



JUGUETES Y NAVIDAD

INFORME SOBRE LA COMPRA
DE JUGUETES EN ESPAÑA



Noviembre, 2022

INTRODUCCIÓN



Un año más, se acerca el momento de preparar las compras navideñas y los juguetes son, sin duda alguna, los favoritos de los más pequeños de la familia y los principales protagonistas en las cestas de la compra de los padres y madres españoles. Así lo refleja la cuarta edición del Informe sobre la compra de juguetes en España de ALDI que, año tras año, pone de manifiesto cómo el presupuesto para la compra de este tipo de productos ocupa un papel relevante para los consumidores españoles en Navidad. De hecho, este 2022 **seis de cada diez hogares españoles (61,2%) aseguran que tienen previsto destinar el mismo presupuesto en juguetes que el año pasado**, unos datos similares, a los resultados obtenidos el 2021 y 2020.

En concreto, el 66,6% de las familias encuestadas tiene previsto destinar 200 euros, como máximo, a las compras de juguetes para Navidad. Sin embargo, el contexto actual, marcado por un incremento de los precios a escala global, es un factor excepcional que dejará huella en el consumo de la época navideña. En este sentido, **3 de cada 4 españoles y españolas (74,6%) aseguran que la situación de inflación generalizada afectará al presupuesto destinado a la compra de juguetes**, una opinión que comparten, muy especialmente, las familias que reducirán su gasto en las compras de esta temporada.

La edición de este año del Informe sobre la compra de juguetes en España de ALDI incorpora también **nuevos resultados que suman detalles sobre las tendencias y previsiones de las compras de juguetes para Navidad a nivel regional**. Las familias madrileñas y las gallegas son las que prevén gastar más en juguetes este año, y las andaluzas, valencianas y canarias, las que menos. La llegada de los Reyes Magos la noche del 5 de enero sigue siendo la festividad más celebrada a nivel nacional (50%), una tradición que el 32% de la población combina con la llegada de Papa Noel en Nochebuena, y con otras celebraciones propias de regiones como Cataluña, con el Tió, o el País Vasco, con el Olentzero.

Otro aspecto que analiza el estudio es la planificación a la hora de comprar juguetes para Navidad. Un hecho que comparte la mayoría de la población: **cerca de 7 de cada 10 familias españolas (65,8%) manifiestan que realizan las compras navideñas con un mes y más de un mes de antelación**. Como en los resultados del 2021,

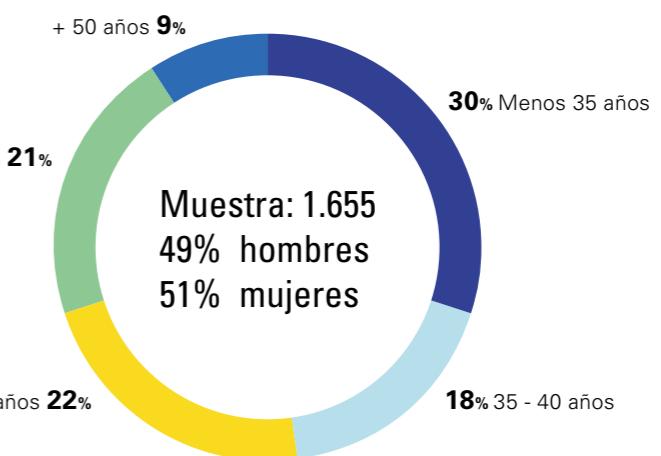
los padres y madres españoles apuestan por la previsión con el objetivo de encontrar los juguetes buscados sin problemas (59,5% de las preferencias) y a precios más económicos (59,1%), siendo este último un motivo especialmente importante para los padres y madres de menos de 35 años. Además, **los supermercados se consolidan como una opción habitual, económica y de confianza para la compra de juguetes** y, por primera vez, el estudio integra la opinión de aquellas **familias que aseguran que comprar juguetes en el supermercado les permite realizar una compra más responsable**.

Entre los elementos a considerar para escoger un juguete, los padres y madres españoles valoran, principalmente, la edad recomendada del producto y que este se ajuste a su presupuesto. Pero también destacan otros motivos, como que se trate de un juguete seguro, divertido, creativo y didáctico, que fomente valores alejados de la violencia, pero que también sea un juguete que sus hijos o hijas hayan pedido. Asimismo, la conciencia sobre sostenibilidad influye en la decisión de compra: **un 69,3% de los padres se fija en el origen o los certificados de sostenibilidad a la hora de decidirse por un juguete u otro**, factores que aportan seguridad al consumidor y facilitan su decisión de compra.

Si observamos los juguetes favoritos por los niños y las niñas, el estudio refleja cómo se sitúan, en primera posición, los juegos de mesa y familiares, así como los videojuegos y juegos de ordenador, seguidos de los puzzles, los juegos de papelería y los juguetes de construcción. También, por primera vez, el Informe sobre la compra de juguetes en España de ALDI revela el tiempo de juego destinado a juguetes tecnológicos y no tecnológicos: **1 de cada 3 niños y niñas (35,7%) dedica entre 1 y 3 horas a la semana a jugar con juguetes tradicionales**, en comparación con **el 25,9% que dedica entre 1 y 3 horas a la semana a jugar con videojuegos y consolas**. El tiempo dedicado a este tipo de ocio varía con la edad. Tal y como se observa, las horas destinadas a juegos tecnológicos aumenta a medida que los niños crecen.

Todos los datos y conclusiones de este análisis proceden de un estudio realizado por ALDI, a través de una encuesta cuantitativa a una muestra de 1.655 consumidores y consumidoras.

Estudio cuantitativo realizado en junio de 2022 y elaborado por ALDI





PREVISIÓN DE GASTO Y COMPRA DE JUGUETES EN NAVIDAD

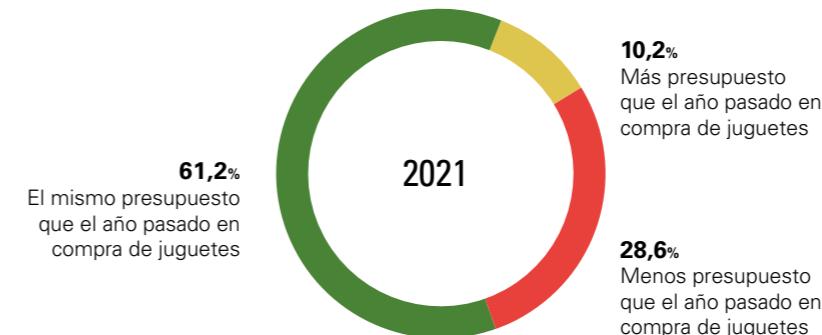


El Informe sobre la compra de juguetes en España elaborado por ALDI, que este 2022 alcanza su cuarta edición, pone de manifiesto que **seis de cada diez familias españolas (61,2%) tienen previsto destinar el mismo presupuesto en juguetes que el año pasado**. Sin embargo, destaca que el **porcentaje de padres y madres españoles que este año declaran que reducirán su presupuesto para la compra de juguetes es mayor, casi tres veces más (28,6%) que aquellos que afirman que lo aumentarán (10,2%)**.

Las familias españolas que prevén aumentar el presupuesto (35,5%) lo hacen, principalmente, porque han aumentado el número de niños y niñas a los que hacer regalos, aunque un 20,7% afirma que comprará más juguetes por niño/a que el año pasado. En contraposición, los motivos para aquellos que prevén reducir su presupuesto son una peor situación económica (30,9%), seguido de la responsabilidad de no querer comprar más de lo necesario (25,6%).

Seis de cada diez familias españolas tienen previsto destinar el mismo presupuesto en juguetes que el año pasado y casi 3 de cada 10 prevé reducirlo

Previsión de variación del presupuesto destinado a juguetes



Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario cuantitativo en junio de 2022 a un panel externo de 1.655 españoles y españolas.

Motivos para la variación del presupuesto destinado a juguetes

Más presupuesto que el año pasado en compra de juguetes

- Ha aumentado el número de niños/as a los que hacer regalos **35,5%**
- Tengo previsto comprar más juguetes a cada niño/a que el año pasado **20,7%**
- Tengo previsto comprar juguetes más caros que el año pasado **12,4%**
- Mi situación económica ha mejorado **12,4%**
- Por responsabilidad quiero comprar mejores juguetes **10,1%**
- Otros motivos **8,9%**

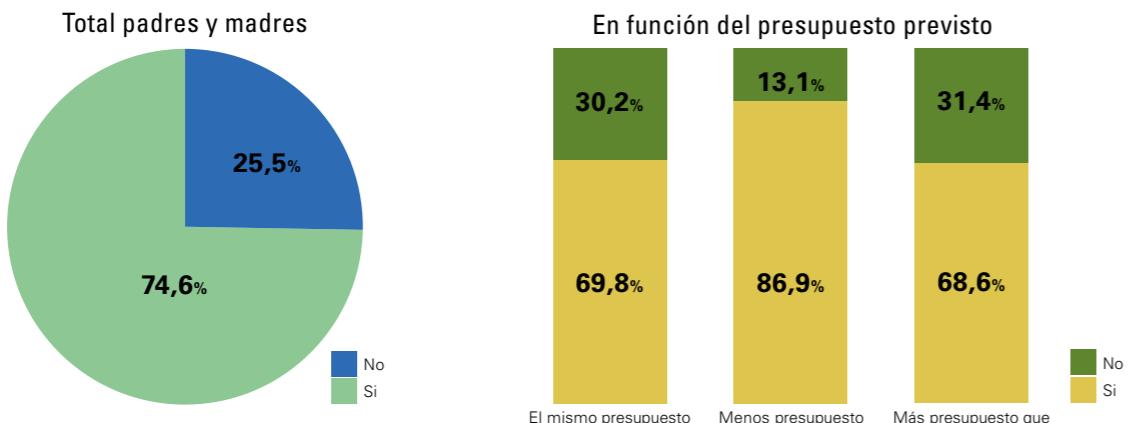
Menos presupuesto que el año pasado en compra de juguetes

- Mi situación económica ha empeorado **30,9%**
- Por responsabilidad no quiero comprar más de lo necesario o de forma compulsiva **25,6%**
- Tengo previsto comprar menos juguetes a cada niño/a que el año pasado **21,8%**
- Tengo previsto comprar juguetes más baratos que el año pasado **9,3%**
- Ha disminuido el número de niños/as a los que hacer regalos **8,5%**
- Otros motivos **4%**

Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario cuantitativo en junio de 2022 a un panel externo de 1.655 españoles y españolas.

Sin embargo, la compra de juguetes este año no será ajena a la situación de inflación generalizada a nivel global. En concreto, **3 de cada 4 padres y madres (74,6%) declaran que este contexto afectará al presupuesto destinado a juguetes esta Navidad**. Así lo consideran especialmente aquellos que prevén destinar este año menos presupuesto que el año pasado (86,9%).

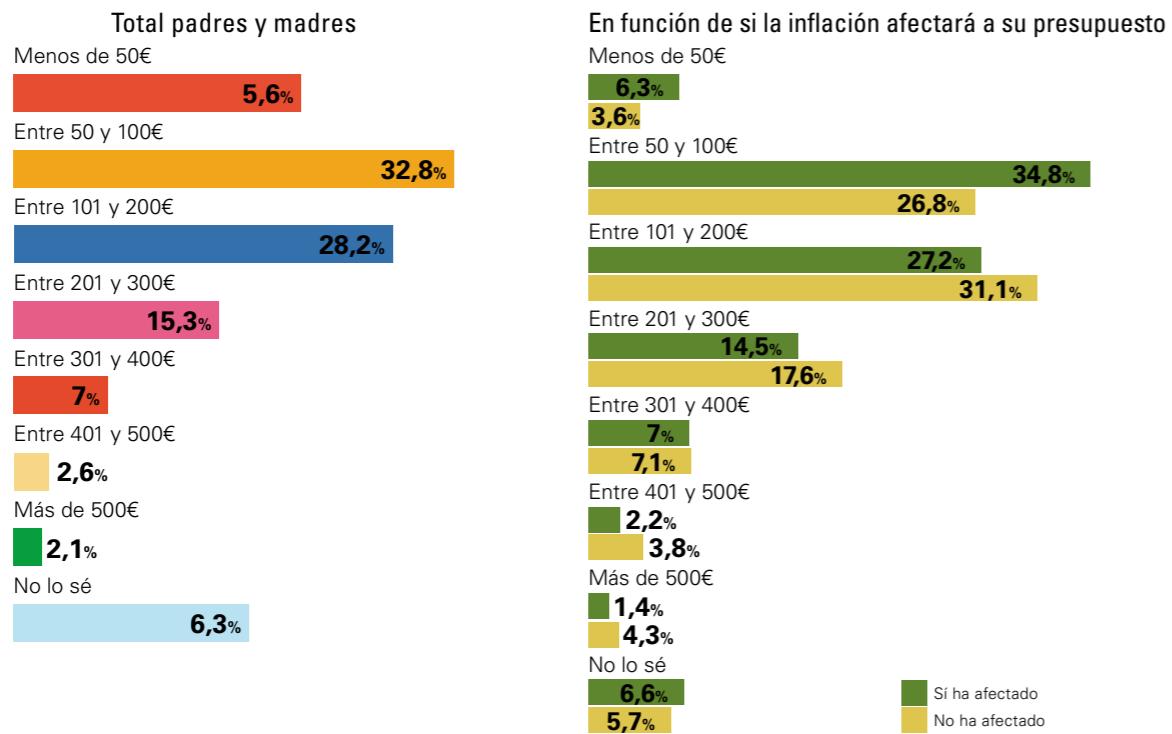
Porcentaje de familias españolas que creen que el contexto de inflación afectará a la compra de juguetes



Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario cuantitativo en junio de 2022 a un panel externo de 1.655 españoles y españolas.

