



FUNDACIÓN
CRECER
JUGANDO

MEMORIA DE ACTIVIDADES DEL EJERCICIO 2019-2020

8

MILLONES DE JUGUETES
REPARTIDOS EN ESPAÑA Y
OTROS PAÍSES DE AMÉRICA
LATINA, ÁFRICA Y ASIA

100

ONG CON LAS QUE
COLABORAMOS

10

MILLONES DE NIÑOS HAN
RECIBIDO SU JUGUETE



INTRODUCCIÓN

LA FUNDACIÓN CRECER JUGANDO tiene como fin trabajar en la defensa y promoción de uno de los derechos fundamentales del niño: el derecho al juego. El juego es una de las actividades más valiosas e importantes para el desarrollo global del niño en todas sus facetas: física, psíquica, social e intelectual. La Convención de los Derechos del Niño, adoptada por las Naciones Unidas en 1989, proclama “el derecho del niño al descanso y al esparcimiento, al juego y a las actividades recreativas apropiadas para su edad y a participar libremente en la vida cultural y en las artes” (Art. 31.1).

EL JUEGO Y EL JUGUETE, como herramienta fundamental del juego, permiten al niño desarrollar su inteligencia, creatividad, sociabilidad, afectividad, habilidad manual, lenguaje, motricidad y aprendizaje de las reglas de convivencia.

LOS PRINCIPIOS FUNDACIONALES, de la Fundación Crecer Jugando promovida por la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEFJ), manifiestan un firme compromiso por trabajar en estrecha colaboración con otras entidades y organismos dedicados a defender una vida digna para los más pequeños.

Misión

La Fundación Crecer Jugando tiene como misión principal la defensa y promoción del derecho del niño al juego, con especial atención a aquellos niños que mayor defensa necesitan.

Visión

Por un mundo donde todos los niños tengan acceso al juego.

- Por un mundo donde la infancia se respete y se tengan en cuenta sus necesidades.
- Por un mundo donde los niños dispongan de tiempo suficiente y espacio para jugar.
- Por un mundo donde la principal actividad de la infancia sea jugar.

Valores

Protección a la infancia y sus derechos, especialmente el derecho al juego

- Colaboración con otras entidades que trabajan con proyectos de infancia través de la donación de juguetes gracias a la estrecha relación de con las empresas fabricantes
- Investigación para alcanzar un mayor grado de conocimiento de la infancia y su entorno
- Promoción de la actividad lúdica en sí misma y a través del juguete
- Defender una vida digna para los más pequeños.



El **Observatorio del Juego Infantil** es un instrumento cuyo fin es el seguimiento, vigilancia y control de la aplicación de uno de los derechos recogidos en la Convención de los Derechos del Niño, el derecho al Juego.

Son funciones del Observatorio del Juego Infantil:

- **Analizar la implementación del juego y el juguete en las escuelas.**
- **Realizar el seguimiento informativo sobre el ejercicio del derecho al juego.**
- **Desarrollar políticas de promoción del juego entre diversos públicos: colegios, padres...**
- **Canalizar las aportaciones de expertos sobre el juego y aprovechar las sinergias derivadas de su interacción.**

COLABORACIÓN CON MEDIASET. CAMPAÑA 12 MESES “JUGUETEAMOS”

En 2020 el Observatorio del Juego Infantil ha apoyado la campaña creada por Mediaset dentro de 12 meses “Jugueteamos”. Esta campaña, iniciada en octubre, que se basa por segundo año consecutivo en la importancia del juego, tiene como principal objetivo sensibilizar sobre la importancia del juego en la infancia.



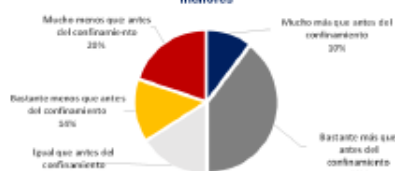
PARTICIPACIÓN ESTUDIO “EL OCIO INFANTIL Y JUVENIL EN TIEMPO DE COVID-19” DE LA UCM

Además, el Observatorio ha participado en el estudio “El ocio infantil y juvenil en tiempos de COVID-19”, junto al grupo de cultura cívica y políticas educativas de la Universidad Complutense de Madrid, con el objetivo de conocer el impacto de la pandemia en el ocio infantil y juvenil de los menores en España.

