

Tendencias de Consumo

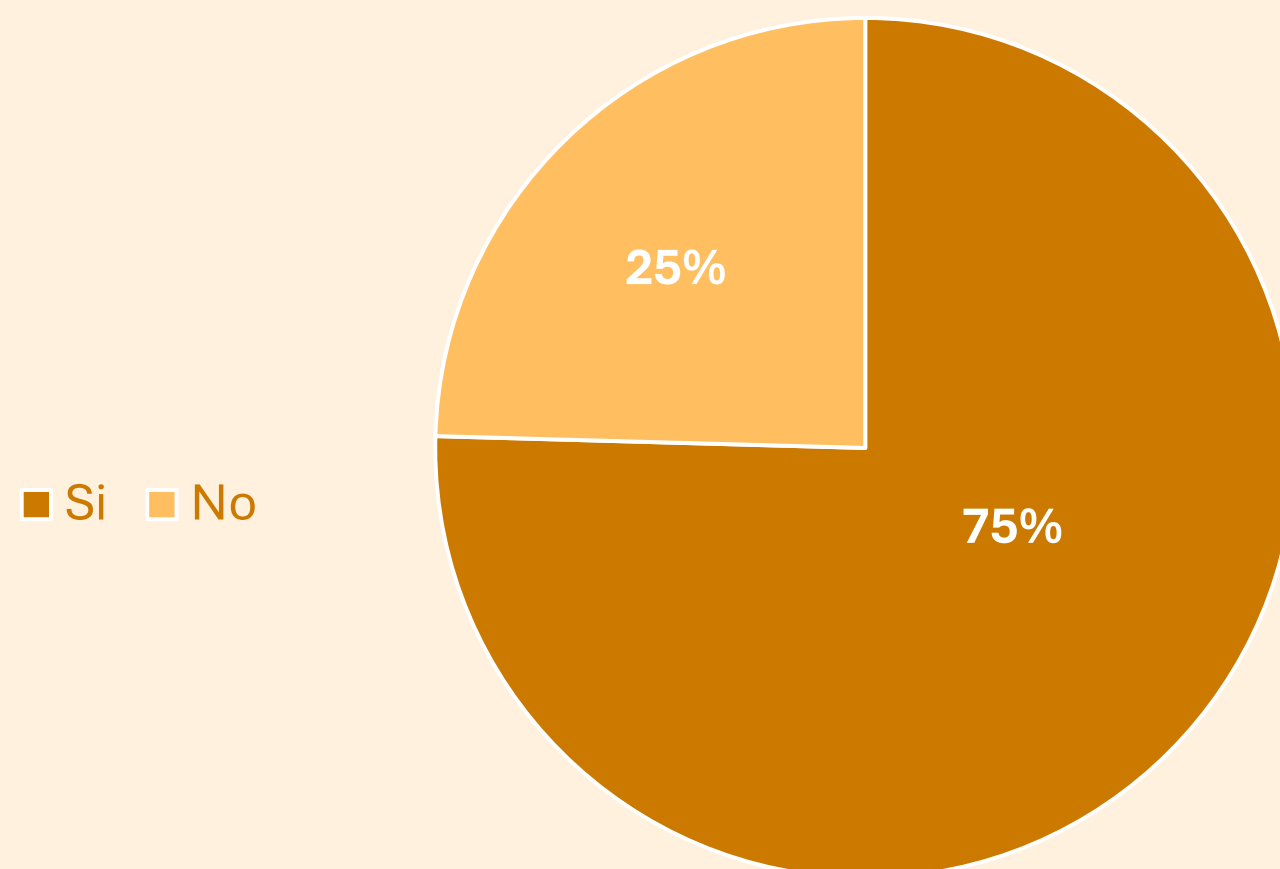
Día de los Niños 2026



- En el marco de la celebración del **Día de los Niños 2026**, la **Cámara de la Economía Digital del Uruguay** y la **Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay**, realizaron en conjunto un relevamiento con el objetivo de conocer en detalle el comportamiento del consumidor en esta fecha comercial.
- Período de relevamiento: 17/08/2026 al 26/08/2026.
- Cantidad de respuestas recibidas: 228 a través de formulario online.