En cuanto al presupuesto concreto que prevén destinar a esta partida, **más de 6 de cada 10 padres (el 66,6%) tienen previsto gastarse un máximo de 200 euros estas Navidades**. Una cifra que desciende entre aquellos padres y madres que creen que la inflación afectará a su presupuesto.

En función del presupuesto previsto en la compra de juguetes



Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario cuantitativo en junio de 2022 a un panel externo de 1.655 españoles y españolas.

Por regiones, las familias **madrileñas y las gallegas son las que prevén destinar en mayor medida un presupuesto superior a 200 euros**. En concreto, así lo prevén el 34,4% de las familias gallegas y el 30,7% de las madrileñas, en comparación con el 27% de la media nacional. Por su parte, los **padres y madres andaluces, valencianos y canarios son los que menos**

presupuesto tienen previsto destinar a los juguetes esta Navidad. En concreto, planean gastar menos de 200 euros el 71,4% de las familias andaluzas, el 71,3% de las valencianas y el 69,4% de las canarias, frente al 66,6% de la media nacional.

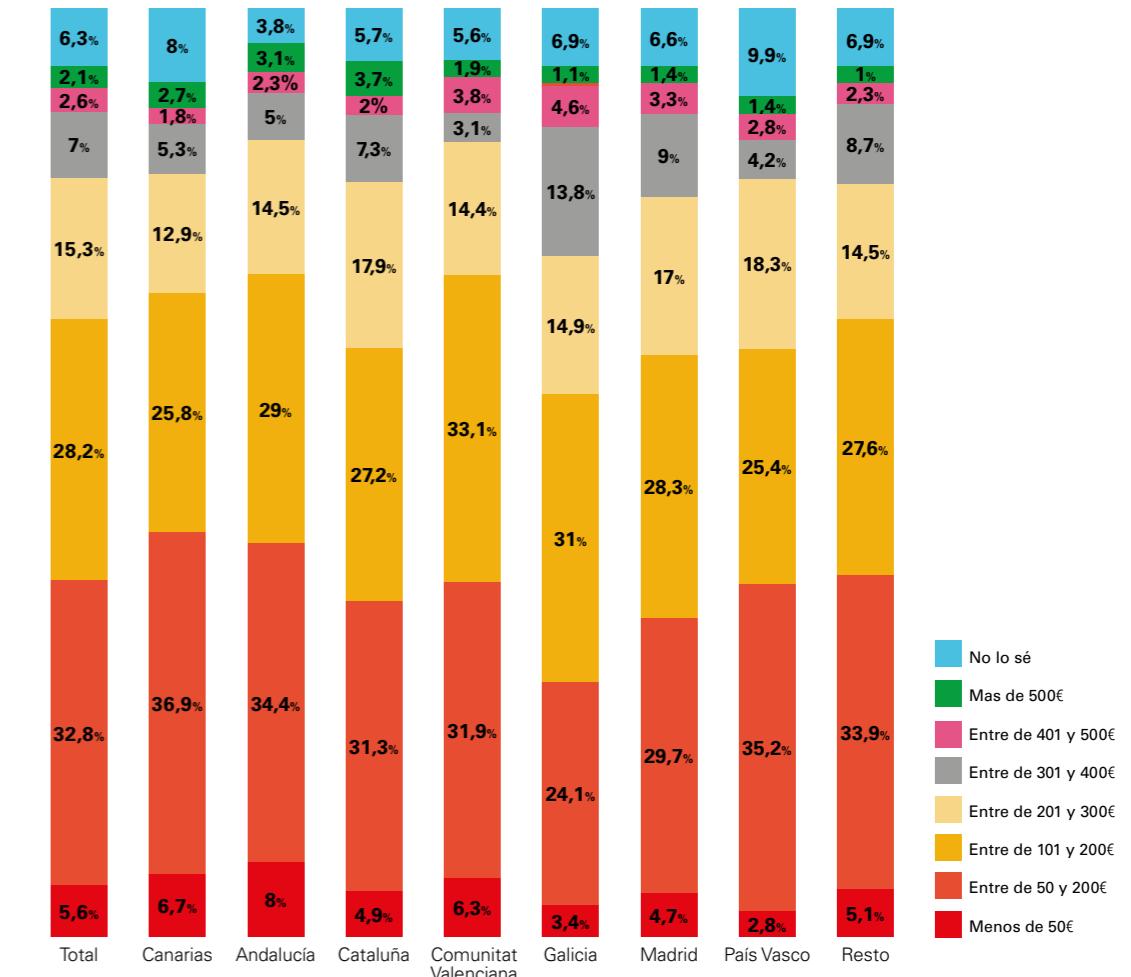
Destaca el hecho de que el porcentaje más amplio tanto en

el conjunto de España como por regiones sea el de aquellos hogares que prevén destinar entre 50 y 100 euros a juguetes esta Navidad (un 32,8% en la media nacional), mientras que este porcentaje mayor en el caso de la Comunidad Valenciana (33,1%) y Galicia (31%) lo ocupan los hogares que prevén gastar entre 100 y 200 euros.

El 66,6% de los hogares españoles prevé gastar un máximo de 200 euros en juguetes estas Navidades

Las familias madrileñas y las gallegas son las que prevén gastar más en juguetes esta Navidad y las andaluzas, valencianas y canarias, las que menos

Presupuesto previsto para juguetes esta navidad por regiones



Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario cuantitativo en junio de 2022 a un panel externo de 1.655 españoles y españolas.



LA COMPRA DE JUGUETES ES PLANIFICADA PARA LA MAYORÍA DE LAS FAMILIAS ESPAÑOLAS

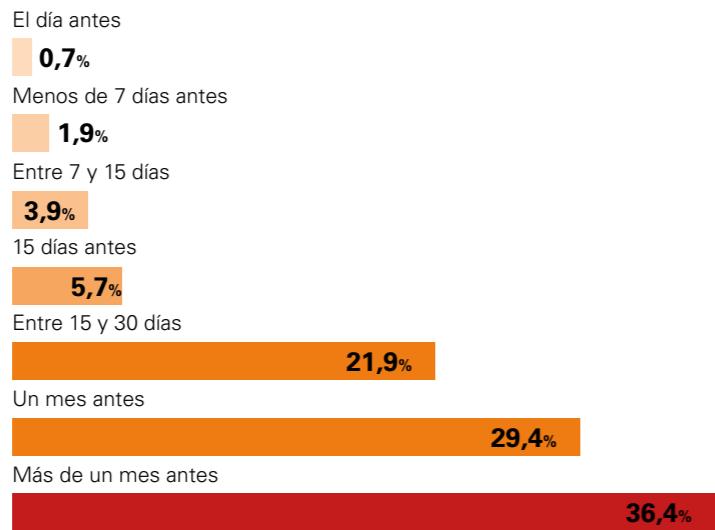
La compra de juguetes para la Navidad suele planificarse con antelación. De hecho, cerca de 7 de cada 10 familias (el 65,8%) hacen las compras entre un mes y más de un mes antes de la Navidad. De esta manera, son muy pocas las familias que dejan estas compras para última hora, **sólo un 11,5% de los padres y madres españoles compran los juguetes con menos de 15 días de antelación.**

Los motivos principales para adelantar las compras son **encontrar los juguetes que se buscan sin agobios (59,5% de las preferencias)** junto con conseguir precios más económicos (59,1%). Les sigue el ahorro de tiempo y molestias (43,8%) y la mejor organización de compras y del presupuesto (39,7%). Por edades, los **padres y madres menores de 35 años son los que más anticipan las compras con el objetivo de encontrar precios económicos**.

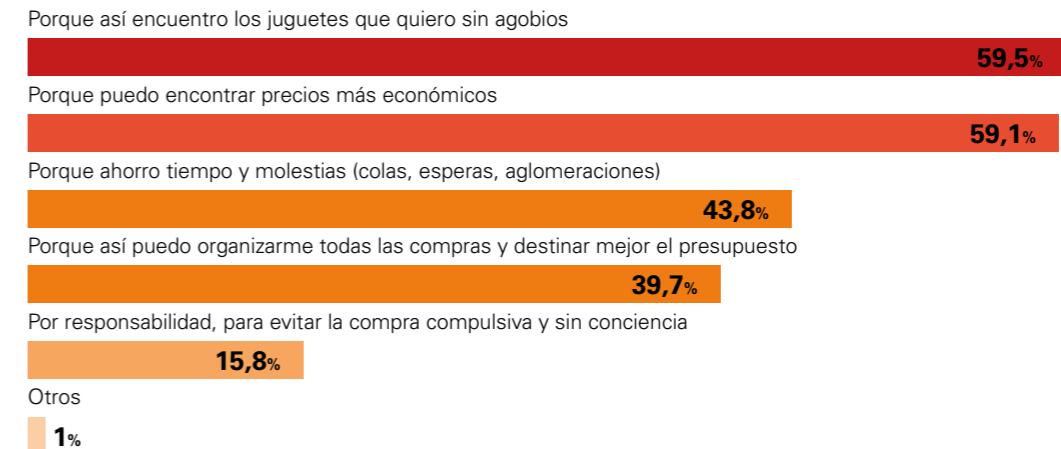
 Cerca de 7 de cada 10 familias españolas hacen las compras entre un mes y más de un mes antes de la Navidad y sólo un 11,5% compran los juguetes con menos de 15 días de antelación



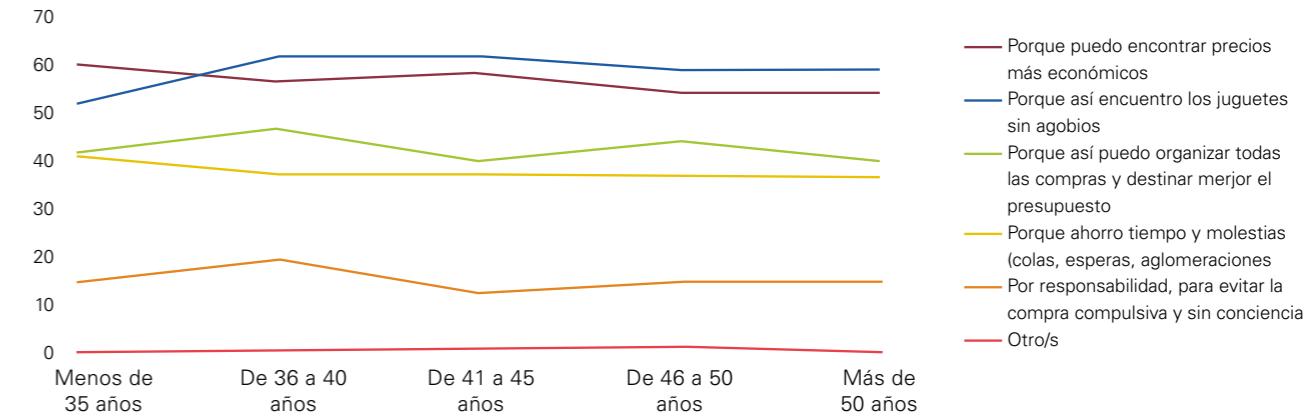
Nivel de antelación de las compras de juguetes para esta Navidad



Motivos para la antelación de las compras de juguetes en Navidad



Motivos para la antelación de las compras de juguetes en Navidad en función de la edad del padre y madre



Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario cuantitativo en junio de 2022 a un panel externo de 1.655 españoles y españolas.

