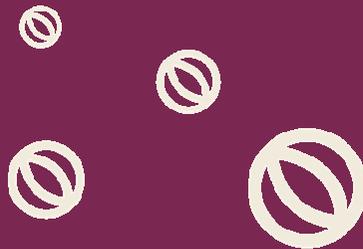




 **AIJU**
DEPARTAMENTO
DE PEDAGOGÍA-
PRODUCTO

Estudio

“Percepción adulta sobre los juguetes”



ÍNDICE

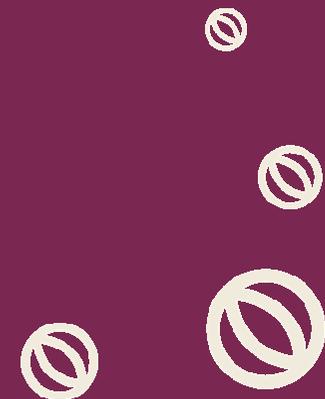
00. Objetivos- Metodología

- Muestra

01. Percepción adulta sobre los juguetes

- Percepción sobre los juguetes
- Puntos fuertes y débiles de los juguetes
- Percepción cantidad de juguetes en el hogar
- Motivos /Épocas de compra
- Influencia de compra
- Percepción juguetes como estimuladores
- Tiempo de Juego
- Compañeros de Juego

02. Conclusiones



00. Objetivos y Metodología

00. Objetivos-Metodología

- Muestra

01. Percepción adulta sobre los juguetes

- Percepción sobre los juguetes
- Puntos fuertes y débiles de los juguetes
- Percepción cantidad de juguetes en el hogar
- Motivos /Épocas de compra
- Influencia de compra
- Percepción juguetes como estimuladores
- Tiempo de Juego
- Compañeros de Juego

02. Conclusiones



00. Objetivo principal

El principal objetivo es evaluar la percepción del juego y juguete desde el punto de vista de los adultos.



00. Objetivos específicos

Obj: Percepción sobre los juguetes

Percepción sobre los juguetes

- Estado de opinión, percepción adulta sobre los juguetes antes. Valorar si los juguetes se consideran:
 - Objetos educativos, de aprendizaje, estimuladores del desarrollo infantil, fomento de habilidades,...
 - Objetos de entretenimiento y diversión,
 - Objetos que se convierten en trastos
- Percepción adulta sobre los juguetes. Puntos fuertes y débiles
- Percepción adulta sobre la utilidad de los juguetes y su contribución al desarrollo infantil.
- Percepción sobre si los niños tienen demasiados juguetes, y comparativa con otros objetos infantiles y adultos. Sociedad de consumo
- Épocas del año en que se compran juguetes
- Delimitar peso de la compra del juguete como regalo en Navidad, otras épocas del año
- Criterios de compra (Adultos, niños)
- Tiempo de juego que suelen destinar los niños diariamente / fin de semana
- Personas con las que juegan los niños. Juego individual/Juego con otros niños/ juego con adultos



00. Metodología

La **metodología** del estudio es **cuantitativa** a nivel **nacional** con cuestionario estructurado a una muestra total de 300 **familias con niñ@s de 1 a 9 años**.

El análisis de los resultados ha sido tanto cuantitativo (45 preguntas cerradas) cómo cualitativo (19 preguntas abiertas).

Ficha Técnica

TIPO DE ENCUESTA: Entrevista individual electronica

POBLACIÓN: Familias con hij@s de 1 a 9 años en España

TAMAÑO DE LA MUESTRA: 300 entrevistas

ERROR: $\pm 5,66\%$

NIVEL CONFIANZA: 95´5%

Varianza: $p=50; q=50$

Sud muestra: N=61 Personas que han conocido la campaña durante su difusión

ERROR: $\pm 12,55\%$

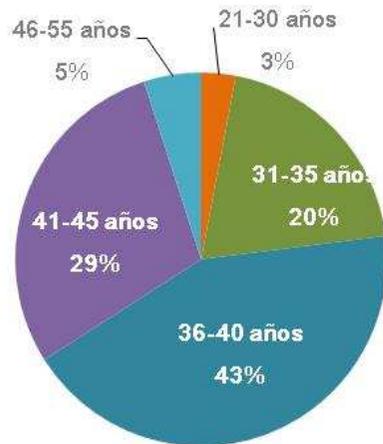
Sud muestra: N=239 Personas que **NO** han conocido la campaña durante su difusión **ERROR:** $\pm 6,34\%$



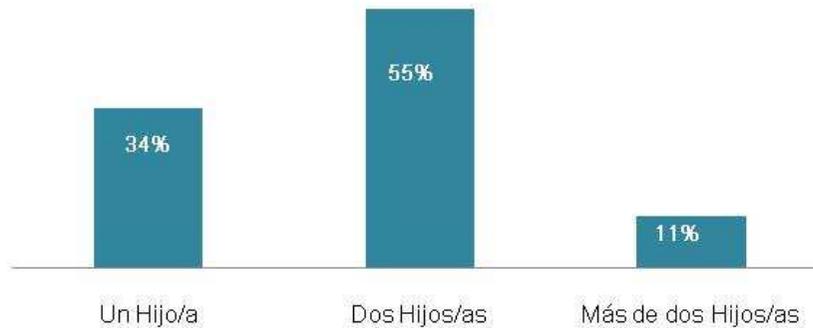
01. Características de la muestra

El 90% de las personas entrevistadas eran **mujeres** y el 10% hombres.