El estudio se compuso de dos cuestionarios que consideraban las coordenadas lúdicas mencionadas en perspectiva adulta (a través de las familias) y en perspectiva infantil y juvenil. Participaron en el estudio 270 familias y 127 jóvenes, niñas y niños entre 3 y 17 años.

PERCEPCIÓN DE LAS FAMILIAS

Percepción de las familias del tiempo de ocio de los menores



"El 34% de las familias señaló que los menores dedicaban menos tiempo al juego y el ocio que antes del confinamiento"

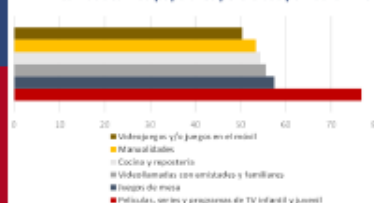
"Los espacios más frecuentes de desempeño de las actividades lúdicas fueron el salón (75%) y la habitación (61%)"



"Los compañeros de juego y ocio han sido las madres (79%), los padres (67%) y los hermanos/as (52%)".

"Según las familias los tipos de ocio más frecuentes han sido la visualización de películas, series y programas (77%), los juegos de mesa (57,4%), videollamadas (55,6%), la cocina y repostería (54,4%) y las manualidades (53,33%)"

Actividades más populares percibidas por las familias



PERCEPCIÓN INFANTIL Y JUVENIL

"Los menores consideran haber tenido más tiempo de juego y ocio que antes del confinamiento. El cambio se acentúa en poblaciones urbanas"



"La habitación (77%) y el salón (67%) fueron los espacios más habituales de juego y ocio tanto en poblaciones rurales como urbanas"

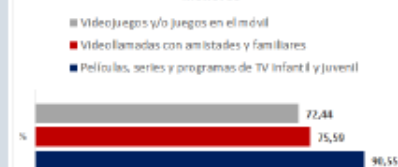


Percepción infantil y juvenil sobre los compañeros/as de juego



"El 23% de los menores indicó jugar de forma solitaria. La tendencia aumenta con la edad tanto en poblaciones rurales como urbanas"

Actividades más frecuentadas según los menores



"Las actividades más frecuentadas fueron películas, series y programas de TV (90,55%), videollamadas (75,6%) y videojuegos (72,44%)"

"El 85,35% de los menores afirmó permanecer mayor tiempo frente a las pantallas durante el confinamiento mientras que el 51,5% de las familias afirmó pasar igual o menor tiempo"





La edición 2019-2020 de la campaña celebraba su vigésimo aniversario. Con tal motivo se realizó una renovación de la imagen de la campaña con el retorno a la imagen tradicional de “los puzzles” y se apuesta por el bolígrafo como producto único.

Se crea una comisión de trabajo integrada por miembros de la Fundación Crecer Jugando, de RNE y de RTVE para realizar un seguimiento de la puesta en marcha de la campaña buscando aportar también una mayor transparencia a la misma, muestra de ello es la organización de un concurso para la selección de proyectos destinatarios de las donaciones de la campaña. La principal propuesta de la mesa de trabajo es la inclusión de [proyectos en España como destinatarios de las donaciones de juguetes](#).



Producto de esta selección, la campaña arranca el 1 de noviembre de 2019 con un total de 13 proyectos en España y 13 en diferentes países como [Ecuador y Nicaragua](#) para reforzar centros educativos; en [El Salvador](#), enviará juguetes que apoyarán la educación contra las maras; en [Honduras y Paraguay](#) llegará a los centros infantiles de las comunidades indígenas; en [Marruecos](#) los juguetes formarán parte de terapias con niños discapacitados, entre otros; en [Perú](#) se utilizarán estos juguetes para promover espacios de juegos en zonas desfavorecidas; y en [Jordania](#), donde viajarán al campo de refugiados de Za'atari para ser repartidos entre los niños y niñas del campo.

La presentación de campaña se llevó a cabo en las instalaciones de RNE el 29 de octubre de 2019 y contó con la presencia de numerosos colaboradores, ONG receptoras y fabricantes de juguetes.



El 1 de noviembre comenzaron a emitirse los SPOTS de la campaña en TVE y las cuñas en RNE. Esta edición, el spot invitaba a recordar el juguete preferido de la infancia y a regalar el bolígrafo solidario como vía para convertir ese regalo en un juguete para un niño.

