



Asociación Española de
Fabricantes de Juguetes

dossier presentación AEFJ 2011

www.aefj.es

1. Qué es AEFJ

AEFJ es la única representante nacional de la industria del juguete, fundada en 1967. Su misión es la de representar y defender colectivamente los intereses profesionales y peculiares de la industria juguetera ante organismos, asociaciones o entes de cualquier naturaleza, nacionales o extranjeros.

Desde el año 89, es reconocida por la Secretaría General de Comercio Exterior, del Ministerio de Economía como Agrupación Nacional de Exportaciones. Y presta un amplio abanico de servicios, entre los que cabe destacar los referentes a promoción, relaciones con la Administración Pública, asociaciones de consumidores, organizaciones sectoriales internacionales, normativa de seguridad, legislación, marketing e imagen del juguete español, ferias, exposiciones y misiones comerciales y defensa de los intereses generales de la industria juguetera española.

Formada por 78 empresas con una facturación de 800 millones de euros, 5.000 empleos directos y casi 20.000 indirectos, que representan el 80% del volumen total de facturación del sector, el 80% del total exportado, y el 70% del total de trabajadores del sector, siendo el segundo país productor de juguetes de la UE. Además cuenta con la inestimable colaboración, para el mejor desarrollo de sus fines, del Instituto Tecnológico del Juguete – AIJU.

Fines según sus estatutos:

"La Asociación tendrá por objeto la defensa de los intereses peculiares de las empresas fabricantes de juguetes y juegos, fabricantes de accesorios e industria auxiliar del juguete, fabricantes de artículos para niños y afines, sin otros límites funcionales que los inherentes a la naturaleza profesional y a sus fines estatutarios.. "

"A título enunciativo y no limitativo, se consideran como fines incluidos dentro del objeto social los siguientes: La asociación de todos los fabricantes (...) la defensa de los intereses de todas las empresas miembros (...), la defensa colectiva (...), la representación de sus asociados ante organismos, asociaciones o entes de cualquier naturaleza..."

De lo que se derivan los siguientes **COMPROMISOS**:

- Representar al sector en cualquier foro.
- Actuar como foro de discusión e intercambio de información para el sector.
- Velar por la imagen pública del sector y su producto.
- Promover la mejora de la competitividad de las empresas y la promoción del sector en todos los ámbitos.
- Promover la ética en la fabricación y la comunicación, el cumplimiento de las normas de seguridad y el desarrollo sostenible de las empresas del sector.
- Promover el reconocimiento del valor del juego como derecho fundamental del niño, y del juguete como su instrumento.

2. Entidades participadas

Fundación Crecer Jugando.

Creada en 1996 por AEFJ con el fin trabajar en la defensa y promoción del derecho fundamental del niño al juego. Organiza diversas campañas de solidaridad y patrocina estudios y publicaciones sobre la infancia y otras actividades en pro del derecho al juego.

Sus órganos de gobierno son:

- El Patronato de la Fundación, constituido por un máximo de doce patronos, de los que cuatro podrán ser nombrados por el Presidente de la Fundación de entre personas de reconocido prestigio en el mundo de atención a la infancia.
- El Presidente.
- El Vicepresidente.
- El Secretario.

La Fundación trabaja en estrecha colaboración con ONG, asociaciones, instituciones públicas -Comunidades Autónomas, Ayuntamientos, etc.- y privadas para que los niños crezcan jugando y, de este modo, nuestra sociedad futura sea más solidaria, más libre, más justa, más afectiva, más feliz.

Los dos proyectos más representativos actualmente de la Fundación Crecer Jugando son:

- o www.ludomecum.com

Ludomecum es una gran base de datos de juegos y juguetes clasificados por edades, tipología y valor educativo. Pensada para facilitar la consulta a docentes, padres, ludotecarios y educadores. Bajo estos criterios se encuentra la mayor clasificación de juguetes del mercado de las principales marcas.

- o Campaña "Un juguete, una ilusión", www.unjugueteunailusion.com

La Campaña "**Un Juguete, Una Ilusión**" tiene como objetivo el donar juguetes a niños de países con fuertes problemas económicos y así contribuir a su desarrollo y crecimiento pedagógico, y contribuir a la educación de los niños españoles en la solidaridad.

