

Fecha: 13-08-2025
 Medio: El Diario de Atacama
 Supl.: El Diario de Atacama
 Tipo: Noticia general
 Título: Boom de locales de jumping golpea la venta de juguetes

Pág.: 2
 Cm2: 358,5
 VPE: \$ 399.387

Tiraje: 2.200
 Lectoría: 6.600
 Favorabilidad: ☐ No Definida

Rodrigo Silva Illanes
 cronica@diariodeatacama.cl

El mes de la niñez es un periodo en donde niños, niñas, adolescentes e incluso adultos nostálgicos de su infancia, experimentan una necesidad de entretenerse y pasar un grato momento con los padres, amigos o pareja con un nuevo juguete, una consola de última generación o simplemente comprando muchos dulces.

En Copiapó este fin de semana el Parque Schneider se repletó. Juegos inflables, golosinas, bandas musicales infantiles tuvieron su espacio, incluso los que son más deportistas jugaron a la pelota o realizaron actividad física. De hecho, algunos se adelantaron a fiestas patrias y empezaron a elevar su volantín en el Parque El Pretil, junto con jugar al trompo.

Pero este mes de la niñez no se trata solo de alegría y pasarla bien, también es un periodo en donde las pymes, los negocios, las distribuidoras de alimentos y las exposiciones, aumentan sus ganancias vendiendo dulces o el servicio de camas saltarinas a empresas privadas, municipios o producción de eventos.

ESTE AÑO ES DE LOS JUMPING

Una de las particularidades del 2025, que generó mucha participación el día del niño, fue-



ATACAMA JUMP Y JUNPIN LLEVAN LA DELANTERA A NIVEL LOCAL DE SER LOCALES MUY CONCURRIDOS POR NIÑOS E INCLUSO POR ADULTOS POR SUS VARIEDAD DE JUEGOS Y SUS PRECIOS.

Boom de locales de jumping golpea la venta de juguetes

MES DEL NIÑO EN COPIAPÓ. Locatarios entregan datos de los gustos de niños y adultos.

ron las tiendas de salto.

Se consultó a Atacama Jump, ubicada en Copayapu rumbo a Paipote, y a Junpin, en pleno Mall Plaza Copiapó, la cantidad de niños que asistieron el fin de semana y am-

bos indicaron que fueron muchas familias. Se repletó el fin de semana pasado.

Ambos locales empezaron este año, no llevan mucho funcionando. Señalan que les ha ido bastante bien.

Sumado a estos dos, el pasado sábado se instaló en Copiapó otro local de juegos inflables de saltos. "We Need Jump", establecido en el exMall Chino Ke Guan, cerca del tradicional Sodimac que

está pasado el Puente Kennedy.

Una de las empleadas de ese local, Consuelo Villanueva, detalló que "el sábado estuvo regular porque recién abrimos y por redes social se

difundió y el domingo estuvo muy lleno. Faltó espacio en los estacionamientos y varias cosas más. Fue genial".

Respecto a los horarios, este tercer local enfocado en los niños atiende de lunes a viernes desde

Fecha: 13-08-2025
 Medio: El Diario de Atacama
 Supl.: El Diario de Atacama
 Tipo: Noticia general
 Título: Boom de locales de jumping golpea la venta de juguetes

Pág.: 3
 Cm2: 400.0
 VPE: \$ 445.600

Tiraje: 2.200
 Lectoría: 6.600
 Favorabilidad: ☐ No Definida

3 locales

de juegos inflables y de saltos están tomando mucha presencia de niños en los últimos días.

\$4 millones

vendía en promedio una juguetería prestigiosa en Copiapó hace algunos años atrás, cifra que en estos tiempos sería algo muy difícil por los gustos de ahora.

(viene de la página anterior)

EL DIARIO DE ATACAMA



LA TIENDA BASIC DEL MALL PLAZA REAL SIGUE ENTREGANDO ALEGRÍAS CON JUGUETES NOVEDOSOS Y DE LA NOSTÁLGICA A LA COMUNIDAD COPIAPINA.

EL DIARIO DE ATACAMA

las 12:00 hasta las 20:00 horas, mientras que los fines de semana y feriados entre las 10:00 y 21:00 horas.

Si bien esta efervescencia de los emprendedores de crear locales de este tipo, también aparece el fenómeno de que hay menos ventas de otros productos que antes eran indispensables.

BAJAS VENTAS EN JUGUETES

Verónica Tirado es una vendedora que durante años ha generado alegrías de niños, niñas, jóvenes y adultos nostálgicos de la infancia, ofreciendo juguetes y juegos de mesa en la conocida tienda Basic que lleva varias décadas en el Mall Plaza Real. De hecho, todo indica que es el local más antiguo que permanece en ese espacio.

Respecto a las ventas durante este mes, Tirado indicó que "siempre nos ha ido bien, pero si lo comparamos a muchos años atrás donde ganábamos fácil 4 millones de pesos por día, que puede ser 9 o 10 de agosto, porque los padres compran justo, es mucho menor. Este 10 de agosto no superamos los \$700 mil, pese a que ahora las cosas son más caras".

También agregó que "muchos adultos vienen acá y se sorprenden que nos mantengamos aquí. Hay mucha nostalgia en este lugar. Muchos que compraron aquí cuando niños compran juguetes de guagua para sus hijos, hijas o para los babyshower. Tenemos un público fiel que nos permite seguir buscando producto, vendiendo lo que nos solicitan, pero aún no podemos



LOS JUGUETES Y FIGURAS DE ANIMÉ HAN BAJADO DE POPULARIDAD EN ESTE ÚLTIMO TIEMPO.

compararlos a los tiempos en que los juguetes eran prioritarios para el día del niño".

En la misma vereda, Liliara Loaiza, dueña de una tienda de anime y mangas ubicado en calle Maipú, señaló que "nuestras ventas suben este mes indudablemente, pero no lo comparo al año pasado por nada, porque antes éramos vanguardistas en Copiapó al menos en venta de figuras de Dragon Ball y de otras series, pero eso ya se ha masificado en otros tipo de locales. La demanda y la oferta de lo nove-

doso genera bajas y subidas de ganancias porque la moda se copia".

¿Y LAS BOLSAS DE DULCES?

El encargado de la Distribuidora Jorquera, Eduardo Jorquera, comenta que han tenido meses complejos, pero en el día de niño lograron aumentar las ventas de golosinas, comida chatarra y todo tipo de alimentos y utensilios enfocados en cumpleaños, eventos o celebraciones para este grupo etario.

En cuanto a sus principales

vendedores, Jorquera respondió que "las empresas o las entidades como los colegios celebran el día del niño y nos compran para hacer las esperadas bolsitas de dulces que a todo niño le fascina. Esta es una tradición que nunca se va a acabar, pero si lo comparo al 2024 fue menor".

Finalmente se consultó a otros locales y emprendedores de ferias recientes, quienes señalaron que esperan que las ventas en el mes de la infancia aumenten en el transcurso de los días.