



Asociación Española de  
Fabricantes de Juguetes

# Dossier Presentación AEFJ 2018

[www.aefj.es](http://www.aefj.es)

## 1. Qué es AEFJ

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

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

Formada por 85 empresas con una facturación de 1.011 millones de euros, cerca de 4.000 empleos directos y casi 20.000 indirectos, que representan el 60,82% del volumen total de facturación del sector, el 80% del total exportado, y el 55,27% del total de trabajadores del sector, siendo el segundo país productor de juguetes de la UE. Además, cuenta con la inestimable colaboración, para el mejor desarrollo de sus fines, del Instituto Tecnológico del Juguete – AIJU y de la Fundación Crecer Jugando

Fines según sus estatutos:

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

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

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

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

## 2. Entidades participadas

### Fundación Crecer Jugando

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

Sus órganos de gobierno son:

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

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

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

- o Campaña "Un juguete, una ilusión", [www.unjugueteunailusion.com](http://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](http://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 Jugete.
  - 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.
- **Consellería 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:

- UNE – Asociación Española de Normalización. (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.
- CEV: Confederación Empresarial de la Comunidad Valenciana. AEFJ es miembro de la Junta Directiva y del Comité Ejecutivo
- CEOE: Confederación Española de Organizaciones Empresariales. AEFJ es miembro de la Junta Directiva

### Ámbito europeo:

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

### Ámbito internacional:

- ICTI – Consejo Internacional de la Industria del Juguete.

## 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 65% del total de empresas, llegando a alcanzar el 30% 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](http://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.
- Juguetes Pre-show

### **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 en 2017 está constituido por 234 empresas. Estas empresas ocupan directamente a más de 4.500 personas, (más de 20.000 de forma indirecta) 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 **234 empresas** en función de su tamaño por número de trabajadores y/o volumen de facturación y balance, es la siguiente:

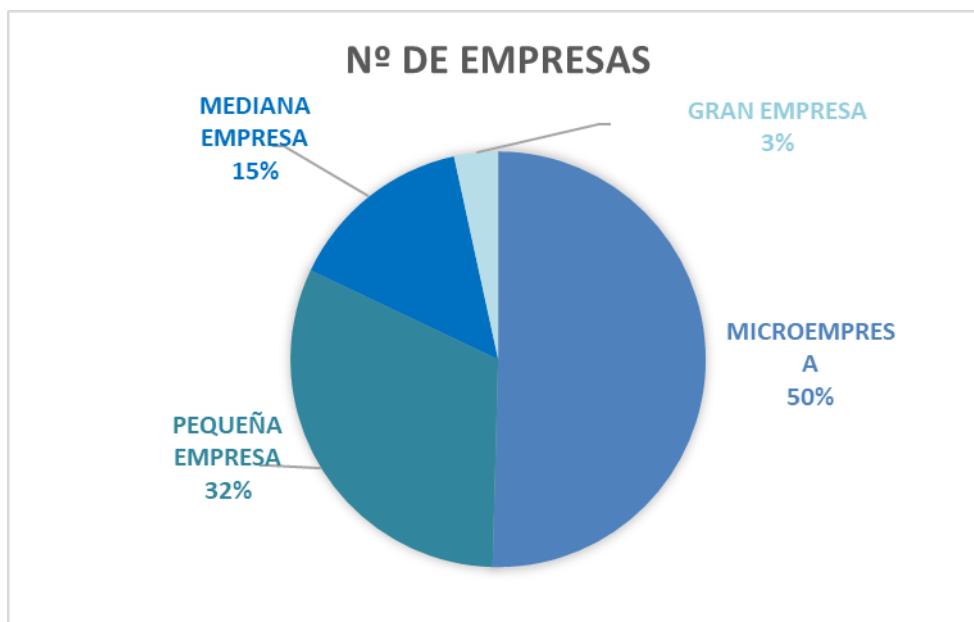
### Nº de empresas que componen el sector

