

## PANEL DE HOGARES 2T 2021

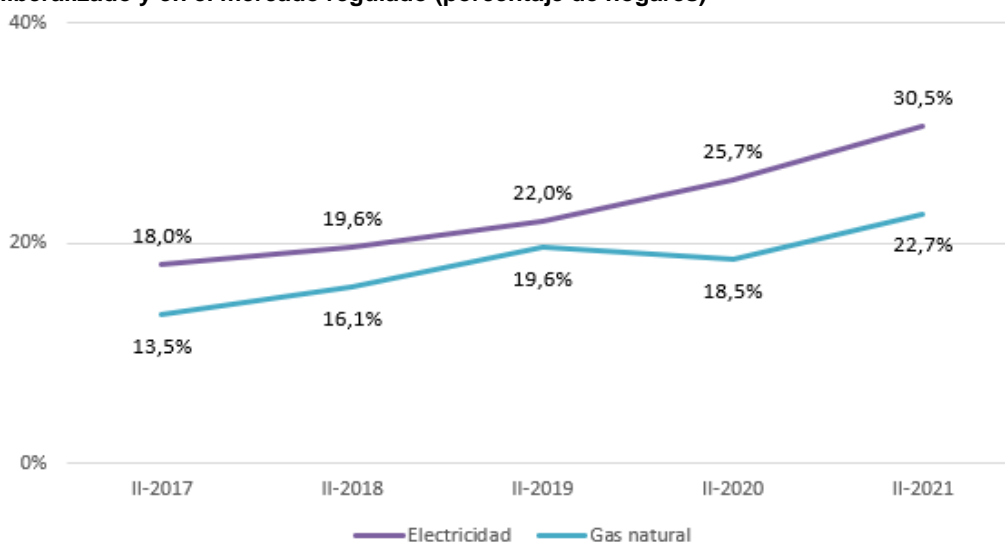
### Los datos del Panel de Hogares analizan el conocimiento de la contratación del suministro energético

- El grado de conocimiento entre el mercado libre y en el mercado regulado de la electricidad aumentó 5 puntos porcentuales en el último año.
- Los datos recabados corresponden al segundo trimestre de 2021 (antes de la entrada en vigor del cambio de peajes del 1 de junio).

**Madrid, 3 de diciembre de 2021.-** A pesar de que los indicadores sobre el conocimiento del sector han mejorado en el último año, los hogares españoles todavía desconocen, en gran medida, que pueden contratar sus tarifas energéticas sujetas a un precio regulado o a un precio liberalizado.

El grado de conocimiento entre el mercado libre y en el mercado regulado ha aumentado 5 puntos porcentuales en el último año. Así, 3 de cada 10 hogares afirmaban conocer la diferencia entre el mercado libre y el mercado regulado de electricidad.

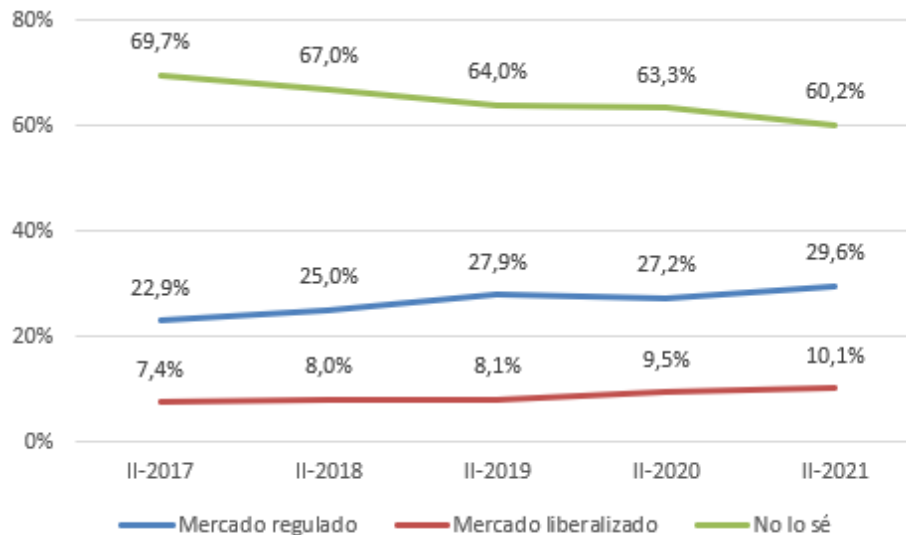
#### Grado de conocimiento de la diferencia entre el suministro de electricidad y gas en el mercado liberalizado y en el mercado regulado (porcentaje de hogares)



**Universo: Hogares y hogares con gas natural. Fuente: CNMCData.**

De todas maneras, según los resultados del Panel, todavía son muchos los consumidores que no conocen si tienen contratado el suministro eléctrico en el mercado regulado o en el libre (60%). En el caso del gas, un 68%.

