



# TENDENCIAS PUERICULTURA 2019-2020



# TENDENCIAS PUERICULTURA 2019-2020

DE LA INFANCIA  
**AEI**



ASEPRI Asociación Española  
de Productos para la Infancia

**aiju** Instituto  
Tecnológico  
de Producto  
Infantil y Ocio



**AEI** CLUSTER  
Agrupaciones Empresariales Innovadoras

## CRÉDITOS

### COORDINACIÓN

Asociación de Empresas Innovadoras de la Infancia  
[www.aeidelainfancia.es](http://www.aeidelainfancia.es)  
Javier Peiró Baeza

### INVESTIGACIÓN Y REDACCIÓN

AIJU  
Instituto Tecnológico de Producto Infantil y Ocio  
[www.aiju.info](http://www.aiju.info)  
María Costa  
Pablo Busó  
Clara Blasco  
Miriam Morante  
Pilar Blanco

### DISEÑO Y MAQUETACIÓN

Manuel Camacho (Magnet Comunicación)

### EDICIÓN

Asociación de Empresas Innovadoras de la Infancia  
I.S.B.N. 978-84-09-05185-4

Quedan prohibidos, dentro de los límites establecidos por la ley y bajo los apercibimientos legales previstos, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, ya sea electrónico o mecánico, el tratamiento informático, alquiler o cualquier forma de cesión de la obra sin autorización previa y por escrito de los titulares del copyright.

Todas las imágenes son propiedad de sus respectivos dueños y han sido reproducidas con su consentimiento.

La Asociación de Empresas Innovadoras de la Infancia se reserva todos los derechos y, en particular, los de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación, incluso parcial. Las informaciones y datos de este informe han sido debidamente verificados. No obstante, la Asociación de Empresas Innovadoras de la Infancia no acepta ninguna responsabilidad por su uso.

AEI de la Infancia y AIJU agradecen su colaboración a todas las empresas y entidades que han hecho posible esta publicación.

Queda totalmente prohibida la reproducción total o parcial de esta publicación sin el consentimiento verificado de los editores.

**AEI de la Infancia** (Asociación de Empresas Innovadoras de la Infancia) y **AIJU** (Instituto Tecnológico de Producto Infantil y Ocio) presentan la publicación **Tendencias de Puericultura 2019-20** con el objetivo de transmitir a las empresas de productos para la infancia cuáles son las claves para innovar en el mercado, teniendo en consideración las demandas sociales de los nuevos padres.

La maternidad y las formas de ejercer la crianza han experimentado una importante transformación en los últimos años que sigue en proceso de evolución, influenciada por los cambios en la sociedad, el impacto de la tecnología y los nuevos canales de comunicación. Conocer la motivación de estos cambios y entender por qué las madres y padres están eligiendo una u otra forma de experimentar la maternidad y la crianza es la base de este estudio con el fin de que las empresas de productos para la infancia puedan dar respuesta a sus necesidades específicas.

A continuación, se presentan cuatro perfiles que son la representación de las incipientes inquietudes que rondan a los

padres. Sus premisas están influenciando en los nuevos progenitores. Cómo son, cómo se sienten, cuál es el rol del padre, cuáles son sus reivindicaciones, sus rutinas, sus formas de ocio y sus preferencias de consumo; qué productos demandan y con qué estéticas; con qué mensajes se sienten identificados, son preguntas que encuentran su respuesta en la publicación. Aunque se habla de paternidad en un sentido amplio y se atiende a la diversidad familiar, el punto de vista de la madre es preponderante como sujeto de la maternidad; además continua siendo la responsable mayoritaria de la crianza en la sociedad occidental contemporánea.

Tendencias de Puericultura 2019-20 busca así la mejora de la competitividad de las empresas de productos para la infancia con información relevante sobre el público objetivo y las oportunidades de mercado para desarrollar no solo productos y servicios innovadores, sino también nuevas estrategias de marketing y comunicación que conecten con el imaginario de los nuevos padres.

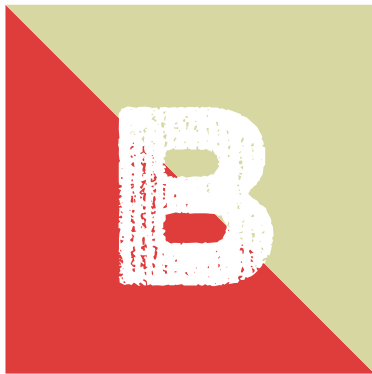
## Metodología

Para la realización de este estudio se ha llevado a cabo una investigación social y de mercado durante más de 3 años en el ámbito internacional de los países occidentales. Se ha consultado multitud de fuentes bibliográficas, realizado el seguimiento de noticias y revistas especializadas, blogs, podcasts y otros productos culturales como series de televisión y películas; la revisión de webs y catálogos de empresas del sector de la puericultura, el juguete, la moda y el hábitat; el análisis de la distribución, la visita a puntos de venta distintivos, la asistencia a ferias internacionales del sector y a empresas de referencia. Además, se ha realizado un estudio cualitativo de opinión mediante 60 entrevistas en profundidad a madres y padres con hijos en edades comprendidas entre los 0-3 años, en países europeos (Francia, Reino Unido, Alemania y España).

