

ÍNDICE

1 INTRODUCCIÓN

• INTRODUCCIÓN

El objetivo del presente estudio es ofrecer una visión general del sector de los juguetes en España con el objetivo de informar a todas aquellas empresas interesadas en este mercado. El estudio fue realizado durante los meses de octubre y noviembre de 2001.

La definición de juguete que hace la Unión Europea (Directiva 88/378) es sencilla y clara: Todo producto concebido o manifiestamente destinado a ser utilizado con fines de juego por niños de edad inferior a catorce años. Sin embargo, se estudiará el caso de algunos juguetes como, por ejemplo los juegos de mesa y sociedad, que son susceptibles de uso conjunto con adultos o destinados a la población mayor de catorce años.

El sector del juguete abarca una amplia gama de productos. Este estudio se centra en aquellas partidas arancelarias del código TARIC que la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEFJ) considera juguetes tradicionales:

- Juguetes de ruedas diseñados para ser montados por los niños (por ejemplo triciclos, patinetes, coches de pedales), coches y sillas para muñecas.
- Muñecas que representen solamente seres humanos.
- Los demás juguetes; modelos reducidos y modelos similares para entretenimiento, incluso animados; rompecabezas de cualquier clase.
- Naipes.
- Circuitos eléctricos de coches de juegos de competición.
- Los demás (partes de circuitos eléctricos, pistas, escobillas, etc.)

95.05 Artículos para fiesta, carnaval u otras diversiones, incluso los de magia y otras diversiones.

- Pelotas y balones de fantasía.
- Patines de ruedas.

95.06.70.90 Partes y accesorios.

Los productos no considerados como juguetes tradicionales, como los videojuegos para ser utilizados con un receptor de televisión, billares, juegos activados con monedas o fichas y flippers (capítulos arancelarios 95.04.10, 95.04.20 y 95.04.30), quedan fuera del objeto de estudio. Tampoco se abarcan el resto de los artículos de la partida 95.06 al ser considerados material deportivo.

La anterior clasificación de juguetes en partidas arancelarias es utilizada para extraer las estadísticas generales de producción y de comercio exterior. En cambio, para el resto de capítulos, se empleará la clasificación por subsectores de la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes:

- Juguetes infantiles y preescolares.
- Muñecas y accesorios.
- Peluches.
- Figuras y juegos de acción.

- Vehículos reducidos y accesorios.
- Montadores.
- Juegos de mesa/sociedad, y puzzles.
- Los demás juguetes.

Las principales fuentes de información utilizadas en la realización del estudio han sido:

- Estadísticas, bases de datos e informes oficiales del:
 - Instituto Español de Estadística (INE).
 - Subdirección General de Comercio Exterior de Productos Industriales (Ministerio de Economía).
 - Instituto Nacional de Consumo (Ministerio de Sanidad y Consumo).
 - Departamento de Aduanas (Ministerio de Hacienda).
 - Consejo Superior de Cámaras de Comercio e Industria.
- Informes y estudios de la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEFJ).
- Estadísticas del panel de venta electrónico de NPD Eurotoys.
- Estudio sobre el sector del juguete realizado por la Universidad Miguel Hernández de Elche, por encargo de la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes.
- Informes de la Asociación Nacional de Comerciantes de Juguetes (ANCOJ).
- Publicación periódica Estudios sobre Consumo publicada por el Instituto Nacional de Consumo. Ministerio de Sanidad y Consumo.
- Revista especializada Actualidad del Juguete publicada por la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEFJ).
- Revista profesional Juguetes y Juegos de España publicada por Ediciones Just S.L.
- Otras revistas sobre consumo: Distribución y Consumo y Ciudadano.
- Entrevistas a diversos profesionales del sector.

• RESUMEN Y CONCLUSIONES

Las economías europeas se encuentran en pleno proceso de transición hacia el Euro y a nivel internacional la desaceleración ha sido agravada por los atentados en Estados Unidos del 11 de septiembre de 2001. Por estas causas, las previsiones económicas de España manifiestan moderación y prudencia en todos los ámbitos y negocios.

El sector del juguete ha venido experimentando una tendencia ascendente desde los últimos cinco años. El consumo aparente prácticamente se ha duplicado desde el año 1996. Las ventas de juguetes españoles representan el 43,32% del consumo total del año 2000. Las importaciones significan el 58,16% del consumo y está en progresión, ya que se incrementaron un 30% respecto a 1999.

Los subsectores más destacados son las muñecas con un 18,2% de cuota de mercado. En segundo lugar se encuentran los artículos infantiles y de preescolar con una cuota del 14,4% y, en tercer lugar, los juegos de mesa y puzzles con un 12,7%. El subsector con mayores tasas de crecimiento en los dos últimos años han sido los montadores debido a la gran demanda de patinetes.

El consumidor español tiene un perfil de cero a catorce años, aunque cada vez se abandonan antes los juguetes y se substituyen por las consolas y juegos de ordenador. Un factor que influye directamente en la industria del juguete es la natalidad. España es uno de los países con la tasa de natalidad más baja y eso provoca que el número de consumidores potenciales no crezca.

La demanda de juguetes está determinada por la edad y el sexo del consumidor, entre otros factores. En general, las niñas expresan preferencias por las muñecas y sus accesorios, y los niños por las figuras de acción. Los consumidores están cada vez más influenciados por las tecnologías y las modas ligadas a películas, series o libros.

La estacionalidad de la demanda es uno de los rasgos del sector. Las ventas en época de Navidad pueden llegar a suponer entre el 70 y 80% de las ventas totales. Determinadas empresas empiezan a hacer planes de marketing más equilibrados a lo largo del año para aumentar las ventas fuera de temporada navideña.

Las oportunidades que tiene el sector se relacionan con los cambios en las estructuras familiares, donde dominan los hijos únicos, y el aumento de la natalidad. El aumento de los inmigrantes a España es positivo para el sector dado que provienen de sociedades con estructuras familiares más extensas y pueden aumentar la base de la pirámide de población.

La industria juguetera española tiene larga tradición y comprende 203 empresas, en su mayoría pequeñas. El juguete español está reconocido internacionalmente. La imagen del producto es de calidad, diseño y valores educativos. El precio razonablemente competitivo frente a otros productos europeos de similar calidad.

Los juguetes importados cada vez penetran más en el mercado español. Entre ellos se distinguen los juguetes licenciados por alguna multinacional. Estos juguetes son mayoritariamente estadounidenses o japoneses y de precios altos. Vienen acompañados por amplias campañas de promoción. En el otro lado, están las importaciones de juguetes económicos fabricados en Asia (sobre todo de China) de muy baja calidad.

La balanza comercial de juguetes es deficitaria. En los dos últimos años, las importaciones han crecido considerablemente mientras que las exportaciones han tenido crecimientos más leves. El principal obstáculo del sector exterior es la presencia poco significativa en los mercados europeos, salvo en Francia.

La distribución de los juguetes está concentrada en los hipermercados, grandes superficies y grandes almacenes. El poder de negociación frente a los fabricantes es considerable y puede amenazar la existencia de algunos minoristas. En España todavía hay canales de distribución poco explotados como la venta por catálogo o a través de internet.

A pesar de que los márgenes de comercialización son amplios, las importaciones tanto de la Unión Europea como de terceros países se benefician desde el año 2001 de un arancel cero y de que el Impuesto sobre el Valor Añadido para los juguetes es el mínimo (un 4%). En cuanto a barreras no arancelarias, las importaciones de China ya no están limitadas por contingentes.

Los aspectos de seguridad son importantes a la hora de importar un juguete a España. Durante el proceso productivo, los juguetes deben pasar unos exámenes en laboratorios autorizados por la Unión Europea y si son superados, el producto obtiene la marca CE que garantiza el cumplimiento de las normas de seguridad en la fabricación.

En conclusión, se puede observar que el mercado español ofrece posibilidades para muchos tipos de productos y precios. Las mayores oportunidades se presentan para productos de diseño innovador y avanzados tecnológicamente (vehículos teledirigidos) o de sectores poco explotados como artículos para deslizar (trineos para la nieve).

• PANORÁMICA DEL PAIS

• Datos básicos

Nombre	Reino de España
Capital	Madrid
Superficie	504.782 km ²
Kilómetros de costa	4.964 Km
Geografía	Situado en el sudoeste del continente europeo. Fronteras políticas: Francia, Portugal, Andorra, Marruecos. Comprende: Territorio peninsular, islas Baleares, islas Canarias, y Ceuta y Melilla en el norte de África.
Orografía	Muy montañoso. Cordilleras en el norte, centro y litoral este. Valles verdes en el noroeste y gran meseta central.
Clima	En el norte, los veranos no son muy cálidos ni los inviernos muy fríos pero el clima es muy lluvioso todo el año. En la costa Mediterránea los inviernos son suaves y los veranos calurosos cuanto más al sur. El clima en la zona central es muy extremo y seco.
Población	40.202.160 habitantes
Distribución por sexos	Hombres: 48,9% Mujeres : 51,1%
Distribución por edades	De 0 a 14 años: 15,2% De 14 a 64 años: 68,5% Más de 65 años: 16,3%
Densidad demográfica	80 habitantes/km ²
Tasa de crecimiento	0,9%
Población urbana	75,9%
Población por sectores de actividad	Agricultura, ganadería y pesca: 6,8% Industria y construcción: 30,9% Servicios: 62,3%
Lenguas oficiales	El castellano en todo el país. El catalán, gallego, euskera y otros en sus respectivas Comunidades Autónomas.
Monedas	Peseta (166,386 Euros) hasta marzo de 2002, y Euro en circulación a partir de enero de 2002.
Religiones	Católicos: 83% Otros: 7%

Principales ciudades	Madrid: 2.880.000 habitantes
	Barcelona: 1.503.000 habitantes
	Valencia: 739.000 habitantes
	Sevilla: 702.000 habitantes

• **Panorama político interior**

España es una monarquía parlamentaria estable desde 1978, año en que se firmó y entró en vigor la actual Constitución. El Rey Don Juan Carlos I es el Jefe del Estado. El Señor Don José María Aznar es el Presidente del Gobierno desde que el Partido Popular ganó las elecciones en mayo de 1996, y fue reelegido en marzo de 2000. La distribución de votos en las elecciones de 2000 fue así: Partido Popular (PP) 53,53% de los votos, Partido Socialista Obrero Español (PSOE) 33,69%, Izquierda Unida (IU) 9,29% y el resto 3,49%.

La estructura de las Cortes Generales se divide en el Congreso de los Diputados, elegidos a nivel provincial, y el Senado, que es la cámara de representación territorial. El estado español se organiza territorialmente en municipios, provincias y 17 Comunidades Autónomas. Las Comunidades Autónomas poseen sus propios órganos de gobierno con parlamentos y presidentes autonómicos. El proceso de descentralización política y administrativa ha concedido competencias a las autonomías y, actualmente, todas controlan el gasto en educación, sanidad y otros programas sociales. Aunque el gobierno central recauda los impuestos, se devuelve una parte a las autonomías para la gestión de sus competencias.

• **Panorama político internacional**

España mantiene excelentes relaciones con las naciones democráticas e industrializadas del mundo, sobre todo, los miembros de la Unión Europea (UE) y la Organización del Tratado Atlántico Norte (OTAN). En 1986, España ingresó en la Comunidad Económica Europea, que en 1992 pasó a llamarse Unión Europea, y es uno de los once países miembros de la UE que entraron en la Unión Económica y Monetaria (UEM) en enero de 1999. Desde entonces, el Banco Central Europeo ha asumido total responsabilidad sobre la política monetaria y se ha comenzado a acuñar el Euro, que entrará en circulación el 1 de enero de 2002. El Euro convivirá con las monedas locales hasta marzo, momento en que será la única moneda oficial de la UEM.

España pertenece a diversas organizaciones políticas y económicas, como la OTAN, la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), el Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional (FMI), la Organización Mundial del Comercio (OMC), el Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo, el Banco Africano de Desarrollo, el Banco Asiático de Desarrollo y el Banco Interamericano de Desarrollo, entre otras.

• **Evolución de la economía**

Producto interior bruto

La economía española se ha beneficiado del cumplimiento de los criterios de convergencia de la Unión Monetaria Europea. El Producto Interior Bruto (PIB) creció en un 4% en 1999 y en un 4,1% en 2000. Estas cifras superan al conjunto de países de la UEM. En 1999, el crecimiento se debió principalmente al aumento de la demanda interna que creció en un 5,5%. El consumo de las familias registró niveles muy elevados a consecuencia de la reforma del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (I.R.P.F.) que redujo las retenciones y aumentó la renta disponible de las familias. En 2000 el crecimiento fue más equilibrado. El consumo privado se moderó, pero el sector exterior aumentó su contribución al PIB con un crecimiento notable de las exportaciones agrícolas.

Inversión

La inversión en construcción, muy baja desde 1990, creció mucho en 1998 y 1999, pero se moderó en 2000 debido al incremento de los tipos de interés y la inversión ya hecha en los años anteriores. La inversión en bienes de equipo, por el contrario, venía de niveles altos y desde 1998 experimentó crecimientos menores al subir los tipos de interés y al encarecerse el petróleo.

Inflación, tipos de interés y tipo de cambio

La inflación, medida a través del Índice de Precios de Consumo (I.P.C.), en 1998 fue del 1,8%, en 1999 del 2,3% y en 2000 del 3,4%. La inflación ha reflejado los efectos negativos de dos factores. El primero es que la convergencia real con los países de la UEM ha aproximado los precios españoles a niveles europeos. En segundo lugar, las oscilaciones del precio petróleo alcanzaron su punto máximo en los últimos meses de 2000, al mismo tiempo que el euro se depreciaba mucho respecto al dólar.

Los tipos de interés llegaron en 1999 a mínimos históricos. Sin embargo, en 2000 experimentaron una ligera subida y se situaron en el 5,56%.

El tipo de cambio de la peseta respecto al euro y a las monedas de la zona euro, fue fijado en enero de 1999. Desde esta fecha, el tipo de cambio euro/dólar ha fluctuado mucho aunque se espera que el euro permanezca en 0,90 dólares o por encima.

Cuentas públicas

Desde 1998 se ha experimentado una fuerte reducción del déficit público. En 1998, el déficit fue del 2,6%, en 1999 del 1,1% y en 2000 del 0,3%. En estos años el gasto público ha crecido muy poco mientras que los ingresos se han mantenido por las reformas tributarias y la buena coyuntura económica. La necesidad de financiación de las Administraciones Públicas se ha reducido desde 1996. El ratio de deuda pública/PIB ha bajado de un 69% en 1998 a un 61,1% en 2000.

Empleo

A pesar de que la tasa de desempleo se ha reducido de un 24,2% en 1994 a un 14,1% en 2000, España es el país con mayor desempleo de la UE. Desde el gobierno se han intentado flexibilizar las regulaciones del mercado de trabajo, que son extremadamente rígidas, mediante las reformas de 1994 y 1997, que intentaban reducir el coste de los despidos, atraer más mujeres al mundo laboral y ajustar los salarios a la productividad. Pero la situación no ha cambiado excesivamente y ha derivado en un aumento de los contratos temporales.

