

# Il Estudio de Comparación Online hacia el Ahorro Inteligente



[Rastreator.com](https://rastreator.com)

# Índice

-	<b>Resumen ejecutivo</b>	3
-	<b>Carta de Elena Betés, CEO de Rastreator.com</b>	5
1.	<b>Ahorro</b>	6
1.1.	¿Qué influye en nuestra capacidad de ahorro?	8
2.	<b>Comparación</b>	11
3.	<b>Seguros</b>	16
3.1.	Los seguros y el canal online	18
3.2.	Los asegurados españoles, más exigentes y menos fieles	19
3.3.	Seguros de Automóvil	20
3.4.	Seguros de Hogar: la protección de nuestra vivienda	21
3.5.	Seguros de Vida: suspenso en España	21
3.6.	Seguros de Viaje: la tranquilidad de viajar asegurado	22
4.	<b>Telefonía</b>	23
4.1.	Comparar antes de contratar	24
4.2.	Un cliente siempre alerta y vigilante	25
4.3.	Usuarios intensivos del teléfono móvil	26
5.	<b>Finanzas</b>	27
5.1.	Los españoles planifican sus gastos y sus ingresos	28
5.2.	La necesidad de endeudarse	29
5.3.	Lo que más preocupa a los españoles	29
5.4.	Bajo nivel de cultura financiera	30
6.	<b>Energía</b>	31
6.1.	El consumo de energía, una preocupación de los españoles	32
6.2.	Medidas para ahorrar en la factura eléctrica	33
6.3.	Más atentos a las facturas	33
6.4.	Los españoles premian la transparencia	34
6.5.	El consumidor inquieto y exigente	35
-	<b>Metodología y Bibliografía adicional</b>	36

# Resumen ejecutivo

## Introducción

- Este es el segundo estudio de Rastreator.com que aborda los hábitos de comparación y ahorro entre los españoles, tanto de forma individual como en los sectores de seguros, telefonía, finanzas y energía.
- En España existe una sólida propensión al ahorro, que se manifiesta tanto en la voluntad de reservar parte de la renta disponible para futuras compras o imprevistos, como en la búsqueda de las mejores ofertas, comparando los precios de manera detallada.
- Estamos ante un mercado maduro en el que los consumidores saben lo que quieren, son cada día más exigentes y demandan información de calidad que les ayude en la toma de sus decisiones de compra.

## 1. Ahorro

- **El porcentaje de ahorradores ha crecido levemente:** mientras que el I Estudio de Comparación Online hacia el Ahorro Inteligente de 2014 revelaba que el 65,9% de los españoles ahorraba algo cada mes de forma estable, este año el porcentaje ha subido hasta situarse en el 67%. Además, la percepción ciudadana sobre su situación económica personal empieza a ser más optimista.
- Sin embargo, el estudio constata que la capacidad de ahorro todavía es muy reducida (un tercio de los encuestados asegura no ahorrar absolutamente nada al mes) y que los principales motivos que dificultan el ahorro son más económicos que culturales.

## 2. Comparación

- **El uso de los comparadores se ha popularizado entre los consumidores.** Antes de comprar, reservar o contratar un producto o servicio, **nueve de cada diez encuestados compara los precios** tanto online como visitando diferentes establecimientos.
- El 83,9% opina que los comparadores le ayudan a ahorrar, siendo viajes, seguros y tarifas telefónicas los productos más comparados por los consumidores.

### 3. Seguros

- A lo largo de los últimos cinco años, y a pesar del estancamiento que ha sufrido el sector, los españoles siguen confiando en los seguros como la mejor opción para transferir el riesgo a terceros y poder hacer frente a imprevistos futuros: el 61,8% de ellos ha contratado algún seguro por primera vez en este tiempo.
- En este entorno se van incorporando **nuevos hábitos en la búsqueda de las mejores coberturas y en el proceso de contratación** de las pólizas, consolidándose la figura del “asegurado 2.0”.

### 4. Telefonía

- **El sector de las telecomunicaciones español es un mercado altamente dinámico y lleno de oportunidades.** Los nuevos operadores compiten por unos consumidores cada vez más críticos, más informados y con mayor capacidad de discriminación entre las diferentes ofertas.
- Los clientes evalúan de manera permanente el servicio que los operadores les ofrecen, siguen comparando y evaluando otras opciones y no descartan cambiar de operador si encuentran ofertas más atractivas.

### 5. Finanzas

- **Los españoles planifican sus gastos y sus ingresos** aunque, a pesar de la planificación, tres cuartos de los ingresos que tienen se destinan a gastos inmediatos o a pagar deudas, y solo un 17% se destina al ahorro, lo que **les obliga a endeudarse para poder afrontar gastos más ambiciosos.**
- Existe un **bajo nivel de cultura financiera**, lo que hace que tomar decisiones de ahorro no resulte sencillo. Por ello, recurren a los comparadores para evaluar las diferentes ofertas del mercado.

### 6. Energía

- La factura energética de los hogares españoles no ha dejado de incrementarse a lo largo de los últimos años haciendo que el consumo de luz y gas sea una de las grandes preocupaciones de los ciudadanos (**el 83,1% se siente preocupado por el continuo aumento de su factura energética**).
- La gran mayoría de los encuestados toma medidas cotidianas orientadas a reducir su consumo.

# Carta de Elena Betés, CEO de Rastreator.com



Elena Betés, Directora General de Rastreator.com

Desde que Rastreator.com llegara a España en 2009, los consumidores españoles siempre se han mostrado muy receptivos a la hora de incorporar nuestra herramienta a sus procesos de decisión de compra. Si hace unos años introducíamos en el mercado español nuestro comparador de seguros, pronto extendimos nuestra oferta a sectores como el de telefonía, finanzas y este último año, el de la energía.

Tradicionalmente los consumidores comparaban productos y servicios, contrastando sus principales características y también sus precios. Pero las nuevas herramientas online iban a facilitar este proceso, reforzando así el hábito de la comparación. Así, lo que en su momento fue una herramienta novedosa se ha consolidado ya como un recurso de uso cotidiano de gran utilidad a la hora de contrastar ofertas contribuyendo al hábito de buscar, comparar y seleccionar la mejor opción, ahorrando tiempo y dinero.

Pero yendo más allá, **el II Estudio de Comparación Online hacia el Ahorro Inteligente** identifica un nuevo salto cualitativo en el uso de los comparadores online. Si antes el consumidor español comparaba precios y características antes de comprar un producto o contratar un servicio, el estudio de este año revela que el consumidor compara información regularmente, después de haber realizado la compra, para verificar y controlar que la opción que tomó sigue siendo la óptima y la mejor posible.

En este sentido el Estudio destaca y describe la emergencia de un consumidor cada vez más crítico y menos fiel a marcas, que busca información de manera permanente y que está dispuesto a cambiar de proveedor si encuentra una oferta que se adapte más a su perfil y a sus necesidades. Este consumidor exigente encuentra en herramientas como Rastreator.com el aliado perfecto para monitorizar el mercado e identificar ofertas y oportunidades.

Esto supone sin duda un reto para las empresas y las marcas que se ven obligadas a innovar permanentemente, a mejorar sus ofertas y a revisar sus precios para poder seguir siendo competitivos y contar con la confianza de sus clientes. Gracias a los comparadores online, los consumidores pueden localizar, administrar y gestionar fácilmente la información que necesitan para tomar decisiones de compra, y esto los sitúa en una posición privilegiada en la relación que establecen con productos y marcas.

Los resultados de este Estudio muestran cómo en este nuevo entorno, caracterizado por la transparencia y la facilidad de acceso a información relevante, el consumidor detenta el poder como nunca antes, y desde Rastreator.com no podemos estar más satisfechos de haber contribuido a ello.

Elena Betés Novoa,  
CEO de Rastreator.com

1.

