

ECONOMÍA

31 DIC 2011 | 00:00h

COMERCIO Y PRODUCCION EN ALZA CON EL CONSUMO

El nuevo juego de las jugueterías

Las marcas nacionales expanden sus cadenas y ganan espacios en híper shoppings. Los comercios barriales, en la encrucijada.

Por ANDRÉS MAZZEO ESPECIAL PARA CLARIN



Imágenes

Ampliar 

ENTRETENER Y DIVERTIR. LOS GRANDES CENTROS COMERCIALES Y LOS LOCALES EN LOS SHOPPINGS CONCENTRAN EL 35% DEL TOTAL DE LAS VENTAS.

Favorecidos por las restricciones a las importaciones, los fabricantes locales de juguetes expandieron sus cadenas y el próximo desafío es conquistar espacios en las góndolas de los hipermercados y en las tiendas departamentales de los shoppings. En el sector coinciden en que los grandes centros comerciales ya concentran el 35% del total de las ventas, un porcentaje que viene creciendo año a año.

Las jugueterías barriales mantienen su vigencia, pero el avance de las cadenas es notable. En total, de acuerdo con un relevamiento de Juguetes y Negocios, un portal especializado en el sector, ya existen más de 150 sucursales pertenecientes a distintas marcas, entre las cuales se destacan Giro Didáctico, El Mundo el Juguete, Cebrá, Apio Verde, Carrousel, Imaginarium y Cachavacha (ver infografía).

Para los fabricantes nacionales el panorama está más claro y relajado. En un sector que mueve alrededor de US\$300 millones, la producción local, según estimaciones de la CAIJ (Cámara Argentina de la Industria del Juguete) alcanza los US\$130 millones. "En 2005, se aplicaron por primera vez las primeras licencias no automáticas para juguetes y calzado", recuerda Carlos Restaino, director de AADEJA (Asociación Argentina de Empresas de Juguetes y Afines). "Hace 10 años nuestra participación en el mercado era inferior al 10%. Hoy somos más de 100 fabricantes y representamos el 40% del volumen comercializado", completa Miguel Faraoni, titular de la CAIJ.

En el sector remarcan que de las 100 empresas nacionales, las primeras 10 (entre ellas Rondi, Duravit, Ruibal, Antex, Di Mare –dueña de la marca Rasti–, Mis Ladrillos) representan la mitad de la producción total. "La idea es llegar en uno o dos años al 50% de participación local como piso", resume Faraoni, un objetivo que sintoniza las pretensiones del Gobierno.

LO ÚLTIMO

00:54 | **US\$ 42 MILLONES**

Terminó la fuga: vuelven dólares a los bancos

00:26 | **CONTRIBUCIONES PATRONALES**

Mantienen beneficios para los que contratan a nuevos trabajadores

00:21 | **BREVE**

Té José ya es de Cachamai

00:19 | **SEQUÍA EN LA ZONA NUCLEO AGRÍCOLA**

"La Niña" no trae agua y hay riesgo para la soja y el maíz

23:43 | **UNA LEY CAMUFLADA CON LA QUE SANCIONA EL TERRORISMO**

Fuertes controles económicos y financieros, a la medida de Moreno

18:30 | **EE. UU.**

Wall Street cierra con un descenso del 0,57 % la última sesión del año

RANKING DE NOTAS

MAS LEIDAS

MAS COMENTADAS

MAS ENVIADAS

1. El valor de los inmuebles aumentaría 10% y habría menos ventas en 2012
2. Veraneo en Brasil: el real paralelo se vende 8% más caro que el oficial
3. La mitad de los hogares vive con menos de 4.500 pesos por mes
4. Regalo navideño para Iecsa: logró otro contrato millonario
5. Swift adelanta vacaciones

En Rasti calculan que en 2012 incrementarán su producción alrededor del 20%. La empresa tiene previsto inaugurar en marzo una nueva planta de 8.000 m2 en La Matanza, con la cual, según confían a iEco, podrán duplicar el nivel de producción actual.

A pesar de prevalecer como canal de venta, los llamados jugueteros independientes tratan de sobrevivir. "Las jugueterías han perdido peso específico, porque enfrentan la competencia de las grandes superficies y también tienen menos oferta y variedad para ofrecer porque los fabricantes nacionales están al 100% de su capacidad", resume Restaino.

Otro problema de las jugueterías más chicas es la poca posibilidad de ofrecer descuentos con tarjetas. "La fragilidad que hoy tiene el juguetero independiente es muy fuerte y se ve cada vez más agredido", resume Vicente Lourenzo, vocero de CAME, la cámara que representa al comercio minorista. Lourenzo plantea un escenario cada vez más complicado para las jugueterías independientes que, a su entender, "sufren un progresivo achicamiento o deben reconvertirse hacia otras actividades, como regalería o librería, y retomar el juguete sólo en las fechas puntuales".

Menos rentabilidad Lourenzo agrega que al pequeño comercio "sólo le queda reducir sus márgenes, apostar a la atención personalizada y a precios y productos de menor valor que los que comercializan las cadenas", cuyos precios generalmente apuntan a sectores de ingresos medios y altos.

Si bien a los importadores y fabricantes les conviene que haya cada vez más bocas de salida, todos coinciden en que el comercio barrial y las jugueterías independientes tienen un rol clave por jugar. "En una juguetería es en donde más se respeta la proporción de productos nacionales contra los importados. En hipermercados o cadenas no tanto, porque importan sus propios productos, con los que obtienen mayores márgenes", señala Daniel Di Mare, responsable de la empresa del mismo nombre que fabrica bajo la marca Rasti.

Restaino describe un escenario parecido. Dice que si bien los procedimientos para importar son iguales para todos, "el hipermercado tiene más capacidad de maniobra frente a las regulaciones, por lo que puede aumentar su proporción de importados. En este sentido, el pequeño juguetero puede importar menos".

Tamaño del texto |    |  compartir |  imprimir |  enviar

Enlaces patrocinados - iAvisos

[Digital Evolution](#)

Electrónica - Electrodomésticos
Computación - Telefonía - Novedades
www.digitalevolution.com.ar

[® Registre su marca comercial](#)

Especialistas en Registro de Marcas
comerciales. Legalsis Abogados.
www.LegalsisMarcas.com

[Plastificados.Hidrolaqueados](#)

Colocaciones,Flotantes,Mármoles
Granito,Termovitrificados-Garantía
www.restaurare.com.ar

[Adelgazar en poco tiempo](#)

Centro de Nutrición y tratamiento
de la obesidad
www.grupoclubred.com.ar

[Anuncie aquí](#)

[Economía](#) | [Empresas y negocios](#) | [Empleos y capacitación](#) | [Universidades](#) | [Mercados y finanzas](#) | [Emprendedores](#) | [Management](#) | [Marketing](#) | [Tecnología](#) | [Agronegocios](#)
| [RSS](#)



Copyright 1996-2011 Clarín.com - All rights reserved
Directora Ernestina Herrera de Noble | Normas de confidencialidad y privacidad
Diario Clarín | Diario Olé | Diario La Razón | Ciudad Internet | Biblioteca Digital | Publicidad | Grupo Clarín

