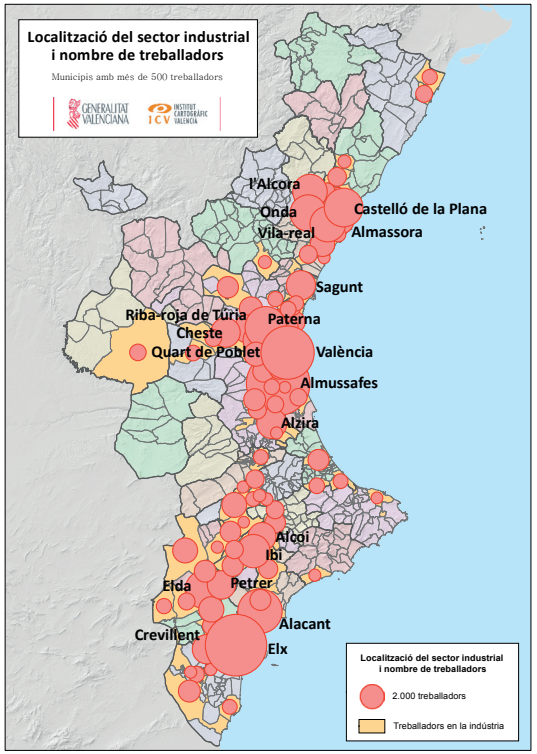
PLAN ESTRATÉGICO DE LA INDUSTRIA VALENCIANA

PLAN SECTORIAL DEL CLÚSTER DEL PRODUCTO INFANTIL

GENERALITAT VALENCIANA
Conselleria d'Economia Sostenible, Sectors Productius, Comerç i Treball

GENERALITAT VALENCIANA
Conselleria d'Economia Sostenible, Sectors Productius, Comerç i Treball



UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA

ÍNDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO 4
2. CONTEXTUALIZACIÓN DEL CLÚSTER 5
3. FICHAS ACTUACIONES DEL CLÚSTER 6

Este Plan Sectorial forma parte del Plan Estratégico de la Industria Valenciana (PEIV). El PEIV se ha realizado fruto del estudio y diagnóstico previo titulado "Plan de Investigación y Acción de la Estrategia de Política Industrial", realizado por la Universitat Politècnica de València, bajo la dirección del Dr. José Luis Hervás Oliver, junto con el equipo compuesto por el Dr. Carles Boronat Moll, Dra. Francisca Sempere Ripoll, Dr. Jose Antonio Belso Martínez, Dra. Sofía Estellés Miguel y D. Ascensio Asensio Martínez.

El presente estudio debe citarse como: *Hervas-Oliver, J.L. (director); Boronat-Moll, C.; Sempere-Ripoll, F; Estelles-Miguel, S. (2018) Plan Sectorial de las Artes Gráficas, Plan Estratégico de la Industria Valenciana, Conselleria de Economia Sostenible, Sectores Productivos, Comercio y Trabajo, Dirección General de Industria y Energía, Generalitat Valenciana. Valencia.*

Los casos reales comentados son solo a título de ejemplo ilustrativo y pedagógico, existiendo siempre muchísimas otras empresas y ejemplos. Todos los errores del presente documento, en su caso, son responsabilidad del Dr. Jose Luis Hervas Oliver (Universitat Politècnica de València) que ha actuado como Director y Responsable del mismo: **jose.hervas@omp.upv.es**

1. RESUMEN EJECUTIVO

El Clúster, enfocado a productos de la infancia (juguetes, productos de puericultura, cunas, muebles, ropa y otros complementos), va dirigido al producto infantil y el mundo de los niños/as en su totalidad. Así, pilotado por la asociación ASEPRI, e integrado en diversos agentes de innovación (AIJU, AITEX, IBV, etc.), el Clúster es un centro de colaboración, networking y difusión de innovación para productos infantiles. Destacan empresas como MICUNA, JANE, MINILAND, ARTSANA, TUC TUC, TUTTOPICCOLO, etc.

El Clúster es totalmente transversal y multi-sectorial, si bien está enfocado fundamentalmente a adaptar las diferentes propuestas de valor a los cambios del mercado de productos infantiles; especialmente, entre los objetivos del Clúster está el promover la innovación, la digitalización, la internacionalización y el intercambio de experiencias.

Según la información de ASEPRI, el Clúster presenta las siguientes características generales, siempre con empresas que serían excepciones:

- La imagen de las empresas españolas del sector es buena en el exterior, destacando la excelente relación calidad-precio.
- El diseño de los productos es bueno aunque mejorable, existiendo otros países que destacan más en diseño.
- El sector presenta todos los años productos innovadores, pero la inversión en este apartado aún es débil.
- La introducción de las TICs aunque es mayor que la inversión en I+D+I también debe incrementarse. La imagen de la empresa online será fundamental en el futuro y debe mejorarse, así como la actividad de las redes sociales. Introducción de la industria 4.0.
- La formación continua en la plantilla de las empresas debe ser más potente para garantizar una excelente profesionalización de la empresa.
- Existen gran cantidad de pymes y empresas familiares y apenas hay cultura de cooperación y networking.
- Las necesidades de financiación son elevadas y el acceso a la misma sigue siendo complicado.
- Se precisa habilitar nuevos departamentos en las empresas: E-Commerce, Marketing, Atención al cliente, Internacionalización, todo ello para utilizar canales on-line, acompañar las innovaciones en producto, etc. Está tomando mucha fuerza el posicionamiento en redes sociales y la utilización de marketing digital y canales on-line.

