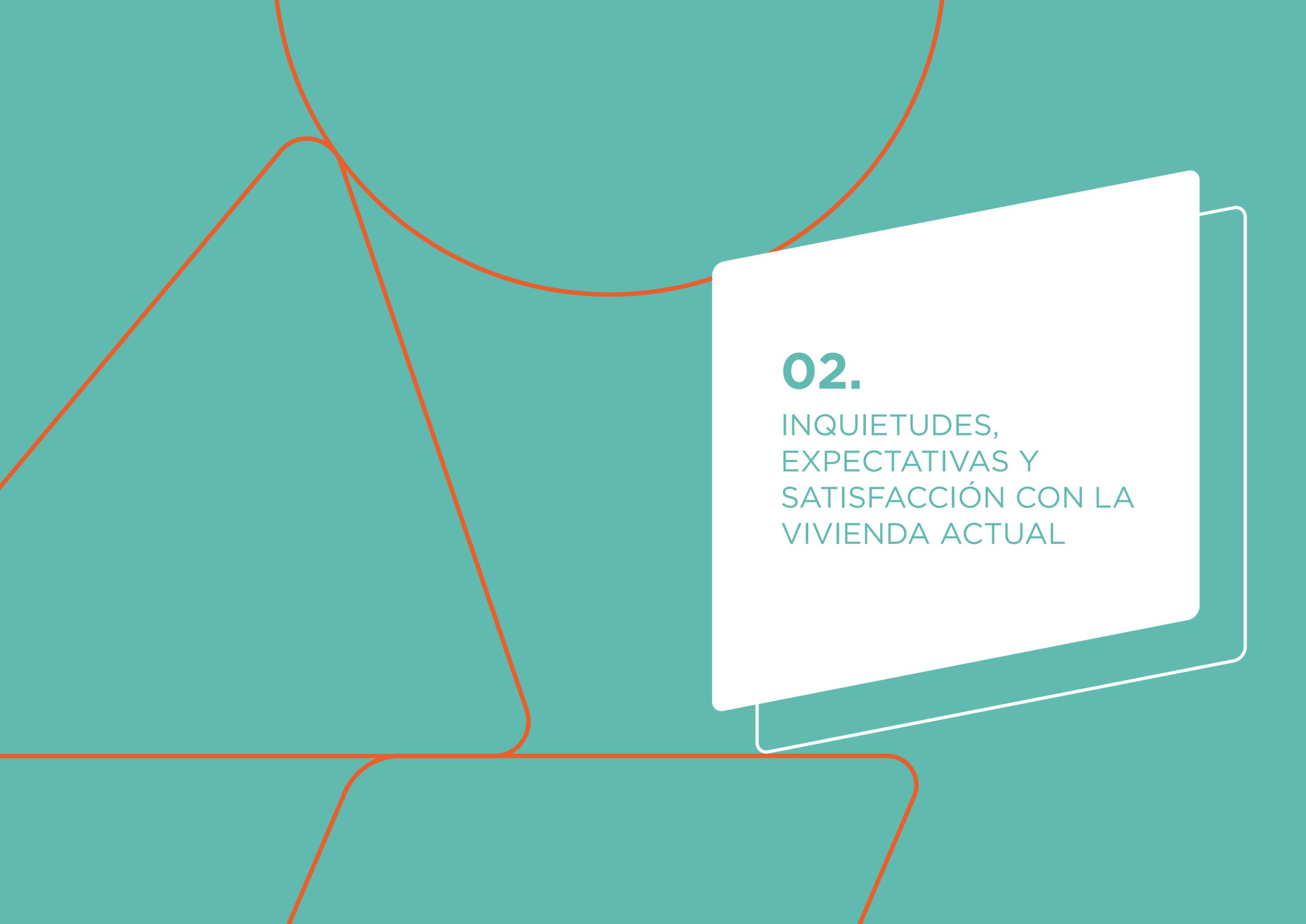
“*Bilbao es la ciudad donde menos se teletrabaja frente a Madrid y Barcelona*”

Relacionando el tiempo de estancia en el hogar según modelo de trabajo (presencial o en remoto) se observa que **el teletrabajo aparece como una práctica más instaurada en Barcelona y Madrid**, seguidas de Sevilla y Valencia. Por el contrario, en Bilbao el volumen de quienes pueden trabajar desde su casa se reduce al 23 %, siendo la mayor parte de los

casos de forma esporádica. Cabe suponer que ésta diferencia está muy relacionada con el peso de unos u otros sectores de actividad. Barcelona y Madrid tienen una amplia presencia en su economía del sector servicios, donde más ha avanzado el teletrabajo.

Teletrabajo y núcleos de población

Teletrabajo	Total	Madrid	Barcelona	Bilbao	Sevilla	Valencia	Resto de España
Sí, todos los días	8 %	10,9 %	10,5 %	4 %	6,4 %	10,3 %	7,4 %
Sí, varios días a la semana	12,4 %	17,1 %	20,8 %	6,7 %	15,2 %	10,2 %	11 %
Sí, esporádicamente	12,8 %	11,7 %	11,9 %	12 %	12,7 %	11,7 %	13,4 %
Trabajo, pero nunca desde casa	37,7 %	35,2 %	30,1 %	45,4 %	29,5 %	42,9 %	38,8 %
No estoy trabajando	29,1 %	25,1 %	26,7 %	32 %	36,3 %	24,9 %	29,5 %
Trabajando actualmente	70,9 %	74,9 %	73,3 %	68,1 %	63,8 %	75,1 %	70,6 %
Sí teletrabajo	33,2 %	39,7 %	43,2 %	22,7 %	34,3 %	32,2 %	31,8 %
No teletrabajo	37,7 %	35,2 %	30,1 %	45,4 %	29,5 %	42,9 %	38,8 %
Base	1025	128	76	75	78	77	591

The background is a solid teal color. Several thick, orange lines are drawn across the page in a fluid, abstract manner, creating a sense of movement and depth. A white, rounded rectangular callout box is positioned on the right side of the page, containing the main text.

02.

INQUIETUDES,
EXPECTATIVAS Y
SATISFACCIÓN CON LA
VIVIENDA ACTUAL

INQUIETUDES, EXPECTATIVAS Y SATISFACCIÓN CON LA VIVIENDA ACTUAL

En este capítulo del **Barómetro Saint-Gobain sobre los hogares 2024** vamos a hacer un recorrido desde los **aspectos que más nos preocupan de nuestra vivienda, a nuestra satisfacción con ella y la predisposición a hacer cambios para mejorarla**, nuestras acciones e intenciones a corto plazo respecto de esos cambios y, por último, qué características consideraríamos importantes ante una posible nueva compra de vivienda.

¿QUÉ ES LO QUE MÁS PREOCUPA SOBRE LA VIVIENDA?

El **Barómetro Saint-Gobain sobre los hogares 2024** aborda las preocupaciones sobre la vivienda habitual desde una perspectiva pragmática, a través de aspectos vinculados al uso y disfrute de la vivienda y sus características. De este modo, se preguntó a los entrevistados hasta qué punto les preocupaban cuestiones concretas, relevantes en nuestra forma de entender actualmente la vivienda, como el precio, la eficiencia y el aislamiento o aspectos de confort como la luz y el espacio.

“*Más de la mitad se declaran muy preocupados por el precio de la vivienda y por el ahorro energético*”

Analizando los datos globales, más de la mitad de las personas se declaran muy o bastante preocupadas por el **precio de la vivienda** (sea en compra o alquiler) y por **aspectos de ahorro energético** (eficiencia energética y aislamiento térmico). También se acerca al 50 % la proporción de quienes se muestran preocupados por el **aislamiento acústico y la luminosidad**, dos elementos que inciden directamente en la calidad de la habitabilidad de

la vivienda. El espacio/tamaño, aunque también preocupa, aparece por debajo de estas consideraciones vinculadas al gasto y al confort, sobre las que se puede actuar sin necesidad de un cambio de vivienda.

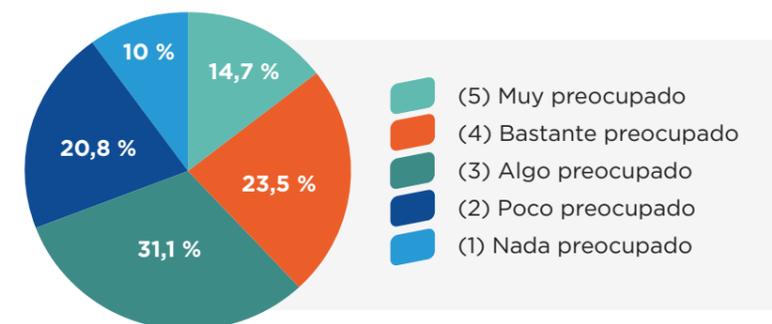
Aunque la necesidad de realizar una reforma no está en el top de las preocupaciones, 2 de cada 5 entrevistados declaran estar muy o bastante preocupados por este tema. Si incluimos a aquellos que dicen estar algo preocupados por hacer una reforma la cifra asciende a casi el 70 % de personas que al menos parecen tener en mente esta posibilidad.

Hasta qué punto preocupan cada uno de estos aspectos en relación a la vivienda



- Precio de la vivienda | 67 %** (alquiler, compra, hipoteca...)
- Eficiencia energética | 60 %**
- Aislamiento térmico | 53 %**
- Aislamiento acústico | 48 %**
- Tener más luz/luminosidad | 46 %**
- Espacio/tamaño | 44 %**
- Necesito/me gustaría hacer una reforma | 38 %**
- Tener vistas | 37 %**

Necesito/me gustaría hacer una reforma



Base | 1025

Si tenemos en cuenta las diferencias generacionales, **el nivel de preocupación en todos los aspectos es mayor entre los más jóvenes (Generación Z y Millennials)**. El deseo de disponer de una vivienda propia (ya sea en alquiler o compra), la inquietud respecto de los precios de la vivienda y el esfuerzo económico a realizar, hacen que todo lo relacionado con la vivienda sea una de sus preocupaciones más acuciantes.

Sin embargo, también la llamada **Generación X (45-59 años) declara niveles de preocupación altos**, y mantiene el precio como la primera de sus preocupaciones. Junto con los Millennials, parece que hacer una reforma tiene más peso dentro de sus preocupaciones, coincidiendo con momentos vitales en los que los núcleos familiares crecen y, por lo general, mejora también la estabilidad profesional y económica. Si analizamos los datos por tipo de hogar, vemos como esta pauta se confirma, siendo las parejas con hijos las más sensibles a todos los temas relacionados con la vivienda y más deseosas de hacer una reforma.

El grupo de edad **entre 60 y 70 años es el que más difiere en sus preocupaciones del resto de generaciones**. En general, su preocupación por estos aspectos relacionados con la vivienda parece menor. **Lo más preocupante** para ellos pasa a ser **la eficiencia energética** (recordemos que es el colectivo con mayor proporción de viviendas antiguas), mientras que **la relevancia del precio disminuye** (probablemente en un momento de finalización de las hipotecas, viviendas que se compraron en condiciones más ventajosas...). Son, además, los menos afectados por el espacio/tamaño, ante un ciclo en el que los hogares nuevamente se reducen.

Principales preocupaciones sobre la vivienda según grupos de edad

Principales preocupaciones sobre la vivienda	Total	18-29 Generación Z	30-44 Millennials	45-59 Generación X	60-70 Boomers
Precio de la vivienda (alquiler, compra, hipoteca...)	67 %	74,3 %	71,7 %	66,7 %	48,4 %
Eficiencia energética	60 %	56,0 %	65,5 %	59,8 %	54,1 %
Aislamiento térmico	53 %	52,9 %	58,4 %	53,7 %	41,6 %
Aislamiento acústico	48 %	51,5 %	53,3 %	47,9 %	35,0 %
Tener más luz/luminosidad	46 %	50,8 %	53,4 %	42,7 %	34,0 %
Espacio/tamaño	44 %	50,2 %	48,2 %	42,0 %	29,8 %
Necesito/me gustaría hacer una reforma	38 %	36,7 %	41,0 %	39,1 %	32,0 %
Tener vistas	37 %	40,3 %	42,1 %	33,4 %	31,8 %
Base	1025	198	338	332	157

Principales preocupaciones sobre la vivienda según tipo de hogar

Principales preocupaciones sobre la vivienda	Total	tipo de hogar				
		Sólo	En pareja sin hijos	En pareja con hijos	Con mis padres	Con algún familiar
Precio de la vivienda (alquiler, compra, hipoteca...)	67 %	66,8 %	60,1 %	73,0 %	61,7 %	59,6 %
Eficiencia energética	60 %	61,2 %	55,6 %	67,7 %	46,5 %	53,8 %
Aislamiento térmico	53 %	53,1 %	50,4 %	59,5 %	42,9 %	45,8 %
Aislamiento acústico	48 %	54,0 %	44,9 %	53,2 %	40,0 %	33,7 %
Tener más luz/luminosidad	46 %	51,5 %	42,2 %	50,6 %	37,7 %	38,0 %
Espacio/tamaño	44 %	36,9 %	39,2 %	48,5 %	40,8 %	40,7 %
Necesito/me gustaría hacer una reforma	38 %	33,2 %	32,3 %	45,0 %	32,0 %	34,0 %
Tener vistas	37 %	35,6 %	37,0 %	39,0 %	35,4 %	28,3 %
Base	1025	104	255	417	144	65

Una posición activa ante **la sostenibilidad, determina una mayor preocupación por las características de la vivienda, con más interés por su respuesta energética (eficiencia y aislamiento),** la ausencia de ruido y la luminosidad.

Principales preocupaciones sobre la vivienda según posición ante la sostenibilidad

Principales preocupaciones sobre la vivienda	Total	sostenibilidad			
		Activos	Dispuestos	Concienciados	Desestimadores
Precio de la vivienda (alquiler, compra, hipoteca...)	67 %	72,9 %	66,6 %	57,7 %	53,8 %
Eficiencia energética	60 %	73,0 %	51,7 %	47,4 %	34,8 %
Aislamiento térmico	53 %	62,3 %	48,0 %	41,4 %	41,1 %
Aislamiento acústico	48 %	56,0 %	43,2 %	39,2 %	38,4 %
Tener más luz/luminosidad	46 %	54,0 %	43,8 %	36,4 %	31,4 %
Espacio/tamaño	44 %	49,7 %	38,0 %	40,2 %	30,7 %
Necesito/me gustaría hacer una reforma	38 %	44,7 %	36,0 %	29,4 %	25,9 %
Tener vistas	37 %	43,8 %	35,3 %	30,4 %	19,6 %
Base	1025	507	225	213	80

El teletrabajo aumenta también la intensidad de las preocupaciones respecto de las características de la vivienda que ayudan a crear una situación de trabajo más cómoda y agradable dentro del hogar: aislamiento acústico, luminosidad y disponer de espacio y vistas.

Principales preocupaciones sobre la vivienda según teletrabajo

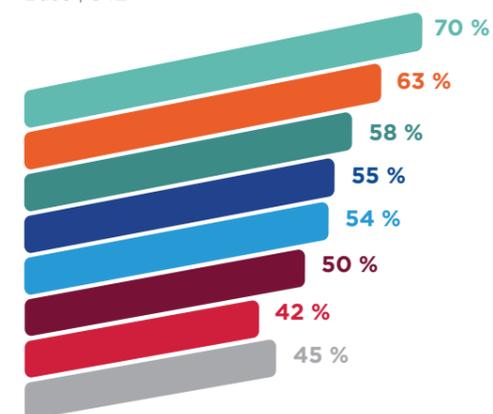


Base | 1025

“ El teletrabajo aumenta la necesidad de mejorar el aislamiento acústico, luminosidad y disponer de espacio y vistas ”

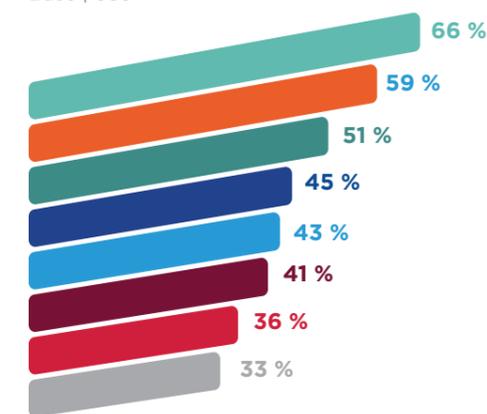
Teletrabaja

Base | 342



No teletrabaja

Base | 683



Si tomamos en cuenta ahora la variable geográfica, podemos observar que el nivel de preocupación y el orden de los ítems más o menos preocupantes es bastante transversal a todos los núcleos urbanos, y al resto del país. Solamente los residentes en Sevilla parecen incidir más en el Aislamiento térmico y el Espacio/tamaño.

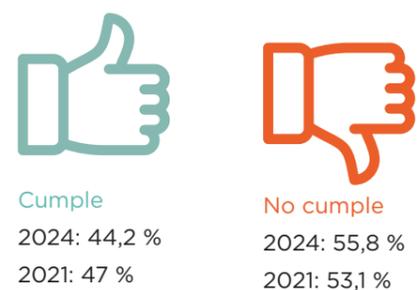
Principales preocupaciones sobre la vivienda según áreas geográficas

Principales preocupaciones sobre la vivienda	Total	Madrid	Barcelona	Bilbao	Sevilla	Valencia	Resto de España
Precio de la vivienda (alquiler, compra, hipoteca...)	67 %	69,2 %	69,6 %	66,6 %	74,1 %	66,1 %	65,3 %
Eficiencia energética	60 %	59,3 %	61,7 %	58,5 %	66,6 %	57,2 %	59,7 %
Aislamiento térmico	53 %	53,0 %	55,0 %	55,9 %	72,9 %	50,7 %	50,5 %
Aislamiento acústico	48 %	45,9 %	48,6 %	56,1 %	60,0 %	53,1 %	45,9 %
Tener más luz/luminosidad	46 %	45,9 %	48,4 %	48,0 %	56,2 %	38,9 %	45,7 %
Espacio/tamaño	44 %	43,6 %	50,9 %	42,7 %	61,4 %	46,7 %	40,3 %
Necesito/me gustaría hacer una reforma	38 %	41,2 %	37,9 %	30,4 %	42,2 %	36,5 %	37,9 %
Tener vistas	37 %	38,1 %	37,8 %	46,7 %	46,0 %	35,1 %	%
Base	1025	128	76	75	78	77	591

¿NUESTRA VIVIENDA LLEGA A SATISFACER NUESTRAS EXPECTATIVAS?

Para determinar en qué medida la vivienda responde a lo que el individuo que reside en ella espera, en el **Barómetro Saint-Gobain sobre los hogares 2024** hemos definido 2 categorías de respuesta extremas, es decir, **la vivienda cumple o no cumple** con lo que la persona **desea o necesita**, y 2 categorías de respuesta intermedias, que sirven para matizar las posiciones: la vivienda tiene algunos aspectos mejorables y sin cubrir completamente las expectativas resulta en este momento funcional. Es justamente el colectivo que se adscribe a estas posiciones intermedias el más proclive a realizar cambios y mejoras que, sin necesidad de prescindir de su vivienda, la acerquen más al modo en que les gustaría que fuera.

Grado de satisfacción vivienda actual



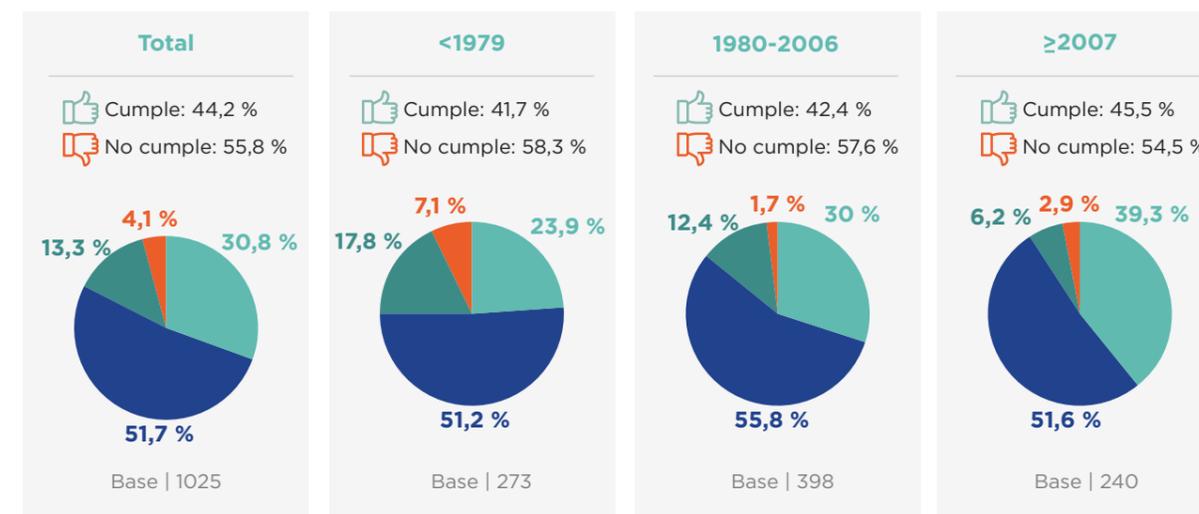
Satisfacción con la vivienda actual	2024	2021
Mi vivienda actual cumple con mis expectativas	30,8 %	34,9 %
Se podrían mejorar algunos aspectos de la vivienda	51,7 %	49,7 %
Ahora mismo es funcional y me ofrece lo necesario	13,3 %	12,1 %
No cumple con lo que quiero/necesito	4,1 %	3,4 %
Base	1025	1004

En el cuadro anterior observamos como **1 de cada 2 individuos considera que se podrían mejorar algunos aspectos de su vivienda**. Son datos similares a los que vimos en el Barómetro Saint-Gobain 2021, aunque parece que la población se ha vuelto algo más exigente con las características de su hogar, pues desciende ligeramente el colectivo que declara sentirse plenamente satisfecho con su vivienda actual.

Una característica de la vivienda que podría afectar a la satisfacción de su usuario es su antigüedad. Son las viviendas más recientes las que mejor responden a las expectativas puestas en ellas y las de una antigüedad superior a los 40 años las que peor, aunque quienes las habitan se muestran más conformes con la solución funcional que les ofrecen. No obstante, el porcentaje de quienes ven posibles mejoras en su vivienda se mantiene bastante estable con independencia de su antigüedad.

Grado de satisfacción vivienda actual según antigüedad de la construcción

- Mi vivienda actual cumple con mis expectativas
- Se podrían mejorar algunos aspectos de la vivienda
- Ahora mismo es funcional y me ofrece lo necesario
- No cumple con lo que quiero/necesito



“Las personas entre 45-59 años son las más exigentes respecto a su vivienda y los más preocupados por factores como su eficiencia, aislamiento y espacio”

Que la vivienda sea un reflejo de las expectativas puestas en ella depende en gran medida del nivel de exigencia de su residente. Veamos algunas variables sociodemográficas. Considerando la edad, lo primero que observamos es que la idea de que su vivienda se podría mejorar es una creencia extendida en todos los grupos de edad, pero son los individuos **entre 45-59 años (Generación X) los que se muestran más exigentes** y proclives a la mejora para conseguir su vivienda ideal.

Recordemos que es el grupo que se mostraba más preocupado por aspectos concretos de la vivienda como su eficiencia, aislamiento, espacio... Por el contrario, en línea con los datos que ya hemos ido viendo, el grupo de 60-70 años es el que se declara más satisfecho con su vivienda.

Principales preocupaciones sobre la vivienda según grupos de edad

Satisfacción con la vivienda actual	Total	18-29 Generación Z	30-44 Millennials	45-59 Generación X	60-70 Boomers
Mi vivienda actual cumple con mis expectativas	30,8 %	32,2 %	33,2 %	24,4 %	37,4 %
Se podrían mejorar algunos aspectos de la vivienda	51,7 %	51,8 %	50,1 %	55,6 %	47 %
Ahora mismo es funcional y me ofrece lo necesario	13,3 %	13,5 %	13,9 %	13,8 %	10,9 %
No cumple con lo que quiero/necesito	4,1 %	2,5 %	2,7 %	6,2 %	4,6 %
Cumple	44,2 %	45,7 %	47,2 %	38,2 %	48,4 %
No cumple	55,8 %	54,3 %	52,8 %	61,8 %	51,6 %
Base	1025	198	338	332	157

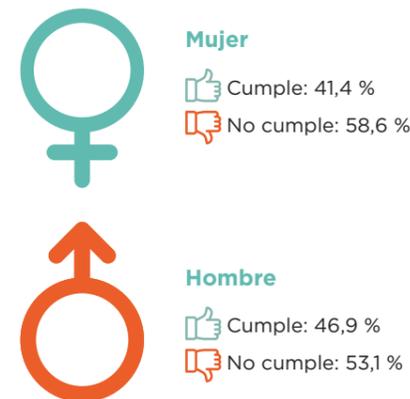
Según el tipo de convivencia dentro de la vivienda, quienes viven solos se muestran más satisfechos con ella, y dan más relevancia a consideraciones más funcionales. Por su parte, un **60 % de las parejas con hijos piensan en mejoras en su vivienda**, ratificando la mayor propensión a plantearse una reforma que ya habíamos visto en el apartado anterior.

Grado de satisfacción vivienda actual según tipo de hogar

Satisfacción con la vivienda actual	Total	tipo de hogar				
		Sólo	En pareja sin hijos	En pareja con hijos	Con mis padres	Con algún familiar
Mi vivienda actual cumple con mis expectativas	30,8 %	34,4 %	31,2 %	29,7 %	34,3 %	28,1 %
Se podrían mejorar algunos aspectos de la vivienda	51,7 %	41,6 %	47,1 %	59,3 %	50,3 %	42,5 %
Ahora mismo es funcional y me ofrece lo necesario	13,3 %	21,3 %	15,8 %	8,2 %	11,3 %	18,7 %
No cumple con lo que quiero/necesito	4,1 %	2,7 %	5,9 %	2,7 %	4 %	10,6 %
Cumple	44,2 %	55,7 %	47,0 %	37,9 %	45,6 %	46,9 %
No cumple	55,8 %	44,3 %	53,0 %	62,1 %	54,4 %	53,1 %
Base	1025	104	255	417	144	65

La preocupación por la vivienda es común a hombres y mujeres. En ambos casos, la proporción de quienes consideran que algunos aspectos de su vivienda son mejorables es similar. No obstante, las mujeres, son algo más críticas respecto de la satisfacción de sus expectativas por su vivienda actual.

Grado de satisfacción vivienda actual según género



Satisfacción con la vivienda actual	Mujer	Hombre
Mi vivienda actual cumple con mis expectativas	34,1 %	27,6 %
Se podrían mejorar algunos aspectos de la vivienda	50,7 %	52,8 %
Ahora mismo es funcional y me ofrece lo necesario	12,8 %	13,8 %
No cumple con lo que quiero/necesito	2,4 %	5,8 %
Base	504	591

Grado de satisfacción vivienda actual según área geográfica

Satisfacción con la vivienda actual	Total	Madrid	Barcelona	Bilbao	Sevilla	Valencia	Resto de España
Mi vivienda actual cumple con mis expectativas	30,8 %	29 %	21,1 %	22,7 %	25,6 %	32,3 %	33,6 %
Se podrían mejorar algunos aspectos de la vivienda	51,7 %	59,3 %	55,4 %	52 %	56,4 %	49,5 %	49,4 %
Ahora mismo es funcional y me ofrece lo necesario	13,3 %	10,2 %	18,3 %	17,3 %	15,4 %	15,5 %	12,5 %
No cumple con lo que quiero/necesito	4,1 %	1,5 %	5,2 %	7,9 %	2,6 %	2,6 %	4,5 %
Cumple	44,2 %	39,1 %	39,4 %	40,1 %	41,0 %	47,9 %	46,1 %
No cumple	55,8 %	60,9 %	60,6 %	59,9 %	59,0 %	52,1 %	53,9 %
Base	1025	128	76	75	78	77	591

“ Un 60 % de los residentes en Madrid creen que su vivienda podría mejorarse ”

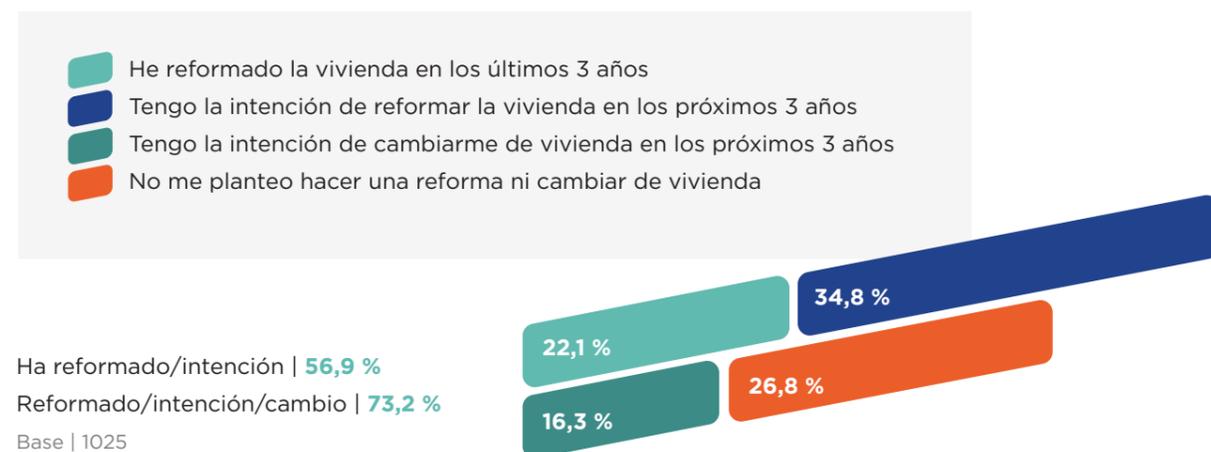
Por áreas geográficas, **los residentes en grandes ciudades** se muestran **más críticos** con la capacidad de su vivienda actual para cubrir sus expectativas, con la excepción de Valencia que se asemeja a la media del resto de España. Un 60 % de los residentes en Madrid creen que su vivienda podría mejorarse.