La campaña comenzó en el año 2000, y se desarrolla conjuntamente con Radio Nacional de España y la Fundación Crecer Jugando. En la actualidad cuenta con más de 70 empresas colaboradoras.

Sistemas y Servicios Avanzados del Juguete, S.L.U.

Empresa de servicios telemáticos creada por AEFJ en 1999, de la que es accionista único.

Instituto Tecnológico del Juguete (AIJU).

La Asociación Española de Fabricantes de Juguetes es socio fundador de AIJU, una asociación con fines no lucrativos y adscrito a la red de institutos tecnológicos del IMPIVA (Instituto de la Pequeña y Mediana Empresa de la Comunidad Valenciana). Desarrolla su actividad prestando servicios de laboratorio de ensayo de productos infantiles, como asesor tecnológico en la mayoría de campos relacionados con la actividad industrial y como catalizador en la introducción de nuevas tecnologías en las empresas mediante el desarrollo de proyectos de I+D+i.

Dentro de sus fines se encuentran favorecer la investigación, desarrollo e innovación tecnológica, aumentar la competitividad de las empresas y mejorar la calidad de los productos.

Oficinas de AEFJ.

Madrid:

C/ Marqués de Urquijo, 6. 1º

28008 Madrid

Telf.: 91 541 13 05/ Fax: 91 541 35 43

Ibi:

C/ La Ballaora, 1

03440 Ibi (Alicante)

Telf. : 96 655 11 76/ Fax: 96 655 02 75

3. Entidades públicas con las que colabora

- **Comisión Europea**, DG Empresa, Unidad de Juguetes.
- **Parlamento Europeo**, Comisión de Mercado Interior.
- **Ministerio de Industria, Turismo y Comercio**, para el Plan de Apoyo al Sector y como fundadora de la Agrupación de Empresas Innovadoras del Juguete.
 - o Secretaría General de Comercio Exterior, por la que es reconocida como Asociación de Exportadores.
 - o Instituto de Comercio Exterior (ICEX), con el que desarrolla un Plan Anual de Promoción Exterior sectorial.
 - o Comisión Interministerial Antipiratería.
- **Ministerio de Trabajo e Inmigración**, para el Plan de Apoyo al Sector.
- **Ministerio de Sanidad y Consumo**
 - o Instituto Nacional del Consumo, formando parte del Comisión Técnica para la Seguridad de los Productos y de la Mesa de seguimiento del RD que establece control de importación de terceros países.
- **Consellería de Industria, Comercio e Innovación de la Generalitat Valenciana**
 - o Instituto Valenciano de la Exportación (IVEX) con el que desarrolla un Plan Anual de Promoción Exterior sectorial.
 - o Instituto de la Mediana y Pequeña Industria Valenciana (IMPIVA) con el que desarrolla un Plan de Competitividad Sectorial.

4. Organizaciones a las que pertenece

Ámbito nacional:

- CEOE – Confederación Española de Organizaciones Empresariales. Miembro de la Junta Directiva.
- AENOR – Asociación Española de Normalización y Certificación. (Socio fundador). Forma parte de su Junta Directiva, preside el Comité Técnico de Normalización de Juguetes y es miembro de otros comités de normalización relacionados con la infancia.
- AIJU - Asociación para la Investigación de la Industria del Juguete (Socio fundador). AEFJ es vicepresidente permanente junto con IMPIVA.
- AUTOCONTROL - Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial.
- AEA- Asociación Española de Anunciantes.

Ámbito europeo:

- TIE– Federación Europea de la Industria del Juguete (Socio fundador).
- ENPC- Federación Europea de la Puericultura

Ámbito internacional:

- ICTI – Consejo Internacional de la Industria del Juguete. Actualmente AEFJ ostenta la vicepresidencia en nombre de la Industria Europea.

5. Actividades

Promoción Exterior:

AEFJ elabora anualmente un Plan Sectorial de Promoción Exterior, en el que participan las empresas que dedican su actividad al comercio exterior, en la actualidad un 44% del total de empresas, llegando a alcanzar el 34% de la facturación total del sector.

El 76% de las empresas asociadas participan en dicho Plan de Promoción, el cual, tiene como ejes fundamentales la presencia de nuestras marcas y productos en los certámenes feriales de Nuremberg, Hong Kong –Feria Hong Kong- Showrooms, París o Dallas bajo la marca conjunta del sector “Toys from Spain”. Toda la actividad enmarcada en este plan puede ser consultada en el portal www.toysfromspain.com.