Ahorro



[Rastreator.com](https://rastreator.com)

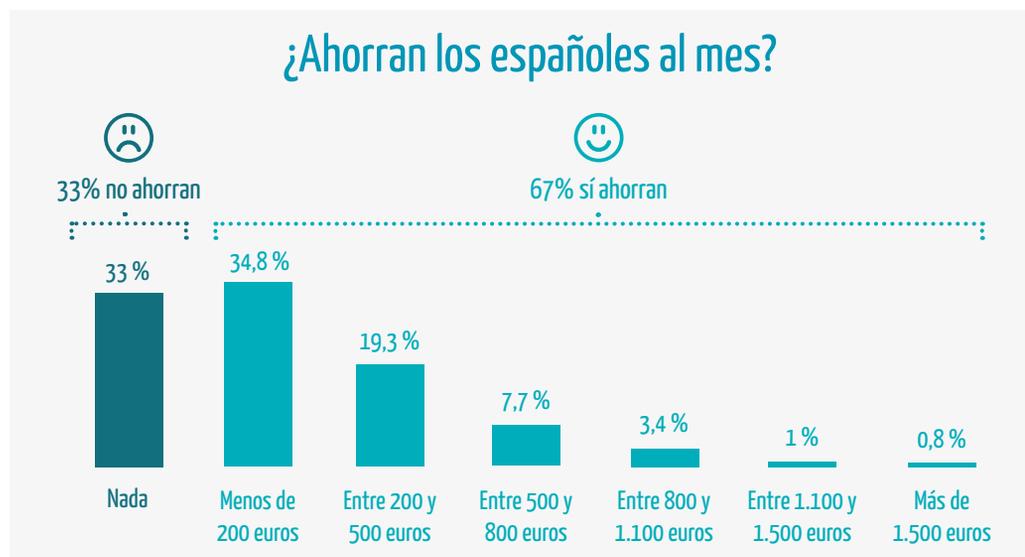
# 1. Ahorro

Todos sabemos que ahorrar pequeñas cantidades cada mes nos permite poder afrontar en un futuro gastos o inversiones importantes, como la compra de un coche o un merecido viaje de placer, e incluso hacer frente a imprevistos. Sin embargo, no siempre resulta fácil ahorrar. Los datos de Contabilidad Nacional Trimestral de España del cuarto trimestre de 2014 del INE indican que la capacidad de ahorro de los hogares ha aumentado un 0,7% respecto al mismo periodo de 2013, situándose en el 13,8% de su renta disponible. **Se empiezan a ver pequeños signos de recuperación económica y el consumo de las familias se está reactivando**<sup>1</sup>. Esta circunstancia, sumada a la confianza en la evolución económica, condiciona en gran medida nuestra capacidad y nuestra propensión al ahorro.

Si el I Estudio de Comparación Online hacia el Ahorro Inteligente de 2014 revelaba que el 65,9% de los españoles ahorra algo cada mes de forma estable, este año el porcentaje ha subido ligeramente, hasta situarse en el 67%. Esto se explicaría, en parte, por la mejora de la percepción que los españoles tienen sobre su situación económica personal.

En 2014, el 59,2% de los ciudadanos afirmaba estar peor que 5 años atrás; este año el porcentaje ha caído 10 puntos porcentuales, situándose en el 49,4%. En el otro extremo, el 18,9% admite estar mejor que hace cinco años, mientras que este porcentaje no llegaba al 15% el año pasado (14,4%). Estos datos, junto a las previsiones de crecimiento del 2,3% en España para el 2015 publicadas por la Comisión Europea<sup>2</sup>, **invitan al optimismo y hacen prever un año con mejoras en el ahorro y en la percepción ciudadana de su situación.**

Si bien el porcentaje de ahorradores ha crecido levemente este año, **no todos ahorramos igual**. El 67% de los españoles encuestados asegura que ahorra una cantidad de dinero todos los meses, indicando que consiguen ahorrar de media al mes menos de 500 euros el 54% de los encuestados, mientras que tan sólo el 13% ahorra más de 500 euros. Cabe destacar que un tercio de los encuestados asegura no ahorrar absolutamente nada al mes.



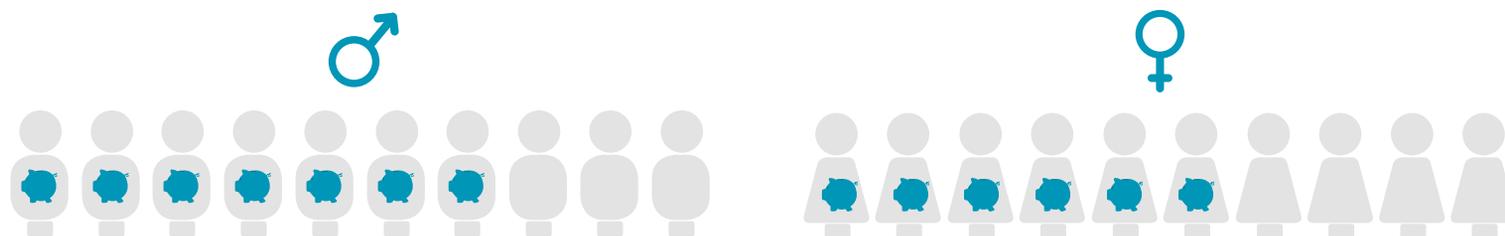
<sup>1</sup> Datos del INE sobre gasto en el consumo final de los hogares españoles en el cuarto trimestre de 2014: <http://www.ine.es/daco/daco42/ctnfsi/ctnfsi0414.pdf>

<sup>2</sup> Previsión de la Comisión Europea para España del 5 de febrero de 2015: [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-15-4085\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-4085_en.htm)

Los más ahorradores serían los jóvenes de 18 a 24 años, de los que ocho de cada diez admite ahorrar algo cada mes, frente al 74,2% de jóvenes de 25 a 34 años, el 64,8% de los adultos de 35 a 44 años o el 62,4% de los mayores de 55 años.

**Tampoco ahorramos todos lo mismo.** Si el 34,7% de los españoles ahorra menos de 200 euros mensuales, este porcentaje crece hasta el 44,5% entre los jóvenes de 18 a 24 años. Entre los que ahorran más de 200 euros encontramos a los jóvenes de entre 25 y 34 años, de los cuales el 40% consigue ahorrar más de esta cantidad cada mes.

Por sexos, nos encontramos con una brecha destacable; **si el 71,4% de los hombres afirma ahorrar algo cada mes, sólo el 62,5% de las mujeres lo consigue.** La estructura laboral del país y la discriminación salarial que padecen las mujeres parecen ser las causas de este obstáculo añadido, que dificulta que las mujeres puedan destinar parte de su renta al ahorro.



**Tampoco toda España tiene la misma actitud o capacidad de ahorro.** Mientras que el 81,6% de los asturianos y el 72,8% de los castellano-leoneses afirman ahorrar algo cada mes, solo el 61,8% de los gallegos y el 55% de los castellano-manchegos consiguen hacerlo.

## 1.1. ¿Qué influye en nuestra capacidad de ahorro?

“La mitad de los ciudadanos no puede ahorrar porque no tiene dinero suficiente frente al 70% de 2014”

**Los principales motivos que dificultan el ahorro son más económicos que culturales.** Así, la mitad de los ciudadanos (el 52,3%) reconoce no poder ahorrar porque no tiene dinero suficiente. Esta cifra contrasta con la del año pasado, que alcanzaba casi el 70% (68,6%). En el otro extremo, el 14,6% afirma sentirse satisfecho con su nivel de ahorro y declara poder ahorrar lo necesario. Otro 14,2% prefiere no ahorrar y darse pequeños caprichos puntuales.

En general, **los españoles hemos recortado gastos en la cesta de la compra para poder tener un presupuesto más equilibrado.** Podemos ver que las partidas de ocio son las que más se han visto reducidas. Seis de cada diez españoles ha gastado menos que el año pasado en salidas de ocio nocturno. Lo mismo ocurre con las salidas a restaurantes (56,4%) y los gastos de viajes y vacaciones (51%). Otros gastos como las compras de productos electrónicos también se han visto afectados y casi la mitad de los españoles (el 47,8%) los han recortado.

“El gasto que más ha aumentado en el presupuesto de las familias ha sido el de la factura de la luz”

Los gastos que han aumentado en el presupuesto de las familias han sido la factura de la luz, con un incremento del 57,3%, seguido del gasto en gasolina y transporte (29,4%), alimentación (22,6%), seguros de hogar (22%), telefonía móvil (19,6%) y seguro del coche (19,2%).

De cara a reducir estos gastos recurrentes, los españoles han tomado diferentes medidas de ahorro: consumir menos, cambiar de proveedor y buscar los mejores precios comparando las diferentes ofertas del mercado.



