

Casi 9 de cada 10 españoles reconocen haber comenzado proyectos para renovar su casa en los últimos 6 meses

Según este estudio realizado en España y Francia por Mediapost, la compañía especializada en marketing relacional, a través de ISOSKELE, filial del grupo La Poste (Francia), el 89% de los españoles afirma que estos proyectos se debaten y se deciden en su casa, principalmente durante las comidas

El 89% de los españoles reconoce que ha emprendido proyectos para actualizar su hogar en los últimos 6 meses, con una media de 3,6 proyectos. De ellos, casi la mitad asegura que esos proyectos han estado relacionados con cambios en el mobiliario y la decoración, seguido de la renovación de electrodomésticos, con un 35%. A continuación, se sitúan las labores de jardinería y bricolaje, con un 32%.

Estas son algunas de las conclusiones del I Estudio Los españoles y su vivienda realizado por Mediapost a través de ISOSKELE, filial del grupo La Poste (Francia). En el caso de Francia, el porcentaje de quienes han emprendido algún proyecto en los últimos meses baja hasta el 86%, con una media de 3,2, y están principalmente relacionados con la jardinería y el bricolaje (42%) y las reformas (32%).

De hecho, el 55% de los españoles considera que, en tiempos difíciles, tener proyectos para actualizar el hogar es una buena manera para motivarse, mientras que el 53% asegura que ayuda fortalecer las relaciones con familiares y amigos. Tal es así, que más del 60% de los españoles asegura que desea acometer esos proyectos, mientras que en Francia el 43% los hace por necesidad u obligación.

De este estudio se desprende que el 90% de estos proyectos de actualización que realizan los españoles se debaten y se deciden en casa, principalmente durante las comidas, y el 60% de los españoles reconoce que, además, es en la vivienda donde surgen.

En este sentido, el perfil de los hogares donde más proyectos de renovación se realizan es aquellos con jardín o patio, en los que sus residentes llevan viviendo menos de 2 años, son menores de 35 años y conviven varias personas (y al menos uno de ellos es un niño). Por el contrario, el perfil de hogar español en el que se realizan menos proyectos es aquel en el que residen personas mayores de 35 años, que viven solas y no disponen de espacio exterior.

La opinión de nuestro entorno, clave a la hora de renovar el hogar

Como parte del proyecto, el 91% de los españoles afirma que busca información, frente a 8 de cada 10 franceses que también lo hace. En este sentido, el 75% de los encuestados españoles reconoce que ha consultado precios y promociones, mientras que un 56% asegura haber buscado información sobre las características de los productos o servicios y la mitad afirma haber consultado consejos, opiniones

y experiencias. Los precios y las promociones también es lo más consultado por los franceses, con un 64%, seguido de las características de los productos y servicios y opiniones y experiencias, ambas con un 38%. En este sentido, Internet es la principal fuente de información, a la que recurre el 34% de los españoles, seguido de los catálogos digitales (28%) y los catálogos en papel (16%).

Emprender un proyecto genera dudas y los españoles recurrimos al entorno más cercano para conocer su opinión. El 65% de las personas consultadas que viven con otras personas asegura que antes de comenzar un proyecto lo consulta con su cónyuge, mientras que el 42% lo hace con sus familiares y amigos. Por su parte, 8 de cada 10 personas españoles que viven solos reconocen que lo consultan principalmente con su entorno más cercano.

Además, un 35% tiene en cuenta las recomendaciones de profesionales y un 30%, las de otros consumidores. En el caso de Francia, el 34% de los consumidores declara confiar en las recomendaciones de amigos y familiares y un 24% en el de los profesionales y vendedores.

En este momento, más de la mitad de los españoles asegura que utiliza las comunicaciones de las marcas para debatir el proyecto. Por orden de importancia, destaca la publicidad en Internet (40%), los catálogos digitales (38%), los catálogos en papel (19%), la publicidad en televisión (17%) y la publicidad en revistas y periódicos (15%).

