

ESTUDIO SOBRE EL JUGUETE Y SU EVOLUCION ENTRE LA POBLACION ESPAÑOLA

Junio 2026

Índice

01 [Ficha técnica y metodológica](#)

02 [Resultados](#)

03 [Datos Sociodemográficos y de segmentación](#)

04 [Conclusiones](#)

1. Ficha Técnica y Metodología

Metodología y ficha técnica

Objetivo general

Realizar un estudio exploratorio sobre el juguete, su significado, antecedentes y evolución, desde la óptica de la sociedad española.

Población

Individuos de 18 a 65 años residentes en Península, Baleares y Canarias según distribución INE.

Tamaño de la muestra

800 entrevistas válidas

Tipo de entrevista

Auto-administrada a través de correo electrónico (CAWI).

Fecha de recogida

Del 28 de Mayo al 8 de Junio de 2026.

Error muestral

En caso de aleatoriedad, y para una población de máxima variabilidad o heterogeneidad (P y Q del 50%) y nivel de confianza del 95%, una muestra de 800 personas tiene un error muestral de 3,5%.

Variables de segmentación Y clasificación Panel IO Sondea

Edad, Sexo, CCAA o Región, Nivel estudios, Nivel ingresos, Ocupación...

Proceso

La muestra se ha seleccionado de manera intencional y proporcional a las cuotas de la población española (según el Padrón del INE 2025) en función del sexo, grupo de edad y CC.AA.

2. Resultados

Resultados

2.1. Significado del juego (didáctico)

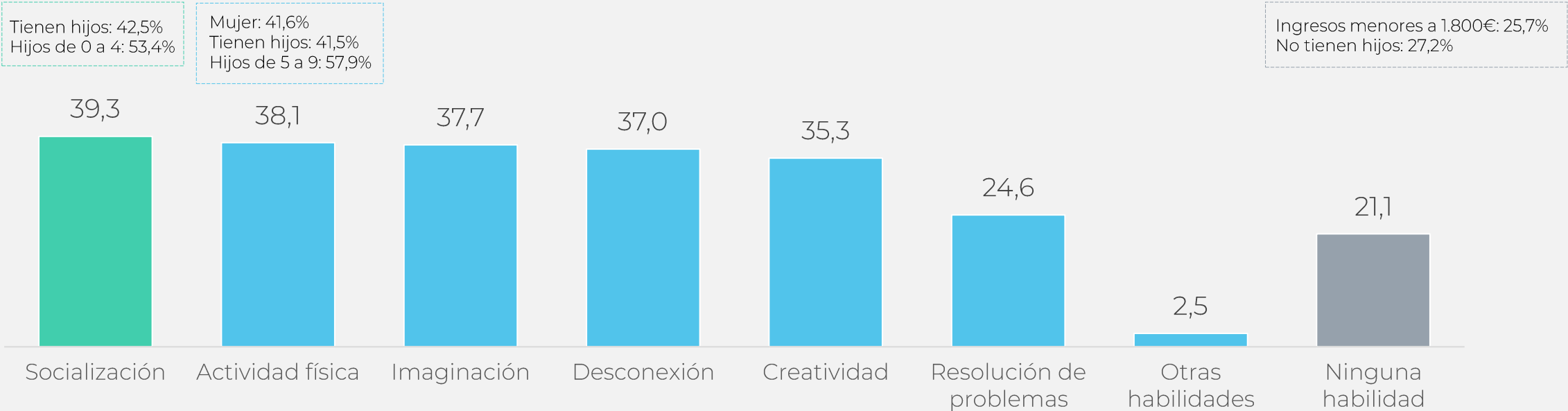
8 de cada 10 españoles

asocia el juego en su infancia con el desarrollo de la imaginación.



Más del 70% de los españoles perciben el juego en su infancia como impulsor de la imaginación, la actividad física, la socialización y la creatividad. Apenas un porcentaje mínimo cree que no aporta beneficios, en mayor medida el grupo de edad de 60 o más años.

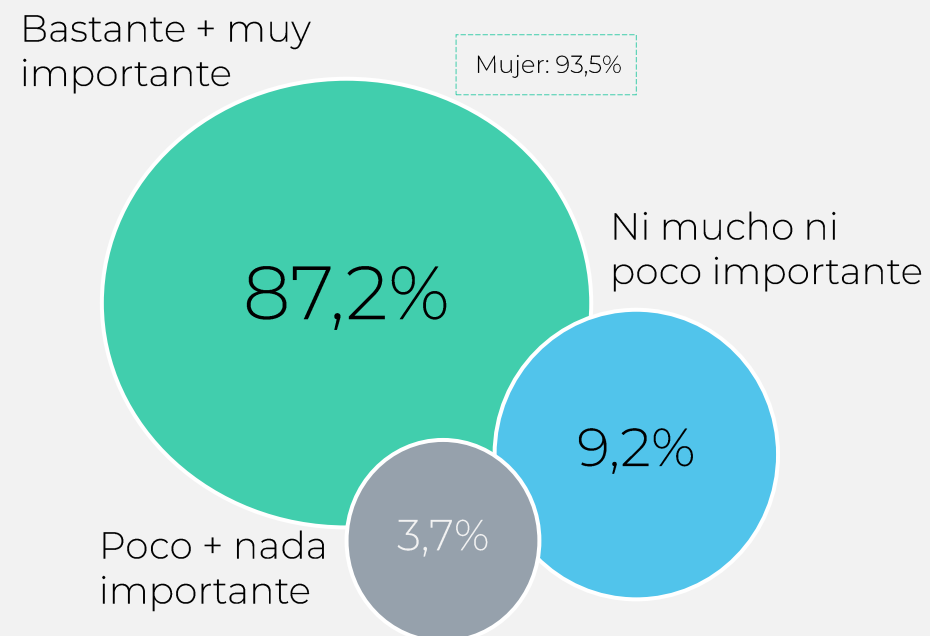
El **39,3%** de los españoles
considera que la socialización es la principal habilidad
que desarrollan mediante el juego la generación actual de niños/as.



La socialización es percibida como la principal habilidad que desarrolla la infancia actual en España (39,3%), en mayor medida por quienes tienen hijos y quienes tienen hijos con edades comprendidas de los 0 a 4 años. Le sigue de cerca el desarrollo de la actividad física (38,1%), considerado en mayor medida por las mujeres, quienes tienen hijos y quienes tienen hijos de edades de 5 a 9 años. Un destacado 21,1% considera que no se potencia ninguna habilidad, principalmente quienes tienen ingresos menores a 1800 euros y quienes no tienen hijos.

