



ISTOCK

## LA TECNOLOGÍA ALCANZA A LOS REYES MAGOS

Entre las tiendas físicas y la red, los Reyes Magos van a adquirir nuestros regalos esta Navidad. Moda, complementos, perfumes, viajes y ocio serán protagonistas junto a la tecnología y los juguetes

EVA PÉREZ ARCO

**P**apá Noel ya nos ha visitado pero todavía les quedan muchos regalos que repartir a los Reyes Magos. Ya hemos echado todos nuestra carta, pero ¿cómo van a adquirir los Reyes los regalos? Según una encuesta sobre compras navideñas realizada por LesBonus -plataforma digital de referencia del comercio local en España y sur de Europa-, el 83 por ciento afirma que comprará sus regalos tanto en tiendas físicas como en la red. De hecho, sólo el 13 por ciento mantendrá las tiendas físicas como único lugar de compra, un porcentaje que aumenta hasta el 22 por ciento entre los más mayores.

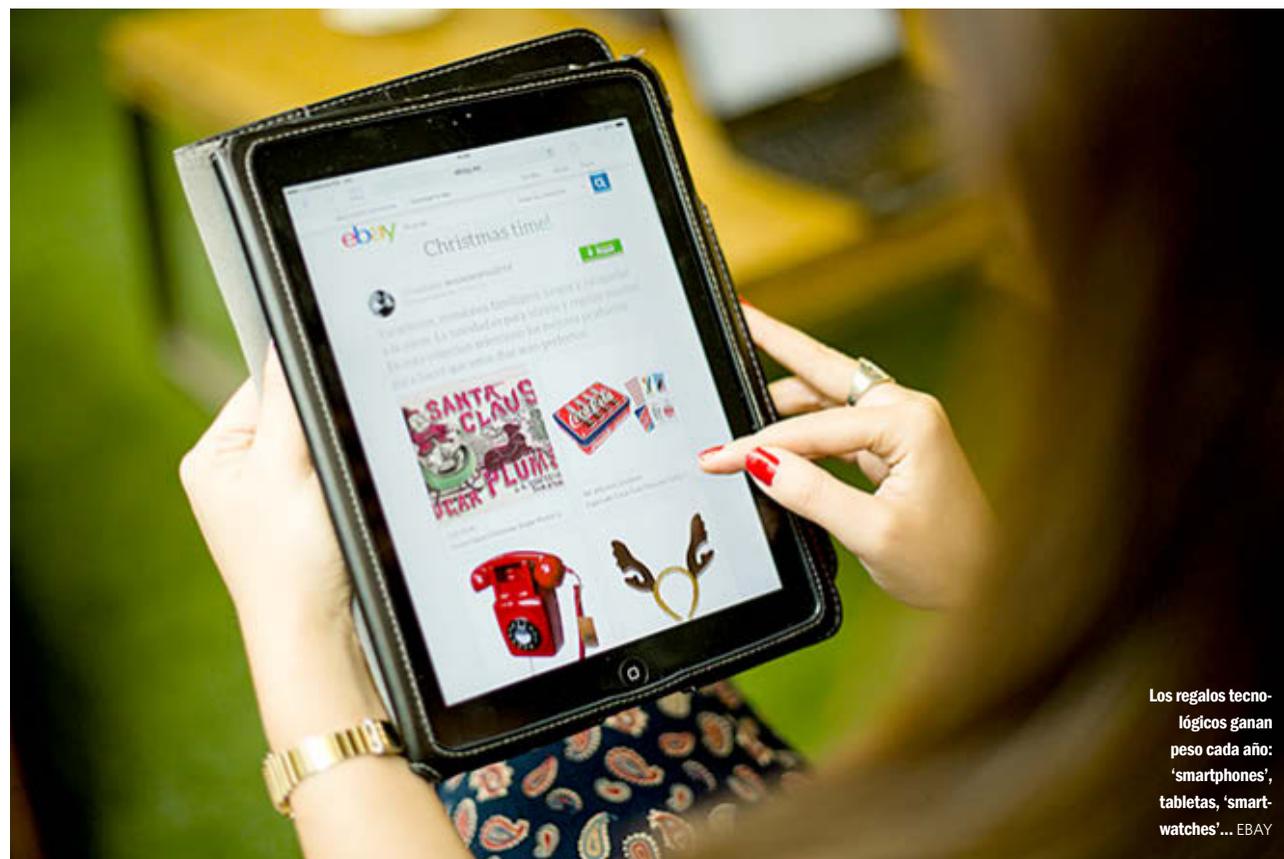
En cuanto al gasto realizado, uno de cada tres españoles (35 por ciento) gastará entre 250 y 500 euros estas Navidades y prácticamente el mismo número de personas invertirá entre 100 y 250 euros. Cabe destacar que el 17 por ciento de los encuestados invertirá más de 500 euros. Por rangos de edad, los jóvenes menores de 35 años tienen pensado gastar menos de 250 euros en su gran mayoría (64 por ciento), mientras que la media de gasto aumenta entre los consumidores seniors.

