



FUNDACIÓN
CRECER
JUGANDO

MEMORIA DE ACTIVIDADES DEL EJERCICIO 2021-2022

NUESTRO TRABAJO EN CIFRAS

9

MILLONES DE JUGUETES,
UNIPERSONALES Y PARA LA
DOTACIÓN DE LUDOTECAS,
REPARTIDOS EN TODO EL
MUNDO

120

ONG CON LAS QUE
TRABAJAMOS EN ESPAÑA Y
PAÍSES DE AMÉRICA LATINA,
ÁFRICA Y ASIA

11

MILLONES DE NIÑOS
BENEFICIARIOS DE NUESTRAS
CAMPAÑAS SOLIDARIAS



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.**

Participación en la MESA de EXPERTOS DEL DÍA DEL NIÑO

En 2022 los miembros del Observatorio del Juego Infantil, Imma Marín y Gonzalo Jover, participaron en la Mesa de Expertos creada con motivo de la celebración del Día del Niño el 26 de abril.

Ambos hicieron hincapié en las consecuencias que la pandemia ha tenido en la salud mental de los más pequeños relacionándolo con el estudio realizado por AIJU sobre este tema.

Premio Nacional de Fomento de la Creatividad en el Juguete

Por otra parte, otro de sus miembros, M^a Rosario Ortega, profesora emérita de la Universidad de Córdoba, ha participado en el Jurado al Premio Nacional de Fomento de la Creatividad en el Juguete que otorgó al Ministerio de Cultura.

Asimismo, han sido portavoces en las entrevistas en temas relacionados sobre el valor del juego, contribuyendo así a la difusión de una imagen positiva del sector



La vigésimo segunda edición de la campaña supuso la vuelta a la “nueva normalidad” tras la pandemia atravesada en 2020. La principal novedad de esta campaña fue el paso de la misma desde RNE a RTVE, de forma que **la campaña pasa a ser la campaña oficial de toda la corporación de Radio Televisión Española.**

Ante los buenos resultados de la acción llevada a cabo en la pasada edición se retoma la **comunicación en el entorno digital con la web como centro.** Así, se realizan diferentes acciones como anuncios en redes sociales (Facebook e Instagram) y se crea un spot para televisión digital y redes sociales.

Se mantienen los modelos de los bolígrafos del año anterior y se amplía la colección en 2 modelos, pasando a tener en venta **12 modelos de bolígrafos solidarios**, el año que más modelos se han tenido a la venta. Además, se continúa con la apuesta de incluir en el display y la cartelería imágenes de niños y niñas de entregas producidas en España, con dos modelos.



La campaña arrancó el 1 de noviembre de 2021 con un total de 21 proyectos en España y 25 en diferentes países entre los que se encontraban nuevos destinos como **Guinea Ecuatorial, Guinea Bissau y Sierra Leona**, que se sumaron a otros más habituales como **Guatemala, Honduras, Jordania, Perú, Benin o El Salvador**

La presentación de la campaña recuperó el formato presencial, aunque con medidas de seguridad ante la situación sanitaria, evitando el cóctel con los invitados. El evento se llevó a cabo en uno de los estudios de televisión que la corporación tiene en Prado del Rey y contó entre los asistentes con los presidentes de la Fundación y de RTVE, así como los directores de comunicación de la corporación, cultura y coro y orquesta; además de diferentes ONG receptoras y puntos de venta colaboradores como Correos o El Corte Inglés.



El mismo 1 de noviembre comenzaron a emitirse los **spots de la campaña en todos los canales del grupo RTVE, así como las cuñas de radio**. En esta edición, se contó con la colaboración de Nieves Álvarez y Luis Tosar como embajadores de la misma y protagonistas de dos spots, en los que hacían una lista de peticiones a los Reyes Magos que parecía complicada pero cuya solución era la apuesta por la compra del bolígrafo solidario.



La **XVIII edición del concurso de cuentos** mantuvo los formatos de audio y vídeo, facilitando que la votación del público pudiera realizarse a través de la web de RTVE y poder tener los ganadores y finalistas en nuestro canal de Youtube. Como novedad, al perderse el formato escrito, se incluyó la categoría de EDUCACIÓN INFANTIL que hasta el momento no participaba, sumándose a educación especial y primaria.

Además, se creó un personaje especial, SUPERUJUI, un superhéroe que no es otro que el boli solidario con capa. Él es el protagonista de las aventuras de los cuentos recibidos y en torno a él giraban las aventuras narradas por los niños de los colegios participantes.