Edad entrevistados n=300



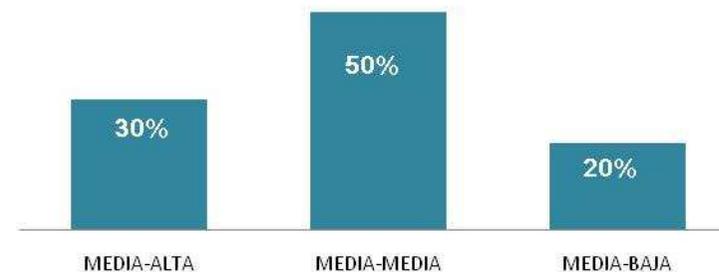
Número de hij@s
n= 300



Edad hij@s n=300



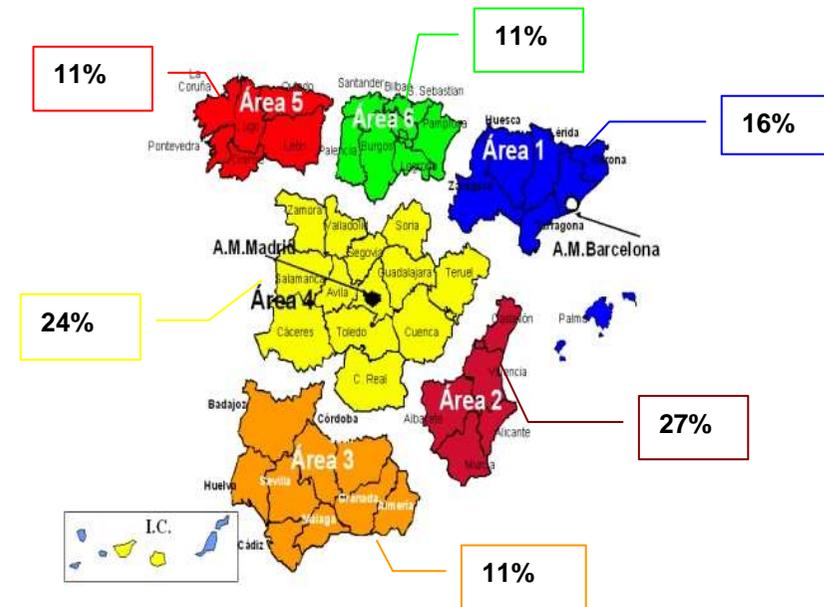
Nivel Socio-Económico
n= 300



01. Características de la muestra

HÁBITAT	ÁREA METROPOLITANA BARCELONA	10%
	ÁREA METROPOLITANA MADRID	10%
	+ 200.000 HABITANTES	36%
	200.000 H.- 30.000 H.	34%
	.- 30.000 HABITANTES	10%

Representación Geográfica Áreas Nielsen



Nota: muestra mínima por zona geográfica n=30



01. Percepción sobre los juguetes

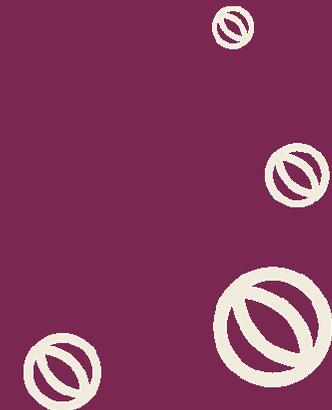
00. Objetivos- Metodología

- Muestra

01. Percepción adulta sobre los juguetes

- Percepción sobre los juguetes
- Puntos fuertes y débiles de los juguetes
- Percepción cantidad de juguetes en el hogar
- Motivos /Épocas de compra
- Influencia de compra
- Percepción juguetes como estimuladores
- Tiempo de Juego
- Compañeros de Juego

02. Conclusiones



01. Percepción sobre los juguetes (espontánea)

Antes de iniciar el cuestionario se introdujo una pregunta abierta con el objetivo de **medir la percepción del consumidor** sobre los juguetes.

Completa la frase siguiente:

Para ti como padre o madre, los juguetes son objetos...

....valorados **muy positivamente**, el juguete es una herramienta **de aprendizaje y de diversión necesaria para la infancia.**

Le ayudan a aprender, desarrollar, a ser un poco más independientes, desarrollan su imaginación,... Es una parte muy importante en el desarrollo del niño@.



Tienen que servir para divertir pero también para educar en algunos aspectos y valores de la vida.



01. Percepción sobre los juguetes (espontánea)

Completa la siguiente frase:

Para ti como padre o madre, los juguetes son objetos que...

Herramientas de aprendizaje que...	280 casos
DESARROLLAN	91
AYUDAN	77
APRENDEN	66
EDUCAN	52
ESTIMULAN /MOTIVAN	29
CRECEN/ MADURAN	18
ENSEÑAN	14
FOMENTAN	12
FAVORECEN	5
PERMITEN COMPARTIR	4
EXPERIMENTAN	3
CONOCEN /DESCUBREN	6

Ayudan al desarrollo del niño

Estimulan su imaginación y les ayuda en su aprendizaje.

Favorecen su desarrollo, su capacidad de imaginación, le entretienen y educan

Le ayudan a aprender, desarrollar, a ser un poco más independientes, desarrollan su imaginación,... Es una parte muy importante en el desarrollo del niño.

Proporcionan entretenimiento y diversión	151 casos
DIVERTIR	74
ENTRETENER	63
DISFRUTAR	11
DISTRAER	3

Ayudan a aprender y a divertirse.

Están destinados a divertir y entretener a los niños.

Deben entretener y despertar la curiosidad de los niños

Ayudan mediante la diversión del juego al desarrollo del niño



01. Percepción sobre los juguetes (espontánea)

Completa la frase siguiente:

Para ti como padre o madre, los juguetes son objetos que...

Aprendizajes concretos	66 casos
SOCIALIZARSE / RELACIONARSE	24
CREATIVIDAD	16
VALORES	10
IMAGINACIÓN	7
PERSONALIDAD	6
D. MOTOR	6
NUEVOS CONOCIMIENTOS	2

Ayudan al niño en su desarrollo, que deben potenciar su imaginación, que le entretienen en determinados momentos y le ayudan a socializarse al jugar con más niños.

Necesarios	25 casos
NECESARIOS/ IMPRESCINDIBLES	22
ACOMPañAN AL NIÑO	3

Son necesarios en la vida del niño/a para su desarrollo



01. Percepción sobre los juguetes (dirigida)

Posteriormente, se les solicitó que seleccionaran las opciones que mejor definen el concepto juguete.

