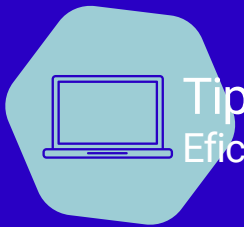


Adevinta
Spain

Bricolaje y decoración:
¿qué es lo que valoran
los usuarios que
compran productos en
este sector?



Tipo de informe
Eficacia publicitaria





¿Qué tienen en cuenta los usuarios a la hora de comprar un producto de bricolaje o decoración?

Este estudio realiza un análisis de las campañas publicitarias que se realizan en el sector del bricolaje y la decoración. En él, se evalúan cuestiones como el recuerdo publicitario y el conocimiento y posicionamiento de marca en el ámbito del bricolaje.

Universo

Individuos de 18 años en adelante con intereses en bricolaje, reformas, decoración y jardín.

Metodología

Este estudio se ha elaborado mediante entrevistas autoadministradas *online* (CAWI) con un cuestionario semiestructurado de una duración aproximada de 10 minutos.

Fecha

Febrero 2021

Muestra

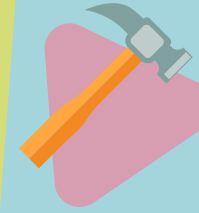
Para la elaboración de este estudio se han realizado un total de 1.000 entrevistas repartidas de la siguiente manera: 500 en pretest y 500 en postest.

Error muestral: para un nivel de confianza del 95,5 % y en las condiciones habituales de muestreo $p=q=50$ %, el margen de error es del $\pm 3,1$ % para 1.000 entrevistas.

Insights principales



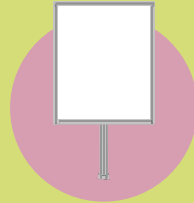
Media de 38 años



La carpintería es la especialidad que más interesa



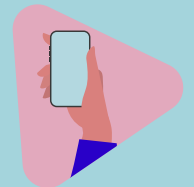
Un 55% son mujeres



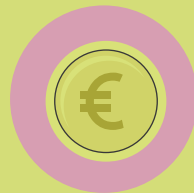
Un 36% ha visto anuncios en soportes de publicidad exterior



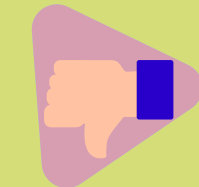
Las principales motivaciones son la calidad y la atención al cliente.



Un 69% ha visto publicidad en un soporte digital



La calidad y el precio son las cuestiones que más evalúan



Las barreras son la baja calidad de los materiales y productos.

Resumen

El estudio pone el foco en este ámbito de consumo y las marcas que forman parte de él. ¿Cómo son las personas interesadas en este tipo de publicidad? ¿Qué medios generan más asociación a la publicidad? ¿Cuáles son sus motivaciones y barreras a la hora de elegir una empresa del sector para realizar una reforma?

El perfil de persona con intereses en bricolaje, jardinería, decoración de interiores, reformas y albañilería que muestra el estudio está compuesto por:



55% son mujeres



45% son hombres



Tienen 38 años de media



Hogares con 3 personas de media

Además, residen en hogares en los que habitan, de media, tres personas y se concentran, fundamentalmente, en:

Madrid



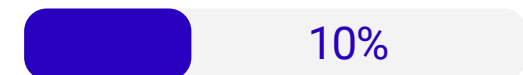
Andalucía



Cataluña



Comunidad Valenciana

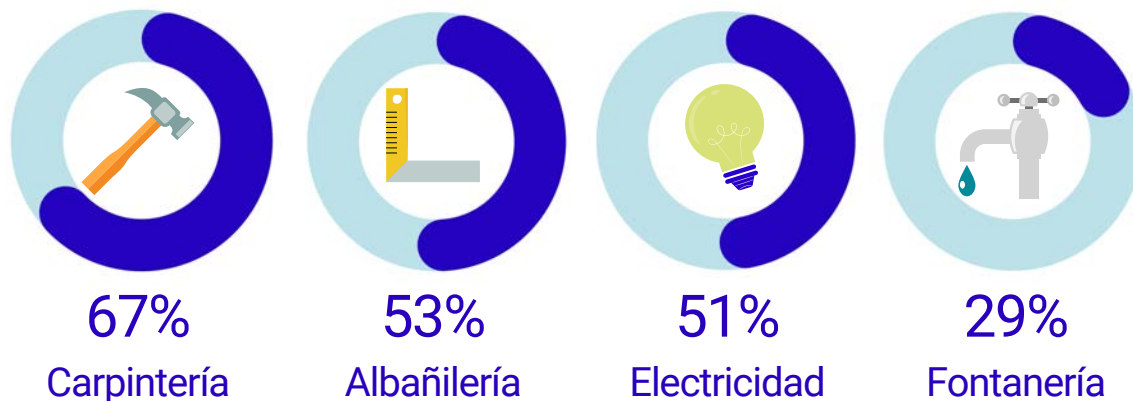


Cuando se trata de publicidad vinculada a sus intereses en bricolaje, decoración y reformas, un 69 % recuerda haberla visto en algún soporte digital como, por ejemplo, las redes sociales, banners o anuncios emergentes. Además, el soporte que más destaca es el de la publicidad exterior, donde un 36 % recuerda haber visto publicidad.