 La mayoría de los padres y madres españoles anticipan las compras de juguetes por tranquilidad y por encontrar precios económicos

¿QUÉ TRADICIÓN NAVIDEÑA ES LA MÁS CELEBRADA POR LAS FAMILIAS ESPAÑOLAS?



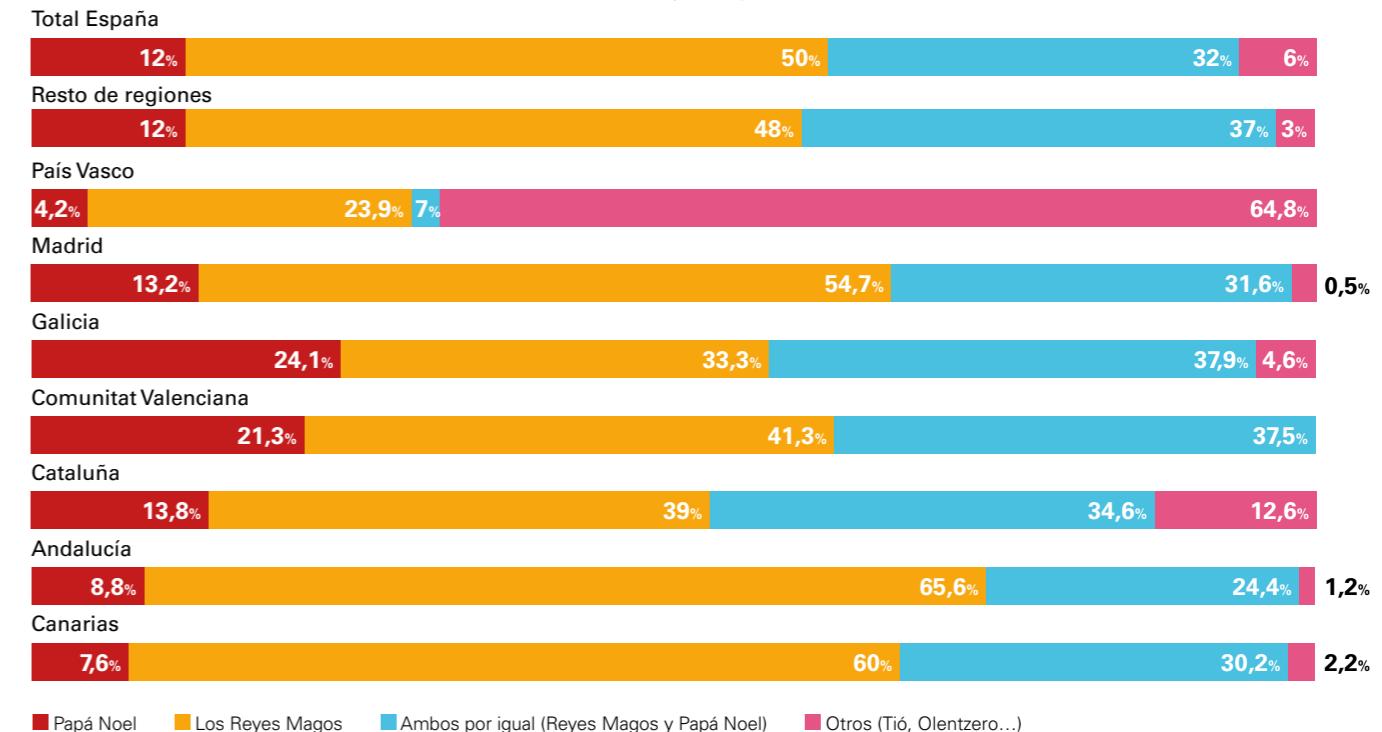
Los Reyes Magos se mantienen como la tradición más celebrada en España durante las fiestas navideñas. La **mitad de los españoles y españolas (50%) celebra en mayor medida la llegada de los Reyes Magos** la noche del 5 de enero, que la de Papá Noel en Nochebuena, que es la preferida para un 12% de la población. Cada vez hay más familias que conmemoran **ambas festividades por igual, un 32%**, y un 6% celebran otras festividades propias de su región, como el Tió, en Cataluña, o el Olentzero, en el País Vasco. De hecho, las **familias vascas celebran en mayor medida el Olentzero**, con un 64,8% de las preferencias y, en cambio, solamente un 23,9% prefiere los Reyes Magos, 26,1 puntos menos que la media nacional.

También destaca en Cataluña un **12,6% de la población que afirma preferir la tradición del Tió**.

Las **familias andaluzas son las que mantienen mayor fervor por los Reyes Magos, con un 65,6% de las preferencias** (15,6 puntos por encima de la media española), seguidas de las canarias (60%) y las madrileñas (54,7%).

En Galicia y en la Comunidad Valenciana es donde se decantan en **mayor medida por Papá Noel**, en comparación con el resto de regiones. En concreto, lo hacen el 24,1% de los gallegos (12,1 puntos por encima de la media nacional) y el 21,3% de los valencianos (9,3 puntos más).

¿Cuál es la tradición más celebrada en Navidad?
Diferencias por regiones



Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario cuantitativo en junio de 2022 a un panel externo de 1.655 españoles y españolas.



LA COMPRA DE JUGUETES EN EL SUPERMERCADO



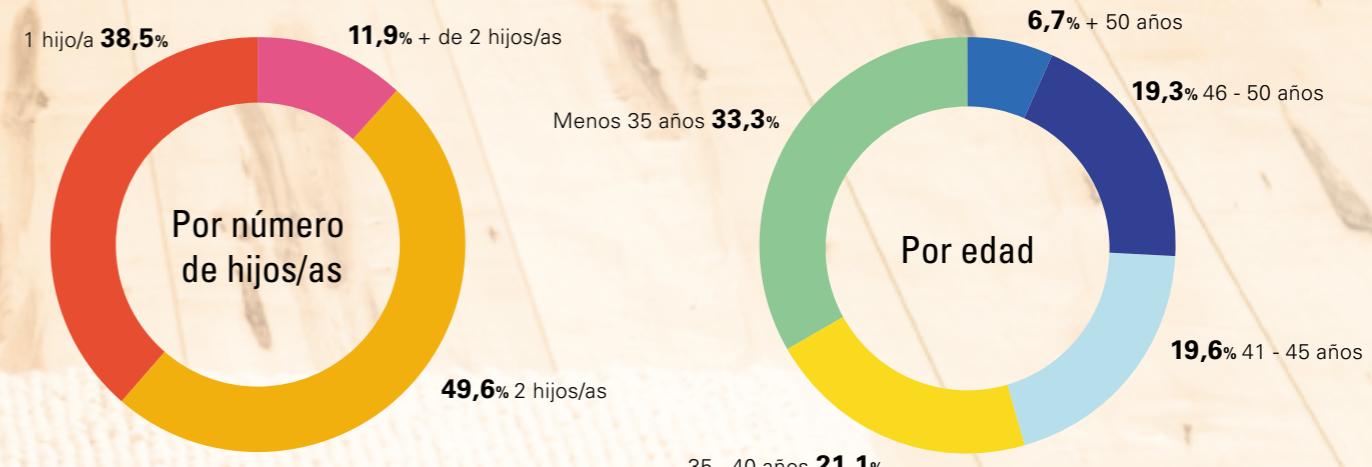
Los supermercados se consolidan como una opción de confianza y económica para la compra de juguetes en Navidad por parte de las familias españolas. Así lo refleja la última edición del Informe sobre la compra de juguetes en España de ALDI, que destaca que **un 16,3% de la población española ya tiene el supermercado como lugar habitual de compra de juguetes, una cifra que se mantiene estable en los últimos años**. Esto se observa, especialmente, en padres y madres jóvenes, de hasta 40 años, que suponen el 54,4% del total, y en parejas con 2 o más hijos, que representan el 61,5%.

La compra de juguetes en el supermercado destaca, especialmente, en madres y padres de hasta 40 años y con dos o más hijos

El 89,6% de los españoles considera que el precio de los juguetes en los supermercados es más competitivo que en otros establecimientos, casi 4 puntos por encima que los mismos resultados de 2021

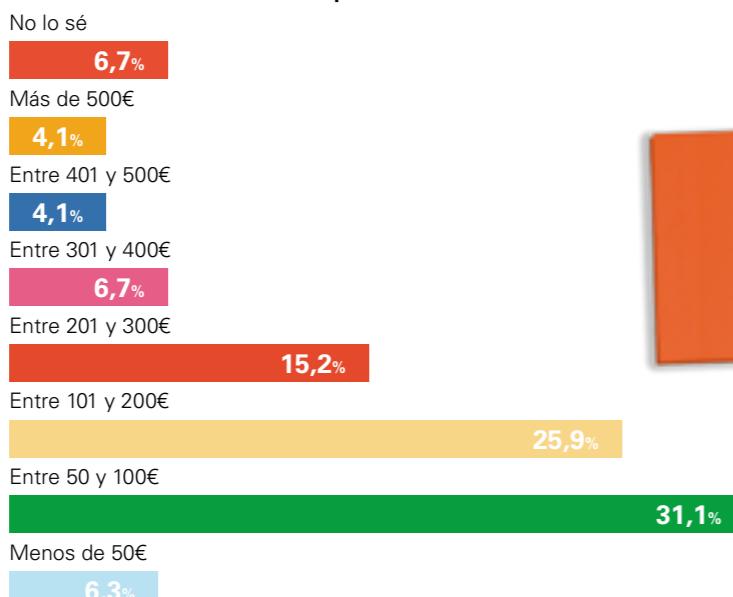
Por presupuesto, **entre las familias españolas que eligen comprar los juguetes en el supermercado, destacan aquellas que tienen previsto gastarse menos de 50 euros esta Navidad (un 6,3%) y las que prevén gastar entre 400 y más de 500 euros (un 8,2%)**. El resto se reparte entre el 31,1% que tiene previsto destinar entre 50 y 100 euros; el 25,9% que gastará entre 101 y 200 euros; el 15,2%, entre 201 y 300 euros; y el 6,7% que destinará entre 301 y 400 euros.

Perfil del comprador de juguetes en el supermercado en función de los padres y madres y el número de hijos/as



Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario cuantitativo en junio de 2022 a un panel externo de 1.655 españoles y españolas.

Presupuesto previsto en juguetes en la compra en el supermercado



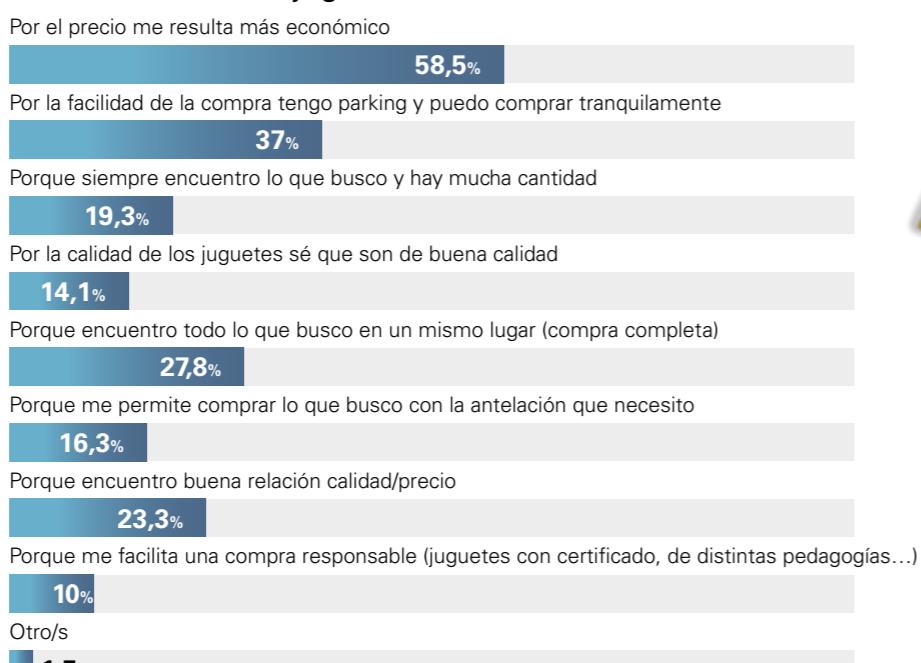
Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario cuantitativo en junio de 2022 a un panel externo de 1.655 españoles y españolas.