- Total de empresas del sector: 234
- Empresas exportadoras: 65%

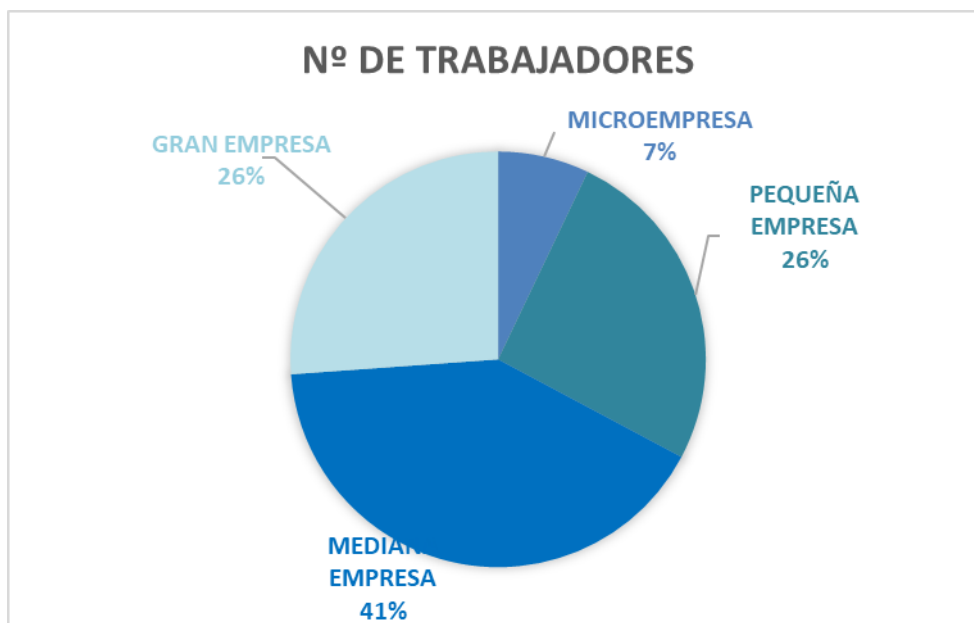
**Tabla 1. Datos del sector del juguete en España por tipología de empresa fabricante 2017**

	Nº Empresas			Nº Empleados			Facturación		
	2016	2017	% Var	2016	2017	% Var	2016	2017	% Var
<b>MICROEMPRESA</b>	100	118	18,00%	323	323	0,00%	37.108.857	33.844.824	-8,80%
<b>PEQUEÑA EMPRESA</b>	80	74	-7,50%	1118	1169	4,56%	249.188.081	265.817.923	6,67%
<b>MEDIANA EMPRESA</b>	32	34	6,25%	1445	1869	29,34%	635.146.325	711.906.217	12,09%
<b>GRAN EMPRESA</b>	9	8	-11,11%	1658	1190	-28,23%	635.403.005	650.784.426	2,42%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>221</b>	<b>234</b>	<b>5,88%</b>	<b>4544</b>	<b>4551</b>	<b>0,15%</b>	<b>1.556.846.268</b>	<b>1.662.353.390</b>	<b>6,78%</b>

