

# Resultados Estudio Sistemasveka.com



*17 de Noviembre 2010*

# Datos técnicos del estudio

		Prevista	Real	Motivos de desviación (cuando sea significativa)
¿QUIÉN?	Muestra	1000 entrevistas	1000 entrevistas	-
	Método de muestreo	Telefónico (Aleatorio)		
	Tipo de incentivo	No		

¿CÓMO?

**Material testado: No ha sido necesario**  
**Nº de entrevistadores: 57 entrevistadores**  
**Supervisión: re-contacto / monitorización**  
**Cuestionario: se ha utilizado el cuestionario final suministrado antes del trabajo de campo**

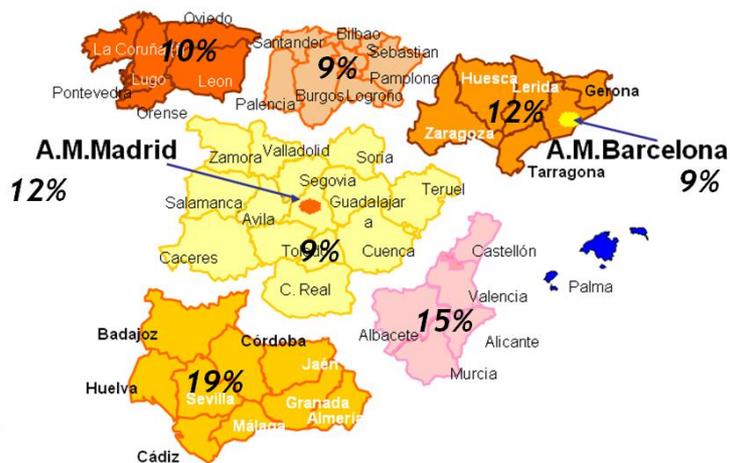
¿CUÁNDO?

**De 27 Septiembre 2010 al 3 Octubre 2010**

•Las preguntas incluidas en el Ómnibus durante una semana de campo dirigida a 1000 entrevistas a población general de 18 a 75 años han sido:

1. *Pregunta cerrada simple sugerida, sobre control de gasto en ocio, alimentación, confort y consumo energético en el hogar. (5 ítems de respuesta) (base: Total)*
2. *Pregunta abierta espontánea sobre como incrementará el confort del hogar. (base: han mencionado que aumentarían el confort de su hogar)*
3. *Pregunta cerrada dicotómica sugerida, sobre si tomara alguna medida para reducir el gasto de la factura de consumo energético en el hogar. (2 ítems de respuesta) (base: Total)*
4. *Pregunta cerrada simple sugerida, sobre valoración de la eficiencia de las diferentes medidas para reducir la factura del consumo energético del hogar. (5 ítems de respuesta) (base: Total)*
5. *Pregunta cerrada simple sugerida, sobre que medios o canales utiliza para la contratación de servicios de algún profesional para reformas en su hogar, como cambios de ventanas, etc. (5 ítems de respuesta) (base: Total)*

**1000 entrevistas telefónicas (CATI) semanales a población de 18 a 75 años con cuotas de edad, sexo, región y hábitat representativas de la población española.**



Las variables sociodemográficas que incluye sin coste adicional el cuestionario Ómnibus, son: Sexo, edad, clase social, Región Nielsen, Hábitat, Nivel educativo, Profesión, Situación laboral, Nacionalidad, Hijos en el hogar



# *Conclusiones Estudio*

# Control de gasto

Sistemasveka.com



- El **25%** aumentará su gasto en calefacción o electricidad este invierno.
- El **32%** de las mujeres entre 35 y 54 años aumentarán en mayor medida el gasto respecto al año pasado frente al **25%** de los hombre de la misma edad.
- El **23%** opina que el gasto que más aumentará de cara al próximo invierno será el de consumo energético en el hogar frente a un **14%** en alimentación.
- Esta previsión de aumento del consumo energético es mayor entre los responsables de compra en el hogar (**27%** vs **22%** no responsables de compra).

# Formas de aumentar confort en el hogar

Sistemasveka.com



- El **13%** considera que la mejor manera de aumentar el confort de su hogar es a través de la reforma parcial o integral de la casa.
- El **10%** considera el aislamiento del hogar como otra manera de mejorar el confort en el hogar, así como el **6%** prefiere un cambio de ventanas.