Agricultura, ganadería y pesca

Los cítricos, animales vivos, lácteos, pollería, vino y aceite de oliva son los sectores más importantes de la producción agrícola en España. Como la mayoría de los países desarrollados, España ha experimentado un declive enorme del empleo en el sector agropecuario. Otros problemas que se han tenido que afrontar en los últimos años es el mal de las vacas locas y la peste porcina, que han hecho bajar los precios y han provocado sacrificios de ganado. Aunque la producción agrícola subió un 3,8% en 2000 debido a la buena cosecha por el tiempo favorable, para 2001 no se esperan los mismos resultados. En cuanto a la pesca, el aumento de las restricciones a los pescadores locales, ha reducido el número de capturas, y con ello ha provocado que las importaciones de pescado al mercado español se incrementen.

Industria

La industria se ha venido recuperando desde 1996, concretamente el sector metalúrgico debido al incremento

en la construcción de barcos, equipos electrónicos y material de transporte. Las manufacturas también han subido gracias al incremento de los productos alimenticios transformados. Para el sector del automóvil, principal exportación española, las perspectivas son optimistas desde que en 1999 las cinco principales marcas (Opel, Seat, Volkswagen, PSA Citroën/Peugeot y Renault) batieran sus propias marcas de producción y exportación. Los sectores que están estancados desde algunos años son la minería y los productos químicos aunque prevén una recuperación a corto plazo.

Servicios

Todos los indicadores muestran que el sector servicios todavía se están extendiendo en muchas áreas: el transporte, la distribución mayorista y minorista y sobre todo, el turismo. El crecimiento en este sector parece prometedor si se continúan remozando las instalaciones antiguas. El crecimiento fue leve en 2000 y para los años siguientes no se anticipan grandes incrementos. Los sectores que podrán crecer más son las telecomunicaciones, la televisión por cable, el sector del medio ambiente y la aviación.

• El sector exterior

España es un país tradicionalmente deficitario en la balanza comercial. Las importaciones en bienes siempre superan a las exportaciones. Sin embargo, en los intercambios de servicios el saldo es positivo gracias al sector del turismo que tiene un peso muy importante.

A mediados de 1998, la crisis de las economías emergentes influyó en el sector exterior español y redujo el ritmo de crecimiento de las exportaciones, y con ello, su contribución al crecimiento del PIB fue menor en 1998 y 1999. La mejora de la situación internacional a finales de 1999, propició una cierta recuperación de las economías europeas y la reactivación del comercio internacional. Pero en el año 2000, el saldo negativo de la balanza comercial se incrementó debido al encarecimiento del petróleo, la debilidad del Euro y la consiguiente pérdida de competitividad.

Exportaciones e importaciones de bienes y servicios

(Millones de euros)	1996	1997	1998	1999	2000
Exportación de bienes	78,21	93,42	97,90	103,34	123,10
Importación de bienes	94,18	109,47	119,23	135,86	166,14
Saldo comercial (bienes)	-15,97	-16,05	-21,32	-32,52	-43,04
Exportación de servicios (total)	33,77	38,87	43,97	50,38	60,14
Importación de servicios (total)	18,67	21,90	24,98	29,13	30,13
Saldo (total servicios)	15,10	16,97	18,99	21,25	36,02
Exportación de turismo y viajes	20,98	23,67	26,79	30,40	32,06
Importación de turismo y viajes	3,75	3,97	4,49	5,22	5,56
Saldo (turismo)	17,23	19,70	22,30	25,34	26,50

Fuente: Elaboración propia según datos de Aduanas (bases de datos) y Ministerio de Economía (estadísticas).

Respecto a otros indicadores, la apertura exterior de España ha aumentado considerablemente desde 1996, al igual que la cuota de mercado. La inversión directa en el exterior ha convertido a España en un país inversor neto, llegando a ser en 1999 el sexto país del mundo de inversión en el exterior.

Macroeconomía del sector exterior

	1996	1997	1998	1999	2000
--	------	------	------	------	------

Grado de apertura (bienes y servicios en % del PIB)	49,9%	55,5%	56,9%	59,4%	63,6%
Cuota de mercado mundial	1,89%	1,96%	1,98%	2,00%	2,04%
Contribución del sector exterior al crecimiento del PIB	0,8%	0,6%	-1,1%	-1,5%	-0,1%
Saldo comercial/PIB	-2,8%	-2,5%	-3,4%	-5,1%	-6,2%
Saldo turismo/PIB	3,9%	4,2%	4,5%	4,6%	4,6%
Capacidad/necesidad de financiación exterior	1,2%	1,6%	0,9%	-1,1%	-2,3%
Inversión española en el exterior (% PIB)	0,9%	2,2%	3,3%	5,9%	9,3%

Fuente: Elaboración propia según Plan de Internacionalización del Ministerio de Economía y estadísticas del Instituto Español de Estadística (I.N.E.)

El déficit comercial es consecuencia de la elevada dependencia tecnológica y energética de la economía española. En intercambios de bienes de equipo y productos energéticos el déficit representa un 40% y 30% respectivamente del déficit comercial total. La característica más notable de las exportaciones españolas es que están muy concentradas por sectores. El 80% del total de exportaciones pertenecen a cuatro sectores: bienes de equipo, automóvil, bienes intermedios y agroalimentarios.

Comercio exterior por sectores

Porcentaje sobre el total (Media 1996/2000)	Exportaciones	Importaciones	Saldo
Alimentos	14,9	11,0	-5,2
Productos energéticos	2,7	8,7	33,9
Materias primas	1,8	3,8	12,5
Semimanufacturas	21,0	21,4	24,4
Bienes de equipo	21,9	25,8	41,7
Sector Automóvil	21,8	15,8	-10,7
Bienes de consumo duradero	3,7	2,8	-0,7
Manufacturas de consumo	10,6	10,0	7,4
Otras mercancías	1,6	0,6	-3,4
Total	100	100	100

Fuente: Plan de Internacionalización del Ministerio de Economía.

Principales exportaciones españolas

Capítulos arancelarios (millones de Euros)	1998	1999	2000	% Variación 00/99
87. Vehículos automóbiles tractores	23.613	24.525	29.130	18,2%
84. Reactores nucleares, calderas,	9.486	9.967	11.355	10,9%
85. Máquinas y aparatos eléctricos	6.828	7.374	8.938	15,7%
27. Combustibles, aceites minerales	2.054	2.341	4.535	97,0%

39. Materias plásticas y manu-facturas	2.940	3.250	4.142	26,7%
08. Frutos comestibles	3.333	3.331	3.517	4,2%
72. Fundición hierro y acero	2.473	2.326	3.178	37,2%
07. Legumbres, raíces, tubérculos	2.388	2.452	2.642	6,2%
73. Manufacturas fundición hierro	2.107	2.059	2.457	18,6%
29. Productos químicos orgánicos	1.765	1.935	2.436	21,6%
Restantes exportaciones	40.916	43.786	50.770	14,5%
TOTAL EXPORTACIONES FOB	97.902	103.346	123.100	17,5%

Fuente: Base de datos del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) y Ministerio de Economía.

Principales importaciones españolas

Capítulos arancelarios (millones de Euros)	1998	1999	2000	% Variación 00/99
87. Vehículos automóviles tractores	18.999	24.161	27.298	13,8%
84. Reactores nucleares, calderas,	16.456	18.632	20.575	6,9%
27. Combustibles, aceites minerales	7.755	9.183	20.158	102,6%
85. Máquinas y aparatos eléctricos	10.949	13.122	16.059	18,4%
39. Materias plásticas y manu-facturas	3.990	4.501	5.124	12,4%
72. Fundición hierro y acero	4.313	4.085	5.078	21,3%
29. Productos químicos orgánicos	3.512	3.715	4.478	19,2%
90. Instrumentos y aparatos de óptica	3.138	3.581	3.895	6,8%
30. Productos farmacéuticos	2.472	2.901	3.558	21,2%
03. Pescados, crustáceos, moluscos	2.991	2.912	3.453	16,9%
Restantes exportaciones	44.656	49.074	56.432	12,3%
TOTAL IMPORTACIONES CIF	119.229	135.866	166.138	19,5%

Fuente: Base de datos del ICEX. Estadísticas del Ministerio de Economía.

Respecto al comercio exterior por países, las exportaciones españolas están concentradas excesivamente en los países OCDE (82% de las exportaciones), y principalmente a los países de la UE (71% del total). El comercio extracomunitario genera el 59% del déficit por la dependencia energética y el escaso volumen de exportaciones a Asia y Africa.

Comercio exterior por áreas geográficas

Porcentaje sobre el total (Media 1996/2000)	Exportaciones	Importaciones	Saldo1
Unión Europea (total)	71,2	65,9	41,2
Zona Euro	60,2	55,7	34,
Zona no Euro	11,0	10,2	7,2
Europa Central y Oriental	1,8	1,1	-1,7
Resto de Europa	4,8	3,9	-0,2
América del Norte	4,9	6,3	12,8
América Latina	6,3	4,1	-5,3

Asia	6,5	12,7	37,9
Africa	3,6	5,8	15,2
Oceanía	0,4	0,4	0,1
Total Mundial:	100	100	100
1 Signo negativo implica superávit y signo positivo déficit			

Fuente: Secretaría de Estado de Comercio y Turismo: Plan de Internacionalización. 2001. Pag. 5.

Principales clientes y proveedores de España en 2000

Millones de Euros	Exportaciones (FOB)	Variación 00/99	Millones de Euros	Importaciones (CIF)	Variación 00/99
Francia y Mónaco	23.929	17,1	Francia y Mónaco	28.408	14,2
Alemania	15.320	10,7	Alemania	24.700	12,6
Portugal	11.534	9,9	Italia	14.595	12,3
Italia	10.793	14,5	Reino Unido	11.667	12,3
Reino Unido	10.235	17,0	Estados Unidos	8.729	14,1
Estados Unidos	5.981	30,1	Países Bajos	6.217	11,1
Países Bajos	4.550	18,9	Bélgica	5.286	7,2
Bélgica	3.344	12,4	Japón	4.806	9,2
Turquía	2.129	70,6	China	4.677	26,9
México	1.505	32,0	Portugal	4.464	15,7
Marruecos	1.369	23,8	Argelia	3.057	116,7
Grecia	1.333	22,3	Nigeria	2.623	134,6
Suecia	1.240	1,3	Rusia	2.436	92,1
Resto	29.928	21,2	Resto	44.473	27,2
TOTAL	123.100	17,5	TOTAL	166.138	19,5

Fuente: Ficha país. Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX).

Gráfico de los principales clientes en 2000

Fuente: *Ficha País: España 2001*. Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX).

Gráfico de los principales proveedores en 2000

Fuente: *Ficha País: España 2001*. Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX).

• Previsiones económicas

Según las previsiones oficiales y de organismos económicos internacionales, se apunta hacia una recesión mundial de la economía en los últimos meses del 2001, agravada por las consecuencias de los atentados en Estados Unidos del 11 de septiembre. Para España, la tasa de crecimiento se prevé en torno a un 2,9% anual para el período del 2002 al 2004. La demanda interna mantendrá su línea de desaceleración creciendo el 3,9% el 2001 y el 3,3% anual los tres años siguientes, debido al consumo moderado de las familias y el menor dinamismo en creación de empleo. Y por otra parte, el consumo público crecerá levemente.

En los próximos años, la inversión parece que seguirá siendo la variable más dinámica por la alta rentabilidad de las empresas y los tipos de interés bajos. Sin embargo, cuando el Euro entre en circulación, se prevé una apreciación que provocará cierto repunte inflacionista. El crecimiento del sector exterior va a depender en gran medida de la evolución del comercio mundial. En este sentido, la previsión de los organismos mundiales es de ralentización.

• ANÁLISIS DE LA DEMANDA

• Consumo aparente. Gasto medio. Ventas por sector y región.

El **sector español de los juguetes** ha crecido, en el año 2000, en producción y exportación respecto al año anterior. Según los datos de los últimos cinco años, el sector experimenta un ciclo al alza. La producción ha aumentado en un 12,56% respecto al año anterior, y unido al elevado número de importaciones, que ha crecido en un 46,86%, se observa una demanda fuerte en el país.

Datos sectoriales

(Millones de Euros)	1996	1997	1998	1999	2000	Variación 99/00%
Producción	616,50	722,82	745,26	775,31	872,67	12,56%
Importaciones	330,57	398,71	418,79	468,30	687,78	46,86%
Exportaciones	252,77	306,57	325,74	334,26	377,98	13,08%
Consumo aparente	694,30	814,95	838,31	909,35	1182,47	30,03%
Ventas en España (producción-exportaciones)	363,73	416,25	419,52	441,05	494,69	12,16%

Fuente: Elaboración propia según estadísticas de Asoc.Esp. de Fabricantes de Juguetes y Ministerio Economía.

El **consumo aparente** ha crecido desde 1996 y en el año 2000 ha tenido un aumento del 30,03%. La demanda interna absorbe el 56,68% de la facturación (494,69 millones de Euros de ventas en España) y el restante 43,32% (377,98 millones de Euros) se dirige a la demanda exterior. La importación representa cada vez una mayor parte del consumo y en el año 2000 cubrió el 58,16% del consumo aparente. La principal causa es que el sector ha dejado de fabricar algunos tipos de juguetes ante la imposibilidad de competir en precio con los países asiáticos. Otra causa del fuerte incremento de las importaciones en 2000 fue la gran cantidad de patinetes regalados en varias promociones. Este hecho distorsiona las cifras de consumo porque, aunque aparecen como importaciones, en realidad no fueron comercializados al igual que los productos vendidos en lugares no censados.

Gráfico de producción, importación, exportación y consumo aparente

En el ranking de países, España ocupa el 7º lugar de mundo en consumo de juguetes por niño y año, por encima de otros países con mayor renta per cápita lo que indica la importancia del consumo de juguetes en la sociedad española. El **gasto medio** por niño menor de once años siempre ha tenido crecimientos positivos. El gasto medio total se sitúa en torno a los 180,3 Euros (30.000 pesetas) incluyendo juegos electrónicos y similares, aunque estaría alrededor de los 120,2 Euros (20.000 pesetas) para los juguetes tradicionales.

Ranking de consumo niño/año por países
Estados Unidos

Japón
Reino Unido
Italia
Francia
Alemania
España

Fuente: Estadísticas. Asociación Española de Fabricantes de Juguetes

En resumen, en el año 2000 se han incrementado las ventas, que se han repartido de diferente forma entre las empresas nacionales y la importación. La demanda tiene buenas perspectivas, que se han cumplido en el primer semestre de 2001, con incrementos en todos los indicadores.

La estimación del **consumo por subsectores** de la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (basada en el panel de venta electrónica de NPD) muestra que las muñecas es el producto más vendido del sector. En el año 2000, las ventas de muñecas subieron un 2,2% sobre el año anterior. El avance de datos del primer semestre de 2001 refleja que las ventas de muñecas se han incrementado un 20,2% con respecto al mismo período del año 2000.

Otros subsectores que muestran una cuota de ventas significativa son los productos infantiles y preescolares, los juegos y puzzles, los vehículos y los juguetes agrupados bajo la categoría los demás juguetes. Los segmentos con menores ventas son los montadores, los peluches y las figuras de acción. Se puede apreciar que los montadores y los peluches tienen una cuota de mercado baja, debido a que tienen un precio medio mayor que otros juguetes.