Los colegios **ganadores** fueron:

- **Educación Infantil:** Colegio Virgen de la Soledad – Infantil (Huesca) con su cuento ‘Un juguete para todos’.
- **1º Ciclo:** Colegio Santo Ángel de la Guarda – 2º Primaria (Madrid) con su proyecto ‘El Volcán’.
- **2º Ciclo:** Colegio Santa María del Pilar – 4ºA Primaria (Madrid) con ‘SúperUjui’
- **3º Ciclo:** Colegio Buen Pastor de Sevilla - 6ºA Primaria (Sevilla) con su propuesta ‘Las aventuras de SúperUjui’
- **Educación Especial:** Colegio Eusebio Martínez (Murcia) con su cuento ‘SúperUjui’.



Continuando con la iniciativa de 2020, también en 2021 se llevó a cabo una **entrega de juguetes, para conmemorar la celebración del Día Internacional de los Derechos del Niño el 20 de noviembre**. Coincidiendo con la celebración de la semana de la Infancia (que RTVE celebra en honor a esta efeméride), se realizó una entrega de juguetes en el campo de refugiados Eleonas Camp en Atenas, Grecia. Más de 1.500 juguetes fueron donados a familias refugiadas procedentes de Siria, Afganistán y países subsaharianos.



El concierto sinfónico “Un juguete, una ilusión”, ofrecido por la orquesta de RTVE, se celebró el 22 de diciembre en el teatro Monumental de Madrid. La obra elegida fue “Un mundo de niños raros” en el que la actriz Chloé Bird interpretaba las aventuras de una intrépida exploradora acompañada de música, una pieza por cada “niño raro” que encontraba en su camino.

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

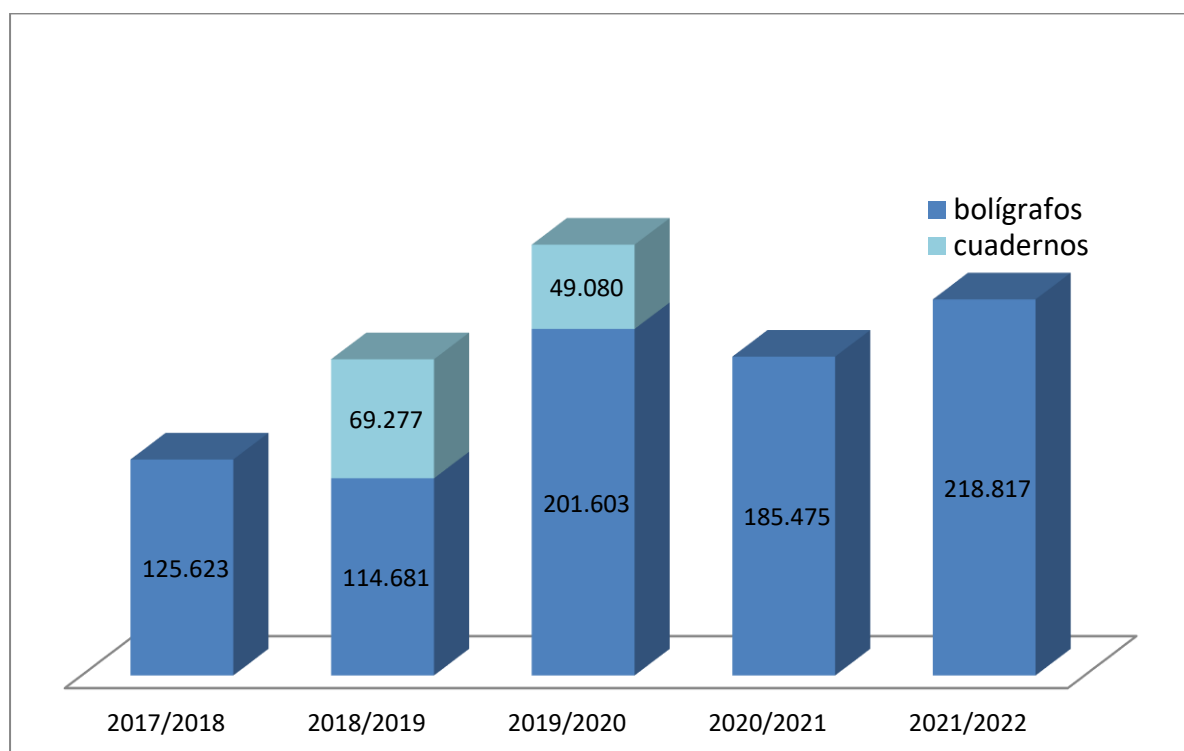
- **558 spots** emitidos, en península y Baleares, en TVE (La 1, La 2, Clan TV y Teleduarte)
- **73 cuñas** en RNE.
- **2170 inserciones publicitarias en empresas de transporte público.** (Colaboración con 16 empresas de transporte público, entre ellas EMT. Probono. Sin coste)
- **1600 espacios publicitarios en mobiliario urbano** en Bilbao, Gijón, Oviedo, Sevilla, Madrid, Valencia y Alicante. Con descuento entre el 50 y el 70%)
- **Marketing Digital:**
 - **4.882.382 personas alcanzadas** a través de TV digital y Social Ads
 - **14.375 visitas** a unjugueteunailusion.com
 - **1.725.338 visualizaciones del spot** en Youtube, Facebook e Instagram
 - **116.213 personas alcanzadas** con branded content en Sapos y Princesas
- **21 inserciones en cabeceras nacionales y regionales.** El Correo Gallego, La Verdad, Grupo Joly-9 cabeceras como Diario Sevilla, Málaga Hoy, Granada Hoy. (Sin coste)
- **11 pases del spot en videomarcadores** de clubes de fútbol y baloncesto. (Sin coste)
- **40 referentes sociales** prescriben el bolígrafo en sus perfiles sociales.

