

# Nota de tapa

FABRICANTES NACIONALES DE JUGUETES

## Un sector que quiere jugar en serio

Durante los años '90 perdieron el mercado a manos de los productos importados que entraron de manera irrestricta gracias a la convertibilidad. Tras la devaluación, el Estado aplicó licencias no automáticas para proteger a esta industria. Hoy controla el 40% de las ventas y aspira a lograr más.

Por María Giselle Castro  
economia@diariojornada.com.ar

Aunque tan solo controlan el 40% del mercado y los productos importados se quedan con el 60% restante, los empresarios de la industria del juguete están tan entusiasmados como niño con chiche nuevo.

Es que hoy pasan por una situación diametralmente opuesta a la que vivieron durante la década del '90, cuando el modelo económico de apertura indiscriminada para los productos del exterior llevó a cientos de empresas casi al exterminio y a otras directamente las pulverizó. Las firmas jugueteras que lograron sortear la crisis y revivieron con la devaluación del peso son hoy partícipes del crecimiento paulatino del mercado, aunque la predominancia de los productos *made in* sigue siendo amplia. Así y todo, lo que viven en la actualidad es la antítesis de los años '90, los peores en la historia de la industria del juguete, tiempo durante el cual apenas tuvieron el 10% de las ventas domésticas.

Para alcanzar mayor lugar en el mercado el papel de Estado fue central: aplicando una política proteccionista, ratificada el viernes último por el presidente Néstor Kirchner y el ministro de Economía, Miguel Peirano, el país frena el ingreso irrestricto de determinados productos, entre ellos juguetes, con licencias no automáticas que los empresarios defienden. Para algunos analistas, el remedio por el que optó el Gobierno puede costar caro: temen que, al restringirse la oferta, los precios de esos productos comiencen a subir en el mercado interno aunque desde la industria lo descartan.

China es el principal origen de los juguetes importados y, además, es el principal fabricante y exportador de



TODOS LOS AÑOS LA INDUSTRIA REALIZA LA FIESTA NACIONAL DEL JUGUETE: 15 DÍAS PARA QUE LOS NIÑOS JUEGUEN EN GRANDE.

juguetes en todo el planeta. Tiene 8.000 empresas productoras de juguetes y su producción representa el 70% sobre el total mundial. Con su impresionante maquinaria industrial el país asiático fue la perdición para los jugueteros argentinos que creen tener hoy su tiempo de revancha.

En la década del '90 la política para defender lo nacional no tenía rumbo

y esos años, con la apertura indiscriminada a la importación, fueron el quiebre de nuestro sector. De 260 empresas que estaban inscriptas en la cámara, quedaron 60. Los '90 arrasaron con un sector que hasta entonces era progresista. Después, cuando vino el crack económico y la devaluación, también vino un nuevo sentido de política económica, que dignificó al obrero y a la industria nacional y que, con una importación medianamente regulada, logró que inmediatamente surgiera el producto argentino", dijo a Jornada Norberto García, presidente de la Cámara Argentina de la Industria del Juguete (CAIJ), haciendo una férrea y obvia defensa a la política del Gobierno.

Durante los años de la convertibilidad, las empresas que pudieron mantenerse en pie -no más de una veintena- debieron reconvertirse y pasar a ser importadoras, como recurso de subsistencia. Otro grupo mantuvo su producción porque ofrecía productos de gran tamaño que por el alto costo del flete restaba rentabilidad si se importaba y hubo otras firmas que capearon el temporal porque eran productores de juegos de mesa y, por una

cuando la convertibilidad había pasado al olvido y la paridad cambiaria era US\$ 1 = \$ 3 las importaciones se desplomaron y apenas alcanzaron los 23,1 millones de dólares.

Si bien con la normalización de la economía, los productos provenientes del exterior empezaron a levantar cabeza, todavía no alcanzaron el nivel previo a la crisis aunque así y todo las importaciones siguen siendo sustancialmente mayores a lo que se produce localmente.

El año último, por caso, se importó mercadería por US\$ 79,6 millones en tanto que la industria argentina produjo por US\$ 46,1 millones. La balanza sigue estando notoriamente a favor de los juguetes importados.

"Hoy somos 110 empresas, de las cuales algo más del 20% son pyme. Hay marcas como Ruibial, Antex Andina, Rotoys, Rondí, Yolybell que se transformaron y se convirtieron en los grandes jugadores del sector. Después de las ventas del día del niño, podemos decir que el crecimiento de la industria es impresionante", opinó García.

Según datos de la entidad, en 2005 la industria nacional alcanzó un volumen de ventas cercano a los \$ 107 millones en tanto que el año último el resultado fue mejor pues consiguieron trepar hasta los \$ 139 millones.

Aunque los juguetes nacionales todavía son jugadores minoritarios en el mercado, los empresarios no ocultan su satisfacción por el buen momento que atraviesa el consumo que les permitió posicionarse e intentar hacerle frente a lo que llega del exterior.

En el calendario anual, hay dos fechas en las que el sector factura para vivir el resto del año: las fiestas de fin de año y el día del niño.