# Medidas para reducir el gasto

Sistemasveka.com



- El **38%** afirma que tomará alguna medida para reducir su factura de consumo de energía.
- Es más fuerte esta decisión entre los responsables de la compra en el hogar, jóvenes de 25 a 44 años de clase social Media Baja – Baja y residentes en Norte y Centro.

# Medidas más efectivas

Sistemasveka.com



- El **57%** opina que tener buenas ventanas aislantes es la mejor manera para lograr una reducción significativa en la factura del consumo de energía en el hogar.
- El **51%** opina que es muy importante mantener las puertas cerradas, más que reducir el número de horas de calefacción, aislar paredes / techos o programar el termostato.
- El **64%** de los hombres responsables de compra de entre 45 y 75 años sostienen que usar ventanas aislantes es la manera más eficiente de ahorrar consumo energético.

# Medio o canal de contratación

- El **61%** prefieren informarse y contratar a través de amigos, conocidos o familiares sin diferencias significativas por targets.
- El **43%** prefieren las tiendas especializadas. En un segundo nivel se prefieren las tiendas especializadas.
- Internet es más afín al público más joven (18-34 años) que es quien lo prefiere en mayor medida para buscar y contratar estos servicios.



# *Análisis del control de gasto entre la población y por variables socio-demográficas*

# Control de gasto

## Por sexo y edad

Sistemasveka.com



TOTAL

SEXO

EDAD



Hombre



Mujer

18-24

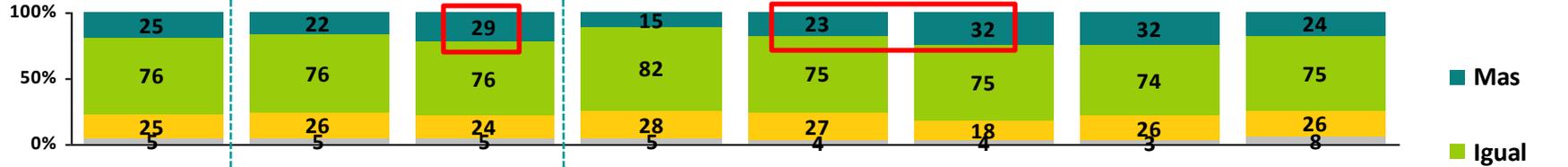
25-34

35-44

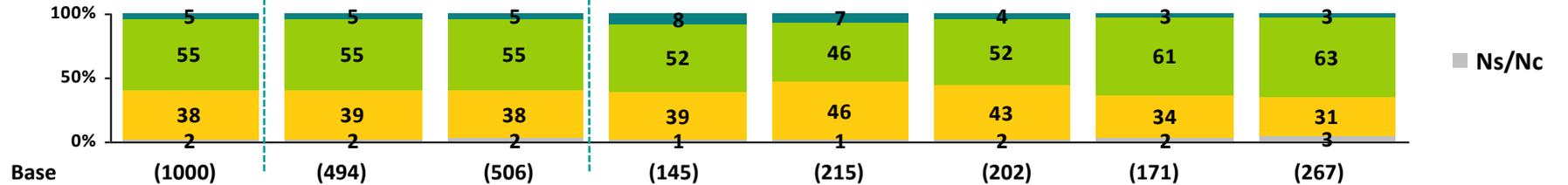
45-54

55-75

### Consumo energético (calefacción/aire acondicionado + electricidad)



### Ocio y salidas



Base

(1000)

(494)

(506)

(145)

(215)

(202)