Mercado Interior:

- Desarrollo con las asociaciones de consumidores del Código sobre Publicidad Infantil.
- Campaña de prestigio del juguete.
- Campaña de presentación de los “Juguetes Estrella”.
- Observatorio de medios.
- Campaña de desestacionalización “Dale tiempo al Juego”
- Observatorio del Juego Infantil.

Formación:

Atendiendo a las demandas de los asociados y necesidades de cada momento, se realizan gran variedad de cursos para la formación y reciclaje del personal de la empresa.

Normativa e investigación:

- Participación en la elaboración y mejora de las normas de seguridad de los juguetes.
- Colaboración con los comités técnicos de AENOR y CEN.

Información:

- Laboral, económica, legislativa, de estadísticas del juguete y sus mercados internacionales, y de cuantos aspectos interese al sector.

Publicaciones:

- Catálogo de exportadores de juguetes.
- Boletín “Actualidad del Juguete”.
- Colaboración con la revista “Juguetes y Juegos de España”.

6. Acuerdos

Así mismo y para llevar a cabo sus distintas actividades, y con el fin de colaborar con distintos organismos, AEFJ ha firmado diversos acuerdos, entre los que destacan:

- Firmado en 2003 y renovado en 2007 con el Instituto Nacional del Consumo. Prevé el mantenimiento de reuniones periódicas para evaluar la calidad de los productos existentes en el mercado, cruce de información sobre incidencias y mutua colaboración y asesoramiento.
- Suscrito en 1993 con la UCE y posteriormente ratificado por toda las asociaciones de consumidores de ámbito nacional. Se refiere fundamentalmente a la publicidad directa en TV, pero también a promociones y todo tipo de publicidad, creando una comisión de seguimiento. Está en línea con lo previsto en la "Televisión sin fronteras" que propugna la Unión Europea.
- Firmado el 29 de noviembre de 1999 para adherirse al Sistema Arbitral de Consumo a través de la Junta Arbitral de Consumo de cara a participar, fomentar y difundir el Sistema Arbitral de Consumo como medio de resolución de los conflictos que puedan surgir entre consumidores y empresarios.
- Código de Buenas Prácticas de Negocio de ICTI (Consejo Internacional de la Industria del Juguete) aprobado por la Asamblea General de AEFJ el 10 de junio de 2002. Recoge la necesidad de establecer unas condiciones amparadas por la ley, justas y saludables para todos los trabajadores de la Industria del Juguete.
- Firmado en febrero de 2011 con el IVEX, convenio de acciones para la promoción de la industria del juguete.
- Firmado en mayo de 2011, convenio de colaboración con la Conselleria de Sanidad para el desarrollo del proyecto PIPADI, Programa Integral de Prevención de Accidentes Domésticos Involuntarios, en el ámbito de la Comunitat.

7. Información general del sector

El sector del juguete

El sector del juguete engloba a un alto número de empresas cuya actividad se va orientando, cada vez más, hacia un producto de alto diseño, calidad y valores pedagógicos, para poder competir en los mercados internacionales donde el factor precio es decisivo. El censo de fabricantes está constituido por 219 empresas que ocupan directamente a más de 5.000 personas y que crean productos, no incluyendo en este colectivo a empresas del subsector auxiliar del juguete – que bien participan en la fabricación de componentes o en la realización de algunas fases del proceso- cuyo empleo duplica esa cifra.

La distribución de estas 219 empresas en función de su tamaño por número de trabajadores y/o volumen de facturación y balance, es la siguiente:

Nº de empresas que componen el sector

- Total de empresas del sector: 219
- Empresas exportadoras: 61%
- Tamaño medio de las empresas.
 - Gran empresa: 5
 - Mediana empresa: 25
 - Pequeña empresa: 80
 - Microempresa: 109

Tabla 1. Datos del sector del juguete en España por tipología de empresa fabricante 2009

	Nº Empresas	Trabajadores	Facturación
MICROEMPRESA	47,96%	11,6%	8,20%
PEQUEÑA EMPRESA	37,55%	33,80%	24,60%
MEDIANA EMPRESA	11,31%	35,30%	21,52%
GRAN EMPRESA	2,78%	19,30%	45,68%
TOTAL	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: AEFJ

Como se puede observar en la tabla anterior, las PYMES (incluyendo microempresas) representan el 96,8% del tejido empresarial del sector, mientras que proporcionan trabajo al 80,7% de los empleados, con una facturación del 57,3% sobre el total del sector.