La encuesta también recoge las preferencias de compra de los españoles tanto en el medio *online* como en la tienda física. Así, los regalos navideños que preferimos comprar por Internet son los viajes y escapadas (57 por ciento de los encuestados), las actividades de ocio (55 por ciento) y la tecnología (38 por ciento). Por el contrario, los españoles eligen la tienda física para adquirir productos de moda (66 por ciento), cosmética y perfumes (38 por ciento), y juguetes y complementos infantiles (36 por ciento).

La tendencia de ventas de LetsBonus durante la campaña de Navidad confirma las estadísticas: "las propuestas que más están vendiendo son hoteles con encanto, circuitos en spas de lujo, actividades diferentes como conducir un Ferrari o un safari en familia y la pestaña de tecnología" señala Camilo Majarón, Director Comercial de LetsBonus.

Un dato curioso es que, para esta Navidad, el 32 por ciento de los compradores *online* prevén comprar sus regalos a través de páginas de *Cashback*, un método de ahorro instaurado en EE.UU y otros países europeos cada vez más conocido en España. De esta manera, los compradores que accedan a las tiendas mediante la web de *cashback* perciben un reembolso por sus compras realizadas. Cashback LetsBonus cuenta con una selección de las principales tiendas *online*, entre las que destacan marcas como Amazon, eBay, FNAC o Zalando y permiten recuperar un porcentaje del importe de la compra que varía entre el 2 y el 18 por ciento.

Aunque en la lista de las peticiones navideñas, como hemos visto, muchos siguen optando por los clásicos -moda y complementos, perfumes, viajes...-, los regalos tecnológicos ganan peso cada año: los *smartphones*, tabletas, *smartwatches* o los nuevos patinetes eléctricos son los más pedidos. Así lo confirman los datos de un estudio realizado por holaMOBI, empresa de telefonía global con más de 100 puntos en toda España, que apunta el éxito con el que ha entrado en el mercado el *smartwatch*. Otro de los productos que traerán los Reyes Magos es el nuevo patinete eléctrico, que cada vez llama más la atención entre los viandantes de cualquier calle. Se trata de un



Los regalos tecnológicos ganan peso cada año: 'smartphones', tabletas, 'smartwatches'... EBAY

## 32 Porcentaje de clientes 'online' que adquirirá sus regalos a través de páginas de 'cashback'

monociclo eléctrico con dos ruedas de auto-equilibrio para niños y adultos, que permite incluso girar 360 grados en un solo acto. Según el estudio de holaMOBI, la tecnología también estará presente en los regalos a los más pequeños de la casa. El 49 por ciento de los padres regalará a sus hijos un dispositivo móvil, la mayoría de ellos un *smartphone* o tableta.

### Los juguetes vuelven a ser protagonistas

Los juguetes volverán a ser el regalo estrella para los niños y les despertará más de una sonrisa. Y no sólo eso. Según los expertos, los juguetes son una herramienta vital que favorece el desarrollo mental, físico, emocional y social de los niños, promueve su bienestar, desarrolla la fantasía, la imaginación y la creatividad por lo que siempre tiene que ser uno de los regalos más importantes. Según la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEFJ), el sector prevé la mejor Navidad en cifras tras unos años de bajadas.

Muñecas y figuras de acción interactivas, mascotas tecnológicas, construcciones y juguete tradicional son tendencia esta Navidad en la que cobra protagonismo el propio niño ya que, a través del juego, será el encargado de hacer evolucionar sus juguetes. Después de varios años de bajadas, y tras el ligero aumento experimentado en 2014 (3,2 por ciento), parece que el sector recupera las cifras anteriores a la crisis económica con unas ventas que han aumentado durante todos los meses de 2015, llegando incluso a los dos dígitos en agosto y septiembre. Como apunta José Antonio Pastor, presidente de la AEFJ, "Las cifras han sido positivas en lo que llevamos de año. Si tenemos en cuenta que durante la campaña de Navidad el sector realiza alrededor del 75 por ciento de sus ventas, confiamos en que 2015 suponga la recuperación definitiva y comencemos a alcanzar las cifras obtenidas antes de la crisis económica". Las categorías de peluches y sets de construcción son las que mejor comportamiento han mostrado a lo largo del año con notables aumentos en sus ventas. A pesar de estos crecimientos, las categorías de infantil/preescolar y muñecas siguen manteniéndose a la cabeza en el ranking de ventas.

Europa se ha convertido en el mayor productor de juguetes a nivel mundial, detrás de China, y es en la Unión Europea donde España se sitúa como tercer país en producción de juguetes, tras Alemania e Italia. La calidad, la seguridad y el diseño, son las principales características del juguete español. La Comunidad Valenciana, con el *Valle del Juguete* a la cabeza, y Cataluña, son las principales zonas en producción dentro de nuestras fronteras. Muñecas y vehículos montables son las principales señas de identidad del sector juguetero español, pero también encontramos una mayor diversidad como los musicales, juegos de mesa, etc.

Berjuan, Comansi, Fábrica de Juguetes, Famosa, Injusa, Juguetes Cayro, LaMagik, M. Llorens, Manufacturas Quecos, Muñecas Arias y Muñecas Guca son algunas de las empresas más destacadas del sector en nuestro país.

