

**INVESTIGACIONES  
GEOGRÁFICAS**

CEOCV&EICV2

Investigaciones Geográficas (Esp)

ISSN: 0213-4691

investigacionesgeograficas@ua.es

Instituto Interuniversitario de Geografía

España

Valero Escandell, José Ramón  
LA INDUSTRIA JUGUETERA DE LA FOIA DE CASTALLA (1984-1996)  
Investigaciones Geográficas (Esp), núm. 19, 1998, pp. 67-84  
Instituto Interuniversitario de Geografía  
Alicante, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17654249004>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org



Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal  
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

# **LA INDUSTRIA JUGUETERA DE LA FOIA DE CASTALLA (1984-1996)<sup>1</sup>**

José Ramón Valero Escandell

## **RESUMEN**

La fabricación de juguetes ha sido durante el presente siglo la actividad económica fundamental de la Foia de Castalla, comarca interior alicantina. Este artículo estudia la evolución reciente de una industria que ha sufrido varias crisis en las últimas décadas, con cierre de empresas, destrucción y precarización de empleo y mantenimiento de una elevada estacionalidad; pero que, por otra parte, ha sabido integrarse en el mercado internacional, incrementar su productividad y racionalizar sus procesos productivos, sirviendo al mismo tiempo de trampolín para la diversificación económica de la comarca, gracias al desarrollo de sus tradicionales industrias auxiliares.

*Palabras clave:* industria juguetera, evolución económica, Foia de Castalla, estacionalidad, industria auxiliar.

## **RÉSUMÉ**

La fabrication des jouets a été, pendant le siècle actuel, l'activité économique fondamentale de la Foia de Castalla, région intérieure de la province d'Alicante. Cet article est une étude de l'évolution récente d'une industrie qui a souffert plusieurs crises pendant les dernières décennies: fermetures d'entreprises, destruction et précarité d'emploi, maintien d'une important travail saisonnier, mais une industrie qui a, d'autre part, su s'intégrer sur le marché international, augmenter sa productivité et rationaliser ses procès productifs tout en servant de tremplin pour la diversité économique de la région, grâce au développement de ses traditionnelles industries auxiliaires.

*Mots fondamentaux:* industrie du jouet, évolution économique, Foia de Castalla, travail saisonnier, industrie auxiliaire.

---

<sup>1</sup> Investigación realizada dentro del Proyecto G.V. 2401/94.

## ABSTRACT

The making of toys has been throughout the present century the main activity in the «Foia de Castalla», an inland region in Alicante. This article studies the recent evolution of an industry that has gone through a number of crises in the last decades, with the closing down of factories, destruction and the arising of not-well-paid jobs and high unemployment; but that, amazingly, has been able to introduce itself in the international market, increase its production and rationalize its productive process, being, at the same time, a kind of springboard for economic diversification within the region, thanks to the development of its traditional auxiliary industries.

*Main words:* toy industry, economic development, Foia de Castalla, unemployment, auxiliary industry.

Desde hace más de medio siglo, en la comarca alicantina de la Foia de Castalla está situada la mayor concentración de industrias jugueteras de toda España, en una proporción variable con los años pero que en ningún caso podríamos estimar por debajo del 40% de la producción total del país. Esta concentración espacial es tan intensa que la práctica totalidad de las empresas jugueteras de la zona están ubicadas en una superficie que no supera los 25 km<sup>2</sup>.

La desaparición de gran número de empresas señeras en la historia de la juguetería española (caso de «Payá Hnos.», «Rico S.A» o «Jyesa» en Ibi, y de «Toyse», «Vicma», «Berjusa» o «Berenguer Hermanos» en Onil), unida a la fuerte reducción del empleo directo en esta industria y a la patente diversificación industrial que se vive en la zona, puede dar la impresión de que esta concentración espacial de la industria juguetera española ha tendido a reducirse, pero cualquier magnitud que analicemos (empleo, producción, exportaciones) demuestra que porcentualmente tiende a concentrarse.

De cualquier forma, precisar los datos relativos a la producción juguetera española no siempre resulta fácil. Antes de 1975, en la sectorialización industrial de la antigua organización vertical, el hecho de que las industrias jugueteras apareciesen en varios sectores (principalmente, metal y química, pero también madera e incluso algún otro) dificultaba su evaluación. Hoy, tampoco resulta fácil precisarlo porque algunas grandes empresas se han reconvertido en grupos industriales, más o menos directamente vinculados entre sí; así, el grupo industrial «Feber» incluiría también a «Creatividad y Diseño» o a «Tratamientos Plásticos S.A.» o FAMOSA estaría relacionada con «Famosa Comercial», «Fabripel», «Quirón», «Onilco Innovación», «Famosa Internacional o «Encomo».

Los datos más recientes que poseemos demuestran claramente la importancia industrial juguetera de La Foia. Según un estudio realizado para las Cámaras de Comercio (KPMG, 1992), a finales de 1991 la provincia alicantina representaba el 45% de la facturación española, el 68,5% de la exportación, el 33% de las empresas y el 44% de los trabajadores (cuadro 1).

---

2 Se trata del área comprendida entre el polígono de Els Vasalos de Onil, la zona más oriental del núcleo urbano de Ibi y el casco urbano de Castalla. Fuera de este área, el estudio también tiene en cuenta la villa de Biar, donde radican una de las principales industrias jugueteras, «Jesmar», y un grupo comercial, «Vicam».

Cuadro 1

*DISTRIBUCIÓN ZONAL DE LA PRODUCCIÓN JUGUETERA ESPAÑOLA, 1991*

Zona	Facturación*	Exportación*	Empresas	Personal
ALICANTE	43.392	15.873	111	3.206
VALENCIA	10.464	1.418	47	806
CATALUÑA	32.256	4.818	112	2.443
RESTO ESPAÑA	9.888	1.054	67	833
TOTAL	96.000	23.163	337	7.288

Fuente: Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (en adelante AEFJ)

\* En millones de pesetas

Si consideramos que en 1991 la tradicional industria juguetera de Denia ofrecía ocupación a menos de un centenar de personas, y la presencia de la industria en otros municipios era casi testimonial (algo en Alacant, Banyeres o Beneixama), es fácil evaluar en más del 40% del total nacional la producción juguetera de Ibi, Onil, Castalla y Biar.

Datos de 1995 (también procedentes de la AEFJ) muestran claramente una tendencia a la concentración de la industria en tierras valencianas:

Cuadro 2

*DISTRIBUCIÓN ZONAL DE LA PRODUCCIÓN JUGUETERA ESPAÑOLA, 1995*

Zona geográfica	Nº de empresas	Personal	Facturación*
C. VALENCIANA	90	3.446	68.894
CATALUÑA	49	755	13.073
MADRID	9	192	3.478
PAÍS VASCO,			
ARAGÓN, NAVARRA	15	393	7.249
RESTO ESPAÑA	17	348	6.002
TOTAL	180	5.134	98.696

Fuente: R.Berger, 1996.

\* En millones de pesetas.