Consumir menos



Cambiar de proveedor



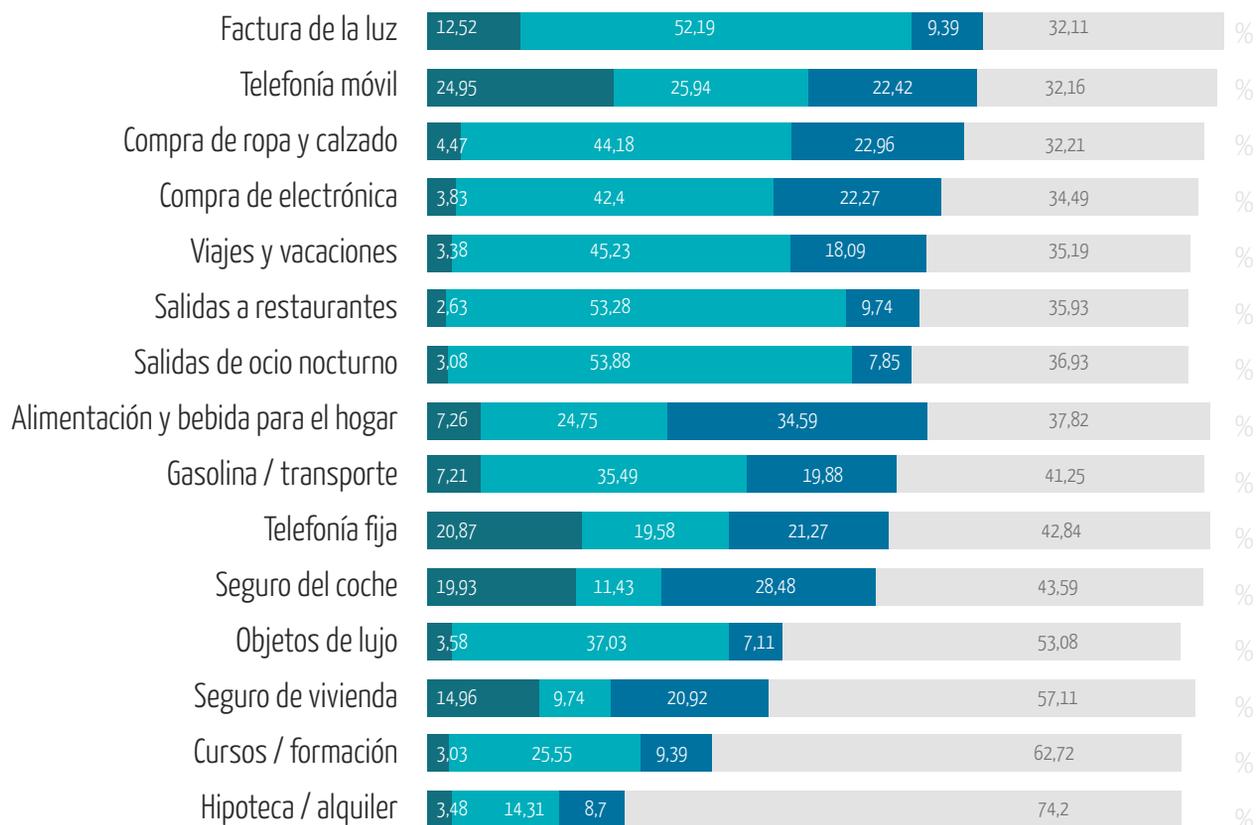
Buscar los mejores precios  
comparando las diferentes  
ofertas del mercado

En relación al **consumo**, el 53,8% de los españoles ha tomado medidas activas para reducirlo en sus actividades de ocio nocturnas. Lo mismo ha hecho el 53,2% con sus visitas a restaurantes y el 52,1% con el consumo de la luz en el hogar.

La segunda medida que han adoptado los españoles en este último año ha sido la de **cambiar de proveedor**, buscando otro más económico. Es el caso del 24,9% de los españoles, que ha cambiado de operador de telefonía móvil; del 20,8%, que ha cambiado de operador de telefonía fija; y del 19,9%, que ha buscado otra aseguradora para su automóvil.

Con referencia a **buscar los mejores precios comparando las diferentes ofertas en el mercado**, el 34,5% de los españoles ha dedicado más tiempo a comparar los precios, buscando las ofertas más interesantes. Igualmente el 28,4% ha comparado con más atención las tarifas de los seguros del coche, el 22,9% ha comparado los precios de ropa y calzado y el 20,9% ha hecho lo mismo con las tarifas de los seguros de la vivienda.

## Durante el último año, ¿dirías que has adoptado alguna medida para ahorrar en alguno de los siguientes gastos?



Sí, cambiar de proveedores



Sí, reducir consumo



Sí, comparar otros precios



Ninguna

Podemos entender que **entre los españoles existe una sólida propensión al ahorro**, que se manifiesta tanto en la voluntad de reservar parte de la renta disponible para futuras compras o imprevistos, como en la búsqueda de las mejores ofertas, comparando los precios de manera detallada. Así lo expresa el 40,9% de los españoles, que opina que existe una cultura del ahorro en España. Los castellano-manchegos con un 48,3% los aragoneses (48,2%) y los gallegos (44%) son los más convencidos de esto.

Dentro de esta cultura de ahorro, la previsión y búsqueda de las mejores ofertas encontrarán su espacio y se consolidarán las nuevas plataformas de comparadores, que han contribuido sin duda al ahorro, al aportar transparencia al mercado y al ofrecer información rigurosa sobre los precios a los consumidores.

2.

# Comparación



Rastreator.com

## 2. Comparación

Los hábitos de comparación de precios están arraigados entre los consumidores españoles, que quieren encontrar en el mercado las mejores ofertas que se adapten a sus necesidades y cumplan sus expectativas. En este sentido, **antes de comprar, reservar o contratar un producto o servicio, nueve de cada diez españoles afirman comparar los precios tanto online como visitando diferentes establecimientos.** Por edades, los jóvenes de 18 a 24 años son los que más se informan sobre los precios y el 94,5% de ellos compara precios antes de tomar una decisión de compra, por encima de los jóvenes de 25 a 34 años (91,2%), los adultos de 35 a 44 (91,7%), los adultos de 45 a 54 (93,4%) o los mayores de 65 años, de los cuales el 89,9% los compara.

“Nueve de cada diez españoles compara los precios antes de comprar, reservar o contratar un producto o servicio”



Por comunidades autónomas, los que más comparan precios son los extremeños (97,7%), seguidos de los gallegos (94,9%) y los asturianos (93,8%). Sin embargo son los andaluces (90%), los castellanoleonés y los canarios (90,3% respectivamente) los que están a la cola, aunque en realidad el porcentaje de personas que comparan es muy alto en todas las comunidades autónomas.

Es destacable observar cómo **los consumidores con estudios superiores son los que más comparan los precios** antes de decidirse a realizar una compra. En este sentido, el 94,2% de los que tienen estudios superiores compara los precios frente al 81,8% de los que tienen estudios básicos.



“Los consumidores con estudios superiores son los que más comparan los precios”

Por tipología de productos y servicios comparados, el 65% de los españoles compara los precios de los hoteles antes de reservar una habitación, el 61,8% los precios de productos de electrónica y el 55,1% los billetes de avión. A estos les siguen los que indican que suelen comparar precios antes de contratar servicios de acceso a internet (47,9%) o comprar ropa, calzado y textil (34,7%). Por otro lado y en menor medida (13,4%), los encuestados afirman comparar precios en fontanería, pintura, albañilería, etc.

Son las mujeres quienes en mayor medida que los hombres suelen comparar hoteles, billetes de avión, ropa, calzado y textil y ocio, cine y teatro, mientras que **los hombres se decantan más por comparar productos de electrónica.**