(% Cuota de ventas) (Precio medio en Euros)	CUOTA DE DE VENTAS 1999 (%)	CUOTA DE VENTAS EN 2000 (%)	+/- MERCADO 00/99	PRECIO MEDIO 1999	PRECIO MEDIO 2000
Infantil/Preescolar	12,5	14,4	15,2	16,06	16,96
Muñecas	17,8	18,2	2,2	16,86	16,83
Peluches	9,8	7,0	-28,6	20,13	17,15
Figuras/Juegos de acción	9,1	7,9	-13,2	15,79	15,63
Vehículos	10,7	11,4	6,5	16,21	16,80
Montadores	4,0	5,6	40,0	37,65	43,43
Juegos/puzzles	13,2	12,7	-3,8	13,49	14,06
Juegos de actividad	10,7	10,3	-3,7	15,50	16,59
Los demás juguetes	12,3	12,5	1,6	12,40	13,78

Fuente: Panel de venta electrónica. NPD Eurotoys. Revista Actualidad del Juguete. Nº 86. Feb. 2001. Pag.26

Los segmentos que presentan mayores tasas de crecimiento en el primer semestre de 2001 son los montadores, los juegos de actividades, los artículos infantiles/preescolares, los vehículos y las muñecas. El segmento con mayores incrementos de ventas ha sido la categoría de montadores (vehículos para montar y deslizar) que ya habían crecido un 40% en 2000 y en el primer semestre de 2001 han crecido un 80%. El fenómeno puede explicarse por el éxito de ventas de patinetes desde el año 2000. Puede que se trate de una moda pasajera (muy frecuente en el sector juguete) propiciada por los medios de comunicación, pero otros artículos del segmento de montadores se están aprovechando de las sinergias. Este es el caso de los triciclos y bicicletas

con barra guía y los vehículos híbrido entre ambos.

(Variación sobre las ventas acumuladas a 30 Junio 2001)	VARIACIÓN
	1º SEMESTRE
	2000/2001
Infantil/Preescolar	22,9%
Muñecas	20,2%
Peluches	-3,7%
Figuras de acción	-6,9%
Vehículos	21,7%
Montadores	80%
Juegos/puzzles	9,9%
Juegos de actividades	31,5%
Los demás juguetes	7,6%

Fuente: Revista Actualidad del Juguete. Nº 89. Sep. 2001. Pag.22

Es importante destacar el crecimiento del sector de juegos de actividades y el de vehículos, donde el Scalextric de la empresa Tecnitoys se sitúa entre los primeros puestos de ventas. El sector más susceptible de aumentos inesperados es el segmento de primera infancia/infantil ya que depende de los nacimientos de cada año. A pesar de la baja natalidad en España, se espera que en algún momento la tendencia se invierta, como ha ocurrido en otros países.

El primer semestre de 2001 registra el crecimiento de casi todas las categorías. La excepción son los peluches y las figuras de acción que son muy sensibles a las modas. En el segmento peluches se nota la falta de productos que habían impulsado el mercado anteriormente como los Teletubbies. Las licencias de personajes suponen el 35% de las ventas pero suelen tener un protagonismo temporal. El caso de la muñeca Barbie es diferente ya que fue la principal licencia del año 2000 y es un producto que se mantiene en las primeras posiciones a pesar de los muchos años que lleva en el mercado. Otras licencias importantes fueron: Pokémon, Action Man, Furby, Playmobil y Digimon, de las cuales Furby está en claro descenso.

El **consumo por región** está bastante estabilizado y relacionado con la proporción de habitantes que supone la región sobre el total de la población española. La región que más juguetes consume es Cataluña y las Islas Baleares, aunque no es la que más población abarca, y la región que menos consume es la Noroeste.

Región	Campaña	Campaña	Campaña	Campaña	%
	Nov/Ene 98	Nov/Ene 99	Nov/Ene 00	Nov/Ene 01	Población
Catalano-Balear	24,3	24,5	23,5	24,3	21,9
Levante	15,0	15,8	16,6	15,8	14,5
Sur	19,6	20,0	21,1	20,4	19,7
Centro	20,9	20,3	22,3	21,9	22,9
Norte-Centro	11,8	9,9	8,2	8,4	10,4
Noroeste	8,4	9,7	8,2	9,2	10,6

Fuente: Estudio Taylor Nelson/Sofres. Revista Actualidad del Juguete. Nº 87. Abril 2001. Página 18

• Análisis del perfil del consumidor

El perfil del consumidor de juguetes se encuentra analizando las variables edad, sexo, hábitat y clase social.

La **edad** del consumidor objetivo de juguetes es principalmente la población de cero a catorce años. A pesar de que para cada edad existen unos juguetes más apropiados, la población se puede segmentar en tres grupos distintos a los que orientar el producto: De 0 a 4 años, de 5 a 9 años y de 10 a 14 años.

Estructura de la población menor de 14 años (1.999)

Años	Niños	Niñas	Total
0	160.185	151.754	311.939
1	165.575	158.185	323.760
2	167.684	161.625	329.309
3	184.171	174.295	358.466
4	187.806	177.654	365.460
5	196.992	186.182	383.174
6	205.079	194.967	400.046
7	205.326	193.458	398.784
8	209.763	198.517	408.280
9	214.474	202.863	417.337
10	216.811	204.965	421.776
11	221.821	209.278	431.099
12	228.691	216.916	445.607
13	239.192	226.835	466.027
14	248.495	235.145	483.640
Total	3.052.065	2.892.639	5.944.704

Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

Población infantil agrupada en segmentos (1.999)

Años	Niños	Niñas	Total
0-4	865.422	823.514	1.688.936
5-9	1.031.632	975.988	2.007.620
10-14	1.155.009	1.093.139	2.248.148
Total	3.052.063	2.892.641	5.944.704

Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

La población española menor de catorce años son 5.944.704 personas (alrededor del 15% de la población total), que sumadas a los 97.716 inmigrantes residentes en España de esa edad, forman 6.042.420 consumidores objetivo sobre los datos de 1.999. Cada año el número de consumidores objetivo varía, puesto que se añaden los nacimientos y se resta la población que supera los catorce años.

Población extranjera en España por segmentos (1.999)

Años	Extranjeros	Espanoles	Total
0-4	26.534	1.688.936	1.715.470
5-9	32.428	2.007.620	2.040.048
10-14	38.754	2.248.148	2.286.902
Total	97.716	5.944.704	6.042.420

Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

La natalidad es una cuestión que preocupa al sector. En el año 1.999 se registraron 349.509 nacimientos y en 2000 fueron 297.631. En los últimos años, ha habido un descenso progresivo de la natalidad que ha convertido a España en el país con menor tasa de natalidad de la Unión Europea con 1,2 hijos por mujer. Los expertos en demografía dicen que es un efecto pendular que afectó previamente a países más desarrollados, como los nórdicos, donde actualmente la natalidad ha vuelto a subir.

Cada segmento de edad consume unas categorías de juguetes principalmente:

- De 0 a 4 años: Artículos infantiles y preescolares, muñecas y montadores.
- De 4 a 9 años: Casi todos los artículos excepto los de primera infancia y los juegos y puzzles para edades más avanzadas.
- De 10 a 14 años: juegos/puzzles y otros juguetes más complejos, pero en cantidades mucho más bajas según se acerca a los catorce años.

También se debe tener en cuenta que la población mayor de 14 años consume juguetes, sobre todo juegos de mesa (Monopoly, Scrabble, Trivial Pursuit, etc.), puzzles, peluches y naipes. En el segmento de los adultos se aprecia claramente que el consumidor final de peluches y puzzles es mayoritariamente femenino (regalos y festividad de San Valentín).

La **variable sexo** no es tan determinante como la edad. Según un estudio del Instituto Nacional de Consumo, las niñas muestran preferencias por las muñecas y accesorios, los juegos que simulan ambientes cotidianos y los juegos de creación. Los niños prefieren los juguetes y figuras de acción, superhéroes, vehículos y juegos de construcción.

El **hábitat**, entendido como la diferencia existente entre la gran ciudad y las ciudades medianas o pequeñas, tiene una incidencia leve en las pautas de consumo. Las ciudades de Madrid y Barcelona tienen un porcentaje de compras de juguetes superior a la población que comprenden. En el otro extremo, las ciudades de menos de 50.000 habitantes representan el 24% de la población y el 20,2% de las ventas de juguetes.

Ventas de juguetes por hábitat

(% sobre el total de ventas durante Navidades)	Ventas Nov/Ene 00	Ventas Nov/Ene 01	Población
Barcelona	12,4	12,8	11,0
Madrid	15,1	14,1	13,0
Ciudades mayores de 200.000 habitantes	12,8	12,9	14,6
Ciudades entre 30.000-200.000 habitantes	18,9	18,3	18,3
Ciudades entre 5.000-30.000 habitantes	20,9	21,6	19,1
Ciudades de menos de 5.000 habitantes	20,0	20,2	24,0

Fuente: Estudio Taylor Nelson/Sofres. Revista Actualidad del Juguete. Nº 87. Abril 2001. Página 19.

La **clase social**, como en todos los productos, influye en el consumo. La clase media-media abarca una población mayor (31,3%) en España, y es la que más consume. La clase alta/media-alta es la más pequeña, pero es la segunda mayor consumidora. Obviamente, a mayor poder adquisitivo, mayor consumo de juguetes.

Ventas de juguetes por clase social

(% sobre el total de ventas durante Navidades)	Ventas Nov/Ene 00	Ventas Nov/Ene 01	Población
Clase alta/media-alta	29,5	29,8	19,0
Clase media-media	38,4	38,8	31,3
Clase media-baja	22,3	21,6	26,0
Clase baja	9,8	9,9	23,7
Total	100	100	100

Fuente: Estudio Taylor Nelson/Sofres. Revista Actualidad del Juguete. Nº 87. Abril 2001. Página 19.

• Características de la demanda

Los **consumidores de juguetes** no tienen poder de compra. En algunos casos, los niños de edades cercanas a los diez años reciben una paga para pequeños gastos. Normalmente los juguetes son adquiridos por adultos, como los padres, abuelos o familiares. Los abuelos van ganando terreno como compradores de juguetes debido a que ambos padres trabajan fuera de casas y disponen de poco tiempo. Otros compradores de juguetes son los centros educativos y diversas instituciones para menores.

Las **compras de juguetes** que hacen los adultos están influidas por los niños desde el momento que aprenden a hablar. Por lo tanto, la compra de juguetes de bebé y preescolar no está influida por el receptor.

Frecuentemente, las preferencias de compra de padres e hijos no coinciden. Los padres buscan los aspectos educativos del juguete y los niños los lúdicos.

Los padres escogen los juguetes para edades entre 4 y 10 años en función de:

- La edad del receptor.
- Las preferencias del niño.
- Los aspectos educativos.
- Aspectos de consumo como la calidad y el precio.
- Otros: seguridad, diseño, publicidad.

En la elección de los juguetes de primera infancia, los aspectos que priman son la edad, la seguridad y la calidad. En edades más avanzadas, los juguetes se eligen según las preferencias de los niños. El 94,7% de los niños pide el juguete por el nombre comercial del producto. La elección no es casual, se inspira en la publicidad televisada.

Los niños expresan sus preferencias directamente a los padres o mediante las cartas a los Reyes Magos en época de Navidad. La tradición de la carta a los Reyes Magos está muy extendida en España. Los niños viven esa fantasía (alimentada por los padres) desde los 2 a los 5-7 años. Escriben cartas a los Reyes Magos para recibir los juguetes que desean la noche del 5 de enero. En los últimos años, esta tradición ha perdido algo de fuerza y cada vez más frecuentemente, los padres entregan los juguetes a los niños en la noche de Navidad, siguiendo la tradición de Papa Noel.

Fecha de entrega de los regalos de Navidad

La **estacionalidad** es una de las peculiaridades del sector juguetero. El 80% de las ventas se realizan entre Navidad y Reyes. El consumidor español une el concepto de juguete al de Navidad. Según encuesta del Centro de Investigaciones Sociológicas, la mayoría de los españoles hace regalos a niños en Navidad que una fiesta comercial y familiar.

La **estructura familiar** incide en el consumo de juguetes. Actualmente, las madres españolas retrasan la maternidad hasta conseguir una posición laboral consolidada y tener más poder adquisitivo para criar a los hijos. De esta forma, el número de hijos es menor, pero se efectúa más gasto por cada niño. Las familias con 1 ó 2 hijos son las más frecuentes en España. El aumento de familias con un solo hijo ha elevado la demanda de juguetes y juegos unipersonales. Los divorcios y disolución de familias han provocado la demanda de juguetes pequeños, fácilmente transportables y de precio reducido (como los Polly Pockets de Mattel).

Otros factores que tienen incidencia en el sector son la tecnología y las modas. Las consolas y juegos de ordenador han experimentado subidas de ventas notables y son elementos sustitutivos del juguete tradicional. El segmento de 8 a 14 años está tentado por productos alternativos y abandona los juguetes a edad más temprana para sustituirlos por los videojuegos y los ordenadores.

Las modas afectan a la industria del juguete de varias maneras. Numerosos personajes surgen de películas, series o programas de televisión a partir de los cuales se crean líneas de juguetes licenciadas. El problema es que el éxito de los personajes suelen ser temporal y los productos tienen una vida corta en el mercado.

Las **nuevas fuentes de demanda** observadas son los parques de ocio infantiles y las tiendas especializadas en fiestas infantiles. Las nuevas comunidades de inmigrantes son importantes consumidores potenciales ya que provienen de países con tasas de natalidad más altas que España y estructuras familiares más extensas.

• ANÁLISIS DE LA OFERTA

• Situación de la industria local

El **sector juguetero español** ha pasado de tener 305 empresas en 1990 a tener 203 en 1999, que emplean directamente a 5.000 trabajadores, sin incluir a las que solo comercializan en España. Es muy relevante el empleo indirecto que generan a través de la industria auxiliar de componentes o realizando alguna fase del proceso productivo.

Evolución del número de fabricantes en los años 90.

Fuente: Informe: Sector Juguetes. Subdirección Gral. de Comercio Exterior de Productos Industriales.

La **atomización** es una característica del sector. Más de la mitad de las empresas tienen menos de 10 empleados. Las empresas pequeñas y muy pequeñas suponen el 90% pero solamente tienen una cuota de mercado del 35%, mientras que el otro 10% son empresas grandes y medianas con una cuota de mercado del 65%.

Empresas por número de empleados

TAMAÑO	CANTIDAD
Grandes (más de 200 empleados)	2
Medianas (de 51 a 200 empleados)	17
Pequeñas (de 11 a 50 empleados)	71

Muy pequeñas (menos de 10 empleados)	113
--------------------------------------	-----

Fuente: Informe: Sector Juguetes. Subdirec. Gral. Comercio Ext. de Productos Industriales.

El sector del juguete se ha **concentrado geográficamente** en la Comunidad Valenciana y Cataluña, donde se implantaron las primeras fábricas de juguetes alrededor del año 1900. La Comunidad Valenciana concentra el 66% de la facturación total del sector y en 1999 reúne a 90 empresas principalmente en las localidades alicantinas de Ibi, Onil, Castalla, Tibi y Biar formando el llamado Valle del Juguete. Desde la Comunidad Valencia se exporta el 60% de los juguetes fabricados en España.