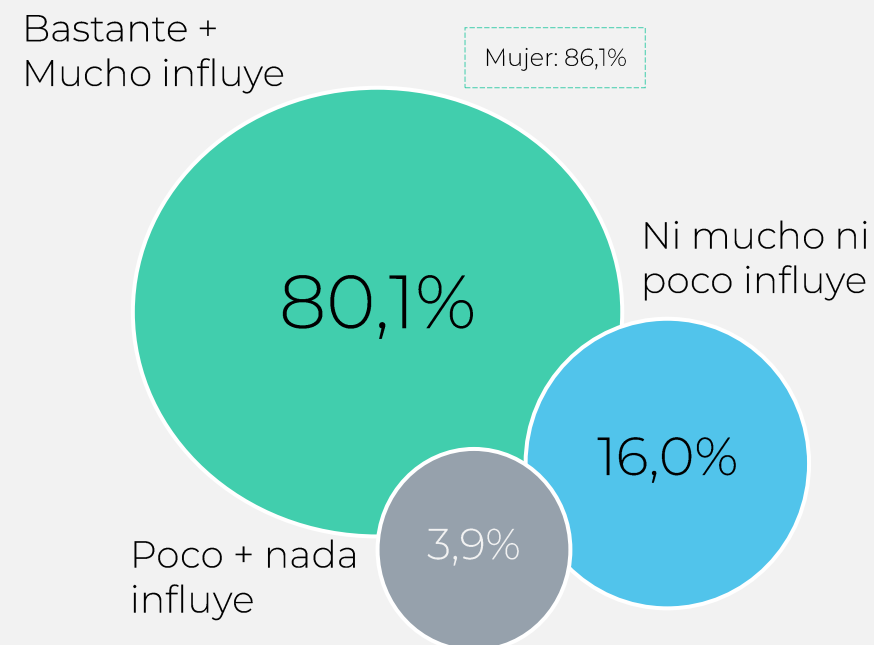
El 87,2% de los españoles considera importante el componente educativo en los juguetes, en mayor medida las mujeres.

El 87,2% de los adultos en España considera bastante o muy importante que los juguetes tengan un componente educativo, valoración aún mayor entre las mujeres. Frente a esta mayoría, solo un 9,2% se muestra indiferente y un 3,7% le concede poca o ninguna relevancia..

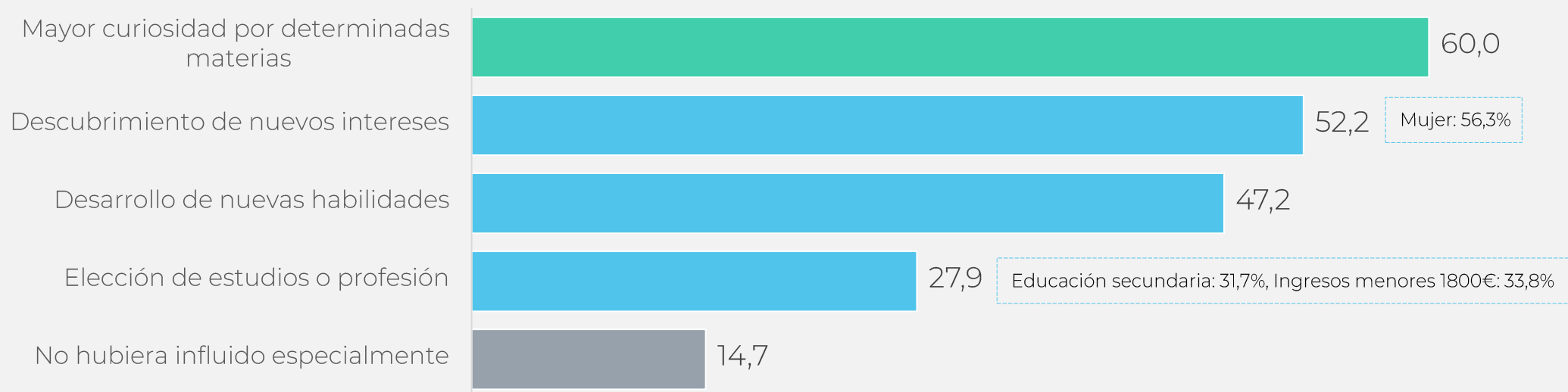


Para 8 de cada 10 españoles
el componente educativo es determinante en la decisión de compra de un juguete, en mayor medida para las mujeres.

El valor educativo influye de forma determinante en la decisión de compra de juguetes en España: el 80,1% de los españoles afirma que influye bastante o mucho, para las mujeres en mayor medida. Frente a ello, un 16,0% mantiene una postura intermedia y solo un 3,9% considera que tiene poca o ninguna influencia.

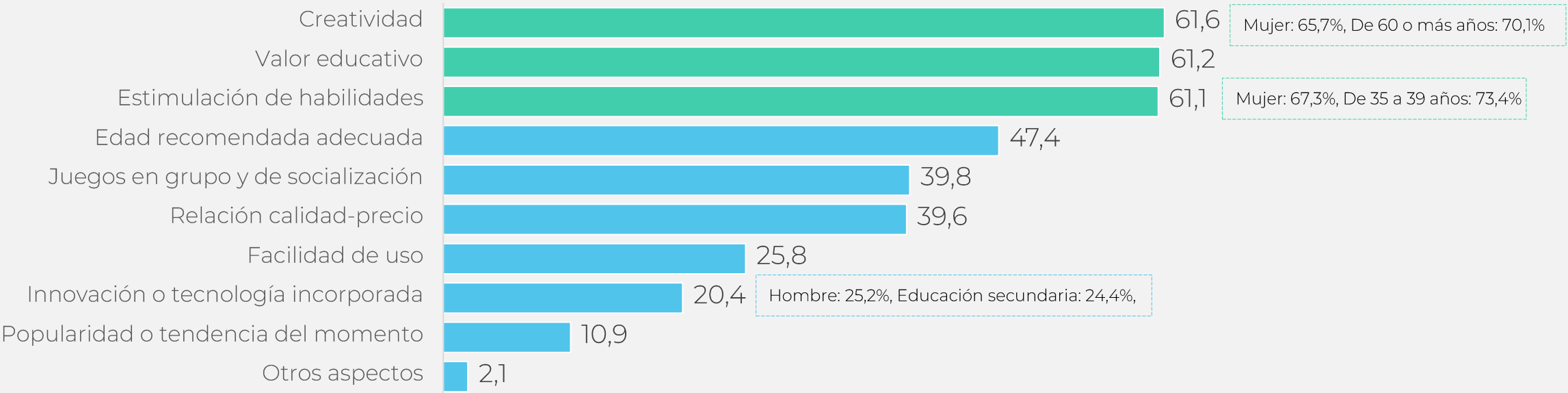


El 60% de los españoles
considera que más juguetes educativos en su infancia habrían potenciado su curiosidad por determinadas materias.



Los adultos consideran que haber tenido más juguetes educativos habría incrementado su curiosidad por determinadas materias (60%), además de favorecer el descubrimiento de nuevos intereses (52,2%), en mayor medida mencionado por las mujeres, y el desarrollo de habilidades (47,2%). El considerar que haber tenido más juguetes educativos en la infancia hubiera influido en la elección de estudios o profesión (27,9%), es destacado en mayor medida por aquellos que han cursado hasta la educación secundaria y quienes tienen ingresos menores a 1800 euros.

