



Asociación Española de
Fabricantes de Juguetes

Dossier Presentación AEFJ 2016

www.aefj.es

2. Entidades participadas

Fundación Crecer Jugando

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

Sus órganos de gobierno son:

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

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

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

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

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

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

- o Observatorio del Juego Infantil, www.observatoriodeljuego.es

El **Observatorio del Juego Infantil** es un instrumento cuyo fin es el seguimiento, vigilancia y control de la aplicación de uno de los derechos recogidos en la Convención de los Derechos del Niño, el derecho al Juego.

En este sentido, el artículo 31 de la Convención sobre los Derechos del Niño establece que:

1. *Los Estados Partes reconocen el derecho al niño al descanso y el esparcimiento, al juego y a las actividades recreativas propias de su edad y a participar libremente en la vida cultural y en las artes.*
2. *Los Estados Partes respetarán y promoverán el derecho del niño a participar plenamente en la vida cultural y artística y propiciarán oportunidades apropiadas, en condiciones de igualdad, de participar en la vida cultural, artística, recreativa y de esparcimiento.*

Los objetivos que persigue el Observatorio del Juego Infantil son los siguientes:

- Promover el derecho al juego de los niños y las niñas en diferentes esferas de la sociedad.
- Servir de espacio de confluencia de diferentes iniciativas acerca del juego infantil, constituyendo un foro de intercambio y de comunicación permanente de especialistas en torno al juego en la infancia.
- Concienciar a la opinión pública sobre la importancia del juego y el juguete en el desarrollo de los niños.
- Propiciar la investigación sobre el papel del juego y el juguete en la infancia, mediante la relación directa con universidades y especialistas en el sector.

- o Campaña “Comparte y Recicla” <http://comparteyrecicla.com/>

La campaña “**Comparte y Recicla**”, una acción solidaria que tiene por objetivo la recogida de juguetes para su donación a organizaciones benéficas españolas. Aquellos juguetes que no se encuentren en buen estado para su donación son destinados al reciclado, con el objetivo de colaborar con el cuidado del medio ambiente.

Instituto Tecnológico del Juguete (AIJU)

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

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

Oficinas de AEFJ

Madrid:

C/ Marqués de Urquijo, 6. 1º

28080 Madrid

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

Ibi:

C/ La Ballaora, 1

03440 Ibi (Alicante)

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

3. Entidades públicas con las que colabora

- **Comisión Europea**, DG Empresa, Unidad de Juguetes.
- **Parlamento Europeo**, Comisión de Mercado Interior.
- **EUIPO**, Oficina de la Propiedad Industrial de la Unión Europea.
- **Ministerio de Economía y Competitividad**, para el Plan de Apoyo al Sector y como fundadora de la Agrupación de Empresas Innovadoras del Juguete.
 - o Secretaría General de Comercio Exterior, por la que es reconocida como Asociación de Exportadores.
 - o ICEX España Exportación e Inversiones con el que desarrolla un Plan Anual de Promoción Exterior sectorial.
- **Ministerio de Empleo**, para el Plan de Apoyo al Sector.
- **Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad**
 - o **AECOSAN**, formando parte del Comisión Técnica para la Seguridad de los Productos.
- **Conselleria de Economía Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo de la Generalitat Valenciana**
 - o Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE).

4. Organizaciones a las que pertenece

Ámbito nacional:

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

Ámbito europeo:

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

Ámbito internacional:

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

5. Actividades

Promoción Exterior:

AEFJ elabora anualmente un Plan Sectorial de Promoción Exterior, en el que participan las empresas que dedican su actividad al comercio exterior, en la actualidad un 61% del total de empresas, llegando a alcanzar el 34% de la facturación total del sector.

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

Mercado Interior:

- Desarrollo con las asociaciones de consumidores del Código sobre Publicidad Infantil.
- Campaña de prestigio de la imagen del juguete y del valor del juego
- Campaña de presentación de los “Juguetes Estrella”.
- Observatorio de medios.
- Campaña de desestacionalización “Dale tiempo al Juego”
- Premios al Mejor Juguete del Año
- Observatorio del Juego Infantil.

Formación:

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

Normativa e investigación:

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

Información:

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

Publicaciones:

- Directorio de las empresas del sector del juguete
- Newsletter “Actualidad del Juguete”.
- Alertas de Márketing
- Alertas Normativas

6. Acuerdos

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

- Firmado el 29 de noviembre de 1999 para adherirse al Sistema Arbitral de Consumo a través de la Junta Arbitral de Consumo de cara a participar, fomentar y difundir el Sistema Arbitral de Consumo como medio de resolución de los conflictos que puedan surgir entre consumidores y empresarios.
- Código de Buenas Prácticas de Negocio de ICTI (Consejo Internacional de la Industria del Juguete) aprobado por la Asamblea General de AEFJ el 10 de junio de 2002. Recoge la necesidad de establecer unas condiciones amparadas por la ley, justas y saludables para todos los trabajadores de la Industria del Juguete.
- Firmado en 2010 con el Instituto Nacional de Consumo y AUTOCONTROL, acuerdo sobre la Autorregulación de la Publicidad Infantil de Juguetes.
- Suscrito en 2012 con el Instituto Nacional de Consumo, AUTOCONTROL, Asociación Española de Anunciantes y asociaciones de consumidores y usuarios, nueva comisión de Seguimiento de la Publicidad Infantil de Juguetes prevista en la redacción del Código Deontológico de la Publicidad Infantil de Juguetes que entró en vigor en 2010.