Resultado campaña venta de bolígrafos:

Recaudación total: 1.094.085€, 15,5% más respecto a 2020/2021.

Total unidades vendidas: 218.817 unidades. +17,9% respecto a 2020/2021

EVOLUCION VENTA PRODUCTO SOLIDARIO (UNIDADES)



DONACIONES A LA CAMPAÑA “UN JUGUETE, UNA ILUSIÓN” 2021/22

Total donaciones a la campaña: 11.505,21€

DONANTES	IMPORTE
Kuruba Motor, S.L.	1.000€
Motocard Bike, S.L.	4.822€
Office Dibo, S.L.L.	65€
Concierto RTVE (entradas)	2.144,49€
Donaciones de particulares	2.773,72€
TOTAL DONACIONES MONETARIAS	10.805,21 €
DONACIONES EN ESPECIE	700 €

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.



Bajo el lema, " Compartir y Reciclar es lo más. Saca tu juguete, que te queda peque y otra vida le darás", como reza la sintonía que Billie Green de Boing creo para la misma, la novena edición de la campaña se desarrolló entre el 17 de junio y el 10 de julio, recuperando su duración normal tras extenderse en 2020 por la situación sanitaria.

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 el **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, Divinity, Bmad y Energy, y fue apoyada la acción en informativos y programas de las cadenas.



Este año, la campaña dio su pistoletazo de salida con la participación en la primera edición de **“Mi primer Festival”** un festival de música pensado para familias que tuvo lugar el fin de semana del 11 y 12 de junio en el Wanda Metropolitano de Madrid. Allí la campaña tuvo presencia con una carpa informativa y ofrecía la posibilidad de entregar juguetes.



También continuaron en la campaña colaboradores que actuaron como puntos de venta como **El Corte Inglés e Hipercor**, convirtiéndose en el primer colaborador con más de 125 toneladas recogidas y realizando una aportación a la campaña de más de 3.500 juguetes nuevos; y se sumaron nuevos puntos como **Mail Boxes y Polo Club**

Igualmente, se ha contado con la colaboración a través de recogidas de juguetes internas entre sus trabajadores de **Tempe, AIMPLAS, Sm España, AIJU, Mattel, Jovi, TSB, Juguetes Cayro, MGVM, Boston Scientific y ALSTOM**.

Además, **Juguetes Cayro, Miniland y ColorBaby** han mostrado su apoyo a la campaña continuando con el sello Comparte y Recicla a la “empresa comprometida con el derecho del niño al juego y los valores de la campaña” y “producto comprometido con el derecho del niño al juego y los valores de la campaña”.

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” 2022

PATROCINADOR	IMPORTE
FUNDACIÓN ECOTIC	25.000€

COLABORACIÓN ECONÓMICA CON LA CAMPAÑA “COMPARTE Y RECICLA” 2022

DONANTES	IMPORTE
MBE SPAIN 2000 SL (recogida en 2021)	15.140,90 €
SMILEAT SL	128,59 €
COMPANY BRIDGE AND LIFE SL	222,53 €
JUGUETES CAYRO, S.L. (sello empresa)	600,00 €
ENVASES DURÁ, S.L. (donación en especie contenedores campaña)	2.585,31 €
IMPRENTA TEIXERETA, S.L. (donación en especie flyers Mi primer Festival)	419,87 €
Tempe, S.A.	2.500,00 €
MEDIASET ESPAÑA COMUNICACION, SA (donación en especie elaboración del spot de la campaña)	13.915,00 €
CESMA, S.A.U.	257,18 €
Tempe, S.A.	2.500,00 €
Polo Club Europe, S.L.	128,59 €
Jovi, S.A.	129,00 €
Mattel España, S.A.	73,00 €
EL CORTE INGLÉS, S.A.	29.040,00 €
MBE SPAIN 2000 SL	5.951,88 €
MVGM PROPERTY MANAGEMENT SPAIN SL	385,77 €
JUGUETES CAYRO, S.L.	385,77 €
MINILAND, S.A. (sello empresa)	600,00 €
COLORBABY, S.L. (sello producto)	5.000,00 €