La XVI edición del concurso de cuentos, también renovó su sistema de participación, pues se pidió que el formato de participación fuera en audiocuentos, de forma que los finalistas podrían votarse online en la web de RNE. Con más de 10.000 alumnos inscritos en toda España, la temática giró en torno a la “importancia” del juego para la infancia, y los colegios ganadores destacaron la solidaridad de la campaña en sus relatos.



Los colegios ganadores fueron:

- 1º Ciclo: “Los superhéroes del recreo” del Colegio Sagrada Familia del Entrego (Asturias)
- 2º Ciclo: “Los juguetes solidarios” del CEIP Virxe Do Carme de Sober (Lugo)
- 3º Ciclo: “¡Juega con lo que te haga ilusión!” del CEIP Alfonso X El Sabio de San Adrián (Navarra)
- Educación Especial: “Tres hermanos” del CEIP Rosalía de Castro (Ceuta)

El concierto sinfónico “Un juguete, una ilusión” ofrecido por la orquesta de RTVE se celebró el 23 de diciembre en el teatro Monumental de Madrid, contando con la animación de los Lunnies, y siendo retransmitido en falso directo por la 2TV, con media hora de retraso respecto al directo.

La labor realizada en **comunicación** obtuvo los siguientes resultados:

- **350 spots** emitidos, en península y Baleares, en TVE (La 1, La 2, Clan TV y Teledeporte)
- **204 Cuñas** en RNE.
- **2052 Inserciones publicitarias en empresas de transporte público.** (Colaboración con 16 empresas de transporte público, entre ellas EMT. Probono. Sincoste)
- **1700 Espacios publicitarios en mobiliario urbano** en Madrid, Valencia, Málaga, Las Palmas o Sevilla, entre otros. (Colaboración con 4 empresas, entre ellas JCDecaux. Con descuento entre el 50 y el 70%)
- **1236 Salas de cine de toda España** emitieron el spot en la semana del 13 al 19 de diciembre. (Colaboración con 014 Media. Descuento del 98,5%)
- **21 Inserciones en cabeceras nacionales y regionales.** (Sin coste)
- **13 Pases del spot en videomarcadores** de clubes de fútbol y baloncesto. (Sincoste)

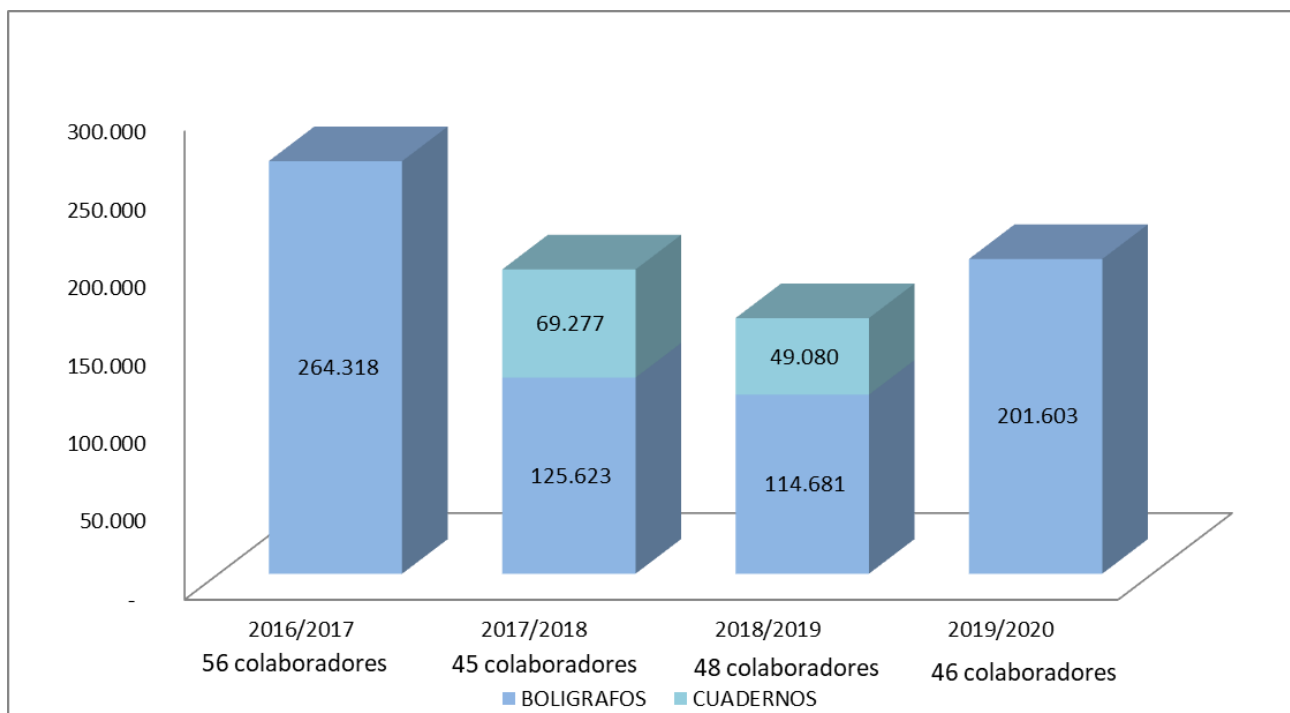
- **50 referentes sociales** prescriben el bolígrafo en sus perfiles sociales.