Respecto a los motivos para comprar juguetes en el supermercado, **la principal razón sigue siendo el precio más económico**, con un 58,5% de las preferencias de los consumidores. El precio es, además, **un factor determinante**,

de compra para 9 de cada 10 familias que compra juguetes en el supermercado (93%). El segundo motivo para priorizar la compra de juguetes en el supermercado es la facilidad de compra (la posibilidad de aparcamiento fácil y compra sencilla),

con un 37%. Le siguen, con el 27,8% de las preferencias, los padres y madres que indican que en el supermercado pueden encontrar todo lo que buscan, lo que facilita realizar una compra completa, incluyendo también juguetes.

¿Por qué recurras a los supermercados para la compra de juguetes en Navidad?

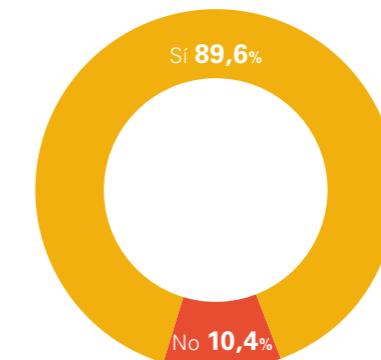


Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario cuantitativo en junio de 2022 a un panel externo de 1.655 españoles y españolas.

En esta misma línea, **el 89,6% de los españoles considera que el precio de los juguetes en los supermercados es más competitivo que en otro tipo de establecimiento**, casi 4 puntos por encima que los mismos resultados de 2021. En un 33,7% de los casos, opinan que los juguetes ofrecen una mejor relación calidad-precio. Otras opiniones recurrentes sobre los

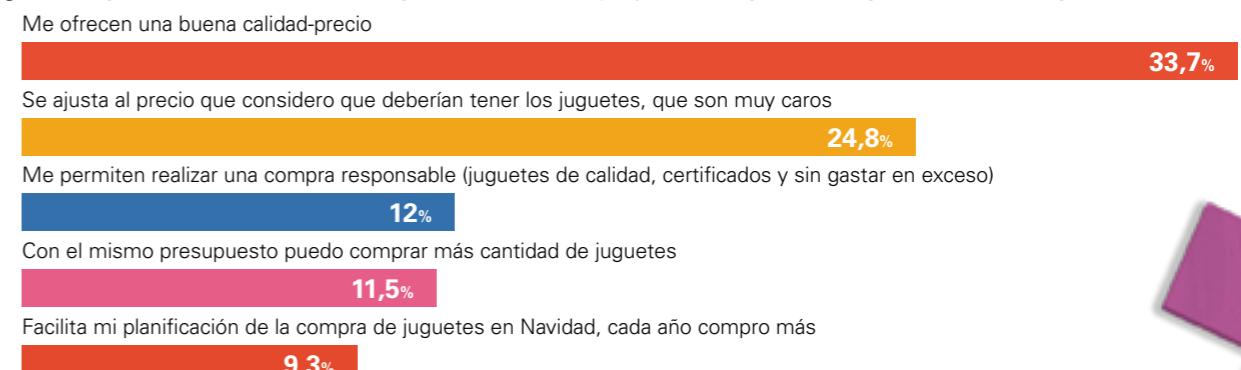
juguetes que se pueden encontrar en un supermercado son que suelen ajustarse al precio que los consumidores creen que deberían tener estos productos, por lo general, más caros, con un 24,8% de las preferencias; y también el hecho de que, con el mismo presupuesto, es posible adquirir más cantidad de juguetes (11,5%).

¿Consideras que los juguetes tienen un precio competitivo en el supermercado?



Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario cuantitativo en junio de 2022 a un panel externo de 1.655 españoles y españolas.

¿Qué opinión te merece el precio de los juguetes que compras en el supermercado?

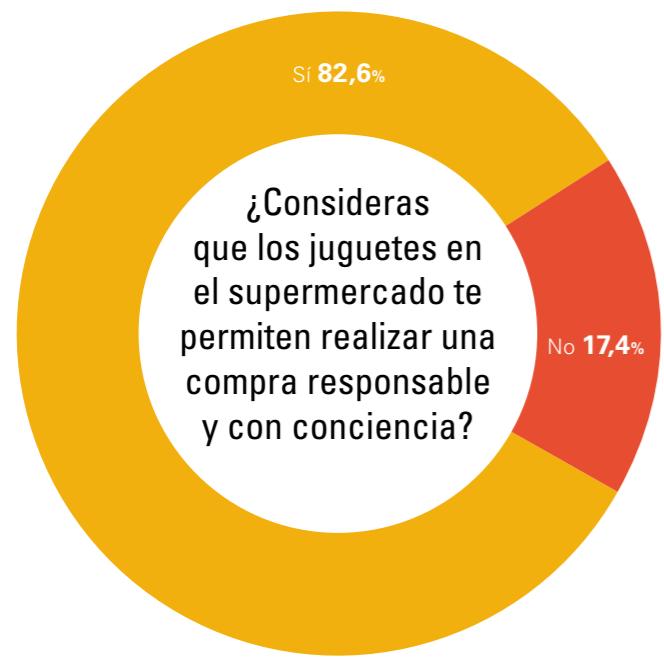


Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario cuantitativo en junio de 2022 a un panel externo de 1.655 españoles y españolas.

COMPRA RESPONSABLE DE JUGUETES

El Informe sobre la compra de juguetes en España de ALDI incorpora, por primera vez, la opinión de aquellos **padres y madres que aseguran que comprar juguetes en el supermercado les permite realizar una compra más responsable**. En concreto, un 12% de los padres y madres españoles considera que el precio ofrecido en estos establecimientos para este tipo de productos les permite acceder a juguetes de calidad, certificados y a un precio satisfactorio. En total, de las familias que deciden comprar los juguetes de Navidad en el supermercado, un 82,6% reconoce hacerlo porque les facilita comprar de forma responsable y con conciencia.

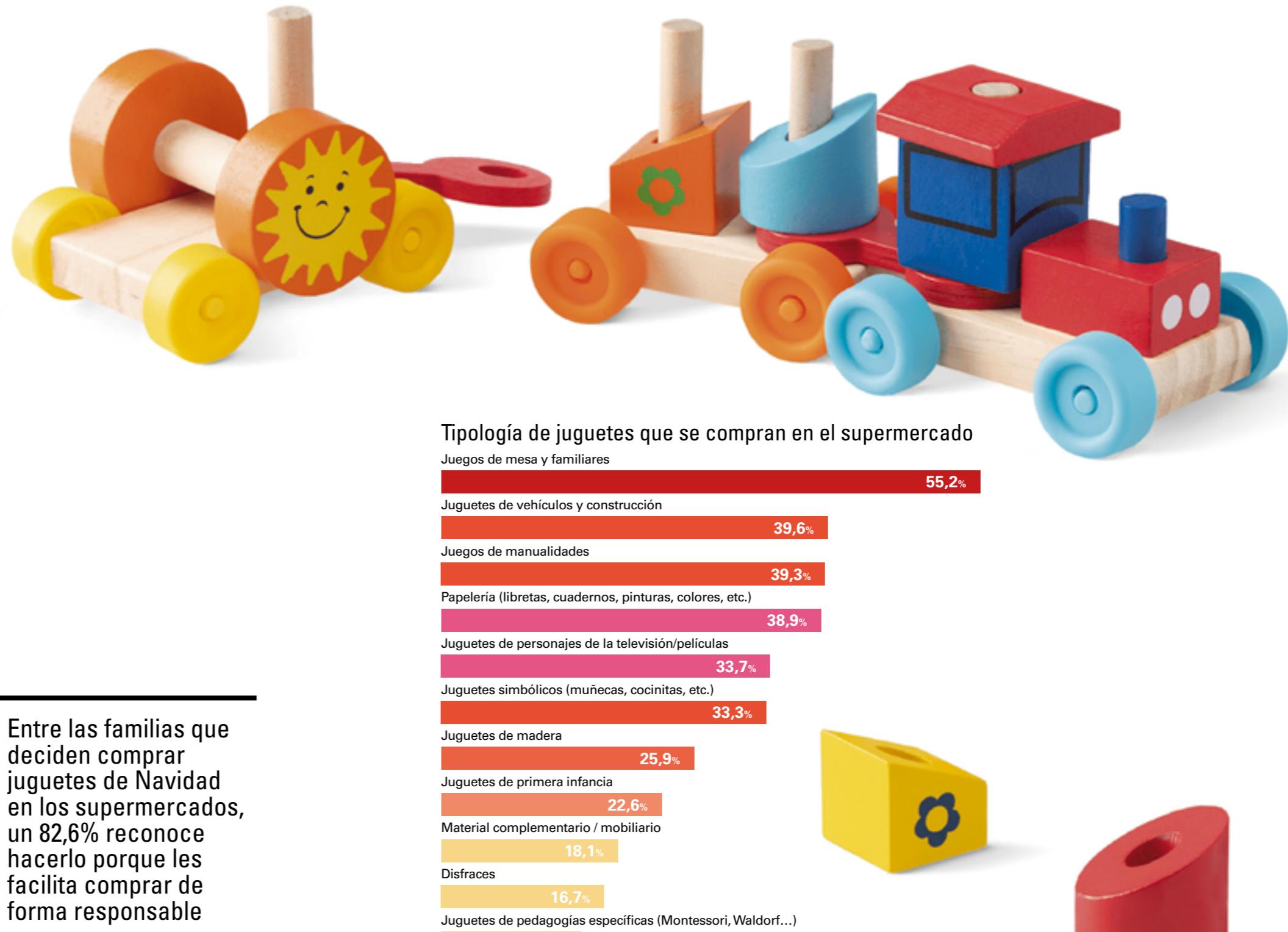
En cuanto a la **tipología de juguetes que más se compran en el supermercado, destacan por encima del resto los juegos de mesa y familiares**, con un 55,2% de las preferencias. Le siguen con porcentajes similares los juguetes de vehículos y construcción y los juegos de manualidades (los tres, con un 39%), junto con los juegos de papelería (libretas, cuadernos, pinturas, colores, etc.), que se mantienen en un 38,9% de las menciones. Con un 33,7% de preferencias se sitúan los juguetes de personajes de películas o de la televisión, cuya inclinación disminuye ligeramente en función de la franja de edad, y los juguetes simbólicos, como las muñecas o las cocinitas, que se adquieren sobre todo para niños y niñas de entre 0 y 4 años.



Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario cuantitativo en junio de 2022 a un panel externo de 1.655 españoles y españolas.



Entre las familias que deciden comprar juguetes de Navidad en los supermercados, un 82,6% reconoce hacerlo porque les facilita comprar de forma responsable



Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario cuantitativo en junio de 2022 a un panel externo de 1.655 españoles y españolas.



¿QUÉ ASPECTOS SE TIENEN EN CUENTA Y CUÁLES INFLUYEN MÁS EN LA COMPRA DE JUGUETES?

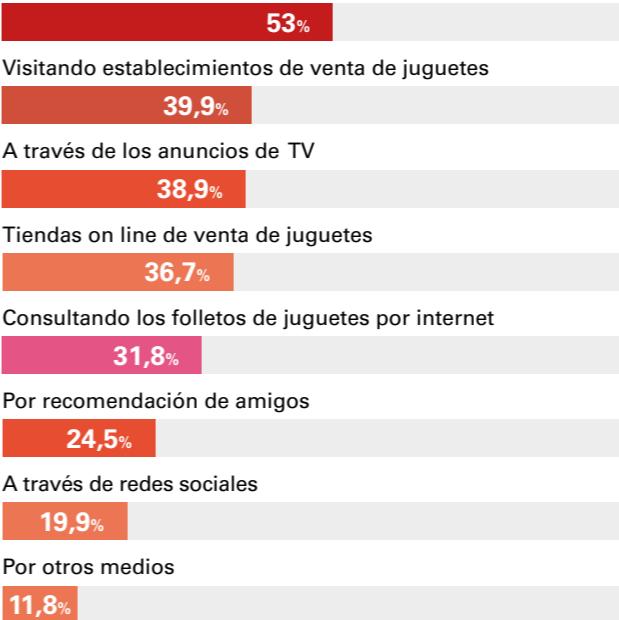


Según el Informe sobre la compra de juguetes en España de ALDI, **para más de la mitad de los padres y madres españoles (53%) los catálogos o los folletos son el principal medio para conocer la oferta de juguetes.** También son relevantes las visitas a los establecimientos de venta de estos artículos (39,9%) o los anuncios que se emiten por televisión (38,9%). Este último canal es realmente clave en las edades más tempranas, ya que **el 62,5% de los más pequeños de la casa afirma saber qué juguetes están disponibles a través de los anuncios de la televisión.** Para este grupo de edad también son relevantes los folletos o catálogos de juguetes (55%), así como visitar las tiendas (29,7%).