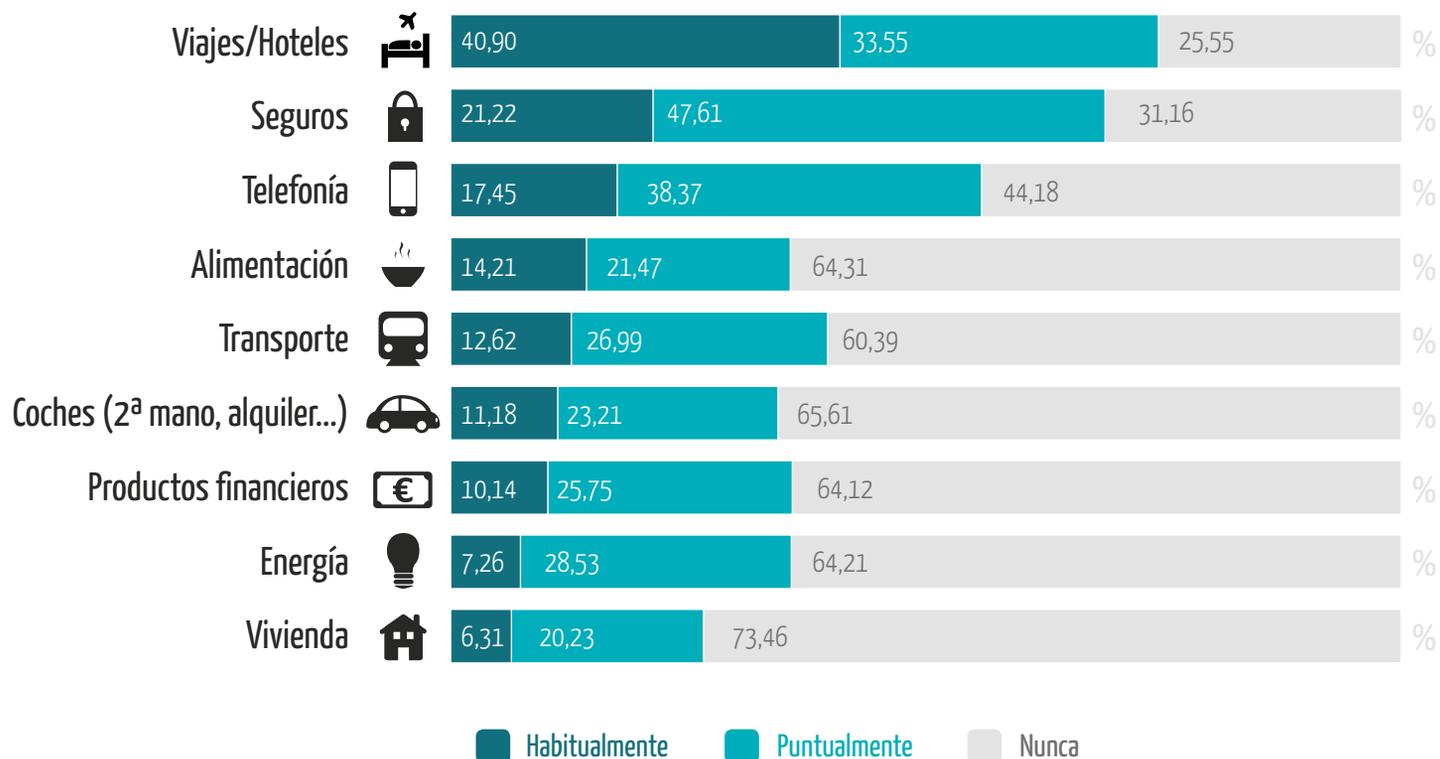
Podemos sostener que la práctica **de la comparación con carácter previo a la decisión de compra se ha generalizado en todas las esferas del consumo** y que las comparativas se incorporan de manera natural a cualquier proceso de compra.

Sin duda, estas comparativas de precios se han visto facilitadas por los portales online especializados como Rastreator.com, que se han incorporado al mercado en los últimos años. De hecho, el 83,9% de los españoles opina que estos comparadores les ayudan a ahorrar. Este dato representa un aumento de un punto porcentual con respecto al I Estudio de Comparación Online hacia el Ahorro Inteligente del año pasado (82,5%). Por comunidades autónomas, los extremeños son los más convencidos de que los comparadores son una ayuda para ahorrar (93,3%), seguidos de los murcianos (90,1%) y los castellano-manchegos (89,9%).

Así vemos cómo se impone el número de españoles que declara haber recurrido alguna a vez a los comparadores para informarse antes de tomar una decisión de compra. Tres de cada cuatro consumidores (74,5%) lo han hecho para comparar viajes, el 68,8% para seguros y el 55,8% para tarifas telefónicas y un 35,7% para alimentación.

**Son las personas con mayores ingresos en sus hogares quienes en mayor medida que el resto piensan que los comparadores les ayudan realmente a ahorrar.**

### ¿Qué productos son los más comparados por los consumidores?



Por otro lado, otros productos y servicios se van incorporando al porfolio de los comparadores y tienen ya una aceptación significativa por parte de los consumidores. Es el caso de los productos financieros o las tarifas energéticas, que son comparados por el 35,8% de los españoles respectivamente. Vemos que poco a poco **cualquier producto o servicio es susceptible de ser comparado** y surgen nuevas oportunidades para los comparadores online.

“Seis de cada diez españoles empezaron a comparar precios con la llegada de los comparadores online”



Sin embargo, los españoles no solo recurren a los comparadores para informarse sobre los precios de productos y tarifas de los servicios; también los utilizan para comprarlos y contratarlos. En este sentido, más de la mitad de los españoles (50,1%) ha reservado viajes a través de comparadores, el 32,3% ha suscrito un seguro, el 27,2% ha firmado un contrato de transporte y el 26,1% ha contratado un servicio de telefonía utilizando estas plataformas.

### ¿Qué contrataciones son las más realizadas mediante comparadores?



Podemos constatar por tanto que **el uso de los comparadores se ha popularizado entre los consumidores** españoles, cuyas expectativas han crecido y exigen más cada día a sus comparadores de referencia. De este modo, los comparadores necesitan ofrecer información rigurosa, amplia y objetiva para ganarse la confianza de los consumidores. En general, los ciudadanos valoran muy positivamente todos los aspectos sugeridos relacionados con los comparadores online y si les pedimos que puntúen de 1 a 5 diferentes características de los comparadores, podemos ver cómo las **características más valoradas** son:



Que el precio que éstos presentan se corresponda con la realidad (4,51)



Que muestren diferentes opciones de forma objetiva (4,3)



Que la oferta de compañías y servicios sea amplia y representativa del mercado (4,2)



Por el contrario, no tienen tanto en cuenta que se lo recomiende un amigo o conocido (3,2)

Estamos pues ante un mercado maduro en el que los consumidores saben lo que quieren, son cada día más exigentes y demandan información de calidad que les ayude en la toma de sus decisiones de compra.

3.

Seguros



[Rastreator.com](https://rastreator.com)

## 3. Seguros

Los seguros son la mejor opción para transferir el riesgo a terceros y poder hacer frente a imprevistos futuros que afecten nuestra vida cotidiana o nos incapaciten para seguir trabajando ya sea de manera temporal o permanente. Así lo considera la mayoría de los españoles como indica el hecho de que a lo largo de los últimos cinco años, y a pesar del estancamiento que ha sufrido el sector coincidiendo con la crisis económica, el 61,8% de ellos reconoce haber contratado algún seguro por primera vez.

Por otro lado, los ingresos de las entidades aseguradoras por la venta de pólizas ascendieron a más de 55.000 millones de euros por primas durante el 2014 según UNESPA, dato que indicaría la madurez de un sector muy dinámico que se va incorporando a todas las áreas de nuestras vidas. Sin embargo, no todos los datos son positivos, ya que esta cifra experimenta un retroceso del 0,8% con respecto al ejercicio anterior, lo que supone una contracción de los ingresos al cierre de 2014.

Podemos observar esta coyuntura en el hecho de que **el 43,4% de los españoles afirma haber dado de baja algún seguro sin sustituirlo por otro.**



### 3.1. Los seguros y el canal online

En este mercado cambiante y en permanente evolución se van incorporando **nuevos hábitos en la búsqueda de las mejores coberturas y en el proceso de contratación** de las pólizas. En este sentido, ocho de cada diez españoles siguen acudiendo a la oficina física para contratar un seguro, pero ya más de la mitad afirma contratarlo online. Este dato contrasta con el escaso 18% que recogía la edición 2014 de este mismo Estudio, observándose una gran subida de más de 30 puntos porcentuales y consolidándose la figura del “asegurado 2.0” en nuestro país.

“Más de la mitad de los españoles contrata sus seguros online”

Por comunidades autónomas, los canarios serían los que más recurren a internet para contratar un seguro (64,5%) al contrario que los gallegos y castellano leoneses que son los más reacios a hacerlo (60,2%).