6 de cada 10 españoles
tienen en consideración la creatividad, el valor educativo y la estimulación de habilidades en la elección de un juguete.



La creatividad (61,6%), en mayor medida para las mujeres y quienes tienen edades de 60 o más años, el valor educativo (61,2%) y la estimulación de habilidades (61,1%), para las mujeres y quienes tienen de 35 a 39 años, son los aspectos más valorados en la elección de juguetes. Los hombres y quienes tienen una educación hasta secundaria, consideran en mayor medida el componente de innovación o la tecnología incorporada en el juguete.

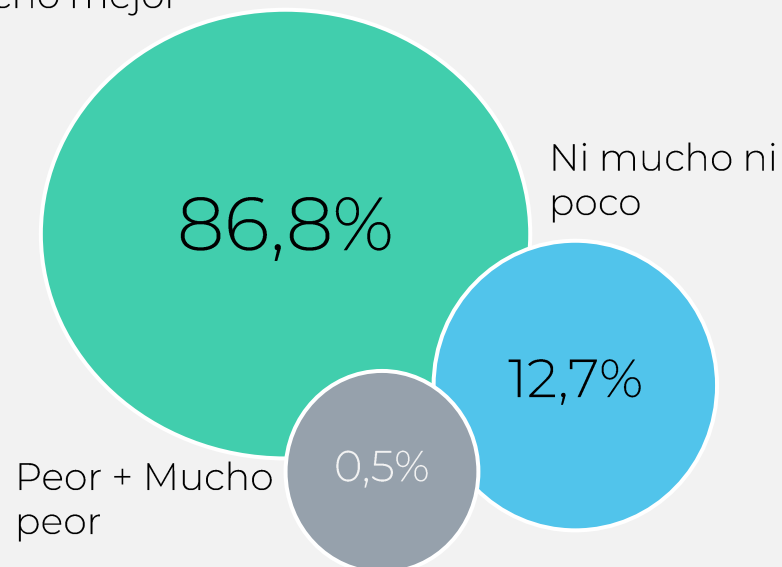
Aprender jugando deja huella:

Más de 8 de cada 10 españoles
consideran que el aprendizaje a través del juego se recuerda mejor que los de otras actividades.

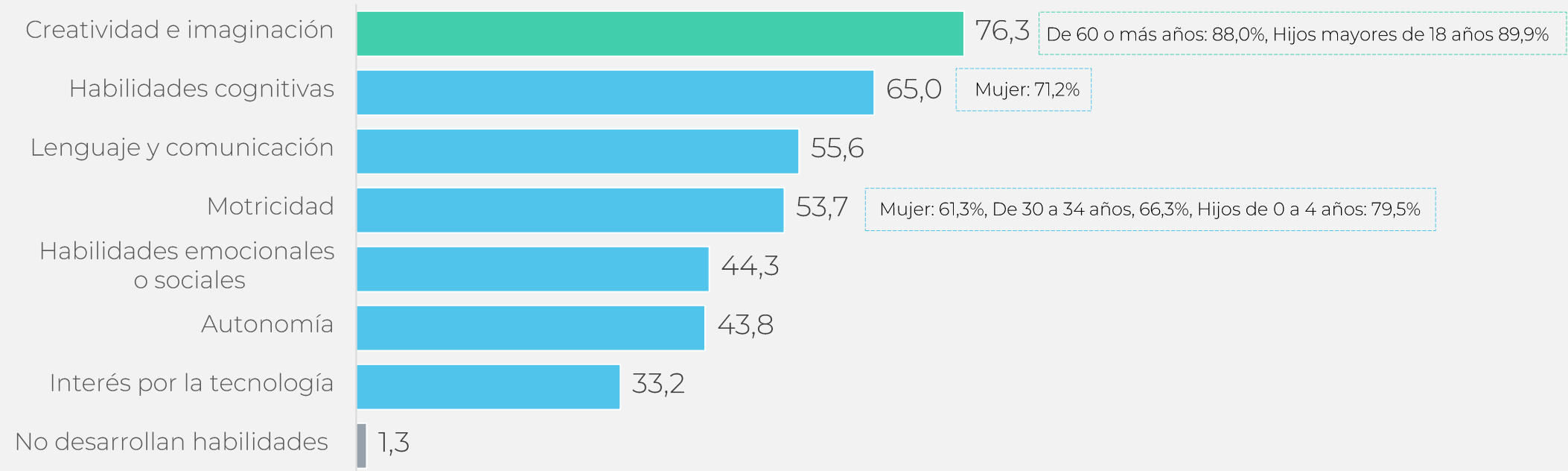
El aprendizaje a través del juego se consolida como una opción claramente preferida frente a otras formas de adquirir conocimientos, donde el 86,8% de los españoles percibe que los conocimientos adquiridos a través del juego se recuerdan algo + mucho mejor que los de otras actividades, en mayor medida quienes tienen ingresos mayores de 3.000 euros y cuyos hijos tienen más de 18 años.

Algo +
Mucho mejor

Ingresos mayores de 3000€: 91,5%
Hijos mayores de 18 años 92,9%



El **76,3%** de los españoles consideran que los juguetes educativos desarrollan principalmente creatividad e imaginación.

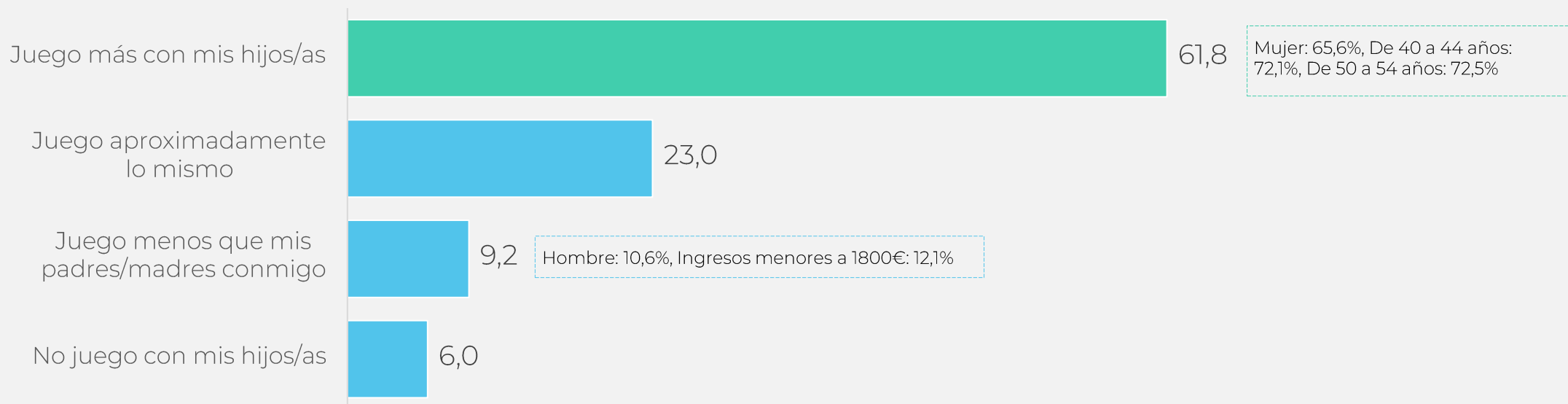


Los juguetes educativos se asocian principalmente con el desarrollo de la creatividad y la imaginación (76,3%), en mayor medida para quienes tienen 60 o más años e hijos mayores de 18 años. Les siguen las habilidades cognitivas (65,0%), en mayor medida para las mujeres, y el lenguaje y la comunicación (55,6%),