Principales Resultados

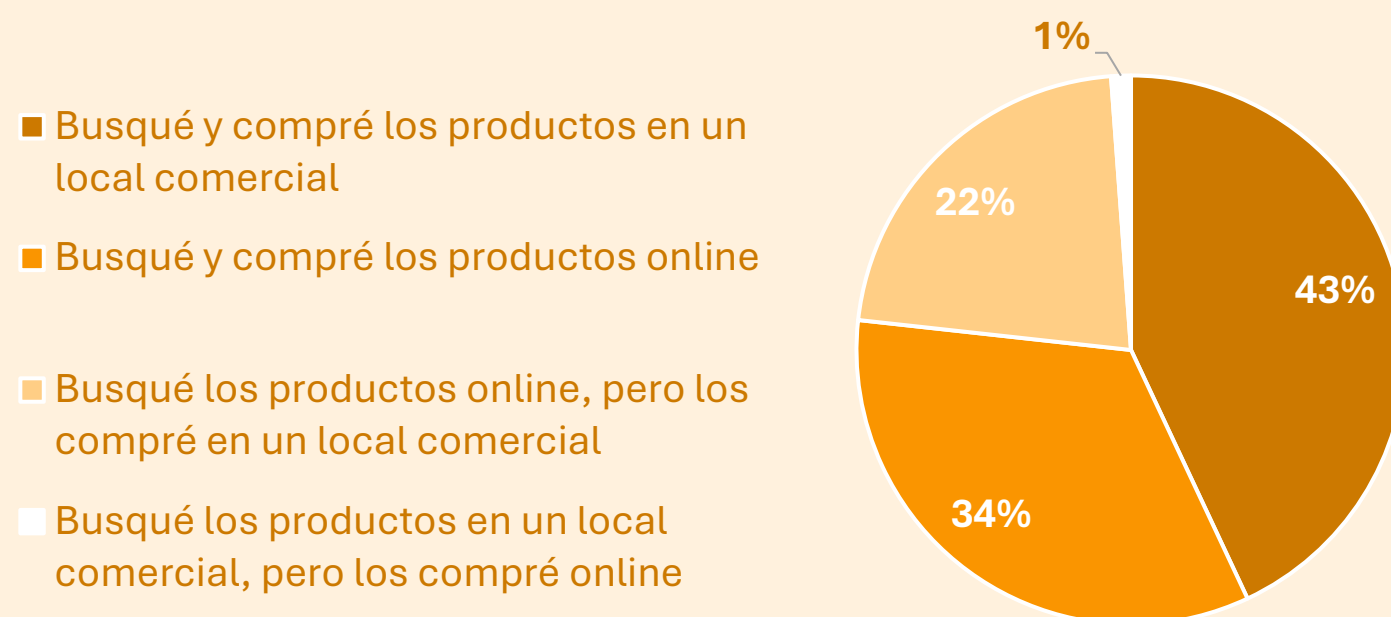
- El 67% del total de las personas que formaron parte del relevamiento manifestó que participa habitualmente de la celebración del Día de los Niños, ya sea festejando la fecha o realizando la compra de algún regalo.
- Asimismo, en la celebración del Día de los Niños 2026, el 75% de los encuestados afirmó haber comprado algún regalo, resultado que desciende levemente respecto al registro del año anterior, cuando el 80% de la muestra efectivamente había realizado una o más compras con motivo de la celebración.



*¿Ha comprado algún regalo para
el **Día de los Niños 2026**?*

Principales Resultados

- Entre aquellas personas que sí compraron algún regalo, el rango de edad mayoritario para el cual compraron regalos fue entre 7 y 12 años (34%), y entre 3 y 6 años (29%).
- Asimismo, en el proceso de búsqueda y compra de los regalos, se observa una participación equilibrada entre los canales físico y digital. El 43% de las personas buscaron y compraron los productos en un local comercial, mientras que el 34% de las personas buscó y compró los productos online. Sin embargo, hay un 22% de las personas que, si bien buscaron los productos de forma online, realizaron la compra efectiva un local comercial, y sólo un 1% buscaron en local comercial y compraron online.
- En relación con relevamientos anteriores, si bien se mantiene una mayor incidencia de la compra efectiva en el local comercial (65%), el canal online continúa representando una proporción relevante de las compras, aunque menor a la registrada el año anterior (2026: 35% vs 2025: 40%).



