

Research 🔍

For ▼

# In-Sight.

Innovation ➤

Ejemplo Informe Final

## Notas previas de este Informe Ejemplo

1. Este informe se presenta para una empresa ficticia '123 Juguetes' de manera ilustrativa. Ni la empresa, ni el proyecto, son reales. La información encontrada y presentada, sí lo es.
2. **Un informe de In-Sight se construye a partir de 8 preguntas estratégicas.** Cada pregunta se responde con data y fuentes relevantes. En este ejemplo, **mostramos la respuesta a sólo 1 de las 8 preguntas.** Pero, siempre buscando generar accionables que permitan la toma de decisiones de forma informada, con: preguntas detonantes "HowMightWe" (¿Cómo podríamos...?), Buyer persona / persotipos, JourneyMaps, Matrices comparativas, entre otros elementos estratégicos e innovadores.
3. Un informe de In-Sight incluye un **mapeo de competidores y referentes** que son **clasificados y priorizados posteriormente en fichas con parámetros definidos según el brief**, en este caso por '123 Juguetes'. En este ejemplo, **presentamos sólo una ficha a manera ilustrativa.**

# Diagnóstico y Oportunidades Estratégicas para "123 Juguetes" en el Mercado Latinoamericano

El análisis del mercado de juguetes en Latinoamérica, a septiembre de 2025, revela que la industria está experimentando una transformación fundamental que presenta tanto riesgos como oportunidades para jugadores establecidos como "123 Juguetes". La supervivencia y el crecimiento ya no dependen de la manufactura tradicional, sino de la capacidad para responder a dos macrotendencias clave.

El mercado ha evolucionado de la venta de productos a la oferta de "experiencias" significativas (sensoriales, educativas y nostálgicas). La principal vía de innovación y crecimiento reside en la "fusión estratégica" de conceptos: lo retro con lo moderno, lo físico con lo digital y el entretenimiento con la cultura. Para competir eficazmente, "123 Juguetes" debe adoptar un nuevo paradigma centrado en estas dos realidades del mercado.



La investigación demuestra que el valor del juguete se ha desplazado del objeto físico a la experiencia que este proporciona. Esta tendencia se manifiesta en varias dimensiones clave que dominan las preferencias del consumidor moderno, yendo mucho más allá del simple acto de jugar. El contenido viral en redes sociales, por ejemplo, no se centra en las características del producto, sino en la gratificación sensorial que provoca, como lo demuestran los hashtags de ASMR y "satisfying videos". A esto se suma una creciente demanda por experiencias educativas (Edutainment) y la búsqueda de productos con propósito, como los juguetes ecológicos y sostenibles, cuyo mercado en Europa creció a una tasa del 12.7%.

Las oportunidades más significativas no surgen de categorías aisladas, sino de la combinación inteligente de conceptos. La estrategia ganadora es la "fusión", que permite a las empresas capturar múltiples segmentos de mercado y crear productos con un mayor impacto emocional y comercial.

La recomendación es desarrollar una nueva línea de productos "retro-modernos" que capitalice la fusión intergeneracional, combinando la nostalgia de los padres "Kidults" con la tecnología que atrae a los niños. Esta estrategia no solo duplica el mercado objetivo para un mismo producto, sino que también crea una conexión emocional profunda al fomentar el juego compartido en familia. Este enfoque, sumado a una fuerte presencia en e-commerce (el principal canal de ventas en la región) y una apuesta por la sostenibilidad, posicionará a la empresa como un líder innovador en el mercado.

# Tabla de Contenidos

|                                                   |    |
|---------------------------------------------------|----|
| Brief                                             | 01 |
| Objetivos Específicos                             | 02 |
| <b>Datos para la Elaboración del Informe</b>      |    |
| Ubicaciones determinadas para la Búsqueda         | 04 |
| Benchmark                                         | 05 |
| Preguntas de Investigación                        | 07 |
| <b>Respuesta a las Preguntas de Investigación</b> |    |
| Cluster 3                                         | 08 |
| Resumen desde el Social Listening                 | 17 |
| Visualizaciones Conceptos                         | 20 |

# Brief

“123 Juguetes” una empresa mexicana de juguetes con 30 años de trayectoria busca analizar el mercado latinoamericano para identificar competidores que ofrezcan soluciones innovadoras, evaluar cómo integran tecnologías emergentes, comprender las nuevas necesidades de usuarios y detectar tendencias globales en el sector.