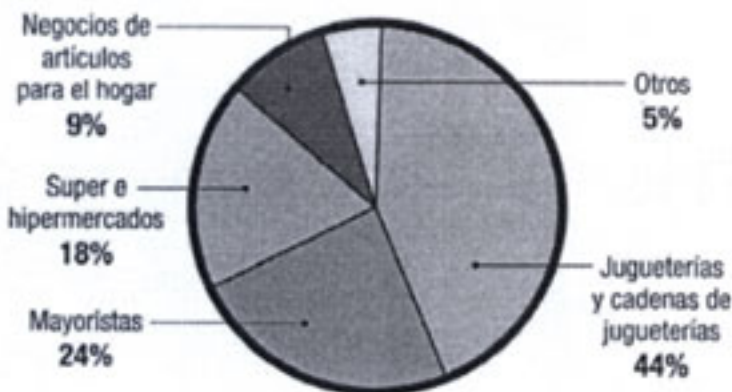
"Algo que está cambiando es que mientras tradicionalmente el interior

cuestión idiomática y cultural, no tenían competencia del exterior.

Las estadísticas que los empresarios muestran ponen blanco sobre negro la realidad que los acompañó en los '90 y cómo empezaron a ganar terreno tras la devaluación.

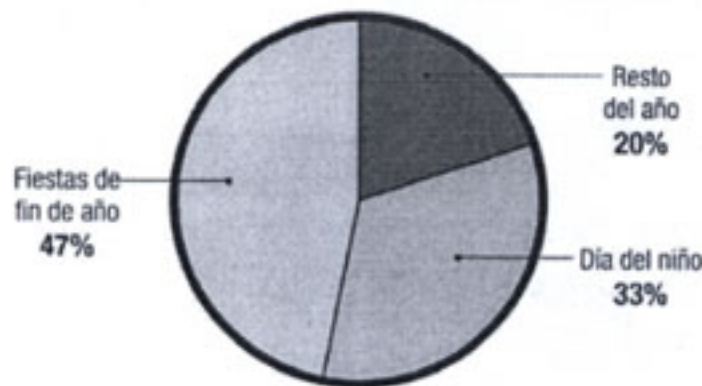
Mientras en 2001 -año previo a la devaluación- se importaron juguetes por US\$ 108 millones, durante 2002,

### Distribución de las ventas por canales



Fuente: Estimación en base a encuesta CEP

### Distribución de las ventas durante el año



Fuente: Estimación en base a encuesta CEP



significaba el 40% de las ventas y el resto se vendía en Capital Federal y Gran Buenos Aires, ahora las proporciones se invirtieron: el 60% se vende en el interior, demostrando la fuerte recuperación del consumo en las provincias gracias al mejoramiento de las economías regionales", sostuvo García.

Una encuesta realizada por la Secretaría de Industria, Comercio y de la Pequeña y Mediana Empresa, muestra que la industria local de los juguetes está compuesta por pequeñas y medianas empresas que cuentan con un largo historial en el sector.

El sondeo realizado entre marzo y abril del año pasado entre las firmas asociadas a la CAIJ deja ver que seis de cada diez empresas tienen más de 20 años en el rubro de juguetes. El 35% fue creada antes de los años 80, un 24% durante los '80, en la primera mitad de la década del '90 nació otro 30% y el resto vio la luz tras la devaluación.

### Canales de venta

García está convencido de que la importación motorizó a que la industria argentina se renueve, profesionalice y se preocupara por ofrecer diseños nuevos y atractivos. Por eso no está de acuerdo cuando se le dice que determinadas marcas infantiles importadas, como Chicco o HotWheels tienen un precio más alto pero al mismo tiempo ofrecen productos de mejor calidad.

"Esa es una opinión subjetiva. Lo mejor o peor no lo determina el consumidor. Yo le digo que los productos argentinos cumplen con normas de calidad y de seguridad. Lo que pasa es

que la industria en los últimos cinco años ha dado un cambio tan grande, que todavía quedan vestigios de la época anterior, cuando éramos fabricantes de baldecito, palita, mate y bombilla. Hoy por hoy las nuevas tecnologías han sido asumidas por la industria y le puedo asegurar que estamos haciendo productos de gran calidad", consideró.

Las jugueterías son el principal canal de comercialización. Por allí se vende el 44% de la producción. Según el estudio del CEP en la última década, con la aparición y consolidación de grandes cadenas, la desaparición de muchas jugueterías tradicionales y la mayor participación de los supermercados, hizo que el mercado minorista se convirtiera en el principal canal de ventas.

Por los supermercados o hipermercados se produce el 18% de las ventas de juguetes. Pero en la CAIJ señalan que no es un punto de venta al que les interesa llegar y que por eso, en más de un 85%, las cadenas de hipermercados se nutren con productos importados y no ofrecen variedad nacional.

"En los supermercados el negocio siempre es importado porque el metro cuadrado de ellos vale mucha plata entonces si venden juguetes argentinos, no le pueden agregar el margen que ellos quieren porque tienen a Don Pepe, en la juguetería de la esquina, vendiendo más barato. Como eso no les pasa con el juguete importado, multiplican por cinco el valor", dijo García.