Empresas por Comunidad Autónoma

	EMPRESAS	PORCENTAJE
Comunidad Valenciana	90	44,3%
Cataluña	65	32%
Madrid	14	6,9%
Murcia	9	4,4%
Resto de España	25	12,3%
TOTAL	203	100%

Fuente: Informe: Sector Juguetes. Subdirec. Gral. Comercio Ext. de Productos Industriales.

• Facturación y principales firmas en España

A partir de 1997 se ha incrementado la **facturación del sector** que venía de una época de estancamiento. Se han mejorado las capacidades productivas y el sector mantiene desde dicho año un incremento constante de producción, aunque desigual, puesto que son las grandes empresas las que experimentan un mayor crecimiento.

Evolución de la facturación

Años	Facturación	% Variación
1990	609,43	4,50
1991	607,29	-0,35
1992	486,82	-19,84
1993	543,92	11,73
1994	579,24	6,50
1995	593,17	2,41
1996	616,50	3,93
1997	722,82	17,25
1998	745,26	3,10
1999	775,31	4,03
2000	872,67	12,56
(Facturación en millones de Euros)		

Fuente: Datos sectoriales. Asociación Española de Fabricantes de Juguetes.

La **productividad aparente** por empleado ha aumentado pero, dado que se subcontrata mucha producción, no refleja la realidad. Las empresas han descentralizado la producción para aprovechar que la mano de obra es más barata en otros países. Empresas multinacionales (Hasbro, Mattel, Chicco–Artsana, etc.) y empresas más modestas diseñan y distribuyen los juguetes pero la producción la subcontratan a empresas o talleres de China, Vietnam o Tailandia. Algunos fabricantes españoles importan los productos semielaborados. Otras como Famosa, S.A. han implantado una fábrica en China.

La **actividad de importación y comercialización** de juguetes está muy extendida. La realizan pequeños importadores y grandes superficies. Las empresas exclusivamente importadoras, escogen diseños ya existentes en el mercado (no los diseñan ya que no son jugueteros) y los llevan a talleres del sudeste asiático para que fabriquen una cantidad determinada. Después los importan y distribuyen a través de hipermercados y grandes superficies. No se suelen distribuir en establecimientos especializados porque son de calidad inferior y no satisfacen las normativas de seguridad. Estos juguetes son de marcas desconocidas y extremadamente baratos.

Una forma de **diferenciación de los productos** son las licencias, que permiten acceder a la franja de juguetes de altos precios y asegura novedades todos los años ya que los períodos de demanda son cortos. Las licencias de personajes realmente diferencian un producto de otro y suelen tener mucha inversión en publicidad. Las licencias las conceden las grandes multinacionales a fabricantes o comercializadores españoles por períodos anuales, aunque en ocasiones instalan su propia oficina importadora. Las empresas líderes en España y a nivel mundial poseen las licencias más codiciadas: Mattel (Estados Unidos), Hasbro (Estados Unidos), Bandai (Japón) y Lego (Dinamarca).

Los **fabricantes españoles** tienen unas fortalezas determinadas. La calidad de los productos y que, a su vez, mantienen estructuras financieras equilibradas y una buena capacidad de generación de recursos. Al ser mayoritariamente pequeñas empresas, no dedican muchos recursos a planes de marketing, si no que se basan en su experiencia propia. El diseño y producción no suelen limitarse a un producto, la mayoría de los fabricantes españoles tiene diversas líneas de juguetes y varias marcas comerciales.

Entre las **empresas jugueteras españolas** que más volumen facturan se encuentra el grupo Famosa, S.A. que además es líder en exportaciones.

Principales empresas de España por facturación (2000)

	(Millones de Euros)	FACTURACIÓN (Aproximada.)
1	FAMOSA (Fábricas Agrupadas de Muñecas de Onil, S.A.)	144,24
2	MATTEL	132,22
3	HASBRO IBERIA, S.L.	78,13
4	FEBER	30,05
5	ELECTRONIC ARTS	24,04
6	PLAY BY PLAY TOYS & NOVELTIES EUROPE	24,04
7	COLOMA Y PASTOR, S.A.	18,03
8	INDUSTRIAL JUGUETERA, S.A.	18,03
9	EDUCA SALIENT	18,03
10	JESMAR	18,00

Fuente: Elaboración propia según Ministerio de Economía y Asociación Española de Fabricantes.

Principales empresas exportadoras en el año 2000

	(Millones de Euros)	EXPORTACIÓN (Aproximada)
1	FAMOSA (Fábricas Agrupadas de Muñecas de Onil, S.A.)	90,15
2	HASBRO IBERIA, S.L.	84,14
3	INDUSTRIAL JUGUETERA, S.A.	N/D
4	PLAY BY PLAY TOYS & NOVELTIES EUROPE S.L.	12,02
5	JESMAR, S.A.	N/D
6	COLOMA Y PASTOR, S.A.	N/D
7	FEBER INTERNACIONAL	N/D
8	JUGUETES PICO, S.A.	6,01
9	EDUCA SALLENT S.A.	0,60
10	POPULAR DE JUGUETES, S.L.	0,48

Fuente: Elaboración propia según Ministerio de Economía y Asociación Española de Fabricantes.

El grupo **Famosa, S.A.**, está especializado en muñecas con o sin mecanismo y accesorios para muñecas, aunque produce artículos de otras categorías: Juguetes de iniciación e imitación, arrastres y similares, figuras de acción, transformables y robots, puzzles, manualidades, dibujo y pintura, moldeo, vehículos en general, gasolineras, párquings, vehículos teledirigidos infantiles.

Hasbro Iberia S.L. es una multinacional estadounidense que abarca prácticamente todos los productos. Posee las empresas MB España, Juguetes Mediterraneo y Grupo Redondo, entre otras, y distribuye las marcas Playskool, Kenner Parker y Tonka.

La multinacional americana **Mattel**, tiene productos para el baño, de iniciación e imitación, arrastres y similares, figuras de acción, muñecas maniquíes (Barbie), muñecas/os, vestidos, accesorios, animales y mascotas de peluche con o sin mecanismo, primera infancia, vehículos en general, vehículos teledirigidos (gama infantil), vehículos miniatura a escala, juegos de azar, memoria, observación, atención, habilidad, juegos de preguntas y respuestas, de palabras, letras o números, patines y accesorios.

Industrial Juguetera, S.A (INJUSA) está especializada en vehículos con o sin pedales, vehículos con o sin ruedas, vehículos a motor eléctrico y bicicletas y accesorios (hasta 12 años).

Coloma y Pastor S.A. comercializa casitas, mobiliario y accesorios para muñecas, menaje del hogar, conjuntos, vehículos con o sin pedales, con o sin ruedas, bicicletas y accesorios (hasta 12 años), artículos de playa, arena y jardín y réplicas de armas.

Educa Sallent, S.A. tiene como producto estrella los puzzles y rompecabezaas aunque también produce piezas para encajes, juegos de memoria, observación, atención, magia, juegos técnico-científicos, juegos de acción, habilidad, preguntas y respuestas, estrategia, de palabras, letras, números, o deducción, juegos y juguetes interactivos.

Jesmar S.A. fabrica muñecas maniquíes, bebés, con o sin mecanismo, patines y accesorios, artículos gran tamaño de parque y jardín.

Popular de juguetes, S.L. se dedica a artículos para el baño, iniciación e imitación, para enlazar, amontonar o construir, transformables y robots, construcciones, rompecabezas, peluches con mecanismo, juegos de magia, acción, habilidad, de preguntas y respuestas, de estrategia, de palabras, letras o números, juegos y juguetes interactivos, artículos de puntería, juegos y juguetes para aire libre.

Otras multinacionales presentes en España con altos volúmenes de ventas, pero sin plantas de producción son Lego, Bandai, Vtech y Disney.

La **imagen de marca** de los juguetes españoles es muy positiva y están reconocidos internacionalmente. Se han posicionado como productos de alto diseño, calidad y valores pedagógicos en el mercado internacional donde el precio es decisivo.

• COMERCIO EXTERIOR

• Evolución de las exportaciones e importaciones de juguetes

El **saldo comercial** de juguetes es deficitario y creciente. La balanza comercial refleja un déficit creciente en el período entre 1995 y 2000. El saldo desfavorable ascendió en 2000 a 309,8 millones de euros, 190,73 millones de euros más que en 1.999. Esta cifra representa un aumento del déficit comercial del 160,18% respecto al año anterior. En 2000, las exportaciones han crecido 43,72 millones de euros, un 13,1% más respecto al año anterior. Las importaciones han aumentado 219,48 millones de euros que significa un aumento del 46,9% sobre las cifras del 1999.

Evolución de la balanza comercial

AÑOS	EXPORTACIONES (Millones de Euros)	IMPORTACIONES (Millones de Euros)	BALANZA COMERCIAL	TASA DE COBERTURA
1996	252,77	330,57	-77,80	76,46%
1997	306,57	398,71	-92,14	76,89%
1998	325,74	418,79	-93,05	77,78%
1999	334,26	468,30	-134,04	71,38%
2000	377,98	687,78	-309,80	54,96%

Fuente: Informe *Sector: Juguetes*. Subdirección Gral. de Comercio Exterior de Productos Industriales. 2001

Evolución de las exportaciones de juguetes

Fuente: Subdirec. Gral. de Comercio Exterior de Productos Industriales.

Evolución de las importaciones de juguetes

Fuente: Subdirec. Gral. de Comercio Exterior de Productos Industriales.

Dentro de la exportación, la **partida arancelaria más representativa** es la 9503: Demás Juguetes; modelos reducidos y modelos similares para entretenimiento, incluso animados; rompecabezas de cualquier clase, por la que se exportaron 235,41 millones de euros en 2000. Esto representa el 62,3% de las exportaciones del sector, con un incremento del 22,1% sobre el año anterior. Le sigue la partida 95.02: Muñecas que representan solamente seres humanos, por un valor de 68,97 millones de euros, representa el 18,3% de las exportaciones del sector. En importaciones destacan las mismas partidas. La partida 95.03 representa el 51,9% de las importaciones y la 95.02 el 13,7%.

Exportaciones por partidas arancelarias (Millones de Euros)

PARTIDAS	DESCRIPCIÓN	1999	2000	VARIACIÓN
----------	-------------	------	------	-----------

95.01	Juguetes de ruedas para ser montados	31,37	35,15	12,1%
95.02	Muñecas que representan solamente seres humanos	67,57	68,97	2,1%
95.03	Demás: modelos reducidos, similares, rompecabezas	192,94	235,41	22,1%
95.04.40	Naipes	5,91	6,24	5,6%
95.04.90.10	Circuitos eléctricos de coches	0,56	0,50	-10,6%
95.04.90.90	Demás partes de circuitos, pistas, escobillas, etc.	15,94	12,45	-21,9%
95.05	Artículos para fiesta, carnaval u otras diversiones	12,31	10,85	-11,9%
95.06.62.90	Pelotas y balones de fantasía	6,72	6,86	2,1%
95.06.70.30	Patines de ruedas	0,25	0,50	97,6%
95.06.70.90	Partes y accesorios	0,68	1,04	53,1%
TOTAL		334,26	377,98	13,1%

Fuente: Base de datos Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX).

Importaciones por partidas arancelarias (Millones de Euros)

PARTIDAS	DESCRIPCIÓN	1999	2000	VARIACIÓN
95.01	Juguetes de ruedas para ser montados	2,36	64,96	2650,1%
95.02	Muñecas que representan solamente seres humanos	64,12	91,97	43,4%
95.03	Demás: modelos reducidos, similares, rompecabezas	308,52	375,90	21,8%
95.04.40	Naipes	1,99	3,38	70,1%
95.04.90.10	Circuitos eléctricos de coches	2,64	4,93	86,6%
95.04.90.90	Demás partes de circuitos, pistas, escobillas, etc	30,92	73,47	137,6%
95.05	Artículos para fiesta, carnaval u otras diversiones	35,20	47,62	35,3%
95.06.62.90	Pelotas y balones de fantasía	14,21	14,80	4,1%
95.06.70.30	Patines de ruedas	7,28	9,57	31,4%
95.06.70.90	Partes y accesorios	1,06	1,17	10,8%
TOTAL		468,30	687,78	46,9%

Fuente: Base de datos Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX).

Balanza comercial y tasa de cobertura en el año 2.000 (Millones de Euros)

PARTIDAS	DESCRIPCIÓN	BALANZA COMERCIAL	TASA DE COBERTURA
95.01	Juguetes de ruedas para ser montados	-29,80	54,1%
95.02	Muñecas que representan solamente seres humanos	-22,99	75%
95.03	Demás: modelos reducidos, similares, rompecabezas	140,49	62,6%
95.04.40	Naipes	2,85	184,4%
95.04.90.10	Circuitos eléctricos de coches	-4,43	10,2%
95.04.90.90	Demás partes de circuitos, pistas, escobillas, etc	-61,02	16,9%
95.05	Artículos para fiesta, carnaval u otras diversiones	-36,76	22,8%

95.06.62.90	Pelotas y balones de fantasía	-7,95	46,3%
95.06.70.30	Patines de ruedas	-9,07	5,2%
95.06.70.90	Partes y accesorios	-0,13	88,7%
TOTAL		-309,80	55%

Fuente: Base de datos Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX).

Exportaciones e importaciones en el 1º semestre del año 2.001 (Millones de Euros)

PARTIDAS	DESCRIPCIÓN	EXPORT.	IMPORT.	SALDO
95.01	Juguetes de ruedas para ser montados	11,4	9,48	1,92
95.02	Muñecas que representan solamente seres humanos	26,33	28,7	-2,37
95.03	Demás: modelos reducidos, similares, rompecabezas	93,22	159,51	-66,29
95.04.40	Naipes	3,47	2,54	0,93
95.04.90.10	Circuitos eléctricos de coches	0,28	1,82	-1,54
95.04.90.90	Demás partes de circuitos, pistas, escobillas, etc	10,88	32,73	-21,85
95.05	Artículos para fiesta, carnaval u otras diversiones	4,3	8,64	-4,34
95.06.62.90	Pelotas y balones de fantasía	3,72	7,8	-4,07
95.06.70.30	Patines de ruedas	0,23	4,83	-4,60
95.06.70.90	Partes y accesorios	0,51	0,51	0
TOTAL		154,35	256,56	-102,21

Fuente: Base de datos Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX).

• Origen y destino de los intercambios comerciales

El sector del juguete presenta un superávit en la **balanza comercial** con la Unión Europea de 154,11 millones de euros, (destaca Portugal con un saldo comercial positivo de 67,95 millones de euros, Francia con 48,59 millones de euros y Reino Unido con 37,37 millones de euros). Esto confirma la importancia de la Unión Europea como mercado natural de las exportaciones españolas, que representaron el 74,5% del total exportado. Los intercambios con Estados Unidos y México también presentan superávit.

Por el contrario, la balanza es desfavorable con China por 441,12 millones de euros, con Japón de 38,79 millones, Taiwan 17,04 millones, Hong-Kong 8,82 millones, Pakistán 7,80 millones, Tailandia, 7,40 millones. El empuje de las importaciones ha hecho empeorar la tasa de cobertura, pasando de un 73% en el año 1999, a un 55% en el 2000.