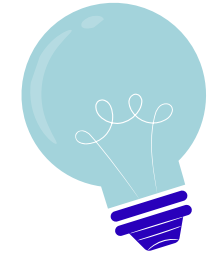
Las claves para tomar una decisión: la calidad del producto y su precio

Dentro de este sector hay diferentes especialidades y no todas ellas generan el mismo interés entre los usuarios.

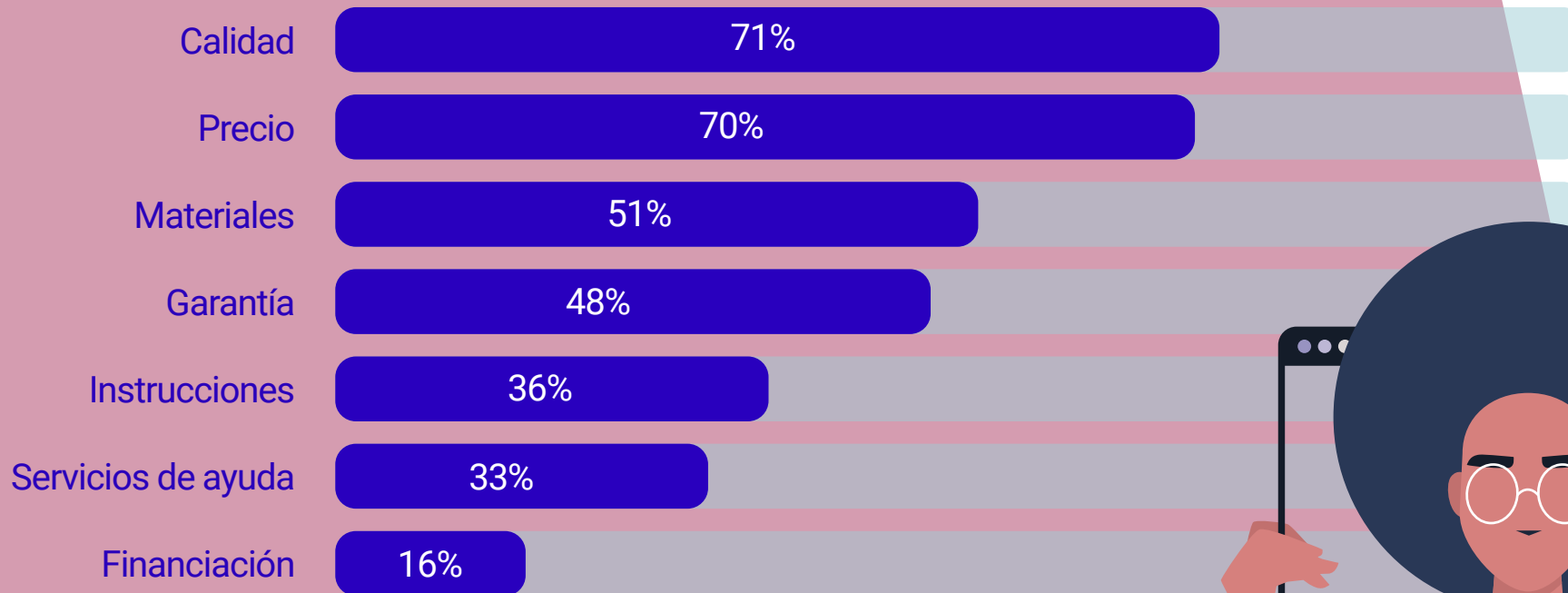
Qué especialidades son las que despiertan más interés?



¿Qué tienen en cuenta antes de la compra?

