

El sector juguetero espera igualar las cifras de 2023, con una máxima estacionalidad de la campaña en las próximas semanas

- España lidera la estacionalidad en Europa y el gasto medio de juguetes / niño sigue lejos de países como Francia y Alemania
- Los Juguetes para adultos crecen más del 3% en 2024, impulsado por el segmento +18 años

Madrid, 12 de diciembre de 2024. Con una facturación de 1.705 mill. €, la industria juguetera en España cerró 2023 con un ligero aumento del 0,35%. Además del descenso de la población infantil en un -1,8% entre 0 y 11 años, la menor renta disponible por las familias debido a los aumentos del IPC y el Euribor, provocaron una ralentización del consumo nacional que registró un ligero aumento del 0,13%, alcanzando un valor total del mercado de 1.212 mill. €.

Así, el gasto por niño y año en juguetes se situó en los 221€, un 3,42% más que en 2022, aunque lejos de los más de 330€ en Francia o 380€ en Alemania.

La importación de juguetes en 2023 acusó la desaceleración del consumo nacional registrando un -9,87%, mientras la exportación creció un 5,88% con Francia, Portugal, Italia y Alemania como principales clientes.

2024 ha venido marcado sin duda por estos mismos factores, menor renta disponible, incertidumbre económica internacional y bajas tasas de natalidad, lo que ha afectado al consumo de juguetes durante la primera parte del año.

A medida que se aproxima la recta final, la campaña navideña que concentra el 60% del total anual, se perfila decisiva, con un efecto calendario que producirá un aumento de la estacionalidad, con foco especial en diciembre, y un consumidor esperando hasta el último momento.

Las últimas tres semanas antes de Reyes, podrían suponer cerca del 30% de la facturación total del año, lo que convierte a España en el país con mayor estacionalidad de nuestro entorno europeo, casi 20 puntos más que Alemania o 12 más que Italia.

“La industria continúa haciendo un esfuerzo apreciable para minimizar el impacto de la subida de costes en el consumidor, porque en este momento es importante asegurar un crecimiento, aunque sea muy ligero, de hecho, el IPC de juguetes de 2023 fue del 0,6%, frente al IPC general que fue de 3,1% y en lo que va de 2024 el precio medio se incrementa en tan sólo un

*0,5%. El mercado español se caracteriza por ser de última hora y sabemos que ante la llegada de los Reyes Magos el juguete se convierte en un bien imprescindible en los hogares con niños” afirma **Marta Salmon, presidenta de la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes.***

Tanto el efecto calendario y la mayor estacionalidad esperada esta Campaña, así como **el comportamiento positivo de categorías como construcción, vehículos y juegos, entre los que destacan los juegos de cartas y juegos de mesa de la categoría adultos, hacen esperar que el sector iguale las cifras de 2023.**

Según la consultora CIRCANA, uno de los principales drivers del mercado vuelve a ser los kidults, que cubren los destinatarios de +13 años, adolescentes y adultos. El mercado de kidults representa actualmente el 29% del total, creciendo en su conjunto +3%, impulsado, sobre todo, por el segmento +18 años. Otro motor del mercado es el segmento licenciado, ligado a personajes de series de televisión, películas, videojuegos o manga/cómics que representa el 33,6% del total mercado, con un crecimiento de +3,4% en valor.

En lo referido a las ventas online, que ya representan una cuota del 35%, la AEFJ pidió máxima atención en el momento de la compra y alertó del incremento de juguetes que no cumplen las normas de seguridad y ponen en riesgo la salud de los consumidores.

Asimismo, la AEFJ añadió que la proliferación de estas ofertas de juguetes en el canal online, además de no cumplir con las garantías por las que vela todo el sector, suponen también una competencia desleal para fabricantes y comercios, porque se ofrecen a precios muy inferiores a los juguetes originales, sin atender a los criterios y calidad exigidos a toda la industria.

AEFJ representa a los fabricantes de juguetes reputados, los que se hacen responsables de la seguridad de sus juguetes, y recuerda a los consumidores la importancia de acudir a canales y marcas de confianza. En Europa, debido a una laguna legal, las plataformas en línea no se hacen responsables de la seguridad de los productos que ofrecen a través de sus Marketplace, así que, si el vendedor está fuera de la UE, no hay nadie que responda ni por el producto, ni por los daños que pueda causar.