P_3. Elige las 3 opciones que mejor definen el concepto JUGUETE

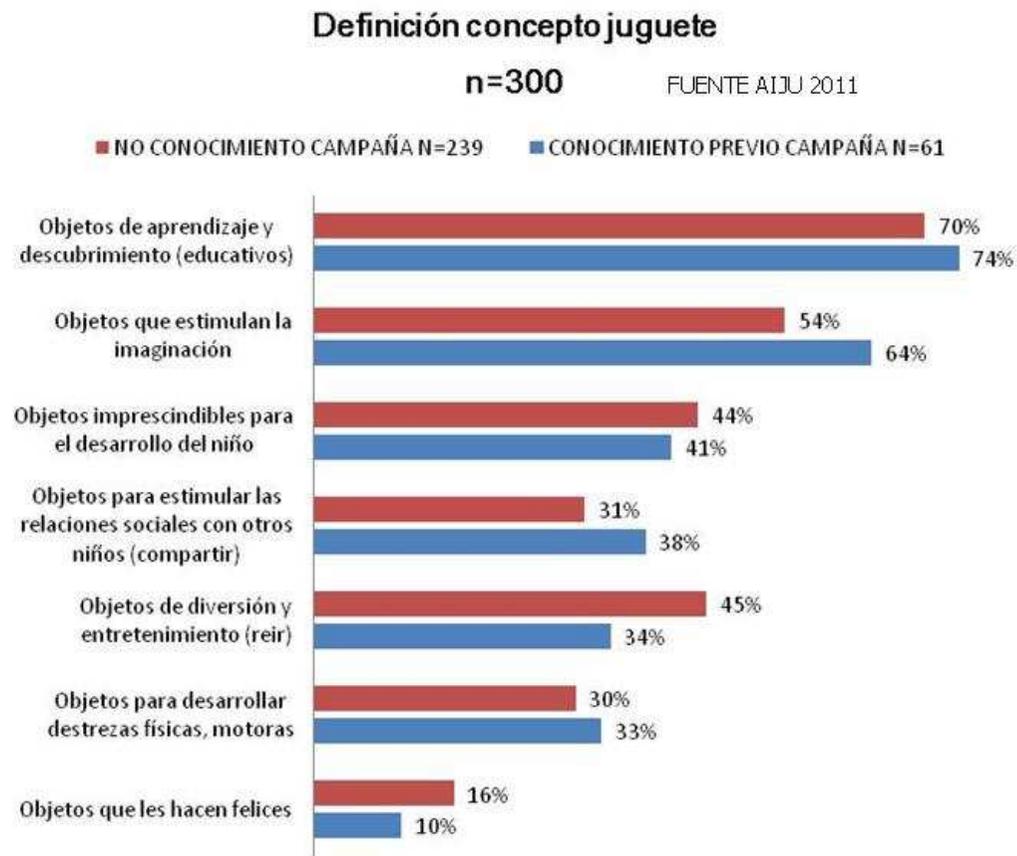
- Objetos por los que el niño pierde interés rápidamente
- Objetos que incitan a la violencia y agresividad
- Objetos inventados por la sociedad de consumo
- Objetos de aprendizaje y descubrimiento (educativos)
- Objetos para estimular las relaciones sociales con otros niños (compartir)
- Objetos imprescindibles para el desarrollo del niño
- Objetos que estimulan la imaginación
- Objetos sexistas
- Objetos de diversión y entretenimiento (reír)
- Objetos que les hacen felices
- Objetos que lo dan todo hecho y no desarrollan la imaginación
- Objetos para desarrollar destrezas físicas, motoras
- Objetos que con el paso del tiempo se convierten en trastos
- Objetos que son caprichos de los niños
- Otros

Nota: las preguntas con respuestas cerradas (dirigidas) se presentaron con un orden aleatorio para evitar sesgos de orden.



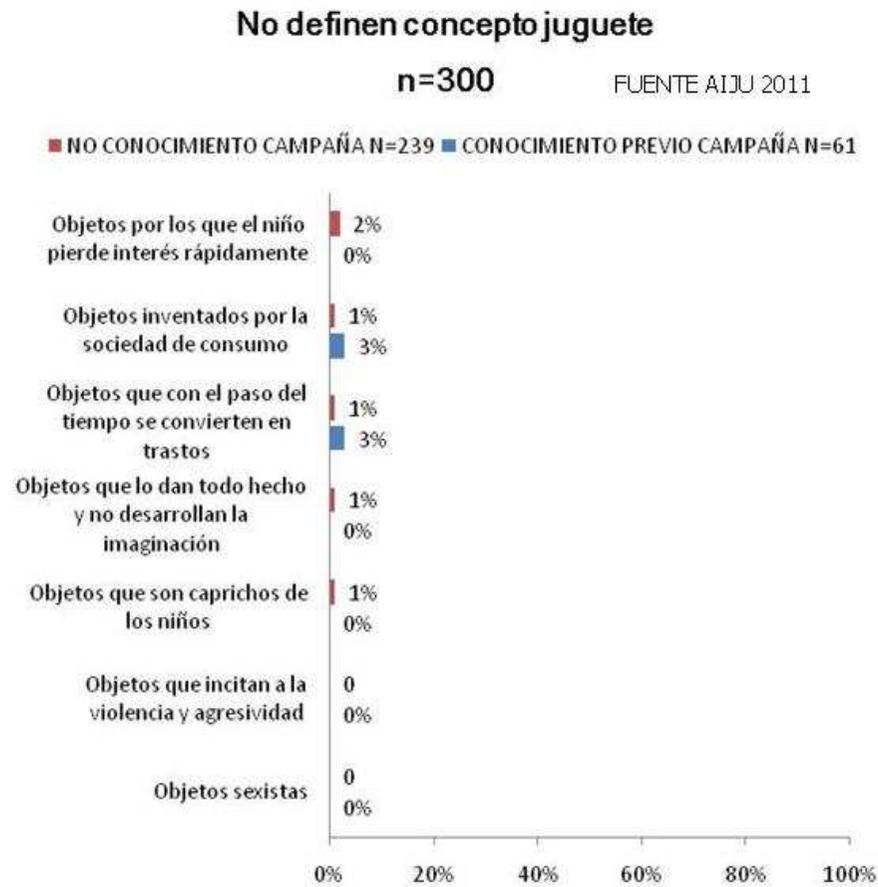
01 Percepción sobre los juguetes (dirigida)

Las madres y padres de niños de 0 a 9 años opinan que los juguetes son objetos de **aprendizaje** y que estimulan **la imaginación**. Independientemente o no del conocimiento previo de la campaña



01. Percepción sobre los juguetes (dirigida)

Los padres tiene una **percepción positiva** del juguete.



01. Puntos fuertes y débiles juguetes (espontanea)

Fortalezas

- Desarrollan la imaginación y creatividad (30%).
- Divierten y entretienen a los niños (28%).
- Son educativos y favorecen el aprendizaje (20%).
- Favorecen a la sociabilidad con otros niños y adultos(12%).

Debilidades

- Los juguetes se van acumulando/ Los niños tienen demasiados juguetes (15%).
- No tienen tiempo de jugar con todos los juguetes que tienen (15%)
- Ocupan mucho espacio, tamaño demasiado grande (10%).
- Algunos son demasiado caros (10%).
- Se rompen enseguida, duran poco, mala calidad. (10%)
- Muchos juguetes necesitan pilas (7%)
- Los niños tienen demasiados juguetes y no les prestan mucha atención (5%)
- Algunos son sexistas (5%)
- Difíciles de montar y preparar (3%)

La **excesiva cantidad de juguetes** en el hogar, el **poco tiempo** que tienen los niños actuales, el **tamaño** de los juguetes, el precio,... , son aspectos que preocupan al consumidor sobre los juguetes.