**Contratación del suministro de electricidad en el mercado liberalizado o en el mercado regulado (PVPC) (porcentaje de hogares)**



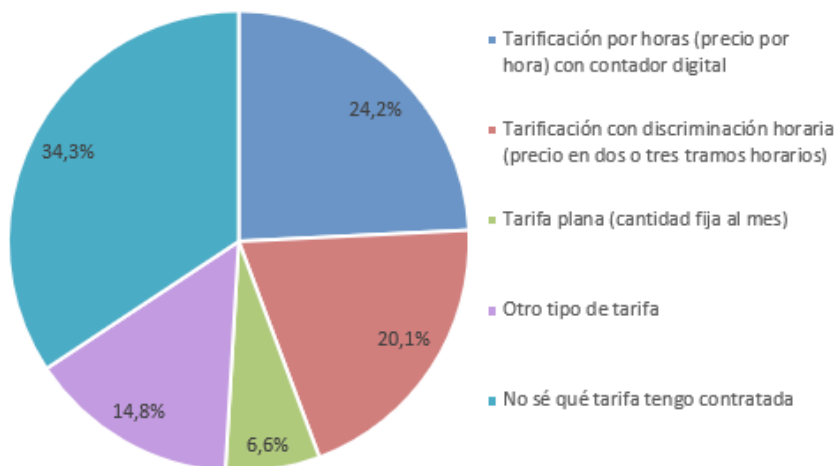
Universo: Hogares. *Fuente: CNMCData.*

Hay que recordar de nuevo que los datos recabados corresponden al segundo trimestre de 2021, antes de la entrada en vigor de la nueva factura eléctrica.

Si nos fijamos en la potencia contratada por hogar, un 22% de los hogares desconocen qué potencia tienen. Un 39,5% aseguran contar con una potencia de entre 4 a 6 kW y un 31%, entre 0 y 3 kW.

Además de la potencia contratada en el suministro eléctrico, otro aspecto importante es la discriminación horaria. Antes de que se produjeran los cambios en la estructura de peajes, sobre el tipo de tarificación eléctrica, uno de cada cuatro hogares contaba con tarificación por horas con contador digital, mientras que un 20% tiene tarificación con discriminación horaria (precio en dos o tres tramos horarios). Un 34% asegura que no saben qué tarifa tienen contratada.

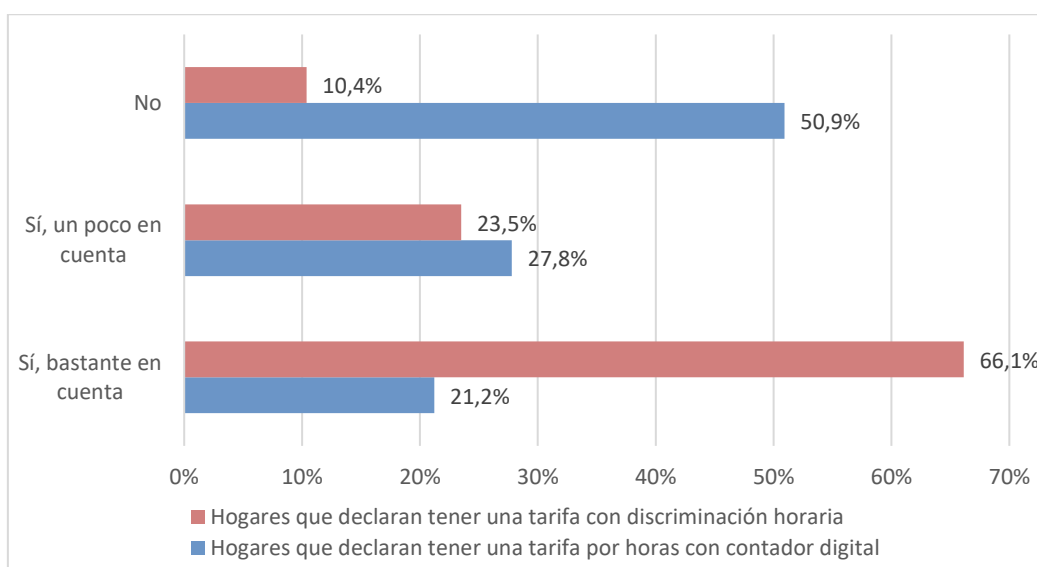
**Tipo de tarificación eléctrica (porcentaje de hogares, II-2021)**



Universo: Hogares. Fuente: CNMCData.

Casi siete de cada diez hogares con discriminación horaria en su tarifa eléctrica, tuvieron bastante en cuenta los precios de los distintos tramos horarios en sus hábitos de consumo, como por ejemplo al poner la lavadora o la calefacción. En cambio, solo el 21% de los hogares con tarifa por horas sin discriminación horaria tuvieron bastante en cuenta los precios horarios en sus hábitos de consumo.

**¿Tiene en cuenta la diferencia de precios en distintas horas del día en sus hábitos de consumo, por ejemplo, para poner la lavadora o encender la calefacción eléctrica o el aire acondicionado? (porcentaje de hogares, II-2021)**



Universo: Hogares. Fuente: CNMCData.

Casi un tercio de los hogares desconocen la existencia del bono social y entre los que sí lo conocen, un 35% afirma desconocer los requisitos para beneficiarse del mismo. Aunque son porcentajes altos, desde 2017 se han reducido en 17 y 6 puntos, respectivamente.

Los datos del [Panel de Hogares CNMC](#) también se han fijado en el autoconsumo eléctrico: solamente un 4,7% de los hogares cuenta con un sistema de autoproducción de electricidad (ya sea del hogar o comunitario).

## Metodología

Estos resultados forman parte del **Panel de Hogares de la CNMC**, una encuesta a hogares e individuos de periodicidad semestral. La CNMC pretende recopilar información directamente de los ciudadanos a través de encuestas y análisis de las facturas de los servicios. El estudio es de naturaleza multisectorial y recoge datos relativos a los mercados de telecomunicaciones, audiovisuales, energía, postal y transporte, entre otros. La encuesta de esta oleada se llevó a cabo en el segundo trimestre de 2021 e incluyó a 4.963 hogares y 9.006 individuos. Esta herramienta aporta una información amplia y diversa, y permite a la CNMC conocer mejor el punto de vista de los consumidores.

[CNMCData](#)