Resultados

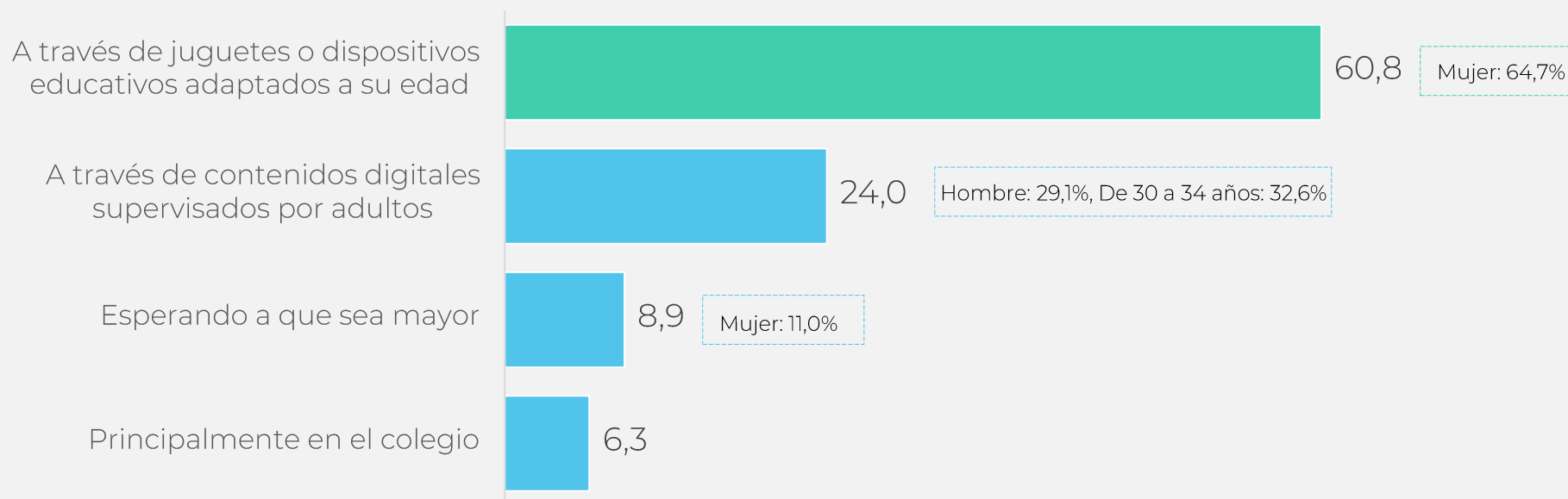
2.2. Juego digital

El 61,8% de los españoles que tienen hijos/as
juegan más con sus hijos/as que lo que jugaban sus padres/madres con ellos/as.



Más del 60% de los adultos con hijos/as afirma jugar hoy en día más con sus hijos/as de lo que lo hacían sus padres/madres con ellos/as, en mayor medida las mujeres, quienes tienen edades comprendidas entre los 40 y 44 años y los que tienen edades de 50 a 54 años. En contraposición, son los hombres y quienes tienen ingresos menores a 1800 euros quienes señalan jugar menos con sus hijos/as.

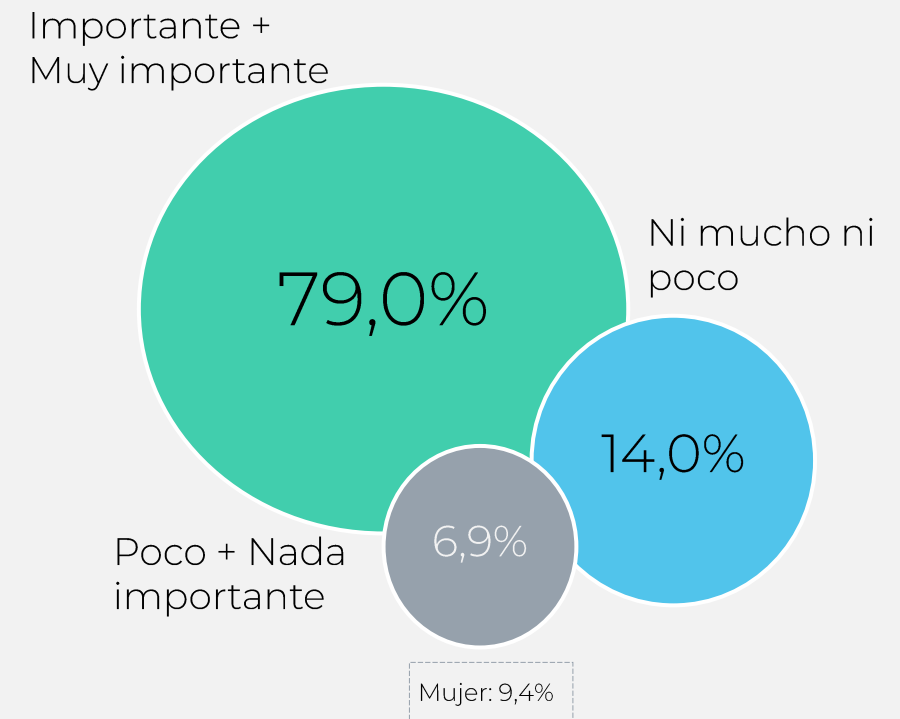
6 de cada 10 españoles
considera los juguetes o dispositivos educativos adaptados
a la edad como la mejor opción de introducir a los niños/as en la tecnología.



Según el 60,8% de los españoles la mejor manera de introducir a los niños/as en la tecnología es a través de juguetes o dispositivos educativos adaptados a su edad, en mayor medida las mujeres. Le sigue a distancia la supervisión por adultos de contenidos digitales, mencionado en mayor medida por los hombres y quienes tienen edades de 30 a 34 años. Son las mujeres quienes mencionan en mayor medida esperar a que sus hijos/as sean mayores. Y tan solo el 6,3% considera que debe ser el colegio quien se encargue.