Catálogos digitales, en papel e Internet, fuentes de información y medios de inspiración

Los catálogos digitales y la publicidad en Internet son los medios que más inspiran e informan a los españoles para la compra de artículos para su proyecto de renovación. Le siguen los catálogos en papel, la publicidad en televisión y los correos electrónicos enviados por una marca. Por el contrario, los franceses aseguran que las recomendaciones de amigos y familiares, las recomendaciones de profesionales y vendedores y los catálogos en papel son los canales más inspiradores y le aportan información. Preguntados por los medios que más favorecen el debate y las consultas con el entorno en el momento de emprender un proyecto, en España vuelven a situarse en las primeras posiciones los catálogos digitales y la publicidad en internet mientras que en Francia destacan las recomendaciones de amigos y familiares y los catálogos en papel.

Preguntados por el interés en que las marcas utilicen ciertos medios de comunicación para transmitir información, el 29% de los españoles se decanta por los catálogos digitales, seguido por la publicidad en internet (20%) y los catálogos en papel (17%).

Jardinería y bricolaje, los proyectos que más esfuerzo requieren

Sobre el esfuerzo que debe hacerse para llevar a cabo el proyecto de renovación del hogar, los españoles lo valoran sobre un 7,4, siendo los trabajos de jardinería y bricolaje los que necesitan más esfuerzo (7,6), seguidos por los de servicios (7,5) y los de inmobiliario (7,4). Sin embargo, realizarlos se asocia con sentimientos positivos para 9 de cada 10 españoles, 3 puntos menos que en el caso de los franceses.

Llegado el momento de realizar las compras, la mitad de los españoles y los franceses asegura haber

comprado lo necesario para su proyecto en una tienda física, aunque el 85% de los españoles declara que compra por Internet igual o más que antes de la crisis sanitaria, una cifra por debajo del 92% de los franceses que así lo afirma.

El hogar, un refugio para relajarse para los españoles

Los españoles se sienten cómodos en su hogar, según se desprende de la valoración que realizan de su bienestar en el hogar, con una nota media del 7,9. Por encima de esa media se sitúan: propietarios (8,1), residentes con casas unifamiliares (8,1), los que tienen jardín (8,1) y aquellos que viven en la vivienda desde hace al menos 5 años (8). Por el contrario, los que menos cómodos se sienten son aquellos que viven de alquiler (7,5), los residentes en apartamentos (7,8), los que no disponen de espacio exterior (7,7) y los que viven hace menos de 5 años en la vivienda (7,7).

Para casi 8 de cada 10 españoles, la vivienda se ha convertido en un refugio y un lugar dónde relajarse y recargar pilas; además de un espacio para dialogar con los demás miembros del hogar (74%) y que contribuye al equilibrio y desarrollo personal (69%). En este sentido, más de la mitad de los españoles reconoce sentirse más a gusto en su casa desde la crisis sanitaria, lo que ha fortalecido el vínculo con la vivienda. Una cifra muy por encima del país vecino, donde apenas 1 de cada 5 franceses tiene este sentimiento.

Preguntados por su actividad favorita cuando están en casa, el 82% de los españoles reconoce que le gusta ver la televisión, series o películas. A continuación, se sitúan: el descanso (76%), navegar por Internet y redes sociales (67%), leer (66%), escuchar música (64%) y, por último, pasar tiempo con la familia y los amigos (63%).

El salón es la estancia favorita del 41% de los españoles, además de ser el lugar preferido para hablar acerca de los proyectos de renovación del hogar (55%). A continuación, se sitúa el dormitorio (22%), la terraza o balcón (10%), el jardín o patio (7%), el comedor (7%), el despacho (6%) y la cocina (5%).

Se puede descargar el I Estudio Los Españoles y su Vivienda completo: <https://www.mediapost.es/estudios-sobre-marketing-en-espana/los-espanoles-y-su-vivienda/>

Datos de contacto:

Redacción
91 411 58 68

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Interiorismo](#) [Marketing](#) [Sociedad](#) [Consumo](#) [Construcción](#) y [Materiales](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>