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 marzo/abril. 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 2022 a **39.384,58 €**.

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

En total en 2022 se han recogido un total de 153.177 kilos de juguetes, un 16,7% más que el año anterior.





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.

En 2022, la **Fundación Crecer Jugando, la Asociación Española de Fabricantes de Juguetes**, numerosas entidades, organizaciones y empresas del ámbito de la infancia volvieron a sumarse a la celebración de la segunda edición del Día del Niño y de la Niña, el 26 de abril. El compromiso adquirido en esta nueva edición nos permitió volver a recordar la necesidad de crecer con el juego, la lectura y las actividades lúdicas, culturales o deportivas que fomentan la imaginación y el bienestar como parte esencial de la infancia.

SEGUNDA EDICIÓN

- **13 ayuntamientos** de España apoyaron la iniciativa y realizaron actividades en las calles y sedes consistoriales impactando a más de 640.000 habitantes.
- **1.800 empresas adheridas al manifiesto** entre las que destacan 28 entidades culturales, museos y 7 clubes de fútbol.
- **100 colegios**. Más de 100 colegios de todas las comunidades autónomas celebraron el Día del Niño realizando pajaritas de papel y lanzándolas al vuelo.



- **1.173.000€ en valor publicitario.** Con una audiencia total de 62.500.000 en TOP MEDIA
- **Más de 8.000.000 de personas alcanzadas** en RR.SS., 793 nuevos seguidores en los canales.
- **20 publicaciones de influencers.** Más de 380.000 impresiones generadas a través de vídeos reels y stories compartidos en la campaña de influencers.

MESA DE EXPERTOS

El 7 de abril tuvo lugar una nueva convocatoria de la Mesa de Expertos que tuvo como objetivo sumar valor y reunir las opiniones transversales de perfiles referentes en diferentes ámbitos vinculados con la infancia.

En esta segunda edición de la mesa, los expertos reflexionaron sobre los efectos de la pandemia en la salud mental de los niños y cómo los factores de protección familiares, escolares y de salud asistencial influyen en el bienestar del niño y su desarrollo en un entorno lúdico y feliz. Sus conclusiones formaron parte de los diferentes materiales de comunicación y en las redes sociales del Día del Niño.

El 26 de abril tuvo lugar una convocatoria de prensa con una mesa de redonda que contó con la presencia de Inma Marín, Silvia Álava y Sagrario Peña y a la que acudió un nutrido grupo de medios.



Inma Marín,
Pedagoga

J.M. Mengual,
Médico

Gonzalo Jover,
Catedrático de Teoría
de la Educación



Silvia Álava,
Psicóloga

Sagrario Peña,
Maestra
MEMORIA DE ACTIVIDADES 2021/2022

Investigación AIJU, “Salud mental en la infancia”

El Instituto Tecnológico del Juguete – AIJU- llevó a cabo una investigación de ámbito nacional a un total de 600 familias con hijos/as de 3 a 12 años, con el objetivo de analizar cómo ha influido en la salud mental infantil la situación que han vivido los niños/as en los últimos años por motivos de la pandemia.

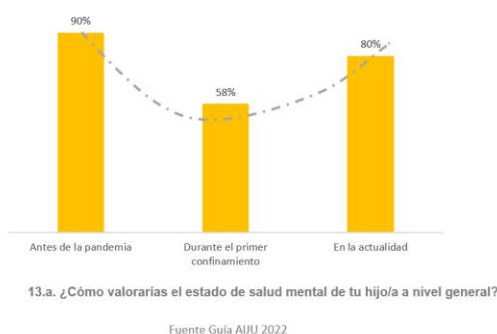
La investigación abordó el **bienestar personal emocional y físico**, así como el bienestar interpersonal sobre aspectos como la familia, los amigos o el tiempo libre y, para concluir, analizó la influencia del Covid en las capacidades infantiles.

Las principales conclusiones del estudio se incorporaron a los materiales de prensa y los contenidos en redes sociales

GuíaAIJU SaludMental | Conclusiones_comparativa Salud Mental



Antes de la pandemia el 90% de las familias consideraba la salud mental de sus hijos/a buena o muy buena, durante el confinamiento este porcentaje cayó hasta el 58% y en la actualidad se encuentra en un 80%, acercándose al estado previo a la pandemia.



Donaciones de juguetes

En el Día del Niño la Fundación Crecer Jugando continuó con las donaciones de juguetes que se iniciaron el año pasado a hospitales, y además en esta edición las donaciones se abrieron a entidades de todo tipo que trabajan con proyectos de infancia.

En total más de **4.000 juguetes fueron donados atendiendo a un total de 3.644 niños** de entre 0 y 12 años.



RESUMEN CUENTAS FUNDACIÓN CRECER JUGANDO

(sin incluir campañas)

DONACIONES MONETARIAS FUNDACIÓN CRECER JUGANDO 2022

Donante	IMPORTE €
Andrea Chini	100,00
David San José Rodríguez	300,00
Inmaculada Cantueso Méndez	25,00
David Marín Vaquero	150,00
Manuel Cantueso Méndez	25,00
Alberto Hernández Martín	50,00
Alba Capilla Cintado	20,00
Ariadna Estrada Mauri	150,00
Ana Belén Romero Gutierrez	30,00
María José Tenorio Ramón	50,00
Ricardo Samaniego Lizaur	5,00
Jose Antonio Rodríguez Valtierra	60,00
Jesús Díaz Roa	150,00
Elisa Sierra Díaz	25,00
QUENTAS 2011, S.L.	150,00

DONACIONES EN ESPECIE FUNDACIÓN CRECER JUGANDO 2022

Empresa donante	IMPORTE
Diset, S.A.	3.100,42
Juguetes Cayro, S.L.	1.800,36
CANAL TOYS ESPAÑA DISTRIBUCIÓN, SL	31.837,75
Alejandra Torrens Paya	-823,82
MAGIC BOX INT. TOYS, SLU	1.561,60
COMPUDID, S.L.	580,05
Industrial Juguetera, S.A.	567,75
JUGUETERIA MICO S.A.	4.515,74

PATROCINADORES FUNDACIÓN CRECER JUGANDO 2021-2022

Patrocinador	2021	2022	
AMAYA SPORT, S.L.	1.500,00	1.500,00	
COLORBABY	6.000,00	6.000,00	
CASA MANCEBO S.L.	300,00	300,00	
CHAPERO S.L.	100,00	100,00	
CEFA TOYS,		600,00	
CLAUDIO REIG S.A.	300,00	300,00	
DEVIR IBERIA	600,00	600,00	
DISET		2.000,00	
EDUCA BORRÁS	1.500,00	1.500,00	
EL CORTE INGLÉS	10.000,00	10.000,00	
FÁBRICA DE JUGUETES	400,00	400,00	
FAMOSA	600,00	600,00	
GAME MOVIL, S.L.	1.800,00	1.600,00	
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)	800,00	800,00	
JOSE RAMON LOPEZ TEJERINA	200,00	200,00	
JUGUETES CAYRO S.L.	800,00	800,00	miembro del patronato
PJUGUETES FALOMIR	600,00	600,00	
M. LLORENS S.L.	800,00	800,00	
MAE	1500,00	1.500,00	miembro del patronato
MANUFACTURAS QUECOS, S.L.	800,00		
MATTEL ESPAÑA, S.A.	6.000,00	6.000,00	miembro del patronato
MBE SPAIN 2000		3.000,00	
MINILAND S.A.	1.000,00	1.000,00	miembro del patronato
MOLTÓ	400,00	400,00	
MUÑECAS ARIAS	1.000,00	1.000,00	miembro del patronato
MUÑECAS BERBESA	300,00	300,00	
ROSATOYS	600,00	600,00	
SERVICIOS E INDUSTRIAS DEL JUGUETE	800,00	800,00	
TOIM, S.L	1.000,00	1.000,00	
TOY PARTNER SAU	600,00	600,00	
TOYBAGS		1.000,00	miembro del patronato
TOYS R US IBERIA, S.A.U	3.000,00		
VICAM TOYS, S.L	1.500,00	1.500,00	

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	D. Francisco Arias Martínez – Muñecas Arias
Vocal	Dña. Rosario Carrió Rovira – Juguetes Cayro
Vocal	D. Pablo Busó - AIJU
Vocal	D. Fernando Marco – Mattel España
Vocal	D. Antonio Noguera Ramis – Toybags
Vocal	D. José Verdú Francés - Miniland