Resultado campaña venta de bolígrafos:

Recaudación total: 1.232.500 €, +32% respecto a 2018/2019

Total unidades vendidas: 201.603 unidades. +23.1% respecto a 2018/2019

EVOLUCION VENTA PRODUCTO SOLIDARIO (UNIDADES)



DONACIONES A LA CAMPAÑA “UN JUGUETE, UNA ILUSIÓN” 2019

Total donaciones a la campaña: 134.898,53€

NOMBRE	IMPORTE
Tres Techies	50€
HITACHI	2.500€
Coleccionistas de Fashion Dolls en Madrid	6.414,91€
Concierto RTVE (entradas)	6.685€
Donaciones de particulares	1.360€
Asociación Hatomayorenses Dignos	2.237€
Fundación Padre Arrupe	80€
IES Benaguasil	150€
TOTAL DONACIONES MONETARIAS	19.476,91 €
DONACIONES EN ESPECIE	115.421,62€

COMPARTE Y RECICLA

Comparte y Recicla es una acción solidaria con un enfoque 360º que tiene por objeto la recogida de juguetes para la donación a entidades benéficas o para su reciclado.

Es la única campaña de recogida de juguetes que se celebra en verano con el fin de disponer de tiempo suficiente para poder reprocesar los juguetes y ser enviados para Navidad.

Los juguetes son reprocesados en un centro especial de empleo conformado por personas con discapacidad física o psíquica con lo que se promueve su integración laboral.

Los juguetes aptos para la donación son organizados en lotes según las peticiones realizadas por las diferentes entidades y ONG nacionales e internacionales. Los que no están en buenas condiciones son reciclados para volver a formar parte de otros juguetes.

La séptima edición de la campaña se ha visto marcada por la situación sanitaria provocada por el COVID-19, y la comunicación de ésta ha ensalzado la valentía y heroicidad mostrada por los más

pequeños durante el confinamiento.



La campaña ha sido organizada de nuevo por Fundación Crecer Jugando, Fundación Ecotic (encargada del reciclado de los juguetes) y Fundación SEUR (encargada

del transporte de los juguetes); y ha contado con la colaboración del [grupo MEDIASET a través de su iniciativa "12 meses"](#).

El spot se emitió durante toda la campaña en los canales de Telecinco, Cuatro, FDF, Boing y Divinity, y fue apoyada la acción en informativos y programas de las cadenas.



También continuaron en la campaña colaboradores que actuaron como puntos de venta como **El Corte Inglés**, **Hipercor** y **Toys R Us**, a los que se añadió por primera vez la cadena de tiendas **Eurekakids**.



También se ha contado con la colaboración a través de recogidas de juguetes internas entre sus trabajadores de **TEMPE**, **AIMPLAS** y **GRUPO SM**.

La empresa **ACTIU** ha cedido de nuevo sus instalaciones para el centro de reprocesado, y **Envases Durá** ha apoyado la campaña con la fabricación de contenedores con el logo de Comparte y Recicla para llevar a cabo la recogida en punto de venta, y con el suministro de cajas para el envío de los juguetes a las diferentes ONG que hacen llegar sus peticiones de juguetes a la campaña.

Por su parte el centro especial de empleo ILADE continúa encargándose del reprocesado de los juguetes, separando aquellos que son aptos para seguir jugando de los que no.

