

## **El 60% de los españoles prefiere comprar los juguetes de Navidad en internet**

**Juan Merodio subraya que aunque las tiendas físicas no desaparecerán, los comerciantes de juguetes deben entrar en el ecommerce para mantener sus cuotas de mercado. Aconseja que las pequeñas superficies en lugar de ver a Amazon como una amenaza lo vean como un partner con el que crecer con su negocio**

Diciembre para las jugueterías es sinónimo de buena caja. Y es que las Navidades suponen para este tipo de tiendas el 75% de su negocio anual. Unas ventas que tal y como resalta Juan Merodio, conferenciante y consultor internacional en España, Latinoamérica y Canadá en Marketing Digital, Management, Transformación Digital, Comunicación Política y creador del exitoso método 10 Business Factor, cada vez se producen más a golpe de click. “El pasado año la venta de juguetes en nuestro país a través de internet aumentó un 60%. Una tendencia que parece se repetirá este 2017. Y es que las jugueterías tienen en las fiestas navideñas el 75% de su negocio anual”, destaca Merodio.

Unas cifras mareantes qué para Merodio son el resultado directo de los cambios de consumo de los clientes y los nuevos modelos de negocio que están surgiendo en dicho sector. “Los cambios de consumo hacen que cada vez más padres y familias decidan, por falta de tiempo y por comodidad, hacer sus compras online, incluso se ha visto una tendencia a centralizar las compras en un mismo marketplace como es Amazon, ya que ahí puedes encontrar todo lo que necesitas”, añade este conocido conferenciante.

Además Merodio destaca que aunque la experiencia de compra del cliente no es la misma en una tienda que en una web, la tendencia va cada vez más por lo digital. “Aquí deberíamos responder a la pregunta de qué regalos son por gusto y cual por compromiso. Quiero decir, si es para regalar a tu hijo o sobrino probablemente es un regalo por gusto pero ya sepas lo que quiere porque te lo ha pedido. En este caso la experiencia que tienes en una tienda física no es necesaria ya que no es un producto para ti. Creo que la misión de la persona es comprar el producto de la manera más cómoda. A esto se suma que suele haber muchas más ofertas tanto de precio como de variedad que en una tienda física”, añade dicho influencer.

En cuanto a si la industria minorista va a sufrir más que las grandes cadenas estas Navidades con la dura competencia como Amazon, Merodio prefiere ver el vaso medio lleno. “Amazon es un competidor de grandes y pequeños, pero los pequeños pueden apoyarse en él para llegar a más gente e incrementar sus ventas. Los pequeños comerciantes no deberían verlo como una amenaza sino como un posible partner para hacer crecer su negocio”.

Por último Merodio vaticina que aunque las jugueterías físicas no desaparecerán los comerciantes tendrán que apoyarse en el ecommerce y en estrategias de marketing adaptadas a las nuevas necesidades. “No creo que estos negocios desaparezcan al 100%, pero sí que se comprarán juguetes

más online que en tiendas físicas en el futuro. Por ello los comerciantes de juguetes deben entrar en el ecommerce para mantener sus cuotas de mercado. Además estas tiendas tendrán que diseñar nuevas estrategias de marketing adaptadas a los nuevos tiempos si no quieren cerrar”, finaliza dicho consultor internacional.

Más información

[youtube.com/juanmerodio](https://www.youtube.com/juanmerodio)

<https://youtu.be/kxMyQPPpRf0>

**Datos de contacto:**

Nuria Coronado

Responsable de Comunicación de Juan Merodio

667022566

Nota de prensa publicada en: [28923](#)

Categorías: [Nacional](#) [Sociedad](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>