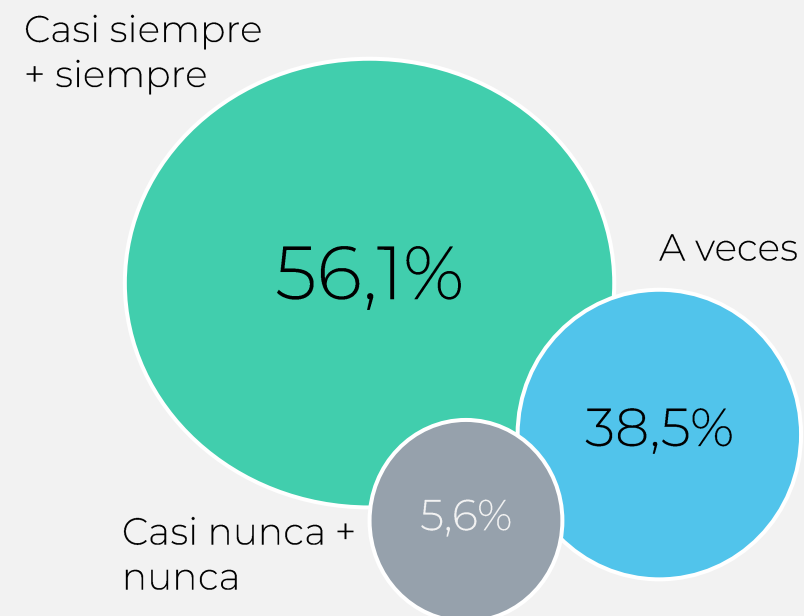
8 de cada 10 españoles
considera fundamental introducir habilidades científicas y tecnológicas desde la infancia.

Consideran que es importante o muy importante familiarizarse desde pequeños/as con habilidades relacionadas con ciencia y tecnología el 79,0% de los encuestados. El 14% muestra indiferencia y el 6,9% considera que no es importante o nada importante, en mayor medida las mujeres.



Más de 1 de cada 2 españoles
recomendaría el uso de juguetes STEAM siempre o casi siempre.

El uso de juguetes STEAM es recomendado casi siempre o siempre por el 56,1% de los españoles. Así mismo, el 38,5% lo recomienda a veces y tan solo el 5,6% no tiende a recomendarlos.

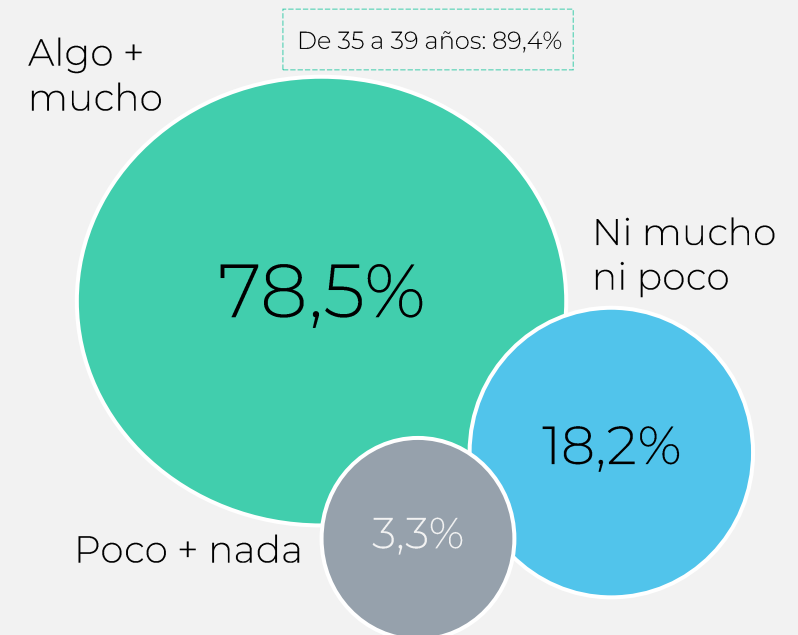


Resultados

2.3 Aspecto social del juego-socialización

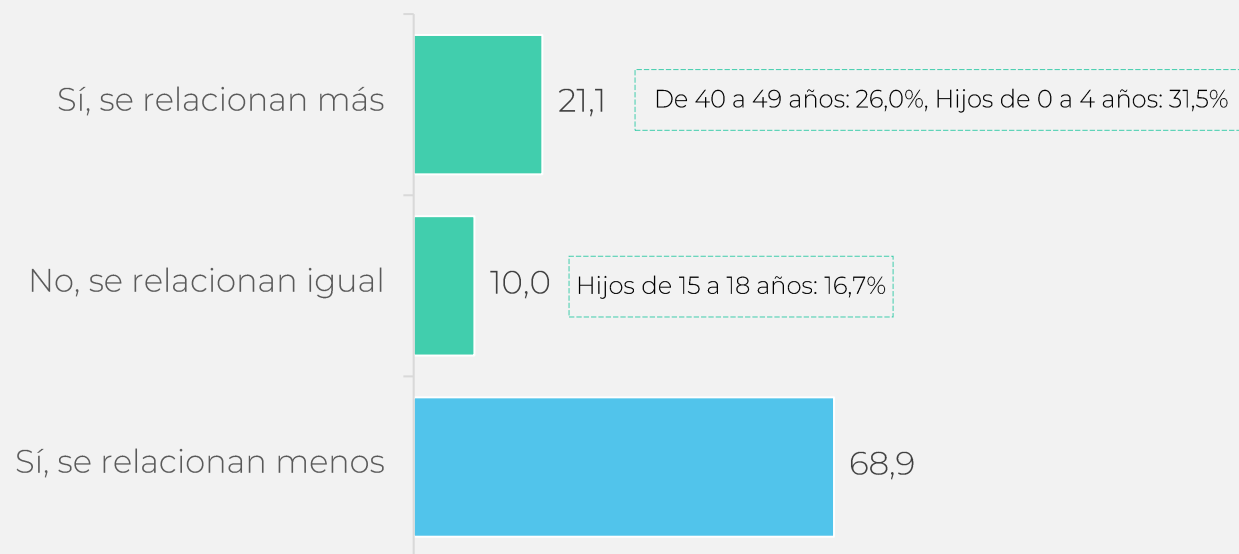
Cerca de 8 de cada 10 españoles
consideran que los juguetes influyen en los intereses, habilidades o vocaciones futuras de los niños/as.

El 78,5% de los españoles considera que los juguetes influyen en el futuro profesional de los niños, en mayor medida el grupo de edad de 35 a 39 años. Tan solo un 3,3% percibe poca o ninguna influencia.



