

Visítalo en: <http://www.labolsa.com/canales/1296/>

SE DESTINAN MÁS DE 180 A LA COMPRA JUGUETES EN NAVIDAD

LaBolsa.com

8 de noviembre de 2005

La mitad de las familias españolas destinarán más de 180 euros a la compra de juguetes en Navidad, y el gasto por niño oscilará entre 30 y 90 euros, según se desprende de una encuesta sobre tendencias de consumo de la cadena de distribución de juguetes Toys R Us presentada hoy.

Otro 30% de los hogares españoles cuenta con un presupuesto para juguetes de más de 300 euros en la campaña que se inició el pasado 1 de noviembre y finaliza el próximo 6 de enero, de acuerdo a las conclusiones del estudio realizado en 34 centros de la compañía.

Las tres cualidades que más valoran los consumidores en España a la hora de comprar un juguete son la seguridad (33,7%), el valor educativo (28) y la relación calidad-precio (26,3%), mientras que el precio como factor en exclusiva sólo es decisivo en el 7,7% de los casos.

No obstante, también resultan determinantes en la compra de juguetes la petición de los niños, que prevalece en el 50% de los casos, y las campañas de productos en medios de comunicación, sobre todo en televisión, junto a que el producto esté de moda.

Los juguetes electrónicos, sobre todo videojuegos y consolas, los peluches y las bicicletas se perfilan como las tres categorías de artículos más demandadas estas Navidades por los niños, que cada vez reclaman juguetes más interactivos.

En el cuarto puesto del ranking de juguetes más solicitados esta Navidad se sitúan las muñecas, principalmente ataviadas de vestuario moderno, seguidas por los reproductores portátiles tanto de audio como de video.

El niño español recibe una media de nueve artículos en Navidad, uno más que los niños europeos, quienes, sin embargo, registran regalos con un gasto global mayor. En 2004, el consumo de juguetes alcanzó 200 euros por niño y año, y según las previsiones de la empresa, este año registrará un crecimiento del 5%.

Por países, los niños alemanes prefieren juegos de construcción y trenes y en Reino Unido prevalecen los regalos electrónicos, mientras que en Francia destacan los productos de ocio al aire libre, como las bicicletas o patines, junto a las muñecas.