01. Percepción juguetes como estimuladores

P_8. ¿Consideras que alguno de los juguetes con los que ha jugado tu hijo/a en el último año le han ayudado o estimulado a ...? Marca las opciones que consideres

- A NADA EN ESPECIAL
- A pasar ratos divertidos
- Relacionarse con otros niños/as
- Resolver problemas emocionales
- Reforzar los aprendizajes
- Mejorar su autonomía
- A desarrollar su imaginación
- Mejorar su autoestima
- A mejorar sus habilidades físicas
- Favorecer la concentración
- Mejorar sus capacidades mentales
- A descubrir el mundo que los rodea
- Otros



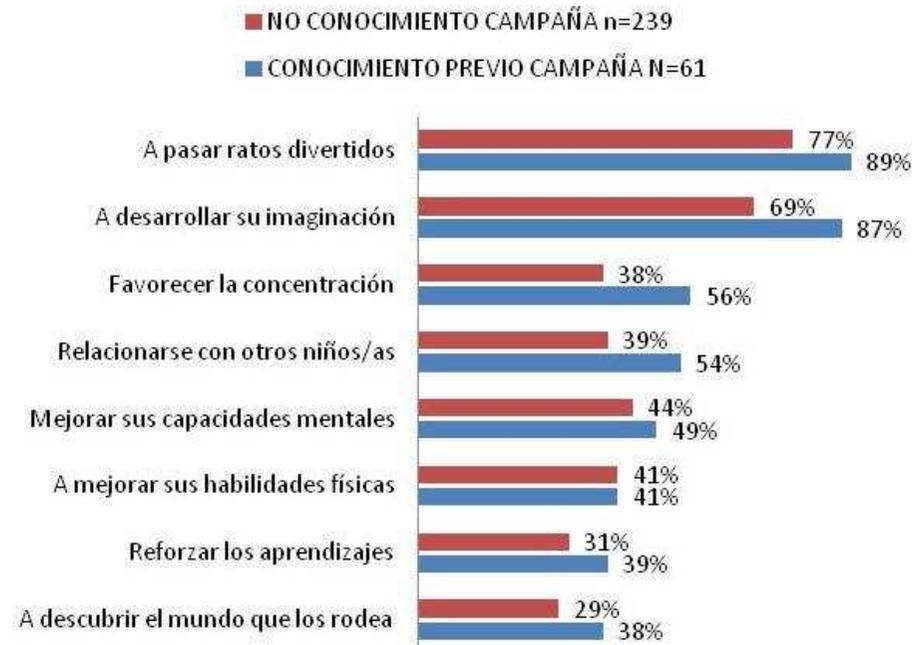
01. Percepción juguetes como estimuladores

Según las madres, los juguetes, han ayudado o estimulado a su hij@, a pasar ratos divertidos y a desarrollar la imaginación. También han mejorado la concentración, la relación con otros niños, sus capacidades mentales y a mejorar las habilidades físicas, entre otros.

El juguete le ha ayudado o estimulado a...

n=300

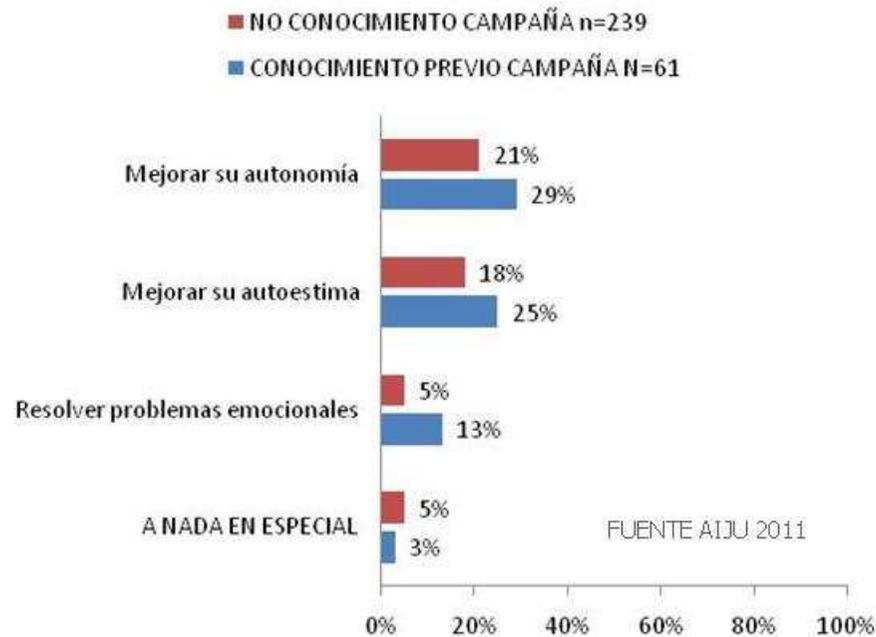
FUENTE AIJU 2011



01. Percepción juguetes como estimuladores

En menor medida, los juguetes también han estimulado en sus hij@s: la **autonomía y la autoestima**. En muy contadas ocasiones consideran que los juguetes **no estimulan nada en especial**.

El juguete le ha ayudado o estimulado a...
n=300

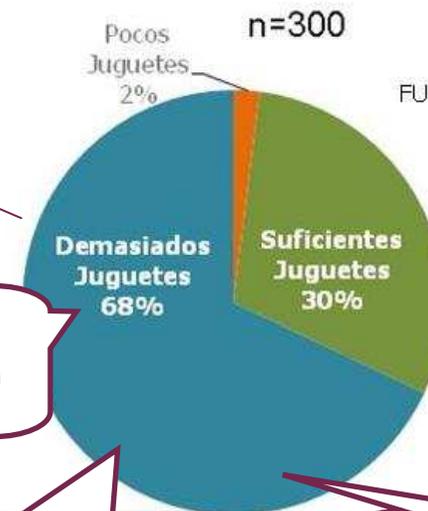


02. Percepción cantidad de juguetes en el hogar

La **percepción adulta mayoritaria** es que los niños actuales tienen **demasiados juguetes**. Siendo la principal razón, el hecho de que reciben regalos de muchas personas distintas: familia, amigos y hay muchas ocasiones donde se regalan juguetes.