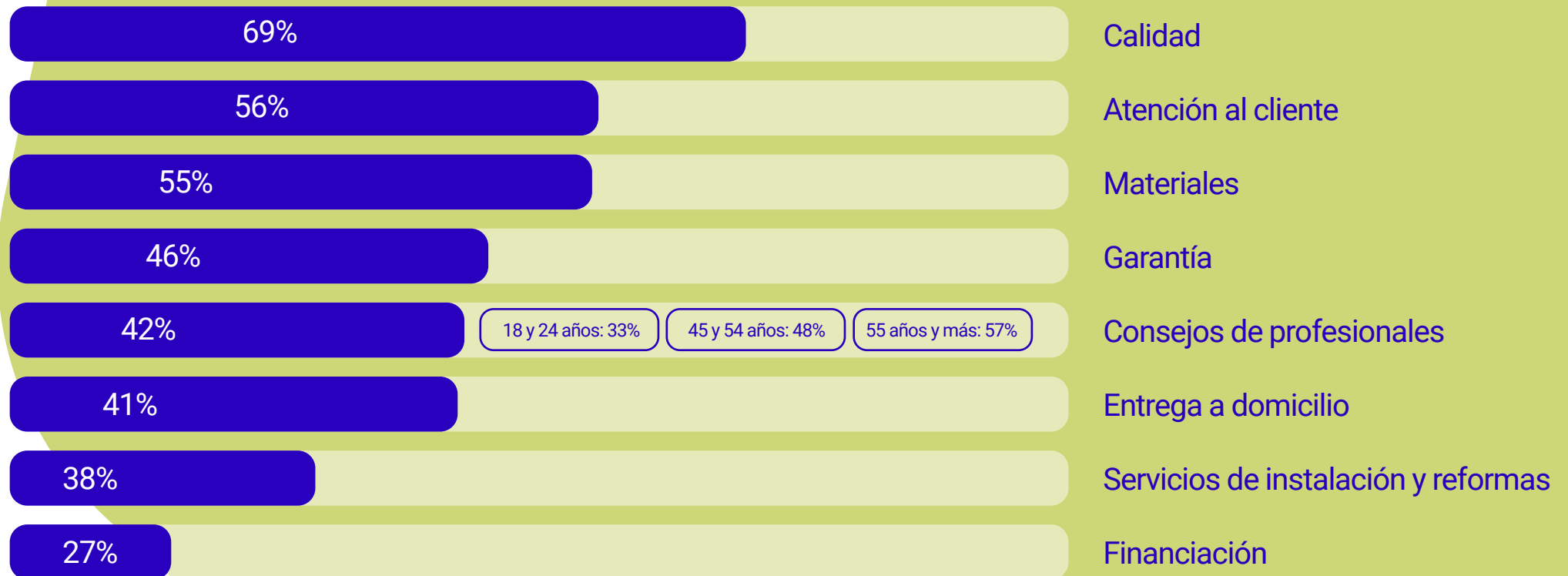


Dentro del proceso de compra de un producto, antes de dar el paso final, hay algunos aspectos que consideran:

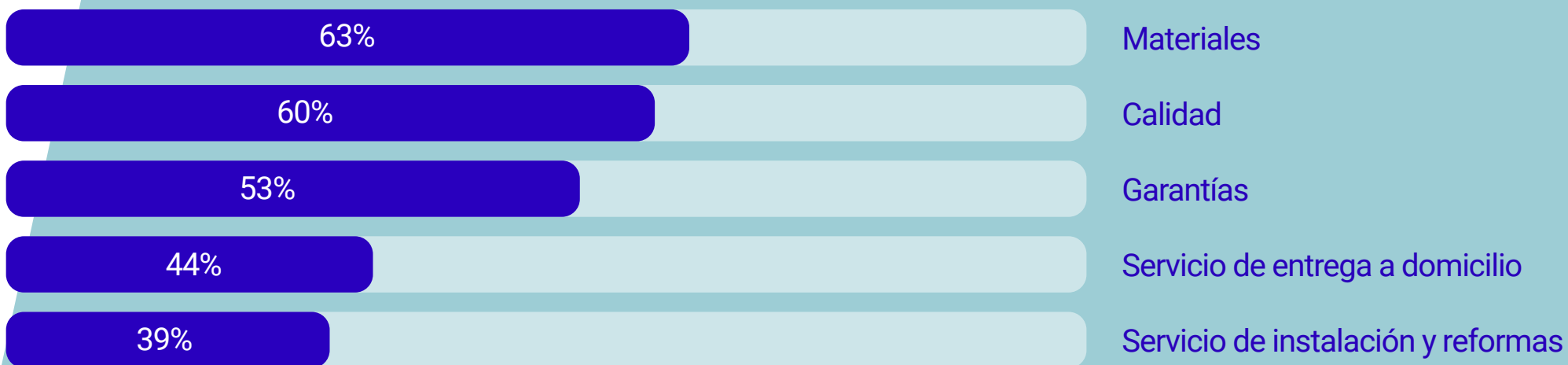


¿Cuáles son los principales motivos para elegir una empresa de reformas, bricolaje, decoración de interiores y jardín?

Por otro lado, cuando se trata de elegir una empresa concreta de reformas, bricolaje, decoración de interiores y jardín, las variables son diferentes. En este caso, los principales drivers de compra son:



Barreras que frenan la compra





Adevinta Spain

fotocasa [habitaclia](#) [InfoJobs](#)

[coches.net](#) [motos.net](#) [milanuncios](#)