*¿A través de qué medios buscó y compró los productos en ocasión del **Día de los Niños 2026?***

Principales Resultados

- Entre aquellas personas que compraron el regalo en un local comercial, los locales ubicados en los principales *Shoppings* concentraron la mayor proporción de las compras (41%), seguidos por las Jugueterías tradicionales ubicadas en las principales avenidas Comerciales (30%). Este resultado marca un cambio respecto de la edición anterior, cuando las Jugueterías en las avenidas comerciales ocupaban el primer lugar, mientras que los locales comerciales ubicados en los *Shoppings* se posicionaban en segundo lugar.
- Por otro lado, el 15% de los encuestados realizó la compra en Supermercados, y en los restantes casos (14%) las compras se realizaron en tiendas cercanas a su lugar de residencia, tiendas mayoristas, y emprendimientos.
- Entre las personas que realizaron compras online, los *marketplaces* locales se consolidaron como el canal más utilizado (68%), desplazando a las tiendas online propias de los comercios (20%) al segundo lugar. Este resultado invierte la tendencia registrada el año anterior, cuando la tienda online propia del comercio encabezaba el ranking (44%), seguida por los *marketplaces* locales (38%).
- En menor medida, el 10% realizó sus compras a través de *marketplaces* del exterior, distribuyéndose entre plataformas de China (5%) y de Estados Unidos (5%), mientras que el 3% restante utilizó otros canales online.

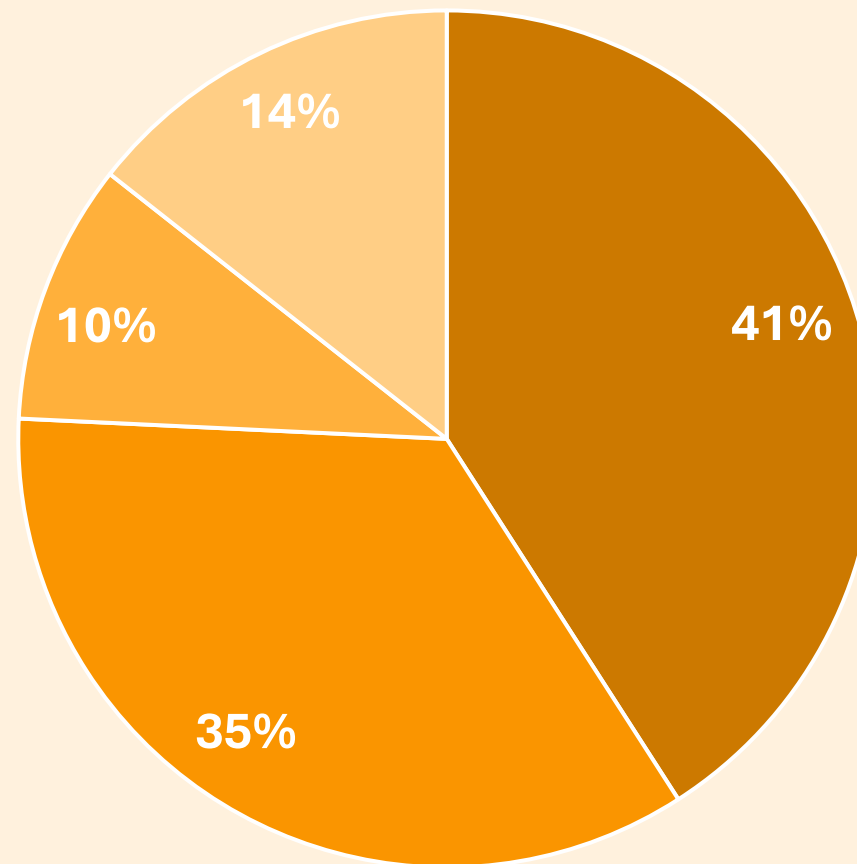
Principales Resultados

■ Shoppings

■ Jugueterías tradicionales,
localizadas en las principales
avenidas Comerciales

■ Supermercados

■ Otro



*¿Podría especificar, mayoritariamente en qué tipo de local comercial realizó la compra para el **Día de los Niños 2026**?*