Principales destinos de las exportaciones españolas

(Millones de Euros)	1996	1997	1998	1999	2000	VARIACION 99/00
Francia	58,72	66,67	81,58	67,58	74,70	10,5%
Portugal	39,14	50,49	52,54	59,76	70,96	18,7%
Reino unido	40,29	46,84	39,31	48,16	52,95	10,0%
Alemania	21,18	200,18	22,01	22,56	27,60	22,4%
Estados Unidos	9,99	11,17	10,15	19,04	23,89	25,4%

Italia	14,10	20,82	21,93	17,23	19,24	11,6%
Países Bajos	7,39	8,42	8,14	9,42	13,28	41,1%
Bélgica/Luxemb.	6,08	7,89	9,02	8,35	8,31	-0,5%
México	2,11	3,29	4,96	5,52	10,95	98,3%
Grecia	3,87	4,81	4,65	5,29	6,21	17,4%
Total Unión Europea	196,40	230,94	244,52	236,83	281,42	18,8%
Total Terceros	50,49	64,96	68,27	81,49	96,56	18,5%
Total Mundial	246,89	295,90	312,79	318,31	377,98	18,75%

Fuente: Informe Sector: Juguetes. Subdirección General de Comercio Exterior de Productos Industriales. 2001.

Principal origen de las importaciones españolas

(Millones de Euros)	1996	1997	1998	1999	2000	VARIACION 99/00
China	157,33	203,96	234,87	287,81	441,45	53,4%
Alemania	23,76	23,96	19,25	20,30	34,22	68,5%
Francia	23,76	23,96	19,25	20,88	26,11	25,1%
Italia	26,19	25,68	23,40	19,28	19,09	-0,9%
Reino Unido	10,72	13,67	10,95	13,24	17,23	30,1%
Países Bajos	6,36	8,50	9,73	9,90	15,57	57,4%
Taiwan	6,59	7,70	7,22	7,83	19,09	144%
Pakistán	9,08	8,10	10,58	6,69	7,80	16,5%
Estados Unidos	6,56	7,16	6,14	5,97	10,67	78,7%
Total Unión Europea	94,62	98,58	96,12	91,06	127,31	39,9%
Total Terceros	213,65	262,21	293,91	346,33	560,47	61,8%
Total Mundial	308,28	360,79	390,03	437,39	687,78	57,25%

Fuente: Informe Sector: Juguetes. Subdirección General de Comercio Exterior de Productos Industriales. 2001.

Dentro de los destinos de las **exportaciones españolas**, Francia ocupa el primer lugar en el año 2000. Cabe destacar el proceso continuo de penetración en Portugal y Reino Unido. Fuera de la Unión Europea se debe destacar el crecimiento de las exportaciones a México (98,3% respecto a 1999) y a Estados Unidos (25,4%).

Las **importaciones españolas** han crecido considerablemente. El 70% de las importaciones proceden de países del Lejano Oriente. La República Popular de China es el origen del 64,18% de las importaciones de juguetes, con un aumento del 53,4% sobre el año anterior. Después figuran como países suministradores, Alemania, Francia, Italia, Reino Unido, Países Bajos, Taiwan, Pakistán y Estados Unidos. La Unión Europea suministra a España el 18,51% de los juguetes.

• Características del comercio exterior. Análisis del consumo aparente

La mitad de la producción de juguetes española está destinada a otros mercados. No obstante, el esfuerzo exportador está bastante estabilizado. La calidad y valores educativos de los productos exportados son las características generales de los juguetes españoles, puesto que no pueden competir en precio con los juguetes

de Asia.

Los juguetes importados de China que entran en el mercado español, reúnen el perfil mencionado anteriormente, están situados en franjas de precio, calidad y seguridad muy bajas. Suelen ser juguetes poco complicados tecnológicamente, al contrario de los fabricados en Taiwan o Japón. La importación de juguetes fabricados en países asiáticos es realmente frecuente en el sector juguetero.

El consumo aparente en España en el año 2000 significó 1182,47 millones de euros, de los cuales 494,69 millones de euros, el 41,84%, corresponden a las ventas en España de productos nacionales. Los productos importados vendidos forman el 58,16% del total del consumo aparente y suponen 687,78 millones de euros.

• FACTORES DE COMERCIALIZACIÓN

• Canales de distribución

La **distribución** es un factor clave. Se caracteriza por un incremento en la presencia de grandes cadenas de supermercados y grandes superficies. La comercialización de juguetes se concentra en las grandes superficies y en las grandes superficies especializadas. La distribución tradicional va perdiendo terreno lo que provoca el cierre de pequeños detallistas y algunos mayoristas.

Distribución de juguetes por canales (% sobre ventas totales)

La **distribución se ha concentrado** en pocas manos y los fabricantes tienen poco poder de negociación frente a las grandes superficies e hipermercados que negocian fuertemente los precios, descuentos y sistemas de financiación. El año 2000 fue el primero que Carrefour actuó como grupo único, formado por la empresa de distribución francesa Pryca S.A. y el Grupo Promodés (Centros Comerciales Continente S.A.), con lo que ha concentrado más el canal de hipermercados en España.

Las **cadenas especializadas** de distribución minorista de juguetes como Toys'R'Us han aparecido hace relativamente poco tiempo. Esta cadena ha logrado desestacionalizar las ventas y el 45% de las ventas se hacen fuera de período navideño. Otras cadenas como Disney, e Imaginarium abren pequeñas tiendas en centros comerciales céntricos.

La **distribución minorista** está muy fragmentada. Además de los establecimientos especializados, hay otros comercios que venden juguetes como gasolineras, tiendas de regalo, farmacias o incluso puestos en mercadillos. Algunos comercios han formado agrupaciones de interés en forma de centrales de compra o de importación para obtener mejores precios de fabricantes y poder competir con superficies mayores.

Otros canales como internet y la venta por catálogo abarca el 7,58% de las ventas. Las previsiones indican que estos canales incrementarán sus ventas, principalmente internet, pero en ningún caso llegarán a substituir los canales predominantes en la actualidad.

Además de las actividades de distribución y comercialización, la mayoría de los hipermercados, grandes superficies, mayoristas y centrales de compra realizan importaciones de juguetes. Una de las formas de abordar el mercado español de juguetes es nombrar un agente, representante o firmar un contrato con un distribuidor en exclusiva.

• Márgenes comerciales

Los juguetes de la Unión Europea no tienen que soportar **aranceles**, y los juguetes provenientes de terceros países, la importación se ha liberalizado y tienen un arancel cero desde el año 2001. Sin embargo, los cargamentos deben ser despachados a través de un agente de aduanas registrado. Normalmente, el coste total

para despachar aduanas de entrada es entre 5–10% del valor CIF de la carga. Esto incluye el Impuesto sobre el Valor Añadido (4%), el agente de aduanas y gastos de manipulación hasta el transporte interior.

En España los productos y servicios están sujetos al **Impuesto sobre el Valor Añadido IVA**, que es del 16%. Se aplica la tasa reducida del 7% a los alimentos, y la tasa mínima del 4% a los juguetes y material educativo. El IVA no se aplica ni en las Islas Canarias, ni en Ceuta y Melilla, sino el IGIC (Impuesto General Indirecto Canario) del 4,5%.

Los **costes de transporte interior** dependen del destino final de las mercancías. Como ejemplo, se muestran unos precios aproximados de trayectos para un contenedor de 20' :

- Puerto de Algeciras (Cádiz) – Sevilla: 264,45 euros (44.000 pesetas)
- Puerto de Bilbao – Madrid: 516,87 euros (86.000 pesetas)
- Puerto de Barcelona – Madrid: 588,99 euros (98.000 pesetas)
- Puerto de Valencia – Madrid: 240,40 euros (40.000 pesetas)
- Puerto de Bilbao – Zaragoza: 390,66 euros (65.000 pesetas)
- Puerto de Málaga – Madrid: 420,71 euros (70.000 pesetas)
- Puerto de Barcelona – Valencia: 150,25 euros (25.000 pesetas)

Los **márgenes** aplicados dependen de la actividad del vendedor. Los fabricantes aplican márgenes del 40–50% dependiendo si comercializan a mayoristas, centrales de compra, grandes superficies o directamente al punto de venta. Los importadores, mayoristas y grandes compradores aplican, a su vez, un margen variable dependiendo del producto entre 20–50%. En el caso de la superficie especializada Toys´R´Us, aplican un margen 35–40% sobre los precios a que les vende el fabricante o el exportador en otro país. Las grandes superficies intentan reducir los precios de venta de los fabricantes durante fuertes negociaciones e incluso, reducen sus propios márgenes.

En el mercado internacional de juguetes no existen **condiciones de pago** standard, depende de cada caso y cada país. En España los pagos normalmente se hacen a 30, 60, y 90 días aunque algunas compañías o el Estado imponen pagos más tardíos. Para clientes de la Unión Europea se suele cobrar las facturas en esos plazos mediante transferencia swift. A los clientes de terceros países se suele exigir pago al contado por adelantado en las primeras transacciones mediante transferencia o cheque.

Las **condiciones de entrega** suelen ser Ex-Works o CIF si la relación comercial es continua. En el caso de las importaciones, los importadores españoles prefieren las condiciones FOB puerto Mediterráneo. Si el proveedor es europeo, las mercancías suelen entregarse Ex-Works y ser el importador español quien contrata el transporte.

• Precios

Los precios de los juguetes han venido evolucionando por encima del índice de precios al consumo. En temporada de Navidad, el mismo juguete puede ser más caro que durante el año. En algunos casos, se ha constatado una diferencia de 24,04 euros (4.000 pesetas), según las asociaciones de consumidores. Los juguetes con precios más bajos son los importados de China y los juguetes con precios más altos son los más sofisticados tecnológicamente y los que vienen apoyados por una gran campaña de publicidad.

Tabla de precios orientativa

(Euros)	Eroski	Carrefour	Toys´ R´Us	El Corte Inglés	Makro	Tienda
	19,80	18,00	21,01	28,55	11,99	24,01

Magia Borrás Classic (Borrás)						
Monopoly (Parker-Hasbro)	24,01	18,00	24,01	24,01	--	24,01
Ordenador infantil PcRatón (Vtech)	78,10	87,12	78,10	90,00	--	78,10
Action Man Air Surfer (Hasbro)	34,23	25,21	30,02	37,71	21,01	34,83
Las 3 mellizas (Famosa)	22,21	20,13	19,80	27,05	11,99	21,61
Casa mellizas (Famosa)	46,25	36,00	45,05	59,95	30,65	35,61
Pirulín Pipi (Famosa)	40,84	29,99	33,03	51,69	25,84	33,63
Barbie canción de cuna (Mattel)	30,02	24,01	30,02	39,07	20,67	30,02
Mister Potato Suave (Playskool)	18,00	17,97	24,01	28,55	--	--
Triciclo volquete (Coloma y Pastor)	21,01	26,41	27,02	46,58	--	21,61
Castillo (Playmobil)	48,05	42,04	57,07	56,19	34,86	42,04
Fort Glory (Playmobil)	54,06	53,19	66,08	64,76	36,06	48,05
Cubo pequeño básico (Lego)	--	11,99	11,99	14,88	--	11,99
Tente Titanic (Borrás)	24,01	24,01	30,02	50,18	22,21	24,01
Cocina Kitchen (Moltó)	--	45,65	54,06	--	51,06	--
Puzzle 1000 piezas (Educa)	11,99	12,59	9,59	11,27	6,61	9,59
Coche teledirigido Dirty jeep 1 rc (Nikko)	54,06	42,04	30,02	43,57	25,54	49,58

Fuente: Elaboración propia a partir de datos recogidos en los puntos de venta.

• Promociones

Aunque los fabricantes intentan realizar **promoción del juguete** todo el año, en Navidad la publicidad se refuerza en televisión, así como en grandes almacenes mediante estrategias de precio psicológico (terminado en 95 ó 99), más cantidad de lineales dedicados a juguetes, ofertas en las cabeceras del lineal, catálogos y buzzoneos.

Los **jugueteros españoles** invirtieron 120,20 millones de euros en publicidad en 2000, un 10% más que el año anterior. Las inversiones en publicidad de los líderes españoles y las multinacionales son muy elevadas. La publicidad se considera importante pero no imprescindible.

Los principales soportes de la **publicidad de juguetes** son la televisión y el punto de venta. La publicidad en televisión es la forma de transmitir el mensaje a mayor población. Casi cada español tiene una televisión en su hogar (99,7%) y el 91% la mira cada día. Las horas en que se ve más la televisión (prime time) es de 2:00–4:00 p.m. y 9:00–11:30 p.m. Las cadenas líderes de audiencia en el año 2000 fueron Televisión Española (25,6% de la audiencia), Antena 3 Televisión (23%), Telecinco (21,1), a las que siguen La 2, Canal Plus (televisión de pago) y siete cadenas regionales.

La **audiencia infantil** de televisión tiene una media de 168 minutos visionados al día. Los programas infantiles no superan a la audiencia de los programas no infantiles vistos por niños. El visionado de televisión es una de las actividades más frecuentes de los niños.

La **publicidad en televisión** tiene forma de anuncios o spots, patrocinio, uso de marcas o símbolos o ser publicidad encubierta. Los anuncios de publicidad en horario prime time son los más caros. En temporada de Navidad, los fabricantes de juguetes compran sus anuncios en estas franjas horarias para obtener un visionado masivo. Los precios de estos anuncios superan los 6.000 euros.

La publicidad en el lugar de venta es importante porque actúa sobre el precio y factores psicológicos al situarlos productos en lugares destacados. Otros soportes de publicidad de juguetes, son la radio, el cine, los libros, las vallas publicitarias, revistas e internet.

• Factores legales

Barreras arancelarias:

El arancel español se basa en el Sistema Armonizado de Aranceles de la Unión Europea. Hasta el año 2.000 solamente tenía arancel la partida 95.02 de Muñecas, pero a partir del año 2001 el arancel es cero para todas las partidas.

Barreras no arancelarias:

Las **regulaciones de contingentes** de juguetes se levantaron en el año 1998 mediante el Reglamento Comunitario 1138/98. Con ello, la importación de juguetes de China se liberalizó totalmente, quedando sometida a vigilancia estadística únicamente.

Las **regulaciones sobre la seguridad** de los juguetes nacen de la Directiva Comunitaria 88/378 que fue traspasada a la legislación española mediante el Real Decreto 880/1990. El juguete debe cumplir obligatoriamente con lo establecido en estas normas. La Directiva establece que el fabricante o importador de un juguete debe tener una documentación técnica en la que demuestre que el artículo es conforme a esta norma. Para ello, los laboratorios autorizados por la Comisión Europea realizan una serie de ensayos, que una vez superados, permitirán al fabricante poner la marca CE en el envase del juguete.

Al adherirse a estas normas en el proceso productivo, los fabricantes extranjeros tienen la posibilidad de autocertificar sus productos sin que interese su origen. Alternativamente, los productos que no cumplen esta condición deben ser controlados en la Unión Europea por un laboratorio acreditado.

Las **regulaciones sobre publicidad infantil** se basan en la Ley 22/99 que prohíbe la publicidad encubierta y subliminal, la que explote la confianza de los niños en sus padres, presentadores de televisión u otros, y prohíbe que se confunda con los programas. Por su parte, las cadenas de televisión han firmado el Convenio

de principios para autorregulación de las cadenas de contenidos para la protección de la infancia y la juventud.

