

El 85% de españoles no asegura su móvil pero el 60% siente ansiedad si se lo roban o lo pierde, según SFAM

SFAM, líder en Europa en seguros para telefonía móvil, multimedia y objetos conectados, acaba de presentar su llegada a España durante el Mobile World Congress. Con motivo de su llegada, ha querido conocer el valor que los españoles brindan a sus dispositivos tecnológicos a través del I Estudio sobre el valor emocional y económico del uso del móvil, realizado junto con IPSOS

El 23% de españoles invierte más de 500€ en la compra de su teléfono móvil y un 42% entre 200 y 500€.

En torno al 22% de los españoles ha perdido o le han robado el teléfono móvil.

El 25% pasa hasta 6 horas al día conectado a su smartphone y chatear y llamar son los dos usos más extendidos.

Para la mitad de los españoles, extraviar el móvil equivale a perder su privacidad o una extensión de la memoria.

Con motivo del Mobile World Congress, que se celebra actualmente en Barcelona, SFAM -líder en Europa en seguros para telefonía móvil, multimedia y objetos conectados- ha realizado de la mano de IPSOS -líder en estudios de mercado y análisis de comportamiento de los consumidores- el I Estudio sobre el impacto emocional y económico del uso del móvil* entre franceses y españoles.

Los teléfonos y otros dispositivos móviles como ordenadores o tablets forman parte de la rutina personal y profesional de los españoles. El 42%, invierte entre 200€ y 500€ en la compra del teléfono móvil y el 23% destina más de 500€. En la compra de otros dispositivos tecnológicos como ordenadores, tablets, wearables o drones el presupuesto para un 28% de los individuos oscila entre 1.000 y 3.000€.

Los españoles dedican, por tanto, un presupuesto significativo, paralelo al rol que los móviles desempeñan en su vida: el 55% considera el smartphone como una herramienta esencial en su vida personal y profesional y un 43% lo califica de importante. A pesar de que la gran mayoría afirma que se preocupa y cuida de ellos, sólo un 15% los asegura.

"A través de este estudio, hemos querido conocer la percepción y las necesidades de los consumidores españoles para proponerles soluciones adaptadas. SFAM está presente en España

desde 2016 a través de nuestros socios distribuidores. Nuestro crecimiento exponencial en este mercado nos ha demostrado la necesidad de los españoles de proteger sus teléfonos inteligentes con un seguro adecuado. SFAM les ha aportado esta solución. Como resultado, la compañía se ha establecido este año en Barcelona para continuar satisfaciendo las necesidades del mercado peninsular”, ha declarado Sadri Fegaier, fundador y CEO de SFAM.

Los jóvenes, los que más invierten y aseguran sus dispositivos multimedia

A pesar del presupuesto significativo en la compra de teléfonos y otros dispositivos tecnológicos multimedia, sólo el 15% de los usuarios cuenta con un seguro específico que los proteja frente a situaciones de pérdida, robo o rotura. Los más precavidos son los jóvenes de entre 18 y 29 años que hasta en un 26% decide apostar por un seguro para dispositivos multimedia frente al 12% de usuarios de mayor edad.

Por franjas de edad, los jóvenes de entre 18 y 29 años también son los que más presupuesto dedican a la compra de dispositivos móviles: el 24% invierte entre 500€ y 1000€ en la compra de su smartphone frente al 19% de los otros grupos de edad.

Los españoles ya chatean tanto como hablan por el teléfono móvil

Según los resultados del estudio, casi el 25% de los españoles pasa hasta 6 horas diarias frente a la pantalla del móvil y un 33% entre 2 y 4 horas. Un tiempo de media superior al de los franceses: un 17% pasa hasta 6 horas mientras que un 27% entre 2 y 4 horas.

En cuanto al uso que se da al teléfono móvil: llamar, para el 82%, y chatear, para el 76%, son las principales funciones que se dan al smartphone; un uso muy distinto al de los usuarios en Francia donde el acto de llamar, para un 87%, es muy superior al de chatear, que únicamente hace un 33%.

Por edades, el chat y las redes sociales son las funcionalidades más usadas entre los jóvenes de 18 y 29 años. Llamar y chatear son los usos preferidos entre los adultos entre 30 y 54 años. El móvil se convierte en un reproductor de música para el 65% de los más jóvenes, un uso superior al que le dan los adultos de entre 30 y 44 años (con un 46%) y mayores de 45 años (un 40%). Aunque en términos generales, sorprende que el uso sea muy similar entre franjas de edad tan diversas.

Los más jóvenes son los que más emplean el móvil para el trabajo

Si se pregunta a españoles y franceses cuál es el ámbito de uso, personal o profesional, también se observan diferencias significativas: casi la mitad de los españoles emplea el teléfono con un fin profesional, una cifra superior a la del 31% de los usuarios franceses. Entre los españoles se observa una tendencia de mayor uso profesional en los más jóvenes: un 50% de los menores de 30 años incorporan el móvil como una herramienta de trabajo frente al 45% de adultos mayores.