# Objetivos Específicos

## 1. MAPEO COMPETITIVO

Identificar y analizar competidores en México y Latinoamérica, evaluando sus estrategias, penetración del mercado y otros datos claves según informes, noticias y fuentes públicas.

## 2. INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y TENDENCIAS

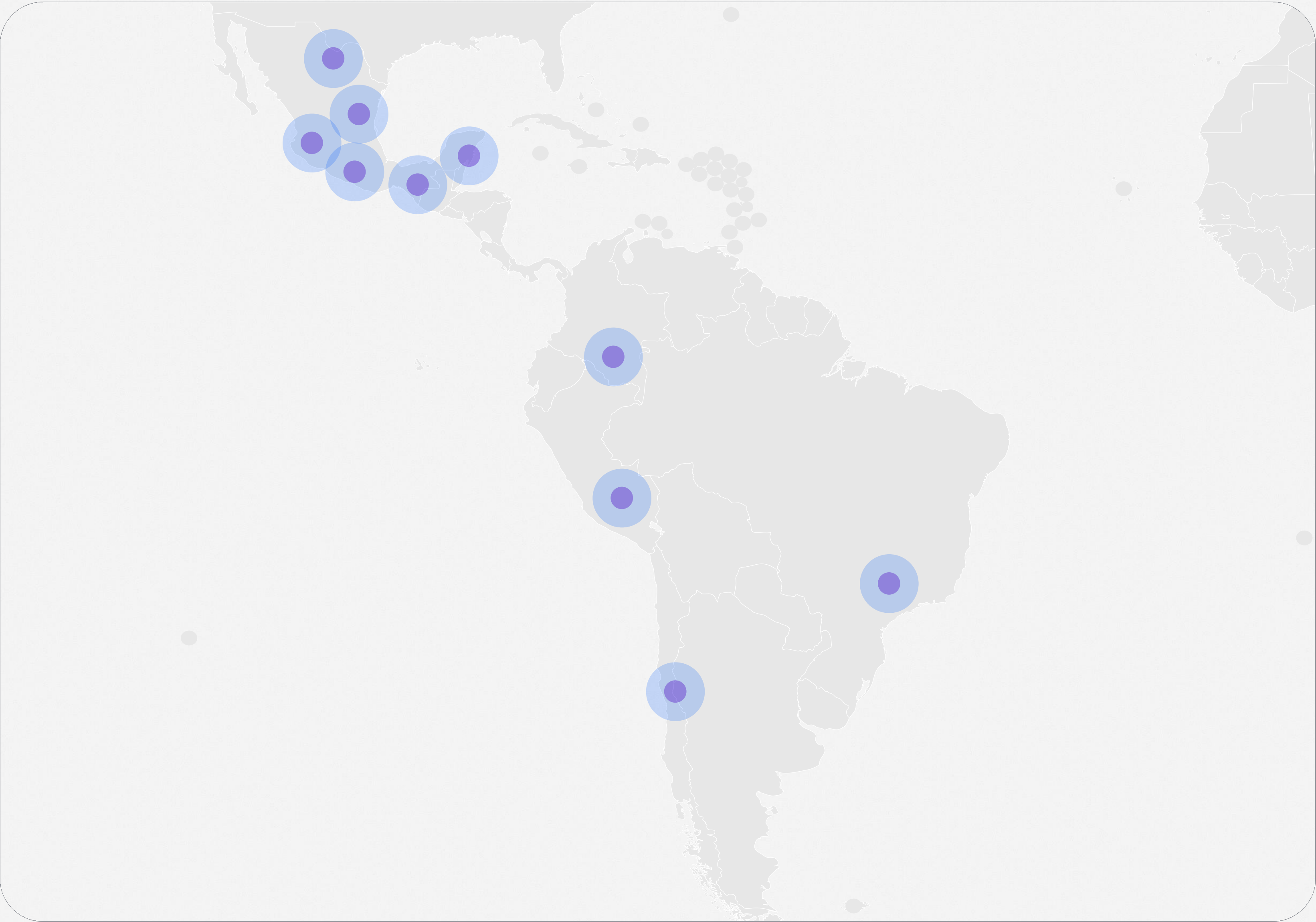
Estudiar cómo integran tecnologías emergentes (ej. realidad aumentada) y detectar tendencias clave (ej. sostenibilidad) que puedan ser aplicables a 123 Juguetes.

