

La añeja canción del dúo Vivencia vuelve a cobrar vigencia, como todos los lagostos, ahora que los industriales del sector juguetero quieren institucionalizar el tercer domingo como Día del Niño. "Con tantos niños afuera... / ¿Qué hacemos en la vidriera...?", se estira el estribillo, abriendo la puerta a la imaginación en *Los juguetes y los niños*.

La pesadilla de los dueños de jugueterías tiene, hoy por hoy, su contrapartida en la recuperación de gran parte del *share* del mercado local —estimaciones extraoficiales lo establecen en un 50%— por parte de los fabricantes de juguetes nacionales.

Claro que el perdurable encanto de los compañeros de juegos de antaño —¿alguien recuerda el Ludo Matic?— se ha actualizado a la era digital y al *marketing* de época.

"En el caso de Rasti, complementamos las líneas de juguetes de encastrado con servicios en Facebook, como tutoriales para construir las maquetas más complejas", ilustra el licenciado Daniel Di-
mare, heredero de la firma que acompañó el crecimiento y formación de generaciones de bajitos.

Otra fórmula que ha probado ser de éxito es la compra de licencias internacionales para revalorizar un producto clásico, por las que se abona un *royalty* que se recupera con las ventas. La muñeca más famosa del orbe y el superhéroe del diez, presentes en infinidad de artículos del rubro, quizás sean los mejores ejemplos.

Tras la recuperación del mercado interno, los fabricantes nacionales empezaron a poner sus expectativas en la exportación.

Por ahora, los destinos más comunes son México, Colombia,

50
por ciento
es el *share* aproximado de los fabricantes argentinos de juguetes



JUGUETES

por e

Se avecina un nuevo Día de los Juguetes nacionales tienen que festejar: recuperaron buena



Los jugueterías son espacios que combi

Chile y Perú, además de los países miembros y adherentes del Mercosur.

El *target* también se ha expandido en ambos sentidos, incorporando segmentos etarios cada vez más atractivos para fabricantes y jugueteros. Los sonajeros de sofisticados diseños serán la novedad de la próxima Feria del Juguete de la Argentina, la habitual cita de negocios del sector que se lleva a cabo dos veces por año (mayo y septiembre) en Costa Salguero.

En un artículo publicado originalmente en el diario *El Mundo* y replicado en la web Juguetes y Negocios.com, se apunta

que en las edades inferiores, las barreras entre juguetes físicos y virtuales son cada vez más difusas. La nueva gama de cochecitos Hot Wheels Video Racer, de Mattel, son similares a los cochecitos de toda la vida, pero incluyen en el frontal una cámara capaz de captar la "ac-

ATE llos

Niño y los fabricantes de
más de un motivo para
parte del mercado local



magia, negocio e industria

EL DERECHO DE JUGAR

amos al museo

Emplazado en un predio en Boulogne funciona el Museo Municipal del Juguete de San Isidro. La exhibición permanente cuenta con una variada y atractiva colección de juguetes, un montaje inspirado en el mundo del juego y de la infancia, y una amplia y rica propuesta lúdica y museológica, que valora tanto los juegos juguetes del pasado como los que anticipan el futuro. Varios coleccionistas donaron piezas de su acervo privado para enriquecerlo. Recomendado para chicos... de 1 a 100 años. General Lamadrid 197, Acceso: Panamericana bajada Rolón. De miércoles a domingos de 11 a 17; \$2.)

RANKING JUGUETERO

Cadena	Sucursales	Ubicación
Giro Didáctico	62	Todo el país
El Mundo del...	30	Todo el país
Cebra	19	AMBA
Compañía de..	16	Todo el país
Carroussel	10	AMBA
Gulliver	10	Rosario, Sta.Fe
Apio Verde	9	AMBA
Imaginarium	9	AMBA
Cachavacha	8	Córdoba
City Kids	7	AMBA

ción" a 30 o 60 cuadros por segundo. El resultado puede verse luego en una pantalla LCD situada en la parte inferior del vehículo o descargarse a un ordenador a través de USB. El futuro ya llegó.

Allá lejos y hace tiempo

La tradición juguetera tiene larga tradición en el país. El intento más sostenido se debió a la casa Matarazzo, cerealeros y fraccionadores de harina, que cambiaron de rubro en 1934 y comenzaron a fabricar juguetes de hojalata litografiada, los más baratos del mercado, hasta 1959.

Por entonces, Matarazzo y Cía. era la fábrica de juguetes más grande de Latinoamérica, y la más importante de la Argentina. Costábile Matarazzo era el hermano menor del conde italiano Francesco Matarazzo, que fundó el emporio industrial más grande de Brasil, a comienzos del siglo XX. Costábile publicó en 1938 el único catálogo con 80 juguetes de hojalata, donde podían hallarse motocicletas, autos de carrera, camiones, ambulancias, baterías de cocina, colectivos, tranvías, trenes, juguetes de arrastre y a cuerda. Era la imaginación al poder.

Matarazzo fabricaba 5.000 productos diarios, con el fin de satisfacer la demanda, en parte por la política de Estado del primer gobierno peronista, que distribuía 3 millones de juguetes entre Navidad y Reyes de cada año, para una población infantil que alcanzaba los 4 millones y medio de niños hacia 1946.

Una anécdota: muchos de los juguetes eran fabricados con descarte de hojalata, por lo que era común observar en su interior, escrituras o impresos correspondientes a los envases originales que habían sido reciclados.

80

por ciento

es el porcentaje global que hegemonizan los productos *made in China*