Sin embargo, los datos muestran que, a la hora de comprar un juguete, la recomendación de conocidos es clave. De hecho, **la recomendación por parte de amigos/as es uno de los factores más influyentes en la elección de un juguete,** seguido de otros canales como los folletos o catálogos de juguetes y los establecimientos de venta de estos artículos.

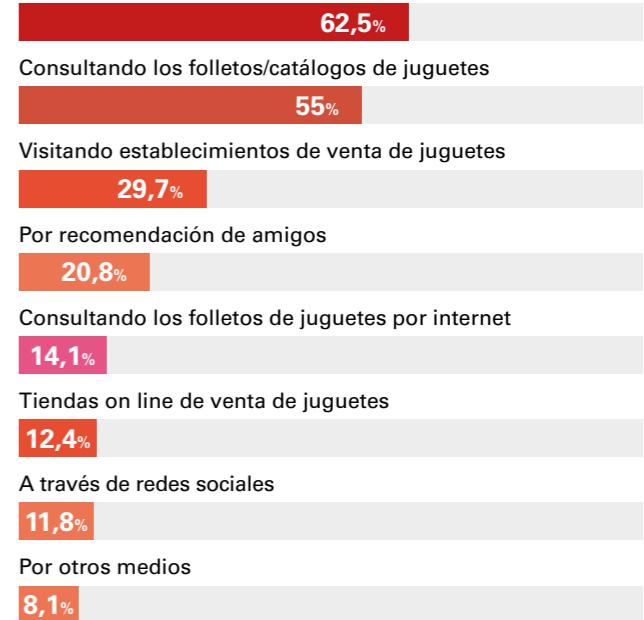
¿En qué medios conocen los padres y madres españoles qué juguetes están disponibles?

Consultando los folletos/catálogos de juguetes



¿En qué medios conocen los hijos e hijas qué juguetes están disponibles?

A través de los anuncios de TV



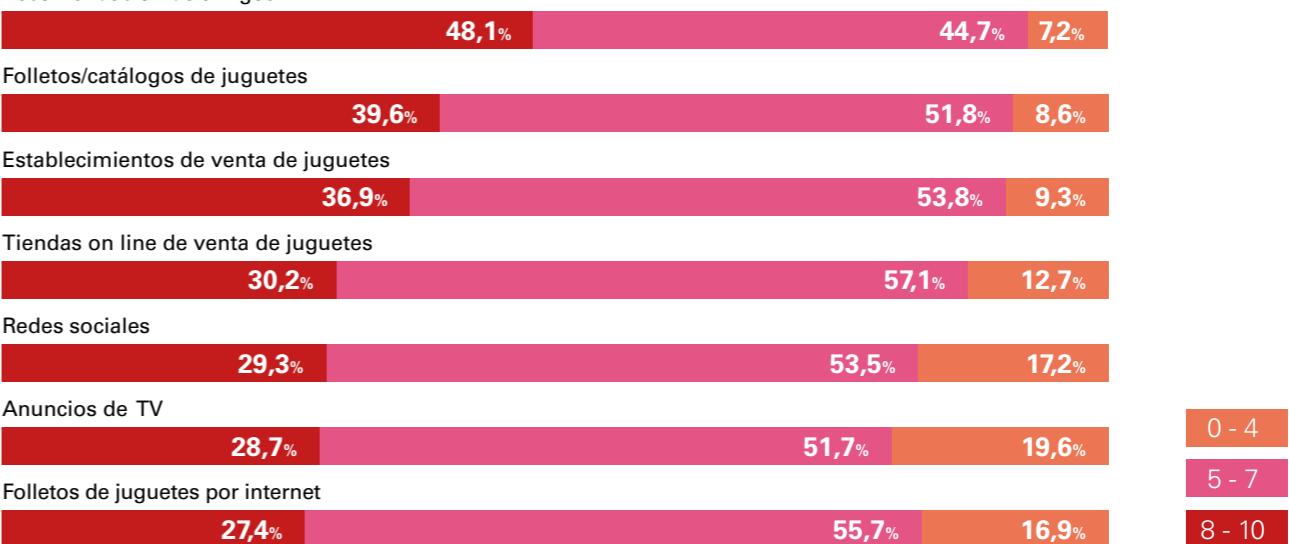
Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario cuantitativo en junio de 2022 a un panel externo de 1.655 españoles y españolas.

Los catálogos son el principal medio de los padres y madres para conocer la oferta de juguetes. En cambio, los anuncios de TV son clave para los hijos e hijas

La recomendación de conocidos es uno de los factores más influyentes en la elección de un juguete

Influencia de distintos canales en la decisión de compra de los juguetes

Recomendación de amigos



Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario cuantitativo en junio de 2022 a un panel externo de 1.655 españoles y españolas.

DRIVERS DE COMPRA: QUE SEA UN JUGUETE DIVERTIDO, DIDÁCTICO Y PEDIDO POR LOS MÁS PEQUEÑOS

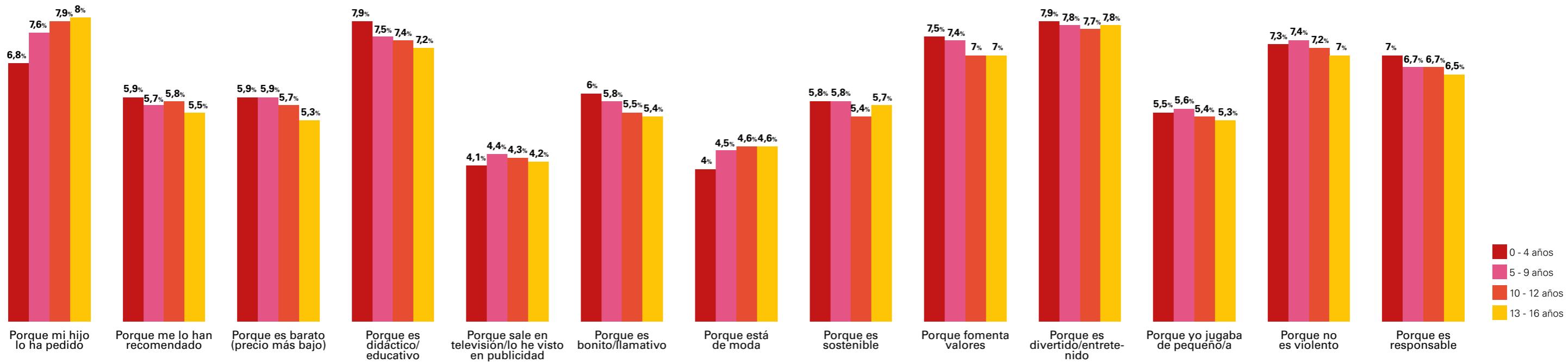
El Informe sobre la compra de juguetes en España de ALDI destaca que los principales motivos que llevan a los padres y madres españoles a decantarse por un juguete u otro, es que este sea divertido o entretenido (7,8%), didáctico o educativo (7,6%), pero también que sea un juguete que sus hijos o hijas hayan pedido (7,4%). Le siguen que el producto fomente valores (7,3%), que no sea violento (7,3%) y que sea responsable (6,8%).



Que un juguete sea divertido o entretenido, y didáctico o educativo, son los principales motivos que los padres y madres españoles valoran a la hora de escoger un juguete u otro, así como que sus hijos o hijas lo hayan pedido

Si desglosamos estos datos por edades, observamos que **la petición expresa es un factor que coge peso a medida que aumenta la edad del niño o niña**, hasta el punto de convertirse en el principal motivo de elección de juguetes en los niños y niñas de más de 10 años. Por el contrario, observamos que factores como que se trate de un juguete educativo o que sea divertido pierden peso en la elección a medida que aumenta la edad del niño o niña.

Motivos que llevan a la elección de un juguete para los hijos e hijas en función de su edad



Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario cuantitativo en junio de 2022 a un panel externo de 1.655 españoles y españolas.

Motivos que llevan a la elección de un juguete

Porque es divertido/entretenido

7,8%

Porque es didáctico/educativo

7,6%

Porque mi hijo lo ha pedido

7,4%

Porque fomenta valores

7,3%

Porque no es violento

7,3%

Porque es responsable

6,8%

Porque me lo han recomendado

5,8%

Porque es bonito/llamativo

5,8%

Porque es barato (precio más bajo)

5,8%

Porque es sostenible

5,7%

Porque yo jugaba de pequeño/a

5,5%

Porque está de moda

4,3%

Porque sale en televisión/lo he visto en publicidad

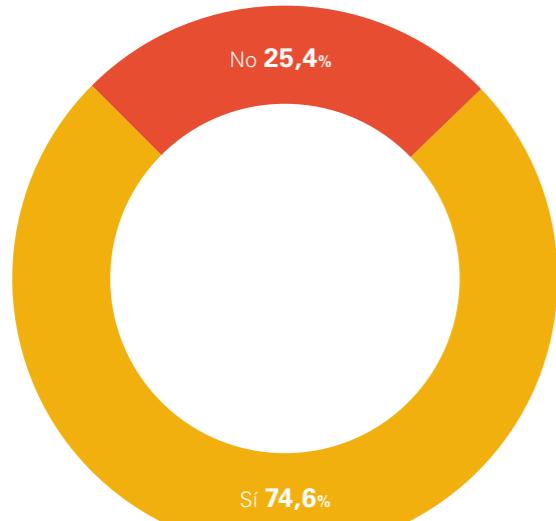
4,2%

Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario cuantitativo en junio de 2022 a un panel externo de 1.655 españoles y españolas.

LA CARTA DE JUGUETES, UNA TRADICIÓN QUE SE MANTIENE

Tres de cada cuatro niños y niñas (74,6%) escriben una carta con los juguetes que quieren para Navidad, según la última edición del Informe sobre la compra de juguetes en España de ALDI. Concretamente, casi todos los niños de entre 5 y 9 años escriben la carta (95,3%), mientras que se trata de una práctica menos popular entre las edades más avanzadas: un 51,4% de los hijos e hijas de entre 13 y 16 años ya no escriben carta.

Porcentaje de niños y niñas que escriben una carta de juguetes en Navidad

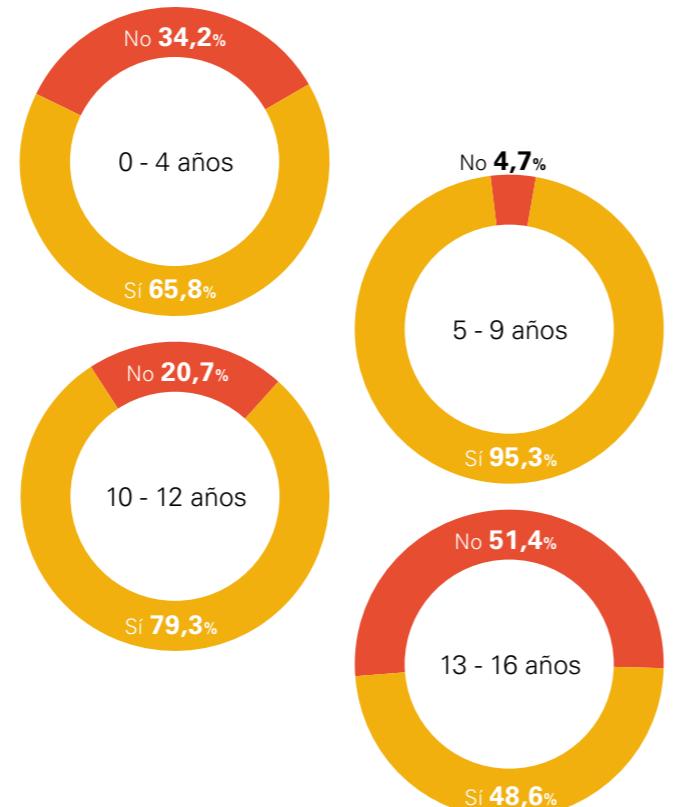


Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario cuantitativo en junio de 2022 a un panel externo de 1.655 españoles y españolas.

Los datos muestran que un **58,8% de los hijos e hijas reciben más de la mitad de los regalos que piden en la carta** y que, por regiones, **las familias gallegas y madrileñas son las que más se mantienen fieles a lo que piden sus hijos e hijas**. En estas comunidades autónomas, cerca del 64% de los padres y madres regalan más de la mitad de los juguetes de la carta. Por orden, les siguen el País Vasco (61,7%), la Comunidad Valenciana (59%) y las Islas Canarias (58,7%).

