



Lidl se suma a la tendencia de los “kidults” y abre las puertas a la diversión con un amplio surtido de más de 700 juguetes para todas las edades

El fenómeno “kidults” ya representa en España el 29% de las ventas del sector juguetero y presenta un alza del 22% respecto 2023, posicionándose como un nicho de gran potencial.

La propuesta de Lidl para este segmento incluye las populares figuras *Funko Pop* así como juguetes de construcción, juegos de mesa y consolas de videojuegos retro, entre otros.

El [catálogo](#) de Lidl para este año ya está disponible con más de 700 juguetes a partir de 1,99 euros que abarcan propuestas de madera natural, basados en el método Montessori y licencias con los personajes de moda, entre otros.



Madrid, 6 de noviembre de 2025.- El fenómeno viral de los “kidults” ya es toda una realidad. Este término, que fusiona de las palabras “kids” (niños) y “adults” (adultos), hace referencia a los **adultos que mantienen un interés en actividades asociadas tradicionalmente con la infancia**, como los juguetes, los videojuegos, las series animadas o los cómics. Este interés viene impulsado por una nostalgia por la niñez y la alegría e ilusión que asociamos a esta etapa, así como por la búsqueda de liberación del estrés de la vida adulta, entre otros factores.

Según la consultora de investigación de mercado Circana, se considera que, en España, **el 29% de las ventas del sector de los juguetes corresponde a los “kidults”**. En un contexto en el que el mercado juguetero cayó un 2,7% en 2023, el segmento de los adultos presentó un

alza del 22%, impulsado en parte por los muñecos *Funko Pop*, convirtiéndose así en un nicho de gran potencial para el sector.

Según un estudio de la organización independiente sin ánimo de lucro *Help Guide*¹, aunque el juego es crucial para el desarrollo de los niños, también es beneficioso para personas de edad adulta, ya que puede **aliviar el estrés, mejorar la función cerebral, estimular la mente, potenciar la creatividad y mejorar las relaciones con los demás**, entre otros beneficios. “*Durante el juego en la infancia, los niños aprenden sobre comunicación verbal, lenguaje corporal, límites, cooperación y trabajo en equipo. Como adulto, puedes continuar refinando estas habilidades a través del juego y la comunicación lúdica*”, destaca el informe.

La propuesta de Lidl para unirse a este fenómeno

Ante esta tendencia en auge, la cadena de supermercados Lidl ha incluido en su propuesta de juguetes para estas navidades un amplio surtido de productos enfocados a “kidults”, como figuras de superhéroes y personajes de películas, juegos de mesa o juguetes de construcción. Lidl apuesta así por ayudar a los adultos a revivir las emociones de la niñez, fomentar el uso de la imaginación y promover el vínculo emocional y familiar a través del juego. La propuesta de Lidl incluye:

- Figuras ***Funko Pop*** (7,99 euros): las famosas figuras *Funko Pop* son sin duda **el juguete rey del fenómeno “kidults”**. A través de su divertida representación de personajes de series, películas y videojuegos, los *Funkos* se consideran ya figuras de coleccionista. La propuesta de Lidl para este año incluye personajes tan populares como **Miércoles Addams, Batman y Harry Potter**, a un precio muy asequible.



- Juguetes de construcción**: un clásico para todas las edades. Según profesionales de la Universidad de Arizona², los juguetes de la marca LEGO **estimulan el cerebro** y permiten a los adultos salir de la rutina de manera espontánea, ayudándoles a adoptar una **mentalidad flexible** en su trabajo y otros ámbitos. Lidl ofrece para este año varios sets como **minifiguras LEGO** (3,49 euros), **juegos de construcción LEGO** (17,99 euros) y **LEGO del equipo de Fórmula 1 McLaren** (49,99 euros). Para los que buscan convertir el juego en una actividad para toda la familia, Lidl también ofrece un **juego de construcción infantil LEGO** (8,99 euros).



¹ [Los beneficios del juego para los adultos. Help Guide](#) (agosto 2025).

² [Impacto de LEGO en los adultos](#), Universidad de Arizona (enero 2025).



- **Consolas de videojuegos retro:** un producto icónico de las infancias ochenteras fueron las primeras **consolas a color**, que Lidl recupera ahora con una nueva versión asequible a la vez que nostálgica. Lidl ofrece tanto la **consola de juegos para TV** (49,99 euros) como la **versión portátil Arcade a color** (19,99 euros).
- **Juegos de mesa:** una categoría que no pasa nunca de moda y que convierte la mesa en el campo de competición. Más allá del entretenimiento, estos juegos promueven un espacio para **crear estrategias**. La propuesta de Lidl incluye juguetes como **el juego de cartas UNO No Mercy** (6,99 euros), una versión más competitiva del clásico juego con cartas adicionales, reglas especiales y penalizaciones más severas, así como **una colección de juegos de mesa 10 en 1** (21,99 euros) que incluye ajedrez, damas, carrera de dados, damas chinas, parchís y otras versiones populares. ¡Una forma divertida de activar tu mente y compartir momentos de diversión con familia y amigos!
- **Libros de lógica y acertijos** (desde 4,49 euros): perfectos para cualquier sobremesa, los viajes o los momentos en los que simplemente buscas desconectar y **retar tu mente** por pura diversión, porque nunca es tarde para aprender. Hasta **con 144 páginas y más de 100 acertijos complicados**.