PATROCINIO CAMPAÑA “COMPARTE Y RECICLA” 2020

NOMBRE	IMPORTE
FUNDACIÓN ECOTIC	25.000€

COLABORACIÓN ECONÓMICA CON LA CAMPAÑA “COMPARTE Y RECICLA” 2020

NOMBRE	IMPORTE
AIMPLAS, S.L.U.	300€
EL CORTE INGLÉS	36.400€
EUREKAKIDS	7.513,55€
TEMPE, S.A.	1.000€
TOYS R US IBERIA, S.A.U.	10.521€

GRUPO SM	
AT Sistemas	400€

Gastos centro especial de empleo ILADE (reprocesado de juguetes y preparación donaciones)

El centro especial de Empleo Ilade es el encargado de reprocesar los juguetes, separando aquellos que son aptos para seguir jugando de los que se reciclan. Además, también se encargan de preparar las donaciones de juguetes en atención a las peticiones recibidas por parte de ONG de toda España.

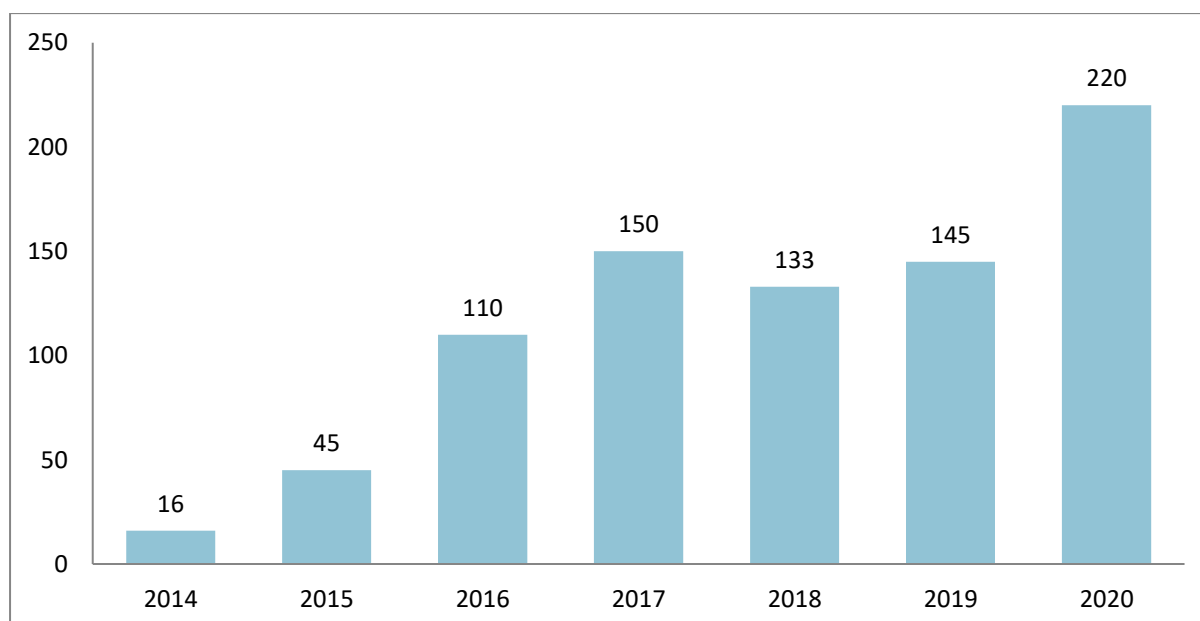
En la campaña intervienen 8 personas pertenecientes al Centro Especial de Empleo ILADE. 4 padecen discapacidad intelectual, 2 enfermedad mental, 1 persona sorda y 1 persona con discapacidad física (grado de discapacidad entre el 33 y 50%)

El trabajo se extiende desde el mes de junio hasta el mes de enero/febrero. Este trabajo supone un factor de satisfacción y mejora de la autoestima para ellos, ya que se sienten parte de un proyecto completo (se reciben los juguetes, se separan, se limpian, se preparan lotes para donación y se les muestran los resultados/envíos)

Los sueldos y salarios del centro especial repercutidos a la campaña ascienden en 2020 a **53.000€**

La tasa de paro en personas con discapacidad que no reciben ningún tipo de ayudas siempre ha estado 10-12 puntos por encima de la tasa de paro general por lo que la integración laboral de las personas con discapacidad también supone el desarrollo de autonomía, mejora la situación económica y social, crea hábitos de trabajo.

