

## **El valor del juguete en una Navidad marcada por una “compra meditada”**

- **Un estudio realizado para la AEFJ revela un reconocimiento cada vez mayor por parte de los padres hacia la importancia del juguete como recurso educativo.**
- **La percepción de los padres hacia el juguete es “un objeto de aprendizaje y que estimula la imaginación”**
- **La situación económica incentiva una compra más meditada en la que el precio y el valor del producto adquieren especial importancia**

**Madrid, 3 de noviembre de 2011.** Se acerca la Navidad y, con ella, el aluvión de juguetes y sorpresas que se preparan para los niños en estas fechas. La Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEFJ) presenta, como cada año, **“Juguetes Estrella 2011”**, un evento en el que se dan cita las apuestas más destacadas que los fabricantes lanzarán estas Navidades. El objetivo es acercar a los consumidores los nuevos juguetes que la industria española sacará a la calle durante las próximas fiestas.

Como principal novedad hay que destacar que la **tecnología se ha consolidado como referente** en la creación de juguetes. No sólo en nuevos productos que ofrecen utilidades cada vez más innovadoras, sino en todo tipo de juguetes, como mascotas o juegos de mesa, a los que se han incorporado aplicaciones tecnológicas. Estas innovaciones conviven con los viejos clásicos que viajan desde el pasado y que se convierten en renovadas apuestas esta Navidad.

### **Aumento de ventas estacionales**

Dado el clima económico actual, el sector juguetero nacional ha demostrado que cuenta con la infraestructura necesaria para no salir mal parado. Las ventas se han reducido en un 4,5% en lo que llevamos de año, aunque bien es cierto que **se han producido aumentos en las ventas denominadas estacionales** (Semana Santa y vacaciones de verano). Por tanto, la tendencia del sector del juguete es ligeramente más positiva que la del resto del mercado y productos de consumo.

En cuanto a las exportaciones, durante el primer semestre de año se han visto reducidas en un 4,98% respecto a 2010, un descenso motivado porque gran parte de las ventas fuera de

España se realizan en filiales situadas en el extranjero (en China mayoritariamente), por lo que los datos no computan en nuestro país. Sin embargo, en la provincia de Alicante, que concentra la mayor parte de la producción de juguetes en España, las exportaciones han aumentado en un 6,83%.

### **Primero reflexión, luego compra**

El Observatorio del Mercado del Juguete (AIJU) ha realizado para AEFJ un estudio del que se desprenden nuevas conductas por parte de usuarios, prescriptores y compradores de juguetes. En un primer término, **el consumidor realiza una compra mucho más meditada** que años anteriores. La adquisición del producto es el resultado de un proceso de toma de decisión más minucioso, en el que se realizan comparaciones, se analizan necesidades y se valoran las características. Como consecuencia, el precio se convierte en un elemento fundamental a la hora de decidir, pero no el único. También se tiene en cuenta la edad, los aspectos educativos o para qué se va a usar ese juguete. Internet, además, es una herramienta que se usa cada vez más para buscar juguetes para los más pequeños.

En segundo lugar, el tipo de producto que el consumidor quiere también ve aumentada su importancia: se tiene en cuenta **la marca y la licencia del juguete**, aspectos relevantes en el momento de efectuar una compra. Un dato que lo corrobora es que la cuota de mercado del juguete licenciado en España es del 34%, una de las más altas de Europa.

Dados estos nuevos hábitos en la compra, se detecta un reconocimiento cada vez mayor por parte de los padres hacia la importancia del juguete: **se busca un valor para educar y se encuentra en el regalo de Navidad**. La mayoría de los padres, según el estudio de la AEFJ, piensan en el juguete como un elemento de desarrollo, aprendizaje, educación y ayuda. Es decir, se tienen muy en cuenta los aspectos educativos en el regalo.

En consonancia con estos fines educativos, el estudio revela una percepción de los padres hacia el juguete como un **objeto de aprendizaje y que estimula la imaginación**, importantes aspectos a los que sigue la idea de que son objetos imprescindibles para el desarrollo del niño.

### **Recomendaciones**

Una vez adquirido el juguete, desde la AEFJ se quiere ofrecer una serie de recomendaciones que aseguren un uso correcto del mismo, siempre con la seguridad de los niños como objetivo fundamental. Estos consejos se centran en:

- **Se aconseja una lectura atenta de la etiqueta y las advertencias del fabricante**, poniendo especial atención en la edad recomendada. Los fabricantes invierten muchos esfuerzos en adecuar el juguete a la edad que recomiendan, tanto en capacidad del niño como en la seguridad del juguete, por lo que es importante respetar estas condiciones.
- El juguete debe ser **desempaquetado conjuntamente** por el padre y el niño, evitando que el pequeño se quede solo realizando esta tarea.
- **Se recomienda no manipular ni cambiar las características del juguete**, por ejemplo: no alargar la cuerda del juguete, fijar bien los tornillos de protección de las pilas, etc.

Según el Presidente de AEFJ, José Antonio Pastor: *“Esta Navidad va a ser un reto, no por ello menos especial. Los juguetes seleccionados por los compradores podrán presumir de haber superado un proceso de decisión mayor que en otras ocasiones y esta condición hace aumentar su valor”*.

### **Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEFJ)**

Entidad colaboradora desde 1989 de la Secretaría General de Comercio Exterior, reconocida por el Ministerio de Economía como Agrupación Nacional de Exportadores. AEFJ forma parte en España de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales ([CEOE](#)); es socio fundador de AIJU- Instituto Tecnológico del Juguete y la Fundación Crecer Jugando; es fundadora y miembro de la Junta Directiva de AENOR, Asociación Española de Normalización y Certificación, y preside el Subcomité de Normalización de juguetes; es miembro de la Comisión Técnica para la Seguridad de los Productos; participa en el Centro Europeo de Normalización ([CEN](#)) y la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL). AEFJ es socio fundador de la Asociación Nacional para la Excelencia en las Relaciones entre las Empresas y el Consumidor (ASONEX). En el ámbito internacional forma parte de la Asociación Europea de las Industrias del Juguete ([TIE](#)) del que es fundador y miembro del Consejo de Dirección, y el Consejo Internacional de la Industria del Juguete ([ICTI](#)), que agrupa a las asociaciones sectoriales de todo el mundo.

### **Ludomecum.com**

Ludomecum es una web promovida por la Fundación Crecer Jugando, donde es posible la consulta y la búsqueda de información pedagógica entre más de 1000 juguetes. Cuenta con la base de datos más completa y especializada en juegos y juguetes educativos dirigida a padres, maestros y educadores sociales. El buscador ofrece la posibilidad de solicitar la información basándose en criterios como la edad, el tipo de juguete (muñecas, vehículos, construcción, electrónicos, juegos de mesa, al aire libre, disfraces, primera infancia, hogar y entorno, figuras de acción, manualidades, música), el tipo de discapacidad (visual, auditiva, motora) y conceptos (familia, escuela, convalecencia, valores). La web incluye productos de las marcas y los fabricantes más conocidos del mercado. Para más información: [www.ludomecum.com](http://www.ludomecum.com)