Respecto a los datos de 1991 antes indicados, se aprecia cómo la zona valenciana ha pasado de representar el 56,1% de la facturación a alcanzar el 69,8% Por otra parte, en el conjunto español (sin incluir a Cataluña y la Comunidad Valenciana) se ha producido un incremento tanto de la facturación (con un aumento del 69% en cuatro años) como del empleo, aunque sólo sea en un centenar de trabajadores. En realidad, pese a que la comparación global parece indicar un estancamiento de la facturación y un retroceso del empleo, una observación más minuciosa descubre básicamente un grave retroceso de la industria juguetera en Cataluña, que en sólo cuatro años pasa de suponer un tercio de la fabricación estatal a sólo un 13,2%, de dar ocupación a 2.443 trabajadores a emplear únicamente a 755, tras la desaparición de más de la mitad de sus empresas.

¿Dónde se situán estas jugueteras valencianas que en 1995 concentran más de los dos tercios de la facturación nacional? Según un informe económico patrocinado por el IMPI-

VA (ARDAN, 1997), de las 43 empresas jugueteras valencianas que facturaron más de 200 millones de pesetas en 1995, 33 se encuentran en la zona estudiada (21 en Ibi, 8 en Onil, 3 en Castalla y 1 en Biar), otras dos en otros municipios alicantinos y 8 en la provincia de Valencia. Entre estas últimas se encuentra la mayor empresa juguetera del momento, «MB España, S.A.», multinacional cuya sede española radica en Ribarroja de Turia.

El establecimiento de sucursales de multinacionales (que en muchos casos se dedican mayoritariamente a la importación de productos procedentes de otros países) es un factor a tener en cuenta a la hora de explicar la distribución geográfica de la relación de fabricantes más reciente que poseemos, la de la revista barcelonesa *Juguetes y Juegos de España*, con fecha de diciembre de 1996:

Cuadro 3

Zona geográfica	Nº de empresas en dic-1996
Foia (Ibi, Onil, Castalla)	52
Otros municipios de Alicante	11
Resto de la Com. Valenciana	13
Cataluña	57
Madrid	15
P. Vasco, Aragón, Navarra	16
Resto de España	25
TOTAL	189

Fuente: *Juguetes y Juegos de España* y elaboración propia.

Los datos de la revista son altamente fiables en cuanto a ubicación (ya que se trata del órgano oficial de la AEFJ), pero nada indican sobre producción y empleo; muestran una distribución de la industria aparentemente más repartida por toda la geografía nacional, pero resulta necesario advertir que en su listado se incluyen todas las empresas multinacionales establecidas en nuestro país, dedicadas básicamente a la importación de juguetería y sólo en algunos casos (parcialmente y en mucha menor medida) a la fabricación. La práctica totalidad de estas empresas se hallan establecidas en las grandes áreas metropolitanas. Por ejemplo, en Barcelona se encuentran «Mattel España», «Superjouet España» o «Tyco Toys»; en Madrid, «Chicco Española», «Lego», «Sega Consumers» o «Vtech Internacional» (y cerca, en Azuqueca de Henares, la sucursal española de Bandai); en Valencia, «MB España» y «Smoby España». Ninguna de las multinacionales del sector ha establecido su sede en la Foia de Castalla, aunque algunas de las mayores empresas de la zona también distribuye en España juguetes de fabricación extranjera.

Mostrada la importancia del sector juguetero en la Foia de Castalla, el presente trabajo pretende analizar cuáles han sido las principales transformaciones vividas por la industria juguetera de la comarca de la Foia de Castalla durante el último decenio, de acuerdo con la tendencia general seguida por el conjunto del sector juguetero estatal, tendencia que en muchos aspectos lidera y simbólica esta comarca. Para ello, se han consultado los principales estudios recientes del sector —tanto públicos como de circulación más restringida— y se han comparado y ampliado con una serie de entrevistas a directivos de diferentes empresas jugueteras de Ibi, Onil, Castalla y Biar; las firmas entrevistadas en conjunto representan holgadamente la mayor parte del empleo y la producción de la comarca. Es

necesario precisar que, pese a garantizárseles la confidencialidad de los datos que pudieran calificarse como reservados e informárseles del carácter estrictamente académico del estudio, algunas empresas se negaron a ofrecer información o pusieron tal número de trabas que hicieron imposible la realización de las entrevistas<sup>3</sup>.

Basándonos en toda la información arriba indicada, podemos resumir que actualmente la evolución de la industria juguetera de la Foia de Castalla se caracteriza por:

*a) Descenso del número de empresas*

La Foia de Castalla se ajusta a una de las principales tendencias recientes de la industria juguetera española: el número de empresas ha venido descendiendo de una manera prácticamente imparable desde mediados de los años ochenta.

Cuadro 4

*DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS JUGUETERAS ESPAÑOLAS EN FUNCIÓN DEL NÚMERO DE TRABAJADORES EMPLEADOS (1984-1995)*

Año	Número total de empresas	Grandes (+ 200 empleados)	Medianas (51-200 empleados)	Pequeñas (10-50 empleados)	Muy Pequeñas (-10 empleados)
1984	314	6	31	105	172
1986	319	3	27	106	183
1988	337	6	21	102	208
1990	305	5	19	88	193
1991	282	3	21	79	179
1993	220	3	11	68	138
1995	180	2	16	67	95

Fuente: R. Berger, 1996.

Al analizar el cuadro anterior debemos tomar en consideración que las empresas incluidas en cada grupo no son las mismas a lo largo del tiempo, porque el número de trabajadores ha sido muy variable en todas ellas. De cualquier modo, la desaparición de empresas viene de mucho tiempo atrás; censos empresariales de los años sesenta (G.E.R.V., 1973) hablan de 674 empresas, aunque casi todas de reducido tamaño, pues 558 de ellas no llegaban a los diez trabajadores.

En la comarca de la Foia de Castalla, el descenso del número de empresas también ha sido muy notable, aunque la mayor crisis se produjo especialmente a principios de los años ochenta, cuando desaparecieron algunas de las empresas de mayor renombre. Sucesivas crisis provocaron entonces el cese de actividades de las tres fábricas pioneras del juguete en Ibi o de la práctica totalidad de empresas muñequeras de tamaño medio de Onil. Las quiebras afectaron con intensidad similar a empresas de todo tipo, desde pequeños talleres

3 Las empresas que contestaron al cuestionario fueron «Coloma y Pastor», «Industrial Juguetera», «Juguetes Feber», «Juguetes Mira», «Juguetes Vercor», «Juguetes y Herrajes Joal», «Moltó y cía», «Payá Coop.» y «Talleres La Paz», en Ibi; «D'Azúcar», «Industrias Falca» y «Famosa» en Onil; «Dalber» y «Muñecas Arias» en Castalla y «Jesmar» en Biar. Hay que matizar, no obstante, que el muestreo realizado no incluía a la totalidad de las empresas; es decir, muchas firmas de la comarca no aparecen en la relación porque no se les solicitó la colaboración.

a alguna de las principales del sector. Podemos considerar que fueron los primeros años setenta el momento en que la Foia de Castalla contó con mayor número de empresas: por ejemplo, en Ibi la matrícula industrial de 1971 habla de medio centenar de empresas dedicadas principal o secundariamente al juguete y, como anécdota significativa, 33 empresas de la localidad asistieron en Valencia a la Feria del Juguete de 1970 (CASADO, 1974). En Onil, a finales de los sesenta, bastante después de que muchas fábricas se agrupasen en FAMOSA («Fábricas Agrupadas de Muñecas de Onil, S.A.»), existían 38 empresas. En los últimos años, al contrario de lo que comprobamos en el caso catalán, la tendencia a la reducción del número de empresas se ha ralentizado en esta comarca.