TONELADAS DE JUGUETES RECOGIDAS. COMPARATIVA POR AÑOS





Con motivo de la situación sanitaria atravesada en 2020 a causa del Covid-19 y durante el confinamiento, desde la Fundación Crecer Jugando y a través del Observatorio del Juego Infantil se llevó a cabo la campaña **#mequedoencasajugando**.

Con el objetivo de difundir la importancia del juego, como terapia para superar los momentos de aislamiento y crisis social, y de los juguetes como herramientas privilegiadas de juego; aglutinando al mismo tiempo todas aquellas acciones e iniciativas lanzadas por las empresas del sector e instituciones públicas; se lanzó esta campaña de comunicación en redes sociales con impactos en medios de comunicación.

Fueron numerosas las empresas que se sumaron a la iniciativa compartiendo en redes sociales contenido creado, incluso en exclusiva, para el periodo de confinamiento.



Durante los meses de abril y mayo, esta campaña logró notoriedad en la web, redes sociales, e incluso con el impacto en diferentes medios de comunicación que realizaron reportajes como el aparecido en el programa de TVE, España Directo.

- **Envío nota de prensa:** el 20 de marzo coincidiendo con el inicio de la campaña. Resultados positivos con menciones y entrevistas por parte de miembros del OJI en Hola.com, revista Mia, periódico AS, La Razón, la Vanguardia y una aparición en el programa de España Directo de TVE.

- **Influencers:** diferentes personalidades del mundo del ocio y la cultura difundieron la iniciativa en sus perfiles de rrss como: Alba Rico, Macarena Gómez o @niayernimanananihoy
- **WEB:** la campaña se realizó en la web del Observatorio del Juego Infantil que entre los meses de mayo y abril recibió 5.621 visitas
- **RRSS:** Se utilizaron los perfiles de Facebook, Twitter e Instagram de la Fundación Crecer Jugando para las publicaciones relacionadas con ideas, propuestas, recomendaciones, estudios....sobre juego y para dar cobertura a las iniciativas llevadas a cabo por empresas del sector.
 - En **Facebook** (con un total de 28.403 seguidores) se alcanzaron los 6.890 impactos.
 - En **Twitter** (con un total de 3.046 seguidores) se registraron 16.300 impresiones durante el mes de abril.
 - En **Instagram** (de reciente creación con 102 seguidores) se alcanzaron 493 impresiones.



La Fundación Crecer Jugando impulsa una iniciativa para declarar **oficialmente el Día del Niño el 26 de abril**. Esta fecha es significativa porque visibiliza el comportamiento ejemplar de los niños y niñas durante los 42 días del confinamiento con motivo de la COVID-19.

La iniciativa, lanzada de forma conjunta con la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes, subraya la importancia del desarrollo y educación infantil en un entorno lúdico y de bienestar.

Reivindica, a través de un manifiesto publicado en el mes de mayo, **el juego como elemento esencial en la infancia**. Pues a través de este, los niños y niñas descubren el mundo, aprenden las reglas y desarrollan su creatividad. Recoge, además, el guante que Naciones Unidas, tras instituir un Día de los Derechos del Niño en noviembre, ofreció a los miembros de la Organización; animando a instaurar su propio Día del Niño.

Tras lanzar la petición, el pasado 28 de mayo, se ha logrado la **adhesión de más de 1.500 empresas** entre marcas de productos infantiles, comercio y distribución, medios, agencias, licencias, asociaciones empresariales y fundaciones, ONG y entidades sociales.

ANEXO I: Listado de entidades y empresas adheridas

MESA DE EXPERTOS

Se ha constituido una Mesa de Expertos, cuyo objetivo será analizar las acciones en favor de la infancia y de los niños existentes en diferentes ámbitos de nuestro país, visibilizarlas, y proponer nuevas acciones que doten de contenido este Día de forma anual fomentando la implicación de la sociedad en su conjunto en cada celebración.

Las conclusiones de la Mesa, que se reunirá bimensualmente, se compartirán con la sociedad y las Administraciones para trabajar todos juntos y subrayar la importancia de conceder un mayor protagonismo a la figura del niño y a todos sus derechos

La mesa de Expertos está constituida por los siguientes miembros:



IMMA MARÍN
Presidenta de (IPA) en España.