Localización del sector

Una de las características de las empresas fabricantes del sector juguetero, es su alto nivel de concentración geográfica. En el caso español, la actividad del juguete se concentra principalmente en dos zonas geográficas, la Comunidad Valenciana y Cataluña, las cuales de manera agregada representarían más del 69% de la actividad de fabricación de juguetes en España. En el caso concreto de la Comunidad Valenciana, su actividad productiva le lleva a concentrar hasta el 48% de los trabajadores del sector del juguete en España, con una facturación del 42,8% sobre el total del sector.

Tabla 2. Datos del sector del juguete en España por localización geográfica de las empresas fabricantes 2009.

	Nº Empresas	Trabajadores	Facturación
COMUNIDAD VALENCIANA	38,40%	48,00%	42,80%
CATALUÑA	31,10%	27,30%	30,40%
MADRID	12,3%	8,80%	12,80%
ARAGON	3,20%	3,50%	5,80%
PAIS VASCO	2,70%	4,10%	4,00%
MURCIA	5,00%	3,50%	1,20%
RESTO CC.AA.	7,3%	4,80%	3,00%
TOTAL	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: AEFJ.

Exportaciones

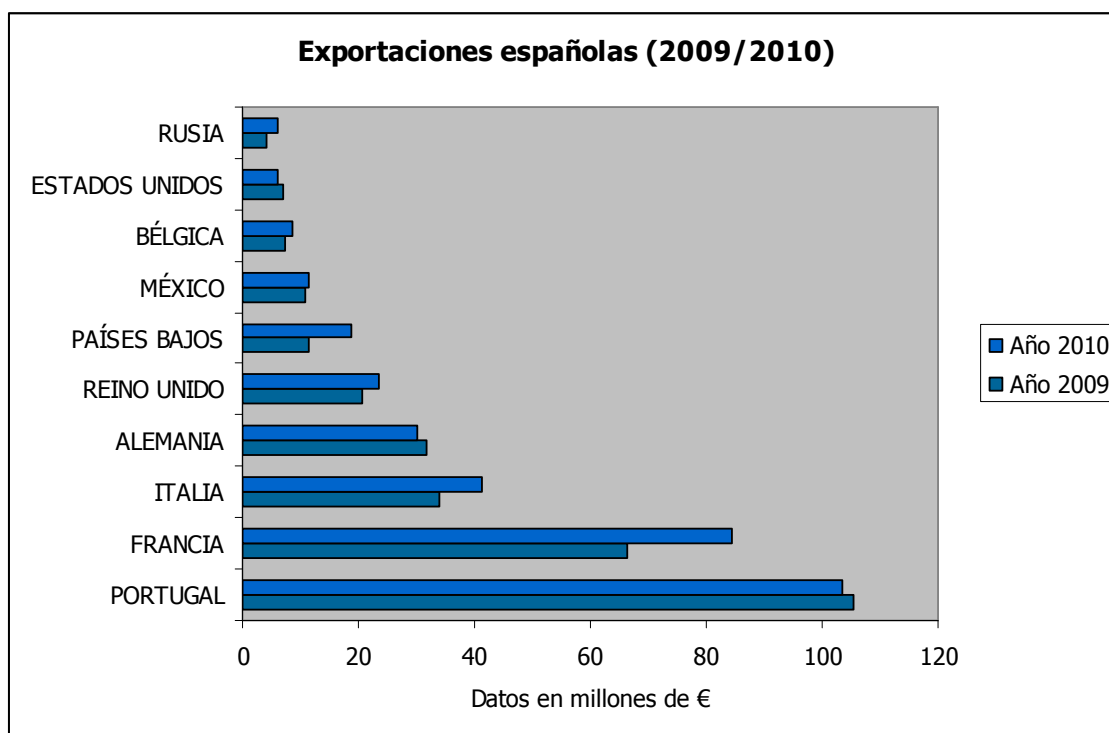
El año 2010, pese a la coyuntura financiera internacional, la industria española ha experimentado un gran crecimiento en cuanto a exportación desde España, tras un ligero descenso en 2009. En 2010 los datos se sitúan por encima de los 400 millones de euros, superando así los datos de 2008 (384 millones). Estos datos muestran un crecimiento del 10% frente al año anterior e indican una recuperación de los mercados internacionales, tras un año en que las tensiones monetarias afectaron notablemente a países-destino de las exportaciones españolas.