*b) Descenso del empleo y precarización laboral*

La industria juguetera española ha sufrido un fuerte deterioro del empleo en los últimos años, como reflejo tanto de la reducción del número de empresas, como del fuerte proceso de mecanización emprendido por buen número de ellas o de la externalización de parte de los procesos productivos:

Cuadro 5

NÚMERO DE TRABAJADORES EN LA INDUSTRIA JUGUETERA ESPAÑOLA, 1982-1995

AÑOS	Número de trabajadores
1982	10.250
1984	9.184
1986	7.430
1988	7.288
1990	7.164
1991	6.025
1993	4.818
1995	5.134

Fuente: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 1991 (citado por R. Berger, 1996).

La reducción del empleo en estos quince últimos años ha sido generalizada en todo el territorio nacional, aunque se dejó sentir en la Foia de Castalla con mucha mayor intensidad durante los primeros años ochenta, coincidiendo con el cierre de algunas empresas importantes. El descenso ha sido especialmente importante en zonas como Cataluña o como Denia, donde ha supuesto la reducción de la industria a una actividad casi testimonial; pero también ha afectado en gran medida a las empresas de Ibi u Onil. Por ejemplo, en 1970 había en las empresas jugueteras y auxiliares de Ibi 3.492 empleados; poco después, vino el momento de mayor creación de empleo, con casi 700 nuevos puestos estimados sólo para 1972 (CASADO, 1974). Es decir, cuando se produjo la crisis económica de 1973 es muy probable que el número de trabajadores de las jugueteras ibenses fuese bastante superior al empleo estable actual de las empresas de toda España.

La reducción del número de trabajadores se ha producido también en el seno de la mayoría de empresas de la Foia de Castalla. En 1971, en Ibi había varias empresas que superaban holgadamente los 250 trabajadores: «Payá Hnos.» (que llegó a superar el medio millar en la década de los sesenta), «Rico S.A.» o «Juguetes y Estuches» (CASADO, 1974). Hoy, sólo «Feber» parece acercarse en los meses de mayor trabajo a dicha cifra,

pero esta empresa empleaba a muchísimos más a mediados de los años ochenta. Casi todas las empresas de cierta antigüedad confesaban en las entrevistas realizadas que su número de trabajadores es hoy bastante inferior al de décadas atrás. De cualquier manera, en los últimos años parece observarse una tendencia a la estabilidad del empleo en las industrias jugueteras de esta comarca, aunque depende en cierta medida de las fluctuaciones de un consumo extremadamente sensible a la coyuntura económica de cada momento.

Si por algo destacan hoy las empresas de la zona en comparación con el conjunto del sector a escala nacional es por la mayor envergadura de sus empresas en cuanto a volumen de empleo:

**Cuadro 6**  
**1995: COMPARACIÓN DE LA INDUSTRIA JUGUETERA VALENCIANA Y DE LA DEL CONJUNTO ESTATAL EN CUANTO A NÚMERO DE TRABAJADORES**

Empresas	Total español	Comunidad valenciana	Otras comunidades
Grandes (+ 200 trab.)	2	2	0
Medianas (51 a 200 trab.)	16	13	3
Pequeñas (11 a 50 trab.)	67	30	37
Muy pequeñas (-10 trab.)	95	45	50
TOTAL	180	90	90

Fuente: R. Berger, 1996, y elaboración propia.

De las mayores empresas valencianas, sólo una considerada grande («MB España») y dos medianas («Mediterráneo» y «Falomir») se sitúan fuera del núcleo fabril de Ibi-Onil-Castalla-Biar.

Otra característica destacable de la evolución del sector en los últimos años es que, al igual que sucede en el conjunto de la economía, ha ido incrementándose el trabajo temporal:

**Cuadro 7**  
**EMPLEO FIJO Y TEMPORAL EN LAS EMPRESAS JUGUETERAS ESPAÑOLAS, 1982-1995**

Años	Empleo total	Empleo Fijo	Empleo Eventual <sup>4</sup>	Porcentaje eventuales
1982	10.250	9.565	685	6,7
1984	9.184	8.387	787	8,6
1986	7.430	6.849	581	7,8
1988	7.288	5.424	1.864	25,6
1990	7.164	4.932	2.232	31,2
1991	6.025	4.471	1.554	25,8
1993	4.818	3.411	1.407	29,2
1995	5.134	3.507	1.627	31,6

Fuentes: Ministerio de Industria, Comercio y Turismo: *Estudio de juguetes*, 1991 (citado por R. Berger, 1996) y elaboración propia.

<sup>4</sup> El número de eventuales se calcula multiplicando el número de personas contratadas por el número de meses trabajados por cada una y dividiendo por doce el resultado. En 1995, por ejemplo, cada eventual trabajó un promedio de 7,68 meses.

El incremento del empleo precario se produjo de forma rápida a finales de los años ochenta, incentivado por las variaciones legales en los sistemas de contratación laboral producidos en aquellos años. A partir de entonces, el porcentaje de trabajadores temporales —posiblemente excesivo incluso para los intereses de la propia empresa— se ha mantenido relativamente estable, variando en función de las coyunturas de la cartera de pedidos de las empresas. Durante los años noventa, el deterioro del empleo ha afectado también a los contratos temporales.

El empleo temporal afecta especialmente a las secciones productivas de las empresas, donde constitúa el 38,6% del total de trabajadores; por el contrario, su porcentaje es muy inferior entre los administrativos (10,5%) y el personal comercial (15,3%). Asimismo, los eventuales representaban en 1995 un porcentaje muy elevado del empleo en las empresas grandes —donde eran mayoría entre los trabajadores, con un 54% del total— y en las muy pequeñas, algunas de ellas de reciente creación; por el contrario, su porcentaje era reducido en las empresas pequeñas (entre 11 y 50 trabajadores), donde sólo suponían el 18,5 del empleo, y algo mayor en las industrias medianas.

La tendencia a la contratación temporal no ha podido ser absorbida de la misma manera por las distintas empresas del sector. Las de reciente creación o las que han incrementado notablemente su volumen productivo en los últimos años han podido acogerse con facilidad a una contratación enormemente flexible; son las que llegan a triplicar o más sus efectivos durante los meses de mayor actividad y los que pueden ajustarse más fácilmente a los vaivenes de la demanda. Por el contrario, algunas empresas creadas en los años cincuenta, que progresaron aceleradamente durante los años del desarrollismo e incrementaron en la misma manera su número de trabajadores fijos, se encuentran con un exceso de trabajadores durante la práctica totalidad del año; son empresas que reducen su volumen de empleo conforme llega la jubilación de sus trabajadores, o mediante jubilaciones voluntarias incentivadas o en las escasas ocasiones en que un trabajador marcha voluntariamente. En ellas, además de una fuerte reducción del empleo, se observa una marcadísima tendencia al envejecimiento: en varias empresas ibenses, como «Vercor», «Gozán» o «Coloma», los trabajadores menores de cuarenta años son una minoría. Lógicamente, casi todos los directivos entrevistados en la comarca de la Foia de Castalla representativos de empresas de estas características se quejaban de que esta situación era de clara desventaja comparativa: además de pagar salarios más elevados en función de la antigüedad de los trabajadores, carecían de la flexibilidad laboral que otros poseen en los meses de menor trabajo. Pensemos que casi todo el empleo directo juguetero en Ibi se concentra en empresas medianas y pequeñas con varias décadas de funcionamiento, es decir, en aquellos grupos de empresas en los que mayor porcentaje de empleo fijo se mantiene.