## 3. RECOMENDACIONES ESTRATÉGICAS

Proponer líneas de acción (“How might we”) para desarrollar portafolios innovadores, diferenciados y alineados con demandas del mercado, potenciando ventajas competitivas.

Ejemplo Informe Final

# Ubicaciones Determinadas para la Búsqueda



Ubicaciones estratégicas alineadas con el brief de "123 Juguetes" en México

### Ubicaciones Determinadas

**Tier 1 (Mercados estratégicos)**  
Por densidad poblacional y poder adquisitivo

- 1 CDMX
- 2 Guadalajara
- 3 Monterrey

**Tier 2 (Mercados emergentes)**  
Ciudades medianas con crecimiento en clase media

- 4 Querétaro
- 5 Puebla
- 6 León

**Tier 3 (Ciudades clave)**

- 7 Río de Janeiro, Brasil
- 8 Bogotá, Colombia
- 9 Buenos Aires, Argentina
- 10 Santiago, Chile



Radio de búsqueda de 500km desde cada ciudad

# Competidores Encontrados durante la Investigación



boxies

**Nota relevante:**

Durante las iteraciones en todos los países seleccionamos referentes y competidores de la industria. Estos casos y análisis serán mencionado directa o indirectamente en el desarrollo de las respuestas a las preguntas de investigación y en algunos casos se tendrán fichas de análisis.

Ejemplo Informe Final

# Preguntas de Investigación

## Mercado y Competencia

1. ¿Cómo se posicionan las empresas líderes de juguetes en México y Latinoamérica, y qué estrategias usan para capturar la atención de padres (clientes) y niños (usuarios) ?
2. ¿Cómo alinean las empresas exitosas sus mensajes para conectar tanto con las preocupaciones de los padres (seguridad, educación) como con los deseos de los niños (diversión, tecnología)?

## Tendencias e Innovación

5. ¿Cómo pueden las tendencias globales y las preferencias locales inspirar la innovación en “123 Juguetes” ?
6. ¿Qué tecnologías emergentes podrían integrarse en juguetes para satisfacer a niños y tranquilizar a padres?
7. ¿Qué nuevos portafolios y líneas de productos pueden desarrollar '123 Juguetes' para cumplir con las nuevas necesidades y tendencias del mercado?

## Usuario vs. Cliente: Necesidades en Tensión

3. ¿Cómo equilibrar las necesidades del cliente (padres: desarrollo educativo, seguridad) con las del usuario (niños: entretenimiento, innovación), en un mismo producto?
4. ¿Qué atributos prioritarios buscan los padres por región, edad o género de sus hijos, y cómo esto influye en las tendencias de compra?

## De la idea a la acción: Superando Obstáculos

8. ¿Qué desafíos críticos enfrenta “123 Juguetes” para convertirse en un referente en juguetes que unan innovación, educación y diversión?
9. ¿Cómo competir con marcas establecidas sin sacrificar precios accesibles?
10. ¿Qué tipo de juguetes ayudan más al desarrollo de los niños?

Estas preguntas son un punto de partida generado para el proceso de investigación a partir del Brief, en este caso por “123 Juguetes”. Sin embargo, su formulación es flexible: pueden ajustarse en alcance, profundidad o enfoque. Una vez validadas y aprobadas por el cliente, los investigadores las utilizarán para las iteraciones de búsqueda con fuentes verificadas para generar respuestas con bases sólidas en el informe.