*¿Podría especificar en qué tipo de espacio online realizó la compra para el **Día de los Niños 2026**?*

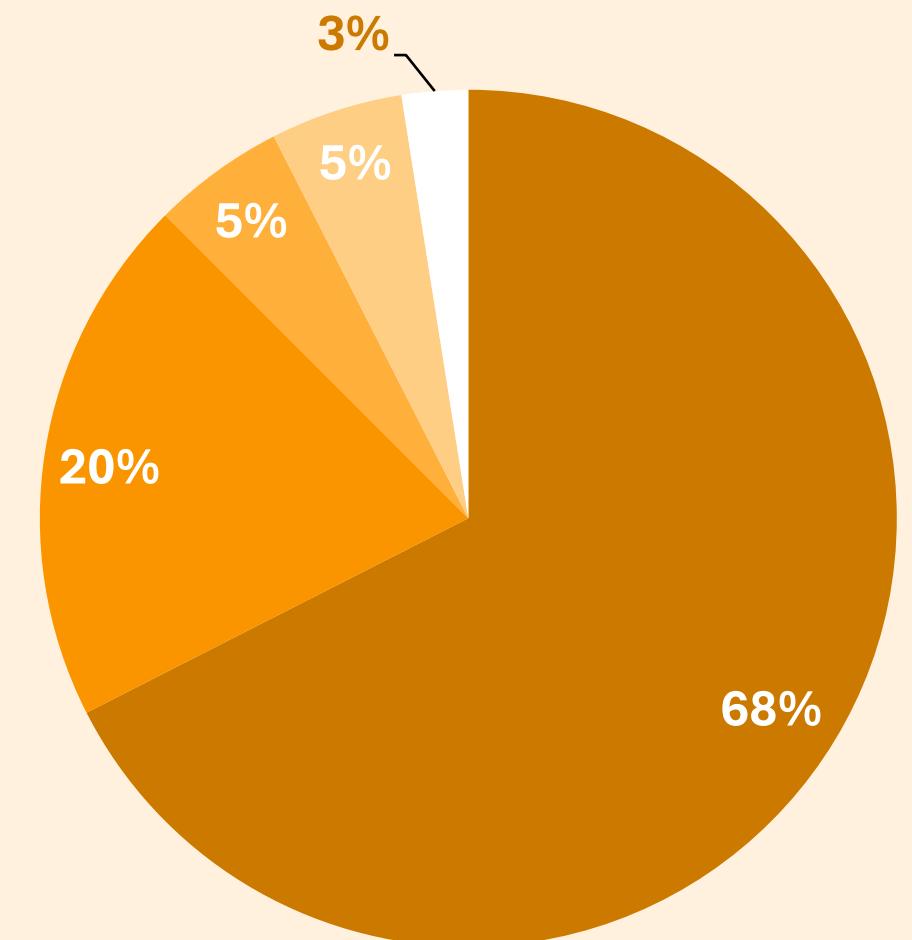
■ Marketplaces locales

■ Tienda online propia del comercio

■ Compras en tiendas online o marketplaces de China

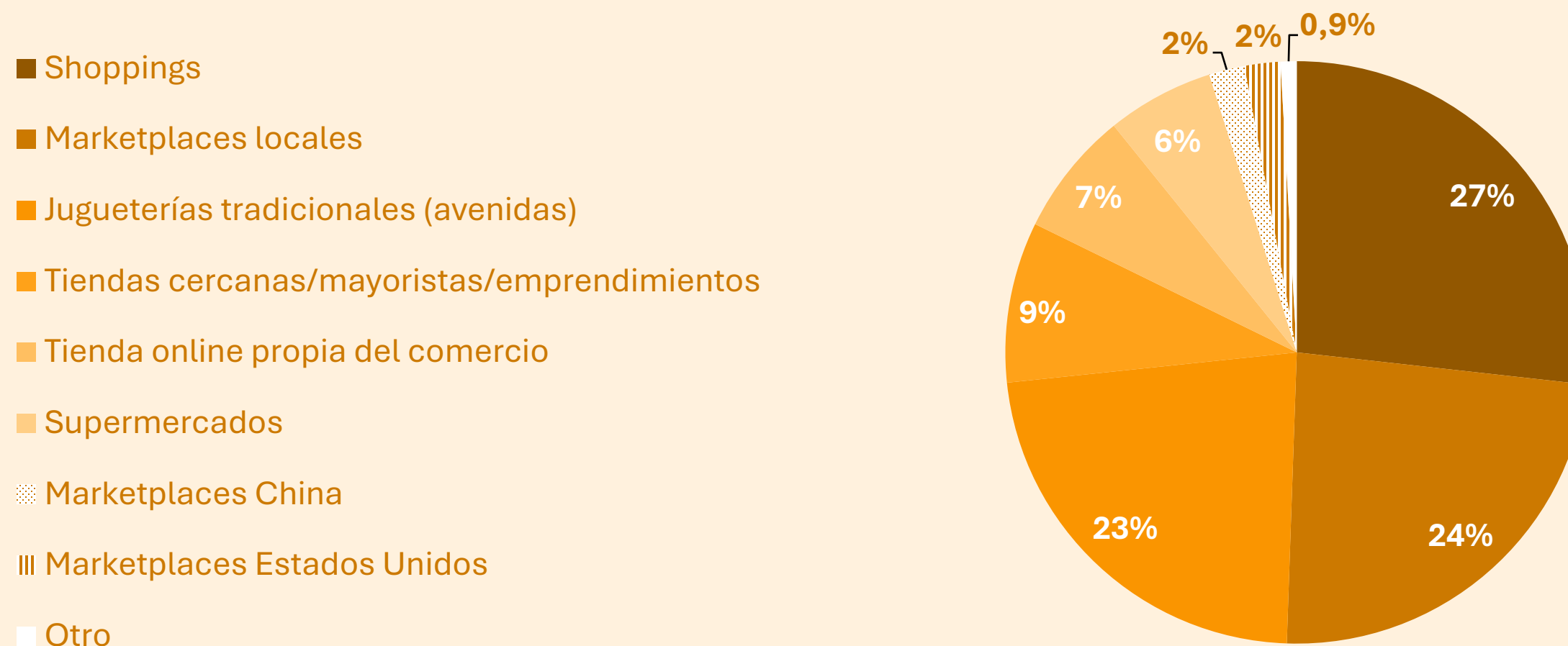
■ Compras en tiendas online o marketplaces de Estados Unidos

■ Otro



Principales Resultados

- Al consolidar los resultados sobre el peso de los canales (físicos y digitales) en el total de las compras, los locales ubicados en *Shoppings* se posicionan en primer lugar con un 27%, seguidos por los *marketplaces* locales con un 24% y las jugueterías tradicionales ubicadas en avenidas comerciales, con un 23%. En conjunto, estos tres canales concentran la mayor proporción de las compras realizadas.
- En niveles más reducidos de participación se encuentran las tiendas cercanas, mayoristas y emprendimientos (9%), las tiendas online propias de los comercios (7%) y los Supermercados (6%), mientras que los *marketplaces* internacionales alcanzaron el 2% tanto para el caso de China como el de Estados Unidos. Por último, otros canales online tuvieron una incidencia marginal de apenas 0,9%.