RAZONES DEMASIADOS JUGUETES	
Toda la familia le regala y se junta con muchos	60
Muchas ocasiones de regalo	25
Nunca juega con todos los que tiene	25
Disponen de poco tiempo para jugar	14
Tiene muchos juguetes sin usar (se conservan todavía en el envase)	7
Vivimos en una sociedad consumista	5
Demasiado producto en el mercado	5
Tiene juguetes con las mismas funciones y necesidades pero con diferente personaje	5
La publicidad incita al consumo excesivo	4
Nunca nos deshacemos de los juguetes y se acumulan	4
Poco interés por los juguetes	4

Percepción cantidad de juguetes



Hay pocos niños en la familia y a todo el mundo le hace ilusión comprarles juguetes

Toda la familia les regala juguetes para su cumpleaños y Navidad y se juntan con un montón.

Recibe juguetes para su cumpleaños, Reyes, Papa Noel, santo, buenas notas,... y le regalan los abuelos, los amigos, los padres, etc.



02. Percepción cantidad de juguetes en el hogar

Por otro lado, un 30% considera que los niños tienen juguetes **suficientes**, este **sector de familias** tiene una preocupación por **limitar la cantidad de juguetes con estrategias** diferentes para que sus hijos puedan aprovechar el valor de producto juguete.

Tiene un buen número de juguetes bien seleccionados

Le dejamos varios para que juegue y escondemos el resto, y periódicamente, vamos guardando y sacando juguetes.



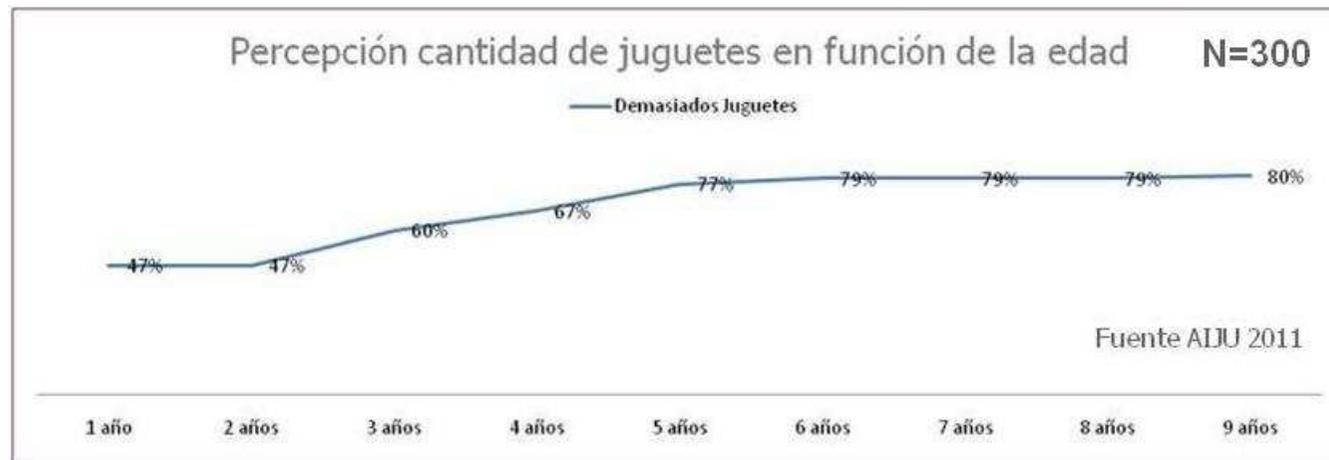
La familia, amigos, etc. compran más de los que necesitan. Hemos establecido un turno rotatorio para hacer regalos.

Opinamos que no hay que cargarlos con muchos juguetes a la vez, porque al final no juegan con nada. Hay que ir dosificándoselos.



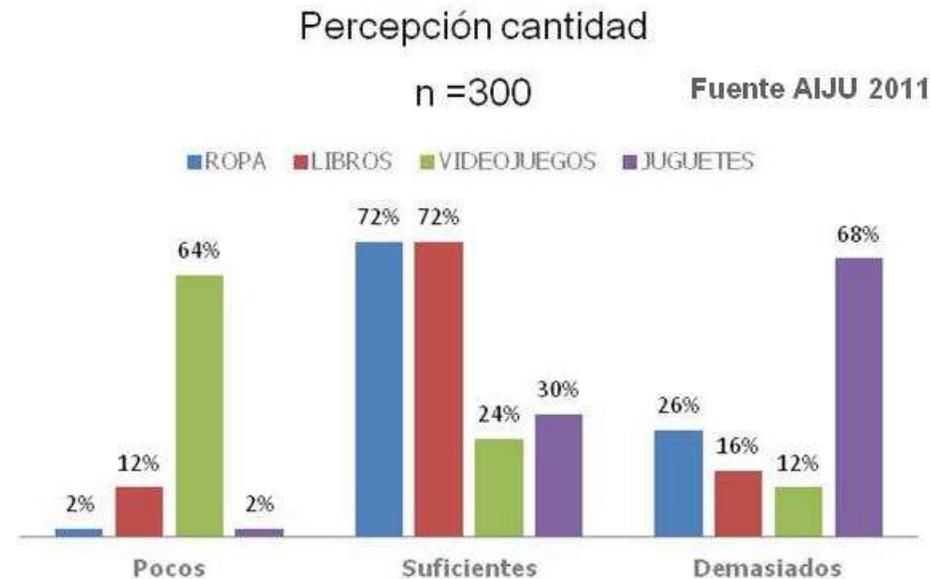
02. Percepción cantidad de juguetes - edad

La percepción de que los niños tienen **demasiados** juguetes **se incrementa con la edad**. El **80%** familias con niños a partir de **los 6 años** perciben que es excesiva la **cantidad de juguetes** en el hogar.



01. Percepción comparativa con otros objetos de uso infantil

Comparando los juguetes con otros objetos de uso infantil: ropa, libros, videojuegos:



Los adultos perciben que los niños tienen **demasiados juguetes**.

Pero cuando se trata de **libros o ropa**, la percepción sobre la cantidad de estos productos en el hogar es que son **suficientes**.

Y cuando a los **videojuegos**, la percepción es que los niños tienen **pocos**.



01. Motivos/Épocas de Compra

Pensando en todos los juguetes comprados durante el último año, los **motivos de compra de juguetes** son muy variados, aunque los principales son Navidad y Cumpleaños.



La Navidad-Reyes es un motivo de compra de peso, no obstante, **el juguete** esta presente cada vez más durante el resto del año.