7. Información general del sector

El sector del juguete

El sector del juguete engloba a un alto número de empresas cuya actividad se va orientando, cada vez más, hacia un producto de alto diseño, calidad y valores pedagógicos, para poder competir en los mercados internacionales donde el factor precio es decisivo. El censo de fabricantes está constituido por 183 empresas que ocupan directamente a cerca de 4.000 personas, (más de 20.000 de forma indirecta) y que crean productos, no incluyendo en este colectivo a empresas del subsector auxiliar del juguete –que bien participan en la fabricación de componentes o en la realización de algunas fases del proceso- cuyo empleo duplica esa cifra.

La distribución de estas 183 empresas en función de su tamaño por número de trabajadores y/o volumen de facturación y balance, es la siguiente:

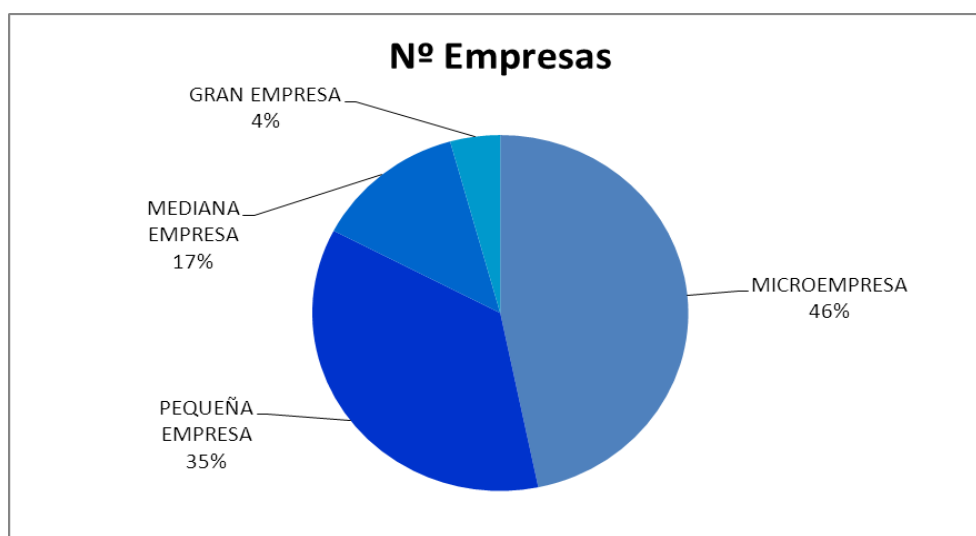
Nº de empresas que componen el sector

- Total de empresas del sector: 183
- Empresas exportadoras: 66%

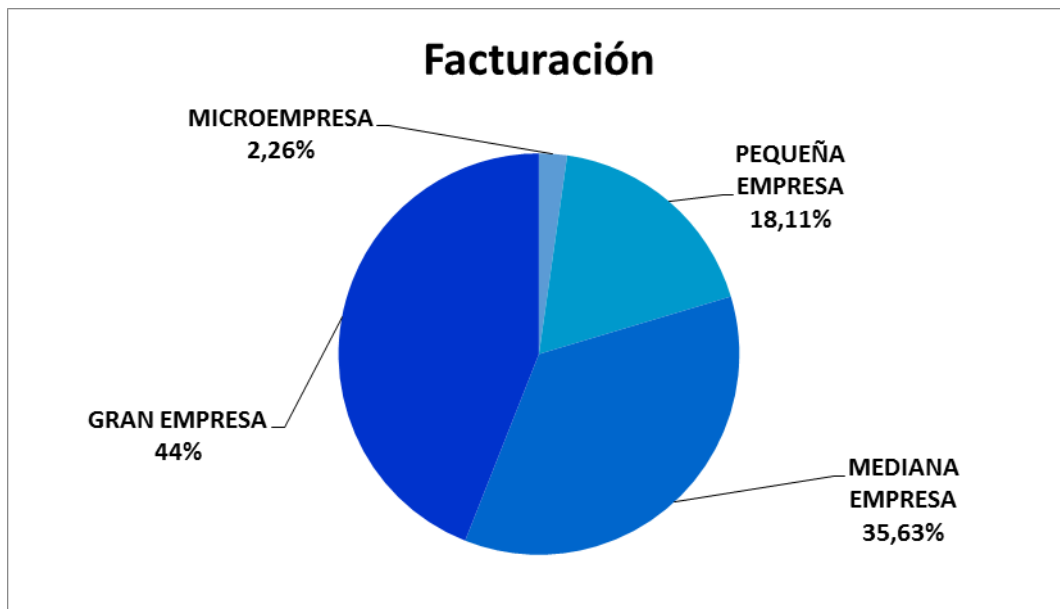
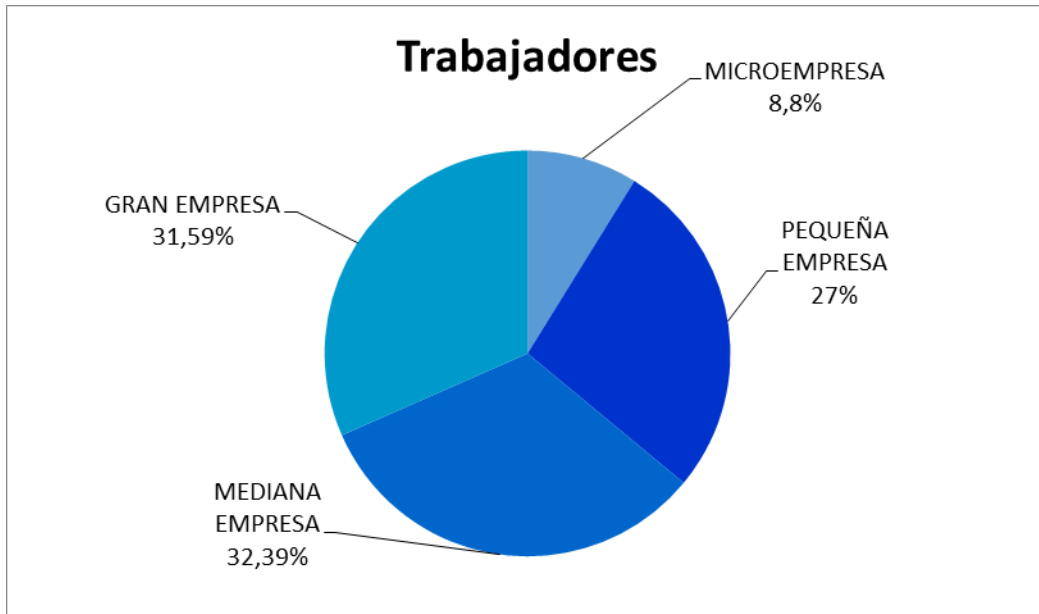
Tabla 1. Datos del sector del juguete en España por tipología de empresa fabricante 2015