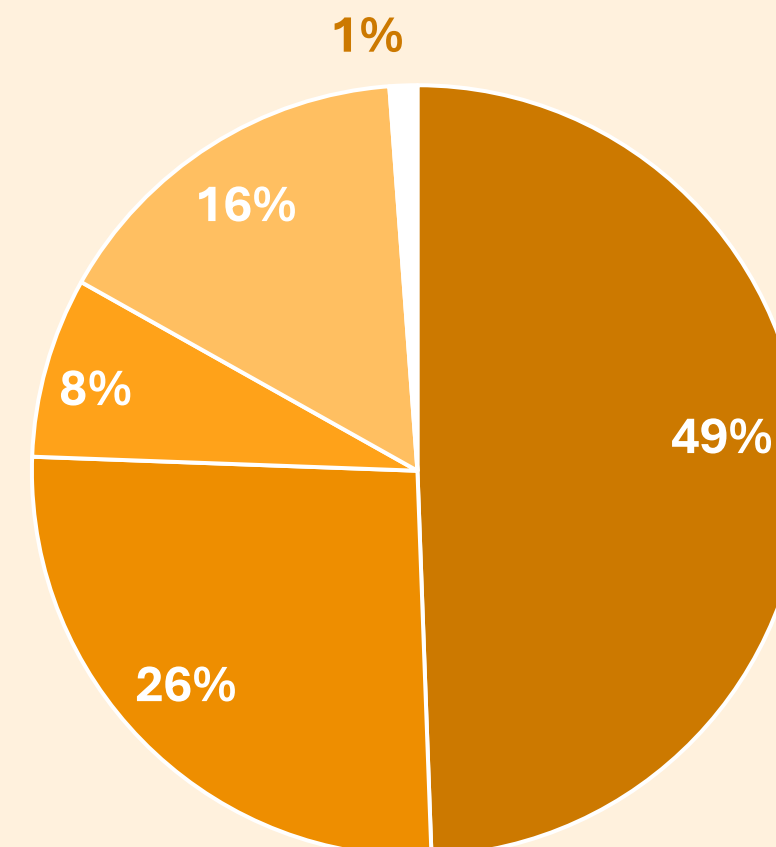


Principales Resultados

- Respecto al gasto promedio que realizaron las personas en la compra del regalo, si bien el segmento de mayor a \$2.000 concentra la mayor proporción de respuestas (31%), se observa una distribución relativamente equilibrada entre los distintos rangos de gasto. Un 25% de los encuestados gastó entre \$1.500 y \$2.000, mientras que un 22% destinó entre \$1.000 y \$1.500 y otro 22% realizó un gasto inferior a \$1.000.
- En cuanto al presupuesto destinado a la compra de regalos, el 49% de los encuestados indicó haber destinado un monto similar al del año anterior. Por otro lado, el 32% manifestó haber aumentado su gasto, mientras que el 17% restante señaló haber gastado menos que en la edición anterior.

*¿Cómo cambió su presupuesto total destinado a la compra de regalos del **Día de los Niños 2026**, respecto a 2025?*

- No cambió
- Aumentó
- Aumentó significativamente
- Disminuyó
- Disminuyó significativamente