01. Motivos/Épocas de Compra

Número medio de juguetes comprados y valor con mayor frecuencia:

	MOTIVOS/ ÉPOCAS DE COMPRA	MEDIA JUGUETES	MODA VALOR CON MAYOR FRECUENCIA
N=283	Navidad	7,15	+ 10 juguetes
N=283	Cumpleaños	6,40	+ 10 juguetes
N=104	Buen comportamiento	3,81	2-3 juguetes
N=66	Verano	3,40	2 juguetes
N=67	Fin de curso	1,72	1 juguete
N=58	Buenas notas durante curso	2,00	1 juguete
N=52	Santo	2,44	1 juguete

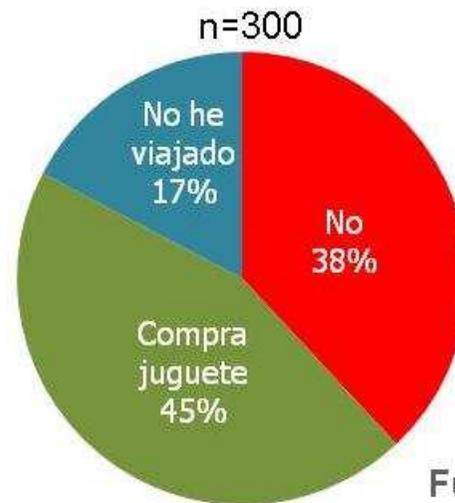
Destacar que en el motivo cumpleaños se reciben casi tantos juguetes (número de juguetes) como en Navidad.



01. Motivos/Épocas de Compra - Viajes

Analizando en mayor profundidad el motivo **viajes**, obtenemos que el 83% (n=250) de la muestra afirma haber viajado con sus hijos, este verano.

¿Has comprado un juguete durante el viaje?



Fuente AIJU 2011

El 45% de la muestra afirma haber comprado **un juguete durante su viaje** de vacaciones.



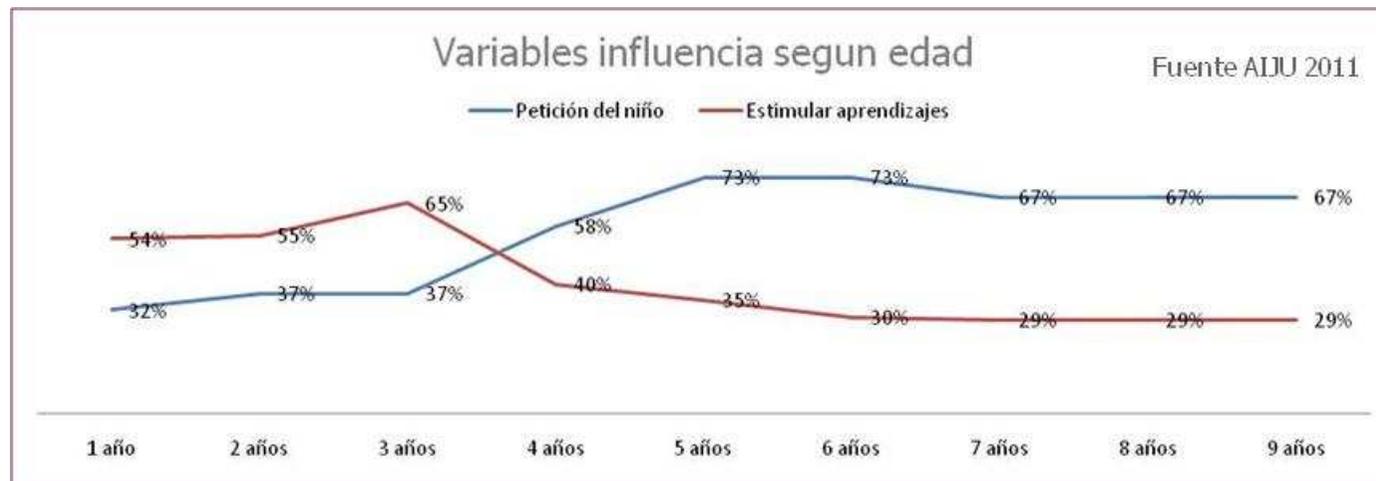
01. Influencia de compra

Según los padres la variable de mayor influencia de compra del último juguete comprado (meses mayo-junio-julio-agosto- septiembre) es la **petición infantil**.



01. Influencia de compra

En función de la edad la **petición infantil** se incrementa y la **estimulación de aprendizajes** se minimiza.

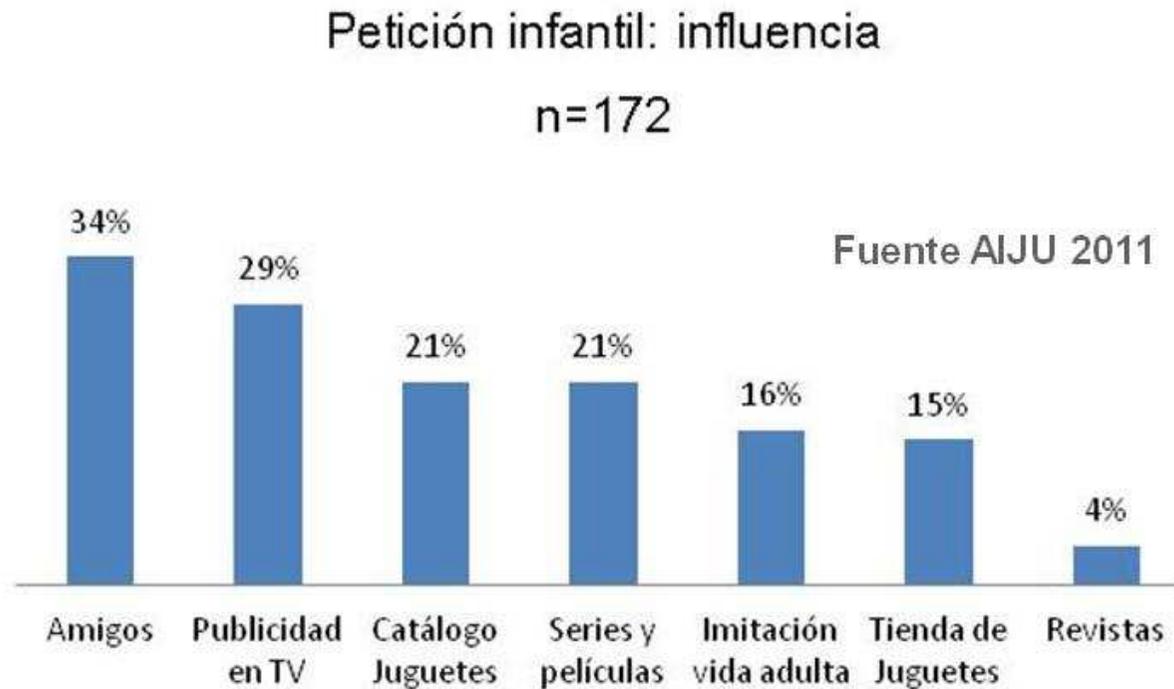


El cruce en **la curva de influencia de la petición** muestra claramente un periodo clave de cambio de influencia infantil y adulta **entre 3 y 4 años**.