	Nº Empresas	Trabajadores	Facturación
MICROEMPRESA	79	342	32.163.373
PEQUEÑA EMPRESA	69	1.052	257.391.676
MEDIANA EMPRESA	27	1.254	506.448.664
GRAN EMPRESA	8	1.223	625.329.858
TOTAL GENERAL	183	3.871	1.421.333.571

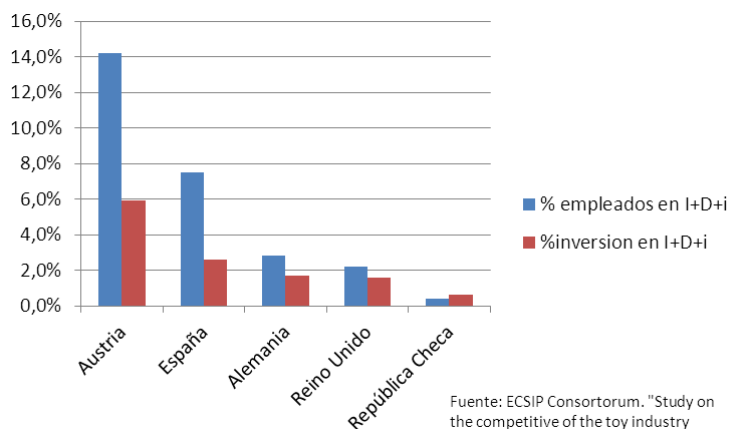
Fuente: AEFJ



Como se puede observar en la tabla y gráfico anteriores, las PYMES (incluyendo microempresas) representan el 95,7% del tejido empresarial del sector, mientras que proporcionan trabajo al 68,22% de los empleados.



El sector del juguete español es, además, el segundo país en la Unión Europea en inversión y empleo en el área de Investigación, Desarrollo e innovación (I+D+i), con un 7,5% de los empleados trabajando en esta área. Esta fuerte apuesta por la innovación permite que los catálogos de los fabricantes se renueven en un 65% cada año.



Localización del sector

Una de las características de las empresas fabricantes del sector juguetero, es su alto nivel de concentración geográfica. En el caso español, la actividad del juguete se concentra principalmente en dos zonas geográficas, la Comunidad Valenciana y Cataluña, las cuales de manera agregada representarían más del 70,49% de la actividad de fabricación de juguetes en España. En el caso concreto de la Comunidad Valenciana, su actividad productiva le lleva a concentrar hasta el 44,82% de los trabajadores del sector del juguete en España, con una facturación del 37,24% sobre el total del sector. En el caso de la facturación Cataluña se sitúa a la cabeza en el ranking acumulando el 39,11% de la facturación total del sector.

Tabla 2. Datos del sector del juguete en España por localización geográfica de las empresas fabricantes 2015.

	Nº Empresas	Trabajadores	Facturación
COMUNIDAD VALENCIANA	42,62%	44,82%	37,24%
CATALUÑA	27,87%	29,53%	39,11%
MADRID	10,93%	14,54%	15,33%
ARAGON	3,28%	3,10%	3,12%
PAIS VASCO	2,19%	2,35%	2,95%
MURCIA	4,92%	2,97%	1,06%
RESTO CC.AA.	8,20%	2,69%	1,20%
TOTAL	100,00%	100,00%	100,00%

Fuente: AEFJ.

Exportaciones

En 2015 las exportaciones han aumentado un 20,32% situándose alrededor de los 534 millones de euros.