CONTEXTUALIZACIÓN DEL CLÚSTER

MATRIZ DAFO DEL SECTOR MODA INFANTIL Y PUERICULTURA			
DEBILIDADES		**AMENAZAS**	
D1	Inversión en I+D+I débil.	A1	Inestabilidad político-económica.
D2	Introducción en TICs débil.	A2	Entorno en continuo cambio.
D3	Formación continua de la plantilla débil.	A3	Alta competitividad en aumento debido a la globalización y la introducción de nuevos métodos de compra-venta online.
D4	Escasa implantación en las empresas de Departamentos de Internacionalización y Marketing.	A4	Saturación de mercados.
D5	Tejido industrial formado mayoritariamente por pymes y micro pymes.	A5	Disminución del punto de venta multimarca.
D6	Dificultad de acceso a las fuentes de financiación.	A6	Cambios en los patrones de consumo y compra.
D7	Escaso grado de asociacionismo y cooperación empresarial.	A7	Descenso de la natalidad.
D8	Escasa información sobre mercados, cultura y entorno.	A8	Cambios en las políticas de ayudas al sector.
D9	Escaso poder de negociación a nivel individual.	A9	Barreras de entrada en mercados internacionales.
D10	Baja notoriedad de marca.	A10	Normativas y legislaciones no homogéneas entre países.
D11	Débil Responsabilidad Social Corporativa.	A11	Falta de tejido empresarial para relocalizar producción en España.
D12	Estructuras reducidas.	A12	Poca flexibilidad para contratar personal.
FORTALEZAS		**OPORTUNIDADES**	
F1	Buena imagen nacional y en el exterior.	O1	Inversión I+D+I.
F2	Producto de calidad, innovador y de diseño.	O2	Introducción de las TICs.
F3	Precios competitivos.	O3	Mercados emergentes.
F4	Buena atención al cliente.	O4	Cooperación empresarial.
F5	Conocimiento y uso de la normativa.	O5	Posibilidad de multi-canal.
F6	Capacidad de adaptación a los cambios.	O6	Relocalizar la producción en España.
		O7	Patrón de consumo del sector: las familias priorizan las necesidades del niño frente al resto de necesidades de la familia.
		O8	Apoyo Organismos Públicos a las empresas.
		O9	Marca-país en moda infantil y puericultura.
		O10	Buen posicionamiento en segmento medio y medio-

Fuente: ASEPRI

En general, y como se explica a continuación, **las actuaciones más necesarias a potenciar en el Clúster son:**

- Actividades para identificar las tendencias cambiantes del mercado del producto infantil (hábitos de consumo, productos emergentes, mercados nuevos, canales, normativa, etc.), para lo que se sugiere el establecer un sistema de vigilancia competitiva.
- Internacionalizar.
- Promover el marketing digital y el canal online con todo lo que conlleva: posicionamiento en redes sociales, e-commerce, nueva logística, catálogos digitales, etc.
- Mejorar la formación transversal en todos los sectores componentes.
- Promover y potenciar la innovación.
- Renovación de los equipos y maquinarias.
- Reforzar la cooperación y la colaboración, a través del apoyo y fomento del Clúster.

2. FICHAS ACTUACIONES DEL CLÚSTER

SECTOR: ASEPRI	
Actuación 1	**Vigilancia de Mercados.**
	OBJETIVO: Establecer un sistema de vigilancia de mercados, para un mercado tan cambiante como el de las empresas asociadas a ASEPRI. Es un mercado muy enfocado a la moda y al diseño y hay que conocer y adelantarse a las tendencias. El objetivo fundamental es saber cómo, por qué y dónde compra el cliente de este tipo de producto. **ACCIÓN 1**: Identificar fuentes de información de las tendencias del sector. Formar un panel de expertos y gestionar los datos e información. **ACCIÓN 2:** Identificar las claves del mercado para los próximos años. En estos momentos de mayor a menor son: marketing digital, venta on-line y redes sociales, exportación, cambios en los hábitos de consumo, cambios en los canales de distribución, reducción de los precios manteniendo la calidad, competencia, imagen de marca, desarrollo de canales de venta propios, sistemas de producción flexibles, multicanal, innovación, diseño, calidad, servicio. Usar información de paneles de consumo permanentes para investigar tendencias. **ACCIÓN 3:** Realización de estudios antropométricos de los niños entre 0 y 14 años. Estos estudios sirven para la adaptación de los productos a sus posibles consumidores, se han hecho en España y en algunos países de la UE, pero se deberían realizar en todos los mercados a lo que va dirigido el producto.