01. Influencia de compra – petición infantil

Los padres consideran que la **petición infantil** viene marcada principalmente por **amigos, publicidad en tv, catálogos y series.**



01. Tiempo de juego

Entre semana, el tiempo de juego oscila entre 1 y 2 horas al día.

Y el fin de semana, el tiempo de juego aumenta a más de 3 horas al día.

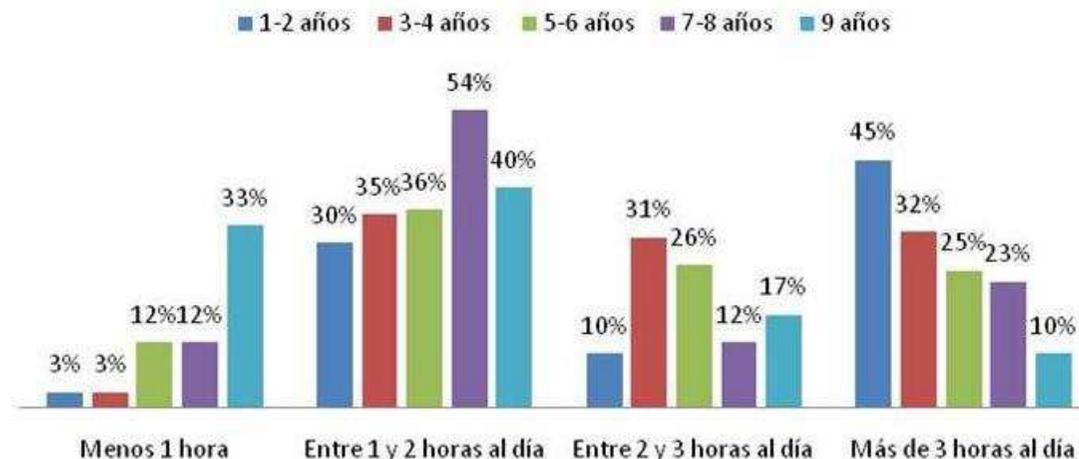


01. Tiempo de juego – Entre semana

Se observan **diferencias** importantes con respecto a la edad:

- Los niños de **1 y 2 años** juegan **más de 3 horas** diarias,
- Los niños de **7 y 8 años**, juegan **entre 1 y 2 horas**,
- A partir de los **9 años** se observa un tendencia a disminuir el tiempo de juego hasta incluso **menos de 1 hora**, entre semana.

Tiempo de juego “entre semana” en función de la edad n=300



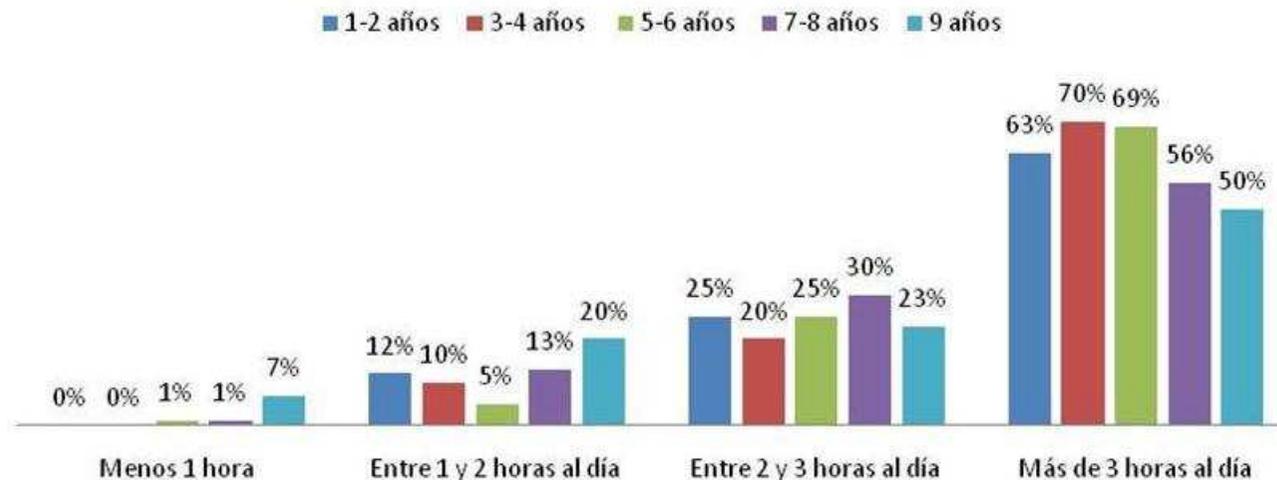
Fuente ADU 2011



01. Tiempo de juego – Fin de semana

En todas las edades la frecuencia de juego, el **fin de semana**, es más de **3 horas al día**, aunque en las edades más altas se observa una ligera disminución.

