

La venta de juguetes para Navidad creció 8%

25/12/2021



Las ventas de juguetes para Navidad registraron este mes un aumento interanual del 8% medidas en unidades, informó la Cámara Argentina del Jugete.

Las categorías que más crecieron son las que tradicionalmente tienen un mejor desempeño en esta etapa del año: productos para el aire libre como pelotas inflables, lanza aguas, andadores, monopatines, triciclos, flotadores para pileta y artículos para la arena y la playa.

A partir del 8 de diciembre, el nivel de actividad registró una mejora, tras una desaceleración de su crecimiento en octubre y noviembre, según la entidad empresaria.

No obstante, la semana pasada, con el desarrollo de la Noche de las Jugueterías -con una adhesión de dos mil comercios en todo el país- se activaron las ventas con un fuerte aprovechamiento de las promociones bancarias y el programa Ahora 12.

El ticket promedio se ubicó en torno a los \$1.500, pero

juguetes de fabricación nacional se pueden encontrar desde los \$350 -como camiones y autos de plástico, juguetes para la playa o masas de modelar-.

En promedio, el incremento de precios de los juguetes nacionales fue del 45% interanual, inferior a la inflación acumulada en los últimos 12 meses.

Por su parte, los importados tuvieron un alza del 60%, motivado principalmente por los incrementos de los costos de fletes internacionales.

La cámara empresaria destacó que la industria está operando a niveles pre pandemia y se están incorporando nuevos empleos, en particular de jóvenes a través del Programa «Te Sumo».

Actualmente, ocupa el 70% de la capacidad instalada y las empresas planean ampliar su producción a través de nuevas inversiones, a partir del financiamiento otorgado por el Ministerio de Desarrollo Productivo.

Luego de la temporada de Reyes Magos, la entidad empresaria brindará el balance definitivo de 2021 y espera «dejar la etapa de recuperación para volver a contar con más del 50% del mercado interno, seguir creciendo e incrementar las exportaciones de la industria».

En ese sentido, la cámara ha iniciado un trabajo conjunto con el Gobierno con el objetivo de desarrollar una marca sectorial para posicionarse en el mercado externo.