

La mitad de las niñas y los niños españoles usan los juguetes nuevos solo una semana

- El 70% de las familias españolas considera que la compañía de los padres y las madres es primordial a la hora de jugar
- Los atributos más valorados de un juguete: seguro, divertido, creativo e imaginativo

Sant Cugat del Vallès, 30 de octubre de 2019-. El 52% de las niñas y los niños españoles destinan solo entre 1 y 7 días de atención a los juguetes nuevos. Así lo revela el Informe sobre el Juego Infantil en España de ALDI, un análisis cuantitativo y cualitativo con el objetivo de saber cómo juegan los más pequeños y reivindicar su derecho fundamental a jugar y divertirse. La compañía ha elaborado el estudio a través de un análisis cuantitativo - realizando una encuesta a 500 familias españolas - y cualitativo, a través de una dinámica grupal con cuatro familias dirigida por el psicólogo infantil Alberto Soler.

Los datos obtenidos también revelan que un 20% de los más pequeños usa los juguetes nuevos entre una semana y un mes; mientras que un 16% lo hace de un mes a un año entero y solo un 12% le dedica atención más de un año.

En España, jugar ocupa una parte muy importante en la vida de los más pequeños; de hecho, según el Informe sobre el Juego Infantil en España de ALDI, actualmente **el 60% de los niños dedican, cada día, entre una hora y media y dos horas a jugar**. Además, los resultados también destacan que las otras actividades favoritas de las niñas y los niños, además de jugar, son ver la televisión (66%), hacer deporte (58%) o dibujar (53%). Estas actividades ocupan diariamente entre media hora y una hora y media de su tiempo.

Juguetes seguros, divertidos y educativos

En un contexto marcado por la transformación del espacio urbano y la irrupción de las nuevas tecnologías, la relación de los niños y las niñas con los juguetes ha cambiado. Conscientes de las características del actual contexto, el 56% de las familias españolas buscan que los juguetes de sus hijos e hijas sean educativos y fomenten su creatividad e imaginación. En una escala de valor del 0 al 10, las madres y padres españoles consideran que éstos deben ser **seguros (9), divertidos, educativos y creativos (8)**; sociables (7) y deportivos (6). En el otro lado de la balanza, los atributos menos buscados por las familias son estéticos (6), tecnológicos (4) y/o relacionados con personajes de televisión o películas (4).

Tiempo, autonomía y compañía

El tiempo, la compañía y la autonomía son algunos de los factores clave que determinan la buena experiencia del juego. **El 70% de las familias españolas consideran que la compañía de la familia es primordial a la hora de jugar.** Por otro lado, un 49% de las familias también consideran que para jugar sus hijos e hijas necesitan amigos y amigas. De éstas últimas, destaca que más de la mitad también afirma que los espacios al aire libre como el colegio, el parque y la calle son sus espacios favoritos para jugar y divertirse.

El parque y el salón, los espacios habituales para jugar

Para la mayoría de los niños y niñas españoles, el parque y el salón de casa son los espacios más comunes de juego. En concreto, un **81% de las familias apuntan que sus hijos e hijas suelen jugar al aire libre, en parques, y un 80% en el salón de casa.** Del mismo modo, un 66% destaca que el lugar más común de juego para sus hijos e hijas es el colegio, un 49% dice que es la habitación y un 42% en la calle.

Según se desprende del estudio cuantitativo, la tendencia general es jugar en espacios habilitados para el juego; no obstante, según los datos analizados se observa una diferencia en cuanto a los lugares más habituales de juego de los niños y las niñas según el sitio donde viven. Por ejemplo, los niños y las niñas de poblaciones más pequeñas de 20.000 habitantes juegan más en la calle, menos en su habitación y más en una sala de juegos.

Sobre el Informe del Juego Infantil en España de ALDI

A través de los datos y conclusiones, el Informe también ha permitido identificar las preocupaciones y necesidades que actualmente tienen las familias españolas sobre el juego de sus hijos e hijas. Todos los datos y conclusiones de este análisis provienen de tres fuentes de información:

- Por un lado, los datos recabados a través de un estudio cuantitativo elaborado por ALDI, a través de un panel externo, a más de 500 familias españolas.
- Por otro, conclusiones cualitativas del psicólogo especializado en juego infantil, Alberto Soler.
- Y finalmente, para conocer la visión de los padres de primera mano, ALDI organizó un workshop con dinámicas de juego libre y jugo dirigido para demostrar la importancia del disfrute y desarrollo de los más pequeños en un entorno de juego libre frente a las presiones que puede presentar en los niños y niñas el juego dirigido por adultos.

Sobre ALDI

ALDI es una de las cadenas de alimentación y supermercados más importantes del mundo. Su origen es alemán y pertenece al grupo ALDI Nord, que cuenta con casi 5.000 tiendas distribuidas en 9 países. La entrada de ALDI en el mercado español se produjo en 2002 y actualmente cuenta con más de 300 establecimientos y más de 4.000 trabajadores en España. ALDI se concentra en lo que es esencial: la comodidad y funcionalidad de sus establecimientos, la elevada autoexigencia a la hora de seleccionar los mejores productos y la cualificación de sus colaboradores. Uno de los valores de ALDI es la calidad de sus productos, que obtiene comprando a los mejores proveedores locales, estatales e internacionales, y ofreciendo sus marcas propias, como El Mercado de ALDI, el Horno de ALDI, Special de ALDI, Esselt de ALDI, Milsani, GutBio, Biocura, Mildeen, entre otras.



Para más información: www.aldi.es

Contacto para medios de comunicación:

Jordi Montaña Cabacés - 932 172 217 - jmontana@llorenteycuenca.com

Paula Serra - 932 172 217 - pserra@llorenteycuenca.com