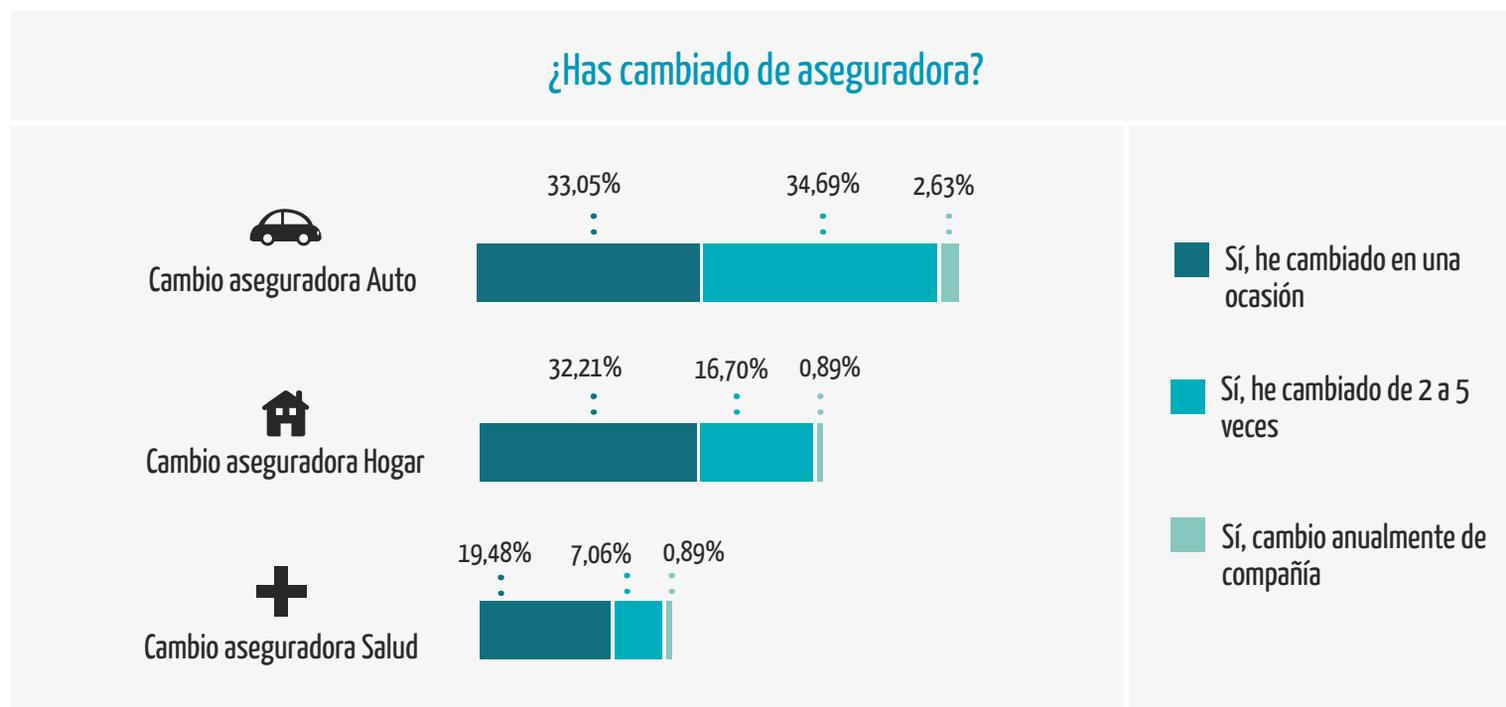
Al mismo tiempo, un 85,3% se informa previamente de las mejores opciones, compara y contrasta ofertas a través de internet.

#### ¿Cómo elegimos nuestros seguros?



## 3.2. Los asegurados españoles, más exigentes y menos fieles

La actitud de los asegurados ha cambiado a lo largo de los años y ahora son más críticos, exigentes y más atentos a las características de los productos que contratan. En este sentido, si los asegurados encuentran mejores ofertas o dejan de estar satisfechos con las condiciones de sus actuales pólizas están dispuestos a cambiar de seguro y **no son fieles a sus actuales aseguradoras**. Eso explicaría que siete de cada diez españoles haya cambiado de compañía aseguradora de su automóvil. Les siguen los que han cambiado alguna vez su seguro de Hogar (49,8%) y su seguro de Salud (27,5%).



Esta actitud de búsqueda permanente de las mejores ofertas se observa de manera clara en el mercado de los seguros de Automóvil. Aquí, un escaso 19,3% reconoce haber estado siempre con la misma aseguradora. Lo mismo ocurre con los seguros del Hogar y de Salud, donde el 28,8% y el 31,2% de los españoles, respectivamente, admite haber sido fiel a su aseguradora inicial y no haber cambiado nunca.

Finalmente, podemos comprobar cómo son las personas de mayor edad, clase social media, con ingresos medios en el hogar y que trabajan, quienes en mayor medida que el resto han cambiado de aseguradora de auto o de hogar, mientras que son las personas que trabajan y con altos ingresos en el hogar quienes en mayor medida que el resto han cambiado de aseguradora de salud.

### 3.3. Seguros de Automóvil

Efectivamente, los conductores españoles se informan, comparan y contrastan la información sobre el precio y la cobertura de sus seguros cada vez más. Esta búsqueda activa de información y de datos sobre las características de las diferentes pólizas explicaría que el 84,9% de los asegurados afirme estar bien informado sobre la cobertura de su seguro, y que el 76,4% sepa decir con exactitud lo que paga por su seguro (frente a un 71,9% de 2014).



Sin duda, **estar bien informados nos permite negociar bien y obtener los mejores precios**: siete de cada diez españoles afirman que su compañía aseguradora les ha hecho un descuento en el precio que pagan anualmente y seis de cada diez se han decidido a cambiar de aseguradora al conocer que podían ahorrarse dinero con otra compañía. Finalmente, más de la mitad ha optado por cambiar de póliza para reducir la prima que paga, pero siguiendo con la misma aseguradora.

### 3.4. Seguros de Hogar: la protección de nuestra vivienda

Siendo el principal activo que tienen los españoles, **tener su hogar asegurado se ha convertido en una prioridad** para ellos. En este sentido, el 86,5% de los ciudadanos afirma tener contratado un seguro de Hogar, cifra superior al dato ofrecido en la última *Memoria Social del Seguro*<sup>1</sup> de UNESPA que situaba su penetración en el 76% de las familias españolas.

En todo caso, pese la alta contratación de este producto existen grandes diferencias según la región. Mientras que País Vasco, Navarra y La Rioja son las Comunidades Autónomas que presentan una mayor penetración de estos seguros, son Canarias y Baleares, con poco más del 60% de sus viviendas aseguradas, las regiones que se encuentran a la cola de la lista de suscripción de estas pólizas<sup>2</sup>.

El Estudio muestra que la gran mayoría de los españoles que dispone de un seguro de Hogar ha hecho uso de la cobertura que le ofrece su póliza: dos de cada tres aseguran haber reclamado a su seguro por averías, daños o reparaciones, seguidos de los que han reclamado por robo o vandalismo (22,8%) o por agentes medioambientales o fenómenos atmosféricos (17,4%), datos que constatan su utilidad básica.

### 3.5. Seguros de Vida: suspenso en España

El seguro de Vida todavía no está muy generalizado entre los españoles, de hecho, nuestro país se encuentra a la cola europea de contratación de este tipo de seguros. En términos de volumen de primas per cápita apenas supera los 1.200 dólares, frente a otros países, como Francia, con 1.800 dólares, Alemania, con 1.900 dólares, o los Países Bajos, con más de 4.000 dólares<sup>3</sup>.

Según los encuestados, **sólo cuatro de cada diez ciudadanos afirman contar con uno**. Este dato está directamente vinculado al grado de desconocimiento que existe sobre este tipo de seguros y la capacidad que éstos tienen para proteger a las familias frente a imprevistos. Entre las diferentes lagunas por parte de los ciudadanos españoles, más del 40% no conoce cuáles son las coberturas básicas ni sabe, por ejemplo, que puede recibir un adelanto de dinero en determinadas situaciones como enfermedad.



Esta circunstancia pone de relevancia el hecho de que un 51,2% de los españoles cree que ni ellos ni sus familias están protegidos frente a potenciales imprevistos financieros derivados de estar parados o de sufrir una invalidez. Esto los colocaría en una situación de vulnerabilidad en la que cualquier imprevisto podría afectar negativamente su nivel de vida.

<sup>1</sup> Datos de la Memoria Social del Seguro de 2013 elaborada por UNESPA.

<sup>2</sup> Datos de la Memoria Social del Seguro de 2013 elaborada por UNESPA.

<sup>3</sup> Conclusiones del Libro Blanco sobre «La protección familiar en España y el seguro de vida», estudio realizado por el Instituto de Estudios Sociológicos, Análisis e Investigación de la Universidad Rey Juan Carlos I y el Banco Santander.

### 3.6. Seguros de Viaje: la tranquilidad de viajar asegurado

La necesidad de viajar con la tranquilidad de poder hacer frente a los imprevistos que puedan producirse se ha extendido también entre los españoles. Así **más de la mitad de los viajeros de nuestro país ha contratado alguna vez un seguro de Viaje**, siendo las personas de clase social alta, con altos ingresos en sus hogares, que trabajan y tienen estudios superiores, quienes en mayor medida que el resto han contratado alguna vez un seguro de Viaje.