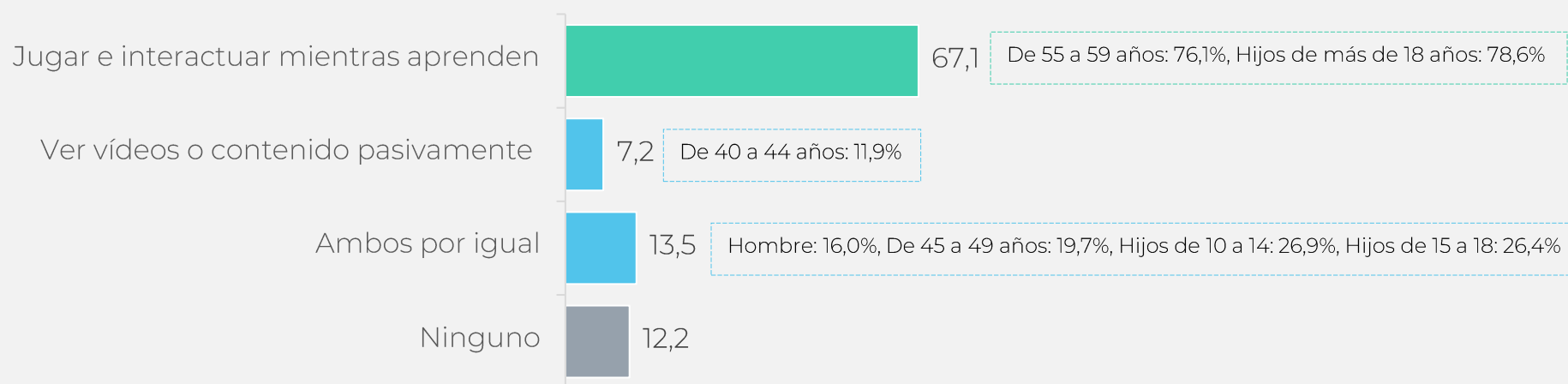
2 de cada 10 españoles

considera que los niños/as actuales se relacionan más que en su propia infancia, quienes tienen hijos de 0 a 4 años en mayor medida.



El 68,9% de los adultos percibe que los niños se relacionan menos a través del juego que antes, frente a un 21,0% que cree que se relacionan más, las personas de 40 a 49 años y quienes tienen hijos pequeños de 0 a 4 años en mayor medida. Un 10% no observa cambios, quienes tienen hijos de 15 a 18 años en mayor medida.

El 67,1% de los españoles
considera que el mejor uso de pantallas para los niños es jugar e interactuar con ellas mientras aprenden.

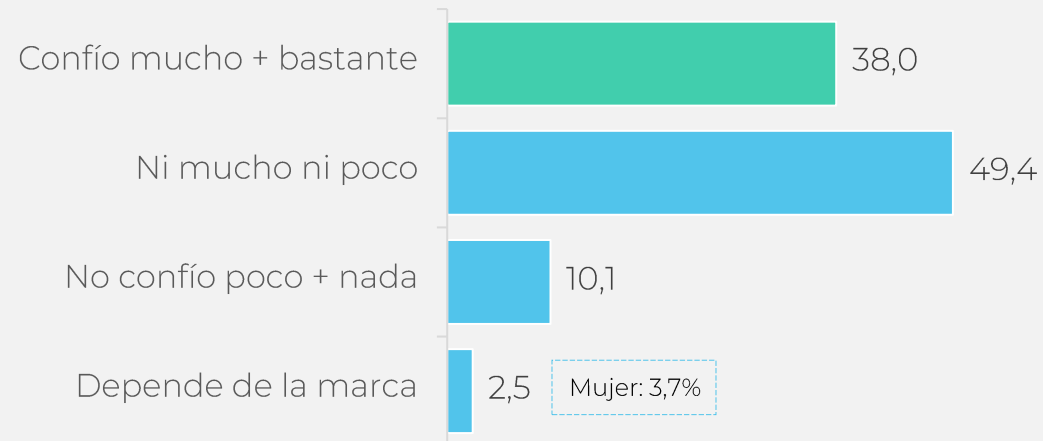


La mayoría de los españoles considera que el mejor uso de las pantallas en la infancia está vinculado a la interacción activa: un 67,1% apuesta por que los niños jueguen e interactúen con ellas mientras aprenden, en mayor medida quienes tienen de 55 a 59 años e hijos mayores de 18 años. En contraste, solo un 7,2% defiende ver vídeos o consumir contenido sin interacción, en mayor medida quienes tienen de 40 a 44 años. Un 13,5% adopta una posición intermedia, combinando ambos usos, los hombres, quienes tienen de 45 a 49 años e hijos de 10 a 18 años en mayor medida.

Resultados

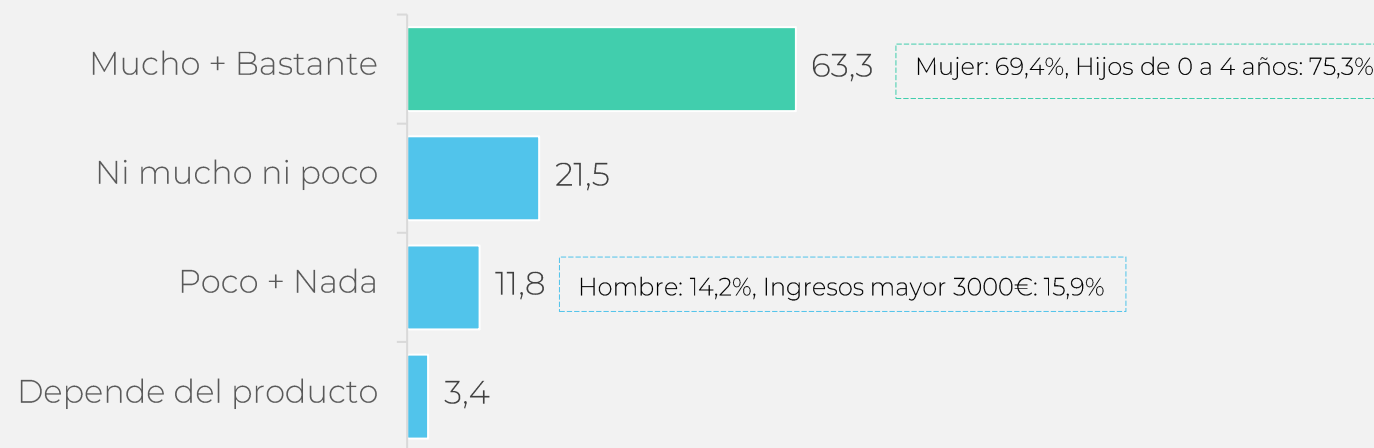
2.4. Seguridad y confianza

Cerca de **4** de cada 10 españoles
confía en las marcas de juguetes actuales.