• Presentación del producto

La presentación del juguete es importante porque además de ser un instrumento de marketing contiene información sobre el origen, fabricante y si cumple las normas de seguridad. Algunos juguetes, como peluches, balones, bicicletas, etc, carecen de embalajes y deben mostrar esa información en el etiquetado. Los juguetes pueden ser envasados en cartonajes o plásticos con el nombre del producto y/o la marca comercial. Los juegos y juguetes que necesitan instrucciones de juego o precauciones adicionales, frecuentemente las muestran en las cajas.

• ENTREVISTAS

Empresa:	TOYS`R`US IBERIA S.A.
Dirección:	Ctra. Antigüa de Barcelona, Km.15,5. 28812 Alcalá de Henares (Madrid)
Teléfono:	91 887 82 00
Fax:	91 822 82 28
Persona entrevistada:	Sr. Ricardo Quiroga Director de Marketing

Toys`R`Us es una gran superficie especializada en juguetes. Posee 29 establecimientos en España y está a punto de inaugurar dos. Su actividad consiste en la comercialización de juguetes que compra directamente a fabricantes españoles o que importa de otros países. El

83% aproximadamente de los juguetes que venden son de fabricantes españoles.

El Sr. Quiroga es el Director de Marketing de Toys`R`Us. Según su opinión, Toys`R`Us ha revolucionado el sector del juguete ya que no sólo venden juguetes en Navidades. El 45% de la facturación se realiza fuera de Navidad. Este es uno de los inconvenientes que deben sortear los fabricantes, que tienen tendencia a dedicar todos sus esfuerzos a la campaña navideña y se dedican el resto del año a vivir de las rentas.

Los productos de las multinacionales americanas más conocidas, Hasbro y Mattel, cree que son los que mejor imagen de marca tienen junto con Disney y la Warner Bros. Los productos licenciados son muy fáciles de vender porque los acompaña una campaña de marketing impresionante.

Toys`R`Us tiene diversas estrategias hasta entonces innovadoras en el mercado del juguete. Realiza promociones a través de una tarjeta de fidelidad con redención de puntos, los cheque regalo que obligan al receptor a gastarlo en Toys`R`Us, y descuentos a lo largo de todo el año.

Empresa:	MATERIAL EDUCATIVO HENBEA S.L.
Dirección:	Pol. Ind. P-29 C/D, Nave 13 28400 Collado Villalba (Madrid)
Teléfono:	91 849 17 43/44
Fax:	91 849 17 45
Página web:	www.henbea.es
Persona entrevistada:	Sra. Ivonne Jarrett

Henbea es una empresa fabricante e importador de juguetes educativos. Realiza sus actividades en Madrid desde su fundación el 1986. Los países de donde importan son Holanda y Reino Unido, donde exportan además de a la República Checa, Estados Unidos, Australia y América Latina. Sus clientes son colegios y distribuidores.

La Sra. Jarrett considera que la competencia del juguete son las consolas y juegos de ordenador que han quitado mucho mercado a los juguetes educativos. También considera que los juguetes electrónicos y las modas como, por ejemplo, este año Harry Potter, dirigen al consumidor a unos juguetes determinados.

La empresa Henbea ha tenido dificultades en encontrar un profesional del diseño industrial de juguetes. La mayoría están trabajando en las fábricas de Alicante y escasean en otras zonas. Se echan en falta diseñadores especializados en este sector e ideas novedosas.

La Sra. Jarrett considera que los productos que importan de la Unión Europea están posicionados de manera similar a los españoles, con un alto nivel de calidad y valores educativos, pero los españoles todavía son algo más baratos.

Empresa:	FAMOSA S.L.
Dirección:	C/ San Antonio, 8 03430 Onil (Alicante)
Teléfono:	96 654 46 00
Fax:	96 556 57 16
Persona entrevistada:	Sra. Dolores Fernandez Responsable de Marketing

Famosa es la empresa líder del mercado español en fabricación de muñecas. Posee una filial en Hong Kong desde la que coordinan la fabricación en China de algunos productos y componentes que luego exportan a España. En breve plazo van a instalar otra planta de producción en Argentina para abastecer a toda América.

La descentralización de la producción en China, es obviamente, una de las bazas más importantes de Famosa ya que compite con precios bajos y diseño y calidad españoles. Otros fabricantes españoles adoptan la misma estrategia pero subcontratan la producción en vez de implantarse fuera y dirigirla ellos mismos.

La fabricación en China no implica solo ventajas. En este país, han sufrido robos de diseños y copias de algunos productos que fabricados con materiales de peor calidad, resultan más competitivos y pueden echar del mercado al producto original. En España también encuentran empresas que copian diseños e ideas y se benefician de ventas altas.

La Sra. Fernández explica que Famosa, desde los comienzos ha usado mucho la publicidad televisada que le dio la fama con el spot de las muñecas de Famosa y su conocido jingle. Considera que es totalmente imprescindible que los productos con unas mínimas aspiraciones de ventas se anuncien en televisión.

Empresa:	DIMASA
Dirección:	Duque de Rivas, 5 28012 (Madrid)

Teléfono:	91 369 01 99
Fax:	91 369 02 74
Persona entrevistada:	Sr. Jesús Alonso Jefe de Compras de Juguetería

DIMASA es la primera cadena española mayorista de juguetes, regalos y otros artículos. Tiene 11 años de actividad y está formada por Juguetes Carrión (Málaga), Jupesa (Alicante), Navarro (Madrid), Sarti (Badajoz y Lisboa) y Cladellas (Barcelona).

Importan y distribuyen juguetes en España y Portugal. El Sr. Alonso expone que los motivos para elegir la distribución de un juguete son el precio y el tirón que tiene en un momento determinado. El año pasado subieron las importaciones en patinetes ya que el público demandaba más ese producto.

El tipo de juguetes que trabajan es muy variado. Compran tanto a fabricantes españoles de primera línea como a importadores de productos económicos de China. El mercado español es muy grande y caben productos de muy distinta clase y precio.

Empresa:	MOLTO Y CIA S.L.
Dirección:	Avda. Azorín, 18 03440 Ibi (Alicante)
Teléfono:	96 655 40 88
Fax:	96 555 39 90
Persona entrevistada:	Sra. Rosa Verbegal Adjunta al Director Sr. Pedro Moltó

Moltó es un fabricante e importador de juguetes. Asimismo, exportan sus productos a Europa, Estados Unidos, México y países del Este de Europa. La fábrica de Alicante está compuesta por 150 personas y el 70% de sus ventas se encuadran en la temporada navideña.

La Sra. Verbegal considera que la industria juguetera española es tradicional en Alicante y Valencia y cree que el sector está en una buena época. Los productos más vendidos de Moltó son los correpasillos, las cocinas y los parkings.

Recientemente, han implantado un nuevo plan de marketing, para fidelizar clientes a través de una tarjeta de puntos y sorteos. Van a empezar a explotar las posibilidades de distribución que ofrece internet a través de las compras on-line, que pronto serán posibles en su página web. Asimismo, editan unas revistas para padres y han lanzado un Club de clientes.

Empresa:	ALICANTINA DE JUGUETES S.L.
Dirección:	Gabriel Miró 8 03430 Onil (Alicante)
Teléfono:	96 556 45 62
Fax:	96 655 76 35
Persona entrevistada:	Sr. Francisco Sirvent

La actividad de Alicantina de Juguetes S.L. es mayorista e importador. Los productos que manejan son muñecas, peluches y artículos de jardín. El 95% de los productos que distribuyen son de fabricación nacional y solo un 5% importados.

Los criterios que priman a la hora de comercializar un juguete son precio y diseño por este orden. El Sr. Sirvent considera que el negocio de los peluches es uno de los más rentables del sector. Los productos de aire libre y jardín no tienen en España el consumo que se esperaría para un país con tan buen clima.

Sus clientes principales son los centros comerciales, tiendas pequeñas y otras tiendas, por ejemplo, de regalos. Si las grandes superficies como, por ejemplo, Carrefour desde la fusión continúan reduciendo sus márgenes y aplicando condiciones tan duras a los proveedores van a empezar a desaparecer muchos negocios.

Empresa:	MAPA TOYS Asociación de Interés Económico
Dirección:	Avda. Aniceto Marinas, 18, 1º 28008 Madrid
Teléfono:	91 559 71 50
Fax:	91 559 05 83
Persona entrevistada:	Sra. Guadalupe Ocaña Responsable de Compras

Mapa Toys es una asociación de interés económico que actúa como central de compras agrupando a diversos minoristas para conseguir mejores precios de los proveedores. Su actividad, por lo tanto, es única y exclusivamente las compras.

El 60% de los productos que adquieren son de fabricación nacional y el 40% restante, importados de Asia y Estados Unidos. Los productos que ven con más futuro son los juguetes electrónicos, como las mascotas electrónicas Poo-Chi, y los coches y aparatos teledirigidos. La Sra. Ocaña también considera que el mercado de los juegos de mesa hay todavía mucho por hacer.

Los artículos de primera infancia pueden tener un resurgir en los próximos años. Los minoristas confían en que la baja natalidad de España pronto cambie la tendencia.

Empresa:	BANDAI
Dirección:	Campo de las Naciones. Avda del Partenón 10 28042 Madrid
Teléfono:	91 721 16 16
Fax:	91 721 00 50
Persona entrevistada:	Sra. Mar de Pedro Responsable de área de Marketing

La Sra. Mar de Pedro es responsable de las líneas de figuras de acción, transformables, robots y universos en miniatura que importa Bandai desde sus siete fábricas en el mundo. Bandai comenzó su actividad productiva en 1951 fabricando en gran volumen réplicas de autos y aviones de metal. La mayor parte de los productos

están concentrados en figuras de acción. Es propietaria de las licencias de personajes Power Rangers y Dragon Ball.

Desde Bandai se considera que el mercado español está muy estacionalizado y bastante saturado, dada la tradición que tiene la fabricación de juguetes. El mercado español se aborda desde líneas de producto cortas, que duran como mucho 4 años.

La líneas de juguetes electrónicos, como la mascota electrónica Tamagotchi fue el pionero en España de ese tipo de artículos y se recibió muy bien por parte de los consumidores. Sin embargo, ese tipo de juguetes no han ganado todavía las ventas esperadas.

Empresa:	CARREFOUR
Dirección:	C/ Campezo 16. Pol. Ind. Las Mercedes 28034 Madrid
Teléfono:	91 301 89 00
Fax:	91 747 46 72
Persona entrevistada:	Sr. Vicente Chicote Jefe de Producto

Carrefour es el mayor grupo de hipermercados de España. El primer semestre de 2001 ha tenido un 16% más de beneficios. Según el Sr. Chicote, desde la fusión de Pryca y Continente, los márgenes comerciales han bajado por ajustes internos que han mejorado los procesos de compra y la logística. El coste de distribución supone el 19,4% de las ventas.

La venta de juguetes en los hipermercados Carrefour cuenta con una serie de ventajas en el período navideño. Los consumidores que acuden a realizar compras de alimentación, compran también los juguetes. El horario continuo, la apertura de domingos en plena Navidad y la apertura todo el día y la noche del 5 de enero mejoran considerablemente las ventas de juguetes.

Carrefour importa juguetes del segmento de precios medio y medio-bajo. Los juguetes nacionales se sitúan en precios medio-altos. Los instrumentos de crédito revolving, tarjeta de fidelidad y la venta por internet son nuevos métodos que se desarrollan con éxito.

Empresa:	THE DISNEY STORE
Dirección:	Centro Comercial La Gran Manzana. Local 13, planta 2ª. 28100 Alcobendas (Madrid)
Teléfono:	91 653 62 78
Fax:	91 652 88 39
Persona entrevistada:	Srta. Susana Rojo Responsable de establecimiento

La cadena de tiendas The Disney Store pertenece directamente al emporio de Walt Disney. Las tiendas comercializan juguetes basados en los personajes de las películas de Disney. Estos personajes son periódicamente renovados y se lanzan líneas nuevas acompañando a los estrenos de largometrajes de dibujos

animados.

La Srta. Rojo explica que en época de Navidad los empleados de la tienda trabajan muchas horas extra y la afluencia de público y las ventas son mucho mayores entre el 1 de diciembre y el 6 de enero.

Los productos Disney más demandados son las películas y los peluches, aunque también comercializan ropa y complementos para niños y adultos. Los juguetes Disney son importados de fábricas chinas en su gran mayoría. El posicionamiento de estos productos es alto pero en España tienen un buen mercado.

• ANEXOS

• Datos prácticos y otras informaciones sobre el país

Horario local	Una hora más del GMT (horario del Meridiano de Greenwich) desde finales de octubre a marzo, y dos horas más el resto del año. Una hora menos en las islas Canarias.
Horario laboral	De negocios: generalmente de 9:00 a 18:00, lunes a viernes. Bancos: de 8:30 a 14:30, lunes a viernes. Administraciones públicas: de 8:00 a 15:00, lunes a viernes. Comercio de 10:00 a 13:30 y 17:00 a 20:30, lunes a sábado. Grandes superficies: de 10:00 a 22:00/21:30, lunes a sábado.
Festividades	Hay 14 fiestas al año como máximo. En 2002 los días festivos en todo el país serán: el 1 de enero (Año Nuevo), el viernes santo en Pascua (abril), el 1 de mayo (Fiesta del Trabajo), el 15 de agosto (Asunción de la Virgen), el 12 de octubre (Fiesta Nacional), el 1 de noviembre (todos los santos), el 6 de diciembre (día de la Constitución), el 8 de diciembre (Inmaculada Concepción) y 25 de diciembre (Navidad). El mes de agosto y las fechas próximas a Navidad y Semana Santa son de baja productividad por vacaciones.
Requisitos de inmigración	Para los ciudadanos de la UE, documento de identificación nacional o pasaporte en vigor. Para ciudadanos de otros países, pasaporte y visado de entrada temporal (visado Schengen) o de residencia. Para los ciudadanos de países con acuerdo de exención de visado para estancias turísticas de menos de 3 meses, pasaporte en vigor y billete de regreso dentro de ese plazo.
Características eléctricas	La corriente eléctrica es de 220 voltios y frecuencia de 50 Hz. Los aparatos eléctricos de algunos países posiblemente necesiten un transformador y/o adaptador.
Ferrocarriles	15.430 kilómetros de vías, operados por RENFE, Red Nacional de Ferrocarriles Españoles, FEVE Ferrocarriles Españoles de Vía Estrecha y ferrocarriles privados. Enlaces fronterizos: 3 con Portugal y 2 con Francia.

Autopistas	162.184 km de autopistas. 95.089 km de carreteras nacionales y 67.095 km de provinciales o locales. Existen abundantes pasos fronterizos por carretera.
Aeropuertos	En total 99, de ellos 42 para uso civil y 33 tienen aduanas. Los aeropuertos de mayor tráfico son: Madrid-Barajas, Barcelona, Palma de Mallorca, Málaga y Gran Canaria.
Puertos principales	Algeciras, Alicante, Avilés, Barcelona, Bilbao, Cádiz, Cartagena, Castellón, Ceuta, El Ferrol, Gijón, Huelva, La Coruña, Las Palmas, Málaga, Melilla, Palma de Mallorca, Pasajes, Rota, Sagunto, Santa Cruz de Tenerife, Valencia, Vigo, y otros 204 puertos menores.
Marina mercante	242 barcos (1.000 toneladas o más) que incluyen 2 de pasajeros, 8 ferries, 71 de carga, 12 de carga refrigerada, 12 para contenedores, 32 roll-on/roll-off, 4 para vehículos, 41 petroleros, 14 para carga química, 7 para gas licuado, 3 tanques especializados y 36 para carga en bodega.