Por tipo de viaje, son aquellos con destino extracomunitario los que más se aseguran: el 51,4% de los españoles ha asegurado su viaje al viajar a países de fuera de la Unión Europea, y el 37,4% ha asegurado su viaje de aventuras y de deportes de riesgo.

Especialmente reseñable resulta el hecho de que un 16,9% de los viajeros españoles se ha arrepentido de no haber contratado un seguro de Viaje por haber sufrido algún percance.

#### ¿Has contratado alguna vez un seguro de Viaje?



Sí, en una o dos ocasiones concretas



Sí, solo cuando estaba incluido en mi pack de vacaciones



Sí, contrato seguros de Viaje de forma habitual cuando reservo mis vacaciones



No, porque no creo que conlleve un riesgo viajar



No, porque desconozco las ventajas de contratar un seguro de Viaje



No, nunca lo contrataría

4.

# Telefonía



[Rastreator.com](http://Rastreator.com)

## 4. Telefonía

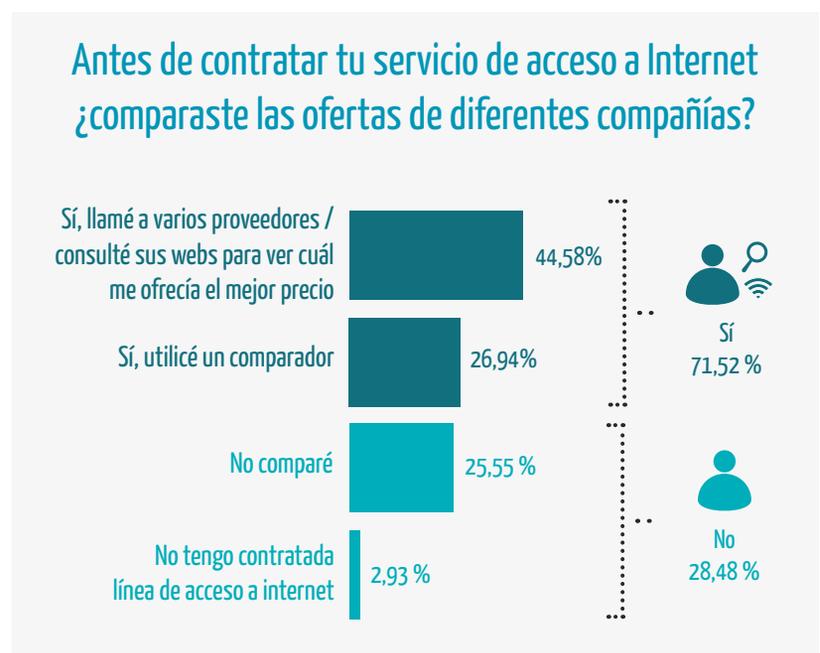
El sector de las telecomunicaciones español es un mercado altamente dinámico y lleno de oportunidades. Los nuevos operadores compiten por unos consumidores cada vez más críticos, más informados y con mayor capacidad de discriminación entre las diferentes ofertas.

### 4.1. Comparar antes de contratar

Los usuarios son cada vez más exigentes con la calidad de su conexión, la velocidad, la continuidad y las tarifas que pagan. En este sentido, la práctica de la comparación está muy generalizada entre los consumidores ya que, según las respuestas de los entrevistados registradas en este estudio, tres de cada cuatro españoles comparan las características técnicas y económicas de las diferentes ofertas de los operadores antes de contratar un servicio.

Es interesante observar cómo el hábito de la comparación de precios está más extendido entre los españoles con estudios superiores (75,3%) frente a los que tienen estudios básicos (57,5%), demostrándose cómo **la cultura de la comparación de precios y el ahorro se difunde a través de la enseñanza y la formación.**

Los análisis que los españoles realizan sobre estas ofertas son exhaustivos y tienen en cuenta múltiples factores discriminantes que les ayudan en el proceso de decisión. Entre ellos destacan las ofertas de servicios integrados de telefonía móvil y telefonía fija. Esta posibilidad de contratación de servicios integrados, con una tarifa conjunta, es destacada como el valor más importante por el 43,8% de los españoles. El precio aparece como el segundo criterio de discriminación, destacado por el 35,9% de los españoles. En tercer lugar encontramos la velocidad de la conexión (6,6%). Sorprende ver cómo, a la hora de contratar un producto de acceso a internet, el servicio y la reputación de la compañía son resaltados solo por un 6% y un 5,1% de los españoles respectivamente. Parece pues que **las condiciones económicas son los principales vectores que inducen a la contratación de un servicio de acceso a internet.**



## 4.2. Un cliente siempre alerta y vigilante

Sin embargo, la cosa cambia una vez que los clientes tienen contratado a su operador. Aunque el precio sigue siendo importante, **los clientes son más exigentes con las condiciones del servicio prestado** y monitorizan continuamente la calidad del servicio que reciben.

En este escenario observamos cómo los clientes evalúan de manera permanente el servicio que los operadores les ofrecen, siguen comparando y evaluando otras opciones, y no descartan cambiar de operador si encuentran ofertas más atractivas.

En este sentido vemos cómo el 67,1% de los españoles sigue exigiendo a sus operadores precios más competitivos y más de la mitad pide pagar solo por los megas reales que utiliza. No obstante, el servicio también se erige en un elemento determinante a la hora de fidelizar a los clientes; así el 48,2% de los españoles demanda un mejor servicio al cliente y un mejor servicio técnico, y el 25,7% un servicio más personalizado por parte de sus operadores de telefonía e internet. Observamos pues que para los consumidores españoles **el precio funciona como elemento fundamental de atracción pero que solo un excelente servicio y unas ventajas permanentes sobre otras ofertas del mercado permiten fidelizar y retener a los clientes.**



Esta actitud de alerta permanente hace que los clientes sean muy críticos y sensibles a lo que pagan, al servicio que reciben y al nivel del uso que hacen de los servicios contratados. En este sentido el 63% cree que paga por un servicio que no utiliza (frente a un 55% de 2014) y el 59,8% cree que su compañía le ha cobrado de más en alguna ocasión.

La madurez de los consumidores, su alto conocimiento sobre las características del servicio contratado y **la transparencia que promueven los comparadores** hacen que los clientes sean más activos y supervisen lo que pagan y que reaccionen si detectan anomalías o irregularidades en el servicio que efectivamente reciben. En este sentido el 54,4% afirma que en el último año ha tenido que reclamar a su compañía de teléfono por algún motivo.

Finalmente un 26,8% ha llegado incluso a romper un contrato de permanencia porque no estaba satisfecho con el servicio que recibía. Este dato es similar al de clientes que tienen previsto cambiar en los próximos meses de compañía para aprovechar mejores ofertas en el mercado (28,1%). Consecuentemente vemos que **para fidelizar a sus clientes, los operadores tienen que ofrecerles de manera permanente las mejores ofertas y satisfacer sus expectativas día a día** ya que estos están vigilantes al entorno y no dudan en cambiar si encuentran una oferta mejor y más competitiva.

### 4.3. Usuarios intensivos del teléfono móvil

Al igual que pasa con la navegación por Internet, los españoles son grandes usuarios de la telefonía móvil. Según la OCU, nos pasamos casi 5 horas al día conectados a internet, ya sea a través del ADSL, la fibra óptica o los dispositivos móviles. La necesidad de acceder de manera permanente a la información e interactuar en tiempo real y de manera inmediata con sus amigos y familiares hace que los usuarios busquen estar conectados sin interrupción a través del móvil. Según datos de la encuesta realizada, un 44,3% de los españoles afirma estar conectado a través de su móvil y usarlo activamente entre 1 y 2 horas diarias; otro 50,9% reconoce estar conectado más de 3 horas al día, de los cuales un 20,5% llega a estar conectado más de 5 horas.

Este hábito de interactuar y compartir información con el mundo de manera permanente y en cualquier lugar se ha generalizado tanto que **cuatro de cada diez españoles afirman no poder estar un día entero sin su teléfono móvil**. Entre los más dependientes, un 22,1% admite que no podría estar más de 5 horas desconectado.

#### ¿Cuánto tiempo puedes pasar sin tu móvil?



No podría estar ni 5 minutos



Menos de 5 horas



Entre 5 y 12 horas



Durante un día



Durante una semana



Durante un mes



Podría vivir sin el móvil perfectamente

5.