La categoría de juegos de sociedad es una de las que experimenta un mayor crecimiento con unas cifras que se sitúan un 91% por encima del año anterior sobrepasando los 56 millones de euros. También crecen los patines de ruedas, aunque su peso relativo en el sector sigue siendo bajo, y en general todas las categorías, excepto los circuitos eléctricos de coches y las partes y accesorios.

Por su parte, la categoría de triciclos, coches de pedal y similares lidera el ranking con 62 millones de euros.

PARTIDAS	DESCRIPCIÓN	ACUMULADO a 31/12/2014	ACUMULADO a 31/12/2015	% DE VARIACIÓN
95.03	JUGUETES CON RUEDAS, MUÑECAS, ROMPECABEZAS Y OTROS.	360,50	411,63	14,19%
95.03.00.10	TRICICLOS, PATINETES, COCHES DE PEDAL Y SIMILARES.	46,10	62,84	36,33%
95.03.00.21- 95.03.00.29	MUÑECAS Y MUÑECOS-PARTES Y ACCESORIOS	52,22	54,97	5,25%
95.04.40	NAIPES	7,68	9,04	17,75%
95.04.90.10	CIRCUITOS ELECTRICOS DE COCHES	1,14	1,03	-9,93%
95.04.90.80	RESTO DE JUEGOS DE SOCIEDAD	29,39	56,09	90,85%
95.05	ART. FIESTAS, CARNAVAL U OTRAS DIVERSIONES.	29,63	37,64	27,03%
95.06.62.00	PELOTAS Y BALONES INFLABLES	14,33	14,56	1,59%
95.06.70.30	PATINES DE RUEDAS.	0,56	3,63	548,80%
95.06.70.90	PARTES Y ACCESORIOS.	1,05	0,92	-12,64%
TOTAL		444,28	534,54	20,32%

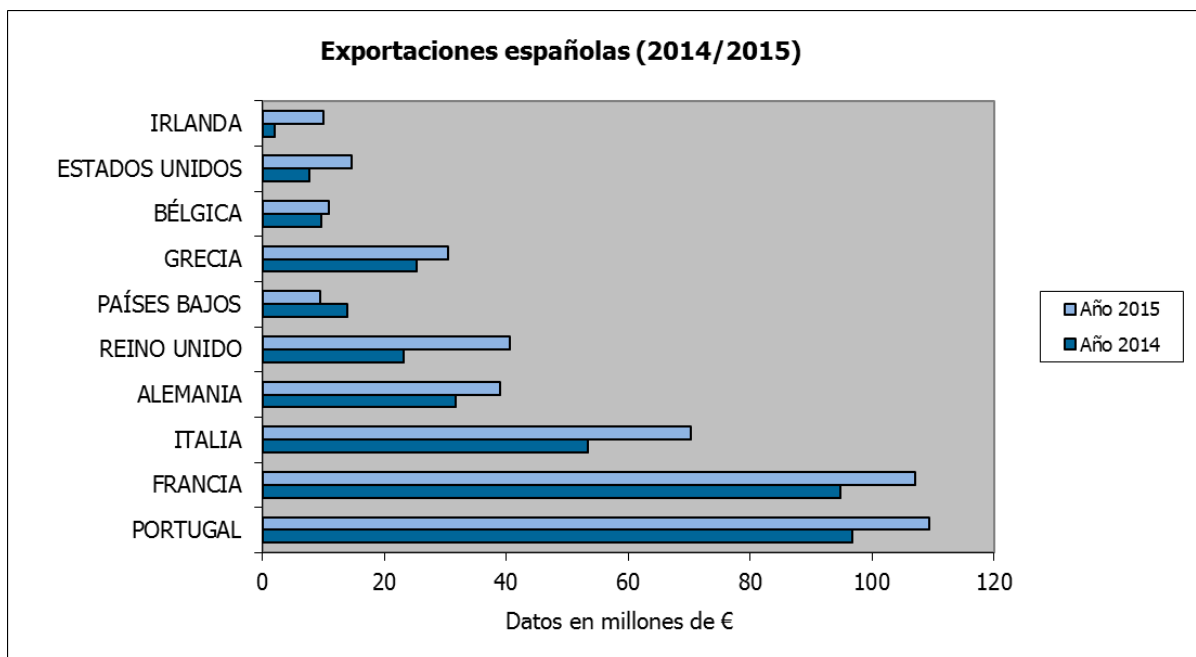
Datos en millones de €

PARTIDAS	DESCRIPCIÓN	ACUMULADO a 31/12/2014	ACUMULADO a 31/12/2015	% DE VARIACIÓN
95.03	JUGUETES CON RUEDAS, MUÑECAS, ROMPECABEZAS Y OTROS.	37.508.907,23	45.292.024,54	20,75%
95.03.00.10	TRICICLOS, PATINETES, COCHES DE PEDAL Y SIMILARES.	7.778.669,01	9.706.518,32	24,78%
95.03.00.21- 95.03.00.29	MUÑECAS Y MUÑECOS-PARTES Y ACCESORIOS	3.864.360,46	4.134.308,70	6,99%
95.04.40	NAIPES	618.857,06	659.124,85	6,51%
95.04.90.10	CIRCUITOS ELECTRICOS DE COCHES	34.224,97	62.226,98	81,82%
95.04.90.80	RESTO DE JUEGOS DE SOCIEDAD	1.666.691,38	4.312.956,07	158,77%
95.05	ART. FIESTAS, CARNAVAL U OTRAS DIVERSIONES.	10.488.106,60	5.333.412,67	-49,15%
95.06.62.00	PELOTAS Y BALONES INFLABLES	2.169.301,58	2.245.614,72	3,52%
95.06.70.30	PATINES DE RUEDAS.	44.286,52	401.403,74	806,38%
95.06.70.90	PARTES Y ACCESORIOS.	51.233,24	49.077,91	-4,21%
TOTAL		52.581.608,58	58.355.841,47	10,98%