• **Tablas anexas**

Población menor de 14 años por Comunidades Autónomas y provincias

	0-4	05-09	10-14
Andalucía	363.630	450.431	489.056
Almería	27.192	33.091	35.587
Cádiz	59.587	70.690	79.926
Córdoba	39.230	47.467	50.261
Granada	37.249	49.553	53.126
Huelva	21.887	27.717	30.510
Jaén	33.170	43.029	43.780
Málaga	58.743	74.922	83.077
Sevilla	86.572	103.962	112.789
Aragón	43.436	49.824	56.881
Huesca	7.653	8.394	9.685
Teruel	5.051	6.071	6.817
Zaragoza	30.732	35.358	40.379
Asturias (Principado)	28.808	37.572	49.790
Islas Baleares	38.479	44.577	47.043
Canarias	69.957	98.165	108.338
Las Palmas	43.998	52.017	57.211
Santa Cruz de Tenerife	25.959	46.148	51.127
Cantabria	17.622	21.977	27.342
Castilla y León	80.507	103.010	124.879
Avila	4.679	7.442	8.653
Burgos	11.190	14.488	17.188
León	15.110	19.998	25.687
Palencia	6.005	7.534	9.451
Salamanca	11.587	14.847	17.748
Segovia	5.634	6.611	7.271

Soria	3.080	3.692	4.296
Valladolid	17.166	20.364	24.883
Zamora	6.056	8.035	9.703
Castilla-La Mancha	78.817	98.245	104.205
Albacete	18.231	21.177	22.512
Ciudad Real	21.911	28.856	30.164
Cuenca	7.950	10.331	10.642
Guadalajara	6.654	7.886	8.583
Toledo	24.071	29.995	32.304
Cataluña	266.023	280.884	309.124
Barcelona	200.829	209.191	231.237
Girona	25.456	27.506	28.756
Lleida	14.180	16.050	17.489
Tarragona	25.557	28.137	31.643
Comunidad Valenciana	173.508	205.721	229.158
Alicante	62.735	76.137	85.019
Castellón de la Plana	20.301	22.763	25.243
Valencia	90.472	106.821	118.896
Extremadura	46.208	62.829	69.544
Badajoz	32.427	40.870	44.244
Cáceres	13.781	21.959	25.300
Galicia	87.904	114.674	139.727
A Coruña	36.022	45.410	56.069
Lugo	9.845	13.652	17.138
Ourense	9.488	12.609	15.512
Pontevedra	32.549	43.003	51.008
Madrid (Comunidad)	213.440	244.585	274.643
Murcia (Comunidad)	60.870	69.130	72.704
Navarra	23.700	23.804	26.038
País Vasco	77.815	80.809	96.512
Alava	10.604	11.461	14.102
Guipúzcoa	27.815	26.820	30.492
Vizcaya	39.396	42.528	51.918
Rioja (La)	10.099	11.660	13.283
Ceuta	4.929	5.298	5.397
Melilla	3.181	4.428	4.484
TOTAL	1.688.935	2.007.620	2.248.148

- Listado de fabricantes, importadores, mayoristas, grandes compradores

FABRICANTES

FABRICAS AGRUPADAS DE MUÑECAS DE ONIL, S.A. «FAMOSA»

San Antonio, 8 – 03430 ONIL (Alicante)

Tel. 96 654 46 00 – Fax 96 556 57 16

HASBRO, S.A.

Pol. Ind. Ribarroja Turia, Sec. 13, c/ 17 – 46190 RIBARROJA DEL TURIA (Valencia)

Tel. 96 271 94 00 – Fax 96 271 94 91

MATTEL ESPAÑA, S.A.

Aribau, 200, 8ª planta – 08036 BARCELONA

Tel. 93 306 79 00 – Fax 93 201 52 04

INDUSTRIAL JUGUETERA, S.A.

Avda. Azorín, 20 – 03440 IBI (Alicante)

Tel. 96 556 08 62– Fax 96 555 33 56

PLAY BY PLAY TOYS & NOVELTIES EUROPE, S.A.

Edif. Play by Play, c/ A, Pol. Ind. el Oliveral – 46190 RIBA-ROJA (Valencia)

Tel. 96 166 85 22 – Fax 96 166 86 30

JESMAR, S.A.

Avda. de Alcoy, s/n – 03410 BIAR (Alicante)

Tel. 96 581 02 00 – Fax 96 581 07 01

COLOMA Y PASTOR, S.A.

Avda. Feria del Juguete, 10 – 03440 IBI (Alicante)

Tel. 96 555 03 54 – Fax 96 555 32 20

FEBER

Albacete, S/N. Pol.Ind. Derramador 03440 Ibi (Alicante)

Tel. 96 555 13 08 – Fax. 96 655 05 93

JUGUETES PICO, S.A.

Salvador Dalí, 4-6 – 03440 IBI (Alicante)

Tel. 96 555 09 66 – Fax 96 555 17 37

POPULAR DE JUGUETES, S.L.

Pol. Ind. La Cova, C/ Maestrat, 34 – 46940 MANISES (Valencia)

Tel. 96 152 08 28 – Fax 96 152 36 23

EDUCA SALLENT, S.A.

Osona, 1 – Pol. Ind. Can Casablanques – 08192 SANT QUIRZE DEL VALLES (Barcelona)

Tel. 93 721 68 20. Fax 72168 30

COMERCIAL PERSAN, S.A.

Ctra. Madrid–Cartagena, km. 383 – 30100 ESPINARDO (Murcia)

Tel. 968 30 66 12 – Fax 968 83 01 92

INDUSTRIAS FALCA, S.L.

Avda. Constitución, 92 – 03430 ONIL (Alicante)

Tel. 96 556 41 73 / 556 47 59 – Fax 96 556 48 37

NAIPES HERACLIO FOURNIER, S.A.

Pol. Ind. Gojain, C/ San Blas, s/n – 01170 LEGUTIANO (Álava)

Tel. 945 46 55 25 – Fax 945 46 55 43

MOLTO Y CIA, S.A.

Avda. Azorín, 18 – P.O. Box 49 – 03440 IBI (Alicante)

Tel. 96 655 40 88 – Fax 96 555 39 90

BORRAS PLANA, S.A.

San Agustín, 47 – 08301 MATARO (Barcelona)

Tel. 93 796 45 12 – Fax 93 796 49 58

CEFA TOYS, S.A.

Paulino Savirón, s/n – 50013 ZARAGOZA

Tel. 976 41 35 66 – Fax 976 59 53 84

MAJORETTE ESPAÑOLA, S.A.

Ctra. Stª Eulalia, 236–240, At. B – 08902 L'HOSPITALET DE LLOBREGAT (Barcelona)

Tel. 93 431 11 11 – Fax 93 422 56 79

FABRICA DE JUGUETES, S.L. – CHICOS

Avda. del Juguete, s/n – 03440 IBI (Alicante)

Tel. 96 555 26 98 – Fax 96 555 25

SMOBY ESPAÑA, S.A.

Avda. Miguel Hernández, 5 – 46960 ALDAYA (Valencia)

Tel. 96 151 90 83 – Fax 96 151 63 93

DISET, S.A.

Zona Franca c/ C, nº 3, Sector B – 08040 BARCELONA

Tel. 93 336 74 62 – Fax 93 336 16 25

GUISVAL, S.A.

Picasso, 11 – 03440 IBI (Alicante)

Tel. 96 555 43 11 – Fax 96 555 34 11

HENBEA, S.L.

José Arcones Gil, 7 – 28017 MADRID

Tel. 91 367 97 78 – Fax 91 377 16 06

JUEGOS Y JUGUETES CAYRO, S.L.

Pol. Ind. Juyarco, 54, parcela 115 – 03700 DENIA (Alicante)

Tel. 96 578 14 82 – Fax 96 578 14 66

JUGUETES FALOMIR, S.A.

Tuejar, 43 – 46183 LA ELIANA (Valencia)

Tel. 96 274 39 11 – Fax 96 274 39 51

JUGUETES GOZAN, S.A.

Santa Ana, 4 – P.O. Box 7 – 03440 IBI (Alicante)

Tel. 96 555 31 61 / 555 28 79 – Fax 96 555 03 40

IMPORTADORES

BANDAI ESPAÑA S.A.

Campo de las Naciones. Avda del Partenón, 10 – 28042 Madrid

Tel. 91 721 16 16. Fax. 91 721 00 50

VTECH ELECTRONICS SPAIN, S.L.

Avda. de la Industria, 51 Pol. Ind. Alcobendas – 28108 ALCOBENDAS (Madrid)

Tel. 91 657 44 00 – Fax 91 661 49 14

CLEMENTONI IBERICA, S.L.

Avda. Brasil, 19 16º A – 28020 MADRID

Tel. 91 556 80 61 – Fax 91 555 80 36

CHICCO ESPAÑOLA, S.A.

Avda. Industrias, 10, Pol. Ind. Urtinsa – 28925 ALCORCON (Madrid)

Tel. 91 649 90 00 – Fax 91 6432 60 02

BIZAK– G.S.M. EXCLUSIVAS

Camino de Ibarsusi, s/n – 48004 BILBAO (Vizcaya)

Tel. 94 412 10 90 / 412 19 21 / 412 15 00 – Fax 94 473 06 09

LEGO, S.A.

Edif. Iberia Mar, c/ Orense, 34, 6º – 28020 MADRID

Tel. 91 675 21 38 / 675 21 41 – Móvil 607 32 03 63 – Fax 91 656 22 09

IMPEX (GRUPO NAYANA)

Ctra. de Cànoves, 15 – 08520 LES FRANQUESES DEL VALLES (Barcelona)

Tel. 93 849 49 83 – Fax 93 846 58 94

MONDO IBERICA, S.A.

Pol. Malpica, calle E/H , parcela 13–B – 50016 ZARAGOZA

Tel. 976 57 43 03 – Fax 976 57 43 71

OREGON SCIENTIFIC IBERICA, S.A.

Calendula, 95, Edif. O, Miniparque II, La Moraleja – 28100 ALCOBENDAS (Madrid)

Tel. 91 650 37 95 – Fax 91 650 38 56

SIMBA ESPAÑA, S.A.

La Granja, 27 Pol.Ind. Alcobendas – 28108 ALCOBENDAS (Madrid)

Tel. 91 662 31 95 – Fax 91 661 89 30

THE DOLL FACTORY EUROPE, S.L.

Pol. Ind. los Vasalos, parcela 49 – 03430 ONIL (Alicante)

Tel. 96 556 09 61 – Fax 96 556 51 00

ANDREU-TOYS

Industria,26 – 08551 TONA (Barcelona)

Tel. 93 812 45 45 – Fax. 93 812 46 25

ANGEL TOMAS,S.A.

Severo Ochoa, S/N Pol.Ind. "El Tiro" – 30100 ESPINARDO (Murcia)

Tel. 968 835 708 – Fax 968 833 715

BABY PUSHCHAIRS,S.L.

Pol. Ind. Estruch, c/Moreres, 115 – 08820 EL PRAT DE LLOBREGAT (Barcelona)

Tel. 93 370 32 07 – Fax. 93 370 53 14

BOYS TOYS, S.A.

Ctra. Abanilla, Km. 1,6 – 30140 SANTOMERA (Murcia)

Tel. 968 86 22 15 – Fax 968 28 12 45

CLADELLAS, S.A.

Ctra. Sant Feliu, s/n – 08187 STA. EULALIA DE RONSANA (Barcelona)

Tel. 93 844 83 00 – Fax 93 844 83 86

J.P. TRADING, S.C.

Ctra. de Castellón, Km. 3,700 nº 8 – 50013 ZARAGOZA

Tel. 976 49 07 11 – Fax 976 59 09 06

CREATIVITY

María Guzman,56 – 28003 MADRID

Tel. 91 445 85 95 – Fax 91 446 15 05 – Móvil 609 14 84 14

ESSENTIAL MINDS,S.L. "EINSTEIN"

Nord, 49 Casa 9 Urb."Polis" – 08908 ESPLUGUES DE LLOBREGAT (Barcelona)
Tel. 93 470 03 55 – Fax. 93 470 03 56

JUGUETES Y BARATIJAS PACHON, S.L.

Mariano Benlliure, 16 bajos – 46950 CHIRIVELLA (Valencia)

Tel. 96 370 91 40 – Fax 96 370 98 01

IMPORTACIONES MARKETING Y DISTRIBUCION

Plaza Miguel Servet, 8 – 03440 IBI (Alicante)

Tel. 96 655 24 14 – Fax 96 555 22 01

ITEM INTERNACIONAL, S.A.

Aptdo. de correos 264 – Pol. Ind. Rubí Sur – 08191 RUBI (Barcelona)

Tel. 93 588 77 50 – Fax 93 588 72 02

JOCKY TEAM, S.A.

Avda.Generalitat, 29-E, Pol. Ind. Font Santa – 08970 SANT JOAN DESPI (Barcelona)

Tel. 93 477 13 63 – Fax 93 477 32 60

MARUKATSU ESPAÑA, S.L.

Galileo, 23, local 5 – 08028 BARCELONA

Tel. 93 491 35 97 – Fax 93 491 49 29

MAYORISTAS

ALCATOY, S.L.

Camino de Albolote, 27 – 18200 Maracena (Granada) Tel. 958 41 12 01 – Fax 958 42 00 98

Actividad: Mayorista de juguetes. Venta al detall

ALDAY TECHNOLOGYS, S.A.

Algortako Etorbidea, 69 5º Ext.D – 48990 Algorta (Vizcaya) Tel.944 91 31 41

Actividad: Mayorista de Juguetes Educativos

ALICANTINA DE JUGUETES S.L.

Gabriel Miro, 8 – 03430 ONIL (Alicante) Tel: 96 556 45 62 – Fax 96 655 76 35

Actividad: Mayorista

ALMACENES GIL (GIL RODRIGUEZ, RICARDO)

Pescadores, 85 – 06400 Don Benito (Badajoz) Tel. 924 80 34 03 – Fax 924 80 34 03

Actividad: Mayorista de juguetes

CASH "EL ALMACEN", S.L.

Cervantes, 54 B – 06200 Almendralejo (Badajoz) Tel. 924 67 11 04 – Fax 924 67 13 86

Actividad: Mayorista de juguetes

CASH GOMEZ DIAZ, S.L.

Pol.Hurpe – 18230 Atarfe (Granada) Tel. 958 43 89 53 – Fax 958 43 71 57

Actividad: Mayorista de juguetes

DI-JOC, S.A.

Ctra. Alcolea, Km. 870 – 43206 Reus (Tarragona) Tel. 977 32 11 56 – Fax 977 32 32 67

Actividad: Venta al mayor juguetes – Camping y playa

DIMASA

Duque de Rivas, 5 – 28012 Madrid Tel. 91 369 01 99 – Fax 91 369 02 74

Actividad: Mayorista.

DISTRIBUCIONES SALAS

Virgen del Val, 10 – 28027 Madrid Tel. 91 403 77 96 – Fax 91 326 18 43

Actividad: Mayorista

EXCLUSIVAS LA IBENSE, S.A.