No poseemos datos globales de la edad media de los trabajadores de las industrias del sector, y menos aún referidos a las empresas de la Foia de Castalla. Pero, como ejemplo, basta citar que en 1971 la edad media de los 1.185 obreros de cinco grandes empresas analizadas por M.A. Casado podría calcularse en 33 años y que en una de ellas —«Climent Hnos. S.A.», con fuerte empleo de chicas jóvenes— la mayoría no superaba los 20 años; esas cifras son absolutamente impensables hoy en las empresas de aquellos años que han conseguido sobrevivir.

#### *c) Menor producción, mayor productividad*

La industria juguetera española ha visto descender, en términos reales, el valor de su producción desde mediados de los años ochenta, aunque no en la misma proporción en que ha descendido el empleo:

Cuadro 8  
**EVOLUCIÓN DE LA FACTURACIÓN DE LA INDUSTRIA JUGUETERA ESPAÑOLA,  
 1984-1995**

Años	Facturación total		Facturación por empleado	
	Millones de pesetas corrientes	Millones de pesetas constantes	Millones de pesetas corrientes	Millones de pesetas constantes
1984	60.900	116.928	6,6	12,7
1986	71.600	115.992	9,7	15,7
1988	90.300	132.741	12,4	18,2
1990	101.400	130.806	14,2	18,3
1991	101.000	122.210	16,8	20,3
1993	90.500	99.550	18,8	20,7
1995	98.696	98.696	19,2	19,2

Fuente: R. Berger, 1996.

En conjunto, la mayor generación de riqueza en la industria juguetera (en pesetas constantes o equivalentes) se produjo entre 1988-1990 y llevó consigo un notable incremento de la facturación por trabajador empleado respecto a las cifras de años anteriores: más de un 30% superior entre 1984 y 1988. De una manera similar e incluso más positiva evolucionó también el V.A.B. por persona empleada. Aunque la facturación comenzó a descender en términos reales a principios de esta década, la productividad por empleado siguió mejorando, aunque de forma más ralentizada hasta 1993. La lectura negativa de estos datos es que esa mejora de la producción y de la productividad generada en la segunda mitad de los años ochenta no llevó consigo un incremento del empleo, sino todo lo contrario, aunque —en zonas como la Foia de Castalla— es posible que ello sirviese para trasladar procesos industriales al sector auxiliar tratando de racionalizar el sistema productivo.

En la zona valenciana, la evolución de los últimos años puede considerarse más positiva que en el conjunto del estado; entre 1991 y 1995, la facturación ha aumentado realmente, en pesetas constantes; más aún, supera en pesetas equivalentes a la de 1972 (unos cinco mil millones de los de entonces), un momento de pleno empleo, amplia demanda y necesidad de nuevos trabajadores, cuando la industria ocupaba a muchísima más gente que actualmente. De cualquier manera, no debemos olvidar el elevado peso que poseen en la facturación valenciana las empresas grandes, «MB España» y «Famosa», que facturan un alto porcentaje de productos no fabricados en España, aunque la fábrica de Onil también es fuertemente exportadora; en 1995, el 46,7% de la facturación de las grandes empresas estuvo compuesto por productos importados. Por el contrario, las empresas de tamaño mediano (situadas mayoritariamente en la Foia de Castalla, Ibi principalmente) son las que más aportan a la producción nacional del sector (el 44% de toda la juguetería fabricada en España) y sólo facturan un 3,6% de productos importados (BERGER, 1996).

Dentro de las empresas caracterizadas por el fuerte incremento de su facturación en los últimos años, las denominadas «empresas gacela», existen cuatro jugueteras entre las 144 sociedades de mayor incremento en la Comunidad Valenciana entre 1992 y 1995 (ARDAN, 1997): Las cuatro son de la Foia de Castalla: «Falca», con un incremento del 55,59% anual, «Miniland» (ambas de Onil), «Pícó», de Ibi, y «Dalber», de Castalla.

#### *d) Se mantiene la fuerte estacionalidad*

El 92% de los empresarios jugueteros consultados en una encuesta encargada por la patronal, consideraba que «la fuerte estacionalidad parece un factor inamovible y limitativo del crecimiento del consumo» (AEFJ, 1995). También el estudio realizado para las Cámaras de Comercio en 1992 definía al producto como marcadamente estacional (KPMG, 1992), y un directivo de una de las grandes empresas del sector reconocía a la hora de responder al cuestionario presentado que la estacionalidad era algo que ellos no podían evitar. Está claro que la mayoría de las ventas jugueteras se producen en la denominada campaña de Reyes. La única tendencia diversificadora realmente importante, la vinculada a los regalos del día de Navidad, está tan próxima a la fecha anterior que prácticamente siguen constituyendo una única campaña. Los intentos de diversificar las ventas a lo largo del año, desde aquella fallida campaña del Día del Colegio de los años sesenta al Día del Niño actual, no se han visto coronados con demasiado éxito.

Uno de los factores que más han contribuido a paliar la estacionalidad, aunque sólo parcialmente, ha sido la diversificación geográfica de las ventas, con el aumento de la exportación, que ya supuso en 1995 más del 41% de la facturación de las empresas jugueteras españolas (cuando en 1991 apenas superaban 24%). No es que las fechas de mayor consumo de otros países sean muy diferentes a las tradicionales en España, aunque en las sociedades de mayor nivel adquisitivo está algo más generalizada la venta a lo largo del año; el principal motivo diversificador es que, por problemas de distribución, los pedidos de exportación suelen servirse con algún mes de diferencia respecto a las ventas nacionales:

Cuadro 9

*DESGLOSE TRIMESTRAL DE LA FACTURACIÓN DE LA INDUSTRIA JUGUETERA  
ESPAÑOLA, 1995 (%)*

Destino	Enero-Marzo	Abril-Junio	Julio-Septiembre	Octubre-Diciembre
Mercado nacional	11,7	20,0	22,3	46,0
Mercado exterior	11,3	23,0	37,3	28,4
Facturación total	11,5	21,2	28,5	38,7

Fuente: R. Berger, 1996, y elaboración propia.

