



Depósito Legal: Ed. Badajoz:
BA 3-1958. Ed. Cáceres:
BA 227-1999. Ed. Cáceres capital: BA-
107-05 Ed. Mérida: BA 226-1999. Ed.
Provincia: BA-28-2003.
Ed. Plasencia: BA-462-04

TÉLEFONO DEL SUSCRIPTOR Y DEL LECTOR: Badajoz: 924 214 302 y Cáceres: 927 301 550 | <http://suscriptores.hoy.es> | **Atención al suscriptor:** suscrip-
nes@hoy.es **PUBLICIDAD:** 924 229 590 publicidad@cmextremadura.com, **Fax:** 924 229 591.
CONTABILIDAD: 924 214 312. **administracion.hoy@hoy.es** **REDACCIÓN:** Badajoz: Avenida del Diario HOY (antigua ctra. de Madrid-Lisboa, 22). 06008 Badajoz.
Centralita: 924 214 300. **Cáceres:** Avda. Clara Campoamor, 1. Centralita: 927 222 520. **caceres@hoy.es** **Mérida:** Centralita: 924 312 356. **merida@hoy.es**
Plasencia: Centralita: 927 410 069. **plasencia@hoy.es**

© CORPORACIÓN DE MEDIOS DE EXTREMADURA, S.A. Reservados todos los derechos. Queda prohibida la reproducción, distribución, y comunicación pública, total o parcial de los contenidos de esta publicación, en cual-
quier forma o modalidad, incluida, expresamente, la mera reproducción y/o puesta a disposición de los mismos como resúmenes o revistas de prensa con fines comerciales, sin la previa, expresa y escrita autorización de CORPO-
RACIÓN DE MEDIOS DE EXTREMADURA, S.A.

VERMÚ DE DOMINGO

«Dejamos las compras de Reyes para el final»

Marta Salmón

Presidenta de la AEFJ

Desde la Asociación de Fabricantes de Juguetes, señala la importancia del juego: «Aprendemos a jugar antes que a leer y a escribir»

ROSA PALO



A 4 de enero, todavía habrá algún rezagado intentando hacerse con regalos para el día de Reyes, por lo que el último tramo de la campaña juguetera se sigue decidiendo en las estanterías de las tiendas. Pendiente de cada dato de estas ventas está Marta Salmón, presidenta de la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEFJ) y directora general de Cefa Toys. En su agenda profesional se cruzan la presión de estas fechas, la lucha contra la competencia desleal y la firme convicción de que «invertir en un juguete es invertir en bienestar tanto para un niño como para un adulto».

—Ese momento de reunión y de disfrute que se da con el aperitivo del domingo también se puede dar con un juego de mesa, ¿no?

—Totalmente. De hecho, actualmente un 30% de la facturación

del sector ya va dirigida a los 'kidsults', adultos con corazón de niño a los que les gusta seguir jugando. Pero no solo con un juego de mesa, sino también con muñecos de colección o con un juego de construcción, que lo hacen tanto adultos solos como padres e hijos juntos. Para los adultos, los juguetes se están convirtiendo en una fuente de socialización, de creatividad y de relajación.

—Así se compensa un poco la caída estructural de la natalidad.

—El dato es apabullante: la población infantil, que termina por debajo de 12 años, se ha reducido en un millón de niños desde 2012. La pirámide de la población ha cambiado, y el sector se tiene que adaptar a la situación actual de la sociedad.

—De pequeña, ¿qué les pedía a los Reyes Magos?

—Una Nancy.

—Ahora, como presidenta de la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes, supongo que pedirá que cese la competencia desleal.

—Resulta muy frustrante ver el nivel de copias y falsificaciones en España. La EUIPO, Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea, cifra en un 11% la pérdida de facturación. Por otro lado, también nos quita el sueño la cantidad de producto que entra de manera ilegal a través de las plataformas: se hizo un estudio de



Marta Salmón, presidenta de los fabricantes de juguetes. **R. C.**

páginas online y el 96% de los juguetes no cumplían con la normativa actual de seguridad y el 86% eran potencialmente inseguros porque tienen bordes, piezas que se pueden desprender y tintas y materiales que no cumplen la regulación.

—Son cifras muy altas.

—Sí, y produce una gran impotencia ver cómo ese producto que no se puede vender en una tienda física porque, obviamente, se retiraría, llega tan fácilmente a los hogares: simplemente lo ven en una página, dan un clic y lle-

ga a su casa, sin ser conscientes de que ese producto puede ser inseguro. Yo le pido a los Reyes Magos, a Papá Noel y a todo lo que sea que pongan cartas en el asunto para que esto no ocurra.

—El 60% de la facturación de juguetes se produce en Navidad. ¿Qué pasa el resto del año?

—Pues que somos el país más estacional de Europa y te diría que del mundo: en Francia, por ejemplo, la campaña de Navidad solo supone el 40%. ¿Por qué ocurre esto? Es un tema de concepto, cultural: en casi todos los países,

el juguete se entiende como un producto educativo para los niños, como una inversión no solo en diversión y entretenimiento, sino también en una herramienta de aprendizaje y desarrollo. Aquí, para bien o para mal, está asociado en gran parte a los Reyes Magos y a Papá Noel, así que nos lo jugamos todo a las tres últimas semanas del año.

—Los juguetes también educan en valores. Este año, la AEFJ ha premiado, entre otros, un juego para prevenir el acoso escolar y una muñeca que visibiliza la diabetes.

—Porque un juguete no solo es para divertirse, que está muy bien, sino que es educativo en el sentido más amplio: aprendes a jugar antes que a leer y a escribir, incluso te ayuda a familiarizarte con los números y con las letras; practicas motricidad fina y gruesa, aprendes a relacionarte con los demás... sus beneficios son muchos y muy importantes.

—¿Los juguetes tienen género?

—No, el género lo tiene el que compra y el que escoge.

—En su sector también hay modas.

—Sí. Somos un sector que renovamos mucho: este año, el 30% de los productos que están en el mercado son novedades. Mucha moda nos la marcan películas o series de dibujos animados que funcionan bien.

—¿Cuál es ese juguete que, a pesar de los años, se sigue vendiendo?

—Hay mucho juego tradicional que sigue todavía, como todo lo que son construcciones, juegos científicos, juegos de mesa o muñecas.

—¿Somos de comprar juguetes a última hora?

—Sí. Además de ser muy estacionales, lo dejamos todo para las últimas semanas, y eso es un problema porque, muchas veces, hay productos que se agotan. «Es que de esto habéis hecho poco», nos dicen. No, a lo mejor se ha quedado en el almacén, pero, si se pide todo las dos o tres últimas semanas, la maquinaria logística no llega.

JORNADA TID4AGRO

Innovación en la producción de quesos

Reducción de sal, biocontrol y digitalización de procesos

Interreg **TID4AGRO**

España - Portugal

JUEVES 22 DE ENERO DE 2026

SALÓN DE ACTOS DE INTAEX
Avenida Adolfo Suárez, s/n. (Junto a la Escuela de Ingenierías Agrarias), CP. 06007 Badajoz

Con presentación de resultados y sesiones demostrativas

Un Proyecto de cooperación transfronteriza entre España y Portugal

Dirigido a queserías y representantes de DOPs

Inscríbete aquí