PARTIDAS	DESCRIPCIÓN	ACUMULADO	ACUMULADO	% DE
		A 31/12/2009	A 31/12/2010	VARIACION
95.03	JUGUETES CON RUEDAS, MUÑECAS, ROMPECABEZAS Y OTROS.	277,07	309,96	11,87%
95.03.00.10	TRICICLOS, PATINETES, COCHES DE PEDAL Y SIMILARES.	32,96	41,37	25,52%
95.03.00.21-95.03.00.29	MUÑECAS Y MUÑECOS-PARTES Y ACCESORIOS	29,40	38,43	30,70%
95.04.40	NAIPES	5,88	5,99	2,03%
95.04.90.10	CIRCUITOS ELECTRICOS DE COCHES	3,20	5,06	58,26%
95.04.90.90	RESTO DE JUEGOS DE SOCIEDAD	46,26	44,45	-3,91%
95.05	ART. FIESTAS, CARNAVAL U OTRAS DIVERSIONES.	22,56	25,86	14,60%
95.06.62.90	PELOTAS Y BALONES DE FANTASIA.	8,23	8,81	6,99%
95.06.70.30	PATINES DE RUEDAS.	0,74	0,61	-17,83%
95.06.70.90	PARTES Y ACCESORIOS.	0,55	0,68	24,15%
TOTAL		364,48	401,41	10,13%

- Datos en millones de €

En cuanto al listado de los principales países destino de nuestras exportaciones, en 2010 se ha mantenido la tónica de los últimos años. Portugal sigue siendo el principal destino de los productos españoles; se ha experimentado un crecimiento significativo en mercados como el francés (+27%), el italiano (+21%) o el de Reino Unido con un 13% más que el año anterior y en los Países Bajos, donde el crecimiento ha sido más significativo con un 67% por encima de las cifras de 2009.

En cuanto a mercados no europeos, las ventas han experimentado un comportamiento positivo en mercados como México, con un crecimiento del 9%; y Rusia, con un aumento del 42%.