En el último estudio realizado en octubre por la asociación europea del juguete, TIE, el 86% de los más de 100 juguetes comprados en 10 mercados en línea no cumplían las normas de seguridad de juguetes de la UE, y el 80% suponían, además, riesgos graves para la seguridad de los niños. En marzo había realizado uno similar sólo con TEMU, y el porcentaje de inseguros subía al 95%.

AEFJ espera que el nuevo Reglamento de Seguridad de los Juguetes que ahora se está debatiendo colme esta laguna legal reconociendo a las plataformas como operadores económicos.

También las copias y falsificaciones, con presencia creciente en estas plataformas online, suponen un grave daño para el sector y para la sociedad en general. La EUIPO, en su último informe de 2023, estima la pérdida media de ventas en el sector del juguete debido a la presencia de productos falsificados en el mercado interior en el 8,7% del valor de las ventas totales (a precios de productor), es decir, 1.000 millones de euros.

En España, las pérdidas suponen unos 113 millones de euros, el 11% de la facturación del sector y una pérdida del 5% de los empleos directos.

LAS EXPORTACIONES SE MANTIENEN ESTABLES

A expensas de la evolución del último trimestre de 2024, las exportaciones se mantienen estables, registrando un ligero crecimiento del +0,36% hasta septiembre, con caídas en mercados tradicionales como Portugal (-8,86%) e Italia (-13,33%) pero con una considerable subida en Países Bajos, del 48%. Y es que la menor renta disponible de las familias y las bajas tasas de natalidad no son exclusivos del mercado español y también se dejan sentir en nuestros principales mercados clientes que registran descensos en el consumo de doble dígito.

UN SECTOR COMPROMETIDO CON VALENCIA

El sector del juguete ha querido colaborar con las localidades más afectadas por la emergencia provocada por la DANA el pasado octubre, poniendo en marcha dos acciones para la donación de juguetes a través de su Fundación Crecer Jugando. Por un lado, la ayuda a centros educativos, para colaborar en la recuperación de los recursos lúdicos que tanto colegios, guarderías, como centros de educación especial y terapia infantil perdieron el 29 de octubre. Se han enviado ya más de 2.000 juguetes a centros de Aldaia, Alacuas, Alfafar, Catarroja y Algemesí, mientras que en los próximos días se realizarán donaciones a centros de Guadassuar y Massanassa. Gracias a las donaciones realizadas por los fabricantes, el juguete volverá a estos centros como herramienta básica para la educación de los más pequeños.

Por otro lado, y enmarcada dentro de la campaña “Un juguete, una ilusión”, se está contactando con Ayuntamientos y entidades sociales de las localidades afectadas para hacer llegar a las familias más afectadas, con el objetivo de no perder esa mágica que la Navidad tiene en cada hogar.

Además, se está colaborando con diversas iniciativas como la celebrada el pasado 1 de diciembre en el mercado municipal de Aldaia junto a Mercavalencia, donde se instaló una ludoteca para que los más pequeños pudieran volver a disfrutar de las plazas y los parques de la localidad. Estos juguetes, además servirán para equipar la ludoteca municipal que también resultó afectada por las inundaciones y, con la Cámara de Comercio de Alicante, está organizando diversas acciones en distintas localidades para sorprender a los más pequeños en Navidad con cabalgatas de los Reyes Magos, chocolatadas, etc.

En lo que respecta a las empresas, la DANA no ha supuesto un gran perjuicio para el sector, ya que la mayoría de las empresas fabricantes están ubicadas en Alicante, por lo que el impacto en industria ha sido limitado. Por la parte del comercio, consta que unas siete tiendas se han visto afectadas en la zona.

La rápida normalización de los accesos a Valencia y al Puerto han permitido que la cadena no sufra roturas y, más allá de una semana de retraso, se están atendiendo tanto las exportaciones como la recepción de contenedores de importación.

Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEFJ)

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

Más información:

La información completa de nuestro sector está detallada en [este dossier de prensa](#).

Toda la información de AEFJ la [encontrarás aquí](#).

Puede descubrir los mejores juguetes del año en [su web](#).

Más información

Balboa Comunicación

91 515 95 10

alvaro.palomares@balboacomunicacion.com

maria.alhambra@balboacomunicacion.com