Datos de peso en kilos

En cuanto al listado de los principales países destino de nuestras exportaciones, en 2015 se ha mantenido la tónica de los últimos años con el mercado europeo como principal destino, con países como Portugal, Francia e Italia a la cabeza y también creciendo respecto al año anterior en la demanda de juguete español. En 2015 cabe destacar el aumento de la cantidad de juguetes exportados desde España con destino a Irlanda, donde las exportaciones aumentan en un 400%.

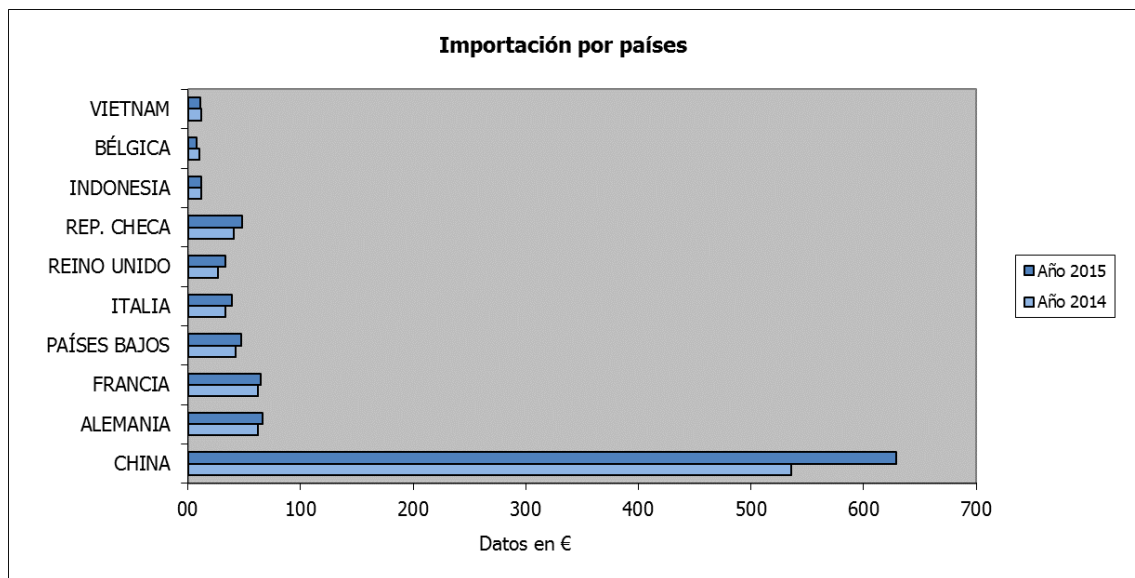
En mercados no europeos, es destacable el comportamiento del mercado estadounidense que sigue su tendencia creciente y cierra 2015 con un 88,39% más que el año anterior. Por el contrario, Rusia, que hasta 2013 había experimentado notables aumentos, y que ya bajaba en 2014, desaparece del ranking de los 10 destinos principales acusando la situación de crisis que atraviesa.



Fuente: ICEX-Estacom, AEFJ

Importaciones

En lo que se refiere a las Importaciones, se observa un aumento del 15% superando los 1.047 millones de euros. La importación realizada desde China aumenta por encima de la media, un 17,35% lo que mantiene a este país como cabeza en el ranking de importaciones. Sin embargo, en kilogramos de producto la importación baja un 3,72%, lo que demuestra que se está importando menos, pero más caro.



Fuente: ICEX-Estacom, AEFJ

Importaciones en millones de euros

PARTIDAS	DESCRIPCIÓN	ACUMULADO	ACUMULADO	% DE
		a 31/12/2014	a 31/12/2015	VARIACIÓN
95.03	JUGUETES CON RUEDAS, MUÑECAS, ROMPECABEZAS Y OTROS.	736,41	843,09	14,49%
95.03.00.10	TRICICLOS, PATINETES, COCHES DE PEDAL Y SIMILARES.	38,14	60,21	57,88%
95.03.00.21- 95.03.00.29	MUÑECAS Y MUÑECOS-PARTES Y ACCESORIOS	75,74	83,20	9,85%
95.04.40	NAIPES	7,91	7,37	-6,87%
95.04.90.10	CIRCUITOS ELÉCTRICOS DE COCHES	4,98	5,87	17,82%
95.04.90.80	RESTO DE JUEGOS DE SOCIEDAD	43,21	49,64	14,88%
95.05	ART. FIESTAS, CARNAVAL U OTRAS DIVERSIONES.	63,31	82,90	30,96%
95.06.62.00	PELOTAS Y BALONES INFLABLES	36,47	33,52	-8,09%
95.06.70.30	PATINES DE RUEDAS.	16,91	23,39	38,32%
95.06.70.90	PARTES Y ACCESORIOS.	2,01	2,12	5,35%
TOTAL		911,20	1.047,89	15,00%