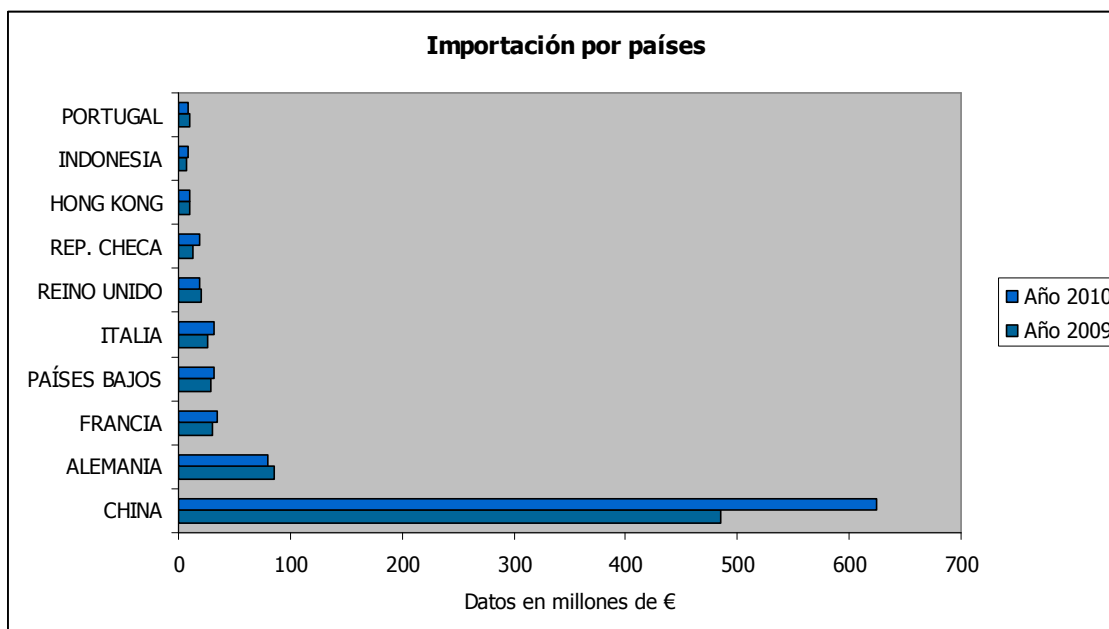
Fuente: ICEX-Estacom, AEFJ

Importaciones

En lo que se refiere a las Importaciones, éstas han aumentado ligeramente en comparación con los datos de 2009, concretamente un 21% alcanzando los 860 millones de euros (760 en 2009). Este aumento se debe a la recuperación de las importaciones originarias de China, que tras el descenso de 2009, han recuperado un 28% de su cuota. De esta forma, China se mantiene como líder con unas cifras que alcanzan los 624 millones de euros.

Se observa también un aumento en las importaciones procedentes de Francia (+15%), Italia (+21%) y Países Bajos (+10'6%).

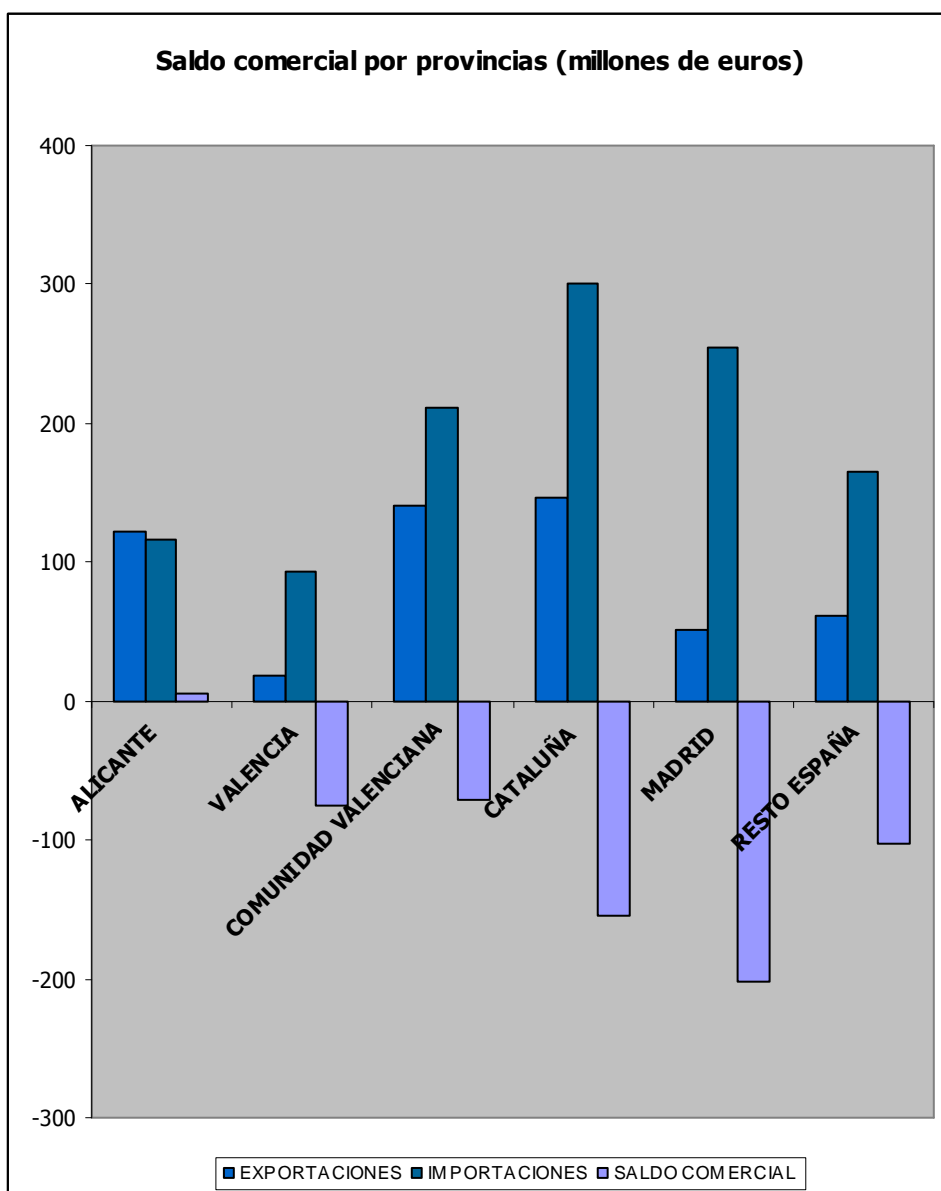
Por otro lado destacamos la contracción en las importaciones desde Alemania que desciendes un 6% y Portugal con un 11% menos.