La publicación Tendencias de Puericultura 2019-20 se presenta en formato digital, con contenidos multimedia y enlaces externos que enriquecen el resultado final.

## Índice

<b>004</b>	<b>CAMBIOS GENERALES QUE INFLUYEN EN LOS PERFILES DE PADRES</b>	<b>084</b>	Productos
<b>005</b>	Cambios demográficos	<b>088</b>	Estéticas
<b>007</b>	Cambios sociales	<b>091</b>	Estrategias. Mensajes e imaginario
<b>009</b>	Cambios en su sistema de valores	<b>096</b>	Resumen
<b>011</b>	Cambios en sus formas de consumo	<b>098</b>	<b>SELF-AWARE PARENTING</b>
<b>014</b>	Cambios en su relación con el entorno	<b>100</b>	Claves socioculturales
<b>015</b>	<b>BEST, NUEVOS PERFILES DE PADRES</b>	<b>102</b>	Referentes
<b>016</b>	<b>BABY LED PARENTING</b>	<b>104</b>	Actitudes frente a la maternidad
<b>018</b>	Claves socioculturales	<b>105</b>	Cómo son
<b>020</b>	Referentes	<b>109</b>	Cómo se sienten
<b>022</b>	Actitudes frente a la maternidad	<b>110</b>	Reivindicaciones
<b>023</b>	Cómo son	<b>113</b>	Hábitos
<b>029</b>	Cómo se sienten	<b>115</b>	Ocio
<b>030</b>	Reivindicaciones	<b>116</b>	El uso de las redes sociales y la tecnología
<b>031</b>	Hábitos	<b>117</b>	El segundo hijo
<b>037</b>	Ocio	<b>118</b>	El rol del padre
<b>038</b>	El uso de las redes sociales y la tecnología	<b>119</b>	Formas y preferencias de consumo
<b>039</b>	El segundo hijo	<b>121</b>	Productos
<b>040</b>	El rol del padre	<b>125</b>	Estéticas
<b>041</b>	Formas y preferencias de consumo	<b>130</b>	Estrategias. Mensajes e imaginario
<b>043</b>	Productos	<b>137</b>	Resumen
<b>047</b>	Estéticas	<b>139</b>	<b>TRACKING PARENTING</b>
<b>050</b>	Estrategias. Mensajes e imaginario	<b>141</b>	Claves socioculturales
<b>055</b>	Resumen	<b>143</b>	Referentes
<b>057</b>	<b>EMPOWERED PARENTING</b>	<b>145</b>	Actitudes frente a la maternidad
<b>059</b>	Claves socioculturales	<b>146</b>	Cómo son
<b>062</b>	Referentes	<b>149</b>	Cómo se sienten
<b>064</b>	Actitudes frente a la maternidad	<b>150</b>	Reivindicaciones
<b>065</b>	Cómo son	<b>152</b>	Hábitos
<b>067</b>	Cómo se sienten	<b>157</b>	Ocio
<b>069</b>	Reivindicaciones	<b>158</b>	El uso de las redes sociales y la tecnología
<b>076</b>	Hábitos	<b>159</b>	El segundo hijo / El rol del padre
<b>078</b>	Ocio	<b>160</b>	Formas y preferencias de consumo
<b>079</b>	El uso de las redes sociales y la tecnología	<b>162</b>	Productos
<b>080</b>	El segundo hijo	<b>166</b>	Estéticas
<b>081</b>	El rol del padre	<b>169</b>	Estrategias. Mensajes e imaginario
<b>082</b>	Formas y preferencias de consumo	<b>174</b>	Resumen
		<b>176</b>	<b>RELACIÓN DE MARCAS</b>



## **BABY LED PARENTING**

Padres que se adaptan según la evolución del niño, sin entorpecer su desarrollo innato.



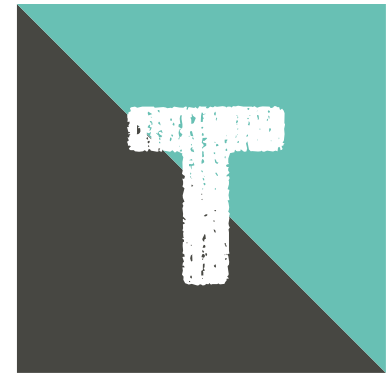
## **EMPOWERED PARENTING**

Padres que reivindican la maternidad y la crianza para la construcción de una sociedad mejor.  
Yes we can!




## **SELF-AWARE PARENTING**

Padres que priorizan sus necesidades como individuos modernos e independientes.



## **TRACKING PARENTING**

Padres que proyectan la crianza desde el determinismo positivo y la superación personal.



Si desea adquirir el Cuaderno de  
Tendencias de Puericultura 2019-20,  
por favor póngase en contacto con AIJU  
vía [consumidorinfantil@aju.info](mailto:consumidorinfantil@aju.info)



---

DE LA INFANCIA  
**AEI**



ASEPRI Asociación Española  
de Productos para la Infancia

---

 **aiju** Instituto  
Tecnológico  
de Gestión  
de la Infancia



---

**AEI**   
CLUSTER  
Agrupaciones Empresariales Innovadoras

---