Al no coincidir los momentos de mayor demanda de trabajo del mercado español (centrado en los meses otoñales) y del mercado exterior (más volcado en los veraniegos), las fechas tienden a compensarse, al menos en lo que se refiere al segundo semestre del año. La estacionalidad, no obstante, resulta muy negativa para las empresas durante todo el primer semestre, especialmente entre enero y marzo: son meses para hacer inventario, realizar las muestras, planificar campañas y asistir a las ferias internacionales. Hace ya bastantes años, en los primeros tiempos de la Feria del Juguete de Valencia, pareció funcionar el denominado «descuento feria», rebaja de precios para aquellos que realizasen sus pedidos aprovechando los días del certamen; era una posibilidad de poder planificar la fabricación con tiempo suficiente; pero pronto se fue generalizando ese tipo de descuentos a otras circunstancias y a otras fechas posteriores, con lo que aquella alternativa carece hoy prácticamente de valor, según algunos directivos entrevistados en la comarca.

La estacionalidad parece afectar en menor medida a las empresas de tamaño más reducido, muchas de las cuales se dedican a juguetes de bajo precio o a productos muy

especializados: en el primer trimestre del año de 1995, según estimaciones propias calculadas a partir del estudio de R. Berger, facturaron alrededor de una sexta parte de su producción anual. Por el contrario, la mayor estacionalidad la padecen las empresas de tamaño mediano, concentradas mayoritariamente en la comarca de la Foia, especialmente en Ibi: sólo consiguieron realizar antes de abril poco más del 5% de la facturación del año. Esta estacionalidad dificulta gravemente la rentabilidad de las empresas de la comarca con elevado porcentaje de trabajadores fijos y exclusiva dedicación a la producción juguetera; aquellas que, además, atravesen dificultades de financiación son firmes candidatas, si no a engrosar la lista de fábricas desaparecidas, sí al menos a realizar reducciones de plantilla. En otras empresas, con menos rigideces laborales, afirmaron al contestar los cuestionarios que en meses como octubre o noviembre llegaban casi a triplicar el número de trabajadores en nómina respecto a los meses iniciales del año.

Las mayores empresas de la comarca montañesa, conscientes de la inevitabilidad de la estacionalidad en las ventas de juguetería, tratan de paliarla de diversas maneras. En «Feber», por ejemplo, una empresa ibense que hubo de recurrir a la suspensión de pagos años atrás y lucha por remontar la crisis, una de las alternativas ha sido compatibilizar su producción estrictamente juguetera con otra que —sin dejar del todo de ser juguete— se enfoca más hacia los jardines particulares y las guarderías, con lo que su época de ventas es distinta. Otras empresas comarcales, algo menores en cuanto a cifras de empleo, también han recurrido a la fabricación de artículos distintos, casi siempre centrados en productos metálicos o plásticos, con canales de distribución y venta diferentes, que permitan una fabricación distribuida equitativamente a lo largo del año o, mejor aún, complementaria a la del juguete.

Casi todas las empresas comarcales han tratado de evitar, con mayor o menor éxito, la estacionalidad mediante la transferencia a empresas auxiliares de algunas fases del proceso productivo. Esta tendencia ha sido facilitada por el gran desarrollo que desde décadas atrás han adquirido las empresas auxiliares de la industria del juguete en poblaciones como Ibi, Onil, Castalla e incluso Biar o Tibi. Las empresas jugueteras intentan así evitar estar obligadas a mantener todo el año una capacidad productiva que sólo necesitarían utilizar en los meses de septiembre a diciembre, transfiriendo procesos industriales en los momentos de mayor producción a empresas especializadas; el problema estriba en que muchas de estas empresas carecen de clientes procedentes de otros sectores que les permitan subsistir el resto del año.

#### e) *Tendencia a la internacionalización*

Aunque no con la intensidad de otros sectores económicos valencianos, como la naranja, el calzado o el automóvil, la industria juguetera de la Foia de Castalla cuenta con una larga tradición exportadora. Ya a comienzos de los años setenta se calculaba que Ibi exportaba en torno a un tercio de su producción de juguetes (CASADO, 1974) y para «Famosa» —la mayor empresa de Onil desde su creación en 1957— siempre ha tenido gran importancia la venta de muñecas a otros países.

Actualmente, la exportación se ha convertido en condición absolutamente imprescindible para la propia supervivencia de las industrias jugueteras de esta comarca. Ya hemos visto como ayudaban a paliar parcialmente el problema de la estacionalidad. Pero, además de ello, tienen que hacer frente a la progresiva ganancia de cuotas de mercado español por parte de empresas extranjeras: en 1995, por primera vez se vendieron en España más juguetes producidos en el exterior que en el propio país; es un proceso acelerado desde hace más de una década:

**Cuadro 10**  
**PARTICIPACIÓN EXTRANJERA EN EL MERCADO ESPAÑOL DE JUGUETES,**  
**1984-1995**

Años	Consumo de juguetes*	Porcentaje sobre el total de compras	
		juguete español	juguete importado
1984	49.869	95,1	4,9
1986	60.851	92,6	7,4
1988	79.418	87,6	12,4
1991	94.020	67,6	32,4
1993	79.232	56,5	43,5
1995	86.369	47,1	52,9

Fuente: R. Berger, 1996, y elaboración propia.

\* En millones de pesetas.

Esta conquista del mercado nacional se ha producido prácticamente desde la entrada de España en la Comunidad Económica Europa (hoy U.E.) y, al menos en parte, ha sido promovida por alguna de las empresas más importantes, como forma de internacionalizar su propia estructura productiva y/o comercial; recordemos que, según la misma fuente consultada, en 1995 el 46,7% del total facturado por las dos grandes empresas jugueteras procedía de productos importados de otros países. En general, buena parte de las importaciones han sido realizadas por las propias delegaciones en España de las grandes multinacionales del sector, ninguna de ellas afincada en la comarca de la Foia de Castalla. Aunque casi todas estas multinacionales poseen su sede central en países altamente desarrollados, la mayoría de la producción que llega a España procede de países del Asia Oriental, singularmente de China, de donde se importó por valor de 10.699 millones en 1991 y de 25.386 (el 55,5% de todo lo importado) en 1995. Por el contrario, la importación desde los llamados «tigres asiáticos» tiende a disminuir: de Taiwan se importaron 3.551 millones en 1991 y sólo 923 en 1995.

No obstante, aunque sólo suele hablarse de la entrada de juguete asiático, la tendencia hacia el mercado único comunitario se muestra claramente en el incremento de juguetes procedentes de otros países miembros de la Unión Europea; sólo desde los cinco países principales en este comercio (Italia, Francia, Alemania, Reino Unido y Países Bajos) se ha pasado de importar 7.287 millones en 1991 a 10.917 en 1995. La tendencia creciente a la entrada de nuevos competidores en el mercado nacional ha originado un «fuerte aumento del grado de rivalidad y competencia entre las empresas existentes» (AEFJ, 1995).

