

Live your
moments.

celside
Insurance

ESTUDIO HÁBITOS DE COMPRA DE LOS ESPAÑOLES EN EL BLACK FRIDAY, POR CELSIDE INSURANCE E IPSOS

EL 50% de los jóvenes compra en tienda durante el Black Friday y cuatro de cada diez españoles madruga para conseguir las mejores ofertas

- Un 45%, dispuesto a coger vacaciones para aprovecharlo mejor
- El 66% de los españoles adelantan sus compras de Navidad y el 84% adquieren dispositivos tecnológicos
- El smartphone es el regalo estrella para cerca del 40%

Barcelona , 29 de noviembre 2019. - El Black Friday (BF) se ha consolidado como la fecha más importante del año para el consumo: el 92% realizará compras y un 66% adquirirá regalos de Navidad. Así lo pone de manifiesto el **I Estudio sobre Hábitos de compra de los españoles en el Black Friday**, que muestra una radiografía del consumo en estas fechas: los jóvenes son los que más compran en tienda, uno de cada cuatro consumidores madruga y un 45% estaría dispuesto a coger vacaciones para hacerse con las mejores ofertas y promociones. Además, un 53% destina más de la mitad del presupuesto a tecnología y electrónica y el smartphone es el producto estrella.

El **I Estudio sobre Hábitos de compra de los españoles en el Black Friday** 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.

Gasto medio superior a 200 euros y ahorro de 100 euros

El gasto medio por persona supera los 200 euros: el 36% de los españoles invertirá entre 100 y 200 euros, un 27% entre 200 y 500 euros y un 11% más de 500 euros.

Por grupo de edad, **no existe una diferencia importante en el comportamiento entre el colectivo de 18 a 29 y el de 30 a 44**: El 35% planea gastar entre 100 y 200 euros, el 29% entre 200 y 500 euros y el 11% más 500 euros.

Sin embargo, **los que invierten menos tienen más de 45 años**: el 56% ha gastado menos de 200 euros, el 21% entre 200 y 500 y el 17% no invertirá nada.

Gracias a las ofertas y promociones, los españoles han **ahorrado una media de 100 euros** en sus compras de tecnología.

Los productos tecnológicos son los más demandados: hasta un **84% comprará tecnología y el 53% gastará más de la mitad de su presupuesto en ello**.



El smartphone, compra estrella en el ámbito de la tecnología

Entre los diferentes gadgets, **el smartphone es el producto más deseado, especialmente para los jóvenes de entre 18 y 29 años (47%) y para los adultos entre 30 y 44 años (40%)**. Tras el teléfono móvil, los accesorios para un 30%, los ordenadores y la TV para un 19%, las tabletas para un 18% y las video consolas para un 15% son los productos prioritarios, seguidos por asistentes de voz, ebook, aspiradoras y cámaras.

A pesar del valor económico y prioritario que los españoles dan a sus dispositivos tecnológicos en las compras de Black Friday y Navidad, **sólo un 36% los asegura**, aunque aumenta el interés por proteger estos dispositivos. *“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.

Los jóvenes, los que más acuden a la tienda

El furor por las compras durante el Black Friday se vive tanto en las tiendas físicas como en los e-commerce de los centros de distribución y de las marcas. En cuanto a nuestro comportamiento, el 81% de los españoles realiza búsquedas previas para analizar sus futuras compras. Pero el **I Estudio sobre Hábitos de compra de los españoles en el Black Friday** muestra que, pese a que en términos generales el 59% prefiere comprar online y recibir directamente la compra en casa, **el 50% de los jóvenes entre 18 y 29 años prefiere acudir al establecimiento para experimentar, aclarar dudas y ser aconsejados**.

Según explica **Fernando Macías**, director del estudio de en Ipsos *“Se trata de una cuestión de tiempo y presupuesto: los jóvenes disponen de menos presupuesto y más tiempo para experimentar y buscar ofertas en los establecimientos. Si bien la red es el vehículo para analizar los productos, las tiendas son un punto de encuentro en el Black Friday: ver y tocar un producto sigue siendo parte de la experiencia de la compra”*.

El 45% estaría dispuesto a coger vacaciones para conseguir las mejores gangas

El Black Friday genera tanta expectación que **cerca del 40% de los españoles se despierta antes de lo habitual** para aprovechar las mejores promociones, una tercera parte de éstos hasta dos horas antes. **Incluso, un 45% estaría dispuesto a coger vacaciones para aprovecharlo mejor**.

Por edades, el 40% de los consumidores entre 30 y 44 años estaría dispuesto a levantarse al menos una hora antes. De los **jóvenes entre 18 y 29 años, el 51% se levantaría al menos 1 hora antes y el 28% se levantaría al menos 2 horas antes**.

Con un 99% de notoriedad el Black Friday se consolida tras 7 años como uno de los momentos más álgidos del calendario de consumo y gasto en nuestro país.

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 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).



Acerca de Celside Insurance

Celside Insurance ofrece todas las experiencias de un mundo conectado. Imaginamos y desarrollamos soluciones de seguro a todo riesgo (rotura, pérdida, robo, oxidación) para proteger teléfonos inteligentes y objetos multimedia de millones de usuarios todos los días. Nuestra 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 nuestros clientes.

Celside Insurance en cifras



Inversión

4M€

en oficinas de
Barcelona



300%

de crecimiento en España
2400% en Europa
respecto 2018



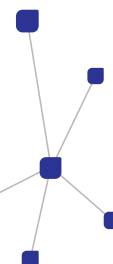
Para más información, contactar con:

Dpto. Prensa Celside:
Telf.: 934342050
Cristina García:
cristina.ungil@havas.com
Alba Buendía:
alba.buendia@havas.com

Volumen negocio 2019

20M€

en España
470M€ en Europa



@celsidees
@celsidees
@celsidees



Celside.com
Celside.com

celside.com

