

El móvil, el regalo estrella de la Navidad según Celside Insurance e Ipsos

Un 26% aumentará su presupuesto en tecnología respecto al año pasado y gastará de media casi 300€ en Navidad. El smartphone es el regalo más deseado. El 29% de los jóvenes dedica la mayor parte del presupuesto en tecnología en regalos para sí mismo

La tecnología forma parte de la lista de regalos más deseados en Navidad para cerca de un 90% de los españoles. Smartphones, ordenadores, gadgets y electrodomésticos forman parte del consumo en estas fechas: un 58% destinará más del 30% de su presupuesto a estos productos y un 26% tiene previsto aumentar su inversión respecto al año pasado. Son los jóvenes, entre 18 y 29 años, los que más invierten en tecnología: para un 66% supone su principal inversión.

Así lo pone de manifiesto el I Estudio sobre Hábitos de compra de los españoles en el Black Friday y Navidad, que muestra una radiografía del consumo en estas fechas y ha sido realizado por Celside Insurance, compañía que ofrece soluciones de seguros a todo riesgo para dispositivos móviles, e Ipsos, expertos en estudios y análisis del comportamiento del consumidor.

Smartphone y patinete electrónico en la cesta de regalos

El teléfono móvil es el objeto tecnológico más deseado: ocupa la primera posición en la lista de gadgets que los españoles desean recibir estas Navidades. Son los jóvenes entre 18 y 29 años los que más lo desean (un 24%), es el producto tecnológico número uno en todos los grupos de edad: un 23% de los consumidores entre 30 y 44 años y un 17% en los de la franja entre 45 y 54 años quiere un teléfono en estas fechas.

Los ordenadores (14%), las tabletas (8%) y los patinetes eléctricos y accesorios (un 6%) son los siguientes dispositivos y objetos electrónicos que forman parte de los regalos que les gustaría recibir a los españoles.

A pesar del valor económico y prioritario que los españoles dan a sus teléfonos móviles, sólo un 36% los asegura, aunque aumenta el interés por proteger estos dispositivos, especialmente entre los más jóvenes. “Cada vez existe mayor inquietud entre los usuarios por proteger y asegurar sus dispositivos; un 55% muestra esta voluntad, más presente entre los jóvenes entre 18 y 29 años, que llega hasta un 70%” explica Sadri Fegaier, presidente de Celside Insurance, que ofrece soluciones de seguros a todo riesgo.

Por géneros y edades, se observan algunas diferencias: las consolas son el regalo deseado para el 7% de los hombres, especialmente entre 18 y 29 años,

frente al 3% de las mujeres; el patinete es más demandado por hombres (8%) que por mujeres (4%) y ellas muestran más preferencia por el ebook (6%) que ellos (3%).

Los jóvenes invierten la mayor parte del presupuesto en sí mismos

España se sitúa entre los primeros países en cuanto a gasto navideño, con un gasto medio de 290€. Sólo por detrás de Reino Unido que ocupa la primera posición, con un gasto medio de 330€, según indica un estudio de [Deloitte](#).

Además de para la familia, la pareja y los seres queridos, una buena parte de este presupuesto recaerá en uno mismo: el 29% de los jóvenes entre 18 y 29 años invertirá la mayor parte de su presupuesto en regalos navideños para sí mismo. Tal y como explica Fernando Macías, director del estudio de Ipsos: “A más edad, más presupuesto comparativamente se dedica a los hijos. Los consumidores de entre 30 y 44 años declaran que invertirán lo mismo en sus parejas que en sus hijos, mientras que los de 45 años en adelante maximizarán el presupuesto en sus hijos”.

Las compras se adelantan al Black Friday

Cada vez más, se adelantan las compras al mes de noviembre, y es que el Black Friday se ha consolidado como la fecha más importante del año para el consumo: el 92% de los españoles realizó compras durante este periodo según el mismo estudio que muestra una radiografía del consumo en estas fechas: dos de cada tres españoles comienza a realizar sus compras navideñas con el Black Friday y son los jóvenes de 18 a 29 años quienes más apuestan por esta fecha para adquirir sus regalos navideños, ya que un 72% afirma que así lo hará.

Descripción de la muestra

El estudio ha sido realizado mediante entrevistas online a una muestra de 650 individuos, representativa de la población española de entre 18 y 54 años a nivel de sexo (hombres y mujeres), edad y áreas geográficas (sur, levante, Madrid, norte este, norte, norte oeste, centro y Barcelona) siendo el trabajo de campo realizado entre el 8 y el 14 de noviembre de este año.

Acerca de Celside Insurance

Celside Insurance ofrece todas las experiencias de un mundo conectado. Imaginan y desarrollan soluciones de seguro a todo riesgo (rotura, pérdida, robo, oxidación) para proteger teléfonos inteligentes y objetos multimedia de millones de usuarios todos los días. La marca está presente en España, Portugal y Suiza a través de una red de 2.500 distribuidores asociados. Celside Insurance defiende un enfoque humano que se refleja a diario en un servicio personalizado y ágil, con equipos de teleoperadores locales siempre atentos y dispuestos a escuchar a sus clientes.

Acerca de Ipsos

Fundada en Francia en 1975, Ipsos es la tercera compañía de investigación de mercados y de opinión más grande del mundo. Está presente en 90 países y cuenta con más de 18.000 empleados.

Con más de 40 años de historia, la compañía cuenta con profesionales de la investigación, analistas y científicos que han desarrollado un expertise único en múltiples áreas de especialidad que proporcionan insights poderosos sobre acciones, opiniones y motivaciones de los ciudadanos, consumidores, pacientes, clientes o audiencias de los medios de comunicación. IPSOS da servicio a más de 5.000 clientes en todo el mundo con 75 soluciones de negocio.

Ipsos cotiza en Eurolist - NYSE-Euronext. La empresa forma parte de los índices SBF 120 y Mid-60 y está autorizada por el Deferred Settlement Service (SRD).