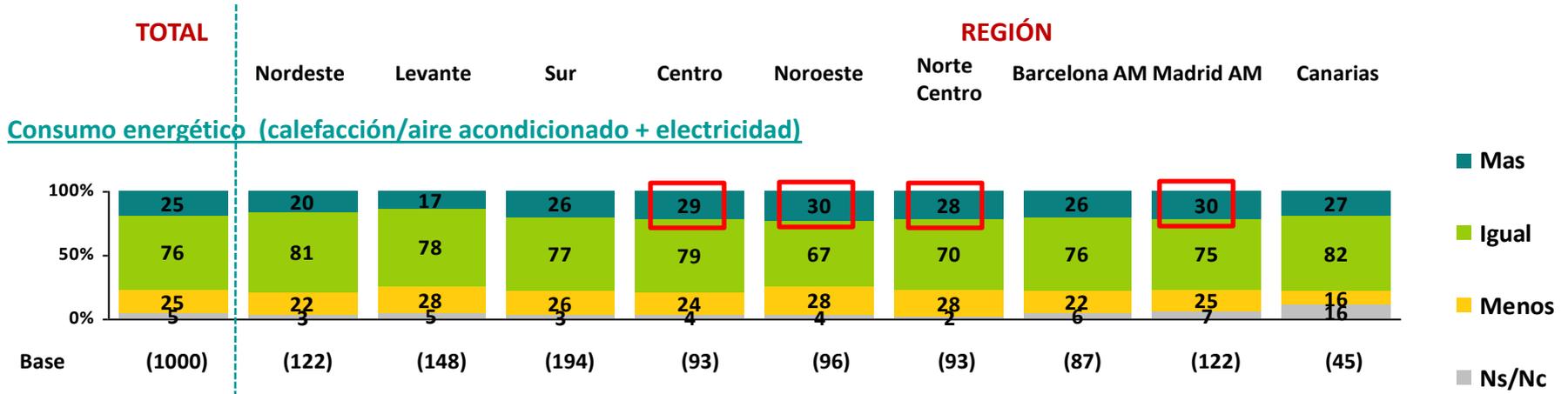
(171)

(267)