La industria del juguete aspira a conseguir el 50% del mercado y por eso apoyó el anuncio hecho el último

### Evolución del mercado

Año	Importaciones*	Producción nacional*	Exportaciones*
2001	108.061.889	20.821.900	6.132.004
2002	23.195.586	7.516.491	7.475.950
2003	33.110.526	32.589.527	6.419.711
2004	57.430.254	28.433.998	5.881.664
2005	44.061.251	35.481.399	5.762.423
2006	79.682.124	46.134.454	7.198.878
2007 (ene-jun)	38.653.650		2.853.732

\* En dólares



Fuente: Cámara Argentina del Juguete

viernes por el Gobierno, que aplicó licencias no automáticas para el ingreso de determinados productos que llegan del otro lado del mundo.

"Nunca dijimos que no queremos que haya juguetes chinos. Tienen que haber juguetes de cualquier lugar del mundo, porque la industria argentina está afuera de todo lo que es personaje de nuevas películas. Esos son acuerdos de los grandes estudios cinematográficos con las grandes licencias mundiales que crean personajes, y se hacen en China, entonces nosotros no tenemos los juguetes que los chicos quieren: hoy Shrek mañana Ratatouille. El bombardeo publicitario que reciben es brutal, quieren esos productos entonces necesitamos que entren".#

### En concreto

> La industria juguetera da empleo a 6.000 trabajadores, entre efectivos y temporarios, y fabrica cerca de 10.000 productos diferentes.

> En los últimos 13 años la balanza comercial del sector fue deficitaria. Se importa más de lo que se exporta (ver gráfico "Evolución del mercado").

> La Argentina exporta, fundamentalmente, a Brasil y Uruguay. Los productos navideños y de algodón lideran las ventas.

> El 45% de lo que ingresa son juguetes con motor eléctrico, a fricción, cuerda, etc.

> En agosto de 2005, el Ministerio de Economía estableció una licencia no automática para la verificación, previo al ingreso a la plaza, de los productos que pretenden ingresar.

> Las firmas Ferrero Argentina (chocolate Kinder) y Arcos Dorados (McDonald's) son dos de las principales firmas importadoras. Juntas, explican el 30% de las compras externas. Lo destinan a las "sorpresas" y "cajita feliz".#

### DIMARE

## La reconversión exitosa de una empresa familiar

**D**imare es una empresa familiar y juguetera de ley. Nació en 1965 y, por lo tanto, navegó en aguas tranquilas y turbulentas y es una de las pocas que en los complicados años 90 pudo mantenerse a flote.

Hoy, con la reconversión empresarial que llegó de la mano de la devaluación y con la sinergia estado-privado, Dimare consiguió modernizar sus productos, agregar variedad y calidad, mejoras que le permitieron iniciar un sostenido crecimiento. El año último cerró con un volumen de ventas un 35% superior a 2005. Para este año, proyectan lograr una facturación 50% superior a la de 2006.

"Durante la convertibilidad nos dedicamos a importar para subsistir. Después, cuando se terminó la rela-



ANTONIO DIMARE Y SUS CINCO HIJOS: MUCHA FUERZA PARA EMPUJAR EL CARRO.

ción US\$ 1 = \$ 1, empezamos a fabricar y relanzamos nuestras marcas y creamos otras. Nos adaptamos para competir, compramos maquinaria, renovamos diseños, packaging y le incorporamos mayor valor agregado a los productos. El presente es muy bueno

y las proyecciones de crecimiento también", dijo a *Jornada* Fabián Dimare, director de finanzas de la empresa creada por su padre y en la que hoy trabajan sus cinco hijos.

La empresa, que emplea a 58 personas y es la responsable de las marcas

Blocky, Armatron, Bimbi y Princesitas, entre otras, es la responsable de la vuelta al mercado nacional de Rasti, la emblemática marca de ladrillitos de los años 70.

Para eso, desembolsaron \$ 2,5 millones para adquirir las matrices que estaban sin utilizar en una empresa brasileña y hoy ya ofrecen el producto en las jugueterías del país.

Con un presente colorido como los juguetes que fabrican -para el día del niño vendieron un 60% que lo previsto y tuvieron que suspender 15 días antes las ventas porque se quedaron sin stock- no quieren quedarse quietos y siguen apostando a reinvertir en la compañía, para lanzar nuevos productos y tener más presencia en el mercado y en el exterior. #

### ¿Precios en alza?

Desde la Cámara Argentina de la Industria del Juguete desmienten que se hayan producido aumentos de hasta el 40% con relación a los precios vigentes en agosto del año pasado. Cotejando boletas, dicen, las empresas pueden demostrar que en fábrica en el último año los precios subieron un 9% "acompañando el índice inflacionario".

En tanto, un estudio realizado por la Secretaría de Industria sostiene que la concentración de las ventas en el comercio minorista se maneja con márgenes de ganancias muy altos. "Según diversas fuentes consultadas, el precio de venta al público supera entre un 80% y un 100% el valor del producto salido de fábrica".#



**PATAGONIA**  
BROKER DE SEGUROS

Ahora  
su tranquilidad  
está asegurada.