Pero esta tendencia al mercado único juguetero en el ámbito de la Unión Europea, aún siendo un problema importante, supone hoy en día el principal aliciente y uno de los retos a superar para consolidar el futuro de la juguetería de la comarca. En primer lugar, porque también la industria española —y muy especialmente la de la Foia de Castalla— ha acentuado su dimensión exportadora: si en 1988 las ventas al exterior representaban sólo un 23% de la producción española, en 1995 ya se igualaban con las realizadas al mercado nacional (el 49,9% exactamente, según el informe Berger). Y esa exportación sí que se

realiza básicamente desde las industrias de Ibi, Onil o Biar: en 1991, el 68,5% de las exportaciones españolas se realizaron desde las fábricas de la provincia de Alicante (KPMG, 1992). En segundo lugar, porque la Comunidad Europea es el destino destacado de las ventas: bastante más de las tres cuartas partes de las ventas de juguete español en el exterior tienen allí su destino. Además, todos los países comunitarios arriba indicados como grandes exportadores de juguete hacia España presentan una balanza comercial negativa respecto a nuestro país, tanto en 1991 como en 1995, con la excepción de Italia en este último año. Francia es de todos ellos el principal mercado importador de juguetes españoles en general y de la Foia de Castalla en particular. Junto a ella, Portugal —que siempre ha sido un gran cliente de las empresas de la zona, especialmente las muñequeras— sigue siendo un mercado en gran medida vinculado a las fábricas de esta comarca: en 1995 adquirió juguetes en España por valor de 5.613 millones y exportó por valor de sólo 431; de hecho, algún grupo industrial posee ya su propia empresa distribuidora dirigida específicamente a ese mercado, caso de «Famosa Portugal».

Pero la tendencia a la internacionalización de las empresas jugueteras de la zona no acaba en la exportación de productos, en la venta de algunos juguetes importados o en la constitución de entidades específicamente dirigidas a la comercialización en el exterior. Son varias las empresas que ya adquieren fuera de España componentes de sus productos, como pueden ser los vestidos de muñecas. «Famosa», pionera en muchos aspectos en esta tendencia a la economía global, a través de «Famosa Internacional» produce en China mediante acuerdos con fábricas de aquel país. La ibense «Moltó» cuenta ya con una fábrica en México que, aunque dirigida en gran medida desde España, está concebida para vender sus productos en aquel país.

#### *f) Creciente desarrollo de la industria auxiliar*

Aunque en los comienzos de la industria era necesario comprar algunos productos semielaborados en otros lugares más o menos distantes —desde las cabezas de porcelana, importadas de Alemania para las muñecas más caras, hasta las planchas litografiadas, que «Rico» adquiría principalmente en Badalona y «Payá» en La Coruña—, la industria auxiliar surgió en la comarca en 1934, cuando «Claudio Reig» comenzó a elaborar fuelles para proyectores de cine y voces para muñecas; en las décadas de posguerra también aparecieron algunos talleres auxiliares, pero fue en la década de los sesenta cuando alcanzaron el grado de desarrollo suficiente para convertirse en un aliciente imprescindible para la localización industrial juguetera en la comarca, tal vez la mejor ventaja comparativa con la que se cuenta respecto a zonas como los cinturones industriales de Barcelona o Madrid.

La importancia de las industrias auxiliares ha ido creciendo sin interrupción en la estructura industrial juguetera. Así, en 1989, un estudio sobre el sector estimaba que el 33,6% de la producción total juguetera correspondía a trabajos externos a las propias empresas, lo que suponía aproximadamente unos 3.775 puestos de trabajo:

Cuadro 11  
TRABAJOS EXTERNOS REALIZADOS POR LAS INDUSTRIAS JUGUETERAS, 1989

EMPRESAS	Producción realizada (%)		Operarios / año		
	Interna	Externa	Internos	Externos	TOTAL
Muy pequeñas (1-10)	50,3	49,7	1.188	1.174	2.362
Pequeñas (11-50)	64,6	35,4	1.867	1.023	2.890
Medianas (51-200)	76,7	23,3	1.850	562	2.412
Grandes (+200)	70,1	29,9	2.383	1.016	3.399
<b>TOTALES</b>	<b>66,4</b>	<b>33,6</b>	<b>7.288</b>	<b>3.775</b>	<b>11.063</b>

Fuente: KPMG, 1992.

Desde aquella fecha, la importancia de los procesos industriales realizados en empresas auxiliares no ha hecho más que incrementarse. Como muestra, bastan dos ejemplos en Ibi, el municipio con mayor desarrollo de estas industrias complementarias, facilitados por la agencia de desarrollo local, APROIBI: en 1996 se calculaban 28 empresas jugueteras, frente a 55 de matricería y 70 de inyección y otro tipo de talleres auxiliares; en 1997, entre las empresas a las que se le otorgó alguna parcela en el nuevo polígono industrial Alfaç II, había sólo tres fábricas jugueteras (aunque una de ellas, «Injusa», era la de mayor extensión de todo el polígono) frente a 22 de matricería y moldes y 16 de inyección de plásticos.

La tendencia a una cada vez mayor externalización de procesos productivos está interrelacionada claramente con el notabilísimo incremento de empresas auxiliares y sostenida en una elevada valoración de estos talleres por parte de sus clientes, como parecen confirmar todos los estudios citados. Así, el estudio de R. Berger considera que la capacidad logística del subsector auxiliar evolucionó positivamente entre 1993-95: «*El subsector auxiliar responde con eficacia, ya que algunas empresas anteriormente fabricantes, ahora se concentran en la subcontratación*». Las conclusiones de un estudio encargado por la propia patronal juguetera, con fecha de enero de 1995, considera que la conversión en empresas auxiliares puede ser una buena estrategia a seguir por las pequeñas y medianas empresas del sector que no puedan competir en un nicho concreto de mercado: «*para ellas la especialización provendrá de concentrarse en determinadas actividades de la cadena de valor pero centrándose en ventajas basadas en el coste y llegando incluso a renunciar a su protagonismo en el mercado (estrategias subordinadas o de subcontratación) (...) Esta estrategia conlleva en su máxima expresión la pérdida de protagonismo de la empresa en el mercado, aceptando las directrices marcadas por otras empresas. Las acciones de este tipo de empresas irán orientadas a la reducción de costes en las actividades relacionadas con el área de marketing y adaptar el resto de actividades a la estrategia marcada por la empresa cliente (contratante)*» (AEFJ, 1995). En la Foia de Castalla esta tendencia a convertirse en empresas especializadas en realizar ciertos procesos industriales (soplado de termoplásticos, inyección, troquelado...) está siendo seguida por algunas industrias jugueteras modestas, como «Pepri» o «Angaro», y ya no es extraño que fábricas jugueteras de cierta importancia realicen de forma ocasional o secundaria trabajos concretos para otras empresas.

Por otra parte, la mayoría de los directivos consultados en la comarca eran conscientes de disponer en torno a ellos de una infraestructura industrial capaz y suficientemente

sofisticada, incluso había quien pensaba que no estaba siendo utilizada en toda su medida. Actualmente existe entre los empresarios jugueteros una clara tendencia a realizar en la propia comarca la práctica totalidad de los procesos industriales necesarios para sus empresas: «*al final, normalmente parabas por la zona, primero porque lo tienes a mano y luego porque normalmente suele ser incluso más económico*», contestaba un industrial muñequero de Onil; «*en Ibi se puede hacer de todo... xerigrafía, etiquetas, tornillos, lo más inverosímil se hace en Ibi*», afirmaba un directivo de «Injusa».