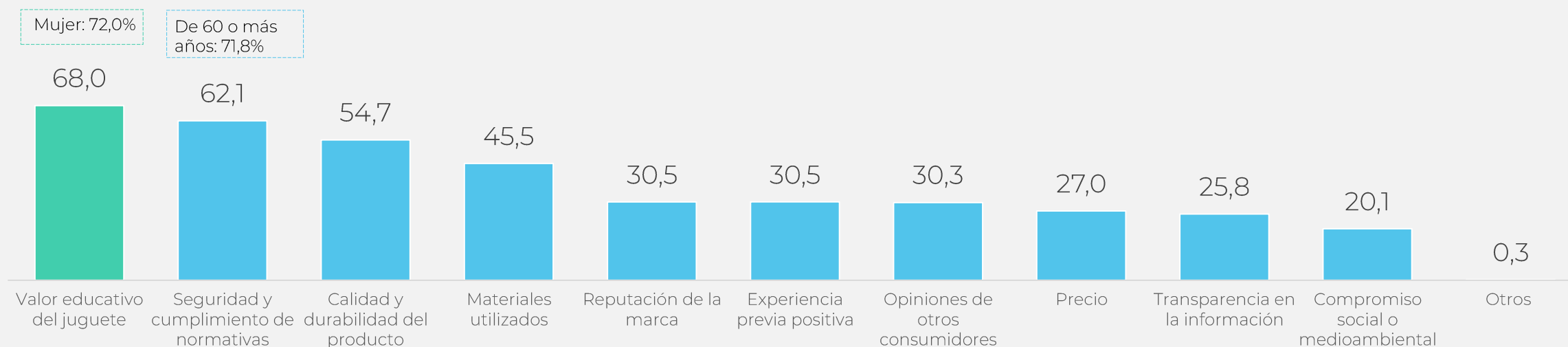
El 38% de los españoles confía mucho o bastante en las marcas de juguetes, frente a un 49,4% que se mantiene neutral y un 10,1% que muestra desconfianza. Las mujeres, en mayor medida, basan su confianza dependiendo de la marca.

6 de cada 10 españoles
se informan sobre la seguridad de los juguetes antes de comprarlos.



El 63,3% de los españoles se informa mucho o bastante sobre la seguridad de los juguetes, en mayor medida mujeres y quienes tienen hijos de edades de 0 a 4 años, frente a un 21,5% con postura neutral y un 11,8% que se informa poco o nada, los hombres y los hogares con ingresos de más de 3000 euros en mayor medida.

El 68,0% de los españoles
considera el valor educativo el principal componente de confianza de una marca de juguetes.



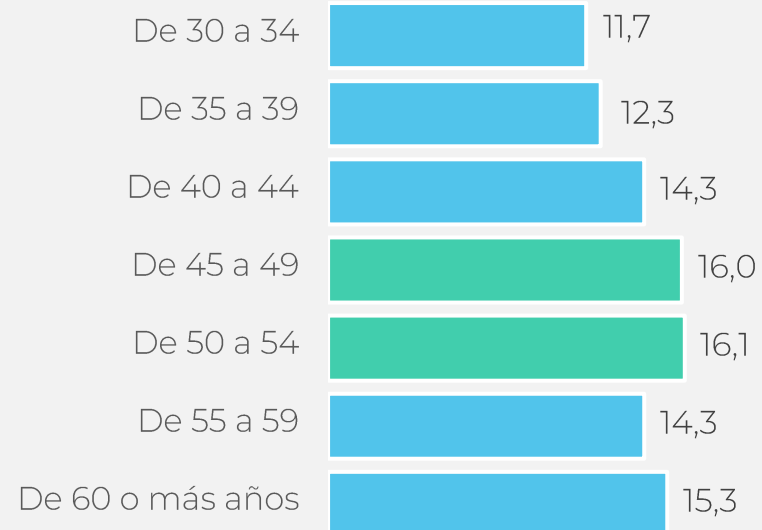
El 68% de los encuestados sitúa el valor educativo como el principal factor de confianza en una marca de juguetes, en mayor medida las mujeres, seguido de la seguridad (62,1%), para las personas de 60 años o más años en mayor proporción.