¿COMPRO? ¿REFORMO? ALTERNATIVAS RESPECTO DE NUESTRA VIVIENDA

Hasta aquí hemos tratado sobre las preocupaciones de la población respecto de la vivienda y en qué medida ésta responde a lo que desean o necesitan. Ahora vamos a hablar de las soluciones concretas que han adoptado o tienen previsto adoptar, distinguiendo entre tres comportamientos diferentes:

- 1 | **Continuidad con cambios:** distinguiendo entre quienes han llevado a cabo una reforma recientemente, y quienes tienen intención de hacerlo.
- 2 | **Continuidad sin cambios:** hogares que no se plantean realizar ningún tipo de acción.
- 3 | **Cambio de vivienda:** hogares con intención de cambio a corto plazo.

¿Cuál de las siguientes frases se corresponde mejor con la situación de tu vivienda actual ...?



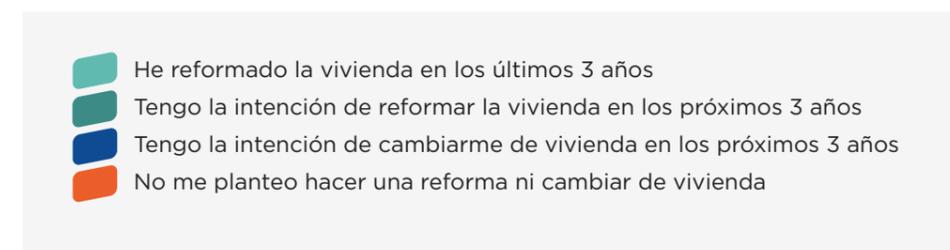
En el cuadro anterior puede verse claramente que la adecuación de la vivienda a sus necesidades y expectativas es sumamente relevante para las personas. **Un 57 % ha reformado su vivienda recientemente o tiene intención de hacerlo en los próximos 3 años;** este último colectivo, potencial cliente de una reforma, supone el 35 % de la población (algo más de 1 de cada 3 personas entre 18 y 70 años). Por otro lado, se plantean directamente un cambio de vivienda a corto/medio plazo en el 16 % de los casos.

“ El 73 % ha intervenido en su vivienda o prevé hacerlo próximamente ”

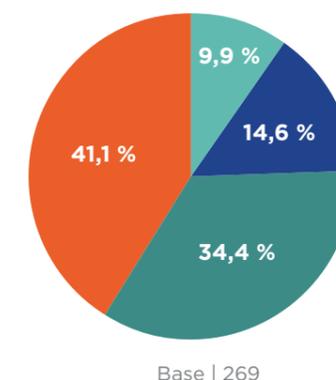
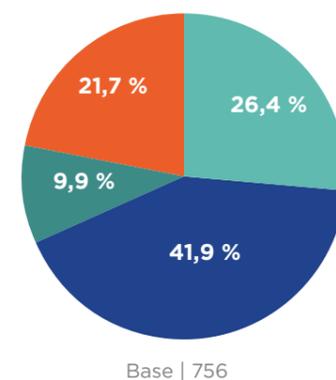
Si sumamos al porcentaje de quienes han realizado o tienen la intención de hacer reformas con el de los interesados en cambiar de vivienda, obtenemos un 73 % de la población que ha intervenido sobre su vivienda o prevé hacerlo en un corto plazo de tiempo.

La situación de alquiler es mucho menos propicia para pensar en una modificación o una reforma que, en todo caso, quedaría del lado del propietario o sería necesario acordar con él. Si separamos el efecto del alquiler sobre los datos generales, vemos que un **26 % de los que compraron su vivienda han hecho alguna reforma en su casa recientemente**, y algo más del 40 % (2 de cada 5 individuos) declaran su intención de hacerla. Es decir, parece haber un deseo bastante generalizado de mantener actualizada la vivienda en propiedad. Que se convierta en acción depende de distintos factores (disponibilidad económica, momento, oferta...), pero el dato muestra una actitud proclive a la posibilidad de reforma de la vivienda entre sus propietarios.

Reformas/cambio de la vivienda principal según régimen de posesión de la vivienda

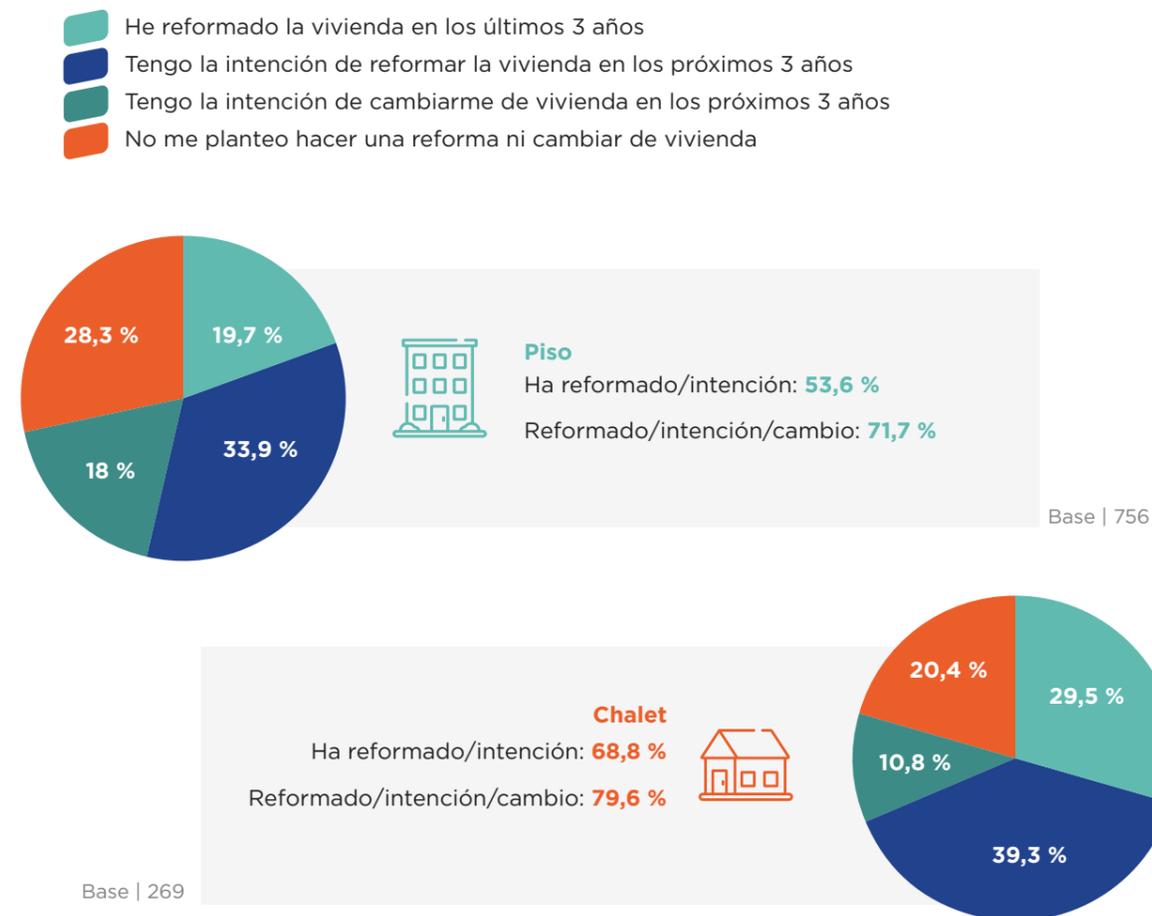


Total
 Ha reformado/intención: **56,9 %**
 Reformado/intención/cambio: **73,2 %**
 Base | 1025



Las viviendas unifamiliares tienen una mayor proporción de reformas realizadas y una intención también superior a llevarlas a cabo que en los pisos.

Reformas/cambio de la vivienda principal según tipo de vivienda



Total | Ha reformado/intención: 56,9 % | Reformado/intención/cambio: 73,2 %

Base | 1025

“ El colectivo entre 30 y 59 años es el que más intención muestra en hacer una reforma ”

Si consideramos las características de la persona residente, podemos ver como la realización efectiva de **la reforma se distribuye de forma bastante homogénea entre los grupos de edad**. Si dejamos aparte al Generación Z, que en buena parte es aún dependiente del hogar familiar y/o tiene como horizonte el cambio de vivienda, el colectivo entre 30 y 59 años es el que más intención muestra en hacer una reforma, aunque el porcentaje de reformas realmente realizadas no es superior al de los Boomers. Este grupo de personas entre 60 y 70 años se declara más reticente a intervenir en su vivienda, aunque en la práctica mantiene un nivel de realización de reformas en los últimos 3 años similar al de generaciones más jóvenes.

Principales preocupaciones sobre la vivienda según grupos de edad

Situación actual de la vivienda	Total	18-29 Generación Z	30-44 Millennials	45-59 Generación X	60-70 Boomers
He reformado la vivienda en los últimos 3 años	22,1 %	24,5 %	21 %	22,4 %	21,1 %
Tengo la intención de reformar la vivienda en los próximos 3 años	34,8 %	27,5 %	38,1 %	37,1 %	32,2 %
Tengo la intención de cambiarme de vivienda en los próximos 3 años	16,3 %	26,4 %	16,4 %	13,2 %	10,2 %
No me planteo hacer una reforma ni cambiar de vivienda	26,8 %	21,6 %	24,6 %	27,3 %	36,4 %
Ha reformado/intención	56,9 %	52,0 %	59,0 %	59,4 %	53,4 %
Reformado/intención/cambio	73,2 %	78,4 %	75,4 %	72,7 %	63,6 %
Base	1025	198	338	332	157

Nuevamente los datos ratifican el hecho de que es la población que reside en pareja, y especialmente en pareja con hijos, la que muestra mayor intención de actuar sobre su vivienda actualizándola de acuerdo con sus necesidades.

En el cuadro siguiente podemos observar como **una mayor sensibilización y una actitud más activa** en términos **de sostenibilidad está también favoreciendo** la predisposición (real e intencional) **a realizar reformas en el hogar**. El colectivo que definimos como activos en cuestiones de sostenibilidad ha hecho reformas, o tiene intención de hacerlas, en un 63 % de los casos, superando al resto de perfiles; mientras que los menos sensibilizados con la adopción de medidas sostenibles, son también más reticentes a las modificaciones o cambios en su vivienda.

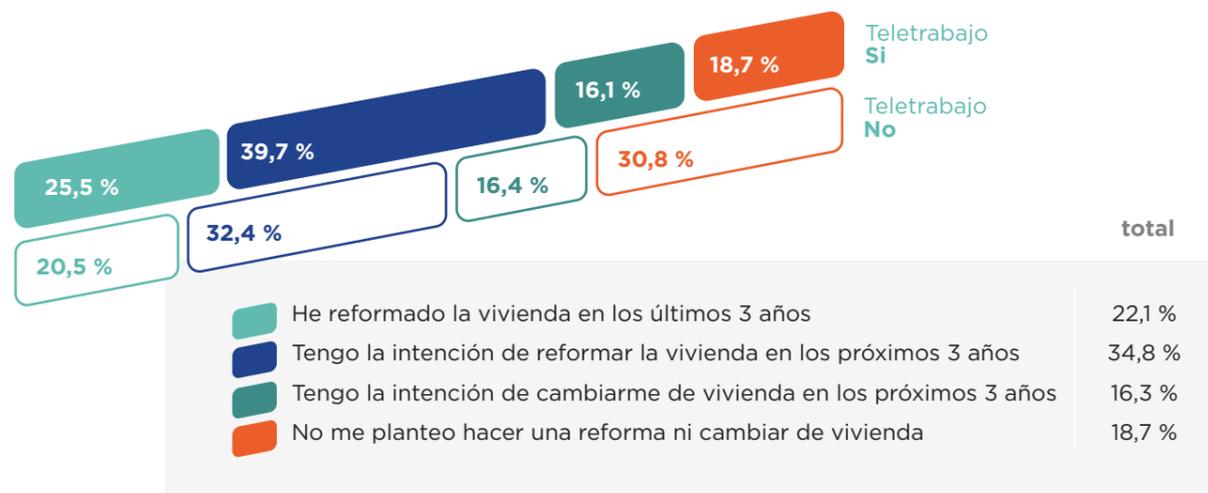
Reformas/cambio de la vivienda principal según actitud ante la sostenibilidad

Principales preocupaciones sobre la vivienda	Total	sostenibilidad			
		Activos	Dispuestos	Concienciados	Objetores
He reformado la vivienda en los últimos 3 años	22,1 %	26,5 %	16,7 %	18,4 %	20 %
Tengo la intención de reformar la vivienda en los próximos 3 años	34,8 %	37 %	32,2 %	35,5 %	26,3 %
Tengo la intención de cambiarme de vivienda en los próximos 3 años	16,3 %	16,2 %	17,6 %	15,3 %	15,6 %
No me planteo hacer una reforma ni cambiar de vivienda	26,8 %	20,4 %	33,4 %	30,8 %	38 %
Ha reformado/intención	56,9 %	63,4 %	49,0 %	53,9 %	46,4 %
Reformado/intención/cambio	73,2 %	79,6 %	66,6 %	69,2 %	62,0 %
Base	1025	507	225	213	80

Por último, el teletrabajo está teniendo un alto impacto en la decisión de realizar reformas en el hogar o en un posible cambio de vivienda. **Un 65 % de los teletrabajadores ha reformado su vivienda recientemente o afirma su intención de hacerlo**, 12 puntos más que los que no teletrabajan. Entre estos últimos, que mantienen la presencialidad en su trabajo y no necesitan desarrollarlo en su hogar, son más los que no se plantean una mejora o cambio de su vivienda (un 30 %, frente a un 19 % de teletrabajadores).

Además, 4 de cada 10 teletrabajadores, con intención de reformar o cambiar de casa, declaran que en esta decisión **el teletrabajo ha influido en la reforma del hogar de 4 de cada 10**.

Reformas/Cambios de la vivienda principal según teletrabajo



	Total	teletrabajo	
		Si	No
Ha reformado/intención	56,9 %	65,1 %	52,8 %
Reformado/intención/cambio	73,2 %	81,3 %	69,2 %
Base	1025	342	683

Cómo ha influido el teletrabajo en la decisión de reformar



Base | 299

ANTE LA POSIBILIDAD DE COMPRAR UNA NUEVA VIVIENDA ¿QUÉ VALORARÍAMOS AHORA?

En el apartado anterior del **Barómetro Saint-Gobain sobre los hogares 2024** hemos visto que **un 73 % de la población ha intervenido sobre su vivienda o prevé hacerlo** a corto plazo de tiempo. De ellos un 16 % tenía en mente cambiar de vivienda en los próximos 3 años.



Disponer de luz natural es un aspecto esencial en el supuesto de elegir una nueva vivienda (para un 95 % resulta muy o bastante importante). Junto a la luz, **la reducción del gasto en las facturas de suministros y la calidad de los elementos de construcción** ocupan las 3 primeras posiciones en el ranking de importancia. Por debajo de ellos, aunque manteniendo un amplio consenso sobre su relevancia a la hora de comprar una vivienda, aparecen los aspectos relacionados con **el aislamiento térmico y acústico y la eficiencia de la vivienda, la calidad del aire** y la posibilidad de disfrutar de **un espacio exterior** (terraza, jardín, balcón).

“ La certificación como vivienda sostenible o casa pasiva es muy o bastante importante para el 80 % de las personas ”

La certificación como vivienda sostenible o casa pasiva es muy o bastante importante para el 80 % de las personas y más de un 70 % buscarían mayor espacio para trabajar. La ubicación en las afueras con zonas comunes o el tipo de vivienda, unifamiliar o piso, ocupan los últimos puestos.

Si hay que tomar la decisión de elegir una nueva vivienda, ¿cómo de importante serían cada uno de los siguientes aspectos?

Aspectos importantes ante nueva compra, total y según género

Importancia ante la compra de una nueva vivienda	Total	Hombre	Mujer
Luz natural	95,0 %	93,0 %	96,9 %
La reducción del gasto en las facturas de la luz, gas, calefacción...	94,2 %	92,6 %	95,9 %
La calidad de los materiales de construcción (los beneficios técnicos y funcionales de estos materiales)	92,5 %	91,0 %	94,0 %
El aislamiento térmico	90,4 %	89,1 %	91,7 %
La calidad del aire interior de mi vivienda	89,8 %	88,0 %	91,6 %
Que tenga una buena calificación de eficiencia energética (A o B)	89,4 %	87,1 %	91,7 %
Espacio exterior (balcón, terraza, jardín)	88,5 %	85,7 %	91,3 %
El aislamiento acústico	87,8 %	87,4 %	88,1 %
Que tenga una certificación de edificio/vivienda sostenible o casa pasiva	78,8 %	75,2 %	82,3 %
Mayor espacio para trabajar	72,8 %	72,1 %	73,6 %
Ubicación en las afueras con zonas comunes/espacio comunitario	65,3 %	66,0 %	64,6 %
Que sea una vivienda unifamiliar/chalet	60,7 %	58,8 %	62,5 %
Que sea una vivienda en altura/piso	60,4 %	60,4 %	60,5 %
Base	1025	504	521

Hemos visto que existe un amplio acuerdo a nivel global sobre los aspectos que serían principales para valorar la compra de una nueva casa. Podemos, sin embargo, apuntar algunas diferencias por **edades** y **momentos vitales**. **Los más jóvenes** van a insistir más en el **espacio para trabajar** (por su experiencia de teletrabajo, o porque suponen que teletrabajarán). En el caso de **los Millennials**, son más los que valorarían

que **su próxima vivienda** fuera **unifamiliar** y una ubicación **en las afueras** con **amplias zonas comunes**, justamente al contrario que las personas entre 60 y 70 años que, junto con el espacio para trabajar, son los elementos que menos valoran. Los dos grupos de mayor edad (los llamados Generación X y Boomers) parecen centrarse más en los aspectos de confort de la vivienda y el ahorro.

La Generación X y los Boomers valoran más los aspectos de confort y ahorro en la vivienda

Por tipo de hogar, observamos también como **las parejas con hijos dan más importancia a disponer de una vivienda unifamiliar**, su ubicación a las afueras con zonas comunes, su certificación como edificio/vivienda sostenible o casa pasiva, o la disponibilidad de mayor espacio para trabajar en un hogar donde se ha ampliado el número de miembros.

Aspectos importantes ante nueva compra según edad

Importancia ante la compra de una nueva vivienda	Total	18-29 Generación Z	30-44 Millennials	45-59 Generación X	60-70 Boomers
Luz natural	95,0 %	90,7 %	94,2 %	95,8 %	100,0 %
La reducción del gasto en las facturas de la luz, gas, calefacción...	94,2 %	90,7 %	91,7 %	97,2 %	97,8 %
La calidad de los materiales de construcción (los beneficios técnicos y funcionales de estos materiales)	92,5 %	88,3 %	92,9 %	94,4 %	93,1 %
El aislamiento térmico	90,4 %	83,6 %	91,4 %	91,6 %	94,2 %
La calidad del aire interior de mi vivienda	89,8 %	84,6 %	91,3 %	90,0 %	92,4 %
Que tenga una buena calificación de eficiencia energética (A o B)	89,4 %	81,9 %	90,9 %	90,6 %	93,1 %
Espacio exterior (balcón, terraza, jardín)	88,5 %	81,1 %	88,7 %	91,3 %	91,2 %
El aislamiento acústico	87,8 %	83,2 %	88,6 %	90,0 %	87,0 %
Que tenga una certificación de edificio/vivienda sostenible o casa pasiva	78,8 %	71,4 %	80,7 %	78,0 %	84,5 %
Mayor espacio para trabajar	72,8 %	82,9 %	74,5 %	72,8 %	57,1 %
Ubicación en las afueras con zonas comunes/espacio comunitario	65,3 %	64,4 %	70,3 %	64,1 %	58,5 %
Que sea una vivienda unifamiliar/chalet	60,7 %	64,7 %	68,3 %	57,7 %	46,3 %
Que sea una vivienda en altura/piso	60,4 %	61,2 %	60,8 %	59,3 %	61,2 %
Base	1025	198	338	332	157

Importancia ante la compra de una nueva vivienda	Total	tipo de hogar				
		Sólo	En pareja sin hijos	En pareja con hijos	Con mis padres	Con algún familiar
Luz natural	95 %	92 %	95,2 %	96,1 %	93,1 %	95,7 %
La reducción del gasto en las facturas de la luz, gas, calefacción...	94,2 %	92,5 %	97,3 %	93,8 %	92,2 %	95,4 %
La calidad de los materiales de construcción (los beneficios técnicos y funcionales de estos materiales)	92,5 %	87,2 %	94,9 %	92,9 %	90,1 %	93,7 %
El aislamiento térmico	90,4 %	89 %	90,4 %	93,5 %	81,1 %	93,7 %
La calidad del aire interior de mi vivienda	89,8 %	88,7 %	90,5 %	92,4 %	82,4 %	92,4 %
Que tenga una buena calificación de eficiencia energética (A o B)	89,4 %	85,8 %	91,3 %	91,4 %	84,4 %	87,9 %
Espacio exterior (balcón, terraza, jardín)	88,5 %	79,7 %	92 %	90,6 %	83,8 %	88,5 %
El aislamiento acústico	87,8 %	86,7 %	90 %	88,4 %	85,1 %	79,5 %
Que tenga una certificación de edificio/vivienda sostenible o casa pasiva	78,8 %	70,1 %	80,2 %	83,7 %	69,9 %	75,8 %
Mayor espacio para trabajar	72,8 %	59,2 %	66,9 %	78,5 %	73,7 %	70,8 %
Ubicación en las afueras con zonas comunes/espacio comunitario	65,3 %	50,2 %	61,6 %	73 %	61,6 %	61,8 %
Que sea una vivienda unifamiliar/chalet	60,7 %	49,5 %	51,2 %	69,7 %	61,6 %	52,8 %
Que sea una vivienda en altura/piso	60,4 %	56,4 %	65,1 %	62,2 %	54,3 %	48,3 %
Base	1025	104	255	417	144	65

Si tenemos en cuenta **la preocupación por la sostenibilidad**, el colectivo **activo da más importancia** a todos los aspectos y parece por tanto más exigente y a priori con más requisitos ante la compra de una nueva vivienda. Las diferencias se ensanchan especialmente en la valoración de **la certificación de edificio/vivienda sostenible o casa pasiva**, que alcanza en este colectivo el 90 % de las menciones como **aspecto muy o bastante importante**, disponer de un mayor espacio para trabajar y la ubicación en las afueras con zonas comunes. Pero los datos del cuadro siguiente evidencian también **como la relevancia de cuestiones como la eficiencia y el ahorro energético, el aislamiento térmico y acústico o el uso de materiales de construcción** más funcionales se ha extendido al conjunto de la sociedad a la hora de valorar la vivienda, incluso entre quienes mantienen una posición ante la sostenibilidad más pasiva o distante.

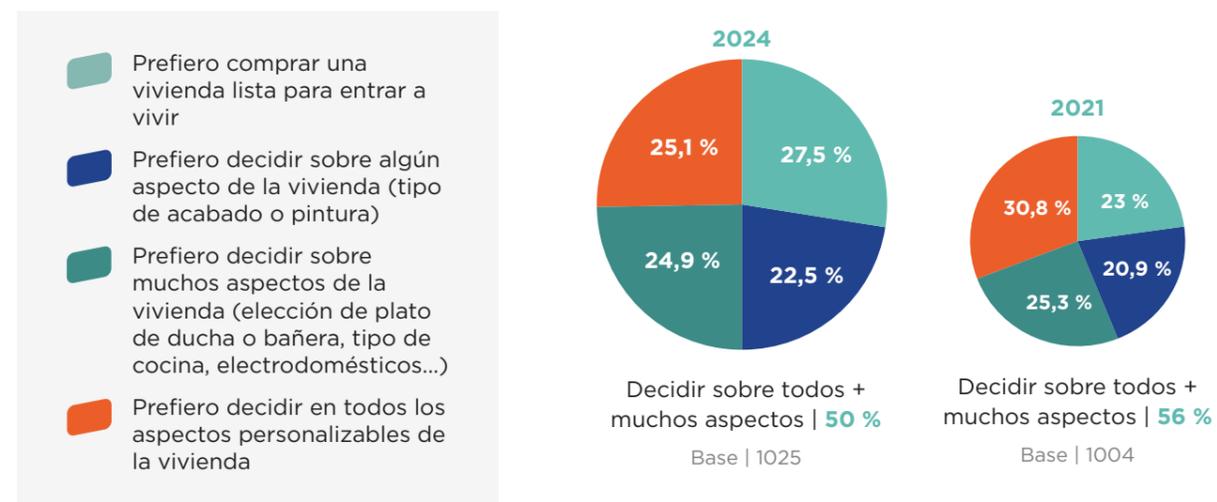
Importancia ante la compra de una nueva vivienda	Total	sostenibilidad			
		Activos	Dispuestos	Concienciados	Objetores
Luz natural	95 %	95,9 %	93,3 %	94,0 %	96,2 %
La reducción del gasto en las facturas de la luz, gas, calefacción...	94 %	96,7 %	92,8 %	90,3 %	93,6 %
La calidad de los materiales de construcción (los beneficios técnicos y funcionales de estos materiales)	93 %	95,5 %	89,8 %	90,4 %	87,1 %
El aislamiento térmico	90 %	94,6 %	86,2 %	87,3 %	83,7 %
La calidad del aire interior de mi vivienda	90 %	94,5 %	88,4 %	86,6 %	72,2 %
Que tenga una buena calificación de eficiencia energética (A o B)	89 %	93,7 %	88,7 %	85,5 %	74,9 %
Espacio exterior (balcón, terraza, jardín)	89 %	93,4 %	83,8 %	82,7 %	86,5 %
El aislamiento acústico	88 %	91,1 %	84,9 %	84,1 %	84,4 %
Que tenga una certificación de edificio/vivienda sostenible o casa pasiva	79 %	90,1 %	71,4 %	71,4 %	46,8 %
Mayor espacio para trabajar	73 %	82,6 %	67,4 %	60,9 %	57,8 %
Ubicación en las afueras con zonas comunes/espacio comunitario	65 %	75,3 %	61,5 %	54,6 %	40,7 %
Que sea una vivienda unifamiliar/chalet	61 %	67,6 %	57,7 %	53,9 %	43,1 %
Que sea una vivienda en altura/piso	60 %	69,3 %	55,7 %	50,0 %	44,9 %
Base	1025	507	225	213	80

Así pues, podemos concluir que hay bastante consenso social sobre los requisitos que idealmente pediríamos a una nueva vivienda, que están básicamente relacionados con el **confort y la calidad de la habitabilidad (luminosidad, insonorización, espacio exterior...)** y **la eficiencia energética**, que tiene un importante componente de ahorro también, especialmente para los colectivos más sensibles con la problemática del medioambiente, de búsqueda de una alternativa más sostenible.

Pero ¿hasta qué punto estamos dispuestos a implicarnos en la toma de decisiones sobre los elementos concretos de una nueva vivienda? ¿queremos poder decidir sobre todo o casi todo, o preferimos una vivienda lista para vivir sin tener que decidir o hacerlo de forma muy puntual? Como mostraba el Barómetro Saint-Gobain 2021, una amplia mayoría de la población quiere poder elegir sobre al menos algunos aspectos de la vivienda a la hora de adquirirla. Sin embargo, esta mayoría que representaba un 77 % de la población en 2021 se ha reducido en 5 puntos, a un 72 %. Esto se debe a un aumento de las personas que prefieren comprar una vivienda lista para entrar, pero también a la reducción de los aspectos sobre los que se desea intervenir (el porcentaje de quienes prefieren decidir en todo se ha reducido casi seis puntos entre los dos años).

Aún así, **un 50 % de la población sigue prefiriendo tener una participación intensa** (decidir en todos o muchos aspectos) **en la determinación de las características de su nueva vivienda**.

A la hora de comprar una vivienda, ya sea nueva o de segunda mano, ¿en qué medida te gustaría participar en la toma de decisiones sobre alguno de sus elementos?



Aunque la preferencia por decidir sobre las características de una nueva vivienda es alta tanto en hombres como en mujeres, se mantiene también la tendencia que ya observamos en el Barómetro Saint-Gobain 2021 a que sean las mujeres las más dispuestas a intervenir y sobre más elementos concretos, con **1 de cada 2 mujeres que declara preferir decidir sobre todos o muchos aspectos ante la hipotética compra de una casa.**

Toma de decisiones y personalización de la vivienda según género

Toma de decisiones en la personalización	Total	Hombre	Mujer
Prefiero comprar una vivienda lista para entrar a vivir (sin intervenir en ninguna decisión)	27,5 %	31 %	24,1 %
Prefiero decidir sobre algún aspecto de la vivienda (tipo de acabado o pintura)	22,5 %	24,3 %	20,8 %
Prefiero decidir sobre muchos aspectos de la vivienda (elección de plato de ducha o bañera, tipo de cocina, electrodomésticos...)	24,9 %	24,8 %	25 %
Prefiero decidir en todos los aspectos de personalización de la vivienda (tipo de puertas, ventanas, materiales, distribución, grifos, azulejos...)	25,1 %	19,9 %	30,1 %
Decidir sobre todos+ muchos aspectos	50,0 %	44,7 %	55,1 %
Base	1025	504	521

En el cuadro siguiente podemos ver como **los colectivos de mayor edad muestran mayor preferencia por decidir sobre más aspectos, especialmente en la llamada Generación X.** En el grupo de 60-70 años encontramos posiciones polarizadas, entre quienes prefieren comprar una vivienda lista para vivir (que representan un 37 % de este segmento, 9 puntos por encima de la media) y quienes eligen decidir sobre muchos o todos los aspectos, que se sitúa ligeramente por encima del 50 %. Respecto de las generaciones más jóvenes, hay voluntad por intervenir, pero se reduce el número de aspectos en los que estarían interesados.