Ejemplo Informe Final

# Respuesta a las Preguntas de Investigación

## **Tendencias e Innovación**

**5. ¿Cómo pueden las tendencias globales y las preferencias locales inspirar la innovación en “123 Juguetes” ?**

# Tendencias Globales Descritas en Artículos científicos relevantes

## Personalized Toys

Juguetes inspirados en la herencia cultural o histórica, como una manera de conectar con los consumidores que buscan experiencias más profundas.

A Healey, A Mendelsohn, JM Sells, & E Donoghue. (2019). Selecting appropriate toys for young children in the digital era. Pediatrics.

## Digital Toys and Edutainment

Juguetes que combinen elementos educativos con entretenimiento, como aplicaciones móviles o juguetes con funciones de educación interactiva.

A Turanova & T Yessimgaliyeva. (2024). The influence of modern toys on the child's psyche. Journal of E-education.

## Heritage-Inspired Toys

Juguetes inspirados en la herencia cultural o histórica, como una manera de conectar con los consumidores que buscan experiencias más profundas.

L Chang. (2025). Blending Tradition with Trend: Heritage-Inspired Elements in Today's Popular Toys. Cultura: International Journal of Philosophy of Culture.

## Eco-Conscious Toys

Juguetes que utilizan materiales reciclados y reducen el impacto ambiental.

Snjezana Dubovicki, Š. (2021). Trends, facts and figures of the global toys and games market and industry. ResearchGate.

## Toys and Mobile Applications

Aplicaciones móviles interactivas que se integren con juguetes para ofrecer experiencias de aprendizaje y entretenimiento más amplias.

G Ng, M Chow, & AL Salgado. (2015). Toys and mobile applications: current trends and related privacy issues. Springer.

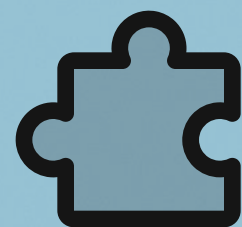
# Principales preferencias y tendencias de juguetes que impactan en el mercado en LATAM



## Juguetes Sostenibles

La demanda de juguetes sostenibles y ecológicos está en constante crecimiento. Según una investigación de Maximize Market Research, el mercado de juguetes sostenibles en Europa aumentó de USD 34.5 mil millones en 2019 a USD 40.4 mil millones en 2022, con una tasa de crecimiento del 12.7%.

 **How might we?**  
¿Cómo podría “123 Juguetes” usar materiales locales (ej: fibras, tejidos o caña reciclada) para crear una línea de juguetes sostenible con identidad mexicana?



## Juguetes Educativos

La creciente conciencia sobre la importancia de la educación y el desarrollo cognitivo de los niños puede generar una demanda de juguetes educativos. Según Arizton, el mercado global de juguetes educativos crecerá con una tasa de crecimiento del 8.11% anual hasta 2026.

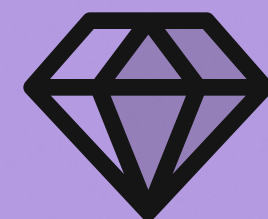
 **How might we?**  
¿Cómo podríamos desarrollar juguetes STEAM (ciencia, tecnología, ingeniería, arte, matemáticas) que integren temas culturales latinoamericanos?



## E-Commerce

La creciente adopción de la e-commerce en América Latina puede generar oportunidades para el mercado de juguetes. De acuerdo con Nocnocstore, la mayor parte de las ventas de juguetes en América Latina ocurren a través de comercio electrónico.

 **How might we?**  
¿Cómo podríamos optimizar nuestra presencia en e-commerce para competir con plataformas globales (ej: Amazon) y destacar juguetes con identidad local?



## Juguetes de Lujo y Exclusivos

La creciente demanda de juguetes de lujo y exclusivos puede generar oportunidades para ‘123 Juguetes’ en el mercado de juguetes premium. Según una investigación de Toys And Games In Mexico, los juguetes de lujo y exclusivos son cada vez más populares.