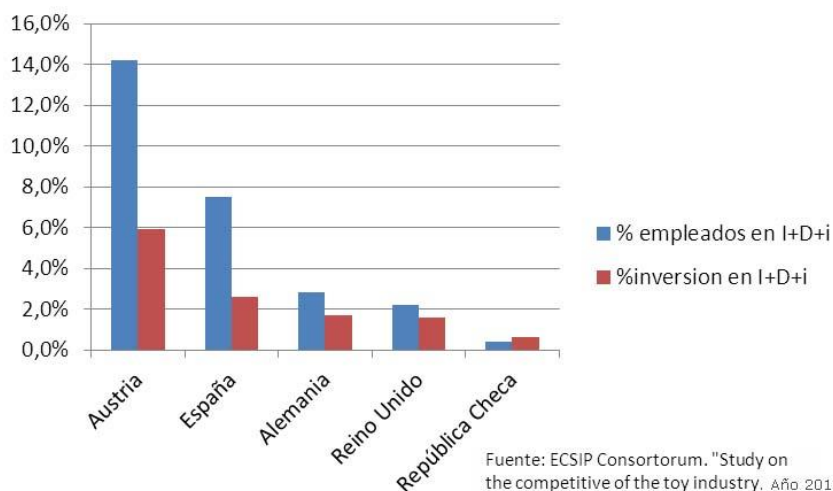
Fuente: AEFJ



Como se puede observar en la tabla y gráfico anteriores, las PYMES (incluyendo microempresas) representan el 97% del tejido empresarial del sector, mientras que proporcionan trabajo al 74% 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 **67,42%** 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 46,47% de los trabajadores del sector del juguete en España, y un 37,79% de la facturación sobre el total del sector. En el caso de la facturación Cataluña sigue a la Comunidad Valenciana en el ránking acumulando un 35,91% del total del sector.

**Tabla 2. Datos del sector del juguete en España por localización geográfica de las empresas fabricantes 2017**

Por Comunidad Autónoma	Nº Empresas			Nº Empleados			Facturación		
	2016	2017	% Var.	2016	2017	% Var.	2016	2017	% Var.
<b>ARAGÓN</b>	8	<b>6</b>	-25,00%	122	<b>123</b>	0,82%	40.592.352	35.098.433	-13,53%
<b>CATALUÑA</b>	60	<b>71</b>	18,33%	1.313	<b>1.271</b>	-3,20%	574.573.708	596.981.883	3,90%
<b>COMUNIDAD VALENCIA</b>	89	<b>93</b>	4,49%	1.790	<b>1.948</b>	8,83%	604.438.188	628.343.555	3,95%
<b>MADRID</b>	31	<b>36</b>	16,13%	1.014	<b>838</b>	-17,36%	238.194.449	317.520.275	33,30%
<b>MURCIA</b>	10	<b>8</b>	-20,00%	109	<b>133</b>	22,02%	13.737.134	13.773.278	0,26%
<b>PAÍS VASCO</b>	4	<b>6</b>	50,00%	91	<b>102</b>	12,09%	61.305.116	49.772.530	-18,81%
<b>RESTO CC.AA.</b>	19	<b>14</b>	-26,32%	105	<b>136</b>	29,52%	24.005.322	20.863.435	-13,09%
<b>TOTAL GENERAL</b>	<b>221</b>	<b>234</b>	<b>5,88%</b>	<b>4.544</b>	<b>4.551</b>	<b>0,15%</b>	<b>1.556.846.269</b>	<b>1.662.353.390</b>	<b>6,78%</b>

Fuente: AEFJ

#### Exportaciones

Según los datos proporcionados por Estacom, en 2017 las exportaciones han aumentado un 7,47% situándose alrededor de los 500 millones de euros.