Fuente: ICEX-Estacom, AEFJ

Alicante se mantiene como la provincia clave del sector juguetero español, alcanzando los 122 millones de euros en exportaciones y con el saldo comercial más positivo de España.

Las regiones con mayor peso exportador son Comunidad Valenciana y Cataluña, ambas superando los 140 millones de euros (si bien Cataluña tiene importaciones por importe de 300,2 millones de euros, mientras que las importaciones de la Comunidad Valenciana son de 212,01 millones de euros, teniendo por tanto una balanza comercial más favorable)



4.5. Consumo interno

El **Consumo Nacional** alcanzó un volumen total de mercado de 1.87,75 millones de euros en 2010, lo que ha supuesto un ligero descenso en comparación con 2009 de un 0,7%. El consumo por niño y año en juguetes se ha situado en 171,24 euros por niño, lo que se traduce en 10,20 unidades vendidas por niño, mientras que en el año 2009 esta cifra era de 6,7 unidades.

Por tipo de productos, las categorías más vendidas fueron Primera Infancia (18,62%), Muñecas (16,3%) y Juegos de mesa/sociedad/puzzles (11,7%).

El mayor crecimiento respecto a 2009 lo han registrado las categorías de Otros Juguetes, que aumentan un 26%, y Juegos Artísticos que lo hace en un 10,6%. Aumentan también las categorías de Construcciones (+ 7%) y Peluches (+5,7%).

Por su parte las categorías que han descendido en 2010 han sido Figuras de Acción (-16,6%), Infantil/Preescolar (-4%), Juguetes de Aprendizaje e Investigación (- 11,2%) y Muñecas (-2%).

Cuota de mercado por categoría en función del valor de las ventas de juguetes en España

	2009	2010
Figuras de Acción	10,1%	8,47%
Juegos Artísticos	4,8%	5,57%
Construcciones	3,7%	3,98%
Muñecas	16,9%	16,39%
Juegos/Puzzles	11,6%	11,76%
Infantil/Preescolar	19,2%	18,62%
Aprendizaje/Investigación	3,7%	3,38%
Deportes/Aire Libre	10,7%	11,48%
Peluches	4,8%	4,98%
Vehículos	10,0%	9,67%
Otros Juguetes	4,5%	5,71%
Total Mercado	100,00%	100%

Fuente: NPD Group, AEFJ. COBERTURA 71% MERCADO SPAIN



Evolución del valor de las ventas de juguetes en España 2009/2010

	Tasa de Variación interanual 2009/2010 (%)
Figuras de Acción	-16,67%
Juegos Artísticos	10,65%
Construcciones	7,04%
Muñecas	-2,02%
Juegos/Puzzles	0,47%
Infantil/Preescolar	-4,02%
Aprendizaje/Investigación	-11,22%
Deportes/Aire Libre	4,29%
Peluches	5,74%
Vehículos	-2,38%
Otros Juguetes	26,47%
Total Mercado	-0,68%

Fuente: NPD Group, AEFJ

8. Código ICTI de buenas prácticas comerciales

(Preámbulo)

El "International Council of Toy Industries" (ICTI) / Consejo Internacional de la Industria del Jugete, una asociación de asociaciones, se compromete, en nombre de sus compañías miembros, a gestionar sus fábricas de juguetes de forma legal, segura y saludable. Mantiene los principios de que sus miembros no utilizarán ningún menor, trabajador forzado o preso*; que no se debe negar trabajo a nadie por razón de sexo, raza, religión, afiliación o asociación, y que las fábricas cumplen con las leyes de protección al medioambiente. Los acuerdos de suministros con empresas que producen en nombre de miembros de ICTI también deben adherirse a estos principios.

ICTI juega el papel de informar, educar y supervisar a sus miembros para que las compañías individuales puedan adherirse a su Código de Prácticas Comerciales. Como asociación, también actúa para alentar a los gobiernos locales y nacionales en el cumplimiento de las leyes de salario y horario, y de seguridad e higiene en las fábricas.