El móvil, tan valioso como la privacidad y la memoria de sus propietarios

Al 15% de los españoles le han robado el móvil y un 7% lo ha perdido. Sólo una de cada 5 personas contaba con un seguro para hacer frente a esta situación con un sistema de garantías.

Los dispositivos móviles suelen almacenar archivos e información privada de sus propietarios. Por ello, no es de extrañar que casi el 50% equipare la pérdida del móvil con la de su propia privacidad; un 46% lo compara con perder una extensión de su memoria y un 30% con la pérdida de algo tan valioso como las llaves de casa.

Ansiedad y nerviosismo ante la pérdida o robo del móvil

Cuando un móvil desaparece o deja de funcionar provoca un alto nivel de ansiedad que varía en función de la situación: casi un 40% siente desasosiego si su móvil deja de funcionar, un 65% siente ansia si pierde el móvil y un 72% afirma que viviría con bastante o mucha ansiedad un robo de su dispositivo móvil.

La mayoría de los españoles prefiere alargar la vida útil de su teléfono móvil

Preguntados por el motivo de cambio de su terminal, un 52% de los usuarios prefiere apurar su vida útil y sólo tres de cada diez decide cambiar por adquirir un modelo de categoría superior. En Francia, el porcentaje se invierte y un 41% reemplaza su modelo por otro nuevo sin motivo aparente, mientras que un 36 lo hace por un fallo en el funcionamiento. En España, según datos del estudio, el 40% invierte hasta 200€ en reparar la parte exterior del dispositivo para alargar su vida útil.

Más seguridad y mayor control de la salud, las funcionalidades más deseadas

Cada año, la industria móvil presenta nuevos modelos con funcionalidades innovadoras. Preguntados por las funcionalidades que preferirían en el futuro, el 36% de usuarios españoles se decanta por un sistema de seguridad a prueba de hackers, un 25% por una cámara potente y un 20% por un sistema que le informe cada mañana sobre su estado salud.

Acerca de SFAM

Fundada en 1999 en Romans-sur-Isère (Francia) por Sadri Fegaier, SFAM es el líder europeo en seguros para telefonía móvil, multimedia y objetos conectados. La compañía construyó su éxito sobre la oferta del primer seguro integral, incluida la pérdida del dispositivo (oxidación, rotura, pérdida y robo). Su fuerte sentido de la innovación y su capacidad para ofrecer ofertas de alta gama adaptadas a las expectativas de los consumidores ha permitido a SFAM expandir su negocio a Europa. La compañía está presente en Suiza, Bélgica y España desde 2016 a través de sus socios distribuidores. A principios de 2019 se abre una nueva sede en Barcelona para responder su crecimiento exponencial en el mercado español. Respaldado por equipos leales, motivados y expertos en su campo, SFAM es un verdadero éxito con más de 6 millones de clientes y 2.500 socios, incluyendo FNAC, en Europa. La compañía planea alcanzar € 740 millones en volumen de negocios en 2019.

SFAM en cifras:

6 millones de clientes en Europa (Francia, Suiza, Bélgica, España)

+2 400% de crecimiento en 5 años.

200.000 ventas / mes en promedio

740 millones de euros previstos en 2019

1.600 empleados del grupo

400 nuevos empleos en España en 2019.

Acerca de IPSOS

Ipsos es el mayor Instituto de Investigación de Mercados independiente del mundo, con presencia en 89 países. Una empresa líder, innovadora y liderada por expertos del sector, cuya misión es ayudar a sus clientes a tomar las mejores decisiones de negocio, gracias a un profundo conocimiento de sus consumidores, productos y mercados.

Se define como una compañía experta en analizar el potencial de mercado e interpretar las tendencias para el desarrollo y la construcción de marcas. Para ello, cuenta con 5 áreas de especialización: Marketing (centrados principalmente en el ciclo de innovación – cuantitativo y cualitativo), Comunicación y Medios, Salud, Experiencia de Cliente y Opinión Pública.

Ipsos destaca por su espíritu eminentemente emprendedor. Una compañía apasionada por las personas, la sociedad, los mercados y marcas, que aporta conocimiento y análisis para facilitar la comprensión del mundo, ayudando así a sus clientes a tomar las decisiones más acertadas.

Datos de contacto:

Dpto. Prensa SFAM:
934342050

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

Categorías: [Nacional](#) [Telecomunicaciones](#) [Comunicación](#) [Sociedad](#) [E-Commerce](#) [Dispositivos móviles](#) [Actualidad](#)
[Empresarial](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>