Fuente: ICEX-Estacom, AEFJ

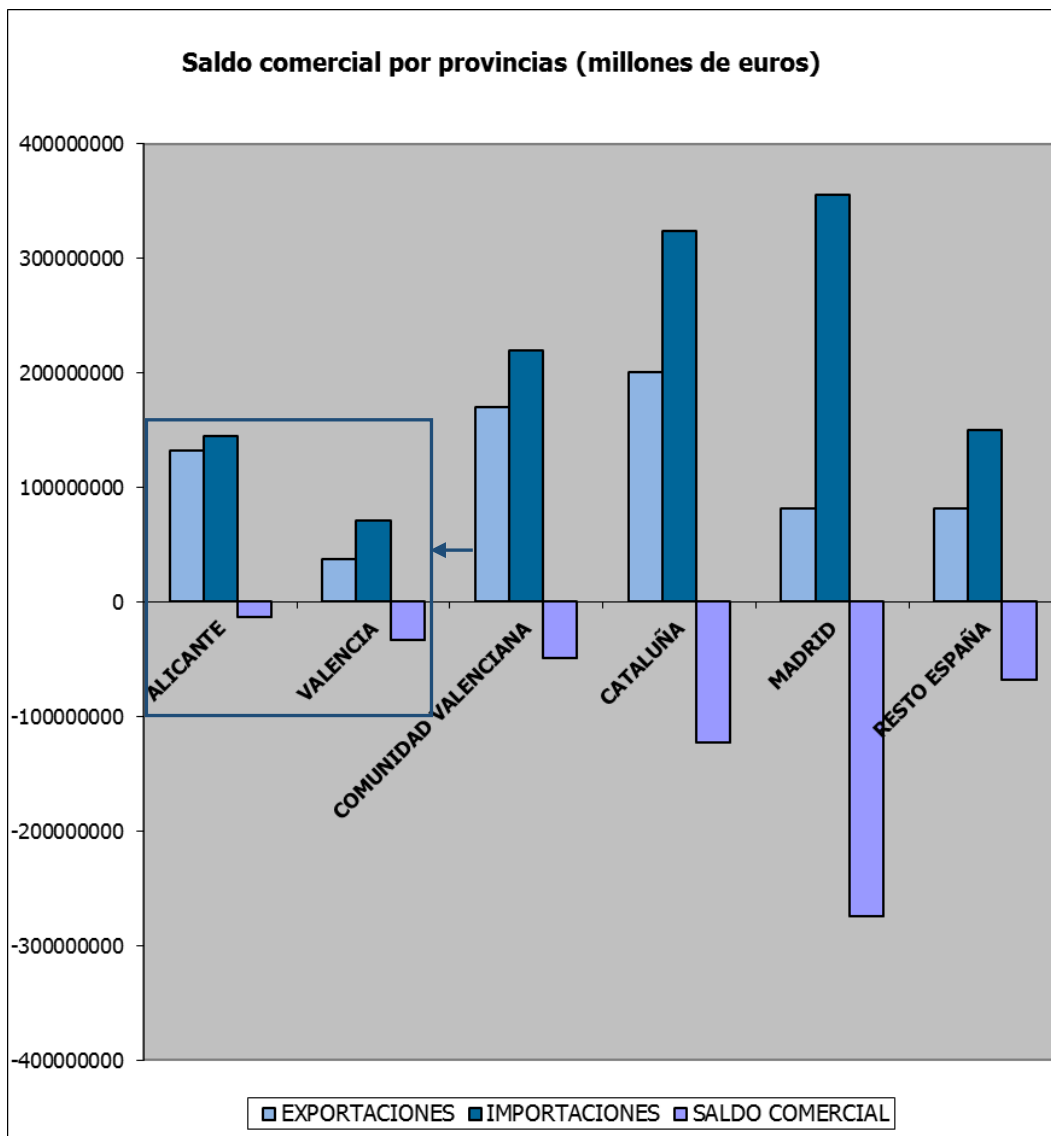
Importaciones en kilogramos

PARTIDAS	DESCRIPCIÓN	ACUMULADO	ACUMULADO	% DE
		a 31/12/2014	a 31/12/2015	VARIACIÓN
95.03	JUGUETES CON RUEDAS, MUÑECAS, ROMPECABEZAS Y OTROS.	86.885.977,62	90.146.149,84	3,75%
95.03.00.10	TRICICLOS, PATINETES, COCHES DE PEDAL Y SIMILARES.	7.510.843,33	9.804.848,96	30,54%
95.03.00.21- 95.03.00.29	MUÑECAS Y MUÑECOS-PARTES Y ACCESORIOS	7.051.993,58	6.579.761,26	-6,70%
95.04.40	NAIPES	895.827,58	1.152.166,49	28,61%
95.04.90.10	CIRCUITOS ELÉCTRICOS DE COCHES	497.962,21	530.489,47	6,53%
95.04.90.80	RESTO DE JUEGOS DE SOCIEDAD	7.196.617,49	7.308.617,15	1,56%
95.05	ART. FIESTAS, CARNAVAL U OTRAS DIVERSIONES.	23.537.282,65	15.688.109,47	-33,35%
95.06.62.00	PELOTAS Y BALONES INFLABLES	5.647.409,73	4.748.534,24	-15,92%
95.06.70.30	PATINES DE RUEDAS.	1.943.177,82	2.298.727,86	18,30%
95.06.70.90	PARTES Y ACCESORIOS.	149.469,63	170.935,55	14,36%
TOTAL		126.753.724,73	122.043.730,07	-3,72%

Fuente: ICEX-Estacom, AEFJ

En 2015, Alicante, con una bajada del 3% en sus exportaciones, ha perdido posiciones respecto a Cataluña, que se coloca como líder con un incremento del 65%.