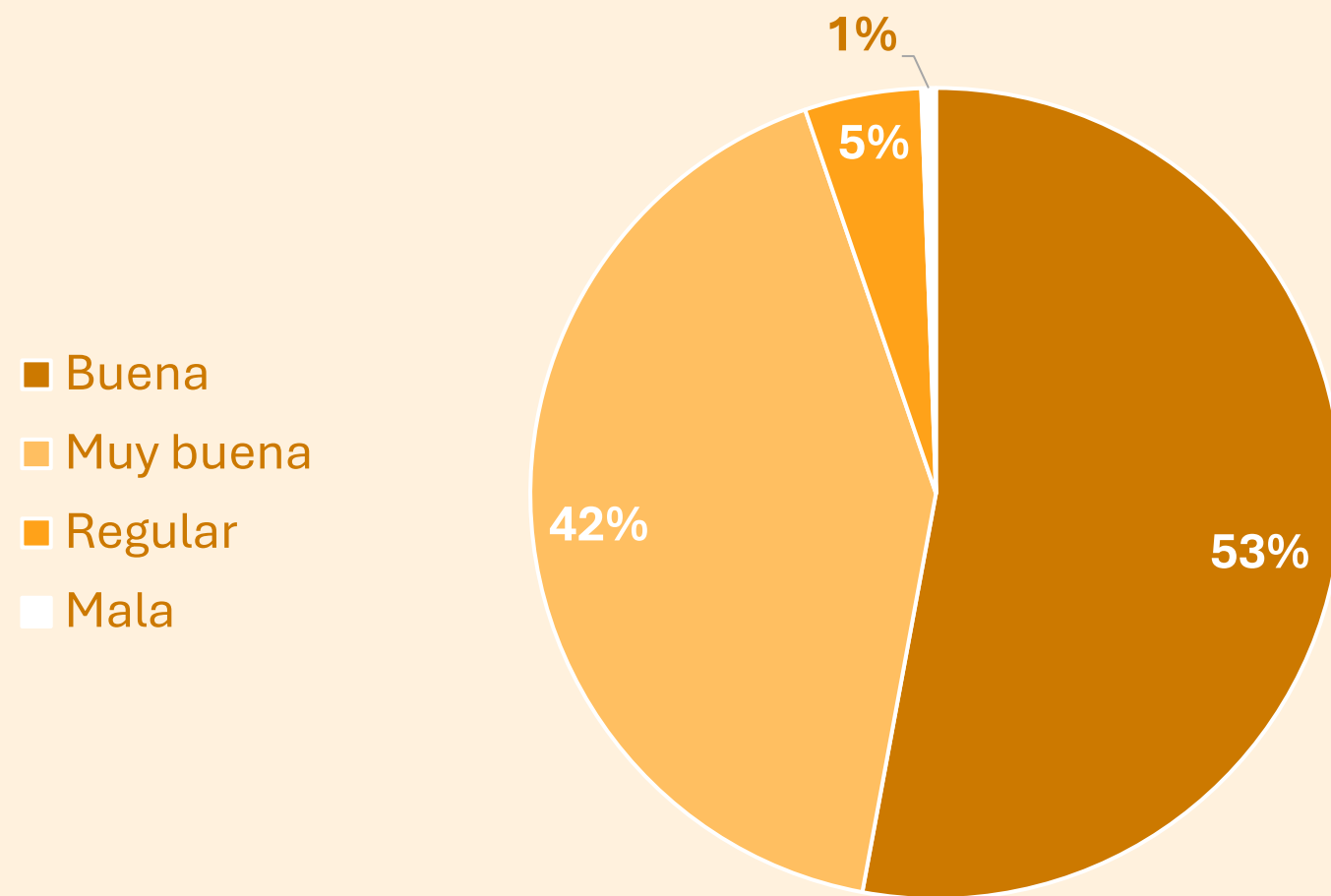


Principales Resultados

- En relación con los medios de pago, la tarjeta de crédito continúa siendo el medio más utilizado para la compra del regalo, con una incidencia del 60%, seguida por la tarjeta de débito, utilizada por el 27% de los encuestados. Por su parte, el pago en efectivo representó el 9% de las compras, manteniendo el mismo nivel de participación registrado en 2025. Otros medios de pago mencionados fueron las transferencias bancarias y los canjes a través de programas de fidelidad.
- En cuanto al momento de compra, la mayoría de los encuestados realizó la compra del regalo una semana antes de la celebración (64%), mientras que un 27% lo hizo el día anterior. El 9% restante se anticipó y realizó la compra aproximadamente un mes antes de la fecha.
- Dentro de las categorías de productos adquiridos, los juguetes en general continúan siendo la opción más elegida (41%), aunque con una incidencia significativamente menor a la registrada el año anterior (67%). Luego se encuentran las categorías de vestimenta, calzado y libros, mientras que los artículos electrónicos y las experiencias compartidas presentan una baja incidencia entre las compras realizadas.
- Entre los factores considerados al momento de seleccionar el tipo de regalo se destaca el precio (37%), seguido de cerca por el contenido del producto (didáctico, utilidad específica, entretenimiento) con un 31%. La calidad también presenta una participación relevante (24%), mientras que la marca asociada tiene una incidencia significativamente menor, del 4%.

Principales Resultados

- En general, la experiencia de compra fue evaluada de manera muy positiva, con un 95% de los encuestados que la calificó como buena o muy buena. Por su parte, las valoraciones regulares y malas tuvieron una incidencia marginal, representando en conjunto apenas el 6% de las respuestas.



*¿Cómo calificaría su experiencia de compra en general en el **Día de los Niños 2026**?*

Tendencias de Consumo

Día de los Niños 2026



- Agradecemos especialmente a todas aquellas personas que formaron parte de dicho relevamiento y se tomaron el tiempo para contestar la encuesta.
- En caso de consultas o requerir mayor información, por favor contactarse con los siguientes referentes:

Cámara de Economía Digital del Uruguay: contacto@cedu.org.uy

Cámara de Comercio y Servicios del Uruguay: info@cncs.com.uy