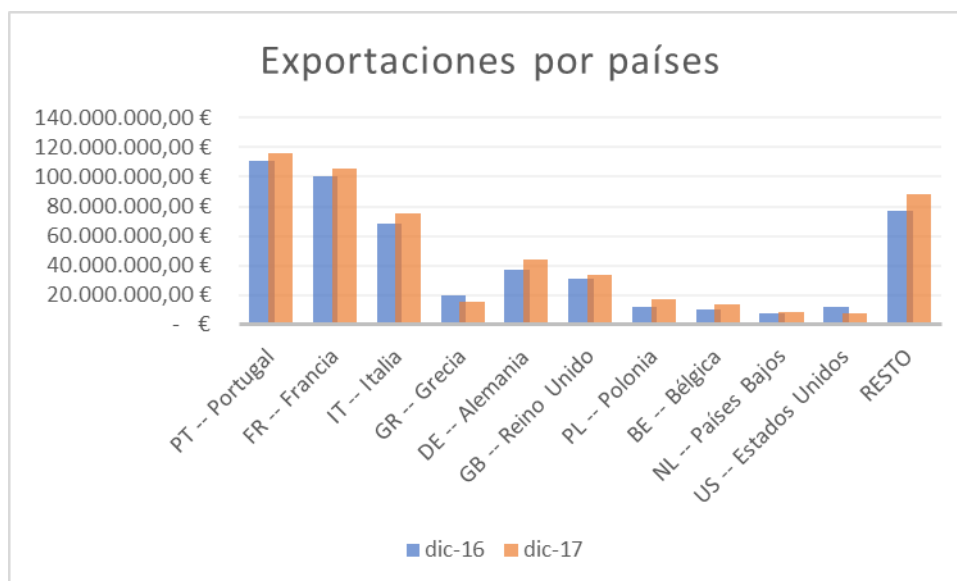
PARTIDAS	DESCRIPCIÓN	ACUMULADO	ACUMULADO	% DE
		a 31/12/2016	a 31/12/2017	VARIACIÓN
<b>95.03</b>	JUGUETES CON RUEDAS, MUÑECAS, ROMPECABEZAS Y OTROS.	400,21	428,73	7,13%
<b>95.03.00.10</b>	TRICICLOS, PATINETES, COCHES DE PEDAL Y SIMILARES.	64,38	60,51	-6,02%
<b>95.03.00.21- 95.03.00.29</b>	MUÑECAS Y MUÑECOS-PARTES Y ACCESORIOS	44,84	47,68	6,34%
<b>95.04.40</b>	NAIPES	9,39	11,26	19,91%
<b>95.04.90.10</b>	CIRCUITOS ELECTRICOS DE COCHES	0,56	0,60	7,27%
<b>95.05</b>	ART. FIESTAS, CARNAVAL U OTRAS DIVERSIONES.	42,20	49,37	16,98%
<b>95.06.62.00</b>	PELOTAS Y BALONES INFLABLES	19,19	15,92	-17,07%
<b>95.06.70.30</b>	PATINES DE RUEDAS.	15,92	18,50	16,23%
<b>95.06.70.90</b>	PARTES Y ACCESORIOS.	1,37	0,97	-28,98%
<b>TOTAL</b>		<b>488,84</b>	<b>525,34</b>	<b>7,47</b>

Datos en millones de €

PARTIDAS	DESCRIPCIÓN	ACUMULADO	ACUMULADO	% DE
		a 31/12/2016	a 31/12/2017	VARIACIÓN
<b>95.03</b>	JUGUETES CON RUEDAS, MUÑECAS, ROMPECABEZAS Y OTROS.	39.713.370,76	42.578.496,79	7,21%
<b>95.03.00.10</b>	TRICICLOS, PATINETES, COCHES DE PEDAL Y SIMILARES.	9.876.323,03	9.471.644,50	-4,10%
<b>95.03.00.21- 95.03.00.29</b>	MUÑECAS Y MUÑECOS-PARTES Y ACCESORIOS	3.583.218,90	3.779.024,74	5,46%
<b>95.04.40</b>	NAIPES	713.540,12	807.839,46	13,22%
<b>95.04.90.10</b>	CIRCUITOS ELECTRICOS DE COCHES	24.344,41	36.219,02	48,78%
<b>95.05</b>	ART. FIESTAS, CARNAVAL U OTRAS DIVERSIONES.	5.354.831,46	5.002.363,18	-6,58%
<b>95.06.62.00</b>	PELOTAS Y BALONES INFLABLES	3.795.172,36	2.197.673,25	-42,09%
<b>95.06.70.30</b>	PATINES DE RUEDAS.	1.591.205,52	1.924.780,33	20,96%
<b>95.06.70.90</b>	PARTES Y ACCESORIOS.	42.694,78	44.340,76	3,86%
<b>TOTAL</b>		<b>51.235.159,42</b>	<b>52.591.712,79</b>	<b>2,65%</b>

Exportaciones en kilogramos

En cuanto al listado de los principales países destino de nuestras exportaciones, en 2017 siguen aumentando las exportaciones hacia Portugal (5,04%) que sigue en primera posición, seguida de Francia, que crece un 4,73%. En negativo, Países Bajos y, sobre todo, Estados Unidos, con una bajada del 38%, siguiendo la tendencia del año pasado, tras las elecciones gubernamentales en ese país.