Si el estudio de las Cámaras de Comercio de 1991 hablaba de que las grandes empresas eran las que poseían un menor nivel de subcontratación, son precisamente éstas —al menos en la comarca de la Foia— las que ahora reflexionan más sistemáticamente la posibilidad de recurrir a empresas auxiliares. Piensan que una de sus ventajas es su mayor baratura, al menos en algunas tareas; por ejemplo, la fuerte competencia existente entre los talleres de inyección dedicados a la producción de piezas pequeñas hace posible que puedan ofrecer precios inferiores a los costes de producción en el interior de las propias empresas cliente; además, al haber orientado su producción no sólo hacia el juguete, sino también hacia el automóvil, el calzado o la fabricación de objetos plásticos para las tiendas de «a veinte duros», pueden producir en la temporada de máximo trabajo a un coste marginal, utilizando la maquinaria las veinticuatro horas del día; finalmente, se posee una información exacta sobre los costes de producción y se evitan problemas como el absentismo laboral.

En general, la mayor parte de industrias jugueteras valoran extraordinariamente la colaboración estable con las empresas auxiliares. Son conscientes de que aquellos talleres básicamente centrados en procesos vinculados con el juguete (matricería y moldes, inyección, montajes...), aunque posean también clientes en otros sectores, difícilmente podrían responder satisfactoriamente si sólo se recurriera a ellos en los dos o tres meses de mayor agobio; por eso, tratan de asegurar una demanda mínima a lo largo de todo el año, de tal forma que se fidelice la relación, pues en caso contrario no existiría garantía de poder disponer de su fuerza productiva en meses como octubre o noviembre. Por supuesto, todos los directivos entrevistados afirmaban estudiar cualquier oferta que les llegase a unos precios ventajosos, pero preferían la seguridad de una colaboración duradera con precios razonables, calidad suficiente y pocos sobresaltos; muchos hablaban de que su relación con algunos talleres databa de muchos años atrás, y un industrial ibense había arrendado un espacio considerable de su factoría a empresas de montaje de las que era el principal cliente. De cualquier forma, incluso en empresas fuertemente vinculadas con algún taller auxiliar (generalmente, de matricería o inyección), en la comarca no suele dejarse ningún proceso industrial en manos de una única empresa subcontratante: lo normal es recurrir a dos o tres talleres de cada tarea subcontratada, pero alguna gran empresa llega a requerir los servicios de más de media docena.

#### *g) Otras características*

Aunque son muy numerosos los aspectos que caracterizan a la industria juguetera y muchos de ellos se encuentran en continua transformación, vamos a centrarnos solamente en algunas que consideramos interesante reseñar: la reducción aparente de la economía marginal o irregular, la convivencia de dos tendencias supuestamente contrapuestas (especialización y diversificación) y la incidencia de nuevos condicionantes de consumo.

En La Foia, la economía irregular siempre ha existido en este tipo de industrias; a principio de los setenta, M.A. Casado hablaba de que «*las mujeres que trabajan en las fábricas lo hacen hasta los 25 años como edad media, y a partir de esa edad, si se casan, abandonan el empleo en la fábrica y se dedican a las labores caseras, aunque alguna de*

*estas mujeres recibe, en su casa, algún trabajo encargado por su antigua empresa*. En realidad, en esos años podía considerarse mayoritario el trabajo domiciliario en la mayoría de las viviendas obreras de Ibi y Onil, y no sólo entre las mujeres sino que también era normal la ayuda de algún otro elemento familiar (niños, abuelos e incluso el padre por la noche). Eran escenas habituales el reparto de piezas para montar por las casas o la llegada a casa del padre de familia cargado con bolsas de trabajo para su esposa o hijos. No sólo eso: un porcentaje significativo de empresas de la comarca cuenta en su historia con una primera etapa de trabajo más o menos irregular. El estudio de las Cámaras de Comercio, al analizar la estructura del sector, habla de la «utilización de artesanos individuales como mano de obra externa, trabajando a domicilio y a destajo» (KPMG, 1992). Sin embargo, a partir de la aplicación del I.V.A. en 1986 podemos hablar de una desaparición bastante rápida del trabajo domiciliario entre las empresas jugueteras de la comarca; entre los entrevistados que hablaron con mayor franqueza del problema, sólo algunos reconocieron seguir manteniendo residuos de todo aquello: el obrero que continúa llevándose tareas porque desde siempre se la han suministrado, el caso de una empresa que daba trabajo a unos minusválidos o el de quien afirma que todavía reparte a alguna señora; pero son casos muy puntuales. Casi todo el montaje externo se distribuye de una manera legal: o son empresas auxiliares bien establecidas o personas con su licencia fiscal, su seguridad social autónoma y su declaración de I.V.A.; todas las empresas jugueteras afirman que ellos tienen sus facturas en regla y que pagan los montajes igual que pagan las cajas o el plástico. Sin embargo, de puertas afuera de la fábrica juguetera, el problema se reproduce cotidianamente, en el momento en que la persona subcontratante distribuye el trabajo entre quienes realmente lo realizan, a veces —como sucede en el cosido de vestidos para las muñecas— a cientos de kilómetros de aquí. Es, además, un problema social de muy difícil solución; no ha sido fácil entrevistar a muchos repartidores de trabajo, que, por otra parte, tampoco disfrutan de unos niveles de vida demasiado envidiables.

La tendencia a la especialización es cada vez mayor entre las industrias jugueteras, si descontamos a quienes, como «Famosa», poseen la capacidad productiva y económica suficiente para abarcar una enorme variedad de productos. Lo normal es que las empresas estén muy marcadamente vinculadas a un determinado producto: la muñeca, el peluche, la réplica de vehículos reales, el cochecito para muñecas, las armas o la moto para niños; en general, las pequeñas empresas que pretendan mantener su funcionamiento autónomo, su acceso directo al mercado, deben plantearse abarcar un nicho de mercado concreto con suficiente demanda actual y perspectivas de futuro, lo que en muchos casos comportará un aumento de gastos en I+D y promoción comercial. Algunas empresas de la zona han conseguido esta especialización centrándose en un tipo de juguete de gran volumen, con lo que tratan de paliar sus mayores costes de personal frente a la competencia asiática con los elevados gastos de transporte que debe afrontar ésta. Otras empresas han tratado de acceder a un tipo de producto en el que sea menor la competencia: por ejemplo, «Joal», cada vez está más especializada en la miniaturización de vehículos reales, y algunas pequeñas empresas jugueteras de Onil exploran las posibilidades comerciales de la muñeca de colección, de precio elevado y confección esmerada.

Por el contrario, otras empresas comarciales con elevada disponibilidad de maquinaria y exceso de personal tratan de diversificar su producción en ámbitos claramente diferenciados del juguete, intentando paliar el problema de la estacionalidad y buscando alternativas complementarias. Por poner sólo algunos ejemplos, en Ibi existen industrias jugueteras que fabrican o distribuyen, ya con su propia marca o con alguna complementaria, material de papelería, objetos de regalo, productos plásticos, carretillas metálicas o cajas fuertes. Como ejemplo de que todas las tendencias pueden coexistir en la misma empresa, «Payá Coop» reproduce

antiguos juguetes históricos dirigidos a coleccionistas (especialización), mantiene la tradicional línea de cuchillería de la antigua «Payá Hnos.» (diversificación) y, aunque sólo ocasionalmente, trabaja como industria auxiliar de otras empresas (subcontratación).