SECTOR: ASEPRI	
Actuación 2	**INTERNACIONALIZACIÓN: Imagen y posicionamiento internacional.**
	Objetivo: Potenciación de imagen de MARCA-ESPAÑA y ayudar a la internacionalización. **ACCIÓN 1:** Definir mercados, productos y clientes de interés. Ellos en estos momentos tienen definidas entre otras: • **Estudios de Mercados en los siguientes Países:** EE.UU, Francia, Rusia, Alemania, Colombia, China, UK, Emiratos Árabes, México, Italia, Arabia Saudí, Sudeste Asiático, Corea y Chile. • **Realizar misiones en destino para la presentación a grandes compradores:** EE.UU, China, Países del Este, Alemania, UK, Rusia, Arabia Saudí, Colombia, Chile, Emiratos Árabes, México y Francia. • **Misiones comerciales y exposición en destino (con empresas y agendas de trabajo) en:** EE.UU., Colombia, China, Arabia Saudí, Emiratos Árabes, UK, Italia, Sud América, México, Alemania, Francia, Rusia, Chile y Países del Este. • **Acciones de imagen y promoción del sector (catálogo y desfiles) en**: China, Italia, EE.UU, Arabia Saudí, Chile, Francia, Alemania, Colombia, Emiratos Árabes y España. **ACCIÓN 2:** Incentivar y acometer misiones internacionales conjuntas. Crear un protocolo para la realización de ferias conjuntas y de que entidades pueden ayudar y de qué forma (IVACE, ICEX, consulados; GVA). Identificar ferias de interés y priorizarlas. También definir otros tipos de acciones complementarias. **ACCIÓN 3**: Potenciar formación de idiomas para internacionalización, en todas sus modalidades (in-company, etc.).

SECTOR: ASEPRI	
Actuación 4	**FOMENTO INNOVACIÓN Y TRANSFERENCIA.**
	Objetivo: Mejorar la innovación general (en productos, procesos y otras actividades, llegando incluso a la creación de departamentos de I+D+i) y potenciar la transferencia. **ACCIÓN 1:** Sensibilización sobre la innovación y el I+D+i. **ACCIÓN 2:** Sensibilización sobre el tema de patentes y protección de los derechos de propiedad intelectual. **ACCIÓN 3:** Asesoramiento y acompañamiento en el desarrollo y aplicación de patentes. **ACCIÓN 4:** Ayuda en la realización de construcción de prototipos y ensayos para el desarrollo de nuevos productos y/o procesos. Sobre todo productos de moda. **ACCIÓN 5:** Ayuda en la certificación y homologación de productos. **ACCIÓN 6**: Fomento de la industria 4.0; digitalización en la producción y en la comercialización (mercados digitales, canales on-line, CRM, etc.). **ACCIÓN 7**: Fomento de la transferencia desde los IITT (de cada sector) a las empresas. **ACCIÓN 8:** Incorporación de investigadores a las empresas para el desarrollo de nuevos productos.

SECTOR: CLUSTER INFANCIA	
GENÉRICA	**ADAPTACIÓN DE LOS RETOS ESTRATÉGICOS AL SECTOR**
	OBJETIVO: Desarrollar los Retos Estratégicos en el sector

SECTOR: ASEPRI	
Actuación 5	**PLAN RENOVE. MODERNIZACIÓN DE PROCESOS E INSTALACIONES.**
	Objetivo: Mejorar la maquinaria del sector, la automatización y excelencia operativa y la productividad. **ACCIÓN 1:** Análisis de las necesidades del sector. En estos momentos parece que son: • Inversión en nuevas maquinarias, software o tecnología para ser más competitivos (CRM, TIC, ERP,….). • Digitalización (industria 4.0) y automatización **ACCIÓN 2: Excelencia operativa y técnicas de productividad.** Análisis y mejora de sistemas de aprovisionamiento y producción.

SECTOR: ASEPRI	
Actuación 6	**CREACIÓN DE UN SISTEMA DE NETWORKING EN EL SECTOR**
	Objetivo: Potenciar el Cluster como sistema de *networking* en las empresas. **ACCIÓN 1:** Profesionalizar ASEPRI para dotar de estructura del cluster a todas sus actividades. **ACCIÓN 2:** Creación de una base de datos de proveedores y subcontratistas para fomentar colaboración. **ACCIÓN 3:** Creación de redes de trabajo colaborativo (*open innovation*), para el lanzamiento de nuevos productos o procesos y para que las pequeñas empresas puedan tener en colaboración **ACCIÓN 4:** Buscar prescriptores de servicios y/o productos para llegar hasta ellos de forma colectiva **ACCIÓN 5**: Potenciar los consorcios y la formación de redes para proveer de soluciones colectivas a grandes clientes; fomento de la internacionalización vía los consorcios y redes.