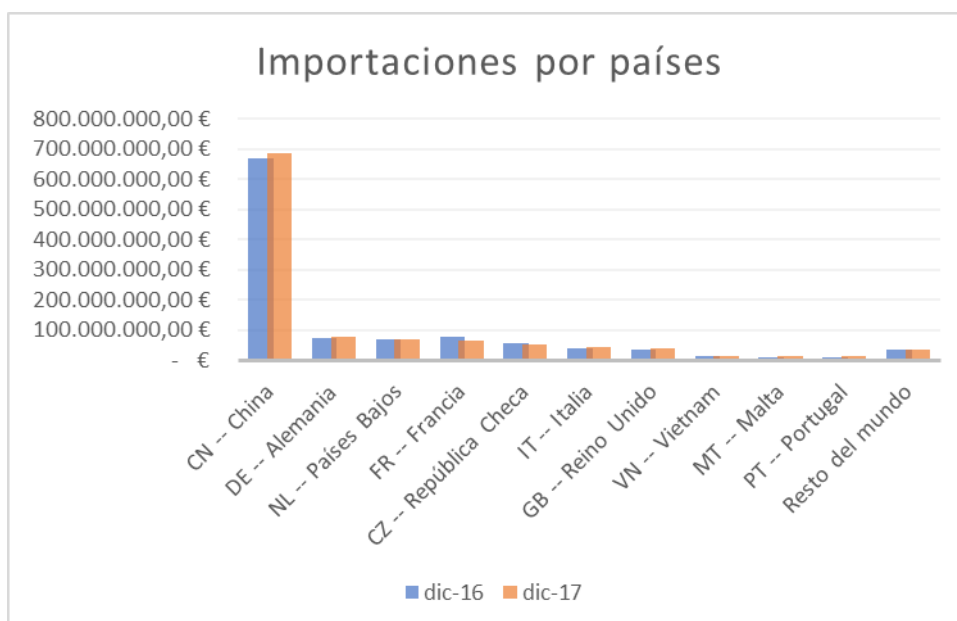


Fuente: ICEX-Estacom, AEFJ

Cataluña sigue ostentando el liderazgo arrebatado a la Comunidad Valenciana en 2015 en cuanto a principal zona exportadora, con un aumento de más del 7,48%.

### Importaciones

En lo que se refiere a las Importaciones, se observa un aumento del 0,92% superando los 1.102 millones de euros. La importación realizada desde China aumenta un 2,58% y mantiene a este país como cabeza en el ranking de importaciones, con una cuota del 58,6%.



Fuente: ICEX-Estacom, AEFJ



PARTIDAS	DESCRIPCIÓN	ACUMULADO	ACUMULADO	% DE
		a 31/12/2016	a 31/12/2017	VARIACIÓN
<b>95.03</b>	JUGUETES CON RUEDAS, MUÑECAS, ROMPECABEZAS Y OTROS.	914,27	919,59	0,58%
<b>95.03.00.10</b>	TRICICLOS, PATINETES, COCHES DE PEDAL Y SIMILARES.	62,79	69,69	10,99%
<b>95.03.00.21- 95.03.00.29</b>	MUÑECAS Y MUÑECOS-PARTES Y ACCESORIOS	78,35	97,39	24,30%
<b>95.04.40</b>	NAIPES	8,06	13,66	69,53%
<b>95.04.90.10</b>	CIRCUITOS ELECTRICOS DE COCHES	4,10	3,35	-18,17%
<b>95.05</b>	ART. FIESTAS, CARNAVAL U OTRAS DIVERSIONES.	85,72	88,18	2,87%
<b>95.06.62.00</b>	PELOTAS Y BALONES INFLABLES	46,00	38,83	-15,57%
<b>95.06.70.30</b>	PATINES DE RUEDAS.	32,37	36,71	13,40%
<b>95.06.70.90</b>	PARTES Y ACCESORIOS.	1,73	1,96	13,37%
	<b>TOTAL</b>	1.092,24	1.102,28	<b>0,92%</b>