2. Datos sociodemográficos y de segmentación

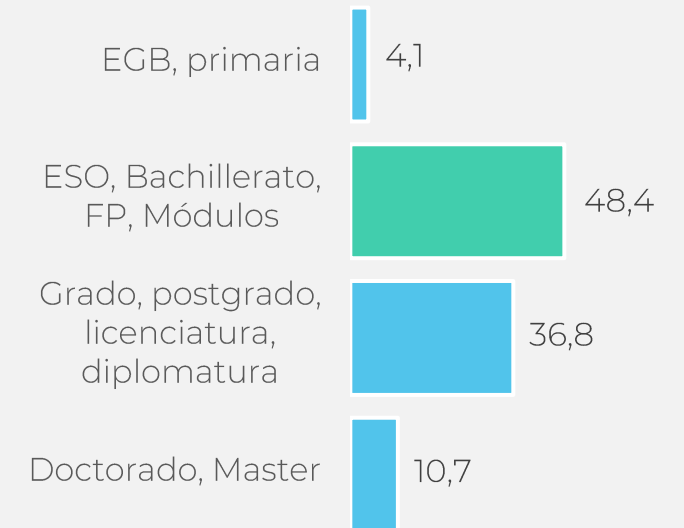
Sexo



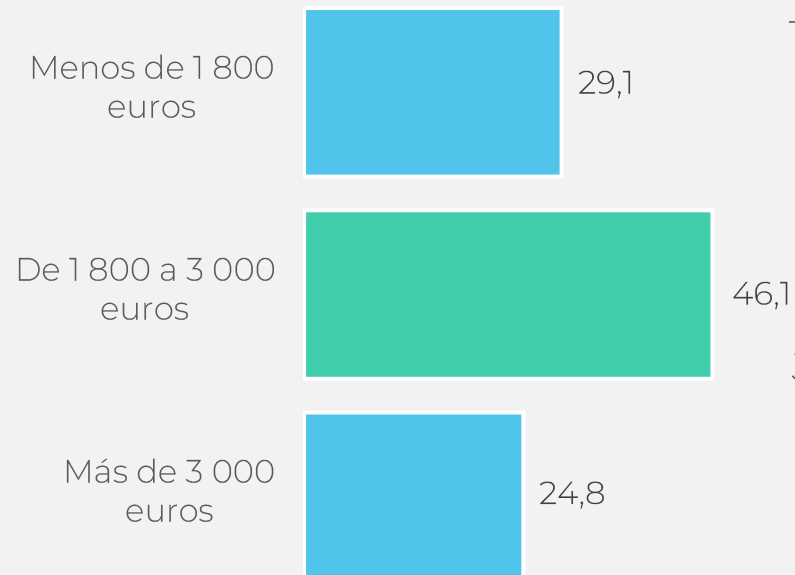
Grupo de edad



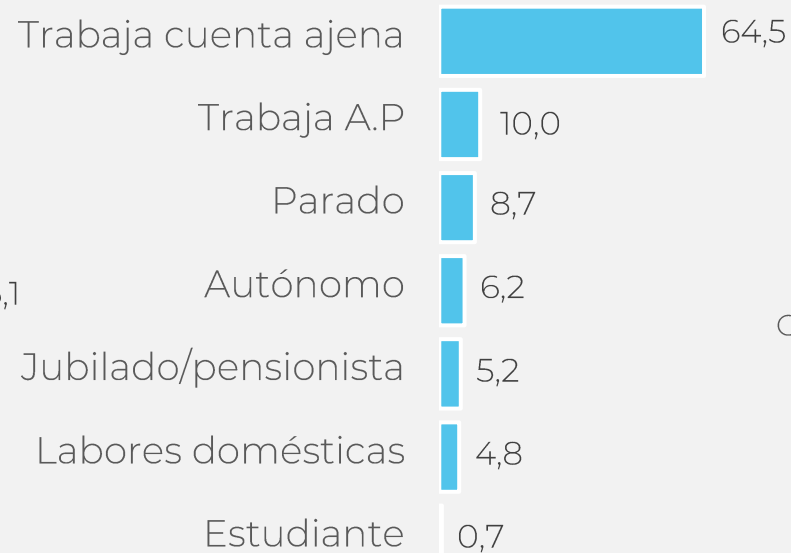
Nivel de estudios



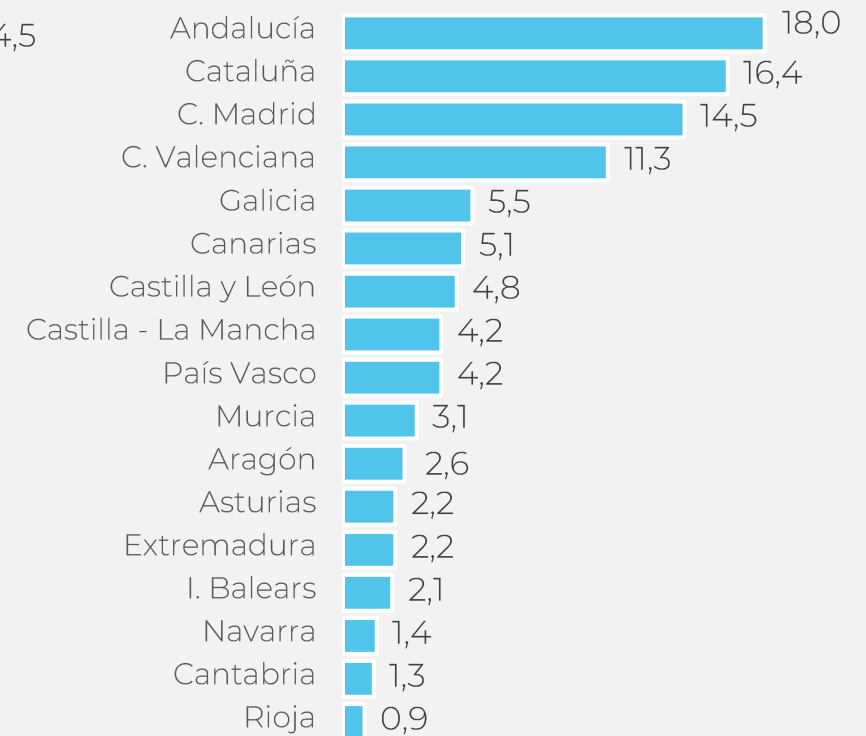
Ingresos mensuales hogar



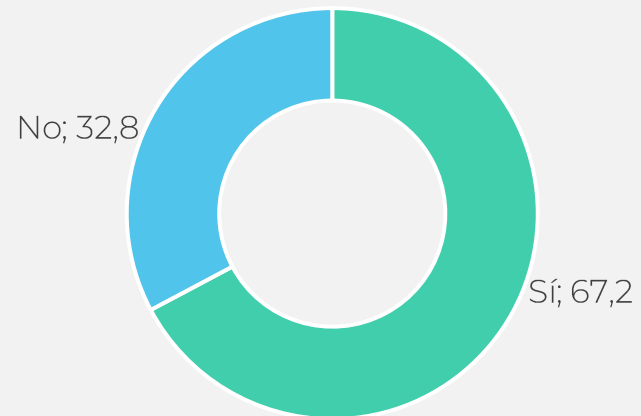
Ocupación



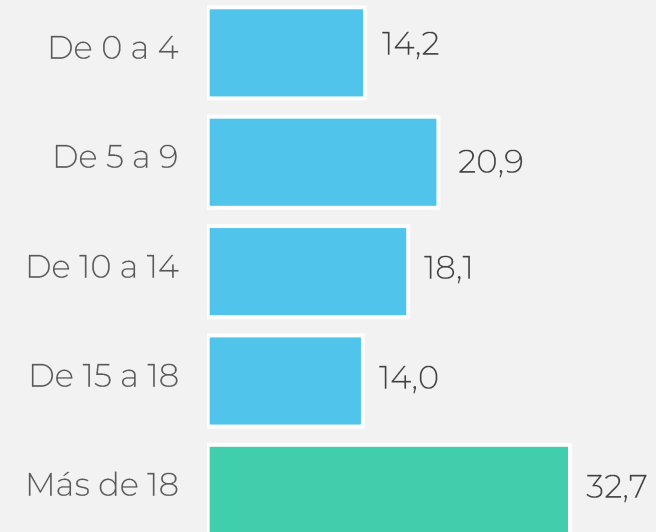
CCAA



Hijos



Edad hijos



3. Conclusiones

Conclusiones generales

- 1 El juguete se percibe como una herramienta educativa, no solo de entretenimiento:** el valor educativo se considera un componente importante del juego para el 87,2% de los españoles, componente determinante en la compra del juguete para el 80,1% y el principal criterio de confianza (68,0%).
- 2 Los españoles consideran que se aprende mejor jugando que con métodos tradicionales:** más de 8 de cada 10 considera que el aprendizaje a través del juego se recuerda mejor y existe un amplio consenso en el que el juego desarrolla la creatividad (76%), mejora las habilidades cognitivas (65%) y favorece el lenguaje y comunicación (55,6%).
- 3 El juego es percibido como una inversión en el futuro profesional de los niños/as:** cerca de 8 de cada 10 españoles considera que el juego impacta en los intereses, habilidades y vocaciones de los niños/as.
- 4 La crianza se vuelve más activa: los padres y madres de hoy en día juegan más con sus hijos/as que en generaciones anteriores.** 6 de cada 10 padres y madres juegan más con sus hijos/as que con sus respectivos padres/madres.
- 5 El futuro de las pantallas es educativo: se concibe como un nuevo espacio donde aprender e interactuar.** El 67,1% de los españoles apuesta por introducir las pantallas mientras interactúan y aprenden.
- 6 La educación científica y tecnológica gana peso desde la infancia:** 8 de cada 10 españoles considera fundamental introducir habilidades científicas y tecnológicas desde la infancia y más de la mitad recomienda juguetes STEM de forma habitual.

io
investigación
Gracias

www.ioinvestigacion.com
(+34) 915 349 285
ioi@ioinvestigacion.com

Qms
comunicación