# Finanzas



[Rastreator.com](https://rastreator.com)

# 5. Finanzas

## 5.1. Los españoles planifican sus gastos y sus ingresos

Mucho se ha hablado sobre si los españoles hemos vivido por encima de nuestras posibilidades en los últimos años. La realidad es que, según muestran los datos de la encuesta realizada, el 67,2% de los ciudadanos diseña un detallado presupuesto mensual que contempla los gastos y los ingresos previstos para poder gestionar su renta disponible de la manera más eficaz. Este presupuesto ayuda a tener control de nuestra economía personal y a no gastar por encima de los ingresos. Solo así podemos hacer frente a los gastos recurrentes e ir amortizando las deudas que hemos contraído a través de préstamos y créditos. No en vano **a siete de cada diez españoles les preocupa no poder pagar sus deudas y para poder hacerlo requieren de una buena y rigurosa planificación.** Por otro lado, la mayoría afirma poder ajustarse al presupuesto previsto; concretamente, el 62,1% dice que cumple con esta planificación mensual de gastos y no se desvía del presupuesto disponible.

Este hábito de planificar los gastos lo encontramos distribuido por toda la población española aunque, según muestra el Estudio, **las mujeres son más estrictas en su planificación que los hombres ya que el 70,4% de ellas diseña un presupuesto mensual, frente al 64% de los hombres.** También por comunidades autónomas vemos diferencias interesantes observando que los aragoneses son los más planificadores (85,7%), seguidos de asturianos (75,5%) y murcianos (75,4%).



70,4%



64%

## 5.2. La necesidad de endeudarse

A pesar de la planificación, tres cuartos de los ingresos que tienen los españoles se destina a gastos inmediatos o a pagar deudas adquiridas, y un 17% se destina al ahorro. Los españoles con estudios superiores tienen una tasa de ahorro por encima de la media y alcanza el 19,2%, mientras que los que tienen estudios básicos se quedan en el 14%.



Esta **débil capacidad de ahorro obliga a los españoles a endeudarse para poder afrontar gastos más ambiciosos**. Así el 39,1% de los españoles ha recurrido a un crédito para poder comprar una vivienda, el 32,8% para comprar un coche, el 25,5% para hacer frente a un imprevisto y el 21,1% para financiar su educación. A pesar de esta necesidad de endeudarse, los españoles afirman hacerlo de manera responsable y meditada. En este sentido es destacable por ejemplo que a la hora de endeudarse, el 90,8% de los españoles considera que hace un uso responsable de sus tarjetas de crédito.



## 5.3. Lo que más preocupa a los españoles

Son varios los **motivos que nos empujan a tener un pequeño fondo de reserva** para poder hacer frente a gastos imprevistos. El principal es el miedo a la enfermedad. Así vemos que al 87,2% nos preocupa tener que hacer frente a una enfermedad que nos incapacite para trabajar o que requiera de grandes recursos para tratarla. Por otro lado, nos preocupa la **pérdida de poder adquisitivo**, ya sea derivada de la inflación (83,8%), de la congelación o reducción de nuestro salario (76,6%) o de perder el puesto de trabajo (75,5%).

## 5.4. Bajo nivel de cultura financiera

Para los españoles, tomar decisiones de ahorro no es fácil. El 55,3% de los entrevistados considera que sus conocimientos sobre finanzas son escasos. Si entre los hombres este porcentaje es del 48,5%, entre las mujeres alcanza el 62,2%. También vemos una fractura entre los españoles en función de su nivel educativo ya que si el 49% de los españoles con estudios superiores afirma tener pocos conocimientos, este porcentaje alcanza el 73,1% entre los españoles con estudios básicos.

“El 63,5% de los españoles ha sentido en alguna ocasión que le ha faltado formación financiera a la hora de firmar un contrato determinado”



Esta percepción la podemos ver de manera más concreta en el hecho de que el **63,5% de los españoles ha sentido en alguna ocasión que le ha faltado formación financiera a la hora de firmar un contrato determinado**. Esto sitúa a los españoles en una posición de debilidad cuando se trata de negociar un crédito o de buscar el mejor producto para financiar una compra. Así lo afirma el 88,8% de los españoles, que opina que los españoles no tenemos suficiente educación financiera para tomar las mejores decisiones de ahorro e inversión.

En este sentido, de cara a facilitar su toma de decisiones en temas financieros, los españoles recurren a los comparadores para evaluar las diferentes ofertas del mercado. El 74,5% de los españoles afirma que compara entre diferentes ofertas a la hora de contratar productos financieros. Entre ellos, las herramientas online van ganando terreno y el 35% de los españoles ha utilizado alguna vez un comparador online de productos financieros.

Vemos pues que **los comparadores cumplen una importante función informativa y formativa para los españoles**, que ven en ellos una herramienta que les ayuda a evaluar y discriminar en un ámbito complejo en el que les falta formación y conocimientos. De hecho el 14,7% de los españoles considera que los comparadores son una herramienta muy útil para tomar decisiones a la hora de suscribir un producto financiero de ahorro e inversión.

“Los comparadores son una herramienta muy útil para tomar decisiones a la hora de suscribir un producto financiero de ahorro e inversión”

Cuando se trata de productos financieros, una decisión de compra precipitada o mal evaluada puede comprometer los ahorros de toda una vida; por ello aquellas fuentes de información que aporten claridad y transparencia al mercado serán rápidamente abrazadas por unos consumidores que necesitan contrastar las diferentes ofertas para tomar la mejor decisión posible.

6.

Energía



Rastreator.com

# 6. Energía

## 6.1. El consumo de energía, una preocupación de los españoles

Según concluye un Informe<sup>1</sup> realizado por FACUA-Consumidores en acción, durante el periodo 2004-2014 los españoles han visto aumentar la factura de la luz en un 73%; de la misma manera, y siempre según el mismo informe, la del gas natural ha aumentado un 9% en poco más de 3 años.

Podemos afirmar pues que la factura energética de los hogares españoles no ha dejado de incrementarse a lo largo de los últimos años y se lleva cada vez un porcentaje mayor de nuestros ingresos mensuales. En este contexto no es de extrañar que **el 83,1% de los españoles se sienta preocupado por el continuo aumento de su factura energética.**

Esta inflación en las facturas de la electricidad y el gas obliga a la mayoría de los españoles a tomar medidas cotidianas orientadas a reducir su consumo. Así, ocho de cada diez ciudadanos intentan consumir menos electricidad y más de la mitad toma medidas para reducir su consumo de gas natural.

No obstante, la mayoría entiende que la solución al aumento del precio de la energía no puede venir solo de una reducción del consumo en los hogares sino que es un tema con causas macroeconómicas que requiere de la intervención activa del Gobierno. Así el 85,2% de los españoles piensa que **el Gobierno debería tomar medidas para controlar el precio de la energía** y definir un modelo que permita que este precio disminuya en la factura de los hogares.



<sup>1</sup> Informe "Evolución de las tarifas eléctricas entre 1993 y 2014" realizado por FACUA-Consumidores en Acción: <http://facua.org/es/documentos/evoluciontarifaselectricas1993-2014.pdf>

## 6.2. Medidas para ahorrar en la factura eléctrica

Por lo que se refiere concretamente a la electricidad, el 93,1% de los españoles está preocupado por el consumo que realiza e intenta reducirlo para ahorrar en su factura mensual.

Entre las medidas que toman los consumidores:



El **94,3%** de los españoles afirma que **comprueba que las luces estén apagadas cuando no son necesarias.**



Igualmente el **78,1%** de los españoles **utiliza bombillas de bajo consumo.**



El **67,2%** **utiliza la lavadora solo cuando puede cargarla completamente.**



El **50,7%** **compra electrodomésticos con altos estándares de eficiencia energética.**

Al mismo tiempo, los españoles afirman hacer un uso responsable de la calefacción y del aire acondicionado y regulan su temperatura para racionalizar su consumo. Así el 49,8% de los españoles regula la temperatura de la calefacción y el 31,6% la del aire acondicionado, atendiendo no solo a criterios de bienestar sino también a criterios de ahorro energético.

Es interesante observar como un escaso 5,4% de los españoles afirma no tomar ninguna medida para reducir su consumo eléctrico y ahorrar en la factura mensual.

## 6.3. Más atentos a las facturas

“El hábito de revisar las factura de electricidad y gas se extiende entre los españoles”

El incesante aumento del gasto en la energía ha contribuido a que los españoles revisen cada vez más en detalle sus facturas de electricidad y gas cuando las reciben. Pero este hábito extendido y generalizado de verificar que las facturas sean correctas y no contengan errores deriva también de la desconfianza que los españoles tienen hacia los operadores de electricidad y gas. En este sentido observamos que más de seis de cada diez de los españoles sospecha que en alguna ocasión le han cobrado de más en la factura de la luz. Lo mismo ocurre con la factura del gas, de la que desconfía más de un tercio de los ciudadanos.