El texto completo del Código ICTI puede consultarse en www.aefj.es

9. Carta de imagen del juguete de ICTI

El Consejo Internacional de la Industria del Juguete aprobó la propuesta española de la Carta de Imagen del Juguete "ICTI, Declaration: The Vital Importance of Toys" durante la celebración en mayo de 2006 en Madrid, de su XXXII Asamblea General auspiciada por la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes. Dicho documento viene a expresar públicamente que los juguetes son una herramienta vital que, favorecen el desarrollo mental, físico, emocional y social de las personas:

1. La utilización de materiales de juego por los niños es una constante cultural en la historia. Los juguetes promueven el bienestar de los niños.
2. El juguete es el objeto mediador del juego infantil. Expresión de los modos de vida social de un grupo humano.
3. El juguete es un instrumento que permite desarrollar el derecho al juego en la infancia, porque el juego necesita juguetes, ya que la imaginación, inherente al juego, tiene que expresarse materialmente.
4. La conculcación del derecho del juego y del tiempo para jugar tiene graves consecuencias en el desarrollo de los niños y su futuro comportamiento como adultos.
5. El juguete es un instrumento privilegiado que posibilita el desarrollo mental, físico, emocional y social de los niños y niñas.
6. El juguete implementa el derecho a la educación en la medida en que cualquier juguete que sirve al desarrollo individual y social del ser humano educa.
7. El juguete es un instrumento fundamental para el desarrollo de la fantasía, la imaginación y la creatividad infantil.
8. Hay juguetes para todas las etapas y edades del desarrollo del niño. Enriquecen la vida de la familia al proporcionar diversión, alegría y comunicación entre todos los miembros de la familia, independientemente de su edad.
9. Los juguetes han de ser seguros y de la máxima calidad para garantizar la integridad física y mental de los niños.
10. El juguete con las debidas condiciones de seguridad por su potencial en el desarrollo integral de los niños sirve al derecho fundamental de la protección.

El Consejo Internacional de la Industria del Juguete es una asociación sin ánimo de lucro, constituida hace 32 años bajo las leyes del estado de Nueva York, registrada en Naciones Unidas como organización no gubernamental y que agrupa a las asociaciones de los principales 18 países productores de juguetes. Entre sus objetivos fundacionales destacan el promover y fomentar el sector del juguete siendo para ello el foro de debate e intercambio de experiencias e información entre sus asociaciones miembros, formando parte de su agenda las normas de seguridad, el comercio justo, la libertad de comercio, el diseño, el valor del juego y el juguete así como las relaciones con las asociaciones de consumidores, grupos sociales y representantes del comercio y la distribución.

10. Junta Directiva

Los miembros y componentes de la Junta Directiva de AEFJ son:

Presidente:	D. José A. Pastor
Vicepresidente:	D. Florenci Verbon. <i>Educa Borrás, S.A.</i> D. Alejandro Pérez. <i>Manufacturas Artesanía Española S.L.</i>
Secretario general:	D. Vicente Anguiz, <i>Gonher S.A.</i>
Contador:	D ^a . Rosario Carrió. <i>Juguetes Cayro. S.L.</i>
Tesorero:	D. Antonio Noguera. <i>Josman. S.L.</i>
Vocales	D. Antonio Alberó. <i>Industrias Falca S.L.</i> D. Jose Verdú. <i>Miniland, S.A.</i> D ^a . Elvira Sanjurjo. <i>Mattel España S.A.</i> D Rafael Prieto. <i>Eolo-Sport Industrias, S.A.</i> D. Jaime Guerra . <i>Bizak, S.A.</i> D.Fernando Blanchard. <i>CEFA Toys, S.A.</i> D. José Vicente Savall. <i>Hasbro Iberia, S.A.</i> D. Pedro Moltó. <i>Moltó y CIA, S.A.</i> D. Cesar Ridruejo. <i>Lego, S.A.</i> D. Sergi Pastor. <i>TecniToys Juguetes, S.A.</i> D. José de la Gándara. <i>Famosa, S.A.</i>
Suplentes	D. Luis Berbegal. <i>Injusa</i> D. Cesar Bernabeu. <i>Berjuan. S.L.</i>
Secretaria Técnica	D ^a M ^a Cristina Miró