Av. Alfonso Peña, 1 – 49004 Zamora Tel. 988 51 30 51 – 988 51 30 51 – Fax 988 51 30 51

Actividad: Mayorista

FARRES INTEX, S.L.

Ctra. de Vic, 239 – 08240 Manresa (Barcelona) Tel. 93 873 50 26 – Fax 93 873 89 96

Actividad: Mayorista de juguetes

GUERRA SAN MARTIN, S.A.

Ctra. Bilbao-Galdácano, 32, Bolueta. 48004 Bilbao (Vizcaya)

Tel. 94 412 15 00 – Fax 94 473 06 09

Actividad: Mayorista, distribuidor, importador

«JOLYMAR», AZUCENA PEREZ FELIP

Valencia, 182 – 08011 Barcelona Tel. 93 453 08 58 / 453 11 93 – Fax 93 451 28 82

Actividad: Mayorista de juguetes

MLN.INTERCOM(GRUPO TOYS)"TIENDAS DIVERTIN"

Ctro. de Empresas, ofic.1ª Dcha. Pol.Ind. Sepes C/ La Dalia, s/n – 52006 Melilla

Tel. 95 267 99 62 Ext.47 – Fax 95 267 98 10 Ext.47

Actividad: Mayoristas y detallistas

JUGUETES Y BARATIJAS MARTINEZ, S.L.

Ctra. N. 340 Valencia-Barcelona, Km. 68,8 – 12004 Castellón

Tel. 964 20 37 33 – Fax 964 20 56 12

Actividad: Mayorista de juguetes

JUGUETES Y PELUCHES SANCHIS, S.A. – JUPESA, S.A.

Ctra. de Madrid, km. 4 (Mercalicante) – 03006 Alicante Tel. 96 510 32 46 – Fax 96 528 11 15

Actividad: Mayorista con cash and carry

MACIA MONTERO, GUSTAVO

Pedro de Vera, 3 – 35003 Las Palmas de Gran Canaria Tel. 928 37 24 66 – Fax 928 37 26 66

Actividad: Venta al mayor

OLYMPIC TRADERS, S.A.

Real, 21 – 11701 Ceuta Tel. 956 51 77 45 – Fax 956 51 81 46

Actividad: Mayorista

SANTOS IMPORT-EXPORT

Ordóñez, 6 – 36750 Goyan (Pontevedra) Tel. 986 60 97 08 – Fax 986 62 11 14

Actividad: Mayorista

GRANDES COMPRADORES

ALCAMPO, S.A.

Santiago de Compostela Sur, s/n – 28029 Madrid

Tel. 91 730 66 66 – Fax 91 730 72 99

AREAS, S.A.

Tuset, 23-25, 5º – 08006 Barcelona

Tel. 93 240 15 15 – Fax 93 240 15 17

BON PREU, S.A. "ESCLAT"

Ctra. Nacional 152, Km. 80 – 08519 Masies de Voltrega (Barcelona)

Tel. 93 850 25 26 – Fax 93 850 22 87

CAPRABO, S.A.

De les Ciencies, s/n – 08908 Hospitalet de Llobregat (Barcelona)

Tel. 93 261 60 00 – Fax 93 261 60 20

CENTROS COMERCIALES CARREFOUR

Campezo, 16 – Pol. Ind. Las Mercedes – 28022 Madrid

Tel. 91 301 89 00 – Fax 91 747 46 72

EL CORTE INGLES, S.A.

Hermosilla, 112 – 28009 Madrid

Tel. 91 309 09 88 – Fax 91 309 34 34

EL PILAR GRANDES ALMACENES

Velázquez Moreno, 27 – 36202 Vigo (Pontevedra)

Tel. 986 22 51 17

EROSKI S. COOP. LTDA. DE CONSUMO (GRUPO)

Bº San Agustín Etxebarria, s/n – 48230 Elorrio (Vizcaya)

Tel. 94 621 12 11 – Fax 94 621 12 22

GERPLEX, S.A.

Muntaner, 531, entlo. – 08022 Barcelona
Tel. 93 211 93 54 – Fax 93 417 99 48

HIPERCOR, S.A.
Hermosilla, 112 – 28009 Madrid
Tel. 91 530 79 79 – Fax 91 402 58 21

IFA ESPAÑOLA, S.A.
Pol. Ind. de Alcobendas, Sepúlveda, 4 – Apdo. 304 – 28100 Alcobendas (Madrid)
Tel. 91 661 04 60 – Fax 91 661 58 80

MAKRO AUTOSERVICIO MAYORISTA, S.A.
Pol. Ind. Las Mercedes, c/ Campezo, 7 – 28022 Madrid
Tel. 91 321 97 49 / 321 95 00

MAMUT ENTERPRISES
Avda. Tarragona, 75, 3º – Andorra
Tel. 00 376 82 33 23– Fax 00 376 86 08 07 / 86 09 14

SEPU, S.A.
La Rambla, 140, 4º – 08002 Barcelona
Tel. 93 318 43 08 – Fax 93 318 90 42

SIMAGO, S.A.
Josefa Valcarcel, 40 Duplicado – 28027 Madrid
Tel. 91 301 80 00 – Fax 91 301 80 23

SQUAL, S.A.
Secretario Coloma, 72 – 08024 Barcelona
Tel. 93 210 75 50 – Fax 93 210 72 11

TOYS "R" US IBERIA, S.A.
Ctra. Antigua de Barcelona, Km. 26,5 – 28812 Alcalá de Henares (Madrid)
Tel. 91 887 82 00 – Fax 91 887 82 73

GRUPOS DE DETALLISTAS

1996 JOGUETS, S.L.(TOY PLANET)
Avda. Valencia, 165 – 12005 CASTELLON – Apdo. Correos 237 – 12080 Castellón
Tel. 96 425 60 36 – Fax. 96 425 37 93

COINJU
Pol. Ind. c/ 7, parcela 100 y 23 – Apartado Correos 241 – 03400 Villena (Alicante)
Tel. 96 580 79 12 – Fax 96 580 80 06

DON DINO
Duque de Rivas, 5 – 28012 Madrid
Tel. 91 369 01 99 – Fax. 91 369 02 74

INTERJOGUINES
Zamora, 95 Sobreatico 1ª – 08018 Barcelona

Tel. y Fax. 93 309 63 19

JAC

Pol. Ind. Can Margarola, C/9 – 08100 Mollet del Vallés (Barcelona)

Tel. 93 570 64 84 – Fax 93 570 64 25

Email: jac@joguines.com

JUCOSUR

San Rafael, 5 – 11100 San Fernando (Cádiz)

Tel. 956 88 11 13 / 956 89 71 51 (Centralita) – Fax 956 88 11 13

JUGUETERIAS REUNIDAS, S.L.

Pol. Ind. San Ciprian de Viñas, c/ 8, parc. 25 – 32901 Orense

Tel. 988 25 66 03 – Fax 988 25 66 46

JUGUETES GREGO,S.L.–TIENDAS JUGUETRON

Avda. Lloretes,16 – 03109 Tibi (Alicante)

Tel. 96 561 71 17 – Fax. 96 561 71 17

LANDERT GRUP DE JOGUINES

Trav. Prat de la Riba, 118 – 08849 Sant Climent de Llobregat (Barcelona)

Tel. 93 637 58 00 – Fax. 93 637 58 88

MAPA TOYS A.I.E.

Avda. Aniceto Marinas, 18 1º – 28008 Madrid

Tel. 91 559 71 50 – Fax. 91 559 05 83

TRIPIJOC

Pare Llaurador, 172 – 08224 Terrasa (Barcelona)

Tel. 93 788 89 92 – Fax 93 733 28 33

• **Direcciones de interés**

Ministerio de Economía

C/ Guzmán el Bueno, 139. 28003 Madrid

Tel: 91 582 67 67. Fax: 91 582 65 77

www.mineco.es

Ministerio de Asuntos Exteriores

Plaza de la Provincia, 1. 28012

Tel: 91 379 99 33. Fax: 91 366 39 53

www.mae.es

Instituto Nacional de Estadística

Paseo de la Castellana, 183. 28071 Madrid

Tel: 91 583 91 00. Fax: 91 579 27 13

www.ine.es

Instituto de Español Comercio Exterior (ICEX)

Paseo de la Castellana, 14-16. 28046 Madrid

Tel: 91 349 61 00. Fax: 91 431 61 28

www.icex.es

Dirección General de Comercio Exterior

Paseo de la Castellana, 162. 28046 Madrid

Tel: 91 349 35 00. Fax: 91 349 60 17

www.mcx.es

Instituto de Español Comercio Exterior (ICEX)

Paseo de la Castellana, 14-16. 28046 Madrid

Tel: 91 349 61 00 – Fax: 91 431 61 28

www.icex.es

Dirección General de Comercio e Inversiones

Paseo de la Castellana, 162. 28046 Madrid

Tel: 91 349 36 56

www.mcx.es

Consejo Superior de Cámaras de Comercio, Industria y Navegación

C/ Velázquez, 157, 1º. 28002 Madrid

Tel: 91 590 69 00 – Fax: 91 590 69 08

www.cscamaras.org

Camara Oficial de Comercio e Industria de Madrid

C/ Huertas, 13. 28012 Madrid

Tel: 91 538 35 00 – Fax: 91 538 36 77

www.camaramadrid.es

IFEMA

Parque Ferial Juan Carlos I. Campo de las Naciones.

Tel. 91 722 52 55. Fax. 91 722 52 63

www.ifema.es

EMPRESAS DE ESTUDIOS DE MERCADO

Arthur Andersen
C/ Raimundo Fdez. Villaverde, 65. 28003 Madrid
Tel: 91 59700 00 – Fax: 91 556 64 69

Dun & Bradstreet

C/ Salvador de Madariaga, 1, Planta 2. 28027 Madrid
Tel: 91 377 91 00 – Fax: 91 377 91 01

Dympanel, S.A.
Camí de Can Calders, 4 – 08190 SAN CUGAT DEL VALLES (Barcelona)
Tel. 93 581 94 00 – Fax 93 581 94 01
Especialidad: Técnica del Panel. Ofrece el servicio EMJ «Estudio del Mercado del Juguete».

P.A.C. BARCELONA, S.A.
Avda. Diagonal, 441, 2º – 08036 BARCELONA
Tel. 93 322 08 80 / 322 09 80 – Fax 93 322 03 88
Especialidad: Consumidor infantil. Estudios ómnibus. Viabilidad productos.

BANCOS

Banco Bilbao Vizcaya Argentaria

Paseo de la Castellana, 81. 28046 Madrid
Tel: 91 374 80 00 – Fax: 91 374 62 02
www.bbva.es

Banco Santander Central Hispano
Paseo de la Castellana, 75. 28046 Madrid
Tel: 91 435 04 55
www.bsch.es

Caja de Madrid

Plaza de Celenque, 2 – 2da. 28013 Madrid
Tel: 91 532 00 00 – Fax: 91 423 94 54
www.cajamadrid.es

La Caixa
Avda. Diagonal, 621–629. 08028 Barcelona
Tel: 91 404 71 10 Fax: 93 330 00 97
www.lacaixa.es

TRANSPORTISTAS

GRUPO BOFILL & ARNAN, S.A.

3ª Sub-zona franca, Sector C, Calle 5, Almc. 1 y 7 – 08040 ZONA FRANCA-BARCELONA
Tel. 93 263 11 46 – Fax 93 263 09 90
Especialidad: Agentes Aduanas. Transportes y Logística internacional.

INTER-EXIT, S.L.

Pol. Ind. Cotes Baixes – Calle C, nº4 – 03800 ALCOY (Alicante)

Tel. 96 533 22 23 – Fax 96 552 51 51 – Télex 71833 EXI-E

Especialidad: Transporte internacional, grupaje a toda Europa y norte de África.

KUHNE & NAGEL, S.A.

Portugal, 26 ent.º Centro – 03003 ALICANTE

Tel. 96 522 77 40 / 522 77 42 – Fax 96 592 82 97

TRANSPORTES OCHOA

C/ Cromo, 2 – 28045 MADRID

Fax 91 468 28 21 / 468 02 12 – Fax 91 468 28 21

OTROS

Asociación Nacional de Fabricantes de Juguetes

C/ La Ballaora, 1. 03440 Ibi (Alicante)

Tel. 96 655 11 76 – Fax. 96 555 44 90

Artenvas- Industrias Gráficas del Envase S.L.

Avda. de Novelda, 209 – 03291 ELCHE (Alicante)

Tel. 96 546 04 64 – Fax 96 667 08 75

Especialidad industrial: Fabricación de envases y estuches de cartón

Asociación de investigación de la industria del juguete, conexas y afines – "AIJU"

Avda. de la Industria, 23 – 03440 IBI (Alicante)

Tel. 96 555 44 75 – Fax 96 555 44 90

Especialidad industrial: Laboratorio de investigación y certificación

• Ferias

Calendario de ferias en 2002

ENERO	
Hong Kong	8-11 de Enero
Harrogate	12-16 de Enero
Paris	20-24 de Enero
Milán	18-21 de Enero
Dallas	19-23 de Enero
Londres	26-30 de Enero
Toronto	28-30 de Enero
Frankfurt	26-30 de Enero
Valencia	25-28 de Enero

FEBRERO	
Nuremberg	1-5 de Febrero
Nueva York	10-14 de Febrero
MARZO	
Dubai	3-6 de Marzo
Lisboa	21-24 de Marzo
Melbourne	19-23 de Marzo
Guangzhou	Marzo
ABRIL	
Moscú	1-4 de Abril
Birmingham	1ª Quincena de Abril
Kiev	10-13 de Abril
Zagreb	2ª Quincena de Abril
Chenghai	18-22 de Abril
MAYO	
Tokio	9-12 de Mayo
México D.F.	Mayo
JUNIO	
Sao Paulo	17-21 de Junio
New York	12-14 de Junio
AGOSTO	
Poznan	27-30 de Agosto
SEPTIEMBRE	
Oporto	5-8 de Septiembre
El Cairo	25-29 de Septiembre
OCTUBRE	
Shangai	8-11 de Octubre
Canton	14-25 de Octubre
Londres	24-25 de Octubre
Rimini	Octubre
Hong Kong	Octubre
DICIEMBRE	
Lisboa	5-9 de Diciembre

El panel abarca el 60% del mercado total de juguetes tradicionales sin videojuegos y recoge las ventas de grandes especialistas de juguetes, hipermercados y otras grandes superficies con capacidad electrónica donde los datos son recogidos y desglosados a partir del código de barras.

Véase Tabla de población menor de 14 años por Comunidades Autónomas en Anexos.

Los niños y niñas ante la elección de juguetes. Estudios sobre Consumo. Nº 37. Pág. 59. Instituto Nacional de Consumo. Ministerio de Sanidad y Consumo.

Según encuesta en *Estudios sobre consumo*. Nº 29. Pag. 69. Instituto Nacional de Consumo.

Centro de Investigaciones Sociológicas. Informe estadístico: *Tema: La Navidad*. 2001

Datos no disponibles.

Makro es una superficie mayorista que vende a detallistas, profesionales y/o grandes compradores.

Establecimiento comercial situado a pie de calle en una localidad madrileña.

13

Fuente: *Informe Sector Juguetes*. Subdir.Gral. Comercio Exterior de Productos Industriales