## 6.4. Los españoles premian la transparencia

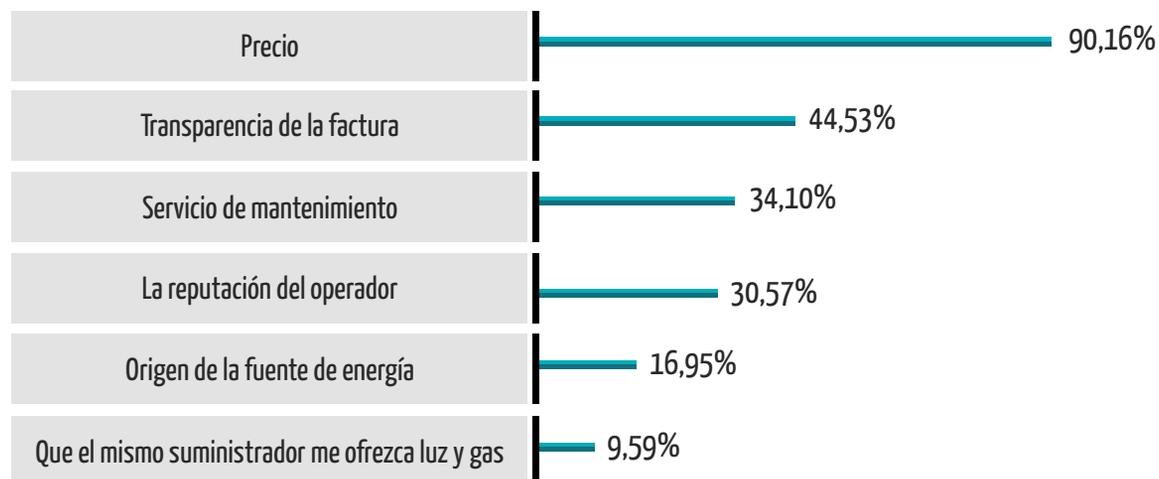
Dentro de este clima marcado por la necesidad de ahorrar y por el permanente escrutinio del gasto energético por parte de los consumidores, **cualquier herramienta que aporte transparencia y ayude a tomar decisiones de compra o contratación de servicios será bienvenida**. En este sentido, la mayoría de los españoles, concretamente el 68%, conoce la existencia de los comparadores de energía.

“Tres de cada diez ciudadanos utilizan los comparadores de energía”

Más allá de conocerlos, **el 28,1% de los ciudadanos afirma haber recurrido a estos comparadores**, y de éstos un 8,3% ha llegado a cambiar de operador de energía al encontrar una oferta mejor de la que tenía con su actual proveedor.

A la hora de comparar las ofertas de los diferentes operadores de energía, tanto de electricidad como de gas, **los españoles evalúan diferentes variables**. El precio es destacado por el 90,1% de los españoles como el indicador más importante a la hora de comparar y discriminar entre las diferentes ofertas del mercado. En segundo lugar, el 44,5% de los españoles destaca la transparencia en la factura de la luz o el gas. Este punto atrae y fideliza a los consumidores por delante de otras variables como el servicio de mantenimiento (34,1%) o de la reputación del operador (30,5%).

### ¿Qué es lo más valorado por los consumidores?



Vemos pues el **importante peso que los españoles otorgan a la transparencia y a la claridad a la hora de decidir contratar un servicio de suministro de electricidad o de gas**. Solo así se pueden establecer relaciones de confianza basadas en la reciprocidad y la honestidad.

## 6.5. El consumidor inquieto y exigente

Finalmente, si estas condiciones de confianza no se cumplen o se erosionan, **los consumidores españoles no dudan en cambiar de proveedor** buscando una oferta económicamente mejor y una relación más transparente. En este sentido es destacable que un 17,2% de los españoles ha cambiado de proveedor eléctrico en el último año y un 11,4% ha hecho lo propio con su proveedor de gas. Otros han optado por seguir con el mismo operador pero negociando mejores condiciones y firmando otro tipo de contrato más beneficioso y adaptado a sus necesidades. Es el caso del 21,6% de los usuarios de electricidad y del 11,2% del gas.

Así, **los españoles se muestran cada día más exigentes y demandan más información y transparencia** que les ayude a tener una opinión bien formada sobre las características de los productos que adquieren y de los servicios que contratan. En este sentido, poner a disposición de los clientes y consumidores información relevante para que puedan evaluar sus compras se convierte en una clara ventaja competitiva porque les permite comparar y discriminar entre ofertas y quedarse con la mejor y la más beneficiosa para sus necesidades y su economía. Sin duda **los comparadores de energía capacitan al consumidor y lo dotan de recursos valiosos** que le ayudan en las, cada vez más complejas, decisiones de compra.

# Metodología y Bibliografía adicional



[Rastreator.com](https://rastreator.com)

## Metodología

El presente estudio se ha realizado sobre una muestra de 2.012 personas de 18 a 65 años de edad, residentes en España y pertenecientes al panel de Sondea mediante entrevista auto-administrada a través de correo electrónico (CAWI). La muestra fue seleccionada de forma intencional y proporcional según las cuotas de la población española (INE, adelanto del padrón año 2014) en función del sexo, grupo de edad y Comunidad Autónoma, con el fin de que la misma sea un fiel reflejo de la población española.

La muestra final del estudio tiene un error muestral de +/- 2,2% para un nivel de confianza del 95% y un P y Q del 50%. Las entrevistas tuvieron lugar entre el 29 y el 30 de enero de 2015.

## Bibliografía utilizada

Además de los resultados del estudio, se ha recurrido, de forma puntual, a la siguiente bibliografía:

- **INE:** Tasa de Ahorro de las familias españolas. Contabilidad Nacional Trimestral de España. Base 2010 Cuentas no financieras trimestrales de los Sectores Institucionales. Cuarto trimestre de 2014. Disponible en: <http://www.ine.es/daco/daco42/ctnfsi/ctnfsi0414.pdf>

- **RASTREATOR.COM:** I Estudio de Comparación Online hacia el Ahorro Inteligente de 2014. Disponible en: <http://www.rastreator.com/estudio-comparacion-online-y-ahorro.aspx>

- **INE:** Demanda Nacional. Contabilidad Nacional Trimestral de España. Base 2010. Tercer trimestre de 2014. Disponible en: <http://www.ine.es/prensa/cntr0314.pdf>

- **CE:** Winter Economic Forecast: Outlook improved but risks remain. Previsión de la Comisión Europea para España del 5 de febrero de 2015. Disponible en: [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-15-4085\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-4085_en.htm)

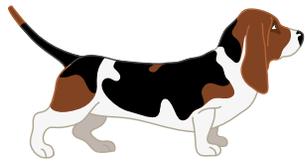
- **UNESPA:** Resultados 2014. Disponible en: [http://www.unespa.es/adjuntos/fichero\\_3982\\_20150121.pdf](http://www.unespa.es/adjuntos/fichero_3982_20150121.pdf)

- **UNESPA:** Memoria Social del Seguro de 2013. Disponible en: [http://imagenes.inese.es/inese/BNP/documentos/MemoriaSocialUnespa2013\\_22.pdf](http://imagenes.inese.es/inese/BNP/documentos/MemoriaSocialUnespa2013_22.pdf)

- **Libro Blanco «La protección familiar en España y el seguro de vida».** Estudio realizado por el Instituto de Estudios Sociológicos, Análisis e Investigación de la Universidad Rey Juan Carlos I y el Banco Santander. Disponible en: [http://www.institutoparalaproteccionfamiliar.com//userfiles/files/LIBRO%20BLANCO%20PROTECCION\\_FAMILIAR\\_SEGURO\\_VIDA\\_baja.pdf](http://www.institutoparalaproteccionfamiliar.com//userfiles/files/LIBRO%20BLANCO%20PROTECCION_FAMILIAR_SEGURO_VIDA_baja.pdf)

- **OCU:** Encuesta Enganchados al móvil. Disponible en: <http://www.ocu.org/tecnologia/telefono/noticias/enganchados-al-movil>

- **FACUA:** “Evolución de las tarifas eléctricas entre 1993 y 2014. Disponible en: <http://facua.org/es/documentos/evoluciontarifaselectricas1993-2014.pdf>



**Rastreator.com**

[www.rastreator.com/doc/estudios/estudio-comparacion-online-y-ahorro-2015.pdf](http://www.rastreator.com/doc/estudios/estudio-comparacion-online-y-ahorro-2015.pdf)

© Rastreator.com, 2015