Los nuevos ámbitos de consumo también han influido en el desarrollo reciente de la industria. En primer lugar, se deja sentir —y no precisamente de modo positivo— la tendencia a la concentración de la venta en grandes superficies:

Cuadro 12  
*EVOLUCIÓN DE PORCENTAJE DE VENTA DE JUGUETES SEGÚN CANALES DE DISTRIBUCIÓN*

Años	Mayoristas	Minoristas	Grandes almacenes	Hipermercados	Otros canales *
1982	56,5	24,5	14,0	4,5	0,5
1988	44,3	19,6	13,9	19,2	3,1
1991	40,0	17,8	14,5	22,5	5,2
1993	23,2	13,4	12,1	34,6	16,7
1995	19,6	8,0	14,0	36,4	22,0

\* Grandes superficies especializadas, agrupaciones de compra, otros canales

Fuente: R. Berger, 1996 (reelaborado)

La tendencia a la venta en hipermercados y otras grandes organizaciones de compra, con la consiguiente desaparición o decadencia de centenares de pequeñas jugueterías tradicionales y de buena parte de los antiguos almacenes mayoristas (en parte, vinculados a la propia comarca de la Foia), ha perjudicado fuertemente a las pequeñas empresas: en primer lugar, porque los canales de distribución emergentes poseen unas ventas aún más estacionales que los anteriores; después, porque las posibilidades de acceso a algunos de ellos son escasas para las empresas modestas (puesto que los hipermercados deben rentabilizar más su superficie y suelen dedicar escaso espacio al juguete fuera de los momentos previos a la Navidad); además, porque al poder ofrecer precios más bajos en los momentos de mayores ventas impiden la rentabilidad de los pequeños comercios, que sí exponían juguetes permanentemente; y por último, porque las formas y condiciones de pago están dictadas por el comprador desde una posición hegemónica. Las opiniones de aquellos directivos que incidieron en este tema eran marcadamente negativas respecto al cambio de canales de venta.

Además de ello, está el problema de las transformaciones en la demanda de juguetes y del incremento de artículos sustitutivos. Un estudio del Ministerio de Industria, de 1991, afirmaba que los principales juguetes consumidos en nuestro país eran los juguetes clásicos (el 23,5%) y las muñecas (22,5%), los de mayor implantación en la Foia de Castalla; pero ya era muy significativa la venta del juguete educativo y de sociedad (el 14%) o los de aire libre, apenas fabricados en la zona, salvo en algunas empresas como «Chicos». Por otra parte, mientras se reduce la edad de juego con productos tradicionales, tiende a ampliarse el juego y el juguete vinculados al ocio de los mayores, sin que existan muchas empresas jugueteras de la Foia que hayan realizado cambios significativos en este sentido. Además, el material deportivo o los juegos de ordenador tienden a restar protagonismo al juguete como regalo esencialmente destinado a los niños. Incluso en el muy controvertido tema del juguete bélico, mientras se acrecienta la imagen negativa de pistolas, espadas o ametralladoras, hace algunos años se incrementó el uso de videoconsolas y otros juegos que, en muchos casos, se relacionaban bastante más con la idea de la violencia.

Finalmente, casi todas las empresas de la zona han tomado conciencia de la importancia de la calidad del producto y del cumplimiento de las normas de seguridad exigibles a todos los juguetes. Para ello, la comarca cuenta con un organismo oficial dependiente del IMPIVA, AIJU (Instituto Tecnológico del Juguete), con sede en Ibi, que se encarga de potenciar la investigación en este sector, realizando análisis para las empresas y estudios técnicos de variada índole. Por ejemplo, hace algunos años que ha lanzado la *Guía de Juguetes*, tratando de orientar sobre los más adecuados para cada edad; en la guía correspondiente a 1996-1997, fueron reseñados 106 modelos, 66 de ellos fabricados en la comarca por más de veinte firmas diferentes, siendo el resto mayoritariamente de empresas multinacionales. La práctica totalidad de juguetes comarcales seleccionados pueden considerarse destinados a niños menores de diez años, de acuerdo con otra de las características que parecen confirmarse cada vez con mayor fuerza: la reducción de la edad de juego con juguetes.

Actualmente, algunas empresas jugueteras de la zona han comenzado tímidamente a trabajar en la consecución de las normas ISO, aunque de ello se deriven mayores controles y, lógicamente, un encarecimiento de los costes frente a quienes se desprecian de estas cuestiones, pero también compiten en el mercado; son conscientes de que el consumo de juguetes exige un estricto cumplimiento de las normas de calidad y seguridad, desde los materiales utilizados a la posible peligrosidad que puedan presentar. Por ejemplo, se vigila la composición química de las pinturas empleadas o se controla la reducción o supresión de aristas, redondeando cada vez más los diseños. Especial preocupación parecía existir entre algunos representantes del sector ante la prevención contra el uso de PVC's en los juguetes por parte de algunas organizaciones ecologistas, especialmente la campaña publicitaria de concienciación iniciada por Greenpeace. En el plano ideológico, a la hora de diseñar sus productos la mayoría de industrias parece haber asumido que deben evitarse discriminaciones sexistas, racistas o de cualquier otra índole, pues buena parte de los padres y de la opinión pública está especialmente sensibilizada ante cualquier posible muestra de discriminación difundida a través de los juguetes. Como ejemplo de ello, durante la campaña navideña de 1996 todos los medios de comunicación españoles se hacían eco de la polémica en torno al denominado «muñeco maltratado» o «piti-gestos», producido por una fábrica de Castalla; son hechos aislados, sin ninguna duda, pero que desgraciadamente pueden dañar una imagen de buen hacer avalada por una tradición de muchos años.

## Bibliografía

- AIJU: *Guía de Juguetes, 1996-97*, Ibi, 1996.
- ARDAN: *Comunidad Valenciana-97. 6.000 empresas. Directorio e Informe Económico-Financiero*, Vigo, julio, 1997.
- Asociación española de fabricantes de juguetes (AEFJ): *Estrategias para el 2000. Tendencias futuras del sector juguetero español*, Valencia, enero de 1995.
- CASADO, María Angeles: *Ibi. Estudio geoeconómico de un núcleo industrial*, Universidad de Valencia-Instituto de Estudios Alicantinos-Ayuntamiento de Ibi, 1974.
- «Relación alfabética de los fabricantes españoles de juguetes», *Juguetes y juegos de España (Órgano oficial de la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes)*, Barcelona, diciembre de 1996, pp. 122-130.
- KPMG Peat Marwick: *Fabricación de juegos y juguetes (CNAE, 494)*, Cámaras de Comercio Industria y Navegación de España, noviembre de 1992.
- Gran Enciclopedia de la Región Valenciana*, Valencia, 1973 (vocablo «Juguete, Industria del», firmado por Miguel Magallón).
- ROLAND BERGER & PARTNER GMBH: *Actualización de la Base de Datos del Sector Juguetero a 31 de diciembre de 1995*, Madrid, julio de 1996.