

Día del Niño: las jugueterías mendocinas esperan el repunte de ventas pese a la crisis pero miran con recelo la proximidad con Chile

30/07/2025



Con la llegada de agosto, los comercios se preparan para una de las fechas más significativas del calendario comercial: el Día del Niño. Sin embargo, la incertidumbre económica y la fuerte presencia de productos importados marcan un escenario desafiante. En diálogo con Diario San Rafael y FM Vos 94.5, Gustavo Fernández, presidente de la Cámara de Jugueterías y Librerías de Mendoza, brindó un análisis del contexto actual y explicó por qué, pese a las dificultades, las expectativas siguen siendo altas.

Fernández comenzó aclarando un punto que generó confusión en

muchos sectores: la fecha del Día del Niño. “En 2011 creo que fue. Se decidió cambiar el Día del Niño porque en realidad, históricamente hace más de 20 años atrás, el Día del Niño era el primer domingo de agosto”, recordó. Con el paso del tiempo y la incorporación de las elecciones primarias (PASO) al calendario electoral, la celebración fue postergándose: “Después del primer domingo de agosto mucha gente no había cobrado, entonces no había dinero en los bolsillos de la familia, entonces decidieron cambiar al segundo domingo de agosto. Y al aparecer las PASO, se decidió cambiar al tercer domingo de agosto”.

Este año, al suspenderse las PASO, surgió la posibilidad de regresar a la fecha original. No obstante, el cambio no se concretó. “Se creyó que automáticamente iba a volverse el Día del Niño para el segundo domingo. Había muchos planes ya con tarjeta de crédito que ya estaban puestos para que empezaran a regir a partir del 11 de agosto”, explicó Fernández, quien estimó que el debate sobre la fecha recién podrá retomarse el próximo año.

En cuanto al movimiento comercial, el dirigente del sector sostuvo que, más allá de las dificultades, el sector mantiene altas expectativas. “La expectativa siempre, para nosotros, siempre es la máxima, la óptima. Estamos viviendo una situación bastante complicada que las familias les está costando llegar a fin de mes y además el mes cada vez se les hace más largo”, reconoció. A pesar de ello, sostuvo que la gente sigue dispuesta a buscar opciones: “Creemos que los que puedan gastar van a gastar. Hay mucha mercadería que está entrando que no había, mucha mercadería que baja de precio porque el haber más competencia obviamente tiene que bajar de precio”.

Sobre este punto, Fernández remarcó que el ingreso de productos importados, en especial juguetes, influye directamente en el mercado y en los precios. “Obviamente que sí, influye y fluye para abajo porque hay más competencias”, afirmó. No obstante, advirtió que esto representa una amenaza para la industria nacional: “Hay muchas fábricas de juguetes

nacionales, que si bien no son exactamente iguales los juguetes nacionales que los importados, pero bueno, realmente están pasando un momento complicado”.

La situación se agrava en provincias como Mendoza, donde el comercio informal y el paso fronterizo a Chile impactan de manera significativa. “Están entrando juguetes de mucha más tecnología a precios realmente muy convenientes. Más en nosotros en Mendoza, que tenemos el problema de Chile, que la gente tres, cuatro horas están allá y van, compran, hacen de todo y vuelven y también nos complica bastante”, explicó.

En cuanto a la procedencia de los productos, Fernández no dudó en señalar el protagonismo asiático: “Fundamentalmente de China. Yo creo que el 90% proviene de allá”. También destacó que la calidad de estos productos ha mejorado con el tiempo. “Las mismas fábricas en China producen los mismos productos de distinta calidad de acuerdo a la necesidad o al pedido de cada uno de los compradores”, explicó. Y añadió: “Hay fábricas en China que fabrican para marcas muy reconocidas de altísima calidad y producen también productos similares, quizá un poco de menos calidad, pero con las mismas prestaciones, la misma performance que otros juguetes”.

Pese al panorama general, el sector mantiene la esperanza de una buena temporada de ventas. Fernández insistió en que hay una oferta variada y posibilidades de financiación para facilitar el acceso a los regalos: “Los comercios tienen mercadería, hay planes de pago para las tarjetas de crédito, hay descuentos importantes, entonces es cuestión de que la gente salga a ver y busque lo que necesita o lo que pueda comprar”.

La celebración del Día del Niño no solo es una oportunidad para agasajar a los más chicos, sino también un termómetro del consumo en el país. En un año atravesado por la recesión, los comerciantes de juguetes enfrentan el desafío de sostener las ventas sin resignar márgenes, mientras las familias intentan mantener vivas las tradiciones en un contexto de bolsillos ajustados.