Las regiones con mayor peso exportador, por tanto, son Cataluña con 201 millones de euros y la Comunidad Valenciana con más de 170 millones de euros. La Comunidad Valenciana realiza unas importaciones por valor superior a 170 millones de euros, por lo que, a pesar de mantener un saldo comercial negativo, es más favorable que en el resto de zonas.



4.5. Consumo interno

El **Consumo Nacional** alcanzó un volumen total de mercado superior a los **1.065 millones de euros en 2015** lo que refleja una clara recuperación del mercado nacional con respecto al año anterior. Las cifras representan un aumento del 5,84%, lo que afianza la mejora del sector con respecto a años anteriores. El consumo por niño y año en juguetes se ha situado en 174,12 euros por niño, un 24,57% superior a 2014.

Por tipo de productos, las categorías más vendidas fueron Infantil/Preescolar con un 20,8% de cuota de mercado, Muñecas con un 16,4% y Juegos de mesa/sociedad/puzzles con un 10,8%.

El mayor crecimiento respecto al año anterior lo ha registrado la categorías de Sets de Construcción con un aumento del 26%. Es destacable la evolución de los Juegos de Construcción ya que el año pasado también se situaba como una de las categorías con mayor crecimiento. Otro de los aumentos destacables es el experimentado por la categoría de Peluches que aumenta un 13% por encima de las cifras obtenidas en 2014.

En cuanto a los descensos, sólo una supercategoría reduce sus ventas con respecto al 2014, se trata de Juguetes Electrónicos que baja un 16,7%.

Cuota de mercado y tasa de variación interanual por categoría en función del valor de las ventas de juguetes en España

	Cuota de mercado 2015	Tasa de variación interanual de las ventas 2014/2015 (%)
Figuras de Acción	7,0%	2,42%
Juegos Artísticos	5,7%	6,1%
Construcciones	8,8%	25,65%
Muñecas	16,4%	0,77%
Juegos/Puzzles	10,8%	8,6%
Infantil/Preescolar	20,8%	7,85%
Juguetes electrónicos	3,4%	-16,7%
Deportes/Aire Libre	9,8%	4,81%
Peluches	4,5%	13,05%
Vehículos	8,8%	-0,28%
Otros Juguetes	3,9%	13,84%
Total Mercado	100%	5,84%

Fuente: NPD Group, AEFJ. COBERTURA 82% MERCADO SPAIN

8. Código ICTI de Buenas Prácticas Empresariales

En 1996, El Consejo Internacional de las Industrias del Juguete (ICTI) adoptó el Código de Buenas Prácticas Empresariales para abordar potenciales cuestiones en las fábricas de juguetes y promover la fabricación ética en todo el mundo, particularmente en China, donde se fabrican tantos juguetes. Como dice en su preámbulo:

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

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

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

Para la puesta en práctica de este código se estableció un plan y en Noviembre de 2003 ICTI acreditó a los primeros auditores certificados, iniciando así el **Programa CARE Process**.

El Proceso ICTI CARE ha ganado mucho apoyo en muy poco tiempo, con más de 800 empresas de 31 países, que representan aproximadamente el 80% del comercio mundial de juguetes, comprometidas a que a partir de una "Fecha Determinada" sólo contratarán productos fabricados por fábricas certificadas por ICTI.

En China, el Proceso ICTI CARE también gana adhesiones rápidamente, con más de 2.300 fábricas ya en proceso, lo que representa casi un millón y medio de trabajadores, y más de 1.400 sellos de cumplimiento ya emitidos.

La iniciativa ética del ICTI es muestra de una continua actividad de la industria internacional del juguete para asegurarse de que los juguetes no son sólo divertidos y seguros, sino que están fabricados en empresas que respetan la seguridad y los derechos de los trabajadores.

Desde 2010, la firma del compromiso de Fecha Determinada es condición indispensable para ser miembro asociado de AEFJ.

9. Código Deontológico de la Publicidad Infantil

Es el documento de autorregulación de la publicidad de juguetes elaborado por la propia industria junto con otros organismos implicados en la defensa de la infancia (Instituto Nacional de Consumo, asociaciones de consumidores, Autocontrol, Asociación Española de Anunciantes,...), que se enmarca en la estrategia de protección del menor que lleva en marcha la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEFJ) desde 1993 y cuyo objetivo es promover el derecho a la comunicación comercial y a la libre competencia de las empresas jugueteras, salvaguardando los intereses de la infancia.

Este código supone la actualización y revisión del texto firmado en 1993, dando respuesta a las transformaciones sociales, tecnológicas y culturales que afectan a la publicidad de juguetes. Incorpora la regulación de nuevas formas publicitarias, en su mayoría derivadas de la publicidad on line, junto con la protección de datos y la educación en valores cívicos, contenidos que hacen que este código constituya un referente en la autorregulación de la publicidad dirigida a la infancia a nivel internacional, subrayando el alto grado de responsabilidad del sector con el público al que dirige sus mensajes.