El surtido de más de 700 juguetes de Lidl para este año

Además de los juguetes para “kidults”, el surtido de Lidl para este año incluye también opciones para los más jóvenes de la casa. Con un total de **700 juguetes disponibles a partir de 1,99 euros**, la propuesta de Lidl se centra como siempre en ofrecer un surtido muy amplio con la **mejor relación calidad-precio** que se podrá encontrar tanto en tiendas Lidl en la tienda online [lidl.es](https://www.lidl.es).

Como novedad, la cadena de supermercados ha lanzado su [primer catálogo online](#) que, además de los juguetes “kidults”, incluye también sus juguetes más populares para todas las etapas de la infancia, como:

- **Juguetes de madera:** clásicos y duraderos, todos los juguetes de madera de la compañía cuentan con el sello **Forest Stewardship Council (FSC)**, que certifica que la madera empleada se ha obtenido de forma responsable. Lidl incluye propuestas como la famosa **cocina de juguete** (39,99 euros), **mapas magnéticos de madera** (17,99 euros), **accesorios de cocina de madera** (5,99 euros) y el **tren de madera** (4,99 euros).



- **Basados en el método Montessori:** diseñados para fomentar el desarrollo autónomo de los niños y estimular el aprendizaje desde una edad temprana. Aquí destacan juguetes como las **fichas y puzzles de aprendizaje** (desde 3,99 euros), los **encajables de números y piezas de madera** (desde 8,99 euros) y los **juegos de cálculo** (8,99 euros).
- **Juguetes de licencia:** el regalo ideal para que los niños imaginen y creen historias con sus personajes favoritos. El surtido de Lidl ofrece productos como la **muñeca de princesa Disney** (9,99 euros), **vehículos y accesorios Hot Wheels** (a partir de 5,99 euros), el **ordenador portátil Lexibook de juegos Spiderman** (34,99 euros) y el **vehículo de la Patrulla Canina** (9,99 euros).
- **Temática Gabby's Dollhouse:** Lidl lanzará el 17 de noviembre una colección de juguetes Gabby's Dollhouse aprovechando el lanzamiento de la película, que incluirá propuestas como los **juegos de mesa** (3,49 euros), **peluches** (6,99 euros), el **set de figuras** (desde 9,99 euros) y la **muñeca de 30 centímetros** (17,99 euros).

Con su propuesta completa para estas navidades, Lidl se posiciona como un **referente en juguetes para todas las edades**, ofreciendo opciones en tendencia como el segmento orientado a "kidults", con productos nostálgicos y de valor coleccionable, así como opciones para los más pequeños de casa, fomentando el aprendizaje, la unión familiar y la diversión.

¿Una Navidad con ilusión? ¡Vale la pena!



Estas navidades, Lidl se ha propuesto llenar los hogares de ilusión, uniendo a través del juego a los más grandes y pequeños de la casa. En su **nueva campaña de juguetes** para este año, la compañía pone en valor **la importancia de soñar a lo grande desde la infancia**, presentándose como el aliado perfecto para encontrar todos los juguetes que sueñas al mejor precio.

Una pieza que pone de manifiesto cómo, **a través de la imaginación y de los juguetes de Lidl, cada niño puede hacer realidad sus sueños**, recordándonos la importancia de mantener



esa ilusión típica de la Navidad, instantes especiales que marcan nuestra infancia y quedan guardados en la memoria para siempre.

La campaña **ya está en emisión** en televisión, plataformas digitales, redes sociales, materiales de punto de venta, folleto, Lidl Plus y tienda online.

El compromiso de Lidl con España

Desde su responsabilidad como gran empresa, Lidl trabaja más que nunca para reforzar su compromiso con España y contribuir de forma decidida al desarrollo económico, laboral y social del país. En este sentido, la compañía continúa generando riqueza en todo el territorio gracias a la apertura de nuevas tiendas y plataformas logísticas, la creación de nuevos puestos de trabajo estables y de calidad y la compra de más producto nacional y regional, impulsando e internacionalizando los negocios de sus proveedores. Todo ello estando cerca de los colectivos más vulnerables con proyectos que permiten mejorar sus vidas, sin renunciar en ningún momento a la sostenibilidad como eje principal de su actividad y ofreciendo siempre la cesta de la compra más barata a sus clientes.

Acerca de Lidl



Lidl es una cadena de distribución alimentaria con presencia desde hace 30 años en España, donde gracias a la creciente confianza de sus clientes ya es el tercer operador del sector por cuota de mercado. Hoy en día, la empresa cuenta con una red de más de 700 tiendas y 14 plataformas logísticas y con una plantilla de más de 19.700 personas. Lidl también colabora estrechamente con unos 860 proveedores nacionales a los que ya compra producto por valor de más de 7.900 M€ anuales, exportando más de la mitad.

Lidl Supermercados es la filial en España de la alemana Lidl Stiftung, compañía que forma parte del Grupo Schwarz, el cuarto operador mundial en el sector de la distribución alimentaria. Lidl como grupo es la cadena de supermercados líder en Europa y está presente en más de treinta países, con una estructura que incluye aproximadamente 12.600 establecimientos, más de 230 centros logísticos y una plantilla superior a 382.000 personas, guiada por los valores de pertenencia, respeto, humildad, confianza y desempeño.

Para más información:

Gabinete de Prensa - Lidl España

[Sala de Prensa - Lidl España](#)

E: prensa@lidl.es T: +34 93 576 14 44