Importaciones en millones de euros

Fuente: ICEX-Estacom, AEFJ

PARTIDAS	DESCRIPCIÓN	ACUMULADO	ACUMULADO	% DE
		a 31/12/2016	a 31/12/2017	VARIACIÓN
<b>95.03</b>	JUGUETES CON RUEDAS, MUÑECAS, ROMPECABEZAS Y OTROS.	98.986.331,90	103.902.798,93	4,97%
<b>95.03.00.10</b>	TRICICLOS, PATINETES, COCHES DE PEDAL Y SIMILARES.	10.199.633,52	11.608.303,21	13,81%
<b>95.03.00.21- 95.03.00.29</b>	MUÑECAS Y MUÑECOS-PARTES Y ACCESORIOS	6.550.845,10	9.047.396,43	38,11%
<b>95.04.40</b>	NAIPES	1.292.067,10	1.778.913,71	37,68%
<b>95.04.90.10</b>	CIRCUITOS ELECTRICOS DE COCHES	348.344,35	327.288,92	-6,04%
<b>95.05</b>	ART. FIESTAS, CARNAVAL U OTRAS DIVERSIONES.	15.332.669,12	15.660.393,70	2,14%
<b>95.06.62.00</b>	PELOTAS Y BALONES INFLABLES	6.309.214,55	5.240.371,67	-16,94%
<b>95.06.70.30</b>	PATINES DE RUEDAS.	3.627.158,00	4.474.793,01	23,37%
<b>95.06.70.90</b>	PARTES Y ACCESORIOS.	109.863,85	138.135,40	25,73%
	<b>TOTAL</b>	126.005.648,87	131.522.695,33	<b>4,38%</b>

Importaciones en kilogramos Fuente: ICEX-Estacom, AEFJ

#### 4.5. Consumo interno

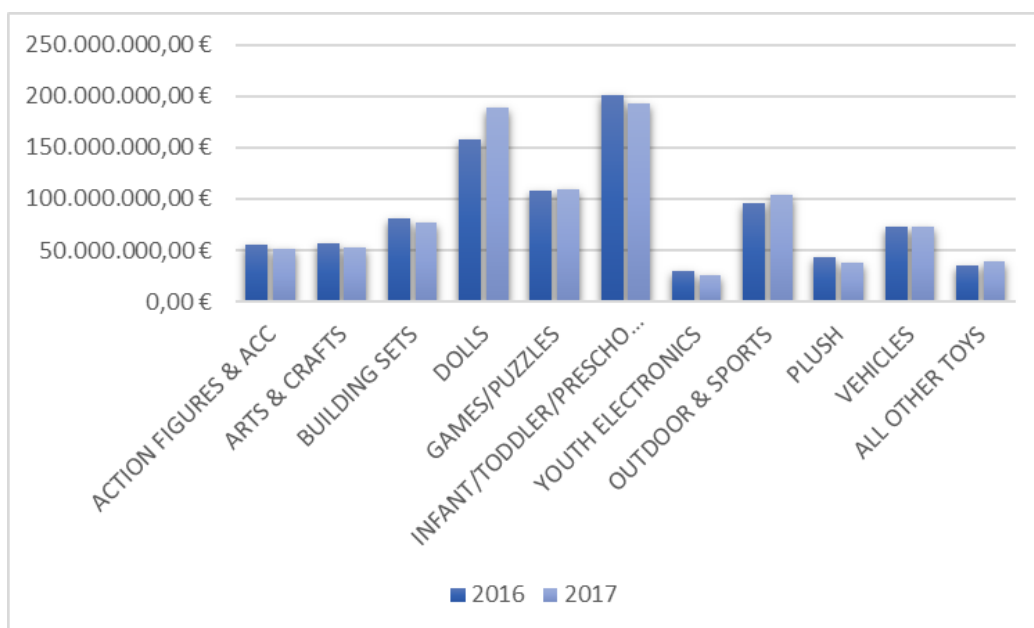
El Consumo Nacional alcanzó un volumen total de mercado de 1.152 millones de euros en 2017 lo que supone un incremento del 2% respecto a 2016.