Tiempo de juego “fin de semana”
en función de la edad n=300

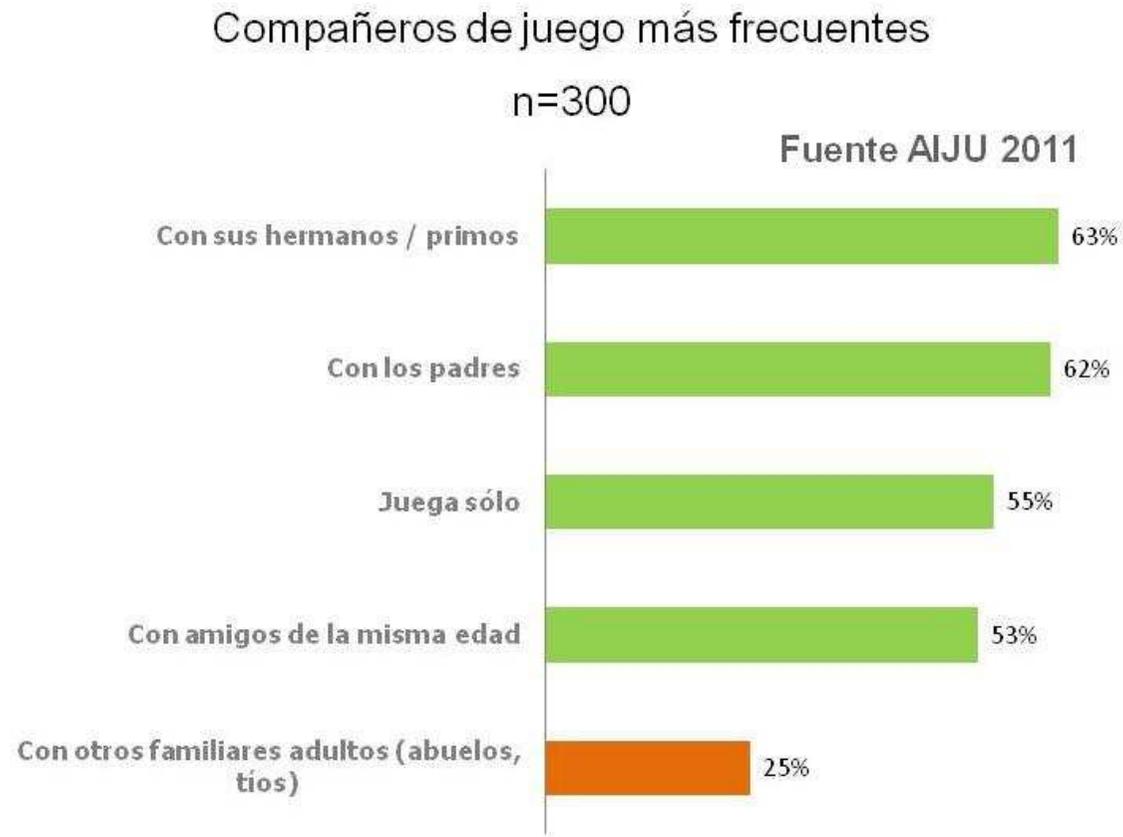


Fuente AIJU 2011



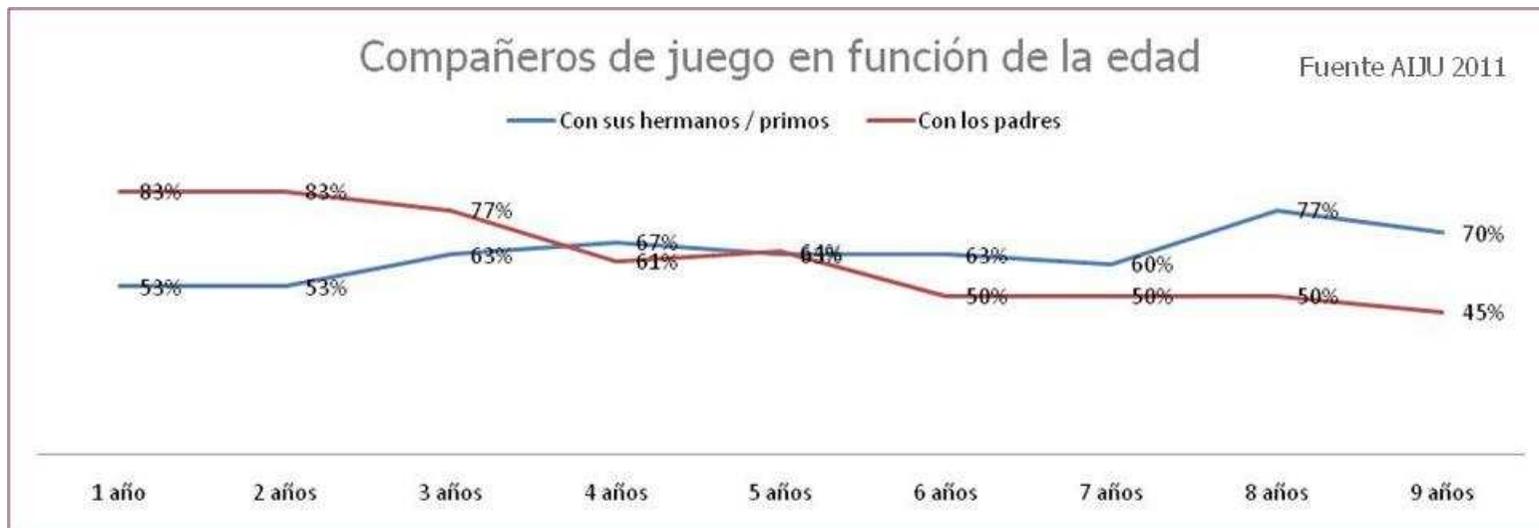
01. Compañeros de juego

Habitualmente, la mayoría de los niñ@s juegan **con sus hermanos/ primos y/o con sus padres.** La frecuencia de **juego en solitario** también es alta.



01. Compañeros de juego

Analizando en función de la edad, los padres como compañeros de juego y los hermanos/ primos, obtenemos que, el **juego compartido con los padres** va **disminuyendo** con la edad, mientras que el **juego compartido con hermanos/ primos** se **incrementa** con la edad.



03. Conclusiones

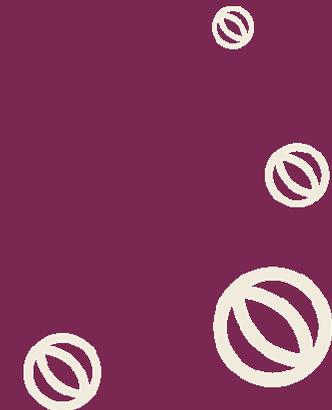
00. Objetivos-Methodología

- Muestra

01. Percepción adulta sobre los juguetes

- Percepción sobre los juguetes
- Puntos fuertes y débiles de los juguetes
- Percepción cantidad de juguetes en el hogar
- Motivos /Épocas de compra
- Influencia de compra
- Percepción juguetes como estimuladores
- Tiempo de Juego
- Compañeros de Juego

02. Conclusiones



03. Conclusiones

1

Conclusiones percepción juguete

- Las familias con niños (0-9 años) tienen valoración muy **positiva** del juguete.
- Aumentan las ocasiones donde se regala juguetes fuera de campaña de navidad.
- **El videojuego** no presenta la saturación del juguete, en próximos estudios incluirlo como elemento de comparación.
- El principal enemigo del juego es **la falta de tiempo** de los niños actuales pero también la **excesiva cantidad** de juguetes.



AIJU : CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y TECNOLOGÍA

RESPONSABLE DEL ESTUDIO

Encarna Torres

DIRECTORA DE DEPARTAMENTO

María Costa

ESTUDIO REALIZADO POR:

Oficinas Valencia



Sorolla Center, 1º - 9
Avda. Corts Valencianes, 58
46015 Valencia
pedagogia.val@aiju.info
www.aiju.info