Toma de decisiones y personalización de la vivienda según grupo de edad

Toma de decisiones en la personalización	Total	18-29 Generación Z	30-44 Millennials	45-59 Generación X	60-70 Boomers
Prefiero comprar una vivienda lista para entrar a vivir (sin intervenir en ninguna decisión)	27,5 %	20,8 %	26,6 %	28,1 %	36,5 %
Prefiero decidir sobre algún aspecto de la vivienda (tipo de acabado o pintura)	22,5 %	30,3 %	28,3 %	17,1 %	12,1 %
Prefiero decidir sobre muchos aspectos de la vivienda (elección de plato de ducha o bañera, tipo de cocina, electrodomésticos...)	24,9 %	28 %	22,1 %	26,8 %	23 %
Prefiero decidir en todos los aspectos de personalización de la vivienda (tipo de puertas, ventanas, materiales, distribución, grifos, azulejos...)	25,1 %	20,8 %	23 %	28 %	28,3 %
Decidir sobre todos+ muchos aspectos	50,0 %	48,8 %	45,1 %	54,8 %	51,3 %
Base	1025	198	338	332	157

Por área geográfica, **los datos muestran un mayor interés por decidir sobre las características de la nueva vivienda en Valencia y Bilbao** (en torno al 70 % y al 60 % respectivamente prefieren decidir sobre todos o muchos aspectos), mientras que **en Sevilla hay una proporción mayor de personas que optarían por no intervenir** en ninguna decisión (32 %). Madrid y Barcelona van a mantener una tendencia similar a la media nacional.

Toma de decisiones y personalización de la vivienda según área geográfica

Toma de decisiones en la personalización	Total	Madrid	Barcelona	Bilbao	Sevilla	Valencia	Resto de España
Prefiero comprar una vivienda lista para entrar a vivir (sin intervenir en ninguna decisión)	27,5 %	25,1 %	26,5 %	25,4 %	32,1 %	19,4 %	28,8 %
Prefiero decidir sobre algún aspecto de la vivienda (tipo de acabado o pintura)	22,5 %	24,2 %	23,5 %	13,3 %	29,4 %	12,9 %	23,3 %
Prefiero decidir sobre muchos aspectos de la vivienda (elección de plato de ducha o bañera, tipo de cocina, electrodomésticos...)	24,9 %	24,9 %	23,6 %	33,4 %	15,4 %	30,1 %	24,8 %
Prefiero decidir en todos los aspectos de personalización de la vivienda (tipo de puertas, ventanas, materiales, distribución, grifos, azulejos...)	25,1 %	25,8 %	26,4 %	27,9 %	23 %	37,7 %	23,1 %
Decidir sobre todos+ muchos aspectos	50,0 %	50,7 %	50,0 %	61,3 %	38,4 %	67,8 %	47,9 %
Base	1025	128	76	75	78	77	591



03.

LA REFORMA DE
LA VIVIENDA COMO
PROTAGONISTA

LA REFORMA DE LA VIVIENDA COMO PROTAGONISTA

Comenzamos este capítulo retomando algunos datos que nos ayudan a entender la relevancia que la población está concediendo a **la reforma de su vivienda** dentro de sus planes, ya sea **de facto** (ya han acometido una reforma) o **de modo intencional** (desearían hacerlo en los próximos 3 años). **Un 22 % ha reformado su vivienda en los últimos 3 años y un 35 % declara su intención de reformarla en un futuro cercano.** Entre ambos suman más de la mitad de la población entrevistada.

El interés por realizar cambios que actualicen y mejoren la vivienda es mayor entre el **colectivo 30-59 años** en una **situación de pareja** y, especialmente, **con hijos** (en este caso la proporción de quienes se plantean una reforma crece hasta el 45 %). La situación de **teletrabajo** o una preocupación activa hacia la sostenibilidad también van a **incentivar la predisposición a realizar obras**, de mayor o menor calado, en la vivienda en la que residen habitualmente.

Llevar a cabo una reforma aparece como la vía principal para conseguir una vivienda más adaptada a las expectativas, necesidades y cambios de sus residentes. En el cuadro inferior podemos observar como **1 de cada 3 personas satisfecha con una vivienda que cumple sus expectativas pasó por un proceso de reforma en los últimos 3 años.** Y, pese a su satisfacción, 1 de cada 4 no descarta intervenir en algún aspecto de su vivienda próximamente. La opinión de quienes consideran que su vivienda puede mejorar refuerza aún más el papel clave de la reforma como solución, con un 44 % que se plantean seguir este camino.

Situación actual de la vivienda según grado de satisfacción con la misma

Situación actual de la vivienda	Total	Cumple expectativas	Funcional	Puede mejorar	No cumple
		★★★	★★☆	★☆☆	☆☆☆
He reformado la vivienda en los últimos 3 años	22,1 %	32,5 %	18 %	18,4 %	4,9 %
Tengo la intención de reformar la vivienda en los próximos 3 años	34,8 %	25,1 %	24,7 %	44,5 %	18,1 %
Tengo la intención de cambiarme de vivienda en los próximos 3 años	16,3 %	8,5 %	28 %	15,4 %	48,8 %
No me planteo hacer una reforma ni cambiar de vivienda	26,8 %	34 %	29,3 %	21,7 %	28,1 %
He reformado/intención	56,9 %	57,6 %	42,7 %	62,9 %	23,0 %
Base	1025	316	137	530	42

MOTIVOS PRINCIPALES DE LA REFORMA DE LA VIVIENDA

Dentro de los muchos motivos particulares que pueden llevarnos a querer reformar nuestra vivienda, hay **3 aspectos que aparecen como principales** relacionados con:

- 1 | **su mejora estética** con la que buscamos un entorno más agradable, renovado y adecuado a nuestro gusto, en el que podamos sentirnos más identificados;
- 2 | **mayor comodidad y ergonomía** con el cambio de elementos encaminados a mejorar la practicidad, la accesibilidad y el confort en el disfrute cotidiano de la vivienda;
- 3 | **la eficiencia energética** aparece principalmente motivado por el ahorro económico, pero también con un componente de búsqueda de alternativas menos nocivas para el medio ambiente. Al pasar más tiempo en nuestras casas, se incrementa más el consumo de energía y, por tanto, la preocupación por reducir el impacto de estas facturas.

Los datos que recoge el **Barómetro Saint-Gobain sobre los hogares 2024** muestran como casi un 60 % de las personas que han llevado a cabo una reforma o declaran intención de hacerla citan la estética como 1 de los 3 principales aspectos que les gustaría mejorar con su intervención. Si observamos su dimensión en el conjunto de la población, estamos hablando de 1 de cada 3 personas.

“ El 40 % de los interesados en una reforma tienen como objetivo principal la eficiencia energética ”

Ganar en comodidad y ergonomía de algunos elementos (plato de ducha, cambio en el mobiliario de la cocina...) es mencionado como **1 de cada 3 motivaciones** prioritarias en el 50 % de los casos. El 40 % de los interesados en una reforma se refieren a **la eficiencia energética** como objetivo principal, una proporción mayor si consideramos que un aspecto directamente relacionado la eficiencia, como es **el aislamiento térmico**, recoge el 37 % de las menciones.

Estas cifras confirman el protagonismo que ha ganado como motivo para modificar nuestra vivienda la optimización del consumo energético necesario para obtener una buena climatización con un menor gasto.

Tras estas 3 motivaciones más generalizadas para hacer una reforma, renovación estética, en elementos de confort y eficiencia energética, hay otra serie de aspectos que comentamos a continuación que han sido mencionados como importantes para **1 de cada 4 personas** que ha ejecutado una reforma o lo considera en sus planes a corto plazo. Destacamos: ganar **más habitabilidad, distribución de espacios y una mayor versatilidad del hogar** (29% de las menciones y la luminosidad interior con un 21%).

Además, se menciona **un aislamiento que minimice el problema de ruidos** que puedan producirse en torno a la vivienda **será un motivo importante en un 27 % de las reformas**, realizadas o intencionales, junto con la eliminación o prevención de humedades y condensaciones interiores, en una proporción similar. Bajo los datos generales podemos observar también la influencia de estar teletrabajando parte de la semana dentro del hogar en la línea que hemos venido apuntando: el teletrabajador va a buscar mayor eficiencia energética (para reducir sus facturas), minimizar los ruidos del exterior y mejorar la luminosidad y el rendimiento de los espacios.

¿Qué quieres mejorar/has mejorado al reformar tu vivienda?

-  La estética (pintar paredes, cambiar muebles, incluir cuadros...) | 58,7 %
-  Comodidad y ergonomía (poner plato de ducha, cambiar muebles de la cocina...) | 49,1 %
-  La eficiencia energética | 40,2 %

Motivos reforma vivienda	Total
El aislamiento térmico (sensación de calor o frío)	36,5 %
La distribución de los espacios y la versatilidad del hogar	28,9 %
Eliminación o prevención de humedades y condensaciones interiores	27,2 %
El aislamiento acústico (minimizar/eliminar ruidos)	26,5 %
La luminosidad en el interior de la vivienda	20,8 %
Otros elementos	3 %
Base: han hecho o tienen intención de reformar su vivienda	584

Motivos reforma de la vivienda según teletrabajo

	total	Teletrabajo	
		si	no
La estética (pintar paredes, cambiar muebles, incluir cuadros...)	58,7 %	57,4 %	59,4 %
Comodidad y ergonomía (poner plato de ducha, cambiar muebles de la cocina...)	49,1 %	46,5 %	50,7 %
La eficiencia energética	40,2 %	44,7 %	37,4 %

	Total	Teletrabajo	
		Si	No
El aislamiento térmico (sensación de calor o frío)	36,5 %	39,7 %	34,6 %
La distribución de los espacios y la versatilidad del hogar	28,9 %	31,4 %	27,4 %
Eliminación o prevención de humedades y condensaciones interiores	27,2 %	27,1 %	27,3 %
El aislamiento acústico (minimizar/eliminar ruidos)	26,5 %	31,3 %	23,6 %
La luminosidad en el interior de la vivienda	20,8 %	26,7 %	17,1 %
Otros elementos	3 %	2,3 %	3,5 %
Base: han hecho o tienen intención de reformar su vivienda	584	222	362

Sin que varíe el orden de las motivaciones que llevan a pensar en una reforma, **las mujeres** van a situar los **aspectos estéticos y la mejora de elementos** para una mayor comodidad/ergonomía en un orden mayor de prioridad, mientras que **los hombres** se centraran algo más en **la eficiencia energética**.

Toma de decisiones y personalización de la vivienda según género

Motivos reforma vivienda	Total	Hombre	Mujer
La estética (pintar paredes, cambiar muebles, incluir cuadros...)	58,7 %	53,6 %	64,5 %
Comodidad y ergonomía (poner plato de ducha, cambiar muebles de la cocina...)	49,1 %	45,1 %	53,6 %
La eficiencia energética	40,2 %	43,7 %	36,2 %
El aislamiento térmico (sensación de calor o frío)	36,5 %	37,5 %	35,4 %
La distribución de los espacios y la versatilidad del hogar	28,9 %	29 %	28,8 %
Eliminación o prevención de humedades y condensaciones interiores	27,2 %	25,2 %	29,5 %
El aislamiento acústico (minimizar/eliminar ruidos)	26,5 %	24,3 %	29,1 %
La luminosidad en el interior de la vivienda	20,8 %	20,8 %	20,8 %
Base: han hecho o tienen intención de reformar su vivienda	584	307	277

Toma de decisiones y personalización de la vivienda según grupo de edad

Motivos reforma vivienda	Total	18-29 Generación Z	30-44 Millennials	45-59 Generación X	60-70 Boomers
La estética (pintar paredes, cambiar muebles, incluir cuadros...)	58,7 %	58,7 %	56 %	62,3 %	56,7 %
Comodidad y ergonomía (poner plato de ducha, cambiar muebles de la cocina...)	49,1 %	49,2 %	47,5 %	52,2 %	45,4 %
La eficiencia energética	40,2 %	37,3 %	33,4 %	49 %	39,1 %
El aislamiento térmico (sensación de calor o frío)	36,5 %	31,3 %	33,7 %	42,1 %	36,3 %
La distribución de los espacios y la versatilidad del hogar	28,9 %	31,8 %	34,1 %	25,9 %	20,8 %
Eliminación o prevención de humedades y condensaciones interiores	27,2 %	32,7 %	24,7 %	28,2 %	24,5 %
El aislamiento acústico (minimizar/eliminar ruidos)	26,5 %	20,4 %	30,2 %	29 %	19,6 %
La luminosidad en el interior de la vivienda	20,8 %	33,2 %	20,8 %	18,1 %	12,3 %
Otros elementos	3 %	1 %	4,4 %	1,6 %	5,8 %
Base: han hecho o tienen intención de reformar su vivienda	584	103	201	196	84

“
El grupo de 45 a 59 años es el más motivado a realizar cambios orientados a la eficiencia energética y el aislamiento térmico
”

Según la generación, lo primero que debemos señalar es que **estética**, mejora de elementos para ganar **comodidad/ergonomía y eficiencia energética** son motivaciones principales en todas ellas. El grupo de 45 a 59 años es el más motivado a realizar cambios orientados a la eficiencia energética **y el aislamiento**

térmico, mientras que las generaciones más jóvenes dan más importancia a **la luminosidad y la distribución y versatilidad del espacio interior** (especialmente los llamados Millennials, que no solo es probable que teletrabajen, sino que se encuentren en un momento vital de nuevas necesidades marcadas por la formación y el crecimiento del núcleo familiar). Entre 30 y 59 años va a aumentar también el deseo de mejorar **el aislamiento acústico**.

Algunas circunstancias de la vivienda, como el tipo de construcción, unifamiliar o piso, y la antigüedad del inmueble, van a establecer también algunas diferencias en la relevancia de los beneficios que buscan obtener de la reforma. En el caso de las viviendas unifamiliares **la eliminación o prevención de humedades, y la búsqueda de mejor eficiencia energética y aislamiento térmico** van a tener más peso en como motivadores de la reforma. En los pisos, sin embargo, son algo más relevantes **los factores estéticos y cambios en elementos** como el plato de ducha o la renovación del mobiliario de la cocina.

Respecto de la antigüedad, en construcciones a partir del 2007 (hasta 16 años) cae ligeramente la importancia de la estética o el cambio de elementos en favor de **mejoras en la calidad de la habitabilidad (luz, ruidos) y la versatilidad del espacio**. En las viviendas más antiguas la renovación estética y la actualización de elementos en baños o cocinas son objetivos principales (un 63 % y un 52 % respectivamente coinciden con ello), junto con **la optimización del consumo energético** en viviendas por su antigüedad con **sistemas de aislamiento** (ventanas, paredes...) y condiciones de climatización antiguas, y la reparación y prevención de humedades.

Motivos reforma de la vivienda según antigüedad de la vivienda

Motivos reforma vivienda	año de construcción			
	Total	<1979	1980-2006	2007>
La estética (pintar paredes, cambiar muebles, incluir cuadros...)	58,7 %	63,2 %	61,7 %	49,6 %
Comodidad y ergonomía (poner plato de ducha, cambiar muebles de la cocina...)	49,1 %	52,1 %	52,2 %	39,6 %
La eficiencia energética	40,2 %	43,8 %	39,6 %	37,6 %
El aislamiento térmico (sensación de calor o frío)	36,5 %	40,1 %	36 %	28,7 %
La distribución de los espacios y la versatilidad del hogar	28,9 %	28,1 %	28,2 %	32,1 %
Eliminación o prevención de humedades y condensaciones interiores	27,2 %	32,5 %	22,4 %	23,5 %
El aislamiento acústico (minimizar/eliminar ruidos)	26,5 %	29,4 %	22,4 %	29,4 %
La luminosidad en el interior de la vivienda	20,8 %	15,5 %	21 %	26 %
Otros elementos	3 %	4 %	3,3 %	1,6 %
Base: han hecho o tienen intención de reformar su vivienda	584	162	248	134

Cabría suponer que **la actitud general ante la sostenibilidad y su compromiso** en términos de acciones reales podrían influir en lo que quieren obtener de **una reforma** de su vivienda. Por lo general, las motivaciones principales continúan siendo las mismas. Los colectivos con **menos acciones** concretas orientadas **a la sostenibilidad** van a dar más relevancia aún a la parte **estética y a cambios menos estructurales**. La eficiencia energética mantiene su importancia en todos los colectivos, lo que pone de manifiesto esa doble relación de la reducción del consumo con el ahorro (para todos) y una menor contaminación (para los sensibilizados con el deterioro medioambiental). Sin embargo, **el colectivo activo** va a mostrar bastante **más interés por el aislamiento térmico** como medida de contención frente a posiciones menos comprometidas.

Toma de decisiones y personalización de la vivienda según actitud ante la sostenibilidad

Motivos reforma vivienda	Total	sostenibilidad			
		Activos	Dispuestos	Concienciados	Objetores
La estética (pintar paredes, cambiar muebles, incluir cuadros...)	58,7 %	58,7 %	56 %	62,3 %	56,7 %
Comodidad y ergonomía (poner plato de ducha, cambiar muebles de la cocina...)	49,1 %	49,2 %	47,5 %	52,2 %	45,4 %
La eficiencia energética	40,2 %	37,3 %	33,4 %	49 %	39,1 %
El aislamiento térmico (sensación de calor o frío)	36,5 %	31,3 %	33,7 %	42,1 %	36,3 %
La distribución de los espacios y la versatilidad del hogar	28,9 %	31,8 %	34,1 %	25,9 %	20,8 %
Eliminación o prevención de humedades y condensaciones interiores	27,2 %	32,7 %	24,7 %	28,2 %	24,5 %
El aislamiento acústico (minimizar/eliminar ruidos)	26,5 %	20,4 %	30,2 %	29 %	19,6 %
La luminosidad en el interior de la vivienda	20,8 %	33,2 %	20,8 %	18,1 %	12,3 %
Otros elementos	3 %	1 %	4,4 %	1,6 %	5,8 %
Base: han hecho o tienen intención de reformar su vivienda	584	103	201	196	84

No encontramos diferencias relevantes por ciudades, ni entre ellas y el resto de España, lo que indica que estamos ante inquietudes y motivaciones compartidas por el conjunto de los residentes, que tienen que ver también con unas **expectativas y un ideal de vivienda compartidos socialmente**.

ELEMENTOS A REFORMAR

Lógicamente las motivaciones que nos guían para emprender una reforma van a determinar los elementos concretos sobre los que vamos a intervenir. Pero un elemento puede satisfacer diferentes expectativas de cambio y la intervención sobre unos u otros determinan un mayor o menor alcance de las obras y de su coste. Por ello, es interesante observar cuáles son los elementos de la vivienda en los que más se piensa a la hora de reformar y, por tanto, formaran parte principal de las demandas.

El **Barómetro Saint-Gobain sobre los hogares 2024** pregunta directamente a los entrevistados cuál o cuáles de **los elementos relacionados había reformado o tenía intención de reformar**, con una opción de reforma completa. Baños y cocinas continúan siendo los objetivos mayoritarios de una reforma: si nos centramos en la población que ha reformado o piensa hacerlo, un 57 % se refiere al baño/cocina como estancia a mejorar. Si extrapolamos este 57 % al conjunto de la población, tendremos que **1 de cada 3 personas se ha planteado cambiar cocina, baño o ambos**. Estamos ante espacios muy relevantes dentro de una vivienda, cuya modificación puede deberse a criterios funcionales relacionados con la solución de problemas y una mejor adecuación de las necesidades del residente o de la familia, pero también pretende una mejora en el confort y una renovación estética (son estancias con efecto importante sobre la apariencia global de la vivienda).

“ Las ventanas ocupan el segundo lugar como elementos reformados o a reformar, con un 40 % ”

Las ventanas ocupan el segundo lugar como elementos reformados o a reformar, con un 40 % de menciones. Cambiar las ventanas es una de las soluciones más habituales cuando se piensa en **aislamiento térmico y acústico** de la vivienda. Adicionalmente, permite también dar **una imagen más modernizada** de la vivienda. Un efecto similar tiene el efecto **del suelo** que se cita en **el 32 % de los casos**.

Inmediatamente después vemos cuatro elementos y equipamientos que van a favorecer a **la eficiencia energética y el aislamiento de la vivienda**. Primeramente, se piensa en los equipos de climatización y agua caliente tradicionales: calefacción, caldera, aire acondicionado (en el 30 % de las reformas). Tras ellos, la mejora de **los materiales de los tabiques interiores** (23 %). Solo en torno al 17 % de personas predispuestas a la reforma mencionan **la instalación de sistemas de energía renovable** (13 puntos por debajo de equipamientos tradicionales), **las obras en el envoltorio exterior** (fachada, suelos) o **el movimiento de tabiques** para redistribución del espacio. **Los techos son los elementos menos considerados** (con un 14 % de las menciones), y la realización de una reforma integral de la vivienda, más compleja, que requiere más tiempo y más inversión, se plantea en un 7 % de las ocasiones.



Elementos reformados o a reformar	Total
Paredes/tabiques interiores (mejora de los materiales)	22,6 %
Instalación de un sistema de energía renovable: solar, aerotermia...	17,2 %
Envoltorio exterior (fachada, cubierta de suelo en contacto con el exterior)	17 %
Cambio de distribución de los espacios interiores (movimiento de tabiques)	16,6 %
Techos dentro de la vivienda	13,9 %
Reforma completa de la vivienda	6,6 %
Base: han hecho o tienen intención de reformar	584

Este orden de preferencias sobre los elementos a reformar está bastante generalizado dentro del conjunto de la población con algunos matices:

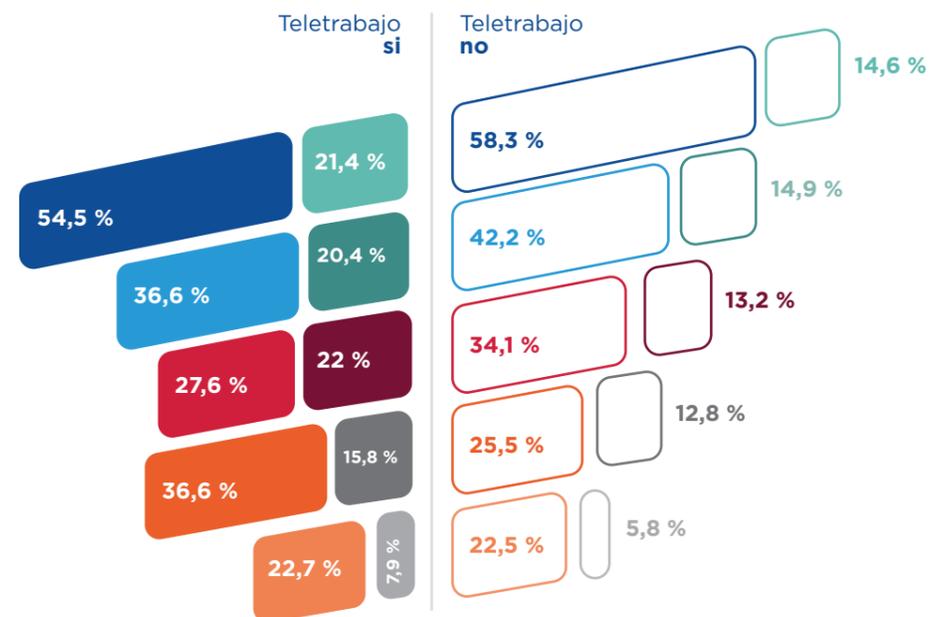
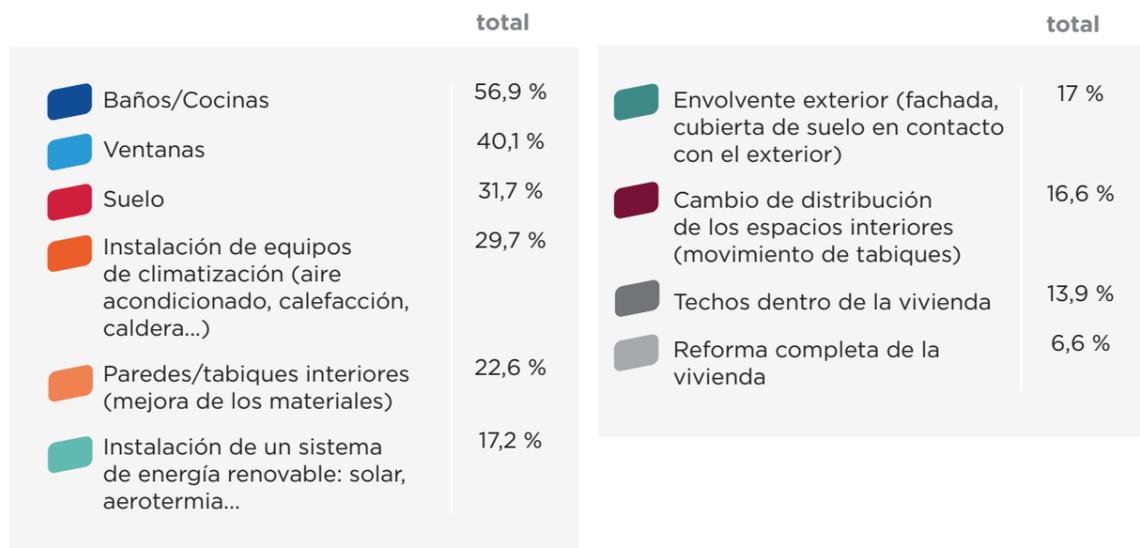
- **Los más jóvenes se muestran algo más proclives**, al menos intencionalmente, **a afrontar obras** que implican trabajos de albañilería **como la mejora y movimiento de tabiques interiores o la mejora de la envoltorio exterior**. Algo que se va aminorando en la medida en que aumenta la edad.
- **Los que muestran una posición más activa respecto de la sostenibilidad suelen ser más ambiciosos** en la cantidad de elementos sobre los que consideran intervenir. Como cabría esperar, **activos y dispuestos** (los dos perfiles que han tomado más medidas sostenibles, con independencia de su convencimiento) **mencionan más la instalación de un sistema de energía renovable, alcanzando un 20 % de los casos**.
- Según el tipo de vivienda, **los residentes en chalés se referirán con más frecuencia a la instalación de sistemas de climatización tradicionales y uso de energías renovables, obras sobre el envoltorio exterior o en los techos**.

Elementos reformados o a reformar según edad

Motivos reforma vivienda	Total	18-29 Generación Z	30-44 Millennials	45-59 Generación X	60-70 Boomers
Baños/Cocinas	56,9 %	50,6 %	55,2 %	58 %	65,5 %
Ventanas	40,1 %	39,3 %	41,2 %	40,6 %	37,5 %
Suelo	31,7 %	24,5 %	32 %	32,2 %	38 %
Instalación de equipos de climatización (aire acondicionado, calefacción, caldera...)	29,7 %	33,5 %	33,4 %	27,7 %	21,6 %
Paredes/tabiques interiores (mejora de los materiales)	22,6 %	28,3 %	24 %	20,3 %	17,9 %
Instalación de un sistema de energía renovable: solar, aerotermia...	17,2 %	13,8 %	18,8 %	17,9 %	16 %
Envoltorio exterior (fachada, cubierta de suelo en contacto con el exterior)	17 %	27,4 %	17,5 %	12,9 %	12,8 %
Cambio de distribución de los espacios interiores (movimiento de tabiques)	16,6 %	26,1 %	16 %	14,2 %	12 %
Techos dentro de la vivienda	13,9 %	16,4 %	16,9 %	12,1 %	8,4 %
Reforma completa de la vivienda	6,6 %	6,6 %	7,5 %	7,5 %	2,3 %
Base: han hecho o tienen intención de reformar	584	103	201	196	84

- **Teletrabajar** en la vivienda también va a aumentar la importancia que se concede a la mejora de **la climatización y la instalación de un sistema de energía renovable**, junto con el cambio en **la distribución de espacios interiores**.
- Por último, hablaremos más adelante con mayor detalle **del conocimiento y la solicitud de subvenciones**, pero tiene interés ver aquí qué elementos pueden estar más asociados a la solicitud de ayudas. Los datos indican que los que han solicitado alguna ayuda van a referirse con más frecuencia a la climatización, la instalación de algún sistema de energía renovable o los arreglos en el exterior de la vivienda, en detrimento de baños/cocinas, suelos y ventanas.

Elementos reformados o a reformar según teletrabajo



Elementos reformados o a reformar según solicitud de ayuda

Motivos reforma vivienda	Total	solicitud ayuda	
		Ha solicitado	No
Baños/Cocinas	56,9 %	43,4 %	63,8 %
Ventanas	40,1 %	33,1 %	44,6 %
Suelo	31,7 %	24,6 %	33,4 %
Instalación de equipos de climatización (aire acondicionado, calefacción, caldera...)	29,7 %	36,7 %	29,2 %
Paredes/tabiques interiores (mejora de los materiales)	22,6 %	22,9 %	24,1 %
Instalación de un sistema de energía renovable: solar, aerotermia...	17,2 %	24,9 %	16,9 %
Envolvente exterior (fachada, cubierta de suelo en contacto con el exterior)	17 %	33,8 %	12,7 %
Cambio de distribución de los espacios interiores (movimiento de tabiques)	16,6 %	19,6 %	16,7 %
Techos dentro de la vivienda	13,9 %	17,3 %	14 %
Reforma completa de la vivienda	6,6 %	8,5 %	4,6 %
Base: han hecho o tienen intención de reformar	584	125	292

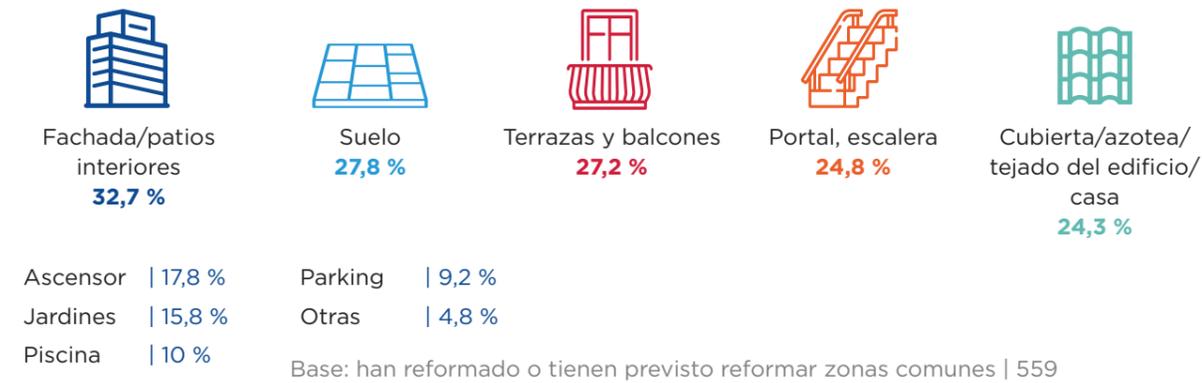
LA REFORMA DE LAS ZONAS COMUNES

Hasta el momento nos hemos centrado en la reforma de la vivienda propia. Pero el **Barómetro Saint-Gobain sobre los hogares 2024** indaga también en la necesidad o el interés por hacer una reforma debida al estado de las zonas comunes. En el siguiente cuadro vemos como más de la mitad de los residentes entrevistados ha reformado o tienen previsto reformar elementos de zonas comunes. Este porcentaje se eleva hasta el 65 % en el caso de las viviendas unifamiliares (pese a que casi un 20 % de ellas carecen de zonas comunes) y el 61 % entre el colectivo de activos, más sensible y comprometido en sus actos con la sostenibilidad.