JOSÉ MARÍA MENGUAL GIL
Coordinador del Grupo de Trabajo
(Previnfad)



GONZALO JOVER
Presidente de la Sociedad Española de
Pedagogía



MARÍA COSTA
Doctora en Filosofía y Ciencias de la
Educación



SILVIA ÁLAVA

Doctora y licenciada en Psicología por la Universidad Autónoma en Madrid



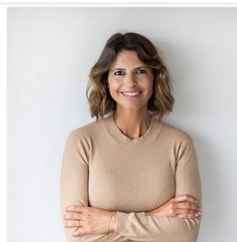
ANTONIO GARCÍA TEJEIRO

Autor y poeta. Ha publicado más de 60 libros de novela, poesía y didáctica literaria.



RAÚL BERMEJO

Maestro de Educación Infantil



CARMEN OSORIO

Licenciada en Periodismo y Máster en Gestión de Redes Sociales

Además desde la Fundación se gestionó una acción de donación de juguetes a niños y niñas hospitalizadas en todo el país. Se han donado juguetes a los hospitales de: Sant Joan de Deu, Hospital La Fe de Valencia, Hospital General de Alicante, Hospital Niño Jesús de Madrid, Hospital Vall d'Hebron, Hospital Universitario La Paz, Hospital Universitario 12 de octubre y Hospital Universitario Virgen del Rocío, Clínica Universitaria de Navarra en sus centros de Pamplona y Madrid; Hospital Clínic Universitari de València y Hospital Materno Infantil Teresa Herrera de A Coruña



Con estas donaciones también se ha llegado a entidades sociales de todo el país que han vivido situaciones extremas debido a la creciente necesidad por parte de las familias que se ha visto agravada por la situación económica. Así, se han enviado juguetes a los proyectos de Mensajeros de la Paz en España, Fundación Nuevo Amanecer y Asociación Madrileña de Afectados por el COVID (AMACOVID).

RESUMEN CUENTAS FUNDACIÓN CRECER JUGANDO

(sin incluir campañas)

DONACIONES FUNDACIÓN CRECER JUGANDO 2019-2020

NOMBRE	IMPORTE
Jesús Díaz Roa	150€
Mediamarkt	11.360€

PATROCINADORES FUNDACIÓN CRECER JUGANDO 2019-2020

NOMBRE	2019	2020
AMAYA SPORT, S.L.	1.500,00	1.500,00
COLOR BABY		6.000,00
CASA MANCEBO S.L.	300,00	300,00
CHAPERO S.L.	100,00	100,00
CLAUDIO REIG S.A.	300,00	300,00
D'NENES DISEÑO, S.L.	600,00	
EDUCA BORRÁS	1.500,00	1.500,00
FÁBRICA DE JUGUETES	400,00	400,00
FAMOSA	600,00	600,00
GAME MOVIL, S.L.	3.000,00	2.000,00
GENERAL DE JUGUETES S.A.	1.000,00	1.000,00
GONHER S.A.	300,00	300,00
INDUSTRIAL JUGUETERA S.A.	1.500,00	1.500,00
JUAN MANUEL RUEDA (ENDISA)		600,00
JOSE RAMON LOPEZ TEJERINA	200,00	200,00
JUGUETES CAYRO S.L.	800,00	800,00
JUGUETES FALOMIR	300,00	300,00
M. LLORENS S.L.	800,00	800,00
MAE	3.000,00	1.000,00
MANUFACTURAS QUECOS, S.L.	1.000,00	1.000,00
MATTEL ESPAÑA, S.A.	6.000,00	6.000,00
MINILAND S.A.	1.000,00	1.000,00
MOLTÓ	400,00	400,00
MUÑECAS ARIAS	3.000,00	1.000,00
MUÑECAS BERBESA	300,00	300,00
ROSATOYS	600,00	600,00
SERVICIOS E INDUSTRIAS DEL JUGUETE	800,00	800,00
VICAM TOYS, S.L	600,00	600,00