Las ventas de juguetes en el mercado nacional se estancan tras varios años de crecimiento. No obstante, el mercado español crece por encima de la media mundial, cuyo consumo de mercado se elevan un 1%.

En 2017, y contra todo pronóstico pues hasta septiembre el mercado había crecido un 7% (según datos de NPD Group), los meses de octubre y noviembre obtuvieron resultados negativos. No obstante, la Navidad, campaña por excelencia del sector, recuperó el consumo logrando cifras positivas.

El comportamiento de las ventas del juguete en España se refleja en todas las categorías, encontrando muchas de ellas en negativo. Según datos de NPD Group la categoría de muñecas es la que mayor crecimiento experimentó en 2017 con un aumento del 19,7% superando los 188 millones de euros. Crecimiento en positivo también para las categorías de Juegos y puzzles (+1,5%), Deporte y aire libre (+7,7%) y Vehículos (+0,1%).

En negativo el resto de categorías, encabezadas por la categoría de Juguetes electrónicos que desciende un 13,6%, y peluches que caen un 12,9%.



Comparativa ventas por categorías de juguete 2016/2017 en euros. Fuente: NPD Group (cobertura estimada 85% del mercado)

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





<b>Figuras de Acción</b>	5,9%	5,5%
<b>Juegos Artísticos</b>	6,1%	5,6%
<b>Construcciones</b>	8,6%	8,1%
<b>Muñecas</b>	16,9%	19,8%
<b>Juegos/Puzzles</b>	11,5%	11,5%
<b>Infantil/Preescolar</b>	21,5%	20,3%
<b>Juguetes electrónicos</b>	3,2%	2,7%
<b>Deportes/Aire Libre</b>	10,3%	10,9%
<b>Peluches</b>	4,6%	3,9%
<b>Vehículos</b>	7,8%	7,6%
<b>Otros Juguetes</b>	3,7%	4,1%
<b>Total Mercado</b>	<b>100,00%</b>	<b>100%</b>

Fuente: NPD Group, AEFJ. COBERTURA 85% MERCADO ESPAÑA

#### Evolución del valor de las ventas de juguetes en España 2015/2016

	Tasa de Variación interanual 2016/2017 (%)
<b>Figuras de Acción</b>	-5,4%
<b>Juegos Artísticos</b>	-6,4%
<b>Construcciones</b>	-4,9%
<b>Muñecas</b>	19,7%
<b>Juegos/Puzzles</b>	1,5%
<b>Infantil/Preescolar</b>	-3,8%
<b>Aprendizaje/Investigación</b>	-13,6%
<b>Deportes/Aire Libre</b>	7,7%
<b>Peluches</b>	-12,9%
<b>Vehículos</b>	0,1%
<b>Otros Juguetes</b>	10,7%
<b>Total Mercado</b>	<b>1,7%</b>