Reforma en zonas comunes según tipo de vivienda

	total	Piso	Chalet
Sí, he reformado zonas comunes o tengo intención de hacerlo	54,6 %	51,7 %	64,5 %
No, no he hecho ni tengo intención de hacer	34 %	39,6 %	15,9 %
No, no tengo zonas comunes	11,5 %	8,8 %	19,6 %
Base	1025	778	233

Las fachadas y/o patios interiores son el objetivo principal de estas reformas (1 de cada 3 incluirá la mejora de estos elementos), seguidos por suelos, balcones y terrazas. Un cuarto de las intervenciones en zonas comunes afecta al portal, la escalera y la cubierta del edificio. Ascensores, jardines, piscinas y parking son elementos que participan de forma más minoritaria en las obras sobre zonas comunes. Esto puede deberse en parte a que se trata de zonas de mantenimiento más continuado y/o a que su relevancia es distinta en función del tipo de vivienda.



Efectivamente, en **las viviendas unifamiliares** son más importantes las intervenciones en **jardines, cubiertas y en la piscina**, mientras que en **los pisos** cobran mayor relevancia las obras relacionadas con el **ascensor**.

Elementos reformados o a reformar según tipo de vivienda

Elementos a reformar en zonas comunes	Total	Piso	Chalet
Fachada/patios interiores	17,8 %	18 %	17,5 %
Suelos	15,2 %	14 %	19,4 %
Terrazas y balcones	14,8 %	14,8 %	14,7 %
Portal, escalera	13,5 %	14,3 %	10,8 %
Cubierta/azotea/tejado del edificio/casa	13,2 %	11,7 %	17,9 %
Ascensor	9,7 %	11,5 %	3,8 %
Jardines	8,6 %	4,5 %	21,9 %
Piscina	5,5 %	3,4 %	12,4 %
Parking	5 %	4,4 %	7,3 %
Otras	2,6 %	2,5 %	2,5 %
No, no he hecho ni tengo intención de hacer	34,0 %	39,6 %	15,9 %
No, no tengo zonas comunes	11,5 %	8,8 %	19,6 %
Sí, he reformado zonas comunes o tengo intención de hacerlo	54,6 %	51,7 %	64,5 %
Base	1025	772	239

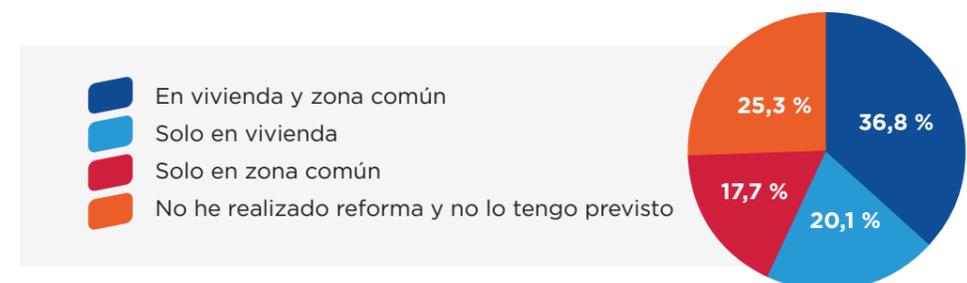
Es en la vivienda más reciente (de 2007 en adelante) donde se ha realizado o se esperan realizar más reformas en zonas comunes. Nos encontramos ante construcciones más recientes, aunque con zonas comunes más amplias y con más elementos que pueden sufrir deterioro. Es el caso, por ejemplo, de la piscina o las zonas ajardinadas. En las viviendas más antiguas casi un cuarto de las intervenciones en zonas comunes recae sobre las fachadas y patios interiores.

Elementos a reformar de zonas comunes por antigüedad de la vivienda

Elementos a reformar en zonas comunes	Total	año de construcción		
		<1979	1980-2006	2007>
Fachada/patios interiores	17,8 %	23,9 %	16,5 %	16,6 %
Suelos	15,2 %	12,4 %	16,8 %	18,5 %
Terrazas y balcones	14,8 %	15,4 %	14,3 %	17,9 %
Portal, escalera	13,5 %	12,2 %	14,8 %	15,5 %
Cubierta/azotea/tejado del edificio/casa	13,2 %	13,1 %	13,3 %	14,8 %
Ascensor	9,7 %	11,5 %	10,4 %	10,8 %
Jardines	8,6 %	5,7 %	7,6 %	14,2 %
Piscina	5,5 %	1,4 %	5,1 %	10,3 %
Parking	5 %	3,1 %	5,5 %	7,6 %
Otras	2,6 %	3,3 %	3,4 %	0,4 %
No, no he hecho ni tengo intención de hacer	34,0 %	31,1 %	33,9 %	29,9 %
No, no tengo zonas comunes	11,5 %	12,8 %	11,2 %	8,7 %
Sí, he reformado zonas comunes o tengo intención de hacerlo	54,6 %	56,1 %	54,9 %	61,4 %
Base	1025	269	401	241

“ Un 75 % de la población ha realizado o tiene interés en realizar obras para la mejora de los espacios en los que reside ”

Si añadimos las reformas en la vivienda habitual a las de las zonas comunes, un 75 % de la población ha realizado o tiene interés en realizar obras para la mejora de los espacios en los que reside. Esto supone que **3 de cada 4 personas se encuentran en esta situación**. Por tanto, la relevancia de las reformas es clara, ya sea para mantener estos espacios, individuales o colectivos en buen estado, actualizarlos y/o ganar en confort y habitabilidad.



CRITERIOS PARA SELECCIONAR UNA EMPRESA DE REFORMAS

La elección de la empresa que llevará a cabo la reforma es un **punto clave** en el proceso. Una vez que se ha decidido intervenir sobre uno o varios aspectos de la vivienda, se selecciona una empresa que ejecute las obras. **¿Cuáles son los principales criterios que intervienen en esa selección?**

Para determinarlos, se pidió a los entrevistados que ordenaran varios criterios de diferente naturaleza, por su orden de importancia a la hora de elegir. En el cuadro siguiente podemos ver el porcentaje de personas que sitúan cada uno de los criterios entre las tres primeras posiciones, es decir, entre los elementos que más van a influir en su elección.

¿Qué 3 aspectos son más importantes a la hora de elegir una empresa de reformas?



Base: han hecho/tienen intención hacer reforma vivienda o zonas comunes | 765

“ El precio y la experiencia de los profesionales que van a intervenir en la reforma son los criterios de más peso ”

El precio y la experiencia de los profesionales que van a intervenir en la reforma son los criterios de más peso, con un 72 % y un 64 % respectivamente de personas que los sitúan en su top 3. El **criterio económico** tiende a mencionarse **en primer lugar** (estamos hablando de intervenciones que suelen requerir de una inversión significativa),

aunque no es el único. Es importante destacar que contar con **profesionales expertos** se menciona como **primer criterio en 1 de cada 4 casos** (26 % de menciones), prácticamente igual que el precio (27 %).

Además de su carácter experto, también se valora que sea **la misma empresa** quien lleve a cabo **todas las fases del proyecto**. En un 45 % de los casos la posibilidad de centralizar toda la intervención en las mismas manos ocupa las 3 primeras posiciones. Y un 41 % de los abiertos a reformar tienen también en cuenta la rapidez como criterio de elección.

En un tercer nivel de importancia se sitúan **la reputación de la empresa**, el proyecto presentado y que la empresa contratada gestione ayudas y subvenciones con la administración.

Mujeres y hombres van a compartir por lo general criterios comunes con una salvedad: **las mujeres** darán más relevancia a contar con **profesionales expertos en términos globales** (un 71 % lo van a situar dentro de las 3 principales razones de elección), **y los hombres** tienden a considerar en mayor medida un elemento más concreto como es **el proyecto presentado** (12 puntos sobre la percepción de las mujeres).

Criterios de elección de una empresa de reformas según género

Criterios elección empresa de reformas	Total	Hombre	Mujer
Precio	72,3 %	70,8 %	73,9 %
Que los instaladores/profesionales sean expertos	64,4 %	58,5 %	70,7 %
Que la misma empresa lleve a cabo todas las fases del proyecto	44,8 %	46,7 %	42,9 %
Rapidez	40,6 %	40,5 %	40,7 %
La reputación de la empresa	28,6 %	28,3 %	28,9 %
El proyecto que me presenten	26,4 %	32,4 %	20,1 %
Que gestione ayudas/subvenciones con la administración pública	22,8 %	22,8 %	22,8 %
Base: han hecho/tienen intención hacer reforma vivienda o zonas comunes	765	393	372

Observando el efecto de la edad/momento vital sobre los aspectos con más influencia en la elección de una empresa para su reforma, **los mayores de 60 años** van a dar más importancia a contar con **profesionales expertos** y que **la misma empresa se haga cargo de todo** el proyecto; para el grupo de **edad entre los 45 y los 59 años** tiene **una importancia aún mayor el precio**, mientras que los más jóvenes van a referirse algo más a la gestión de ayudas públicas. **La rapidez es un criterio principal para todos los colectivos** (incluso ligeramente por encima de la concentración en un solo proveedor entre los más jóvenes), que pierde relevancia entre los mayores de 60, que se encuentran en un momento vital menos urgido por condicionantes laborales y familiares y, como hemos visto en capítulos anteriores, suelen ser más conservadores en el alcance de las intervenciones en el hogar.

Criterios de elección de una empresa de reformas según edad/momento vital

Criterios elección empresa de reformas	Total	alcance de la reforma			
		18-29 Generación Z	30-44 Millennials	45-59 Generación X	60-70 Boomers
Precio	72,3 %	71,3 %	69,2 %	77,1 %	69,8 %
Que los instaladores/profesionales sean expertos	64,4 %	60,6 %	63 %	63,7 %	73,9 %
Que la misma empresa lleve a cabo todas las fases del proyecto	44,8 %	39,5 %	41,6 %	46,5 %	55,2 %
Rapidez	40,6 %	47,1 %	43 %	40,5 %	27,2 %
La reputación de la empresa	28,6 %	27,2 %	32 %	27,7 %	24,8 %
El proyecto que me presenten	26,4 %	25 %	30,3 %	23,7 %	25,9 %
Que gestione ayudas/subvenciones con la administración pública	22,8 %	29,3 %	21 %	20,7 %	23,3 %
Base: han hecho/tienen intención hacer reforma vivienda o zonas comunes	765	145	249	258	114

Por su parte, **los residentes en viviendas unifamiliares** enfatizarán más la importancia de la **rapidez** y del **proyecto presentado** frente a los residentes en pisos.

Considerando el alcance de la reforma emprendida, sólo vivienda, sólo zonas comunes o reforma de ambas, **el criterio** que se menciona como **principal** en los tres casos sigue siendo **el económico**, pero tiene mayor relevancia entre quienes solo tienen en mente la reforma de la vivienda (79 %). Por el contrario, el precio tiene algo menos impacto sobre los que han realizado o piensan en realizar obras tanto en su hogar como en las zonas comunes (67 %). Este último colectivo va a ser más sensible ante el proyecto que la empresa de reformas presente.

Criterios de elección de una empresa de reformas según alcance de la reforma

Criterios elección empresa de reformas	Total	alcance de la reforma		
		Reformada solo vivienda	Reformada solo zona común	Reformado ambas
Precio	72,3 %	79,1 %	76,4 %	66,7 %
Que los instaladores/profesionales sean expertos	64,4 %	68,1 %	66,2 %	61,6 %
Que la misma empresa lleve a cabo todas las fases del proyecto	44,8 %	45,4 %	37,6 %	48 %
Rapidez	40,6 %	41,8 %	43,8 %	38,4 %
La reputación de la empresa	28,6 %	27 %	26,3 %	30,6 %
El proyecto que me presenten	26,4 %	22,9 %	23,6 %	29,7 %
Que gestione ayudas/subvenciones con la administración pública	22,8 %	15,7 %	26,1 %	25,1 %
Base: han hecho/tienen intención hacer reforma vivienda o zonas comunes	765	206	182	377

Que **la empresa gestione ayudas o subvenciones** es elegido como motivo principal por 1 de cada 4 personas que considera reformar las zonas comunes (independientemente o además de su vivienda). Este porcentaje baja al 16 % en los que solo piensan reformar su domicilio. Contar con un único proveedor tiene menos peso como criterio de decisión cuando solo se reforman las zonas comunes, y generalmente no requieren de una gestión tan individual de la reforma.

El orden de importancia de los criterios que se valoran en la contratación de una empresa de reformas se mantiene de forma similar en los distintos núcleos urbanos y el resto de España, con algunas diferencias puntuales:

- **La importante del factor precio** es una constante en todas las zonas. **Que los profesionales sean expertos** es uno de los motivos de elección principales **para más del 70 % de los “reformadores”** de Barcelona, Bilbao y Valencia, frente a Madrid con un 59 % de menciones.
- En **Sevilla** se va a valorar más **la reputación de la empresa** (41 %) que en el resto de las ciudades.
- **La rapidez** va a ser un criterio más frecuente en Madrid (con el 50 % de casos en los que es de los tres más importantes) frente al caso opuesto de Bilbao, donde apenas supera el 20 % de menciones.
- En esta última ciudad aparece con mucha mayor relevancia **la gestión de ayudas/subvenciones por parte de la empresa**, que se sitúa como el cuarto criterio más importante, por encima de la reputación de la empresa o su rapidez.

Criterios elección empresa de reformas	Total	Criterios de elección de una empresa de reformas según ciudad					
		Madrid	Barcelona	Bilbao	Sevilla	Valencia	Resto de España
Precio	72,3 %	73,4 %	72,2 %	70 %	68,8 %	68 %	73,4 %
Que los instaladores/profesionales sean expertos	64,4 %	59,4 %	74 %	70,1 %	65,3 %	71,6 %	62,9 %
Que la misma empresa lleve a cabo todas las fases del proyecto	44,8 %	45,6 %	53,8 %	45,1 %	36,1 %	50,2 %	44,2 %
Rapidez	40,6 %	49,4 %	31,2 %	21,6 %	36 %	39,1 %	42,4 %
La reputación de la empresa	28,6 %	26,7 %	27,9 %	18,2 %	41,1 %	26,5 %	28,7 %
El proyecto que me presenten	26,4 %	26,7 %	22,3 %	31,6 %	24,8 %	23,3 %	26,8 %
Que gestione ayudas/subvenciones con la administración pública	22,8 %	18,7 %	18,6 %	43,4 %	27,8 %	21,3 %	21,5 %
Base: han hecho/tienen intención hacer reforma vivienda o zonas comunes	765	101	54	60	61	56	434

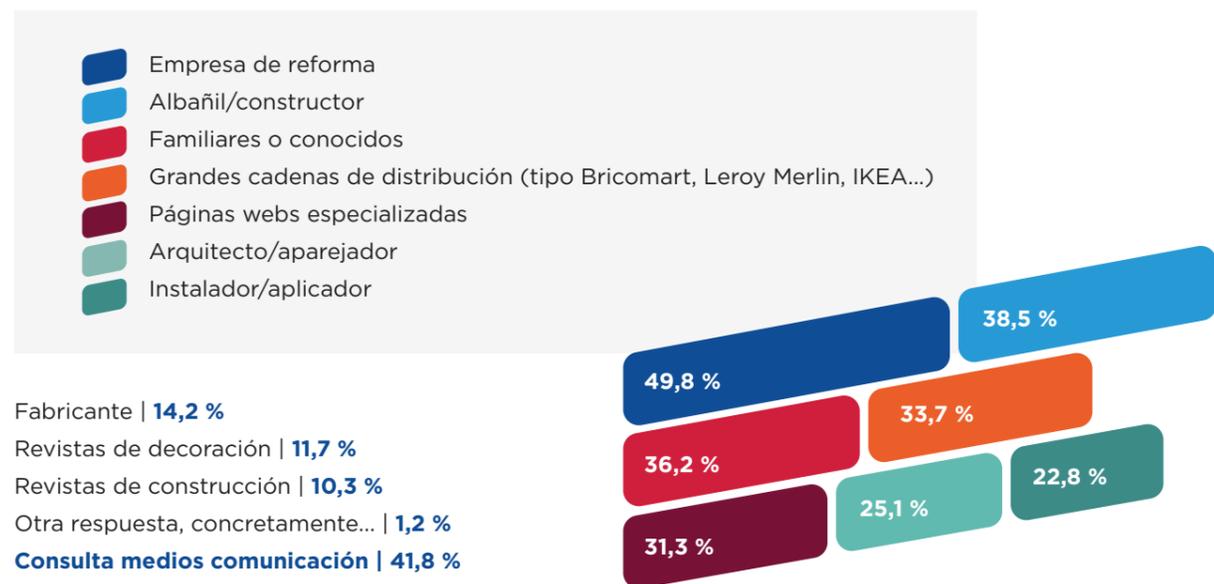
LA BÚSQUEDA DE ASESORAMIENTO EN LA REFORMA

En el momento de planificar una reforma es habitual recurrir alguna fuente de información que permita asesorar antes de tomar la decisión final de la realización de esta reforma. **El Barómetro Saint-Gobain sobre los hogares 2024** va a recoger los comportamientos más habituales respecto de la consulta de estas fuentes, que pueden ser de diversa naturaleza y combinarse entre ellas.

Como podemos ver en los datos del cuadro siguiente, son varias las fuentes que suelen utilizarse para asesorarse técnicamente antes de afrontar una reforma (con 2,7 fuentes de media, ligeramente por encima de lo que vimos en el anterior Barómetro Saint-Gobain hace 3 años). La mayor parte de los interesados en reformar recurre al **asesoramiento técnico profesional**, principalmente de la propia empresa de reformas (en el 50 % de los casos) y/o del albañil/constructor (38 %). También buscan **asesoramiento en familiares** o conocidos y en establecimientos de grandes cadenas que comercializan materiales de construcción o artículos de decoración, en torno al 35 % en ambos casos. Les siguen **las páginas web especializadas**, por delante de otras figuras profesionales como arquitecto/aparejador, del instalador o del fabricante, lo que indica la relevancia de este medio de consulta digital. Por último, 1 de cada 10 acude también a **revistas de decoración y construcción**.

Si sumamos la consulta a revistas y webs especializadas nos encontramos con que, de cara a la puesta en marcha de una reforma, un 42 % de las personas van a utilizar como una de las vías de asesoramiento técnico la información en medios de comunicación. Se consolida, pues, la importancia de los medios para la consulta de aspectos relacionados con la reforma que ya mostraba el **Barómetro Saint-Gobain sobre los hogares 2021**.

*¿Dónde buscar el asesoramiento técnico (nuevos materiales de construcción, funcionalidades específicas de estos...) de cara a realizar una reforma?
A través de...*



Base: han hecho o tienen intención de reforma en vivienda y zonas comunes | 765

La elección de los medios de comunicación, webs especializadas y revistas, como recurso informativo cuando buscan asesoramiento ante una reforma es mayor entre los más jóvenes, con una línea clara que diferencia a las generaciones **más digitalizadas (Z y Millennials)** de los más **mayores**. Estos últimos van a poner más el acento en **el asesoramiento personal de la empresa** de reformas o el constructor/albañil. Los jóvenes utilizan más vías de asesoramiento y consultan o consultarían con más frecuencia la información que ofrece el fabricante.

Entre los **menores de 30 años** las grandes cadenas tipo **Leroy Merlin, Bricomart...** son **la segunda fuente de asesoramiento** más mencionada (un 41 %), por encima de la consulta a familiares o conocidos al albañil/constructor. En el lado opuesto, solo un 25 % de los mayores de 60 años cita estos establecimientos.

Asesoramiento técnico para la reforma según edad/momento vital

Fuentes de asesoramiento para reforma	Total	18-29 Generación Z	30-44 Millennials	45-59 Generación X	60-70 Boomers
Empresa de reforma	49,8 %	44,4 %	45,8 %	53,5 %	57,4 %
Albañil/constructor	38,5 %	36,4 %	36,2 %	43,4 %	35 %
Familiares o conocidos	36,2 %	34,3 %	37,6 %	37,7 %	32 %
Grandes cadenas de distribución (tipo Bricomart, Leroy Merlin, IKEA...)	33,7 %	40,9 %	32,6 %	34,4 %	25,1 %
Páginas webs especializadas	31,3 %	36,2 %	36,5 %	27,8 %	21,5 %
Arquitecto/aparejador	25,1 %	25,6 %	26,3 %	23,2 %	26,4 %
Instalador/aplicador	22,8 %	24,5 %	22,1 %	22,3 %	23,6 %
Fabricante	14,2 %	23,5 %	16,5 %	9,8 %	7,4 %
Revistas de decoración	11,7 %	18,4 %	14,3 %	8,5 %	4,4 %
Revistas de construcción	10,3 %	21,1 %	10,2 %	6 %	6,6 %
Otra respuesta, concretamente...	1,2 %	0,8 %	0 %	1,9 %	2,6 %
Consulta medios comunicación	41,9 %	53,3 %	48,7 %	36,3 %	25,2 %

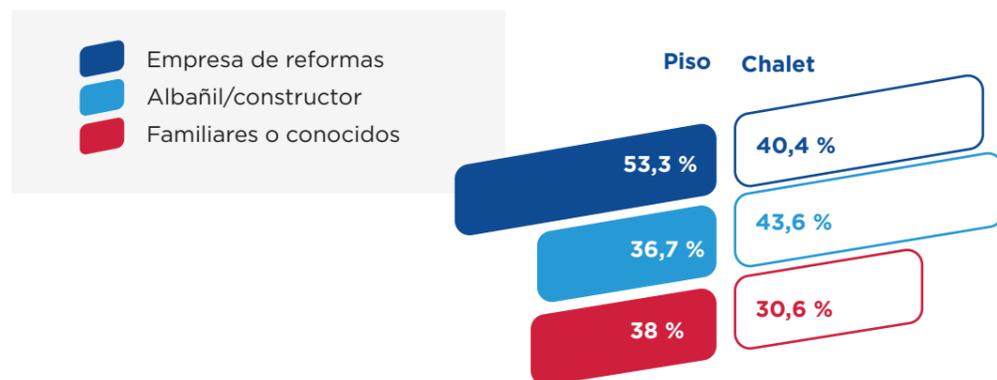
Base: han hecho o tienen intención de reforma en vivienda y zonas comunes | 765 | 145 | 249 | 258 | 114

Las mujeres buscan asesoramiento ante una posible reforma en más lugares que los hombres (con unas 3 fuentes consultadas de media), se plantean acudir algo más a familiares o conocidos (en un 40 % de los casos, un porcentaje similar al del albañil/constructor), recurren con más frecuencia a información del fabricante y a revistas de decoración (18 % y 15 % respectivamente) y parecen algo más proclives también a la consulta en grandes cadenas.

El perfil más activo en términos de **sostenibilidad** y quienes desarrollan todo o una parte de su trabajo online desde su domicilio **van a recurrir a más vías de asesoramiento**, con **mayor relevancia de los medios de comunicación, webs y revistas especializadas** (47 % de activos en sostenibilidad y un 54 % de teletrabajadores).

Respecto del tipo de vivienda, en **las viviendas unifamiliares se tiende a consultar más al albañil/constructor frente a los pisos** donde un 53 % de sus residentes **se refieren a la empresa de reformas** como fuente de asesoramiento y pueden buscar algo más la opinión de familiares o conocidos e información en medios.

Asesoramiento técnico para la reforma según tipo de vivienda



Fuentes de asesoramiento para reforma	Total	Piso	Chalet
Empresa de reforma	49,8 %	53,3 %	40,4 %
Albañil/constructor	38,5 %	36,7 %	43,6 %
Familiares o conocidos	36,2 %	38 %	30,6 %
Grandes cadenas de distribución (tipo Bricomart, Leroy Merlin, IKEA...)	33,7 %	35,2 %	30,4 %
Páginas webs especializadas	31,3 %	33,2 %	26,3 %
Arquitecto/aparejador	25,1 %	24,7 %	26,4 %
Instalador/aplicador	22,8 %	23,7 %	21 %
Fabricante	14,2 %	14,2 %	14,2 %
Revistas de decoración	11,7 %	12,3 %	10,3 %
Revistas de construcción	10,3 %	10,6 %	10 %
Otra respuesta, concretamente...	1,2 %	1,2 %	1 %
Consulta medios comunicación	41,9 %	44	38

Base: han hecho o tienen intención de reforma en vivienda y zonas comunes

765 554 203

Considerando de forma separada la opinión de los residentes en 5 ciudades principales frente al resto del país, podemos observar como **en los núcleos urbanos se piensa con más frecuencia en el asesoramiento de la empresa de reforma que del albañil/constructor**. Salvo Madrid que mantiene porcentajes altos en ambos, en Barcelona, Bilbao, Sevilla o Valencia se reduce el volumen de personas que utilizarían a este profesional como fuente de asesoramiento, quedando incluso por debajo de familiares o grandes cadenas de distribución. En Madrid la consulta a grandes cadenas de distribución va a ser ligeramente más frecuente y, junto con Barcelona, son los lugares donde es algo más frecuente buscar asesoramiento en la figura del fabricante (en torno a un 20 % en ambos casos).

Asesoramiento técnico para la reforma según tipo de vivienda

Criterios elección empresa de reformas	Total	Madrid	Barcelona	Bilbao	Sevilla	Valencia	Resto de España
Empresa de reforma	49,8 %	54,5	57,4	56,8	55,5	58,9	45,3
Albañil/constructor	38,5 %	42,6	20,4	30	36	30,1	41,8
Familiares o conocidos	36,2 %	32,7	42,7	41,4	39,3	39,4	34,9
Grandes cadenas de distribución (tipo Bricomart, Leroy Merlin, IKEA...)	33,7 %	40,5	35	36,4	32,6	33,8	31,8
Páginas webs especializadas	31,3 %	32,6	35	24,9	31	26,7	31,9
Arquitecto/aparejador	25,1 %	18,9	28	29,9	29,4	28,6	24,7
Instalador/aplicador	22,8 %	17,7	29,7	23,1	24,6	16	23,9
Fabricante	14,2 %	20,6	20,1	8,2	13,1	14,1	12,9
Revistas de decoración	11,7 %	12,7	12,8	11,6	6,5	12,4	12
Revistas de construcción	10,3 %	11,9	14,5	3,3	8,2	5,3	11,2
Otra respuesta, concretamente...	1,2 %	0	1,9	3,4	0	1,8	1,2
Consulta medios comunicación	41,9 %	48,4	47,7	31,5	40,8	31,9	42,3

Base: han hecho o tienen intención de reforma en vivienda y zonas comunes

765 103 47 48 63 58 448

The background is a solid dark red color. It features several thin, light orange lines that form abstract geometric shapes, including a large circle on the left and various lines and curves on the right. A white, rounded rectangular box is positioned on the right side of the page, containing the main text.

04.

LA SOSTENIBILIDAD EN
LA CONSTRUCCIÓN

LA SOSTENIBILIDAD EN LA CONSTRUCCIÓN

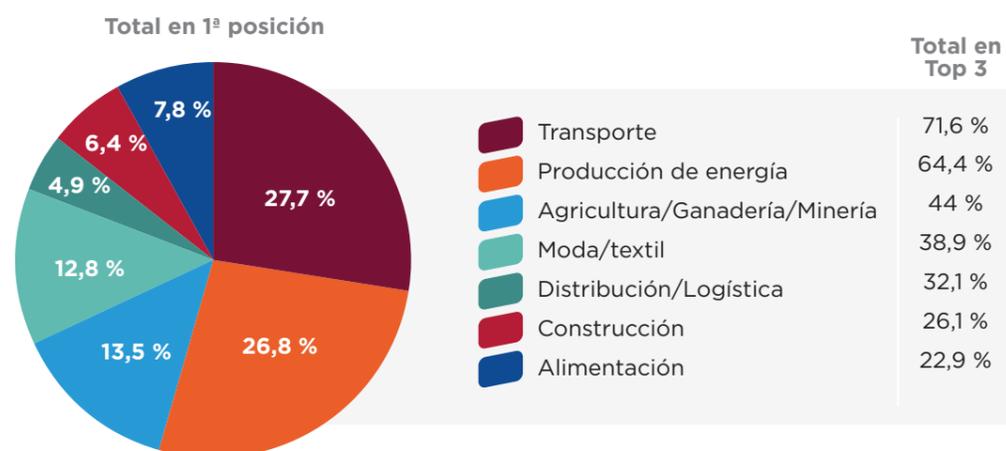
EL IMPACTO MEDIOAMBIENTAL DEL SECTOR

El concepto de sostenibilidad y la necesidad de reducir el impacto de nuestras acciones en el medio ambiente están cada vez más presentes en nuestra sociedad y en las demandas que los consumidores dirigen a organizaciones y empresas. La preocupación por el cambio climático es uno de los aspectos que más preocupan a los españoles, según el "Kantar Sustainability Index" 2023.

Considerando este contexto, el **Barómetro Saint-Gobain sobre los hogares 2024** indaga en la percepción que tiene la población del sector de la construcción, la relevancia que se atribuye a algunas intervenciones sostenibles en el hogar y, en particular, al uso de materiales reciclables y con contenido en material reciclado y la disposición a invertir a cambio de una solución más sostenible.