No obstante, el 16,6 por ciento de las ventas se pierden debido a las falsificaciones. Por ello, es fundamental que los juguetes sean seguros y de máxima calidad para garantizar la integridad física y mental de los niños. Además, las falsificaciones también afectan al empleo; el 13,7 por ciento se destruye cada año por este motivo. Las copias e imitaciones suponen un gran daño para nuestras empresas, que no sólo atentan de forma directa contra su competitividad, sino que sobre todo desmotivan la realización de nuevas inversiones en innovación y diseño.



**Domestica**  
tu economía  
Consumo, ahorro y economía doméstica

### ■ Consejos útiles para comprar juguetes seguros

En primer lugar hay que localizar el sello CE del mercado europeo, que asegura que los juguetes han pasado las medidas de seguridad adecuadas para la finalidad y edad recomendada del juguete. Todos deben incluir, además, el nombre y marca del producto, del fabricante -o en su caso el importador- y datos de contacto para cualquier duda al respecto. Y, por supuesto, el documento más importante -y menos veces utilizado-, las instrucciones de uso y seguridad. Más allá de la seguridad física, la indicación de edad es importante también para el desarrollo de la personalidad del niño, evitando que acceda a contenidos no adecuados para su edad. En este sentido deberemos tener especial cuidado en la elección de videojuegos y software, que cuenta con su propio código PEGI ('Pan European Game Information'), un sistema de pictogramas -dibujos claros y explicativos- que indica la edad adecuada. Y como siempre, en todos los casos, deberemos guardar el ticket de compra, la garantía y los libros de uso, instrucciones y seguridad, así como el número de teléfono de contacto, para poder ejercer nuestros derechos o consultar dudas en caso necesario.

■ **TODA LA INFORMACIÓN EN**  
**WWW.DOMESTICATUECONOMIA.ES**

1 DE DICIEMBRE  
TIENDA ONLINE

GERMAINE DE CAPUCCINI



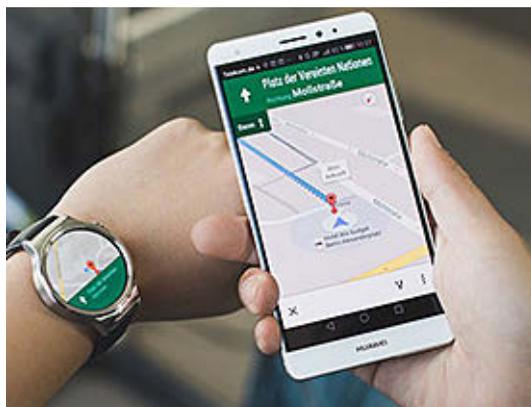
## Germaine de Capuccini lanza su tienda 'online' en España

La firma de cosmética profesional española ha iniciado este mes de diciembre la venta de sus productos a través de su página web corporativa [www.germaine-de-capuccini.com](http://www.germaine-de-capuccini.com). Con un extenso catálogo de alrededor de 250 productos a disposición de los usuarios, la firma pretende acercarse más al usuario final adaptándose a las necesidades del mercado.



## LetsBonus presenta 'Wondy', su portal de reservas de belleza

La web sale con más de un millar de servicios de belleza y bienestar en centros de Madrid y Barcelona. Con este lanzamiento, LetsBonus satisface la gran demanda recibida en su pestaña de *Salud y Belleza*, la cual ha registrado más de 700.000 compradores únicos y un promedio de más de 15.000 compras mensuales.



## Los 'smartwatches' de Huawei arrancan su aventura en España

Los relojes inteligentes de Huawei aterrizan en España y lo hacen de la mano del Gremio de Joyeros y Plateros de Madrid. Serán más de 500 establecimientos los que ofrecerán la gama completa del reloj cuyo precio arranca en los 399 euros. El gremio ha querido involucrarse de esta forma con los productos más vanguardistas del mercado.



## Madrid celebra la apertura del Novotel más grande del mundo

Tras un año de reforma y seis meses de cierre, Novotel Madrid Center abre sus puertas. La propiedad del emblemático Hotel Convención -calle O'Donnell- ha realizado una inversión de más de 30 millones de euros. Cuenta con 790 habitaciones, zonas comunes y de restauración, y 2.400 m<sup>2</sup> de espacios dedicados a eventos.



## El salmón ahumado, producto estrella de la Navidad

Según estudios realizados por IRI para Royal, empresa líder en España en la producción y comercialización de salmón ahumado y bacalao, el consumo del primero aumentó un 2 por ciento las pasadas navidades y representó el 25 por ciento del consumo anual. Su popularidad hace que cada vez se consuma más durante todo el año.



## Aceites Maeva sigue innovando con tres nuevos sabores

La empresa granadina ha vuelto a dar en la diana con sus tres nuevos sabores de aceite de oliva virgen extra -pesto, chili y parmesano- que darán un toque más sabroso a los menús navideños. Su secreto: combinar la calidad de un buen producto con el formato de su spray sin gas y cuya imagen es el prestigioso chef Sergi Arola.