PATRONATO DE LA FUNDACIÓN CRECER JUGANDO

Presidente	D. José Antonio Pastor Fernández - AEFJ
Vicepresidente	D. Alejandro Pérez Machancoses - Manufacturas Artesanía Española
Secretario	Dña. Cristina Miró Llinares - AEFJ
Vocal	Dña. Ruth Henríquez Amaya – Mattel España
Vocal	D. Antonio Noguera Ramis - Toybags
Vocal	D. Francisco Arias Martínez – Muñecas Arias
Vocal	D. José Luis Cantero Mancebo - Juguetos
Vocal	Dña. Rosario Carrió Rovira – Juguetes Cayro
Vocal	Dña. María Costa Ferrer - AIJU
Vocal	D. José Verdú Francés - Miniland

ANEXO I

Listado de empresas y entidades adheridas. El total, que asciende a más de 1.500 empresas, tiene en cuenta las empresas asociadas a cada una de las asociaciones empresariales contempladas

Marcas de productos infantiles: Asociación Española de Fabricantes de Juguetes

Comercio/Distribución/Ferias:

- | | | |
|--|---|-------------------|
| ■ EL CORTE INGLÉS | ■ FERIA INTERNACIONAL DE MODA INFANTIL Y JUVENIL (FIMI) | ■ ROLDAN JUGUETES |
| ■ FERAN | ■ FERIA PROFESIONAL DEL SECTOR- ASEPRI | ■ TOY PLANET |
| ■ FERIA BABYKID SPAIN | ■ JUGATOYS | ■ TOYS «R» US |
| ■ FERIA DÍA MÁGICO FERIA INTERNACIONAL DE CEREMONIA Y COMUNIÓN | ■ JUGUETES Y PELUCHES SANCHIS | ■ JUGUETTOS |

Medios/Agencias/Licencias:

- | | | |
|------------------------|----------------------------|-------------|
| ■ ISLA MÁGICA | ■ TURNER – WARNER MEDIA | ■ UNIVERSAL |
| ■ PENGUIN RANDOM HOUSE | ■ THE MODERN KIDS & FAMILY | ■ 2BTUBE |

Asociaciones Empresariales:

- | | | |
|--|--|--|
| ■ Asociación de Comerciantes de Puericultura Dulce Bebé | ■ La Asociación Nacional de Editores de Libros y Material de Enseñanza (ANELE) | ■ Clúster empresas innovadoras valle del juguete |
| ■ Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (AEFJ) | ■ Cámara Oficial de Comercio, Industria, Servicios y Navegación de Alicante | ■ Instituto de Biomecánica de Valencia |
| ■ Asociación española del Retail (AER) | ■ Confederación Empresarial de la Comunitat Valenciana (CEV) | ■ Instituto Tecnológico de Producto Infantil y Ocio (AIJU) |
| ■ Asociación Española de Productos para la Infancia (ASEPRI) | ■ Confederación Española de Comercio | ■ Instituto Tecnológico Textil (AITEX) |
| | ■ Consejo General de la Psicología en España | ■ KID´S CLUSTER |

Fundaciones, ONG y Entidades sociales:

- | | | |
|--|--|---|
| ■ ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE AMIGOS DEL LIBRO INFANTIL Y JUVENIL | ■ CLUB DE FÚTBOL VILLARREAL | ■ Museo del Ratoncito Pérez |
| ■ ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE PEDIATRÍA Y ATENCIÓN PRIMARIA | ■ FUNDACIÓN CRECER JUGANDO | ■ MUSEO NACIONAL DE CIENCIAS NATURALES DE MADRID |
| ■ ATHLETIC CLUB FUNDAZIOA | ■ FUNDACIÓN EDUCACIÓN Y DESARROLLO | ■ MUSEO THYSSEN |
| ■ CARITAS | ■ FUNDACIÓN PEQUEÑO DESEO | ■ OBSERVATORIO DEL JUEGO INFANTIL |
| ■ CONSEJO GENERAL DE COLEGIOS DE PEDAGOGOS Y PSICOPEDAGOGOS | ■ FUNDACIÓN SEUR | ■ SOCIEDAD ESPAÑOLA PEDAGOGÍA |
| ■ CLUB DEPORTIVO LEGANÉS | ■ GHOSTBUSTERS UNITED ESPAÑA | ■ SOCIEDAD ESPAÑOLA MEDICINA EN FAMILIA Y COMUNITARIA |
| ■ CLUB DE FÚTBOL GRANADA | ■ INFANCIA SIN FRONTERAS | |
| | ■ IPA (Asociación Internacional por el derecho de niños y niñas a jugar) | |
| | ■ MENSAJEROS DE LA PAZ | |