 **How might we?**  
¿Cómo podríamos crear una línea de juguetes premium inspirados en tradiciones latinoamericanas para atraer a consumidores de alto poder adquisitivo?

# Factores de Apalancamiento que usan otros Competidores

## Licencias Deportivas

Juguetes con licencias de la NBA, la NFL, la UEFA, entre otras. Se proyecta que crecerá a una CAGR del 4,9 % para 2030.



Funko POP! Con licencia de la NBA

## Juguetes de peluche

Resurgimiento de los peluches, especialmente aquellos enfocados en personajes populares de cine y TV.



Peluche de Grogu – The Mandalorian (Disney). Walmart México

## Ánime y Manga

Juguetes y muñecos con personajes de anime y manga.



Figura de acción de Anime Demon Slayer. Walmart México

## Juguetes con Inteligencia Artificial

Desarrollar juguetes que incluyan IA y aprendizaje automático, como robots o monstruos que se adapten a los niños.



Robot interactivo AIRO con inteligencia artificial. Clementoni

# Otras Preferencias y Tendencias

## 'Kidults' (adultos infantiles)

La tendencia de los 'kidults', que se refiere a adultos que siguen jugando con juguetes y otros productos infantiles, es una oportunidad para '123 Juguetes' de expandir su nicho de mercado hacia adultos que buscan juguetes retro o tecnológicamente avanzados.

Esta tendencia se refleja en artículos como "ToyTrendsfromSpielwarenmesse 2025" de License Global, que menciona que el mercado de juguetes para adultos constituye un 30% del mercado en Europa.

### 💡 How might we?

¿Cómo podríamos diseñar juguetes "retro-modernos" que atraigan tanto a adultos nostálgicos (kidults) como a sus hijos, combinando tecnología localmente relevante (ej: apps en español) con diseños icónicos de los 90s/2000s en Latinoamérica?

### 🧠 Insight

Al crear un producto que apela a dos generaciones simultáneamente, el mercado se expande de forma natural. El padre se convierte en el principal promotor del juguete dentro del hogar, utilizando su propia conexión emocional para introducirlo a sus hijos.

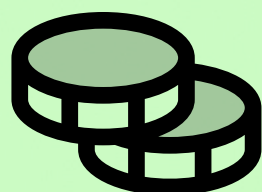


Ilustración de Esther Park / Getty y Shutterstock / The Current  
Artículo: WhyHasbro and othertoycompanies are embracing 'kidults'  
Autor: Travis Clark  
Fecha: 17 de Julio de 2023

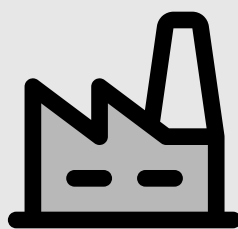
# Factores que se Analizaron:



Portafolio



Datos Financieros



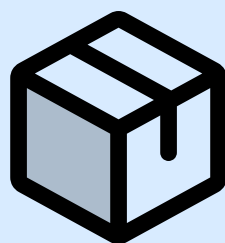
Sector de Operación



Historia



Alcance Geográfico



Productos Relevantes

## Sectores Filtrados:

- Juguetes
- Juguetes Educativos
- Juguetes para Niños
- Juguetes latinoamericanos