Fuente: NPD Group, AEFJ



## 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](http://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	GONHER, S.A.
ALBERO, VILAPLANA Y CIA S.L.	HASBRO IBERIA, S.L.
AMAYA SPORT, S.L.	HISPÁNICA DE GLOBOS S.L.
ARTE MODEL, S.L.	I-CREATIVE PRODUCTS EUROPE, S.L
ARTESANÍA CERDÁ, S.L	IMC TOYS, S.A.
ARTSANA SPAIN, S.A.U	INDUSTRIAL AUXILIAR JUEMA, S.L
ASIVIL, S.L.	INDUSTRIAL JUGUETERA, S.A.
ASLER PARTNERS, S.L	INGAHER, S.L.
B-TOYS G. B. FABRICANTES, S.L.	J&S MARKETING AND SALES 2005, S.L.
BARTI & BOSCH, S.L.	JC TOYS SPAIN, S.L.
BERJUAN, S.L.	JOVI, S.A.
BEYSAL EUROPA, S.L.	JUGUETES CAYRO, S.L.
BIZAK, S.A.	JUGUETES FALOMIR, S.A.
BONITA TOYS, S.L	JUGUETES PICÓ, S.L.
BUREAU VERITAS BIENES DE CONSUMO ESPAÑA	JUGUETRÓNICA, S.L.
CEFA-TOYS, S.A.	KIBBI TOYS, S.L.
CIFE SPAIN BUSINESS S.L	LAMAGIK S.L.
CLAUDIO REIG, S.L.	LEGO, S.A.
COMANSI, S.L.	LIMIT SPORT, S.L.
COMERCIAL B.P. DE JUGUETES, S.L.	M. LLORENS JUAN, S.L.
CORDESCO 06, S.L	MAGIC BOX INT. TOYS S.L.
DEQUBE TRADING, S.L	MANUFACTURAS ARTESANÍA ESPAÑOLA, S.L.
D'NENES DISEÑO, S.L.	MANUFACTURAS QUECOS, S.L
DINOVA, S.A.	MATTEL ESPAÑA, S.A.
DISET, S.A.	MILLENIUM BABY, S.L.
EDUCA BORRÁS, S.A.	MINILAND, S.A.
EPOCH PARA IMAGINAR, S.L.	MOLTÓ Y CIA, S.A.
ESENCIAL PALENQUE, S.L.U	MUÑECAS ANTONIO JUAN, S.L.
ESPADAS DE MADERA, S.L	MUÑECAS ARIAS, S.L.
FÁBRICA DE JUGUETES, S.L.	MUÑECAS BERBESA, S.L.
FAMOSA, S.A.	MUÑECAS ENDISA, S.L.
FUENTE ALARCÓN, S.L.	MUÑECAS GUCA, S.L.U
GAME-MOVI S.L.	MUÑECAS PAOLA, S.L.
GENERAL DE JUGUETES, S.A.	MUÑECAS RAUBER, S.L
GIOCHI PREZIOSI, S.L.	MUÑECAS SAICA, S.L.
GLOBOS FESTIVAL, S.A.	NINCO DESARROLLOS, S.L
GLOWIX EUROPE, S.L.	NINES ARTESANALS D'ONIL
GOLIATH AND GAMES IBERIA, S.R.L. (G.G. I)	PALAU HERMANOS, S.L.



Asociación Española de  
Fabricantes de Juguetes

PEQUETREN

PLAYMOBIL IBÉRICA, S.A.

ROSA CORCOLES RICO

SCIENCE FOR YOU, S.L.

SIMBA ESPAÑA, S.A

SPANISH DOLLS, S.L

SPANISH INCOMER GROUP, S.L

TAVITOYS

THE DOLL FACTORY EUROPE, S.L.

TOT IDEAS, S.L

TOY PARTNER, S.A.

TOY BAGS, S.L.

VTECH ELECTRONICS EUROPE, S.L.

WORLDBRANDS, 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 <sup>a</sup> . 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. Jose Vicente Savall. <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 <sup>a</sup> . Ruth Henríquez. <i>Mattel</i> D. Albert Ventura. <i>IMC Toys</i> D. José Verdú. <i>Miniland.</i>
Secretaria Técnica	D <sup>a</sup> . M <sup>a</sup> Cristina Miró