Si analizamos los **motivos por los que las familias españolas no compran todos los juguetes** que sus hijos e hijas piden en la carta, vemos que la mayoría lo hacen principalmente porque **les enseña a valorar los regalos** (52,4%) o bien **porque piden muchos juguetes** (50,7%). Otros motivos destacados son porque las familias prefieren escoger ellas mismas cuáles son los juguetes más adecuados para sus hijos e hijas (29,1%), porque no tienen presupuesto suficiente (25,5%) o porque los juguetes son muy caros (25,5%).

Porcentaje de niños y niñas que escriben una carta de juguetes en navidad por edades



Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario cuantitativo en junio de 2022 a un panel externo de 1.655 españoles y españolas.

¿Qué juguetes compras de todos los que tus hijos e hijas han pedido en la carta?

Les regalamos entre un 25% y un 50% de lo piden en la carta

32,8%

Les regalamos más de la mitad de lo piden en la carta

30%

Les regalamos todo o casi todo lo que piden en la carta

28,8%

Les regalamos algo de lo que piden en la carta, menos de un 25%

8%

No les regalamos nada de lo piden en la carta

0,4%

Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario cuantitativo en junio de 2022 a un panel externo de 1.655 españoles y españolas.

¿En qué medida compras a tus hijos e hijas los juguetes que piden en la carta?
– por regiones

Resto

62,7%

Galicia

63,8%

Madrid

64%

País Vasco

61,7%

Comunitat Valenciana

59%

Canarias

58,7%

Cataluña

56,1%

Andalucía

49,2%

Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario cuantitativo en junio de 2022 a un panel externo de 1.655 españoles y españolas.

Motivos por los que las familias españolas no compran todos los juguetes que los hijos e hijas piden en la carta

Porque les quiero enseñar a valorar los regalos

52,4%

Porque piden muchos/demasiados juguetes

50,7%

Porque prefiero escoger yo los regalos más adecuados para mis hijos

29,1%

Porque no tengo presupuesto suficiente

25,5%

Porque piden juguetes muy caros

25,5%

Porque no estoy de acuerdo con el tipo de juguetes que piden

20,4%

Porque tengo más hijos a los que regalar

7,4%

Porque no los juguetes que piden

5,5%

Otros motivos

3,9%

Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario cuantitativo en junio de 2022 a un panel externo de 1.655 españoles y españolas.



Tres de cada cuatro niños y niñas escriben una carta con los juguetes que quieren para Navidades



Un 58,8% de los hijos e hijas reciben más de la mitad de los regalos que piden en la carta

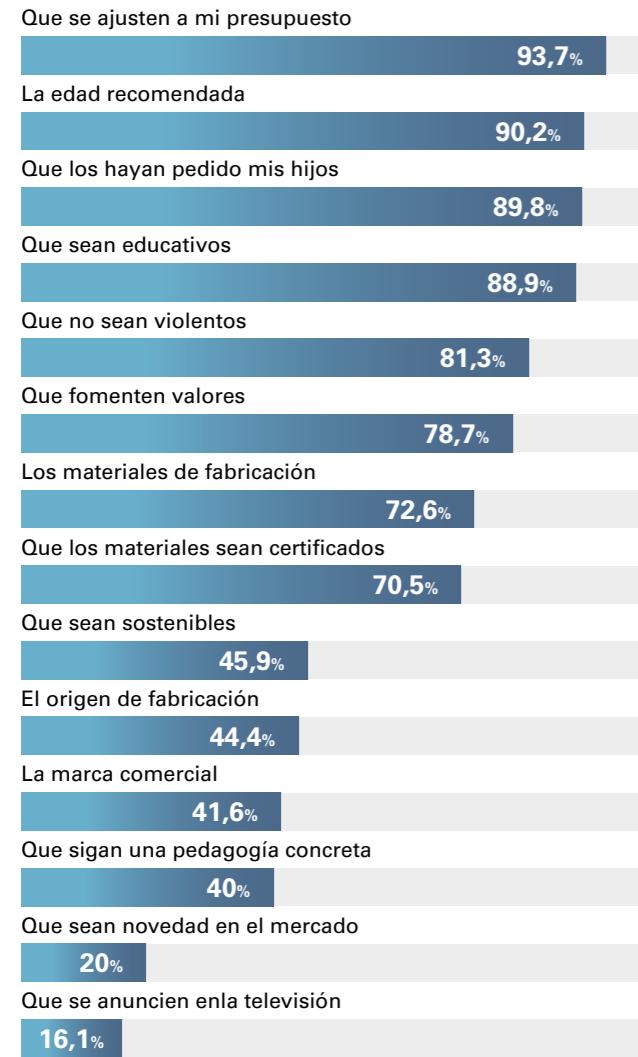
¿EN QUÉ NOS FIJAMOS CUANDO COMPRAMOS UN JUGUETE?

La edad recomendada del juguete y que éste se ajuste al presupuesto planificado son las dos principales características en las que se fijan los padres y madres españoles en sus compras de Navidad. De hecho, el Informe sobre la compra de juguetes en España de ALDI muestra que prácticamente todas las familias españolas, más de un

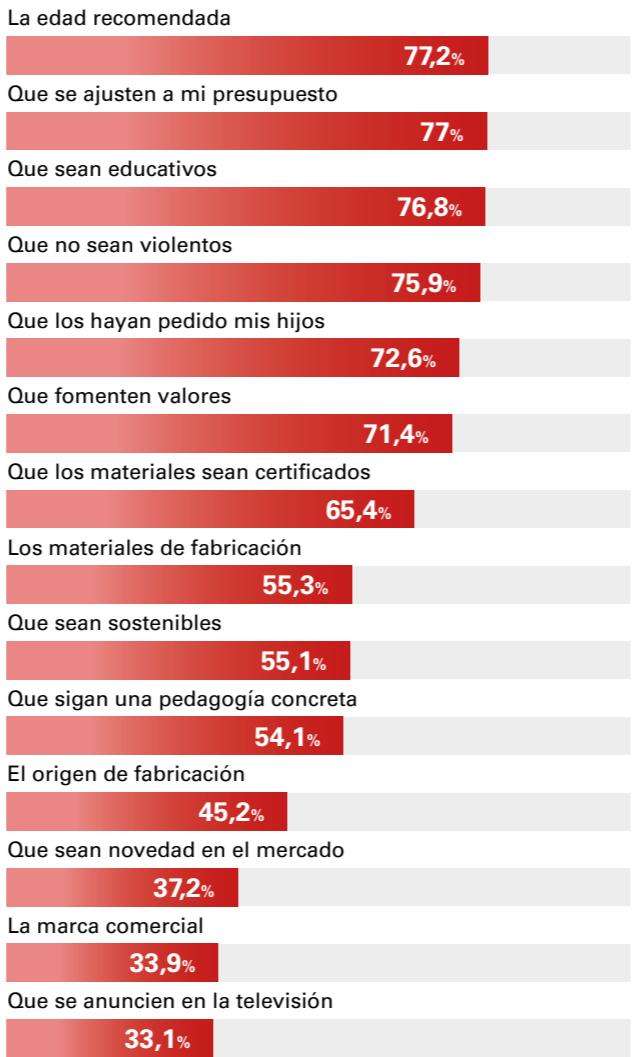
90%, tienen en cuenta estos elementos a la hora de elegir un producto. En este sentido, los padres y madres españoles que afirman fijarse en la edad recomendada y el presupuesto del juguete aseguran que se tratan de aspectos muy influyentes en su decisión de compra (más del 77% así lo afirman). También son factores que se tienen en

cuenta que sea un **juguete que han pedido sus hijos o hijas (89,9%)**, **que sea educativo (88,9%) y que no sea violento (81,3%)**. Por otro lado, los factores que menos peso tienen para las familias a la hora de decantarse por un juguete u otro son que se anuncie en la televisión (16,1%) o que sea una novedad del mercado (20%).

Aspectos que se tienen en cuenta cuando se compran los juguetes para Navidad



¿En qué medida influyen los siguientes aspectos en tu decisión de compra?

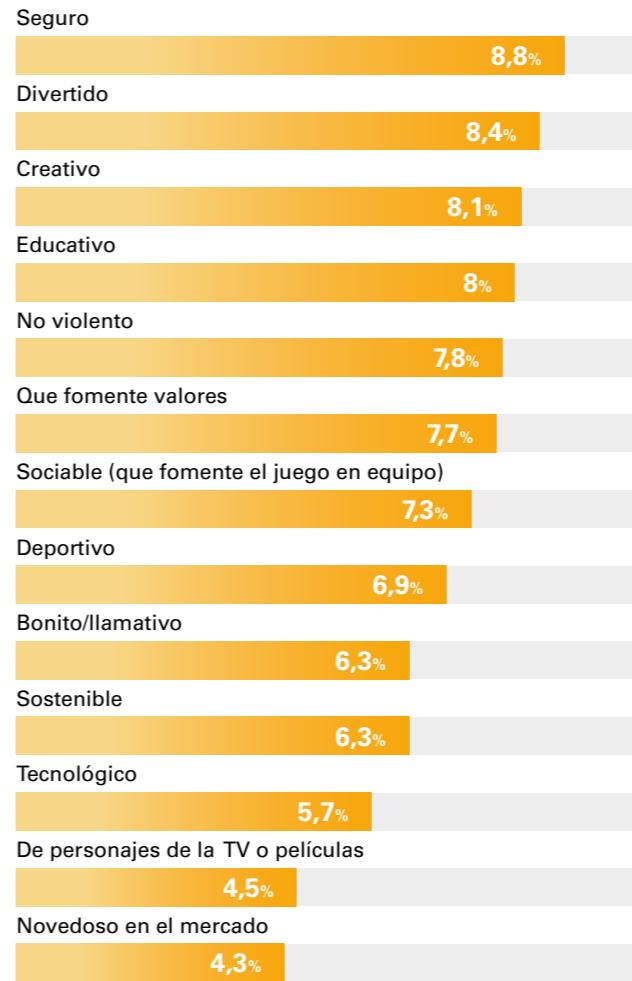


¿QUÉ CARACTERÍSTICAS DEBEN CUMPLIR LOS JUGUETES SEGÚN LOS PADRES Y MADRES ESPAÑOLES?

Que sean juguetes seguros y divertidos, así como creativos y educativos son las principales características que deben tener los juguetes para los padres y madres españoles. En menor medida, también valoran que no sean violentos y que fomenten valores.

Por el contrario, el hecho de que los juguetes sean novedosos en el mercado o traten sobre personajes de la televisión o de películas, son las características que menos importancia recogen las familias españolas en su decisión de compra.

Nota media de importancia de características que deben cumplir los juguetes



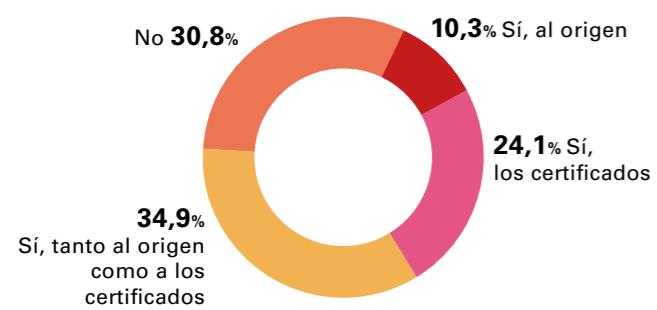
LA IMPORTANCIA DEL ORIGEN Y LOS CERTIFICADOS DE SOSTENIBILIDAD DE LOS JUGUETES

El Informe sobre la compra de juguetes en España de ALDI constata que **cerca de 7 de cada 10 familias españolas se fija en el origen o certificados de sostenibilidad**. Concretamente, un 10,3% se percata del origen, un 24,1% de los certificados y un

34,9% tanto del origen como de los certificados de los productos. Cabe destacar que **son los padres y madres más jóvenes (73,2%), menores de 35 años, y las personas de más de 50 años (71,5%), los que más atención prestan a estos factores**.

Los certificados aportan la seguridad que buscan los padres y madres españoles a la hora de escoger un juguete (43,8%). También se pone de manifiesto que algunos de ellos asocian el origen y los certificados a la calidad (23,2%) y a la conciencia medioambiental (19,4%).

