

Lego se sacude el fantasma machista

Jorgen Knudstorp es un exitoso ejecutivo de mente cuadrada. Esa es la forma correcta de pensar si diriges Lego, la compañía de juguetes más grande de Europa, encargada de fabricar los famosos bloques de plástico desde la década de los cuarenta. Ahora la empresa tiene nuevos retos para el siglo XXI.

"Creo que hay algo genético que nos sesga a los niños", admite Knudstorp, el Consejero Delegado de la empresa. En Dinamarca, el país natal de la compañía, no es extraño que las niñas jueguen con los míticos bloques. El problema es el resto del mundo, donde este sector parece tener mayor resistencia al popular juguete. Él mismo subraya el fenómeno: "Hace unos años Lego sacó un kit de un hospital en el que no existían enfermeras, pacientes, o figuras femeninas". "Creo que lo podemos hacer mejor, nunca dejaremos de probar con este sector", reconoce el empresario, que ayudó a la empresa a salir de los números rojos y ponerlo de vuelta en el mundo de las ganancias. Ahora desea una mayor parte del mercado estadounidense, donde Mattel y Hasbro son mamá y papá.

Para corregir el supuesto fantasma machista, Lego tiene dos objetivos. El primero es un cambio en la forma de pensar, la otra es la incursión en el mundo virtual. La compañía tiene preparada la apertura de su Universo Lego en Internet. Un proyecto que estará listo el próximo año y que pretende arrebatar mercado tras fenómenos de la web como Second Life y World of Warcraft.

Esa es una gran apuesta para una compañía fundada en 1932 por un carpintero, que ahora encuentra mucha competencia en una industria que representa unos 32.000 millones de euros en ventas cada año. El problema es que los históricos bloques compiten por la atención de niños atraídos por los videojuegos, reproductores de Mp3 y móviles con decenas de funciones.

Disponível em: <<http://www.elpais.com>> Acesso em: 7/3/2008.