|                                       |                                                                               |                                                                                |                               |                                             |                                                          |
|---------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|---------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
|                                       |                                                                               |                                                                                |                               |                                             |                                                          |
| 1980                                  | Hace +20 años                                                                 | 2016                                                                           | Hace +50 años                 | 1945                                        | 2001                                                     |
| Muñecas de trapo, juguetes de madera  | Juguetes para niños y bebes, deportivos, educativos, decorativos, entre otros | Productos didácticos que ayudan a mejorar el aprendizaje y desarrollo de niños | Juguetes de desarrollo motriz | Juguetes de todo tipo, franquicias globales | Enfocada en juguetes novedosos y temporada (ej: Navidad) |
| México                                | México                                                                        | México y Estados Unidos                                                        | México y Estados Unidos       | Global                                      | México y Guatemala                                       |
| B2B (mayoristas) y ferias artesanales | Proveedor de juguetes a mayoristas, minoristas                                | B2C                                                                            | B2B (escuelas y guarderías)   | B2B y B2C                                   | B2C (tiendas departamentales)                            |
| Muñecas de trapo                      | Pelotas inflables                                                             | BoxArt                                                                         | Rompecabezas                  | Barbie, Hot Wheels, Fisher-Price.           | Juguetes temáticos (ej: películas)                       |
| Sin información                       | Sin información                                                               | Valoración: USD 50 K                                                           | Sin información               | Ingresos 2023: USD 5.4B.                    | Sin información                                          |



## Información Básica

### Presencia en:

- México
- Estados Unidos

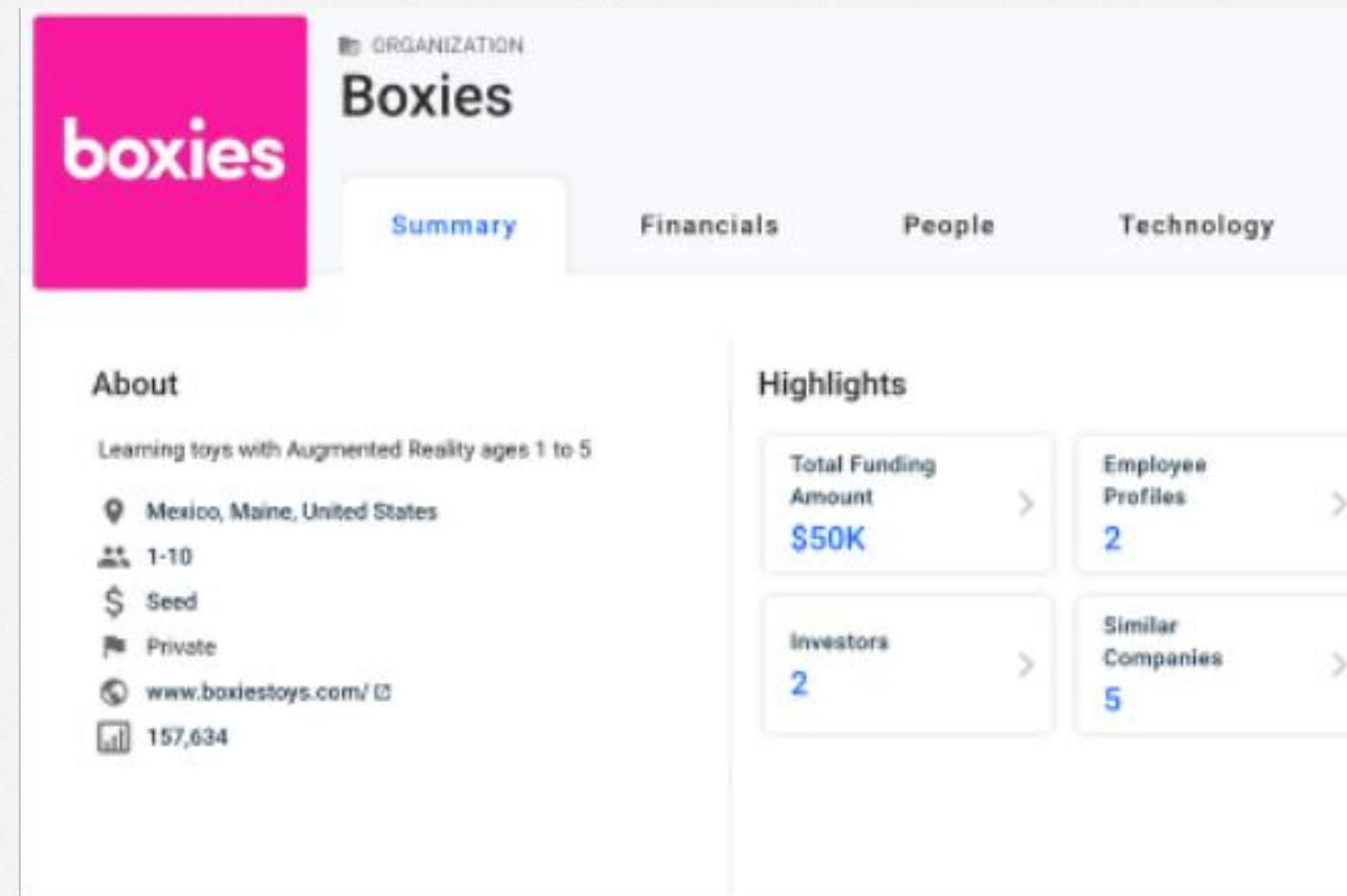
### Descripción:

Boxies Toys Inc. se enfoca en materiales didácticos innovadores adaptados para niños de 0 a 10 años. Su público objetivo son entidades educativas, escuelas, universidades, padres y educadores.

### Portafolio:

- Ofrece una variedad de juguetes didácticos para niños de diferentes edades, con opción de uso individual o en grupo.
- Sus productos incluyen juguetes educativos, kits para docentes y aplicación móvil con Realidad Virtual.

## Datos de la Compañía



- Vende a través de su plataforma web, WhatsApp y en tiendas físicas llegando al mercado Mexicano y Estadounidense.

## Otros



- BoxArt: Este es el producto insignia de la empresa. Se trata de un juguete STEAM que interactúa con aplicaciones que despliegan juegos en Realidad Aumentada, recreando animaciones en 3D diseñadas por artesanos mexicanos.

BoxArt ayuda a los niños a desarrollar habilidades motrices finas y gruesas, así como habilidades cognitivas.

### Links de interés:

- <https://juguetesinteractivos.com.mx/es/>
- <https://www.crunchbase.com/organization/boxies>

Ejemplo Informe Final

# Resumen desde el Social Listening

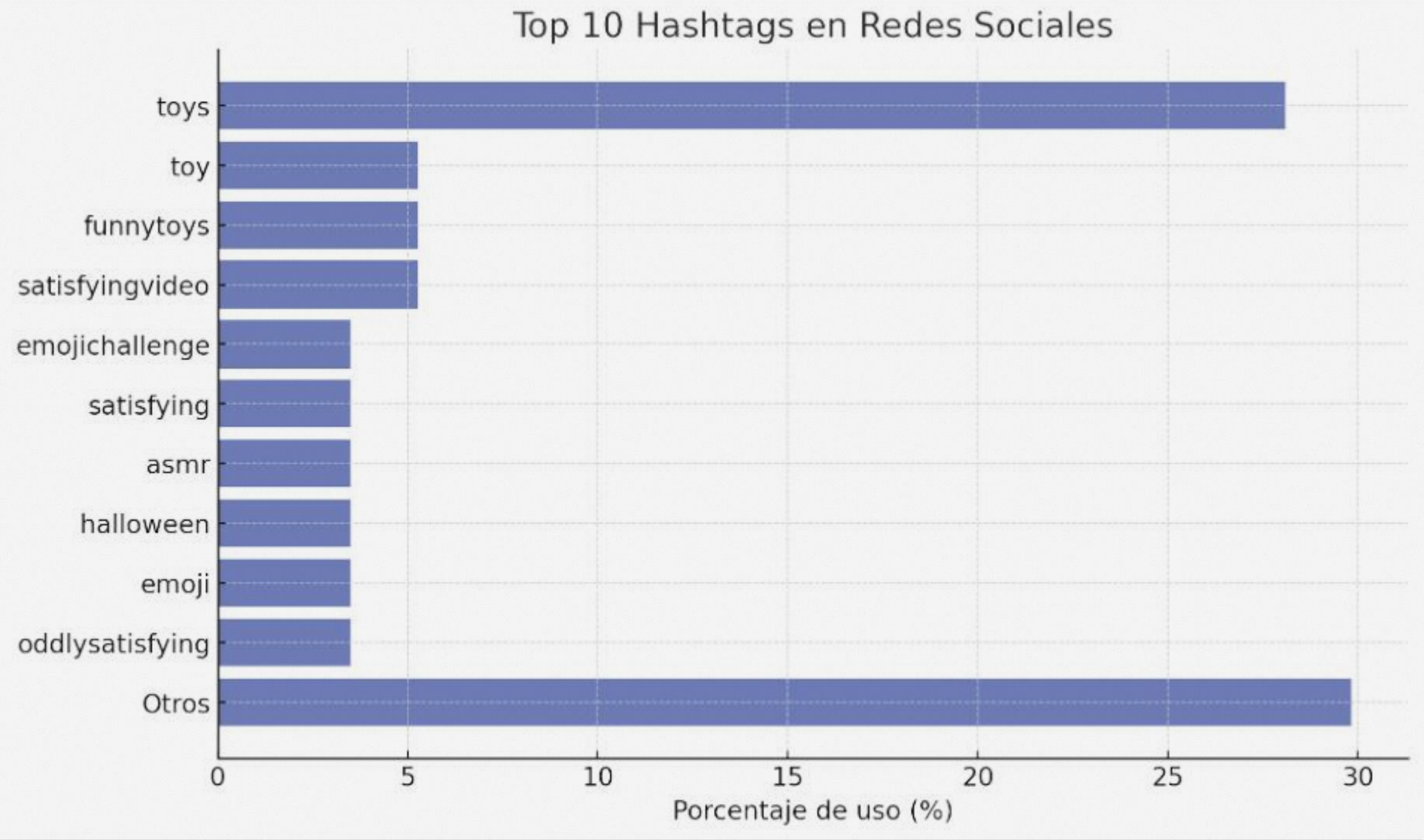
El análisis desde In-Sight revela que variasRRSS son relevantes para el sector de juguetes, aunque no todas se utilizan con la misma intensidad. Las plataformas más mencionadas y con mayor actividad son:

- **YouTube:** Se utiliza para compartir videos informativos sobre innovaciones en la industria de juguetes. También se comparten videos oficiales de empresas presentando sus innovaciones. Finalmente, hay muchos videos sobre unboxing o la apertura inicial del empaque de un juguete.