Pueden acceder al Código en el siguiente enlace: <http://www.aefj.es/contenidos/nuevo-codigo-de-autorregulacion-de-la-publicidad-infantil-de-juguetes>

10. Carta de imagen del juguete de ICTI

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

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

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

11. Empresas asociadas

Las empresas miembros de la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes, que representan el 87% de la facturación del sector, asumen al asociarse, entre otros, los siguientes compromisos:

- Adherirse al programa de Fecha Cierta del proceso ICTI CARE y al Código Deontológico de Publicidad Infantil;
- Cumplir con las normas de seguridad aplicables a sus productos, y cuando sea necesario, colaborar con las autoridades de consumo y aduanas en esta materia.

Actualmente, las empresas asociadas a AEFJ son:

AKROS-INTERDIDAK, S.L	GAME-MOVIL S.L.
ALBERO, VILAPLANA Y CIA S.L.	GENERAL DE JUGUETES, S.A.
AMAYA SPORT, S.L.	GIOCHI PREZIOSI, S.L.
ARTE MODEL, S.L.	GOLIATH AND GAMES IBERIA, S.R.L. (G.G. I)
ARTESANÍA CERDÁ, S.L	GONHER, S.A.
ARTSANA SPAIN, S.A.U	HASBRO IBERIA, S.L.
ASIVIL, S.L.	HISPÁNICA DE GLOBOS S.L.
ASLER PARTNERS, S.L	I-CREATIVE PRODUCTS EUROPE, S.L
B-TOYS G. B. FABRICANTES, S.L.	IMC TOYS, S.A.
BERJUAN, S.L.	INDUSTRIAL AUXILIAR JUEMA, S.L
BIZAK, S.A.	INDUSTRIAL JUGUETERA, S.A.
BONITA TOYS, S.L	INGAHER, S.L.
BUREAU VERITAS BIENES DE CONSUMO ESPAÑA	J&S MARKETING AND SALES 2005, S.L.
CEFA-TOYS, S.A.	JC TOYS SPAIN, S.L.
CIFE SPAIN BUSINESS S.L	JUGUETES CAYRO, S.L.
CLAUDIO REIG, S.L.	JUGUETES FALOMIR, S.A.
COMANSI, S.L.	JUGUETES PICÓ, S.L.
COMERCIAL B.P. DE JUGUETES, S.L.	LAMAGIK S.L.
CORDESCO 06, S.L	LEGO, S.A.
DEQUBE TRADING, S.L	LIMIT SPORT, S.L.
D'NENES DISEÑO, S.L.	M. LLORENS JUAN, S.L.
DINOVA, S.A.	MANUFACTURAS ARTESANÍA ESPAÑOLA, S.L.
DISET, S.A.	MANUFACTURAS QUECOS, S.L
EDUCA BORRÁS, S.A.	MARUSENKO, S.L
EDUCARTE JUEGO DIDÁCTICOS	MATTEL ESPAÑA, S.A.
ESENCIAL PALENQUE, S.L.U	MINILAND, S.A.
ESPADAS DE MADERA, S.L	MOLTÓ Y CIA, S.A.
FÁBRICA DE JUGUETES, S.L. (Chicos)	MUÑECAS ANTONIO JUAN, S.L.
FALCA TOYS, S.L.	MUÑECAS ARIAS, S.L.
FAMOSA, S.A.	MUÑECAS BERBESA, S.L.
FUENTE ALARCÓN, S.L.	MUÑECAS ENDISA, S.L.

MUÑECAS GUCA, S.L.U

MUÑECAS PAOLA, S.L.

MUÑECAS RAUBER, S.L

MUÑECAS SAICA, S.L.

NINCO DESARROLLOS, S.L

NINES ARTESANALS D'ONIL

PALAU HERMANOS, S.L.

PEQUETREN

PLAYMOBIL IBÉRICA, S.A.

ROSA CORCOLES RICO

SIMBA ESPAÑA, S.A

SMOBY TOYS ESPAÑA, S.L.

SPANISH DOLLS, S.L

SPANISH INCOMER GROUP, S.L

TEACHY GAMES

THE DOLL FACTORY EUROPE, S.L.

TOT IDEAS, S.L

TOYBAGS, SLU

VTECH ELECTRONICS EUROPE, S.L.

YUHUHUGS

12. Junta Directiva

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

Presidente:	D. José A. Pastor
Vicepresidente:	D. Florenci Verbon. <i>Educa Borrás</i> .
Secretario general:	D. Vicente Anguiz, <i>Gonher</i>
Contador:	D ^a . Rosario Carrió. <i>Juguetes Cayro</i>
Tesorero:	D. Antonio Noguera. <i>ToyBags</i>
Vocales	D. Juan Carlos Altares. <i>Playmobil</i> D. Francisco Arias. <i>Muñecas Arias</i> D. Ricardo Donoso. <i>Hasbro</i> D. Luis Berbegal. <i>INJUSA</i> D. Jaime Guerra. <i>Bizak</i> D. Carlos Perez. <i>Goliath</i> D. César Ridruejo. <i>Lego</i> D ^a . Elvira Sanjurjo. <i>Mattel</i> D. Albert Ventura. <i>IMC Toys</i> D. José Verdú. <i>Miniland</i> .
Secretaría Técnica	D ^a . M ^a Cristina Miró