Cuando preguntamos por los **tres sectores de mayor impacto en el medio ambiente**, la construcción ocupa un puesto discreto en un ranking liderado por **el transporte y la producción energética**, que van a ocupar las dos primeras posiciones en el 72 % y 64 % de los casos respectivamente. **Las actividades del sector primario:** agricultura, ganadería, minería y la moda/textil reciben en torno al 40 % de menciones. Aproximadamente, 1 de cada 4 personas incluirá la construcción dentro del top 3 de sectores con mayor impacto, a un nivel similar a la alimentación y la distribución/logística.

¿Cuáles son en tu opinión los 3 sectores con mayor impacto en el medio ambiente?



Por tanto, comparado con otros sectores tradicionalmente asociados a un impacto negativo, como el transporte y la producción de energía, la construcción no se sitúa en el top de los sectores percibidos como con mayor impacto en el medio ambiente. Sin embargo, no debe obviarse que en este momento ya **más de un cuarto de los entrevistados (un 26 %) sí coloca a la construcción entre los tres sectores con mayores impactos.**

Esta percepción es común a todas las generaciones y perfiles de sostenibilidad. Lo que además observamos cuando analizamos las respuestas por grupos de edad es que, en los menores de 45 años, Millennials y Generación Z, se reduce ligeramente la percepción como contaminantes de los sectores que se ven así, especialmente entre los más jóvenes. Podríamos decir que, por debajo de los 45 años, se tiene en mente un espectro más amplio de sectores con un impacto nocivo y, aunque continúa en la parte baja del ranking, se apunta también algo más hacia la construcción.

Sectores con mayor impacto en el medio ambiente según edad/generación

Sectores con mayor impacto en el medio ambiente	Total en Top 3	18-29 Generación Z	30-44 Millennials	45-59 Generación X	60-70 Boomers
Transporte	71,6 %	68,1 %	66,1 %	78,7 %	72,9 %
Producción de energía	64,4 %	55,9 %	63,5 %	68,1 %	69 %
Agricultura/Ganadería/Minería	44 %	44,7 %	42,6 %	43,3 %	47,5 %
Moda/textil	38,9 %	45,6 %	38,9 %	35,1 %	38,7 %
Distribución/Logística	32,1 %	22,5 %	35,1 %	32,8 %	36,1 %
Construcción	26,1 %	29,2 %	28,9 %	23,9 %	21,5 %
Alimentación	22,9 %	34 %	25 %	18,2 %	14,4 %
Base	1025	196	335	333	162

La consideración del impacto del medio ambiente es menor en Madrid, Barcelona y Bilbao a pesar de ser 3 núcleos urbanos con alta actividad constructiva. Valencia se mantiene en la media, mientras que en Sevilla la percepción del carácter más impactante en el medio ambiente de la más importante en el medio ambiente parece más extendida (en un 40 % de los casos es uno de los 3 sectores con mayor impacto en el medio ambiente) y sube dos puestos en el ranking, quedando en 4º lugar bajo las actividades del sector primario.

Sectores con mayor impacto en el medio ambiente según núcleos urbanos

Sectores con mayor impacto en el medio ambiente	Total en Top 3	Madrid	Barcelona	Bilbao	Sevilla	Valencia	Resto de España
Transporte	71,6 %	72,7 %	64,7 %	71,9 %	64,1 %	71,6 %	73,2 %
Producción de energía	64,4 %	68,1 %	63,2 %	53,4 %	66,8 %	70,1 %	63,8 %
Agricultura/Ganadería/Minería	44 %	44,6 %	50,1 %	50,8 %	48,9 %	37,7 %	42,7 %
Moda/textil	38,9 %	42,1 %	33,8 %	48 %	33,1 %	32,2 %	39,5 %
Distribución/Logística	32,1 %	34,4 %	42,4 %	29,4 %	24,4 %	39 %	30,9 %
Construcción	26,1 %	21,8 %	15,7 %	21,3 %	39,6 %	26,1 %	26,9 %
Alimentación	22,9 %	16,4 %	30,1 %	25,2 %	23,1 %	23,4 %	23,1 %
Base	1025	130	67	60	80	79	610

¿EN QUÉ MEDIDA PUEDE SER RECICLABLE UN EDIFICIO?

En el **Barómetro Saint-Gobain sobre los hogares 2024** buscábamos también conocer cuál es la percepción de la población respecto del potencial de reciclaje de un edificio utilizando las soluciones constructivas adecuadas. Para ello, proponíamos a los entrevistados el ejemplo de un edificio de oficinas. Un 38 % de los entrevistados estiman, en este caso, reciclable un 50 % o más de yeso, acero o vidrio del edificio. Prácticamente la misma proporción de entrevistados considera que entre el 20 % y el 50 % de estos materiales podrían reciclarse. Solo 1 de cada 4 afirma que se reciclaría menos del 20 % del edificio. Esto supone que, **de media, la población estima la posibilidad de reciclaje de un edificio de este tipo en un 38 %.**

¿Qué porcentaje de yeso, acero, vidrio de un edificio de oficinas se estima que se puede llegar a reciclar utilizando las soluciones constructivas adecuadas?



Porcentaje estimado que se puede llegar a reciclar de un edificio de oficinas según edad/generación

Porcentaje reciclable de un edificio	Total	18-29 Generación Z	30-44 Millennials	45-59 Generación X	60-70 Boomers
Menos del 20 %	24,3 %	12,9 %	26,4 %	24,2 %	34,1 %
Del 20 al 49 %	37,5 %	38,3 %	38,3 %	37,4 %	35,4 %
Más del 50 %	38,1 %	48,9 %	35,4 %	38,5 %	30,3 %
Media % reciclable	38 %	44 %	35 %	38 %	33 %
Base	1025	196	335	333	162

No hay grandes diferencias en estas percepciones entre los diferentes segmentos de población. Por edad, solamente el grupo más joven, **Generación Z**, hace una estimación más favorable del porcentaje en el que **un edificio de oficinas puede resultar reciclable, con una media del 44 %.**

Si tomamos como referencia los cinco principales núcleos urbanos, la percepción de las posibilidades de reciclaje de un edificio de oficinas es similar en todas las áreas, con una valoración más favorable en el caso de Barcelona (un 44 % suponen que será reciclable más de la mitad del yeso, acero o cristal del edificio), y más conservadora en Bilbao.

Porcentaje estimado que se puede llegar a reciclar de un edificio de oficinas según núcleos urbanos

Porcentaje reciclable de un edificio	Total en Top 3	Madrid	Barcelona	Bilbao	Sevilla	Valencia	Resto de España
Menos del 20 %	24,3 %	23,6 %	11,7 %	29,3 %	20,7 %	33,9 %	24,7 %
Del 20 al 49 %	37,5 %	36,7 %	44,7 %	38,5 %	39,5 %	33,8 %	37 %
Más del 50 %	38,1 %	39,7 %	43,6 %	32,1 %	39,7 %	32,3 %	38,4 %
Media % reciclaje	38 %	38 %	43 %	33 %	40 %	35 %	37 %
Base	1025	130	67	60	80	79	610

ELEMENTOS MÁS ASOCIADOS A LA SOSTENIBILIDAD DE UNA CONSTRUCCIÓN

“ 1 de cada 3 personas considera los sistemas de aislamiento como la principal intervención sostenible en los edificios ”

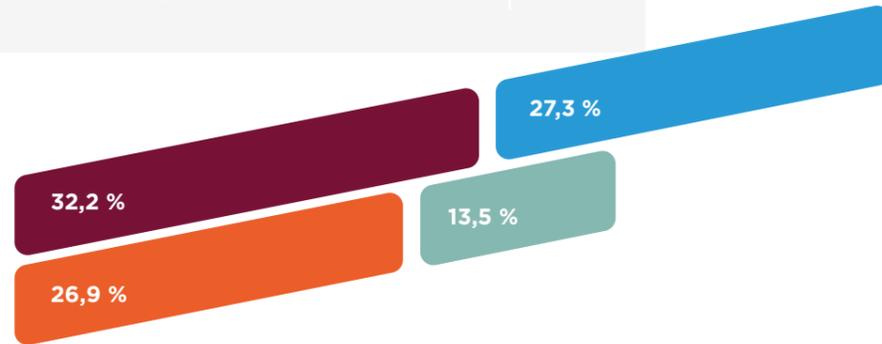
El uso de correctos sistemas de aislamiento sigue siendo el factor que más se asocia a la sostenibilidad de un edificio. 1 de cada 3 entrevistados lo considera como la principal intervención sostenible. En estos momentos, como ya vimos en apartados anteriores, **la sensibilidad hacia la reducción del consumo de energía en la población es alta**, tanto desde el

punto de vista del **ahorro** (importante ante una situación de teletrabajo que alarga las jornadas en la casa), como desde la necesidad de producir **un efecto menos nocivo** en el medio ambiente. Sin embargo, vemos también como el uso de energía limpia y de materiales sostenibles en la construcción se sitúan ya cerca del aislamiento en su importancia para reducir el impacto medioambiental de la construcción. La eficiencia de los electrodomésticos elegidos queda por detrás de estos aspectos más estructurales.

Elementos que más inciden en la sostenibilidad (mencionado en 1ª posición y dentro de los 3 primeros)

Elementos que inciden más en la sostenibilidad

Elementos que inciden más en la sostenibilidad	Total en Top 3
Uso de aislamiento o vidrios aislantes que reduzcan la necesidad de uso de energía	83,9 %
Uso de materiales sostenibles (materias primas sostenibles/recicladas, menor huella de carbono...)	82,3 %
Uso de energía limpia (fotovoltaica, solar térmica..)	80,3 %
Electrodomésticos más eficientes	53,5 %



Nuevamente, nos encontramos con una percepción social bastante homogénea a este respecto. Solamente la proximidad personal a la idea de sostenibilidad modifica ligeramente el orden de prioridades. **La población** que se declara **más comprometida con el medioambiente** va a dar también **más importancia** al uso de **materiales sostenibles** y al **uso de energía limpia**, frente a los segmentos que se muestran más distantes y menos activos en relación con la sostenibilidad.

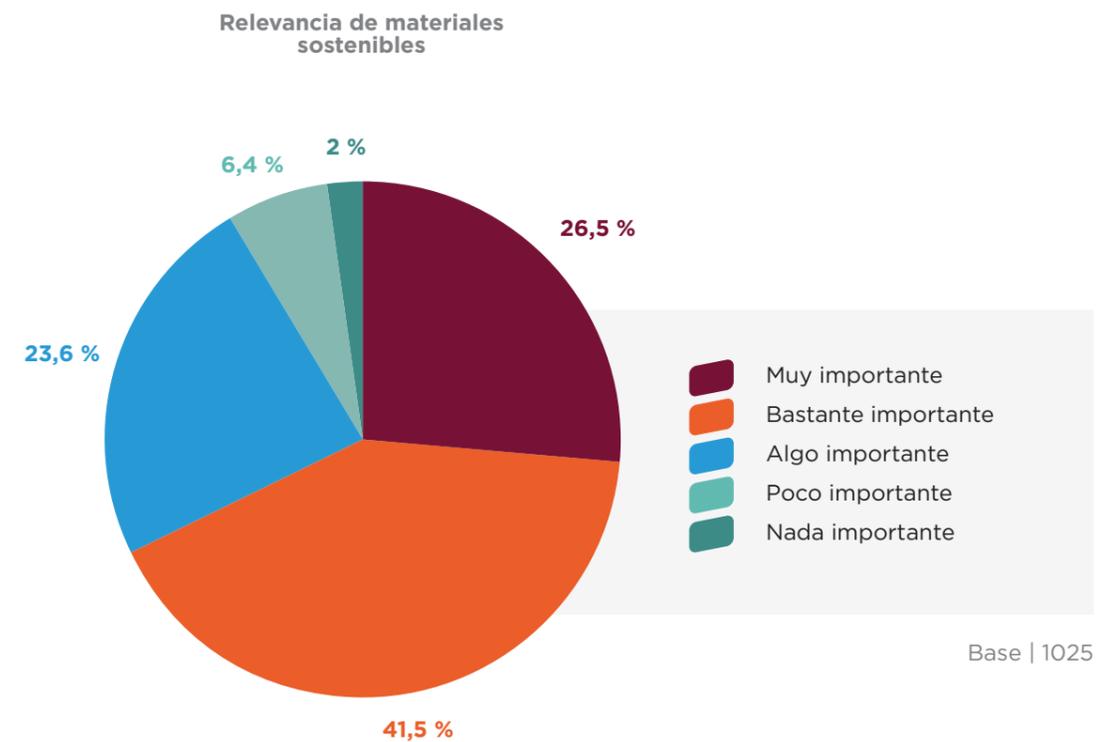
IMPORTANCIA DE LOS MATERIALES SOSTENIBLES

El uso de materiales sostenibles y/o más ecológicos está adquiriendo más relevancia en los procesos industriales y, en particular, en el sector de la construcción, como alternativa para reducir la explotación de recursos naturales y los residuos gracias a su reutilización. Por ello, **el Barómetro Saint-Gobain sobre los hogares 2024** ha querido poner foco la importancia que la población está concediendo en este momento al uso de estos materiales y su disposición a invertir a cambio de usar opciones más sostenibles.

“
El 68 % de la población afirma que sería muy o bastante importante el uso de materiales sostenibles ante la compra o reforma de la vivienda
”

El uso de materiales sostenibles tiene entre la población una relevancia declarada alta a la hora de comprar o reformar una vivienda. Un 68 % afirma que sería muy o bastante importante el uso de materiales sostenibles ante la compra o reforma de la vivienda.

Relevancia dada al uso de materiales sostenibles



La posición subjetiva ante la sostenibilidad es clave en esta valoración. En el colectivo de activos en sostenibilidad, **un 86 % opina que el uso de materiales sostenibles con menor huella de carbono..., es muy o bastante importante**, 20 puntos por encima de la media y claramente distanciado del resto de colectivos.

Relevancia dada al uso de materiales sostenibles según posición ante la sostenibilidad

Relevancia de materiales sostenibles	Total	sostenibilidad			
		Activos	Dispuestos	Concienciados	Objetores
Muy importante	26,5 %	40,8 %	13,8 %	15,3 %	1,4 %
Bastante importante	41,5 %	45 %	40,6 %	42,4 %	18,6 %
Algo importante	23,6 %	12,4 %	40,8 %	29,9 %	29,6 %
Poco importante	6,4 %	1,3 %	3,9 %	10,5 %	35 %
Nada importante	2 %	0,5 %	0,9 %	1,8 %	15,4 %
Muy+Bastante importante	68 %	85,8 %	54,4 %	57,8 %	20 %
Base	1025	508	226	212	80

Otra variable que enfatiza la relevancia de los materiales sostenibles es la proximidad ante una situación de reforma, bien porque ya se ha realizado o se tiene intención de llevarla a cabo próximamente. Y, especialmente, cuando se trata de intervenciones de mayor calado, que afectan a la vivienda particular y a las zonas comunes. **3 de cada 4 personas que se encuentran en esta situación declaran que el uso de materiales sostenibles ante una reforma o una compra sería muy o bastante importante para ellos.**

Relevancia dada al uso de materiales sostenibles según realización o intención de reforma

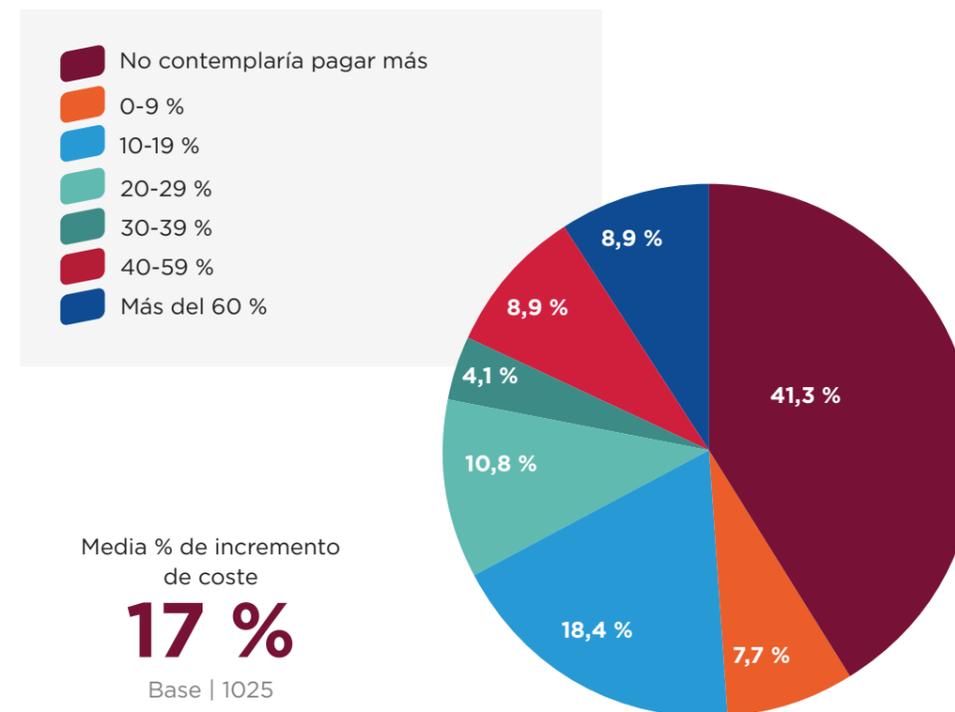
Relevancia de materiales sostenibles	Total	ha realizado reforma o tiene intención		
		Reformado ambas	Reforma vivienda	Reforma vivienda
Muy importante	26,5 %	32,9 %	29,2 %	30 %
Bastante importante	41,5 %	42,3 %	43,1 %	40,4 %
Algo importante	23,6 %	18,4 %	20,2 %	21,5 %
Poco importante	6,4 %	5,6 %	5,3 %	6,9 %
Nada importante	2 %	0,8 %	2,2 %	1,3 %
Muy+Bastante importante	68 %	75,2 %	72,3 %	70,4 %
Base	1025	508	226	212

¿En qué medida está importancia declarada se corresponde con la intención de invertir más en materiales sostenibles? En el cuadro siguiente podemos ver como 4 de cada 10 entrevistados no estarían dispuestos a pagar un sobre coste por el uso de materiales sostenibles, pero más de la mitad de la muestra sí asegura poder asumir un coste adicional.

“ Más de la mitad de la población está dispuesta a pagar un sobre coste por el uso de materiales sostenibles ”

El incremento medio del coste que podría asumirse por el uso de materiales sostenibles se sitúa en el 17 %. Un cuarto aproximadamente de los entrevistados se queda por debajo del 20 % de incremento en el precio, mientras que casi un 15 % dice poder plantearse hasta un 40 %.

Disposición a pagar por materiales sostenibles



La disposición declarada a pagar un incremento de coste por el uso de materiales sostenibles disminuye en la medida en que aumenta la edad. Más de la mitad de los mayores de 60 años no estarían dispuestos a pagar nada, contrastando con los menores de 45 años donde más del 60 % asumiría un pago extra a cambio de la sostenibilidad del material. Igualmente, el importe de inversión asumible es menor en los colectivos mas mayores, especialmente en los llamados boomers, cuyo incremento medio aceptado se sitúa por debajo del 10 %. **De las dos generaciones más activas en la compra o reforma de viviendas, quienes se sitúan entre 45 y 49 años podrían aceptar un aumento medio del precio cercano al 15 %**, que se eleva hasta el 20 % entre los que tienen entre 30 y 44 años. La Generación Z es la más favorable a una inversión extra, aunque también la menos implicada realmente en la compra o reforma de una vivienda en estos momentos.

Disposición a pagar por materiales sostenibles según edad/generación

Disposición a pagar por materiales sostenibles	sostenibilidad				
	Total	Activos	Dispuestos	Concienciados	Objetores
No contemplaría pagar más	41,3 %	26,4 %	52,5 %	49,6 %	81,9 %
0-9 %	7,7 %	8 %	7,4 %	7,7 %	6,1 %
10-19 %	18,4 %	21,5 %	16,4 %	17,6 %	6,8 %
20-29 %	10,8 %	14,1 %	6,8 %	10,2 %	2,7 %
30-39 %	4,1 %	5,5 %	3,8 %	2,3 %	0 %
40-59 %	8,9 %	11,3 %	8,3 %	6,5 %	2,5 %
Más del 60 %	8,9 %	13,1 %	4,8 %	6,1 %	0 %
Media % de incremento de coste	17 %	23 %	13 %	13 %	3 %
Base	1025	508	226	212	80

Veíamos que la posición personal ante la sostenibilidad determinaba la relevancia que se atribuía a los materiales sostenibles estableciendo una diferencia clara entre el colectivo que se declara más activo en temas sostenibles y el resto. Esta diferencia se ensancha aún más cuando esta relevancia se materializa en términos de inversión. **3 de cada 4 personas que se declaran activamente comprometidas con la sostenibilidad son receptivas a un aumento del coste que pueda beneficiarle, y lo sitúan por encima del 20 %.** En colectivos menos activos solo la mitad podría aceptar un sobrecoste, que fluctúa en torno al 10-15 %.

Disposición a pagar por materiales sostenibles según posición ante la sostenibilidad

Disposición a pagar por materiales sostenibles	sostenibilidad				
	Total	Activos	Dispuestos	Concienciados	Objetores
No contemplaría pagar más	41,3 %	26,4 %	52,5 %	49,6 %	81,9 %
0-9 %	7,7 %	8 %	7,4 %	7,7 %	6,1 %
10-19 %	18,4 %	21,5 %	16,4 %	17,6 %	6,8 %
20-29 %	10,8 %	14,1 %	6,8 %	10,2 %	2,7 %
30-39 %	4,1 %	5,5 %	3,8 %	2,3 %	0 %
40-59 %	8,9 %	11,3 %	8,3 %	6,5 %	2,5 %
Más del 60 %	8,9 %	13,1 %	4,8 %	6,1 %	0 %
Media % de incremento de coste	17 %	23 %	13 %	13 %	3 %
Base	1025	508	226	212	80

También en línea con la importancia que concedían al uso de materiales sostenibles, quienes han pasado recientemente o tienen en mente en este momento acometer una reforma de envergadura se declaran también más dispuestos a asumir un incremento en el gasto, y en un porcentaje algo mayor que la media, por ellos.

Disposición a pagar por materiales sostenibles según realización o intención de reforma

Disposición a pagar por materiales sostenibles	ha realizado reforma o tiene intención			
	Total	Reformado ambas	Reforma vivienda	Reforma zonas comunes
No contemplaría pagar más	41,3 %	27,5 %	34,7 %	33,1 %
0-9 %	7,7 %	7,4 %	8,3 %	6,9 %
10-19 %	18,4 %	20,5 %	20 %	18,7 %
20-29 %	10,8 %	13,9 %	12,6 %	12,4 %
30-39 %	4,1 %	5,6 %	4,8 %	5,2 %
40-59 %	8,9 %	12,5 %	9,7 %	12,2 %
Más del 60 %	8,9 %	12,7 %	9,9 %	11,4 %
Media % de incremento de coste	17 %	23 %	19 %	21 %
Base	1025	508	226	212



05.

LA EFICIENCIA
ENERGÉTICA DE LAS
VIVIENDAS

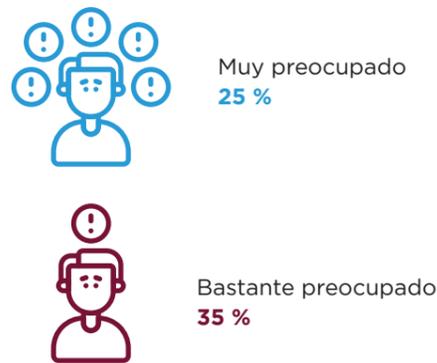
LA EFICIENCIA ENERGÉTICA DE LAS VIVIENDAS

La eficiencia energética constituye una preocupación cada vez más presente en la población cuando se piensa en una vivienda actual o futura. Esto, además, está presente en los medios de comunicación y en las medidas adoptadas por las administraciones públicas. Existen varios puntos de vista, desde la regulación como desde la promoción de la adopción de medidas tendentes a incrementar esta eficiencia energética.

“ 1 de cada 4 personas se declara muy preocupadas por la eficiencia energética de la vivienda ”

La información aportada por el Barómetro Saint-Gobain para los hogares ratifica esta relevancia que ha alcanzado **la eficiencia energética** entre la población. Haciendo un breve resumen de algunos datos que han ido apareciendo en capítulos anteriores, la eficiencia energética es la segunda preocupación sobre la vivienda más citada, solo por debajo **del precio**, y junto a otro aspecto que se asimila también al ahorro energético y **el aislamiento térmico**. 1 de cada 4 personas se declara muy preocupadas por la eficiencia energética de la vivienda.

Principales preocupaciones sobre la vivienda	Total
Precio de la vivienda (alquiler, compra, hipoteca...)	67 %
Eficiencia energética	60 %
Aislamiento térmico	53 %
Aislamiento acústico	48 %
Tener más luz/luminosidad	46 %
Espacio/tamaño	44 %
Necesito/me gustaría hacer una reforma	38 %
Tener vistas	37 %
Base	1025



Los más preocupados por la eficiencia energética

30-44 AÑOS
Millennials
66 %
Base 335

Posición activa en sostenibilidad
77 %
Base 508

Mujeres
64 %
Base 513

Esta preocupación por la eficiencia energética está algo **más extendida en el colectivo de 30 a 44 años**, quienes tienen **una posición más activa respecto de la sostenibilidad**, y en **las mujeres algo más que en los hombres** (aunque la diferencia desaparece cuando hablamos de la posibilidad efectiva de reformar o de comprar una vivienda).

“ La eficiencia energética es el tercer motivo para acometer una reforma ”

La eficiencia energética es el tercer motivo para acometer una reforma, así lo mencionan aquellas personas que han hecho o tienen intención de reformar su hogar. Una vez que situamos la eficiencia energética en un terreno más pragmático, vinculado a una modificación real, vamos a ver cómo es un motivo con más peso entre los de 45 a 59 años (probablemente con mayor poder adquisitivo para afrontar estas mejoras), en las

viviendas unifamiliares, y entre quienes teletrabajan (como consecuencia, han podido ver incrementado el consumo energético de sus hogares y ser más conscientes de sus limitaciones).

Motivos reforma vivienda	Total
La estética (pintar paredes, cambiar muebles, incluir cuadros...)	58,7 %
Comodidad y ergonomía (poner plato de ducha, cambiar muebles de la cocina...)	49,1 %
La eficiencia energética	40,2 %
El aislamiento térmico (sensación de calor o frío)	36,5 %
La distribución de los espacios y la versatilidad del hogar	28,9 %
Eliminación o prevención de humedades y condensaciones interiores	27,2 %
El aislamiento acústico (minimizar/eliminar ruidos)	26,5 %
La luminosidad en el interior de la vivienda	20,8 %
Otros elementos	3 %
Base	1025

La eficiencia energética es un motivo más relevante para afrontar una reforma entre...

45-59 AÑOS
Generación X
49 %
Base 196

Vivienda unifamiliar
47 %
Base 160

Teletrabajo
45 %
Base 222

¿Y ante la compra de una nueva vivienda? Hay bastante unanimidad a la hora de considerar la eficiencia energética como un criterio muy o bastante importante en la elección. En el cuadro inferior podemos ver como dos factores asociados a una casa más eficiente, como **la reducción del gasto en los suministros y el aislamiento térmico** serían muy importantes en su decisión de compra para, aproximadamente, 1 de cada 2 personas entrevistadas. Un 42 % consideran muy importante que la vivienda disponga de una buena calificación de eficiencia energética.

Principales criterios en la compra de una nueva vivienda



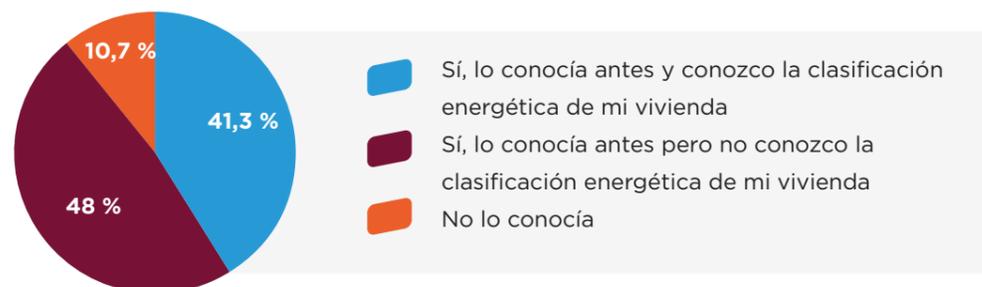
CONOCIMIENTO DE LA CALIFICACIÓN ENERGÉTICA DE LAS VIVIENDAS

El Barómetro Saint-Gobain 2021 mostró ya como un porcentaje muy amplio de la población conocía la existencia de una calificación energética para la vivienda. Los datos en la nueva edición muestran un resultado similar.

En este caso se facilitó también a los entrevistados una definición de "Calificación energética de la vivienda", como se muestra abajo.

¿Conocemos la existencia de la calificación energética de las viviendas?

La calificación energética de una vivienda es 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.



9 de cada 10 personas la conocía antes de leer la descripción y solo 1 de cada 10 dice no conocerla. Pese este amplio conocimiento general, casi la mitad de los entrevistados desconoce la calificación energética que correspondería a su hogar.

“ Los más jóvenes declaran un amplio conocimiento de la clasificación energética de su vivienda ”

En todos los grupos de edad/generación el nivel de conocimiento es alto, aunque lo es más entre los Millennials (93 % de conocedores). Los más jóvenes van a declarar mayor conocimiento de la clasificación energética de su vivienda, mientras que más del 60 % de los que se encuentran entre 45 y 49 años, y en torno al 80 % de los mayores de 60 años no conocen este dato respecto de su hogar.

Conocimiento calificación energética	Total	18-29 Generación Z	30-44 Millennials	45-59 Generación X	60-70 Boomers
Sí, lo conocía antes y conozco la clasificación energética de mi vivienda	41,3 %	53,3 %	46,8 %	38,6 %	21 %
Sí, lo conocía antes pero no conozco la clasificación energética de mi vivienda	48 %	34,9 %	46,4 %	52,3 %	58,2 %
No lo conocía	10,7 %	11,8 %	6,8 %	9,1 %	20,8 %
Base	1025	196	335	333	162

Los hombres parecen algo más conocedores de la clasificación energética de su hogar que las mujeres.



Conocimiento calificación energética	Total	Hombre	Mujer
Sí, lo conocía antes y conozco la clasificación energética de mi vivienda	41,3 %	44,6 %	38 %
Sí, lo conocía antes pero no conozco la clasificación energética de mi vivienda	48 %	44,1 %	51,9 %
No lo conocía	10,7 %	11,3 %	10,1 %

El conocimiento de la calificación energética de las viviendas es alto sea cual sea la posición de los entrevistados hacia la sostenibilidad, situándose entre el 86 % y el 90 % en todos los casos. La diferencia aparece respecto de la información sobre la calificación energética de su propio hogar, significativamente mayor en el caso de las personas con un comportamiento sostenible más activo.

Conocimiento calificación energética	Total	sostenibilidad			
		Activos	Dispuestos	Concienciados	Objetores
Sí, lo conocía antes y conozco la clasificación energética de mi vivienda	41,3 %	49,6 %	34,7 %	34,2 %	26,5 %
Sí, lo conocía antes pero no conozco la clasificación energética de mi vivienda	48 %	40,6 %	52,5 %	56,4 %	59,6 %
No lo conocía	10,7 %	9,8 %	12,7 %	9,4 %	14 %
Base	1025	508	226	212	80

Entre las viviendas más antiguas es mayor el desconocimiento de la clasificación energética de su propia vivienda, mientras que más de la mitad de los residentes en viviendas construidas a partir del 2007 sí son conocedores de este dato.

Conocimiento calificación energética	Total	antigüedad de la vivienda		
		<1979	1980-2006	>2007
Sí, lo conocía antes y conozco la clasificación energética de mi vivienda	41,3 %	49,6 %	34,7 %	34,2 %
Sí, lo conocía antes pero no conozco la clasificación energética de mi vivienda	48 %	40,6 %	52,5 %	56,4 %
No lo conocía	10,7 %	9,8 %	12,7 %	9,4 %
Base	1025	508	226	212

No encontramos grandes diferencias en el nivel de conocimiento entre los núcleos de población analizados. Tan solo una menor propensión a conocer la categoría en la que se clasifica su vivienda en Bilbao.

Conocimiento calificación energética	Total	Madrid	Barcelona	Bilbao	Sevilla	Valencia	Resto de España
Sí, lo conocía antes y conozco la clasificación energética de mi vivienda	41,3 %	45,1 %	41,9 %	29,2 %	42,1 %	40 %	41,7 %
Sí, lo conocía antes pero no conozco la clasificación energética de mi vivienda	48 %	46,3 %	47,5 %	64,2 %	48,8 %	47 %	46,8 %
No lo conocía	10,7 %	8,6 %	10,6 %	6,6 %	9,1 %	13 %	11,5 %
Base	1025	130	67	60	80	79	610

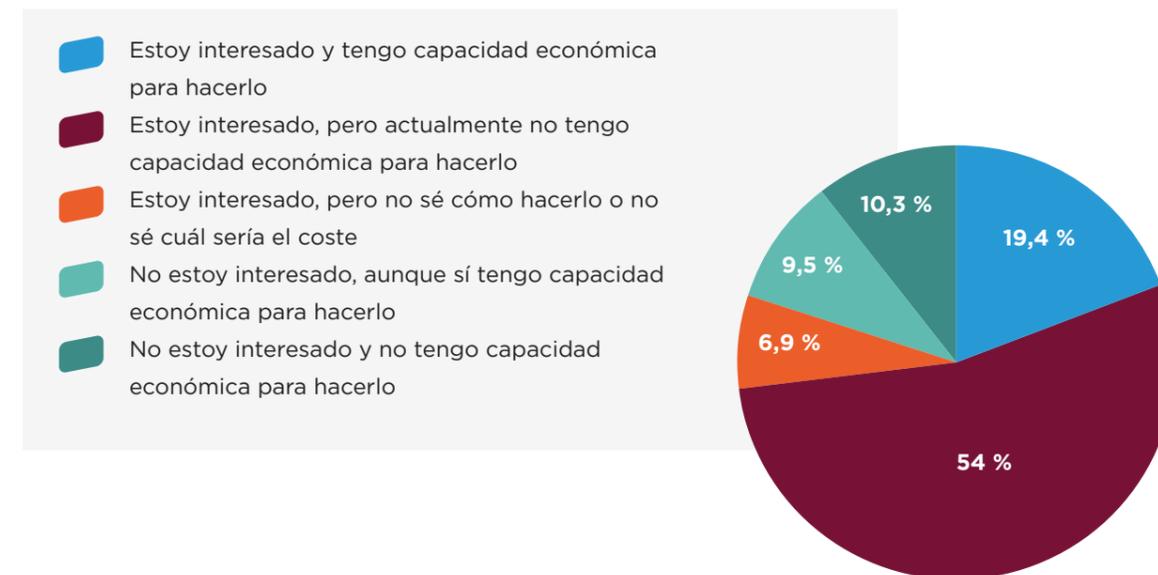
INTERÉS POR INVERTIR EN LA MEJORA DE LA EFICIENCIA ENERGÉTICA

El **Barómetro Saint-Gobain de los Hogares 2024** indaga además en el interés concreto por invertir en una mejora de la eficiencia energética. Para que el término fuera comprendido de igual manera por todos los entrevistados, incluimos una definición que puede leerse más abajo, junto con la formulación de la pregunta.

¿Existe interés por invertir en la eficiencia energética de la vivienda?

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 línea con lo que hemos visto hasta ahora, **8 de cada 10 personas declaran estar interesadas en la mejora de la eficiencia energética de su vivienda**. Sin embargo, la capacidad económica para afrontar estas mejoras es un hándicap en un 54 % de los casos. Estas cifras son también similares a las recogidas en el Barómetro de los Hogares 2021.



No hemos encontrado grandes diferencias por grupo de edad. Aunque en un primer momento la preocupación teórica puede ser mayor entre los más jóvenes, las cifras se acercan cuando hablamos de una inversión real. Aunque el porcentaje total de interesados es muy similar en hombres y mujeres, hay más mujeres que dudan de su capacidad económica para afrontar las mejoras.



Interés por invertir en mejora eficiencia energética

	Total	Hombre	Mujer
Estoy interesado y tengo capacidad económica para hacerlo	19,4 %	25,2 %	13,5 %
Estoy interesado, pero actualmente no tengo capacidad económica para hacerlo	54 %	47,5 %	60,4 %
Estoy interesado, pero no sé cómo hacerlo o no sé cuál sería el coste	6,9 %	12,2 %	6,7 %
No estoy interesado, aunque sí tengo capacidad económica para hacerlo	9,5 %	7,4 %	13,1 %
No estoy interesado y no tengo capacidad económica para hacerlo	10,3 %	7,7 %	6,2 %

Base 1025 512 513

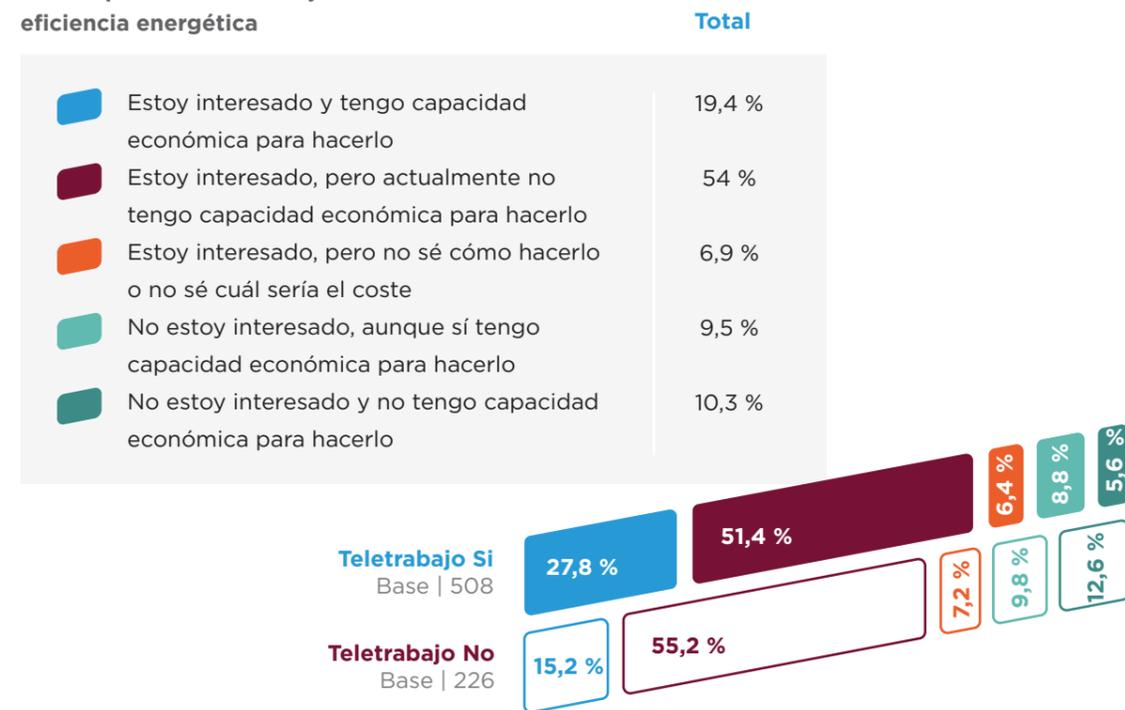
La población que se declara más comprometida con la sostenibilidad se muestra aún más decidida a invertir en la mejora de la eficiencia energética de su vivienda (casi un 90 %), y es el colectivo que más considera que tiene capacidad para hacerlo (27 %). El desinterés por invertir aumenta en los 2 colectivos menos próximos a la sostenibilidad, especialmente en quienes están menos convencidos y han hecho menos cambios en su comportamiento (41 % de casos en los que no están interesados).

Interés por invertir en mejora eficiencia energética	Total	sostenibilidad			
		Activos	Dispuestos	Concienciados	Objetores
Estoy interesado y tengo capacidad económica para hacerlo	19,4 %	27,4 %	8,6 %	15 %	10 %
Estoy interesado, pero actualmente no tengo capacidad económica para hacerlo	54 %	57 %	53,3 %	54,3 %	35,9 %
Estoy interesado, pero no sé cómo hacerlo o no sé cuál sería el coste	6,9 %	4,5 %	8,8 %	8,6 %	12,8 %
No estoy interesado, aunque sí tengo capacidad económica para hacerlo	9,5 %	6,4 %	11 %	11,7 %	18,4 %
No estoy interesado y no tengo capacidad económica para hacerlo	10,3 %	4,6 %	18,2 %	10,5 %	23 %

Base 1025 508 226 212 80

La situación de teletrabajo también parece favorecer el interés por la inversión en eficiencia energética y la percepción de una mayor capacidad económica para hacerlo.

Interés por invertir en mejora eficiencia energética



Considerando los núcleos de población analizados, el porcentaje total de interesados en conseguir una mejor eficiencia energética de su vivienda es similar en todos los casos, destacando ligeramente **Sevilla y Bilbao**. Sin embargo, es en Madrid donde hay un porcentaje mayor de interesados que consideran que disponen de capacidad suficiente. En Sevilla y Barcelona, sin embargo, más del 60 % de los entrevistados invertirían, pero no creen tener posibilidades económicas para ello.

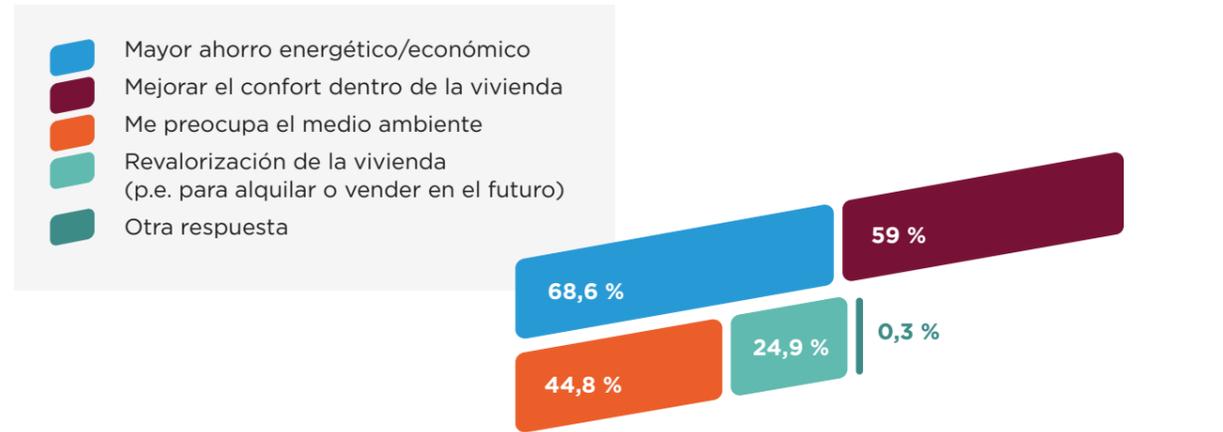
Interés por invertir en mejora eficiencia energética	Total	Madrid	Barcelona	Bilbao	Sevilla	Valencia	Resto de España
Estoy interesado y tengo capacidad económica para hacerlo	19,4 %	24,4 %	15,6 %	21,5 %	17,9 %	18,3 %	18,8 %
Estoy interesado, pero actualmente no tengo capacidad económica para hacerlo	54 %	50,6 %	60,6 %	51,8 %	61,6 %	56,9 %	52,8 %
Estoy interesado, pero no sé cómo hacerlo o no sé cuál sería el coste	6,9 %	4,7 %	5,4 %	10,9 %	6,4 %	6,6 %	7,3 %
No estoy interesado, aunque sí tengo capacidad económica para hacerlo	9,5 %	11,7 %	9,3 %	13,3 %	6,4 %	13 %	8,6 %
No estoy interesado y no tengo capacidad económica para hacerlo	10,3 %	8,7 %	9,1 %	2,6 %	7,7 %	5,2 %	12,4 %

Base 1025 130 67 60 80 79 610

¿Qué motivos principales hay detrás del interés por invertir en mejorar la eficiencia energética de tu hogar?

El ahorro económico es el principal motivo para mejorar la eficiencia energética del hogar. Lo sigue la **mejora del confort de la vivienda**, con un 60 % de menciones. Ambos tienen que ver con el disfrute/beneficio personal asociado a la vivienda. Un factor más global, como **la preocupación por el medio ambiente**, ocupa en tercer lugar, con un 45 % de entrevistados que lo señalan como uno de sus motivos. Solo 1 de cada 4 va a pensar en la revalorización posterior de su vivienda como motivo para acometer mejoras. Si observamos de forma separada al colectivo de propietarios de su vivienda, este porcentaje mejora ligeramente.

¿Cuáles son los motivos que conducen a mejorar la eficiencia energética del hogar?



Por edades/generaciones, los más mayores tienden a mencionar más una combinación de motivos y, por tanto, van a mostrar porcentajes más altos en todos los ítems. Con un mayor protagonismo del beneficio de **ahorro económico**, que selecciona más del 75 % de los entrevistados mayores de 45 años. En el colectivo 45-59 es especialmente sensible al argumento del **confort**. Más de la mitad de los mayores de 60 incluyen también **la preocupación por el medio ambiente** como parte de los motivos para invertir en eficiencia energética. No hay diferencias respecto del interés por la revalorización de la vivienda.

Motivos para invertir en mejora eficiencia energética	Total	18-29 Generación Z	30-44 Millennials	45-59 Generación X	60-70 Boomers
Mayor ahorro energético/económico	68,6 %	51,3 %	68,4 %	75,3 %	77,6 %
Mejorar el confort dentro de la vivienda	59 %	47,4 %	52,9 %	69,2 %	65,6 %
Me preocupa el medio ambiente	44,8 %	43,8 %	41,7 %	42,5 %	58,6 %
Revalorización de la vivienda (p.e. para alquilar o vender en el futuro)	24,9 %	24,7 %	25,4 %	24,5 %	24,5 %
Base: interesados en invertir	752	196	335	333	162

La posición ante la sostenibilidad afecta lógicamente al peso de la preocupación por el medio ambiente como motivo para realizar un gasto para ganar en eficiencia energética. Aunque en el perfil activo el ahorro energético/económico se mantienen como el ítem más mencionado, **más de la mitad de los perfiles activos señala la preocupación por el medio ambiente como motivo principal para invertir en una mejora de eficiencia energética.** Es importante tener en cuenta que estamos hablando de un perfil cada vez más mayoritario en nuestra sociedad, no solo en las generaciones más jóvenes. Tanto la sensibilidad hacia los problemas medioambientales como la realización de acciones en nuestro día a día orientadas a reducir el impacto de nuestro consumo están cada vez más generalizadas, a la vez que se reduce el colectivo más alejado de estas prácticas.

Motivos para invertir en mejora eficiencia energética	Total	sostenibilidad			
		Activos	Dispuestos	Concienciados	Objetores
Mayor ahorro energético/económico	68,6 %	65 %	67,1 %	75 %	91,5 %
Mejorar el confort dentro de la vivienda	59 %	58,2 %	55,3 %	60,9 %	75,7 %
Me preocupa el medio ambiente	44,8 %	55,7 %	33,4 %	33,5 %	5,4 %
Revalorización de la vivienda (p.e. para alquilar o vender en el futuro)	24,9 %	25,4 %	20,4 %	27,2 %	26,2 %
Base: interesados en invertir	752	508	226	212	80

Si observamos los datos de los principales núcleos urbanos, el ahorro sigue siendo un motivo principal, pero se menciona más en **Bilbao** (80 %) y **Barcelona** (76 %). En Madrid y Sevilla parecen más sensibles al argumento del confort de su vivienda (66 y 68 % respectivamente lo han seleccionado). **Barcelona** destaca ligeramente en la preocupación por el medio ambiente. Los núcleos urbanos valoran algo más la revalorización de la vivienda como elemento que puede mover a aumentar su eficiencia energética, especialmente Madrid, Sevilla y Valencia.

Motivos para invertir en mejora eficiencia energética	Total	Madrid	Barcelona	Bilbao	Sevilla	Valencia	Resto de España
Mayor ahorro energético/económico	68,6 %	72,1 %	76,1 %	80,1 %	64,4 %	69,1 %	66,4 %
Mejorar el confort dentro de la vivienda	59 %	65,8 %	58,9 %	52,7 %	67,7 %	58,8 %	57 %
Me preocupa el medio ambiente	44,8 %	41,7 %	57 %	40,1 %	48,1 %	41,7 %	44,4 %
Revalorización de la vivienda (p.e. para alquilar o vender en el futuro)	24,9 %	32,3 %	27,8 %	25,4 %	32,2 %	31,1 %	20,9 %
Base: interesados en invertir	752	130	67	60	80	79	610

LAS AYUDAS PARA LA MEJORA DE LA EFICIENCIA ENERGÉTICA

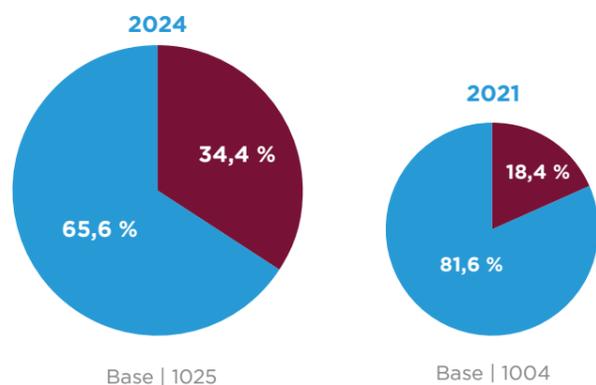
En un contexto en el que más de la mitad de los entrevistados se declaran interesados en invertir en la mejora de la eficiencia energética de su hogar, pero objetan la falta de capacidad económica para hacerlo, las subvenciones y ayudas públicas juegan un papel muy relevante como motivador. Por ello, el **Barómetro Saint-Gobain sobre los Hogares 2024** va a poner foco justamente en el conocimiento de las ayudas económicas orientadas a mejorar la eficiencia energética de la vivienda, del canal de acceso a estas ayudas y la solicitud efectiva de alguna de ellas.

A modo de resumen, podemos decir que **solo un tercio está informado de la existencia de ayudas para mejorar la eficiencia energética**. Quienes conocen estas ayudas suelen saber cómo solicitarlas. Las ayudas más conocidas y solicitadas son las de las CCAA. Solo el 13 % de la población ha solicitado alguna ayuda o subvención para la rehabilitación energética. Veamos los datos en detalle.

¿Existe conocimiento sobre algún tipo de ayuda económica o subvención para mejorar la eficiencia energética de la vivienda?

El 34 % de los entrevistados declaran conocer la existencia de ayudas o subvenciones orientadas a la optimización energética de su vivienda. Este dato es mejor que el que recogimos en 2021, situándose 16 punto por encima. En estos años se han incrementado las comunicaciones de las instituciones públicas y de las propias empresas que se han ofertado como canal facilitador de las subvenciones, y esto parece haber mejorado el nivel de conocimiento de la población.

Conocimiento ayudas para mejora eficiencia energética



Si aislamos, además, la muestra de propietarios, más directamente beneficiados por estas ayudas y subvenciones, vemos como el porcentaje de conocedores se eleva un poco más, hasta un 37 %.

Conocimiento ayudas para mejora eficiencia energética



Propiedad

Si: **37,3 %**
No: **62,7 %**
Base | 757



Alquiler

Si: **26,1 %**
No: **73,9 %**
Base | 268

No obstante, los datos muestran también que hay aún recorrido para ampliar este conocimiento, pues aún **2 de cada 3 individuos dicen no conocer estas ayudas o subvenciones orientadas a conseguir una vivienda más eficiente**.

El nivel de conocimiento es similar en todos los grupos de edad, solo algo inferior entre los mayores de 60 años. Asimismo, no encontramos diferencias significativas entre hombres y mujeres.

Conocimiento ayudas para mejora eficiencia energética	2024	18-29 Generación Z	30-44 Millennials	45-59 Generación X	60-70 Boomers
Sí	34,4 %	37,7 %	36 %	33,9 %	28 %
No	65,6 %	62,3 %	64 %	66,1 %	72 %
Base	1025	196	335	333	162

Quienes tienen una posición más activa ante la sostenibilidad, se muestran también más informados de las ayudas existentes. **Más de la mitad de este perfil está más sensibilizado e incorpora más prácticas orientadas a reducir su impacto en el medio ambiente.** Por este motivo, se tendería a pensar que es más proclive a invertir en mejoras de este tipo, pero, sin embargo, afirma no conocer esta posibilidad de soporte económico.

Motivos para invertir en mejora eficiencia energética	Total	sostenibilidad			
		Activos	Dispuestos	Concienciados	Objetores
Sí	34,4 %	41,5 %	30,3 %	27,7 %	18,7 %
No	65,6 %	58,5 %	69,7 %	72,3 %	81,3 %
Base	1025	508	226	212	80

Por tipo de vivienda, el nivel de conocimiento de las ayudas para la eficiencia energética es casi 10 puntos más alto en los residentes en viviendas unifamiliares (veremos más adelante que también será superior su predisposición a solicitar una subvención).

Conocimiento ayudas para mejora eficiencia energética



Piso
Si: **32,4 %**
No: **67,6 %**
Base | 778



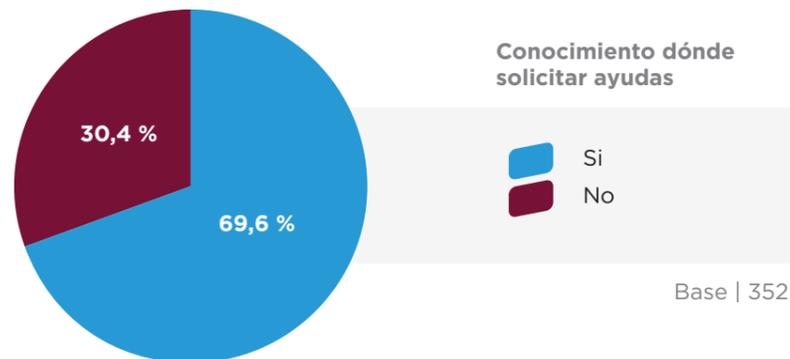
Unifamiliar
Si: **41,6 %**
No: **58,4 %**
Base | 233

Diferenciando la población de los núcleos urbanos de mayor volumen, nuevamente el porcentaje de conocedores que obtenemos es bastante uniforme, ligeramente por debajo del resto en Barcelona y Valencia.

Motivos para invertir en la mejora de la eficiencia energética	Total	Madrid	Barcelona	Bilbao	Sevilla	Valencia	Resto de España
Sí	34,4 %	34,3 %	28,8 %	30,7 %	42,1 %	28,5 %	35,1 %
No	65,6 %	65,7 %	71,2 %	69,3 %	57,9 %	71,5 %	64,9 %
Base	1025	130	67	60	80	79	610

Pero, más allá del conocimiento general de la existencia de ayudas, ¿creen que sabrían dónde acudir para solicitarlas? **Un 70 % de las personas que conocen las ayudas para la mejora de la eficiencia energética de su vivienda afirman estar al tanto también de dónde dirigirse para solicitarlas.**

En caso de querer solicitar estas ayudas/subvenciones, ¿Se conoce dónde poder solicitarlas?



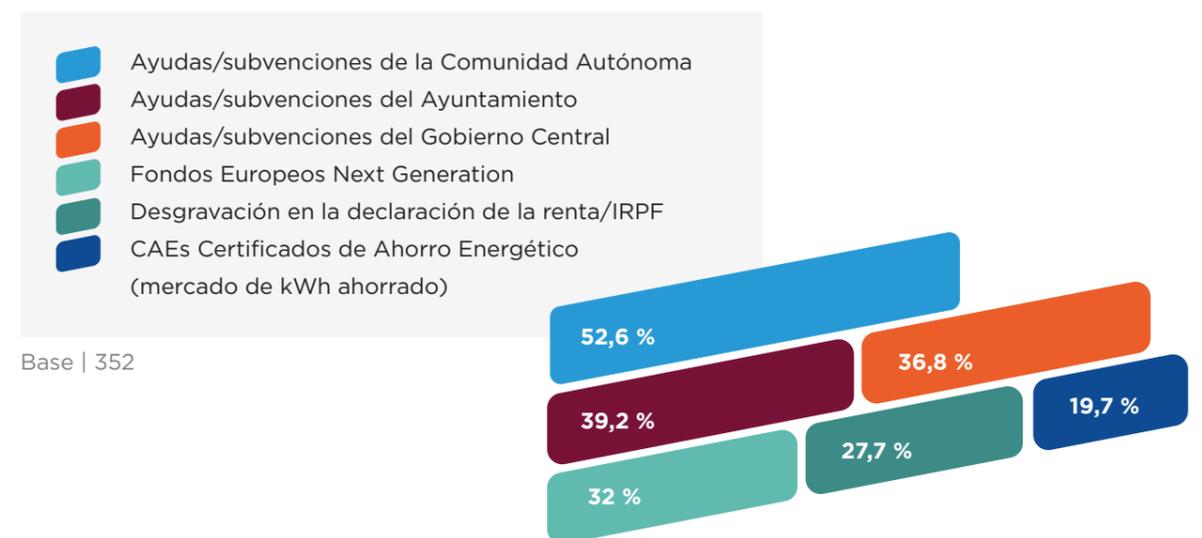
Como vimos respecto de la existencia de ayudas o subvenciones, todos los grupos de edad van a mantener una pauta similar en relación con la información de que disponen sobre los cauces para solicitarlas. También en este caso los más activos en términos de sostenibilidad van a tener mejor conocimiento de las instancias a las que acudir.

Conocimiento dónde solicitar ayudas	Total	18-29 Generación Z	30-44 Millennials	45-59 Generación X	60-70 Boomers
Sí	69,6 %	77,9 %	67,9 %	65,9 %	70 %
No	30,4 %	22,1 %	32,1 %	34,1 %	30 %
Base	352	74	122	112	44

Conocimiento dónde solicitar ayudas	Total	Sostenibilidad			
		Activos	Dispuestos	Concienciados	Objetores
Sí	69,6 %	74,2 %	66,9 %	52,4 %	-
No	30,4 %	25,8 %	33,1 %	47,6 %	-
Base	352	211	67	59	15

Hasta el momento hemos hablado de las ayudas o subvenciones como un todo, sin tener en cuenta qué instancia las ofrece. Recordemos que un 34,4 % de la población sabe de la existencia de ayudas para mejorar la eficiencia energética de su vivienda. Si consideramos ahora qué tipo de ayudas conoce en función de su procedencia observamos que, en términos generales, las más mencionadas son las que ofrecen Comunidades Autónomas (53 %). Les siguen las subvenciones municipales (39 %) y las que se ofrecen desde los Ministerios (37 %). **3 de cada 10, aproximadamente van a conocer los Fondos Europeos Next Generation y las desgravaciones en el IRPF. El Certificado de Ahorro Energético (CAE's) es lo menos conocido con un 20 % de menciones.**

¿Qué ayudas/subvenciones para la rehabilitación energética se conocen o se han escuchado mención sobre ellas?



Por edad/generación, son los que se encuentran entre los 45-59 años quienes más van a referirse a los Fondos Europeos Next Generation y las subvenciones de las Comunidades Autónomas.

Motivos para invertir en mejora eficiencia energética	Total	18-29 Generación Z	30-44 Millennials	45-59 Generación X	60-70 Boomers
Fondos Europeos Next Generation	32 %	15,7 %	22,5 %	51,8 %	34 %
Ayudas/subvenciones del Ayuntamiento	39,2 %	35,2 %	36,9 %	43,5 %	41,1 %
Ayudas/subvenciones de la Comunidad Autónoma	52,6 %	32,8 %	49,1 %	64,6 %	64,1 %
Desgravación en la declaración de la renta/IRPF	27,7 %	27,1 %	32,9 %	22,5 %	27,8 %
Ayudas/subvenciones del Gobierno Central	36,8 %	32,6 %	33,4 %	38,6 %	48,1 %
CAEs Certificados de Ahorro Energético (mercado de kWh ahorrado)	19,7 %	24,4 %	17,6 %	17,6 %	22,7 %
Base	352	74	122	112	44

Para analizar la situación en los principales núcleos urbanos hemos de volver a contar con la muestra global de entrevistados (solo con los conocedores de las ayudas no tendríamos muestra suficiente para garantizar su fiabilidad). Podemos ver, sin embargo, algunas tendencias: **en Madrid** son algo más conocidos **los Fondos Next Generation y las subvenciones de la Comunidad Autónoma. En Bilbao y Barcelona** se conocen **por encima de la media las subvenciones municipales**, y menos aquellas que proceden del Gobierno Central. En Sevilla se mencionan menos las subvenciones procedentes del Ayuntamiento.

Motivos para invertir en mejora eficiencia energética	Total	Madrid	Barcelona	Bilbao	Sevilla	Valencia	Resto de España
Fondos Europeos Next Generation	23,1 %	32,1 %	27,8 %	29,3 %	21,9 %	19,6 %	20,6 %
Ayudas/subvenciones del Ayuntamiento	36,8 %	39,1 %	42,2 %	45,3 %	27 %	36,4 %	36,2 %
Ayudas/subvenciones de la Comunidad Autónoma	41,1 %	49,5 %	30,2 %	42,7 %	45 %	33,8 %	40,8 %
Desgravación en la declaración de la renta/IRPF	23,9 %	24,2 %	17,2 %	24 %	24,3 %	18,1 %	25,2 %
Ayudas/subvenciones del Gobierno Central	29,3 %	26,6 %	21,1 %	22,8 %	29,4 %	29,8 %	31,3 %
CAEs Certificados de Ahorro Energético (mercado de kWh ahorrado)	12,1 %	15,6 %	17,2 %	13,4 %	18 %	9,1 %	10,4 %
Otras	4,8 %	1,6 %	5,3 %	2,7 %	5 %	6,5 %	5,4 %
Base	1025	130	67	60	80	79	610

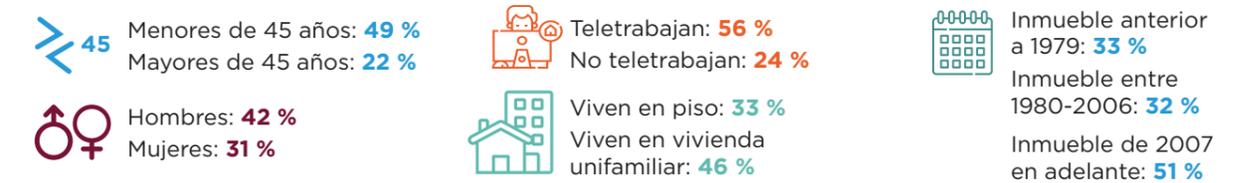
Una vez tratado el conocimiento de las subvenciones y ayudas disponibles, nos queda determinar cuál es volumen de las solicitudes de estas ayudas declarado por los entrevistados, y quienes las solicitan.

Solo un 13 % del conjunto de los entrevistados han pedido alguna subvención, lo que equivale a un 37 % de quienes declaran conocer estas ayudas. El siguiente cuadro puede servirnos a modo de resumen.

¿Se han solicitado alguna de estas ayudas/subvenciones?

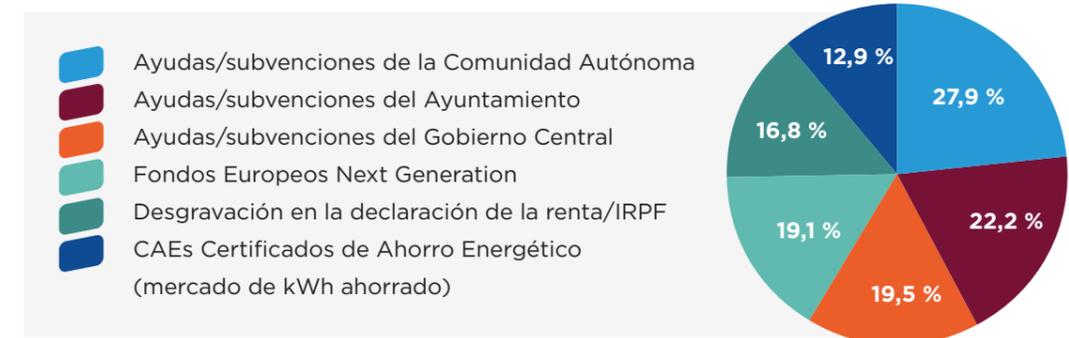


Podemos ver, además, algunas diferencias en el perfil de quienes han solicitado las ayudas. Dentro del 37 % que conoce la existencia de las ayudas y ha solicitado alguna, hay en mayor medida menores de 45 años, más hombres que mujeres, teletrabajadores, residentes en vivienda unifamiliar y en casas menos antiguas.



Por último, ¿cuáles son las ayudas que más han solicitado? Las provenientes de la Comunidad Autónoma, que eran las más conocidas, son también las solicitadas (28 % de los casos), junto con las ayudas municipales (22 %). Los Certificados de Ahorro Energético (CAE's), que estaban a la cola en conocimiento, son, sin embargo, una alternativa utilizada en el 20 % de los casos, en línea con las subvenciones ministeriales. Los fondos Next Generation se sitúan en último lugar, con un 13 % de solicitudes.

Tipo de ayuda solicitada





06.

LA CONSTRUCCIÓN
INDUSTRIALIZADA

LA CONSTRUCCIÓN INDUSTRIALIZADA

La construcción está inmersa en un proceso de transformación que responde a la evolución de las demandas y necesidades sociales. Como, por ejemplo, retos de sostenibilidad y nuevos avances tecnológicos, permitiendo desarrollar innovadores sistemas de producción.

En este contexto, se enmarca la Construcción Industrializada. Esta permite diseñar y producir de forma automatizada diferentes elementos que se utilizarán en la edificación. El **Barómetro Saint-Gobain sobre los hogares 2024** recoge el conocimiento y la opinión de los residentes, "consumidores finales" de las viviendas, sobre la Construcción Industrializada debido a su alto potencial.

¿Se conoce qué es "Construcción Industrializada"?

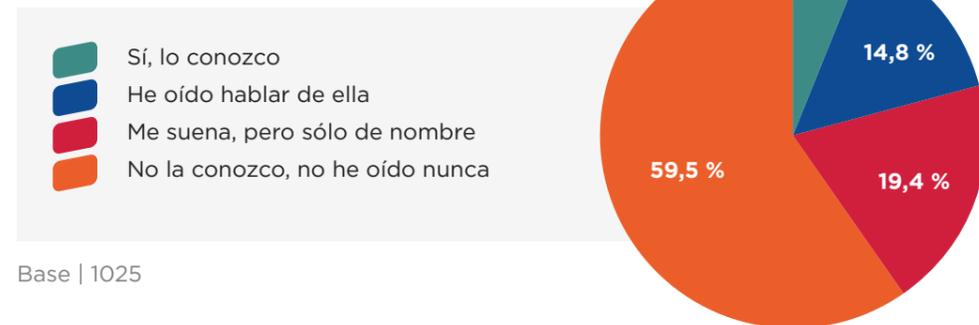
¿Cómo describen las personas con sus propias palabras la "Construcción Industrializada"?

“
Tan solo un 6 % de la población conoce el concepto de Construcción Industrializada”

Hay aún entre la población no experta un bajo nivel de conocimiento de la Construcción Industrializada. Tan solo un 6 % de la población conoce el concepto de Construcción Industrializada y, si sumamos a los que han oído hablar de ella, solo 1 de cada 5 tiene alguna referencia de este tipo de construcción. Aproximadamente a un 20 % le suena solo el nombre y en torno al 60 % no conoce por qué le estamos preguntando.

Conocimiento de la Construcción Industrializada

Conocimiento Construcción Industrializada



Los jóvenes menores de 30 años son declarados los más conocedores de la Construcción Industrializada.

En la medida en que aumenta la edad, lo hace el nivel de desconocimiento de esta solución constructiva. En las generaciones más abiertas a la compra y la reforma (entre los 30 y los 59 años) solo unos pocos afirman conocer o disponer de alguna referencia de la Construcción Industrializada, un 23 % entre los Millennials (30-44), que baja 10 puntos entre la Generación X (45-59 años).

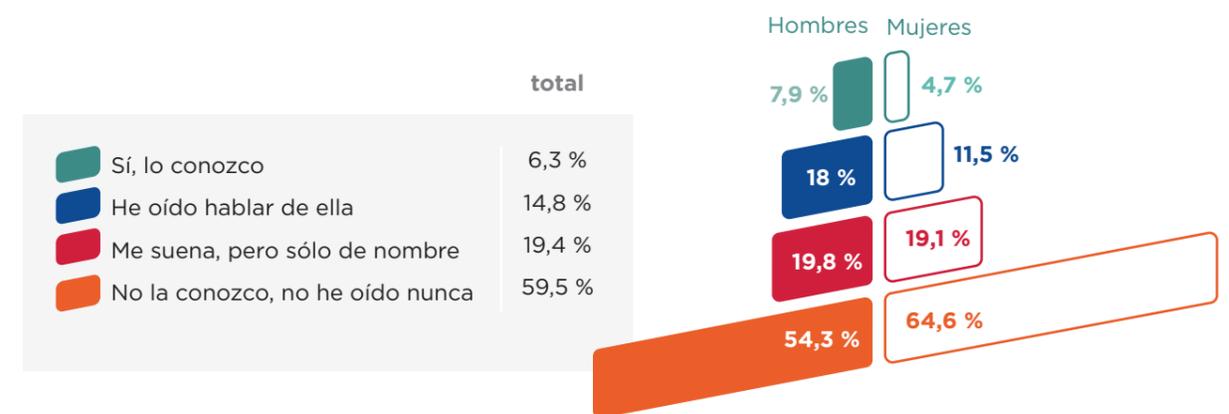
“
Los jóvenes menores de 30 años son declarados los más conocedores de la Construcción Industrializada”

Conocimiento de la Construcción Industrializada por edad/generación

Conocimiento Construcción Industrializada	Total	18-29 Generación Z	30-44 Millennials	45-59 Generación X	60-70 Boomers
Sí, lo conozco	6,3 %	17,9 %	5,8 %	2,4 %	1,3 %
He oído hablar de ella	14,8 %	23,2 %	17,4 %	10,2 %	8,4 %
Me suena, pero sólo de nombre	19,4 %	21,6 %	21,6 %	19,1 %	13 %
No la conozco, no he oído nunca	59,5 %	37,3 %	55,1 %	68,2 %	77,4 %
Base	1025	196	335	333	162

Los hombres también se muestran más conocedores de esta alternativa constructiva que las mujeres (desconocen en torno al 65 %).

Conocimiento de la Construcción Industrializada por género



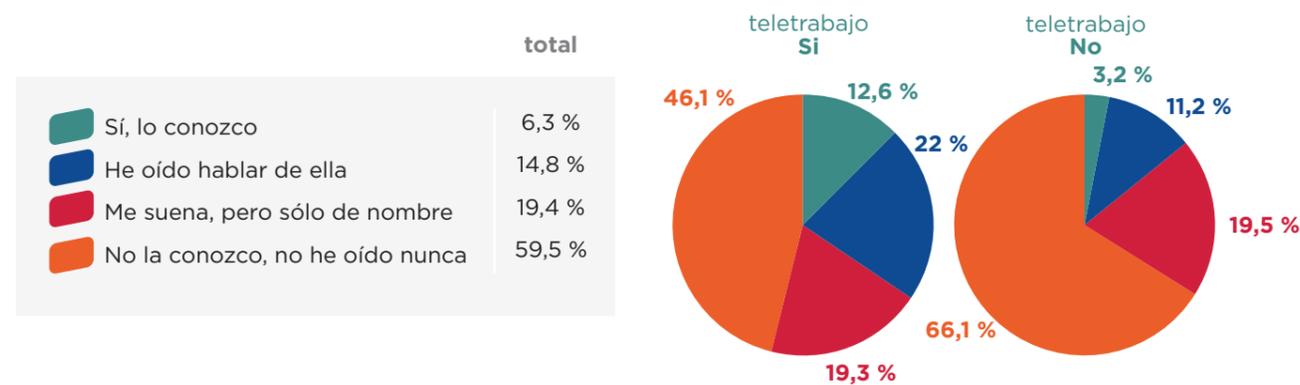
Mantener una postura más comprometida y subjetiva con la sostenibilidad desemboca en un mayor conocimiento de la Construcción Industrializada, a diferencia del resto de colectivos mucho menos familiarizados con este concepto.

Conocimiento de la Construcción Industrializada según posición ante la sostenibilidad

Conocimiento Construcción Industrializada	Total	sostenibilidad			
		Activos	Dispuestos	Concienciados	Objetores
Sí, lo conozco	6,3 %	9 %	3,9 %	4,8 %	0 %
He oído hablar de ella	14,8 %	19,2 %	14,5 %	8,6 %	3,7 %
Me suena, pero sólo de nombre	19,4 %	21,3 %	18,6 %	18,4 %	12,4 %
No la conozco, no he oído nunca	59,5 %	50,5 %	62,9 %	68,2 %	83,9 %
Base	1025	508	226	212	80

Asimismo, **casi un 35 % de la población que teletrabaja, mayoritariamente juvenil, ha oído hablar de la Construcción Industrializada.** Lo mismo sucede entre aquellos que han realizado o tienen pensado realizar obras de mayor envergadura y/o han solicitado una subvención, un colectivo que podemos suponer más informado.

Conocimiento de la Construcción Industrializada según teletrabajo



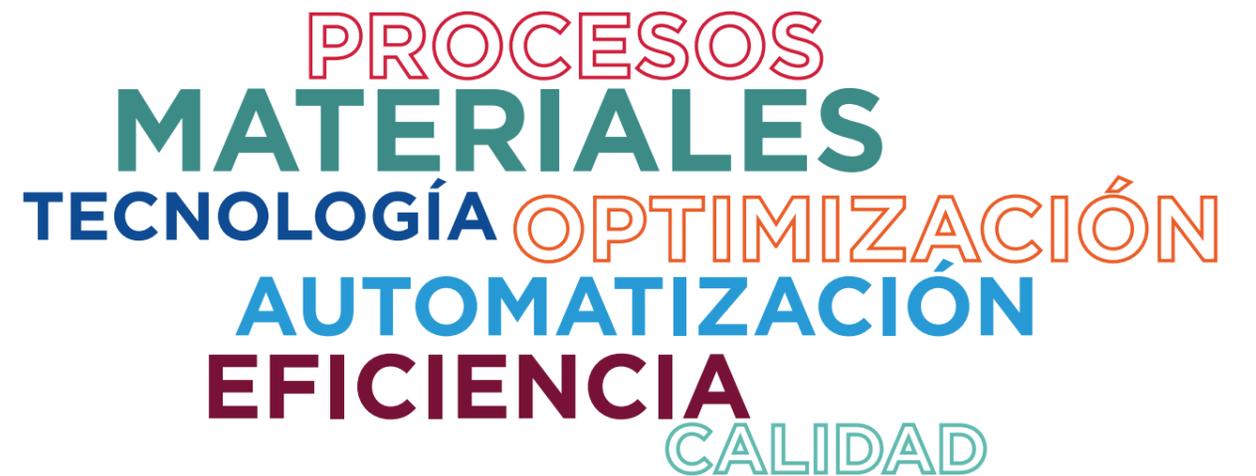
Conocimiento Construcción Industrializada	Total	solicitud de ayuda	
		Si	No
Sí, lo conozco	6,3 %	28,3 %	2,7 %
He oído hablar de ella	14,8 %	36,8 %	12,4 %
Me suena, pero sólo de nombre	19,4 %	12,3 %	20,2 %
No la conozco, no he oído nunca	59,5 %	22,6 %	64,7 %
Base	1025	156	528

Si consideramos los grandes núcleos urbanos por separado, **el porcentaje de los que conocen o tienen alguna referencia de la Construcción Industrializada es algo más alto en Madrid y Barcelona.** Por el contrario, Valencia presenta un desconocimiento elevado (cercano al 80 %), y en la misma línea se sitúan Bilbao (67 % no conocen ni han oído nunca) y Sevilla (64 %).

Conocimiento de la Construcción Industrializada por núcleos urbanos

Conocimiento Construcción Industrializada	Total	Madrid	Barcelona	Bilbao	Sevilla	Valencia	Resto de España
Sí, lo conozco	6,3 %	6,9 %	3,9 %	4 %	8,9 %	1,3 %	7 %
He oído hablar de ella	14,8 %	16,3 %	19,7 %	11,9 %	13,9 %	5,2 %	15,5 %
Me suena, pero sólo de nombre	19,4 %	22,8 %	18,3 %	17,2 %	12,8 %	14,3 %	20,6 %
No la conozco, no he oído nunca	59,5 %	53,9 %	58,2 %	67 %	64,4 %	79,3 %	56,9 %
Base	1025	130	67	60	80	79	610

Para ahondar un poco más en la comprensión del término, pedimos que lo explicaran de forma abierta con sus palabras. Lo que podemos ver en estas respuestas es que, pese al bajo nivel de conocimiento, solo desde el nombre las asociaciones a este término no van desencaminadas y se relacionan con **Materiales, Procesos, Tecnología y Automatización.** Con los comentarios abiertos construimos una nube de palabras que permite ver las asociaciones más frecuentes a la Construcción Industrializada. Junto con los términos ya apuntados, destacan también otros positivos como buena **Optimización, Calidad y Eficiencia.**



Incluimos a continuación algunas citas textuales a modo de ejemplo del modo en que los entrevistados interpretaban el término Construcción Industrializada:

Procesos de fabricación en fábricas para construir componentes de edificios.

Construcción prefabricada.

Construcción con materiales industriales de calidad.

Construcción para mejorar la calidad ahorrando con técnicas novedosas.

Construye viviendas más sostenibles y en menor tiempo.

Es la construcción más eficaz a través de disponibilidad de nuevas tecnologías y materiales.

Por lo general, las interpretaciones que encontramos tienden a ser **positivas**. Los pocos comentarios con algún aspecto negativo se refieren sobre todo a la sensación de un “proceso masivo”, con un tipo de construcción “muy estandarizado”.

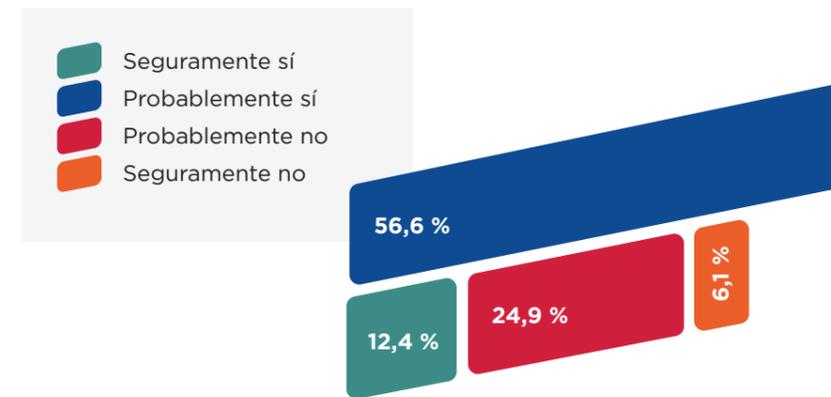
RECEPTIVIDAD Y VENTAJAS

“
7 de cada 10 afirman considerar la adquisición de una nueva vivienda que siga un proceso de Construcción Industrializada
”

Aunque el nivel de conocimiento de la Construcción Industrializada sigue siendo bajo, únicamente conocer el término ayuda a que crezca la receptividad para la compra de una nueva vivienda.

En efecto, 7 de cada 10 entrevistados afirma que segura o probablemente sí consideraría en la adquisición de una nueva vivienda que hubiera seguido un proceso de Construcción Industrializada.

Consideración de la Construcción Industrializada



Esta receptividad es además bastante homogénea en el conjunto de la población. Si vemos una variable que estaba afectando al mayor/menor conocimiento de la solución, como la edad, una vez definido el concepto, los porcentajes de interés son altos y se igualan entre los diferentes grupos de edad. Solo los mayores de 60 se sitúan algo por debajo, aunque dentro de una posición en general favorable. Del mismo modo, no encontramos ya diferencias significativas entre hombres y mujeres.

Consideración de la Construcción Industrializada por edad/generación

Conocimiento Construcción Industrializada	Total	18-29 Generación Z	30-44 Millennials	45-59 Generación X	60-70 Boomers
Seguramente sí	12,4 %	18,9 %	13,5 %	9,4 %	8,3 %
Probablemente sí	56,6 %	51,9 %	55,6 %	61,8 %	53,5 %
Probablemente no	24,9 %	23,2 %	25,1 %	24,2 %	27,9 %
Seguramente no	6,1 %	6 %	5,8 %	4,5 %	10,2 %
Base	1025	196	335	333	162

Entre quienes se definen como **más concienciados y activos en términos de sostenibilidad**, no solo el conocimiento sino también el interés por la Construcción Industrializada en la compra de una vivienda, son claramente **más altos (cerca del 80 %)**. Incluso en los dos colectivos que podríamos considerar parcialmente implicados, más de un 60 % se muestran receptivos a este sistema.

Consideración de la Construcción Industrializada según posición ante la sostenibilidad

Conocimiento Construcción Industrializada	Total	sostenibilidad			
		Activos	Dispuestos	Concienciados	Objetores
Seguramente sí	12,4 %	19,3 %	5,6 %	7,3 %	1,3 %
Probablemente sí	56,6 %	60,3 %	52 %	59 %	39,8 %
Probablemente no	24,9 %	17,2 %	32 %	29,4 %	41,6 %
Seguramente no	6,1 %	3,2 %	10,4 %	4,3 %	17,3 %
Base	1025	508	226	212	80

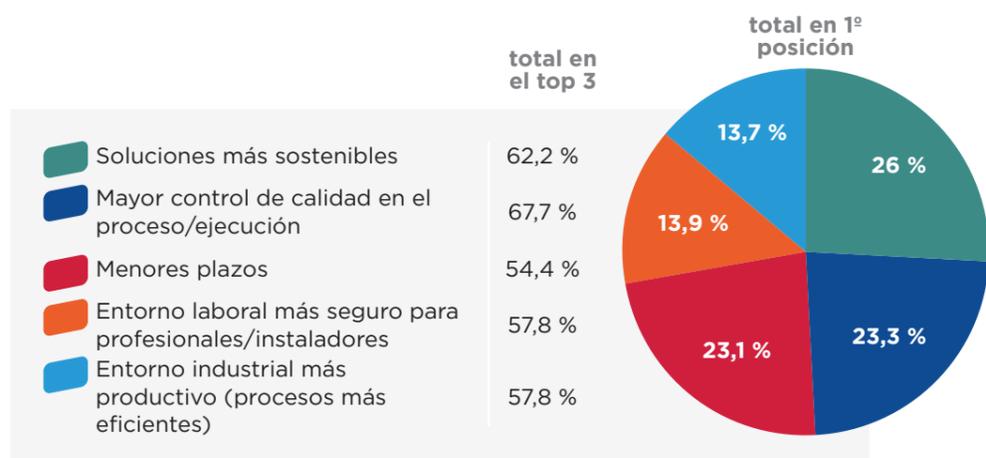
Encontramos un nivel de consideración de la Construcción Industrializada muy similar entre núcleos de población. Parece por tanto un modelo de construcción con potencial que despierta el interés de la población como solución para la nueva vivienda. Pero, ¿cuáles consideran que son sus principales beneficios?

¿Cuáles son las 3 principales ventajas que aporta la Construcción Industrializada?

“ Las 3 mayores ventajas de la Construcción Industrializada son: soluciones más sostenibles, mayor control de calidad en el proceso y ejecución y reducción en los plazos ”

Proponíamos a los entrevistados una lista de ventajas entre las que elegir las 3 principales para ellos. En el siguiente cuadro podemos ver qué porcentaje elige cada ventaja en primer lugar y cuántos sitúan esa ventaja dentro de sus 3 principales. Podemos ver como las 3 mayores ventajas de la Construcción

Industrializada son: **soluciones más sostenibles, mayor control de calidad en el proceso y ejecución.** Sin embargo, unos menores plazos, incluso un entorno de trabajo más seguro y productivo se sitúan también dentro del top 3 de importancia para más de la mitad de los entrevistados. Parece, por tanto, que la población es bastante sensible a todas estas ventajas.



En todos los grupos de edad vamos a ver un planteamiento similar. Solamente un beneficio más tangible como **la mejora de los plazos** parece ganar relevancia en **la medida en que aumenta la edad** (la citan más como primera ventaja), mientras que los **más jóvenes** son algo **más sensibles** a la mejora del entorno laboral.

Ventajas de la Construcción Industrializada por edad

Ventajas Construcción Industrializada	Total	18-29 Generación Z	30-44 Millennials	45-59 Generación X	60-70 Boomers
Soluciones más sostenibles	26 %	26,5 %	27,7 %	21,7 %	30,9 %
Mayor control de calidad en el proceso/ejecución	23,3 %	26,1 %	23 %	24,2 %	18,7 %
Menores plazos	23,1 %	13,9 %	23,9 %	25,4 %	27,5 %
Entorno laboral más seguro para profesionales/instaladores	13,9 %	19,6 %	11,4 %	14,1 %	11,8 %
Entorno industrial más productivo (procesos más eficientes)	13,7 %	13,8 %	14 %	14,7 %	10,9 %
Base	1025	196	335	333	162

La posición ante la sostenibilidad tampoco establece grandes diferencias en este caso. **El colectivo activo**, más conocedor del concepto, va a destacar por encima del resto de colectivos **el mayor control de calidad en proceso y ejecución. Los más alejados de la sostenibilidad** van a incidir más en **las ventajas productivas.**

Ventajas de la Construcción Industrializada según posición ante la sostenibilidad

Ventajas Construcción Industrializada	Total	sostenibilidad			
		Activos	Dispuestos	Concienciados	Objetores
Soluciones más sostenibles	26 %	25,4 %	24,2 %	31,7 %	20,5 %
Mayor control de calidad en el proceso/ejecución	23,3 %	27,5 %	20 %	20,4 %	13,4 %
Menores plazos	23,1 %	21,5 %	25,7 %	22,1 %	28,3 %
Entorno laboral más seguro para profesionales/instaladores	13,9 %	13,6 %	14,6 %	14,3 %	13 %
Entorno industrial más productivo (procesos más eficientes)	13,7 %	12 %	15,5 %	11,5 %	24,9 %
Base	1025	508	226	212	80

SOLUCIONES PRO-COMFORT SAINT-GOBAIN

(RE)imagina

Como Directora General de Saint-Gobain Solutions, me entusiasma poder presentar este **Barómetro Saint-Gobain sobre los hogares 2024** que ofrece una vasta información cuantitativa clave para identificar los aspectos más relevantes para la población respecto a la vivienda.

Al revisar y analizar detenidamente estas expectativas, tengo la seguridad de que en Saint-Gobain avanzamos en la dirección correcta. Somos un agente activo en sostenibilidad, y fruto de la innovación de nuestros equipos y la colaboración interdisciplinar con agentes del sector, ya contamos con soluciones que aportan un valor real haciendo del mundo un hogar mejor. Para acelerar precisamente esta transformación sostenible, hemos dado a conocer "(RE)imagina", una campaña y movimiento que visibiliza la ambiciosa hoja de ruta de sostenibilidad de Saint-Gobain, e invita al sector de la edificación a trabajar en conjunto para RE-imaginar edificios más sostenibles.

Hemos considerado interesante incluir en este estudio alguna de las soluciones pioneras de Saint-Gobain que combinan sostenibilidad y altas prestaciones como el **sistema de tabiquería futuRE**, de Placo® e ISOVER, el primer sistema completo de tabiquería que reduce un 20 % su huella de carbono respecto a los sistemas actuales de tabiquería equivalentes; o el sistema **SATE weberther robusto** de Weber, que reduce significativamente la transmisión térmica y los costes de calefacción y enfriamiento y garantiza una mayor durabilidad y vida útil; y la gama de **Climalit ORAÉ**®, de Saint-Gobain Glass, el primer vidrio fabricado con vidrio reciclado (64 %) y energía renovable certificada y que reduce un 42 % su huella de carbono. Estas soluciones son un ejemplo de cómo los equipos de Saint-Gobain aportan soluciones que hagan del mundo un hogar mejor.

Te invitamos a conocer más sobre Saint-Gobain en nuestras páginas web o contactar directamente con nosotros a través de este mail: barometrohogares@saint-gobain.com.

Gracias nuevamente por tu interés en este Barómetro y esperamos que su contenido sea útil para ti.



Esther Soriano

Directora General de Saint-Gobain Solutions

SOLUCIONES PRO-COMFORT SAINT-GOBAIN

Basándonos en las principales preocupaciones de los españoles respecto a la vivienda vamos a ofrecer una breve introducción a alguna de las soluciones constructivas que Saint-Gobain ofrece al mercado.

Saint-Gobain, líder mundial en construcción ligera y sostenible, diseña, fabrica y distribuye materiales y soluciones de alto rendimiento para los mercados de la construcción. Sus soluciones integrales para la rehabilitación de edificios públicos y privados, para la construcción sostenible, así como las orientadas a la descarbonización de la construcción, han sido desarrolladas a través de un proceso de innovación continuo, contribuyendo a la sostenibilidad y ofreciendo un alto rendimiento al mismo tiempo. Siempre en línea con el propósito del grupo "MAKING THE WORLD A BETTER HOME".

SOLUCIONES PARA MEJORAR EL CONFORT EN LOS HOGARES

En capítulos anteriores, el **Barómetro Saint-Gobain sobre los hogares 2024** puso ya de manifiesto la importancia que la población concede al **aislamiento térmico y acústico de su vivienda**. Ambos ayudan a crear un entorno más confortable y a reducir la contaminación, bien sea producida por el consumo de energía (la más evidente para la mayoría de la población), como contaminación acústica. El aislamiento térmico tiene, además, un componente de ahorro económico en la tarea de mantener el hogar bien climatizado nada desdeñable.

En los siguientes cuadros podemos ver como aislamiento térmico y acústico ocupan la 3ª y 4ª posición dentro de las principales preocupaciones sobre la vivienda, detrás del precio y la eficiencia energética, un factor relacionado también con la capacidad de aislar convenientemente la vivienda.

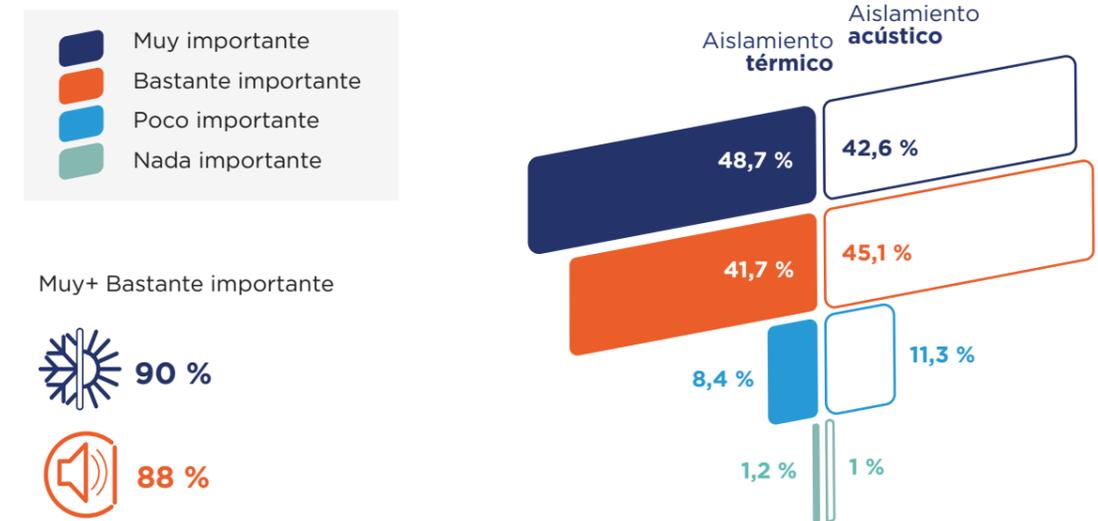
¿Hasta qué punto preocupan cada uno de estos aspectos con relación a la vivienda?

	 Aislamiento térmico	 Aislamiento acústico
Principales preocupaciones sobre la vivienda		
Muy preocupado	21,1 %	20,4 %
Bastante preocupado	32,1 %	27,9 %
Algo preocupado	28,5 %	27,5 %
Poco preocupado	13,2 %	17,6 %
Nada preocupado	5,1 %	6,5 %
Muy+ Bastante preocupado	53 %	48 %
Puesto en ranking preocupaciones	3º	4º

Base | 1025

Igualmente, prácticamente la totalidad de los entrevistados mencionan el aislamiento térmico y acústico ante la compra de una vivienda.

Si ahora mismo eligiéramos una nueva vivienda ¿cómo de importantes serían cada uno de los siguientes aspectos?



Tal y como se ha presentado en el capítulo 5 de Sostenibilidad en la construcción, **cada vez tiene más importancia el uso de materiales sostenibles en la construcción**, de hecho para 3 de cada 4 personas es un hecho relevante. Además, cuando se ha preguntado si estarían dispuestos a pagar un sobrecoste por el empleo de materiales sostenibles en su próxima reforma o compra de vivienda, 6 de cada 10 personas contestan positivamente.

El grupo Saint-Gobain apuesta por la importancia de la construcción sostenible y por ello Saint-Gobain Isover y Saint-Gobain Placo, especialistas en soluciones aislamiento y placa de yeso laminado respectivamente, han lanzado su **nuevo sistema de tabiquería futuRE, combinación perfecta de sostenibilidad y altas prestaciones.**

“
**Tabiquería futuRE,
 combinación perfecta de
 sostenibilidad y altas prestaciones**
 ”

El sistema futuRE es la respuesta a la creciente demanda de un mercado que se transforma hacia la construcción ligera y sostenible, que cada vez precisa más soluciones que reduzcan su impacto ambiental y ofrezcan un alto nivel de prestaciones. Los tres componentes de esta solución, en la que Isover y Placo® son pioneros en el mercado, cuentan con **Declaración Ambiental de Producto (EPD) verificada**, avalando así el cumplimiento y la fiabilidad del sistema en términos de sostenibilidad.

TABIQUERÍA FUTURE

Sistema completo para tabiquería que reduce un 20%* la huella de carbono, manteniendo las más altas prestaciones térmicas y acústicas, así como de robustez y protección frente al fuego.

El Sistema de Tabiquería futuRE se convierte en la referencia de sostenibilidad para estas aplicaciones constructivas interiores.

- **Placa de yeso laminado Placo® Planet futuRE**, fabricada con un 28% de contenido reciclado.
- **Lana mineral arena APTA futuRE**, nueva lana mineral con 78% vidrio reciclado con altas prestaciones térmicas y acústicas.
- **Perfil Planet futuRE**, nuevo perfil que reduce la huella de carbono en un 67% (en comparación con perfiles estándar. Huella de carbono de sólo 1,09 kg CO₂ de acuerdo con EPD verificada.

*La reducción de la huella de carbono depende del sistema definido 2xPLN+M48(LM)+2xPLN, en base a indicador GWP para el total del ciclo de vida (A1-C4) de EPDs de productos de referencia. Consultar reducciones de huella de carbono con otros sistemas.

Edificios que llevan la sostenibilidad muy dentro



-20%
huella de carbono
Sistema completo*



IMPORTANCIA DE LAS VENTANAS

En páginas anteriores ya hemos visto la **importancia de disponer de luz natural para un 95% de los encuestados**. Igualmente, cuando pensamos en realizar una reforma, el objetivo de lograr viviendas energéticamente más eficientes aparece como uno de los motivos principales (en un 40% de las respuestas). Proporción que aumenta considerablemente si, incluimos el aislamiento térmico, recogido también por el 37% de las menciones.

¿Cuáles son las principales soluciones que la población conoce y considera que tienen mayor impacto para dar respuesta a su preocupación por evitar los ruidos exteriores y aislar térmicamente su vivienda?

“ El cambio de ventanas y el aislamiento de la fachada son las principales soluciones asociadas a la reducción del ruido ”

La principal solución que se asocia con la reducción del ruido exterior es el cambio de ventanas. Lo siguen el aislamiento de la fachada exterior e interior que aproximadamente la mitad de los entrevistados consideran como soluciones de mayor impacto. Un 45 % se referirá también a la importancia del

relleno de la cámara de aire con aislamiento para aminorar los ruidos indeseados en la vivienda. Soluciones probablemente menos difundidas entre el público general, como la mejora del aislamiento en techo, interior de las paredes divisorias con edificaciones contiguas o suelo aparecen en los últimos lugares, aunque son elegidas por 1 de cada 3 entrevistados dentro de las soluciones más efectivas.

¿Cuáles de las siguientes soluciones específicas tiene mayor impacto para reducir el ruido exterior de las viviendas?

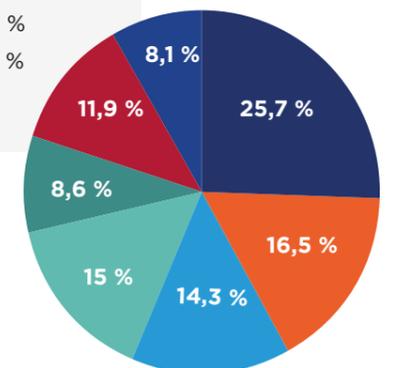
Soluciones para evitar ruido exterior

Total en Top 3

Cambio de ventanas	57,3 %
Aislamiento acústico de la fachada por el exterior	48,8 %
Aislamiento acústico de la fachada por el interior	45,7 %
Relleno de la cámara de aire con aislamiento	44,5 %
Mejora del aislamiento acústico en techos	36,4 %
Mejora del aislamiento acústico interior de medianera	34,9 %
Mejora del aislamiento acústico de suelos	32,4 %

Base | 1025

Total en 1ª posición



Observando los resultados por generación/grupo de edad, **los mayores de 45 años** se centrarán más en el **cambio de ventanas** como **solución de aislamiento acústico**, en detrimento de otras alternativas menos comunes, mientras que en los **más jóvenes el espectro de soluciones** que contemplan es **mayor**, refiriéndose algo más a otras alternativas como **el aislamiento de techos, suelos y/o medianeras**.

Porcentaje reciclable de un edificio	Total en Top 3	Madrid	Barcelona	Bilbao	Sevilla	Valencia	Resto de España
Cambio de ventanas	57,3 %	52,6 %	56,6 %	61,5 %	55,2 %	59,8 %	58 %
Aislamiento acústico de la fachada por el exterior	48,8 %	45,4 %	60,6 %	58,7 %	47,4 %	53,2 %	47 %
Aislamiento acústico de la fachada por el interior	45,7 %	47,6 %	46 %	46,6 %	45 %	42,9 %	45,6 %
Relleno de la cámara de aire con aislamiento	44,5 %	38,4 %	40,9 %	46,7 %	42,4 %	39 %	46,9 %
Mejora del aislamiento acústico en techos	36,4 %	41,3 %	33 %	33,2 %	38,5 %	37,5 %	35,7 %
Mejora del aislamiento acústico interior de medianera	34,9 %	34,2 %	26,3 %	23,9 %	43,6 %	35,1 %	35,8 %
Mejora del aislamiento acústico de suelos	32,4 %	40,5 %	36,6 %	29,3 %	27,9 %	32,6 %	31,1 %
Base	1025	130	67	60	80	79	610

Saint-Gobain Glass, fabricante especializado en soluciones de vidrio plano para fachadas, ventanas y diseño de interiores, ofrece **Climalit ORAÉ®**, el primer acristalamiento bajo en carbono del mercado. Con esta solución el grupo Saint-Gobain continúa transformando el mercado hacia una realidad más sostenible con soluciones de altas prestaciones que aportan confort, eficiencia energética y diseño.

“
Climalit ORAÉ® posibilita la máxima entrada de luz natural y contribuye a aumentar el nivel de confort térmico y acústico
 ”

Esta solución posibilita la máxima entrada de luz natural que es fundamental para el 95% de la población, y además **contribuye a aumentar el nivel de confort térmico y acústico**. La eficiencia energética de los edificios aumenta ya que todas las soluciones de la gama llevan como vidrio exterior la capa de control solar y baja emisividad Planistar one ORAÉ® que disminuye las pérdidas energéticas que se producen a través de las ventanas.

CLIMALIT ORAÉ®

Gama que comprende acristalamientos con excelentes valores de eficiencia energética y baja huella de carbono, fundamentalmente gracias a innovadores vidrios que nos permiten contribuir al máximo a preservar nuestro entorno, ya que todos los vidrios de estas soluciones han sido fabricados a partir del sustrato ORAÉ® lo que contribuye a reducir la huella de carbono.

- **Preservar el planeta:** su vidrio base posee la huella de carbono más baja posible (un 35-40%* menos) gracias a un exigente proceso productivo que contempla materias primas más sostenibles, fuentes de energía renovables y mayor cantidad de vidrio reciclado (alrededor del 70%).
- **Eficiencia energética:** la instalación de ventanas con Climalit ORAÉ®, se traduce en ahorro energético tanto en días muy fríos como en los muy calurosos, permitiendo continuar contribuyendo a reducir las emisiones.
- **Máxima entrada de luz natural:** el vidrio Planistar One ORAÉ® aporta aislamiento térmico y un excelente control solar con la mayor entrada de luz natural posible: por encima del 70% en doble acristalamiento.
- **Confort acústico:** cuando se requiera atenuar ruidos molestos del exterior, Climalit ORAÉ® contempla soluciones con Stadip Silence ORAÉ® que ofrece prestaciones reforzadas de aislamiento acústico, además de seguridad.



¡64% VIDRIO REICLADO!

El acristalamiento líder en confort, ahora más sostenible

- Máxima entrada de luz
- Ahorro en la factura energética
- Óptimo confort térmico
- Hasta -40% huella de carbono
- Aislamiento acústico



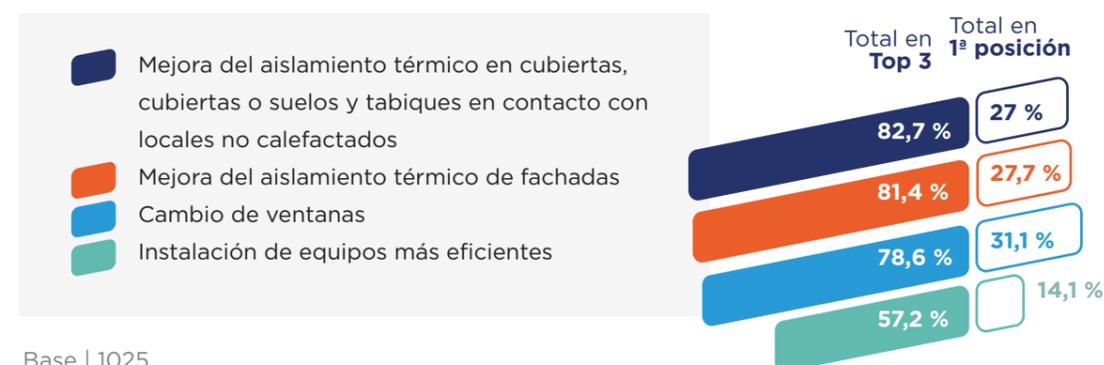
*La huella de carbono depende de la composición final. Porcentajes estimados en base a la EPD del vidrio base ORAÉ de 4 mm en comparación con el sustrato estándar PLANICLEAR(r) del mismo espesor

RELEVANCIA DE LAS FACHADAS

Respecto de las soluciones con más impacto para conseguir una mejor climatización del hogar ajustando el gasto, podemos decir que la percepción de la población es muy homogénea: aproximadamente **8 de cada 10 van a considerar el aislamiento de cubiertas, techos y tabiques en contacto con locales no calefactados, la mejora del aislamiento término de la fachada y el cambio de ventanas como las soluciones más importantes.** El consenso es menor respecto de la instalación de equipos más eficientes que, aún así, son mencionados por casi el 60 % de los entrevistados.

¿Cuáles de las siguientes soluciones específicas tiene mayor impacto para mejorar la sensación de frío/calor o para reducir el importe de las facturas de luz, gas, calefacción...en el interior de las viviendas?

Soluciones para mejorar la sensación de frío/calor y reducir gasto



Base | 1025

Saint-Gobain Weber respondiendo al compromiso del grupo Saint-Gobain de ofrecer al mercado soluciones que proporcionen calidad y rendimiento, comercializa el SATE Webertherm Robusto que constituye un sistema innovador para la envolvente ya que permite anclar todo tipo de revestimientos. Este sistema al mejorar el aislamiento térmico puede contribuir a la reducción del consumo de energía, lo que a su vez disminuye las emisiones de CO₂.

“
El SATE Webertherm Robusto permite anclar todo tipo de revestimientos y favoreciendo la eficiencia
”

De esta forma, demanda un menor uso de los sistemas de calefacción y/o aire acondicionado, es decir, requiere de una menor cantidad de energía para su correcto funcionamiento. Esta menor demanda energética satisface las prioridades de los usuarios ya que 8 de cada 10 quiere mejorar la eficiencia energética de la vivienda siendo el ahorro energético y la mejora del confort los principales motivos, según los resultados del **Barómetro Saint-Gobain sobre los hogares 2024.**

WEBERTHERM ROBUSTO

Los sistemas **SATE Webertherm** combinan la utilización de un material aislante térmico, y en algunos casos acústico, con un revestimiento de acabado decorativo. Son aptos para obra nueva y para rehabilitación y dan respuesta a las diferentes necesidades de **ahorro energético a la vez que contribuyen a mejorar las condiciones de confort** en el interior de la vivienda. Aportan una durabilidad extra a la fachada, manteniendo la transpirabilidad del edificio. Los SATE ocupan un papel fundamental a la hora de optimizar el consumo energético de los edificios

Reduce:

- Reduce la transmisión térmica e paredes exteriores de forma significativa
- Los costes de calefacción y enfriamiento en un 50% o más

Aumenta:

- El confort tanto en climas cálidos como fríos
- La higiene del edificio ayudando a prevenir la formación de moho
- La revalorización de la vivienda
- La atmósfera saludable interior

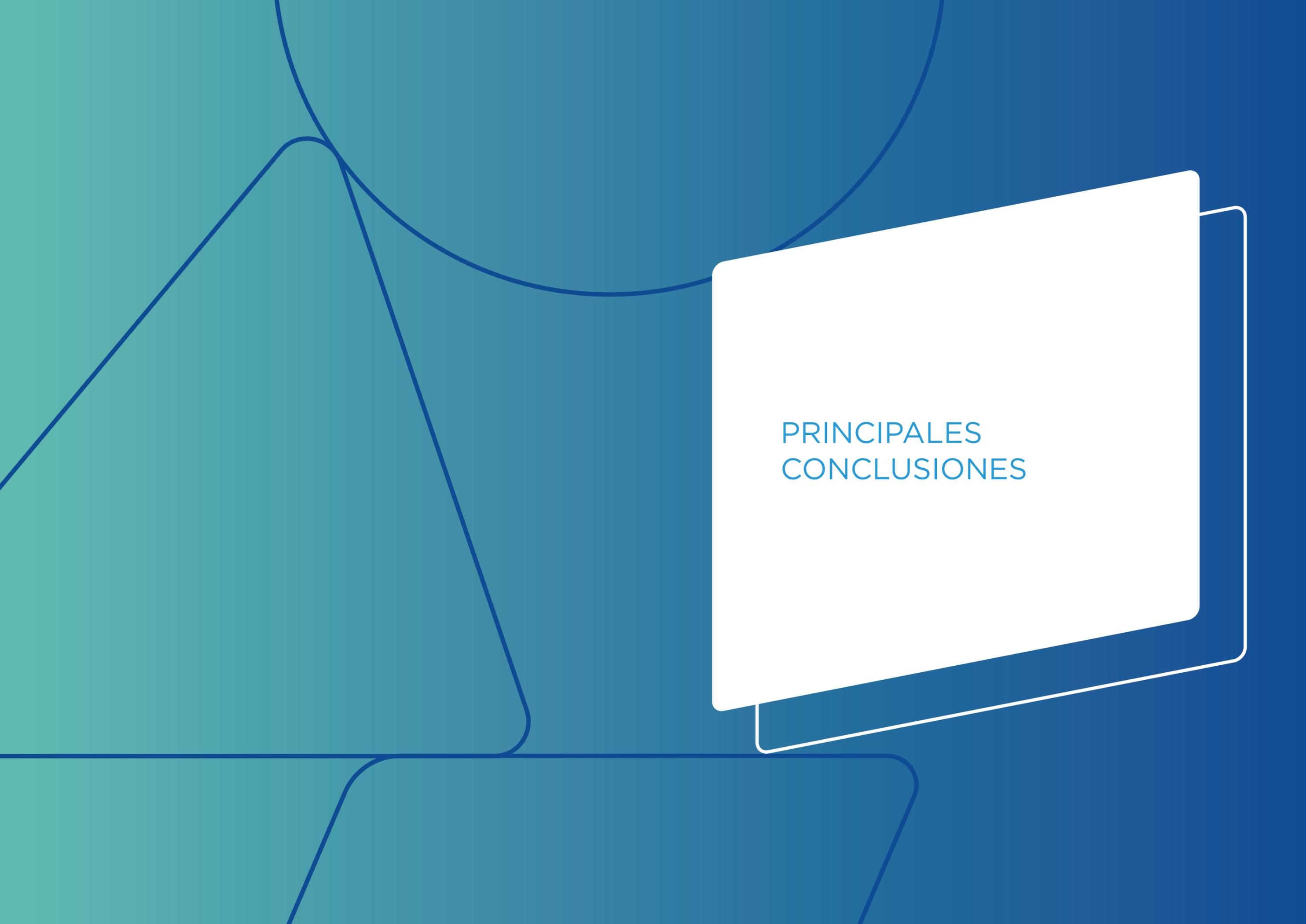
webertherm robusto

El SATE sin límites

Para todo tipo de revestimientos

- Óptima robustez
- Ideal para zócalos y zonas con impacto
- Excelente aislamiento térmico y acústico
- Apto para rehabilitación de SATES





PRINCIPALES
CONCLUSIONES

PRINCIPALES CONCLUSIONES

¿ESTAMOS SATISFECHOS CON NUESTRA VIVIENDA?

Solamente el 44% de los entrevistados estima que su vivienda actual cumple con sus expectativas. 1 de cada 2 individuos piensan que se podría mejorar algunos aspectos de su vivienda.

Las personas entre 45-59 años son las más exigentes respecto a su vivienda y los más preocupados por factores como su eficiencia energética, aislamiento térmico y acústico y espacio.

La población se ha vuelto algo más exigente con las características de su hogar, pues desciende ligeramente el colectivo que declara sentirse plenamente satisfecho con su vivienda actual respecto a los datos del 2021.

¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES MOTIVOS PARA REALIZAR UNA REFORMA?

Hay tres aspectos que aparecen como principales motivos para animarse a realizar una reforma.

Mejorar la estética con la que buscamos un entorno más agradable, renovado y adecuado a nuestro gusto, en el que podamos sentirnos más identificados;

Mejorar la comodidad y ergonomía con el cambio de elementos encaminados a aumentar la practicidad, la accesibilidad y el confort en el disfrute cotidiano de la vivienda;

Mejorar la eficiencia energética aparece impulsada por el ahorro económico, lo que disminuye el impacto de las facturas, pero también por la búsqueda de alternativas menos perjudiciales para el medio ambiente. Además, un aspecto directamente vinculado es el aislamiento térmico con un 37% de las menciones.

La preocupación por el acceso a la vivienda es un aspecto para destacar en este barómetro.

El precio se configura como la principal preocupación, junto a la eficiencia energética y el aislamiento térmico y acústico.

A continuación, aparece la importancia de dotar de mayor luminosidad a nuestras viviendas.

¿CUÁLES SON LAS PRINCIPALES PREOCUPACIONES O DESAFÍOS IDENTIFICADOS EN RELACIÓN CON LA VIVIENDA?

Se detecta una situación propicia para las reformas y un mayor nivel de exigencia con la vivienda que en 2021. 2 de cada 5 entrevistados declaran estar muy o bastante preocupados por este tema.

El 22% ya ha realizado una reforma en los últimos tres años y un 35% tienen intención de realizarla en los próximos 3 años. Además, un 16,5% declara su intención de cambiarse de vivienda.

Las viviendas unifamiliares tienen una mayor proporción de reformas realizadas y una intención también superior a llevarlas a cabo que en los pisos.

¿SOMOS PROCLIVES A REALIZAR REFORMAS EN NUESTROS HOGARES?

¿PASAMOS MÁS TIEMPO EN NUESTRO HOGAR QUE ANTES DEL COVID-19?

Hoy en día, casi la mitad de la población declara que pasa más tiempo en casa que antes de la pandemia. La pandemia ha tenido un efecto directo en una parte importante de la población, un 45%, que tiene la impresión de que ha aumentado en mucho o en algo su tiempo de estancia.

ES EL TELETRABAJO UN FACTOR DETERMINANTE PARA REALIZAR REFORMAS EN NUESTRO HOGAR

De nuevo, el teletrabajo tiene un alto impacto en la vivienda, y así 4 de cada 10 teletrabajadores, con intención de reformar o cambiar de casa, declaran que en esta decisión el teletrabajo ha sido determinante o ha influido mucho. Además, el 55% ha reformado o tienen previsto reformar elementos de zonas comunes.

El teletrabajo aumenta la necesidad de mejorar el aislamiento acústico, la luminosidad y disponer de espacio y vistas.

¿QUÉ ELEMENTOS DE LA VIVIENDA REFORMAMOS MAYORITARIAMENTE?

Los principales elementos reformados o a reformar son baños/ cocinas, cambio de ventanas y suelos.

La mayoría, 55%, ha reformado o tiene intención de reformar las zonas comunes.

Las fachadas y/o patios interiores son el objetivo principal de estas reformas (1 de cada 3 incluirá la mejora de estos elementos), seguidos por suelos, balcones y terrazas. Un cuarto de las intervenciones en zonas comunes afecta al portal, la escalera y la cubierta del edificio. Ascensores, jardines, piscinas y parking son elementos que participan de forma más minoritaria en las obras sobre zonas comunes.

¿REFORMAMOS TAMBIÉN LAS ZONAS COMUNES DE NUESTRA VIVIENDA O EDIFICIO?

¿QUÉ VALORAMOS AL SELECCIONAR UNA EMPRESA DE REFORMAS?

Al elegir una empresa de reformas (para la vivienda o zonas comunes), tenemos en cuenta principalmente el precio y la profesionalidad. La rapidez también en un aspecto relevante, pero en menor nivel.

Además de su carácter experto, también valoramos que sea la misma empresa quien lleve a cabo todas las fases del proyecto.

Para asesorarnos técnicamente recurrimos a la propia empresa de reformas y/o del albañil/constructor. En siguientes posiciones encontramos a familiares o conocidos y en establecimientos de grandes cadenas que comercializan materiales de construcción. En menor medida buscamos en páginas web especializadas y en revistas de decoración y construcción.

¿DÓNDE NOS ASESORAMOS CUANDO VAMOS A ABORDAR UNA REFORMA?

SI TUVIÉRAMOS QUE COMPRAR UNA CASA AHORA, ¿QUÉ ASPECTOS VALORARÍAMOS?

Disponer de luz natural es un aspecto esencial en el supuesto de elegir una nueva vivienda (para un 95 % resulta muy o bastante importante). Junto a la luz, la reducción del gasto en las facturas de suministros y la calidad de los elementos de construcción ocupan las tres primeras posiciones en el ranking de importancia.

Por debajo de ellos, también con un amplio consenso sobre su relevancia, aparecen los aspectos relacionados con el aislamiento térmico y acústico y la eficiencia energética del hogar, además de la calidad del aire y la posibilidad de disfrutar de un espacio exterior (terraza, jardín, balcón).

Incluso entre quienes mantienen una posición más pasiva o distante ante la sostenibilidad, observamos que aspectos relacionados con la eficiencia, el ahorro energético y el aislamiento, e incluso el uso de materiales de construcción más sostenible, se ha extendido al conjunto de la sociedad.

8 de cada 10 conocen el sistema de calificación energética de las viviendas, después demostrar la descripción, aunque un amplio segmento de la población desconoce la de su hogar. Se observa que este índice es similar a los resultados del año 2021.

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

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

En 8 de cada 10 casos se está dispuesto a mejorar la eficiencia energética, está muy extendida, pero solo 2 de cada 10 declaran podérselo permitir. Independientemente de la disponibilidad de recursos, las principales palancas que motivan la mejora de la eficiencia son el ahorro energético y mejorar el confort dentro de la vivienda.

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

Solo un tercio está informado de la existencia de ayudas para mejorar la eficiencia energética.

Solo un 13% del conjunto de los entrevistados han pedido alguna subvención lo que equivale a un 37% de quienes declaran conocer estas ayudas.

El ahorro energético/económico es el más importante, elegido por 7 de cada 10 personas. Lo sigue la mejora del confort de la vivienda con un 60% de menciones. Ambos tienen que ver con el disfrute/beneficio personal asociado a la vivienda. Un factor más global como la preocupación por el medio ambiente ocupa en tercer lugar, con un 45% de entrevistados que lo señalan como uno de sus motivos.

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

¿DÓNDE BUSCAMOS INFORMACIÓN PARA SOLICITAR ESTAS AYUDAS Y SUBVENCIONES?

Un 70% de las personas que conocen las ayudas para la mejora de la eficiencia energética de su vivienda afirman estar al tanto también de dónde dirigirse para solicitarlas. Las más mencionadas son las que ofrecen Comunidades Autónomas (53%). Les siguen las subvenciones municipales (39%) y las que se ofrecen desde los Ministerios (37%). 3 de cada 10, aproximadamente van a conocer los Fondos Europeos Next Generation y las desgravaciones en el IRPF. El Certificado de Ahorro Energético (CAE's) es lo menos conocido con un 20% de menciones.

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

Junto a la luz y la reducción del gasto en las facturas de suministros, la calidad de los elementos de construcción ocupan las tres primeras posiciones en el ranking de importancia.

El 68% de la población afirma que sería muy o bastante importante el uso de materiales sostenibles ante la compra o reforma de vivienda.

La Construcción Industrializada es un término que cuenta con un conocimiento limitado. Aunque el nivel de conocimiento sigue siendo bajo, una vez explicado en qué consiste, aumenta la receptividad para la compra de una nueva vivienda industrializada: 7 de cada 10 entrevistados consideraría esta opción.

¿CONOCEMOS EL SIGNIFICADO DE LA CONSTRUCCIÓN INDUSTRIALIZADA?

¿CON QUÉ CONCEPTOS SE ASOCIA LA "CONSTRUCCIÓN INDUSTRIALIZADA" EN EL SECTOR DE LA VIVIENDA?

A la Construcción Industrializada se asumen soluciones más sostenibles y mayor control de calidad entre otras ventajas. Se asocian conceptos como: Procesos, Tecnología, Automatización, Optimización, Calidad y Eficiencia.

2/3 considera muy importante el uso de materiales sostenibles al comprar o reformar una vivienda, sin embargo 4 de cada 10 no contemplaría un sobre coste por el uso de materiales sostenibles siendo el promedio del adicional que se aceptaría del 18%.

En cuanto a la reciclabilidad de los edificios de oficinas, la población estima que se puede reciclar en torno al 38% de los materiales del edificio.

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



LÍDER MUNDIAL EN CONSTRUCCIÓN LIGERA Y SOSTENIBLE

Diseñamos, fabricamos y distribuimos materiales
y soluciones para los mercados de la construcción,
la industria y la automoción.

(RE) imagina

ES UNA ACTITUD CAPAZ DE TRANSFORMAR
Y PRESERVAR NUESTRO MUNDO

#MakingTheWorldABetterHome



¡Te invitamos a visitar la web o contactar
directamente con nosotros!

www.barometrohogares.es

Mail de contacto:

barometrohogares@saint-gobain.com



MAKING THE WORLD A BETTER HOME





**SAINT-GOBAIN
PAÍSES MEDITERRÁNEOS**

C/ Príncipe de Vergara, 132
28002 • Madrid
Tel: +34 91 397 20 00
www.saint-gobain.es