Origen y certificación de sostenibilidad en los juguetes



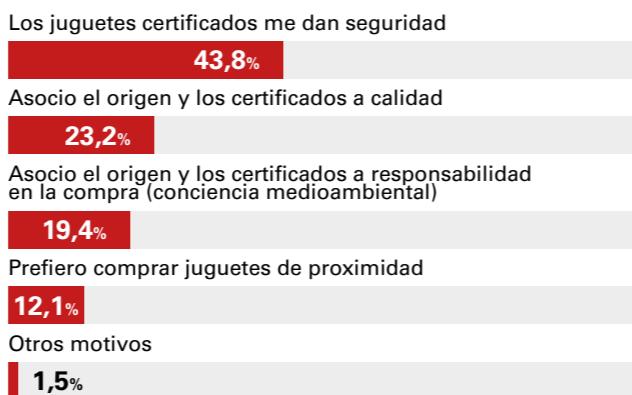
	Menos de 35 años	De 35 a 40 años	De 41 a 45 años	De 46 a 50 años	Más de 50 años
Sí, al origen	10,3%	28%	34,9%	26,8%	9%
Sí, tanto al origen como a los certificados	28%	33,6%	35,5%	32,4%	39,6%
No	34,9%	36%	31,4%	32,4%	28,5%

Sí, al origen Sí, los certificados
Sí, tanto al origen como a los certificados No

Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario cuantitativo en junio de 2022 a un panel externo de 1.655 españoles y españolas.

Cerca de 7 de cada 10 padres y madres españoles se fijan en el origen o los certificados de sostenibilidad de los juguetes

¿Por qué motivos das importancia al origen y a los certificados de sostenibilidad de los juguetes?



Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario cuantitativo en junio de 2022 a un panel externo de 1.655 españoles y españolas.

La mayoría de las familias españolas considera que los juguetes deben ser seguros, divertidos, creativos y educativos, y que fomenten valores alejados de la violencia

Para el 43,8% de los padres y madres españoles encuestados, los certificados aportan la seguridad que buscan a la hora de escoger un juguete

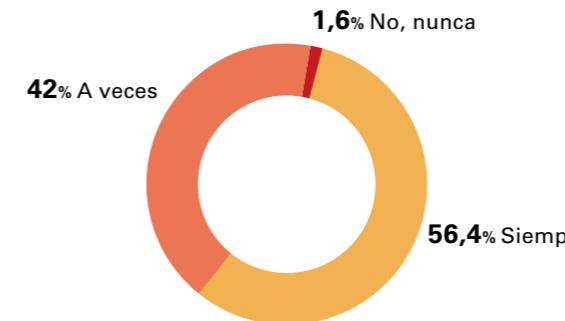
IMPORTANCIA DEL DESARROLLO EDUCATIVO A LA HORA DE ESCOGER JUGUETES

nitivas. Si desglosamos estos datos por edad y género, vemos que las mujeres (62,4%) y los padres y madres más jóvenes, menores de 35 años (64,1%) y de 35 a 40 años (62%), son los que más tienen en cuenta este factor.

Del mismo modo, cabe subrayar que **más del 85% de los padres consideran que los juguetes influ-**

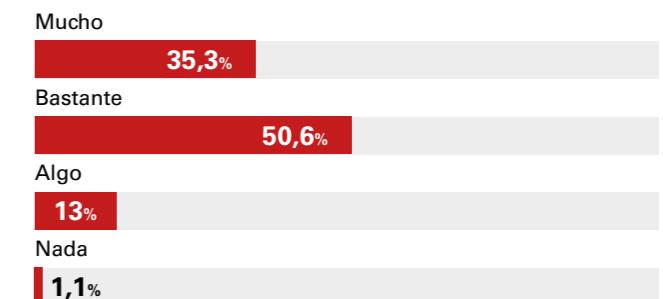
yen mucho o bastante en el desarrollo educativo de sus hijos e hijas, concretamente, un 35,3% opina que mucho y un 50,6%, bastante. Además, cerca del 74% de las familias españolas tienen en cuenta, antes de escoger un juguete, su responsabilidad última como adultos o progenitores a cargo de la educación de sus hijos e hijas.

¿Tienes en cuenta el desarrollo educativo que puede ofrecer a tu hijo/a?



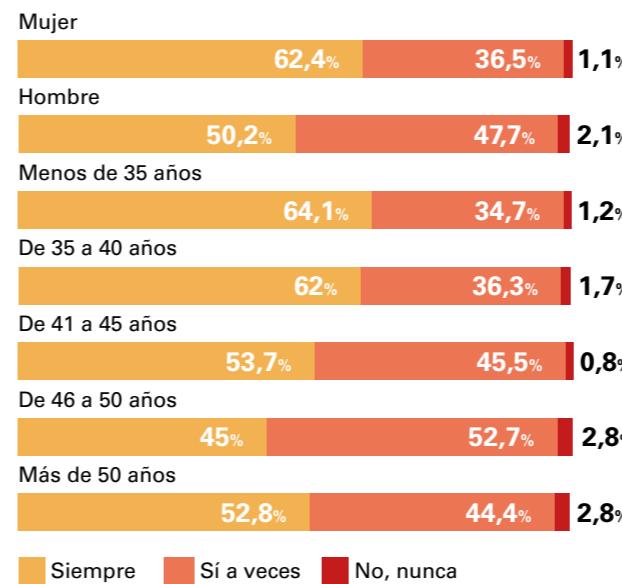
Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario cuantitativo en junio de 2022 a un panel externo de 1.655 españoles y españolas.

¿Cuánto crees que influye un juguete determinado en el desarrollo educacional de los niños y las niñas?



Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario cuantitativo en junio de 2022 a un panel externo de 1.655 españoles y españolas.

Importancia que se le otorga al desarrollo educativo de un juguete en función del sexo y la edad de los padres y madres



Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario cuantitativo en junio de 2022 a un panel externo de 1.655 españoles y españolas.

Antes de escoger un juguete para regalar, ¿Tienes en cuenta tu responsabilidad como adulto a cargo de la educación de tus hijos e hijas?



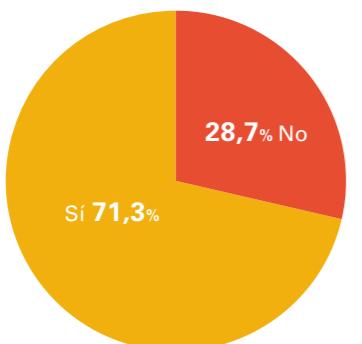
Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario cuantitativo en junio de 2022 a un panel externo de 1.655 españoles y españolas.

EL CONCEPTO DE “JUGUETE RESPONSABLE” Y SU INFLUENCIA EN LA DECISIÓN DE COMPRA

La mayoría de los padres y madres españoles (71,3%) afirma saber qué es un “juguete responsable” y cerca de la mitad de los niños y niñas (47,2%) también lo conocen. El 61,3% de las familias españolas que saben qué es un juguete

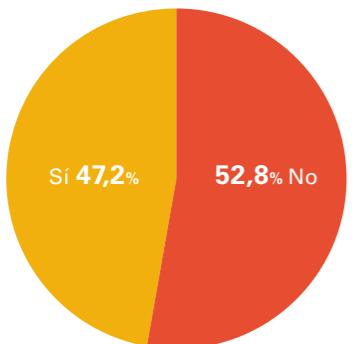
responsable afirman también que, si sus hijos e hijas piden un juguete que no lo es, no lo comprarían. En conclusión, los datos revelan que, si se conoce el concepto, este juega un papel importante en la decisión de compra.

Conocimiento del concepto de “juguete responsable” por parte de los padres y madres españoles



Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario cuantitativo en junio de 2022 a un panel externo de 1.655 españoles y españolas.

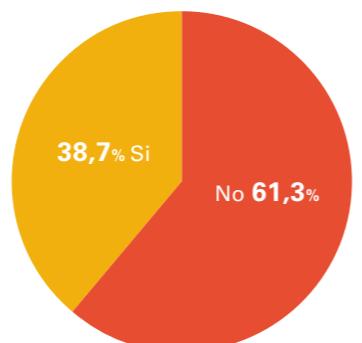
Conocimiento del concepto de “juguete responsable” por parte de los hijos e hijas



Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario cuantitativo en junio de 2022 a un panel externo de 1.655 españoles y españolas.

Twitter icon La mayoría de las familias españolas (71,3%) afirma saber qué es un “juguete responsable”

La compra de juguetes en función del conocimiento del concepto “juguete responsable”



Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario cuantitativo en junio de 2022 a un panel externo de 1.655 españoles y españolas.

Twitter icon El 56,4% de los padres y madres españoles tienen siempre en cuenta el desarrollo educativo del juguete en sus compras de Navidad

Twitter icon El 61,3% de los padres y madres españoles que saben qué es un “juguete responsable” afirman que no comprarían uno que no lo fuera





HÁBITOS DE JUEGO



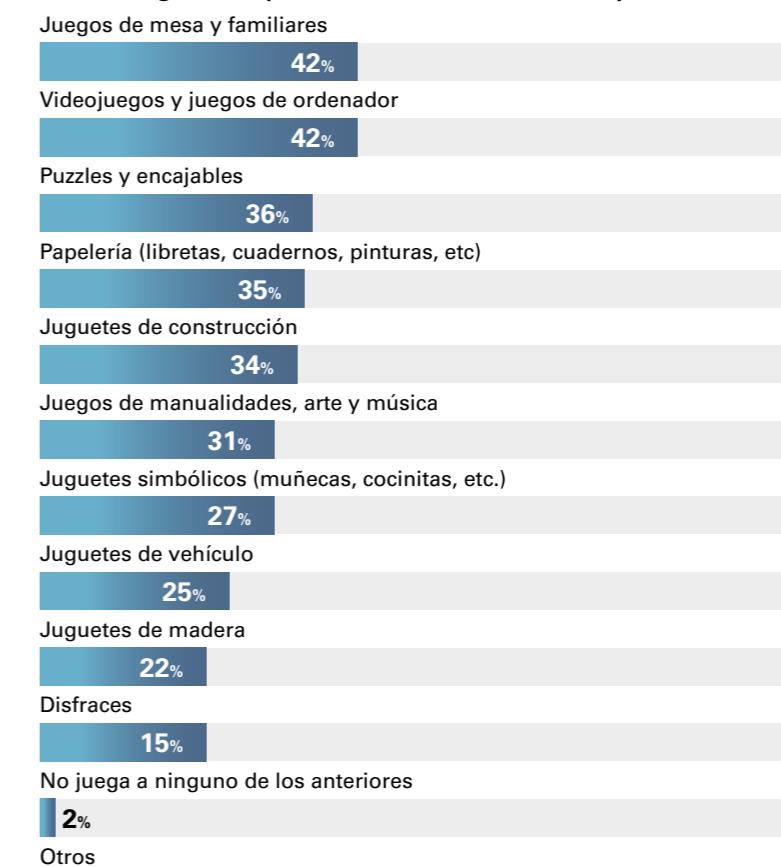
LOS JUEGOS DE MESA Y LOS VIDEOJUEGOS, LOS PREFERIDOS DE LOS NIÑOS Y NIÑAS ESPAÑOLES

Los juegos de mesa y familiares, por una parte, y los videojuegos y juegos de ordenador, por otra, se posicionan, con un 42% de las preferencias en ambos casos, como los juguetes preferidos de los niños y niñas en España. Les siguen los puzzles (36%), los juegos de papelería (libretas, cuadernos, pinturas o colores) con un 35% y los juguetes de construcción (34%).

Por edades, los niños y niñas en la primera infancia prefieren los puzzles y encajables, juegos de construcción, juguetes de madera, vehículos y juguetes simbólicos. A partir de los 5 años, desciende considerablemente su interés por los juguetes de madera (30 puntos menos que en la franja de 0-4 años) y vehículos (-13 puntos), para incorporar los juegos de mesa y familiares, los videojuegos y los juegos de papelería.

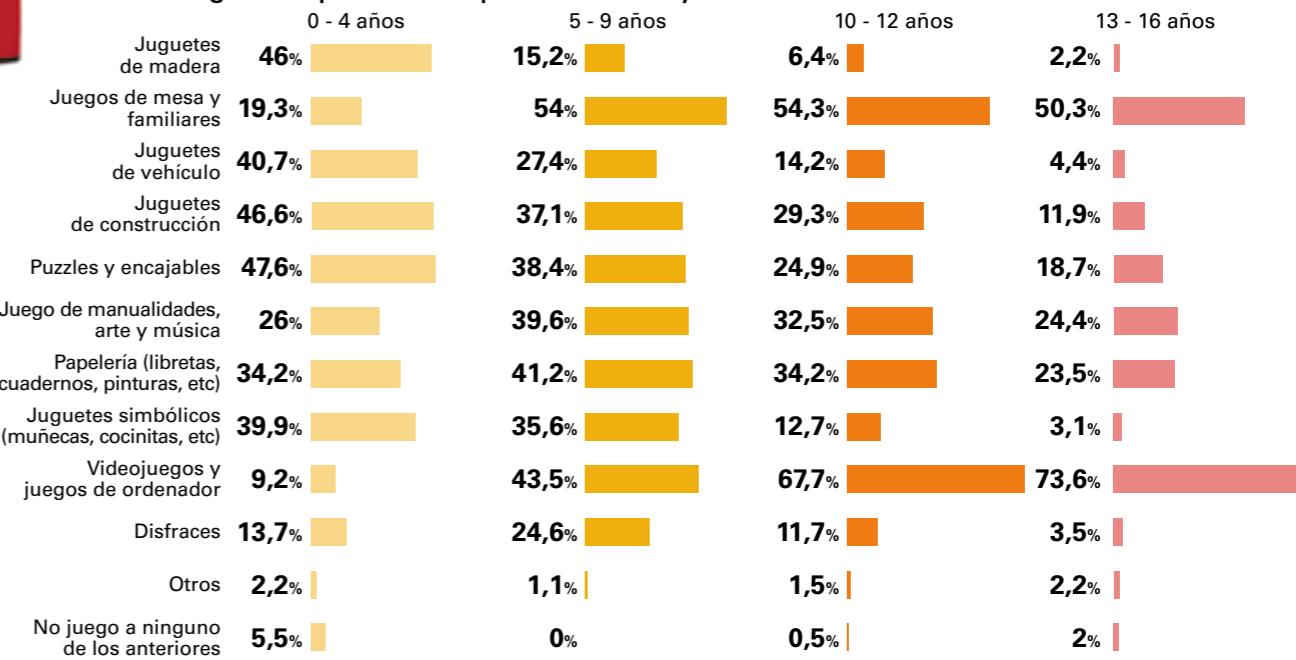
En la franja de 5 a 9 años, los juegos de mesa son los preferidos de los pequeños de la casa, una preferencia que se mantiene hasta los 16 años, aunque con una ligera tendencia a la baja. Por su parte, los videojuegos y juegos de ordenador muestran un importante peso en la franja de 5-9 años, que crece 24 puntos en la franja 10-12 y cerca de otros 6 puntos entre los 13-16 años.

Juguetes preferidos de los niños y niñas



Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario cuantitativo en junio de 2022 a un panel externo de 1.655 españoles y españolas.

Juguetes preferidos por los niños y niñas en función de la edad



Estudio elaborado por ALDI a través de un cuestionario cuantitativo en junio de 2022 a un panel externo de 1.655 españoles y españolas.

JUGUETES TRADICIONALES VS TECNOLÓGICOS

1 de cada 3 niños y niñas (35,7%) dedica entre 1 y 3 horas a la semana a jugar con juguetes tradicionales, según el Informe sobre la compra de juguetes en España de ALDI. Casi 1 de cada 4 (un 22,6%) destina entre 3 y 5 horas a la semana; un 18,8%, más de 5 horas a la semana; y el 17,8% restante, menos de 1 hora.

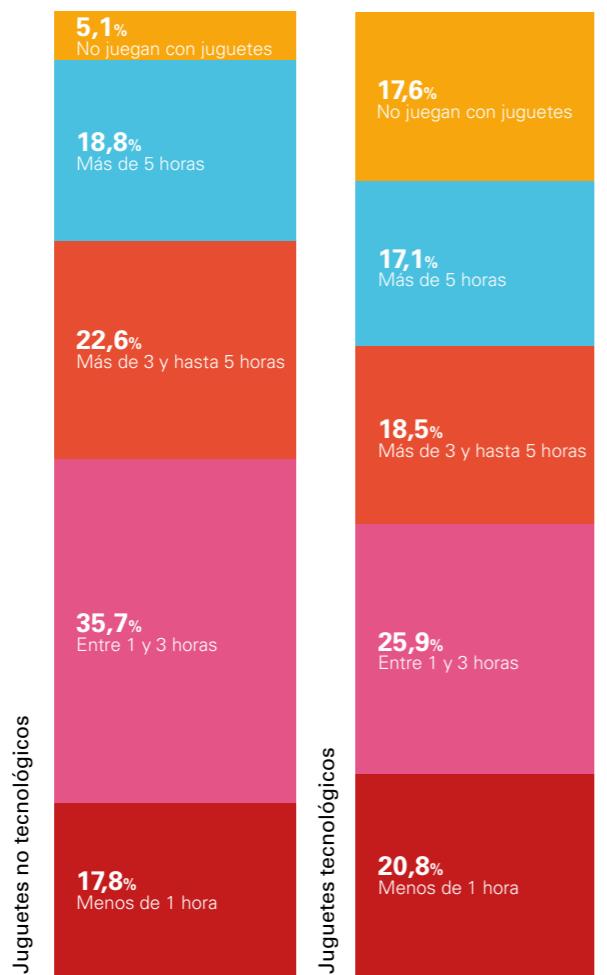
¿Y cuánto tiempo juegan a juguetes tecnológicos? **1 de cada 4 niños y niñas (25,9%) dedica entre 1 y 3 horas a la semana a jugar con juguetes tecnológicos**, mientras que un 20,8%, menos de 1 hora semanal.



Los juegos de mesa, los videojuegos y los puzzles destacan como los juguetes preferidos de los niños y niñas españoles

No obstante, el tiempo destinado a un tipo de juguete u otro varía con la edad. En la franja de **0 a 4 años**, un **55,9% de los niños y niñas destinan más de 3 horas semanales a los juguetes tradicionales**. Este tiempo se va reduciendo a favor de los juguetes tecnológicos, a medida que aumenta la edad. En este sentido, el **59,4% de los adolescentes de entre 13 y 16 años destina más de 3 horas a la semana a jugar con juguetes tecnológicos**. En esta franja, tan solo un 3,7% asegura no jugar con juguetes tecnológicos.

Tiempo destinado a jugar con juguetes tradicionales vs tecnológicos

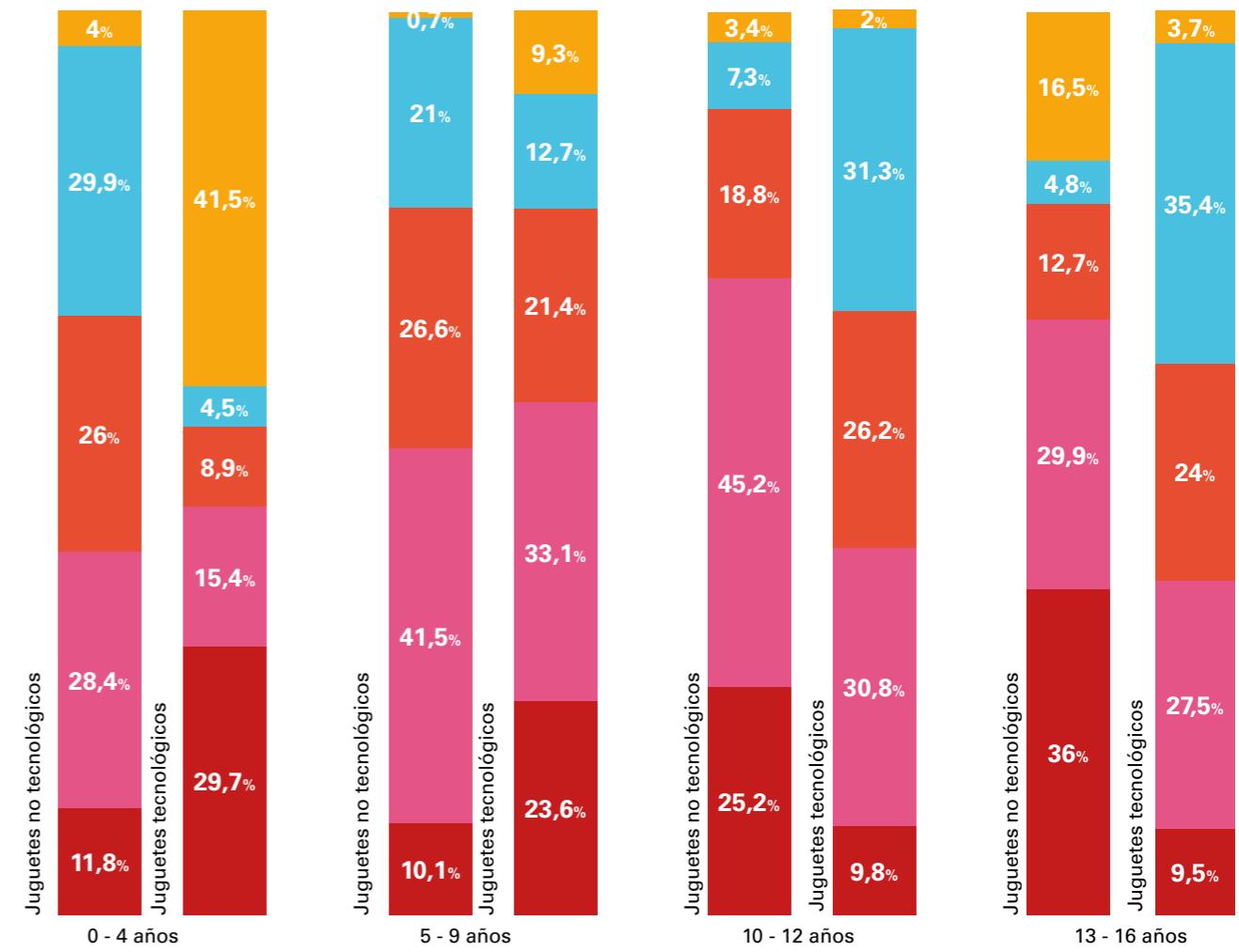


Los juegos tradicionales se imponen a los tecnológicos en las edades más tempranas: **1 de cada 3 niños y niñas (35,7%) dedica entre 1 y 3 horas a la semana a jugar con juguetes tradicionales**



El tiempo de ocio destinado a los juguetes tecnológicos incrementa con la edad: cerca del **60% de los adolescentes de entre 13 y 16 años destina más de 3 horas semanales a los videojuegos o juegos de ordenador**

Tiempo dedicado al juego en función de la edad





Los juguetes de ALDI

En sus más de 380 establecimientos repartidos por todo el país, ALDI ofrece **más de 450 propuestas de juguetes** para los más pequeños de la casa. Este año, la cadena de supermercados **ha aumentado su surtido de juguetes** y otras propuestas infantiles para la campaña de Navidad. En concreto, del total de productos, **más del 30% son novedades** respecto al año pasado.

Precisamente, la oferta de juguetes de ALDI destaca por su **calidad y variedad de opciones** que responde, no solo a las necesidades y exigencias de los niños y niñas, sino también a las preferencias de los padres y madres españoles. En ese sentido, la compañía no es ajena al contexto actual de inflación generalizada y, por este motivo, el precio sigue siendo uno de sus principales puntos diferenciales. En la línea de su compromiso por presentar juguetes de calidad al mejor precio posible, ALDI ofrece **más del 60% de sus juguetes con un precio igual o inferior a 9,99 euros**.

Además, la cadena de supermercados apuesta por presentar juguetes que fomentan el juego libre y el juego simbólico, y juguetes que siguen la pedagogía Montessori, entre muchas otras propuestas. Los **juguetes de madera** representan más del 30% de toda su oferta total de juguetes, con **más de 160 referencias**. Se trata de una de las categorías con más éxito entre los clientes de ALDI que, gracias a su importante **componente pedagógico** y sus garantías de calidad y sostenibilidad, como la certificación Forest Stewardship Council (FSC) - que avala que los materiales con los que han sido elaborados proceden de bosques gestionados de forma responsable y sostenible -, se convierte en una de las mejores opciones para fomentar un juego seguro y responsable.

Este 2022, ALDI también ha reforzado las temáticas STEM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas, por sus siglas en inglés), los juegos sensoriales, los juegos familiares y de arte, así como las manualidades. Además, todos los proveedores con los que trabaja la compañía cumplen con la normativa europea EN71 y los productos están testados por empresas externas reconocidas.

Accede al folleto Especial Juguetes de ALDI en:
www.aldi.es



Accede al folleto Especial
Juguetes de ALDI en:
www.aldi.es