# Control de gasto

## Por región

Sistemasveka.com

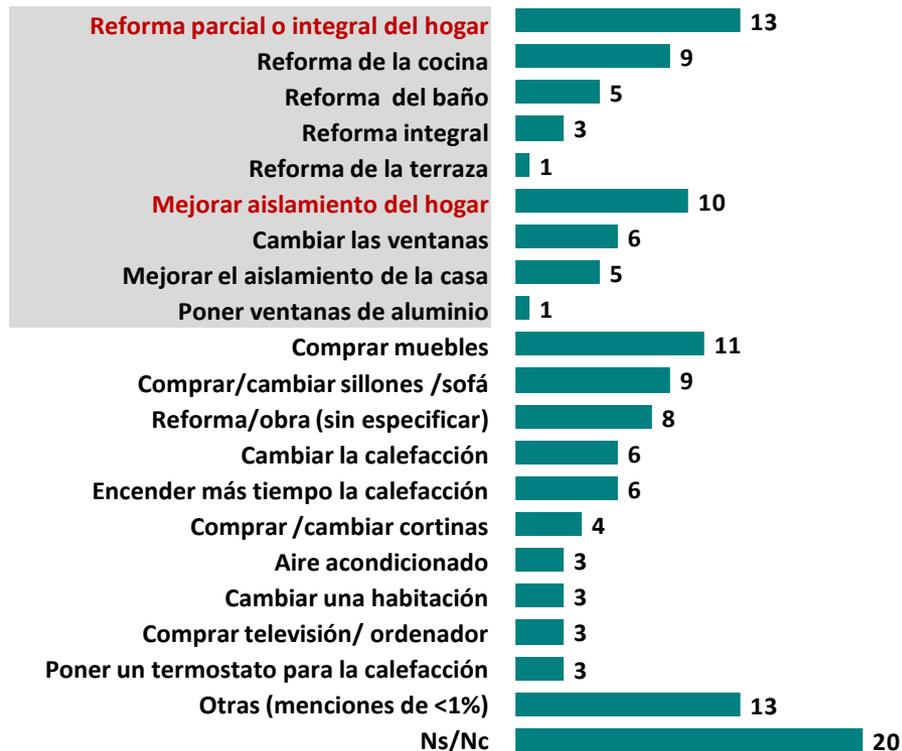


# De que manera aumentará el confort de su hogar

Base: incrementarán el confort de su hogar de cara al próximo invierno

Sistemasveka.com

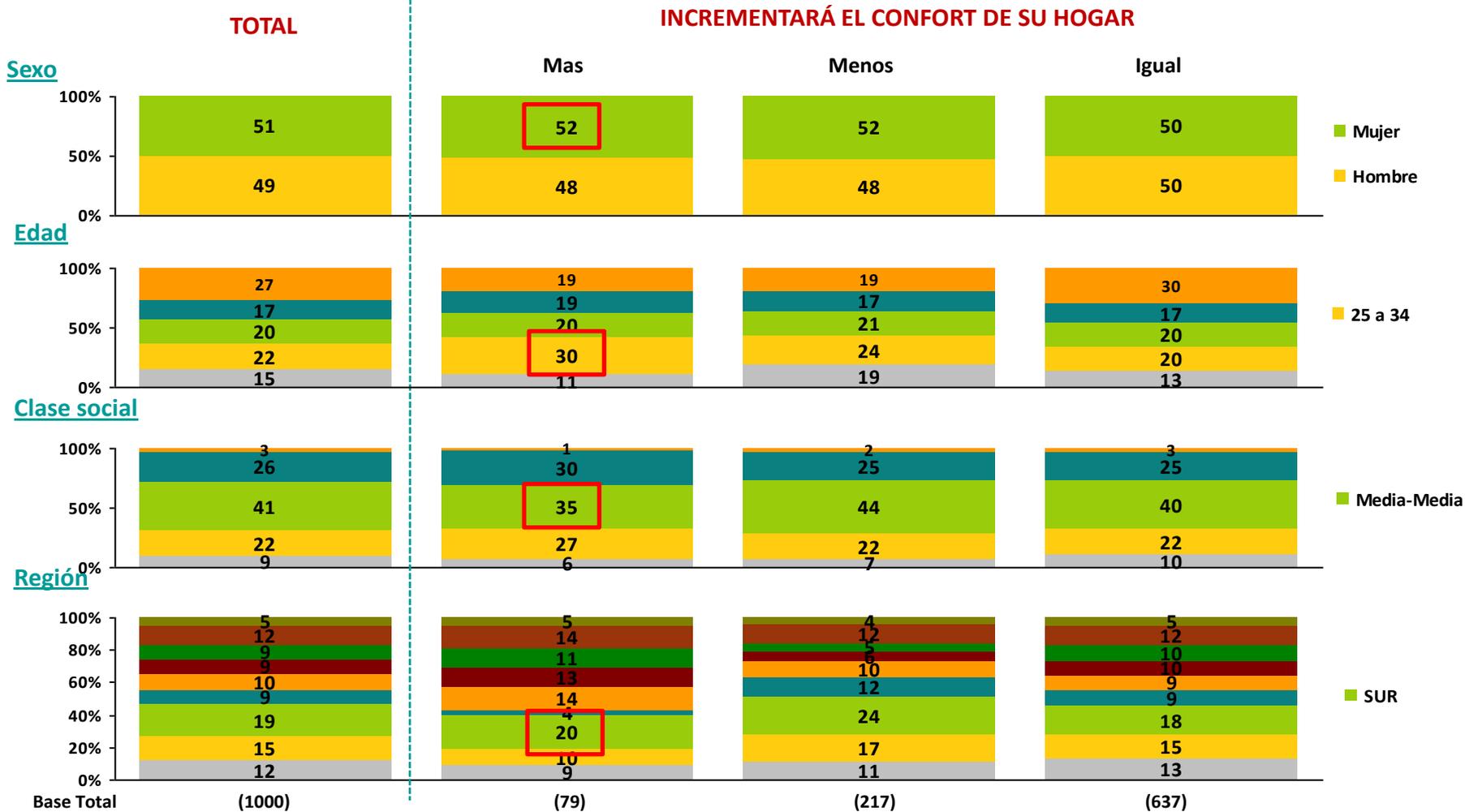
## INCREMENTARÁN EL CONFORT DE SU HOGAR EL PRÓXIMO INVIERNO



Base Incrementarán el confort de su hogar el próximo invierno (79)

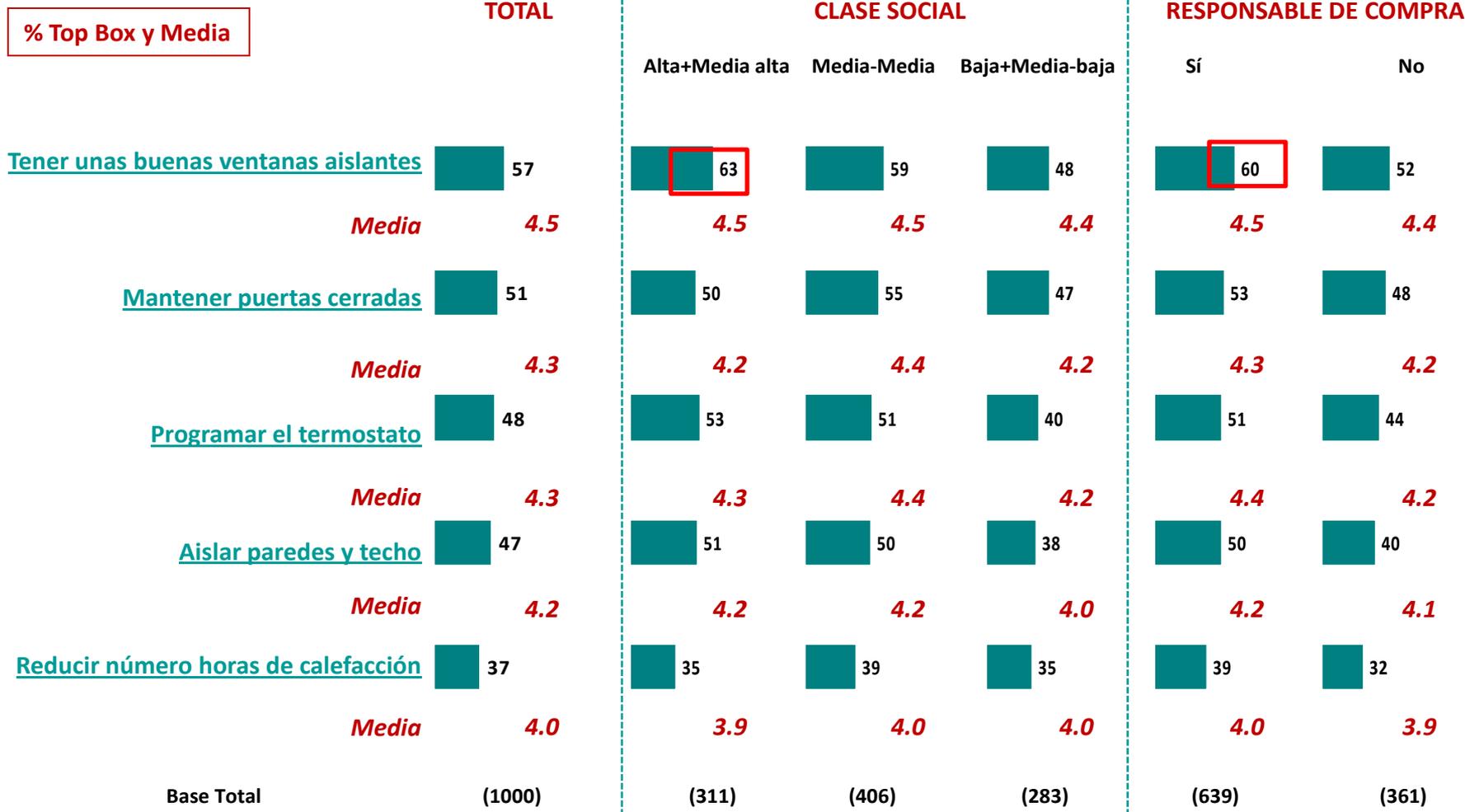
# Perfil socio demográfico de los que incrementaran el confort de su hogar el próximo invierno

Sistemasveka.com



# Valoración de la eficiencia de las medidas para reducir la factura de consumo de energía

Por Clase social y Responsable de compra  
**Sistemasveka.com**



% Top Box y Media

# Medios o canales en los que buscaría servicios para reformar su hogar Por Sexo y Edad

P5. Si tuviera que emprender alguna reforma en su hogar, por ejemplo cambiar las ventanas, y tuviera que contratar los servicios de algún profesional para ello, ¿A través de qué medios o canales buscaría este tipo de servicios?