- **Instagram, Facebook y TikTok:** Al igual que youtube, se encuentran posts sobre nuevos productos, comentarios sobre estos, unboxing, y posts de empresas promocionando nuevos productos.

Los temas más relevantes reflejan las tendencias clave del sector, como la diversión, satisfacción, asmr (sensación táctil) y las emociones generadas.

Algunos hashtags más recurrentes en el contexto de juguetes son:

- **#ToyFun #Toy #Toys #asmr #funnytoys #cooltoys #toysforkids**



 **Insight**

La oportunidad no está en mostrar qué hace el juguete, sino en cómo hace sentir al espectador. El marketing más efectivo en este sector debe enfocarse en crear contenido visual y auditivamente gratificante.

Ejemplo Informe Final

# Visualizaciones Conceptos

# Eco-Conscious Toys

Concepto creado por Blaster Design mediante el uso de una herramienta de Inteligencia Artificial para “123 Juguetes”



# Heritage-Inspired Toys

Concepto creado por Blaster Design mediante el uso de una herramienta de Inteligencia Artificial para “123 Juguetes”



# Toys and Mobile Applications

Concepto creado por Blaster Design mediante el uso de una herramienta de Inteligencia Artificial para “123 Juguetes”



# Personalized Toys

Concepto creado por Blaster Design mediante el uso de una herramienta de Inteligencia Artificial para “123 Juguetes”



Research 🔍

For ▼

# In-Sight.

Innovation ➤

DIRECTOR DE ESTRATEGIA

**Pedro Sanín**  
pedro.sanin@blaster.com.co

DISEÑADOR DE SERVICIOS

**Alejandro Zapata**  
azapata@blaster.com.co

Para más información contáctanos: