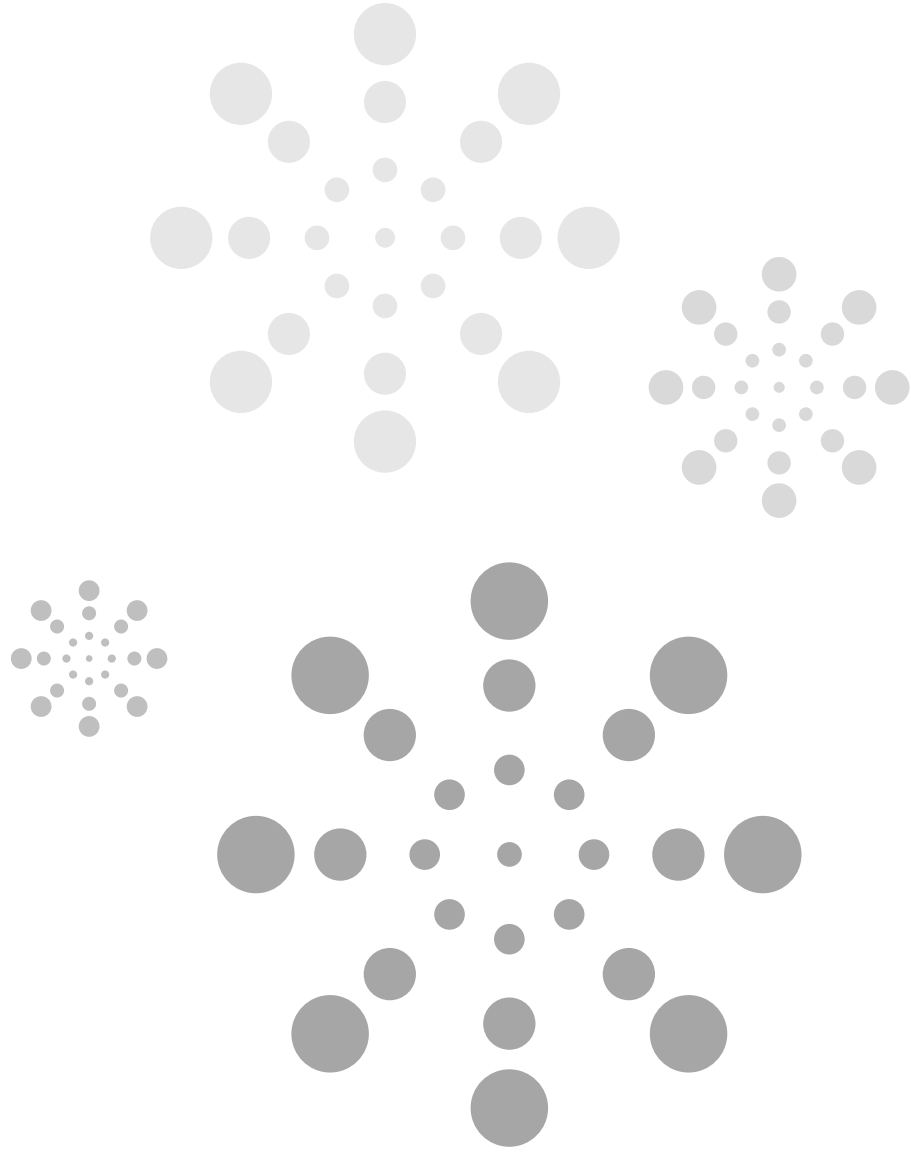


ASSISTÈNCIA TÈCNICA PER A L'ELABORACIÓ I
APROVACIÓ DE L'ESTRATÈGIA DE
REINDUSTRIALITZACIÓ DE LA COMUNITAT

INFORME DEL SECTOR DE PRODUCTES INFANTILS



GENERALITAT
VALENCIANA

Conselleria d'Innovació,
Indústria, Comerç i Turisme

ÍNDIX

PREÀMBUL	2
1. CARACTERÍSTIQUES DEL SECTOR	2
1.1. Estructura empresarial	2
1.2. Recursos humans	4
1.3. Magnituds econòmiques.....	5
1.4. Comerç internacional.....	6
1.5. Innovació	6
2. POSICIÓ COMPETITIVA	8
2.1. Situació de l'entorn	8
2.2. Escenari.....	8
2.3. Capacitat competitiva	9
2.4. Principals competidors	9
3. REPTES 2028	11
4. ACCIONS	14

PREÀMBUL

En 1991, a València es crea l'Associació del Sector de Productes Infantils d'Espanya (ASEPRI). Des d'aleshores ha mantingut la seua seu en la Comunitat Valenciana, i la regió s'ha establert com un referent dels productes infantils al qual s'han adherit fabricadors de moda i calçat infantil, bolcades i puericultura.

Amb més de tres dècades d'experiència, el sector de productes infantils i les seues associacions col·laboren amb entitats governamentals com la Secretaria d'Estat de Comerç Exterior, ICEX, la Conselleria d'Indústria de la Comunitat Valenciana i IVACE, entre altres. També col·labora amb múltiples centres tecnològics de REDIT (AIJU, IBV, AITEX) i EUROFINIS.

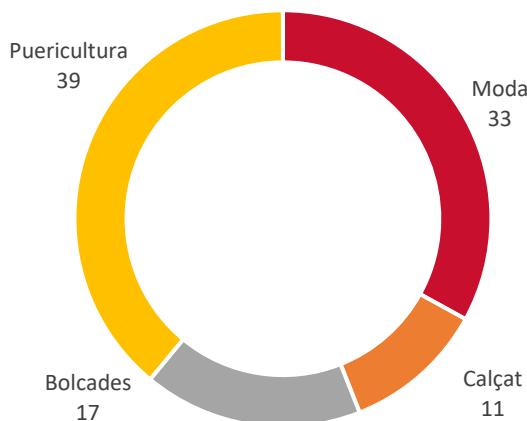
Les fires dedicades a la moda infantil, cerimònia i puericultura es duen a terme de manera individual en la ciutat de Madrid. L'any 2019, els empresaris del sector de la puericultura van sol·licitar a ASEPRI que realitzara un estudi per a desenrotllar un nou model d'esdeveniment innovador a Espanya. En resposta, l'any 2020, ASEPRI va llançar la marca BabyKid Spain i va negociar un acord amb Fira València, l'entitat propietària de FIMI, per a organitzar conjuntament BabyKidSpain+FIMI, un esdeveniment professional que integra els sectors de la puericultura i la moda infantil.

1. CARACTERÍSTIQUES DEL SECTOR¹

1.1. Estructura empresarial

El sector de productes infantils en la Comunitat Valenciana està format per 36 empreses en 2023, repartides entre fabricants de moda infantil (33 %), calçat infantil (11 %), bolcades (17 %) i puericultura (39 %). Destaquen marques com Tutto Piccolo, Micuna, Garvalin, Gioseppo, Alosa, Miniland, Igor, Conguitos i Juliana, entre altres.

Gràfic 1. Distribució per subsectors de les empreses de productes infantils en la Comunitat Valenciana. (%; 2023)



Font: Informe sector productes infantils Comunitat Valenciana. ASEPRI; 2024; elaboració pròpia.

Les empreses del sector de productes infantils es localitzen principalment a València (55 %) i a Alacant (42 %), i només un 3 % es troba en la província de Castelló.

Gràfic 2. Distribució provincial de les empreses del sector de productes infantils de la Comunitat Valenciana. (%; 2023)

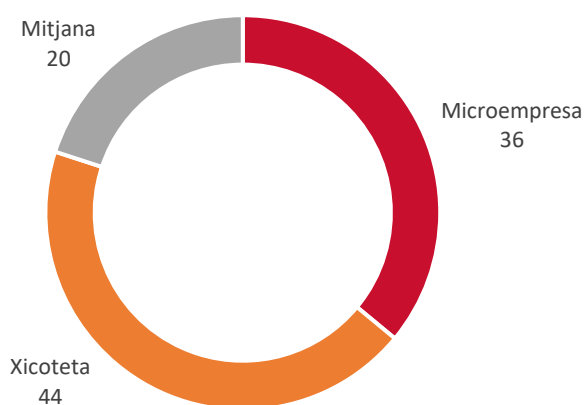
¹ Com que és un sector molt heterogeni en la classificació d'empreses CNAE, s'ha establert ASEPRI com a referent en les xifres de caracterització del sector.



Font: Estadística estructural d'empreses: sector industrial 2021. INE; 2023; elaboració pròpia.

La totalitat de les empreses de productes infantils localitzades en la Comunitat Valenciana són micropimes. En concret, el 36 % són considerades microempreses per tindre un nivell de facturació inferior a 2 milions d'euros anuals, i entre 2 i 10 milions es troben el 44 % de les empreses, considerades xicotetes empreses. El 20 % restant de les empreses són mitjanes i el seu nivell de facturació està entre 10 i 50 milions d'euros.

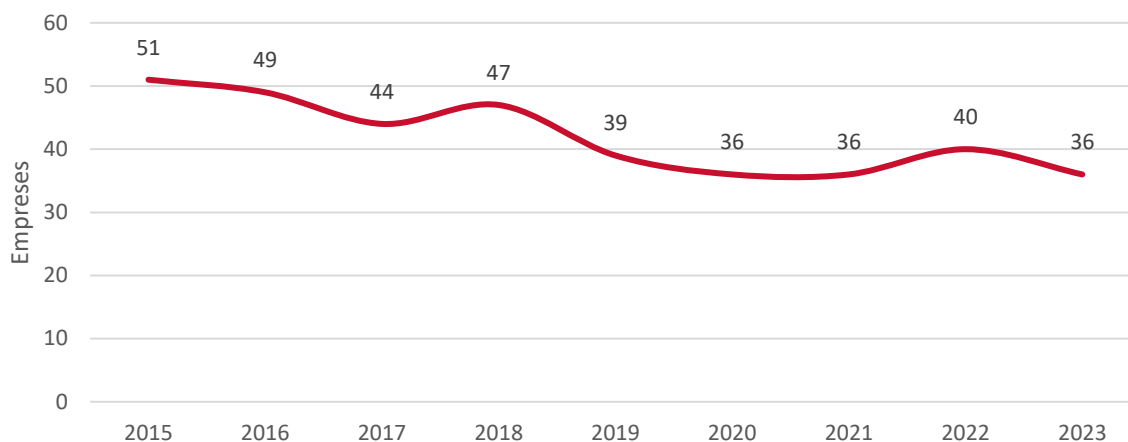
Gràfic 3. Distribució per grandària de les empreses de productes infantils de la Comunitat Valenciana. (%; 2023)



Font: Informe sector productes infantils Comunitat Valenciana. ASEPRI; 2024; elaboració pròpia.

Des de 2015, el sector en la regió ha experimentat una reducció del 29,4 % en el nombre d'empreses fins a 2023. Este fet suposa una pèrdua de quasi 2 entitats a l'any.

Gràfic 4. Evolució de les empreses de productes infantils en la Comunitat Valenciana 2015-2023. (nre. d'empreses)

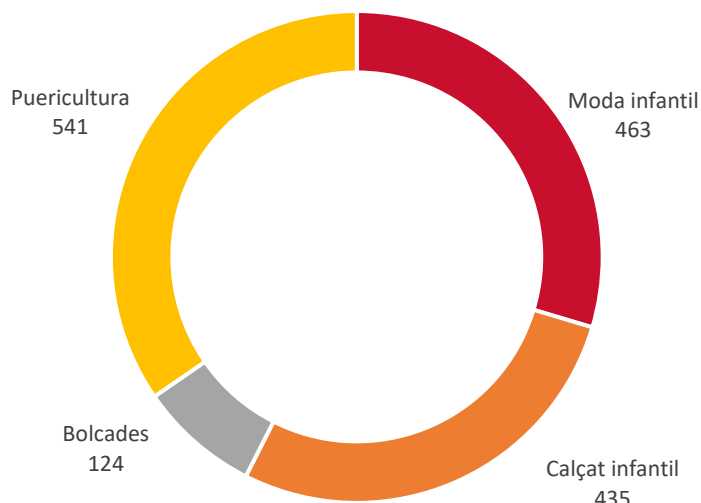


Font: Informe sector productes infantils Comunitat Valenciana. ASEPRI; 2024; elaboració pròpia.

1.2. Recursos humans

En el sector de productes infantils de la Comunitat Valenciana s'ocupen un total de 1.563 persones en 2022. Per subsectors, la puericultura és la que més ocupació genera, el 34,6 % del total. La segueixen la moda i el calçat infantil, amb el 29,6 % i 27,8 %, respectivament. En este cas, la fabricació de bolcades aporta el 7,9 % de l'ocupació en el sector de productes infantils en la regió.

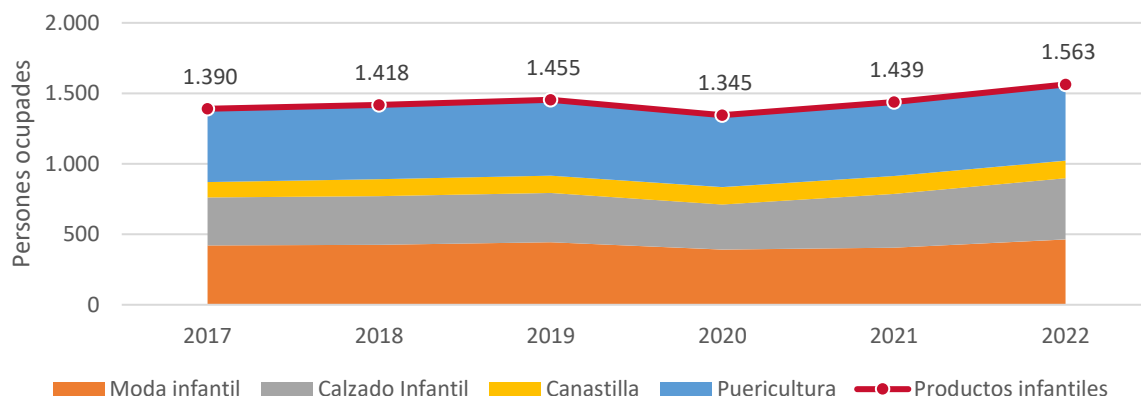
Gràfic 5. Distribució per subsectors de les persones ocupades en el sector de productes infantils en la Comunitat Valenciana. (persones ocupades; 2022)



Font: Informe sector productes infantils Comunitat Valenciana. ASEPRI; 2024; elaboració pròpia.

L'ocupació en el sector de productes infantils ha augmentat en 173 persones entre 2017 i 2022, la qual cosa suposa un increment del 12,4 %. Tots els subsectors han incrementat el nombre de persones ocupades en este període 2017-2022. Per part seua, el calçat infantil és el que més ha crescut, amb un 27,9 % de persones ocupades. El segueixen les bolcades (12,7 %) i la moda infantil (10 %). Finalment, la puericultura també augmenta el seu volum d'empleats, en este cas del 4,2 %.

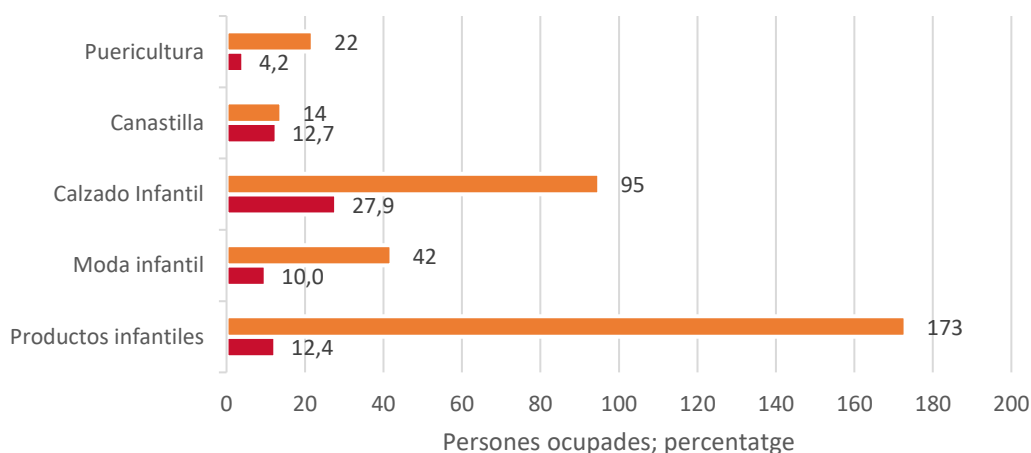
Gràfic 6. Evolució de l'ocupació en el sector de productes infantils en la Comunitat Valenciana. (persones ocupades; 2017-2022)



Font: Informe sector productes infantils Comunitat Valenciana. ASEPRI; 2024; elaboració pròpia.

En nombres absoluts, continua sent el calçat infantil, amb 95 persones ocupades més, el subsector que més ha crescut. Però, en este cas, la moda infantil aporta un augment de 42 empleats, la puericultura de 22 persones ocupades i la fabricació de bolcades de 14 persones ocupades.

Gràfic 7. Evolució de l'ocupació 2015/2021. (persones ocupades [taronja]; % [roig])



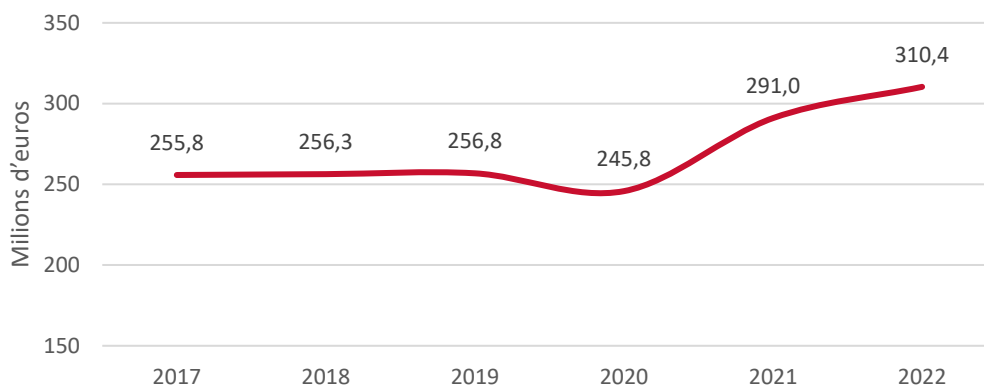
Font: Informe sector productes infantils Comunitat Valenciana. ASEPRI; 2024; elaboració pròpia.

1.3. Magnituds econòmiques

Les vendes del sector de productes infantils van arribar als 310,4 milions d'euros en 2022, un 21,3 % superior a la facturació del sector en 2017 (54,6 milions d'euros més). En els últims anys, el sector ha augmentat anualment les seues xifres de negoci, a excepció de 2020, que va estar afectat per les restriccions de la COVID-19. Després del pas de la crisi sanitària, el sector dels productes infantils en la Comunitat Valenciana s'ha reforçat i ha augmentat la seua facturació un 26,3 % (64,6 milions d'euros més) entre 2020 i 2022.

Gràfic 8. Evolució de la facturació del sector de productes infantils en la Comunitat Valenciana. (milions d'euros; 2017-2022)

Estratègia de reindustrialització de la Comunitat Valenciana 2024-2028
Informe del sector de productes infantils



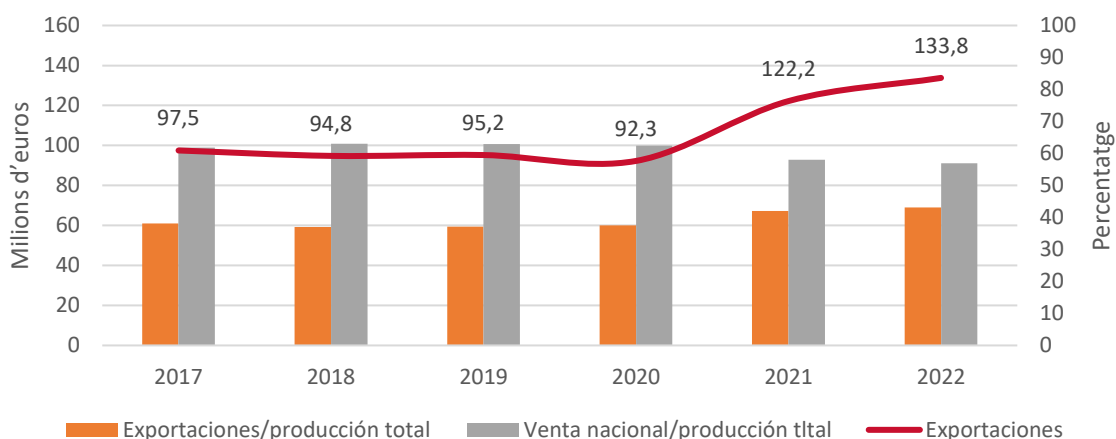
Font: Informe sector productes infantils Comunitat Valenciana. ASEPRI; 2024; elaboració pròpia.

1.4. Comerç internacional

L'augment de les xifres de negoci en el sector ha vingut acompanyat d'un augment de les exportacions, que en 2022 va ser de 133,8 milions d'euros, un 43,1 % del total facturat pel sector en la Comunitat Valenciana.

Com en el cas de la producció total, les exportacions han augmentat anualment entre 2017 i 2022, a excepció de 2020. Des d'aleshores, el volum de les exportacions és de 5,6 punts percentuals, ja que ha passat del 37,5 % al 43,1 % del volum produït, la xifra més alta de la sèrie.

Gràfic 9. Evolució de les exportacions i la seua representació junt amb les vendes nacionals sobre la producció total del sector de productes infantils en la Comunitat Valenciana. (milions d'euros; %; 2017-2022)



Font: Informe sector productes infantils Comunitat Valenciana. ASEPRI; 2024; elaboració pròpia.

1.5. Innovació

MODA I CALÇAT INFANTIL

La innovació en l'àmbit de la moda infantil implica no sols estar al corrent de les últimes tendències, sinó també escoltar activament les necessitats del mercat i trobar maneres creatives de destacar i oferir un valor afegit als consumidors.

El disseny creatiu és fonamental, i consistix en la creació de dissenys originals i atractius que s'ajusten tant a les tendències contemporànies com a les demandes específiques dels xiquets i els seus pares.

Així mateix, es promou l'ús de materials sostenibles en la fabricació de peces de roba, com ara cotó orgànic, fibres reciclades i tints no tòxics, com a part del compromís amb el medi ambient i la salut dels consumidors.

La integració de tecnologia a la roba infantil és un altre aspecte destacat, mitjançant la utilització de teixits intel·ligents que regulen la temperatura, peces amb protecció UV o accessoris amb funcionalitats interactives, la qual cosa contribuïx a millorar l'experiència de l'usuari i brindar beneficis addicionals.

La personalització és una pràctica cada vegada més valorada que ofereix opcions perquè els pares i els xiquets puguin dissenyar peces de roba a mida segons les seues preferències i necessitats individuals.

Quant a l'experiència de compra, s'innova en el desenvolupament de plataformes de comerç electrònic intuïtives i atractives, servicis de subscripció de moda infantil, i també mitjançant l'ús de realitat augmentada per a provar virtualment la roba, entre altres estratègies que busquen facilitar i enriquir la interacció amb la marca.

Finalment, les col·laboracions estratègiques es presenten com una oportunitat per a enfortir la proposta de valor, mitjançant aliances amb altres marques, dissenyadors o influencers per a crear col·leccions exclusives que puguin atraure nous segments de clients i generar un impacte positiu en el mercat.

PUERICULTURA

La innovació en les empreses de puericultura persegueix millorar l'experiència dels pares i cuidadors, al mateix temps que promou el benestar, la seguretat i el desenvolupament saludable dels bebés i xiquets xicotets mitjançant solucions creatives i funcionals. Això s'aconsegueix a través de diverses estratègies:

- **Millora de la seguretat.** Desenvolupament de productes amb característiques innovadores que garanteixen la protecció dels bebés, com sistemes de retenció avançats en cadires d'auto i monitors de bebé amb tecnologies de detecció de moviment.
- **Ergonomia i comoditat.** Disseny de productes ergonòmics que ofereixen més comoditat i faciliten la cura dels bebés, com cotxets de passeig amb sistemes de plegat ràpid i portabebés amb distribució equilibrada del pes.
- **Aplicació de tecnologia.** Integració de tecnologia en productes de puericultura, com termòmetres intel·ligents, monitors de son connectats a aplicacions mòbils i biberons autocalfables.
- **Sostenibilitat.** Utilització de materials ecològics i pràctiques sostenibles en la fabricació de productes, com bolquers biodegradables i xuplons elaborats amb materials segurs i respectuosos amb el medi ambient.
- **Facilitació de la vida quotidiana.** Desenvolupament de solucions innovadores que simplifiquen les tasques diàries dels pares, com esterilitzadors de biberons ultraràpids i canviadors portàtils multifuncionals.
- **Educació i entreteniment.** Creació de productes que estimulen l'aprenentatge i el desenvolupament d'habilitats en bebés i xiquets, com joguets educatius amb tecnologia interactiva i llibres interactius.

Per a aconseguir estos objectius, és fonamental disposar de ferramentes que permeten investigar els nous desitjos i les necessitats dels pares, detectar tendències, mantindre actualitzada la informació de correspondència de talles en mercats emergents, invertir en estudis i nous materials, així com estar al corrent de les notícies sobre actualització i innovació per a aplicar-les als productes.

2. POSICIÓ COMPETITIVA

2.1. Situació de l'entorn

Aspectes econòmics i polítics

La inestabilitat social i geopolítica a escala mundial ha condicionat significativament l'activitat econòmica. Els mercats, cada vegada més volàtils, demanen una adaptació ràpida i exhaustiva a les necessitats dels clients, la qual cosa implica una assignació considerable de recursos. A més, l'expansió cap a nous mercats incrementa la necessitat d'assessorament i informació; encara que l'accés al finançament per a les pimes ha millorat, continua sent limitat.

Aspectes socials i tecnològics

El panorama laboral a Espanya continua marcat per una alta taxa de desocupació juvenil, la qual cosa provoca la contínua emigració de treballadors altament qualificats. Per a impulsar el ressorgiment industrial en la Comunitat Valenciana i a Espanya en general, es requereix un sòlid suport de la Unió Europea, així com avanços tecnològics, inversió en I+D+i i una sòlida formació per als treballadors.

El domini de les tecnologies de la informació i la comunicació ha esdevingut fonamental per a la visibilitat i el posicionament de les empreses en el mercat. La venda en línia experimenta un creixement anual que transforma el panorama de la venda offline, mantenint els seus requisits tradicionals, però maximitzant la busca de preus competitius i la comoditat del servei en online, amb una clara tendència del consumidor cap a les compres a través del mòbil.

En un món globalitzat i altament competitiu, les empreses necessiten estructures flexibles que els permeten adaptar-se als canvis constants de l'entorn, per a la qual cosa desenrotllen productes innovadors que satisfan les demandes dels clients en cada cicle. Encara que l'ús de les TIC per part de les empreses és cada vegada més elevat, encara es requereix una major transformació digital en este àmbit.

Ateses les exigències de l'entorn globalitzat, la grandària empresarial esdevé crucial. Les empreses de menys envergadura han de buscar fórmules de cooperació i associacionisme per a competir, donar-se suport mútuament i protegir-se enfront de les grans cadenes.

2.2. Escenari

L'anàlisi anterior ens brinda una visió clara de com es perfila el panorama futur i destaca diverses àrees d'interés. En primer lloc, en abordar la qüestió de la natalitat a Espanya, es projecta una tendència a la baixa, exacerbada per les previstes dificultats socials i econòmiques. Esta situació planteja un desafiament significatiu a escala nacional, que requereix una acció concertada per part d'associacions i entitats pertinents. Com a resposta a esta problemàtica, les associacions i empreses del sector dels productes infantils d'Espanya, i, per tant, de la Comunitat Valenciana, han elaborat un informe sobre la natalitat 2024, destinat a aprofundir en l'anàlisi i plantejar possibles solucions.

En paral·lel, quan es consideren els factors de competitivitat, és evident que la capacitat d'adaptació tecnològica i l'excel·lència en la gestió empresarial es tornen cada vegada més crucials. La integració de tecnologies de la informació i la comunicació (TIC), l'expansió internacional, la inversió en investigació, desenrotllament i innovació (I+D+i), així com l'enfortiment del disseny, la formació, la cooperació i la flexibilitat, emergixen com a pilars fonamentals per a mantindre l'avantatge competitiu en un entorn canviant.

D'altra banda, el comportament del consumidor també experimenta una transformació notable. L'accés a una àmplia gamma d'informació els atorga més poder d'elecció i més capacitat per a exigir productes i serveis d'alta qualitat a preus competitius. A més, s'observa una inclinació cap a una compra més conscient i sostenible, en què els productes amb cicles de vida més prolongats guanyen rellevància. Este canvi en les preferències del consumidor no sols reflectix una consciència ambiental superior, sinó també una avaluació més meticulosa de la relació qualitat-preu.

No obstant això, malgrat estes oportunitats, persisteixen desafiaments importants. L'accés al finançament continua sent un obstacle significatiu, especialment en un context marcat per la incertesa econòmica. La capacitat d'obtenir recursos financers de manera oportuna i adequada es converteix en un factor determinant per a la viabilitat i el creixement de les empreses en este entorn competitiu.

En resum, l'escenari futur es presenta com un terreny a on la capacitat d'adaptació, la innovació, la sostenibilitat i la internacionalització tindran un paper crucial en la determinació de l'èxit empresarial del sector de productes infantils i el desenvolupament socioeconòmic. És essencial abordar estos desafiaments de manera integral i col·laborativa, aprofitant les oportunitats i enfrontant les dificultats amb determinació i visió a llarg termini.

2.3. Capacitat competitiva

El sector de productes infantils en la Comunitat Valenciana ha aconseguit forjar una sòlida reputació a l'estranger, a on es destaca la seua excel·lent relació qualitat-preu. Esta percepció positiva ha sigut fonamental per a impulsar les exportacions i consolidar la presència internacional de les empreses de la regió. En particular, s'observa una notable concentració d'empreses de calçat infantil a la província d'Alacant, la qual cosa ha contribuït a establir un pol de referència en este subsector.

Malgrat els èxits aconseguits, el sector necessita millorar certs aspectes. Encara que el disseny dels productes infantils és bo, hi ha un marge de millora considerable, especialment si es compara amb països com Itàlia, conegut per la seua excel·lència en l'àmbit de la moda infantil. Per a mantindre's competitives, les empreses de la Comunitat Valenciana han d'enfocar-se en la innovació i la diferenciació a través del disseny.

En este sentit, encara que el sector presenta anualment productes innovadors, s'observa la necessitat de continuar millorant la inversió en esta àrea. És crucial augmentar la inversió en I+D+i per a continuar sent rellevants en un mercat cada vegada més exigent i canviant. A més, destaca la importància de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC), que són una ferramenta fonamental en l'operativa diària de les empreses. Aprofitar al màxim les TIC pot millorar l'eficiència i la productivitat de les empreses del sector.

Un altre aspecte crucial és la gestió de la imatge de marca online. En l'era digital, la presència online és essencial i es preveu que serà indispensable a curt termini. Per tant, les empreses del sector de productes infantils han d'analitzar i millorar contínuament la seua presència online per a garantir una imatge de marca sòlida i atractiva.

A més, és destacable la importància de la formació contínua del personal en les empreses. La professionalització òptima del personal és essencial per a mantindre alts estàndards de qualitat i competitivitat. Esta actuació està present en moltes entitats del sector, encara que hi ha un marge de millora entre les empreses de productes infantils.

La grandària de les empreses del sector de productes infantils és propícia per a fomentar la seua col·laboració i així generar sinergies i enfortir la competitivitat del sector en el seu conjunt. Això beneficiaria, en part, a les necessitats de finançament i l'accés a este de moltes empreses del sector, entre altres necessitats.

2.4. Principals competidors

El sector dels productes infantils en la Comunitat Valenciana s'enfronta a una competència global, amb diversos països que destaquen en la fabricació i comercialització de productes similars. A continuació, es presenten els principals països competidors que desafien la posició de la Comunitat Valenciana en este sector:

Xina

La Xina és un gegant en la fabricació de productes infantils, incloent-hi calçat, roba i articles de puericultura. La seua capacitat de fabricació massiva i els seus costos competitius han posicionat la Xina com un dels principals competidors en el mercat global.

Turquia

Turquia és un altre competidor destacat en la fabricació de calçat i moda infantil, ja que oferix productes de qualitat a preus competitius gràcies a la seua indústria ben establida. La seua capacitat de producció i qualitat fan que siga un rival que cal tindre en compte per a la Comunitat Valenciana.

Bangladesh

Bangladesh és conegut per la seua mà d'obra econòmica i la seua capacitat per a produir grans volums de productes infantils a preus competitius. Encara que no competix en termes de qualitat, la seua capacitat de producció massiva representa un desafiament per a la regió.

Vietnam

Vietnam ha emergit com un important centre de fabricació de productes infantils que oferix una combinació de qualitat i preus atractius. La seua creixent indústria representa una competència creixent per a la Comunitat Valenciana en este sector.

Itàlia

Itàlia és coneguda per la seua excel·lència en disseny i qualitat en productes infantils, especialment en el segment de gamma alta. La seua reputació en la moda i la puericultura la convertix en una competidora formidable per a la Comunitat Valenciana.

Portugal

Portugal es destaca per la seua qualitat en la fabricació de moda infantil i de bolcades que competix en el segment de productes d'alta gamma. Els seus productes ben elaborats i la seua reputació en la indústria representen una competència significativa per a la regió.

Estos països representen alguns dels principals competidors que desafien la posició de la Comunitat Valenciana en la fabricació de productes infantils. La competència global en termes de qualitat, preu i disseny impulsa la regió a mantindre alts estàndards i a buscar contínuament la innovació per a mantindre la seua rellevància en el mercat internacional.

3. REPTES 2028

Estratègies per al creixement internacional

Per a superar els desafiaments del sector de productes infantils en la Comunitat Valenciana, és essencial desenvolupar una estratègia sòlida de creixement internacional. Això implica consolidar els mercats internacionals existents i explorar activament nous mercats. L'expansió internacional no sols augmentarà la visibilitat de les empreses valencianes, sinó que també diversificarà les seues fonts d'ingressos, amb la qual cosa es reduirà la dependència del mercat nacional.

Expansió i diversificació de productes i mercats

Per a enfrontar els desafiaments actuals, les empreses han de buscar activament créixer en grandària i facturació. Això pot aconseguir-se mitjançant l'ampliació de la gamma de productes i servicis oferits, l'exploració de nous segments de mercat i la busca de col·laboracions estratègiques tant a escala nacional com internacional. Diversificar tant l'oferta de productes com els mercats objectiu ajudarà a mitigar els riscos associats amb la dependència d'un sol producte o mercat.

Control de costos i eficiència operativa

Controlar la pujada de costos: Analitzar els costos i buscar eficiències en els seus processos, negociar amb proveïdors, buscar alternatives més econòmiques i optimitzar l'ús de recursos. En un entorn econòmic desafiant, controlar la pujada de costos és crucial per a la sostenibilitat del negoci. Les empreses han de fer una anàlisi exhaustiva dels seus costos i buscar contínuament eficiències en els seus processos. Això inclou negociar amb proveïdors, buscar alternatives més econòmiques i optimitzar l'ús de recursos per a garantir la rendibilitat a llarg termini.

Adquisició de coneixement estratègic i col·laboració empresarial

Ampliar el coneixement estratègic del sector i establir xarxes de col·laboració amb altres empreses són passos fonamentals per a millorar els processos empresarials i trobar oportunitats de creixement. La col·laboració entre empreses pot portar a sinergies beneficioses, compartir recursos i coneixements, i aprofitar noves oportunitats de mercat.

Desenrotllar estratègies de màrqueting

Fer investigació de mercat per a entendre l'audiència objectiu. I, posteriorment, desenvolupar estratègies de màrqueting digital i tradicional que s'alineen amb les necessitats i preferències dels clients potencials. És fonamental comprendre les necessitats i preferències dels clients potencials a través d'una investigació de mercat exhaustiva. Posteriorment, les empreses han de desenvolupar estratègies de màrqueting digital i tradicional que s'alineen amb estes necessitats, de manera que s'assegure que el seu missatge arribe de manera efectiva a la seua audiència objectiu.

Analitzar les necessitats dels clients

Per a adaptar-se millor al mercat, les empreses han de fer una anàlisi contínua de les necessitats i els desitjos dels seus clients. Això pot aconseguir-se a través d'enquestes, anàlisis de dades i recopilació de *feedback*. Utilitzar esta informació per a millorar tant els productes/servicis com l'experiència del client serà clau per a mantindre la competitivitat en el mercat.

Ingrés en nous mercats a través del comerç digital

Aprofitar les plataformes de comerç electrònic i les xarxes socials és essencial per a arribar de manera eficient a nous mercats. Adaptar l'estratègia digital segons les característiques i preferències de cada mercat objectiu permetrà a les empreses expandir-se més enllà de les seues fronteres actuals.

Adaptació a normatives de sostenibilitat

Investigar i ajustar-se a les normatives i tendències en matèria de sostenibilitat és crucial en un món cada vegada més conscient del medi ambient. Adaptar els processos i productes per a complir amb estes normatives no sols és ètic, sinó que també pot ser un avantatge competitiu al comunicar els esforços sostenibles als clients.

Millorar la identitat de marca

Reforçar la identitat de marca a través d'una comunicació coherent i consistent ajudarà a diferenciar les empreses en un mercat saturat. Considerar l'actualització del disseny de la marca per a reflectir millor els valors i la personalitat de l'empresa també pot atraure nous clients i enfortir la lleialtat dels existents.

Adaptació a segments de mercat emergents

Enfrontar-se al repte d'adaptar-se a segments de mercat emergents, com la venda de productes de segona mà o reconduïts en el sector de la puericultura, requereix una flexibilitat i visió estratègica. Les empreses han d'avaluar la viabilitat d'expandir la seua oferta cap a estos segments, per a la qual cosa cal identificar oportunitats per a satisfer les necessitats canviants dels consumidors i diversificar les seues fonts d'ingressos.

Implementació d'estructures àgils en l'organització

Davant de la necessitat de mantindre's flexibles i adaptar-se ràpidament als canvis del mercat, les empreses han de considerar la implementació de metodologies àgils en la gestió de projectes i processos interns. Això els permetrà mantindre's àgils i respondre de manera efectiva a les demandes del mercat, mantenint, al mateix temps, alts estàndards de qualitat i eficiència operativa.

Retenció de talent jove

Per a atraure i retindre talent jove, les empreses han d'oferir programes de desenvolupament professional, incentius i un ambient laboral atractiu. A més, explorar col·laboracions amb universitats i altres institucions educatives pot ajudar a establir un flux constant de talent jove cap a la indústria de productes infantils en la Comunitat Valenciana, de manera que s'assegure la continuïtat i la innovació en el sector.

Problemes en les importacions

Diversificar les fonts de subministrament i assegurar les transaccions comercials són mesures clau per a mitigar els problemes en les importacions. Les empreses han de buscar proveïdors alternatius i establir relacions sòlides amb ells, mentre implementen mesures per a assegurar que les transaccions comercials es realitzen de manera segura i eficient, amb la qual cosa es minimitze l'impacte de possibles interrupcions en la cadena de subministrament.

Alta morositat clients a Espanya

Davant del desafiament de l'alta morositat dels clients a Espanya, és fonamental implementar polítiques clares de crèdit i gestió de cobrances. Això pot incloure l'avaluació rigorosa de la solvència dels clients, l'establiment de terminis de pagament clars i l'adopció de mesures proactives per a recuperar els pagaments pendents, de manera que s'assegure la salut financera de les empreses del sector de productes infantils.

Estratègies de col·laboració per a augmentar competitivitat

Per a augmentar la competitivitat en el comerç multimarca, les empreses han d'estudiar models de col·laboracions estratègiques amb altres marques. Això pot incloure aliances per a compartir recursos, ampliar la distribució i aprofitar sinergies en l'oferta de productes i servicis, amb la qual cosa s'enfortisca la posició competitiva de les empreses en el mercat.

Adaptació a canvis de tendència

Per a adaptar-se als canvis de tendència en el mercat, les empreses han de realitzar estudis de mercat constants per a identificar les tendències emergents. Amb esta informació, poden ajustar la seua oferta de productes i servicis de manera oportuna, i anticipar-se a les necessitats i preferències canviants dels consumidors, de manera que es mantinga la seua rellevància en el mercat.

Fidelització de clients i recuperació de vendes

Implementar programes de lleialtat, promocions personalitzades i millora de l'experiència de compra per a retindre els clients actuals i atraure'n de nous. Programes d'anàlisi de vendes per a identificar oportunitats de millora.

Tancament de botigues multimarca a Espanya

Implementar programes de lleialtat, promocions personalitzades i millorar l'experiència de compra són estratègies clau per a fidelitzar clients i recuperar vendes. A més, els programes d'anàlisi de vendes poden identificar oportunitats de millora i ajudar les empreses a adaptar la seua oferta a les necessitats específiques dels seus clients i impulsar així el creixement i la rendibilitat a llarg termini.

Formació contínua de personal en les empreses

Posar en marxa programes de formació adaptats a les necessitats actuals del sector i capacitar el personal per a desenvolupar habilitats tècniques i creatives són mesures essencials per a impulsar la innovació i la competitivitat en les empreses de productes infantils en la Comunitat Valenciana. Això garantirà que el personal estiga equipat per a enfrontar els desafiaments del mercat en constant evolució i aprofitar les oportunitats emergents.

Descens de gasto en moda infantil

Buscar oportunitats en segments de mercat en creixement, com la moda sostenible o productes per a famílies amb necessitats específiques.

Dràstica baixada de la natalitat a Espanya

Davant de la disminució constant en el nombre de naixements en l'estat, que ha comportat un descens en el gasto en el sector de productes infantils al llarg dels anys i s'espera que esta tendència empitjore en el futur, és imperatiu que les empreses busquen noves oportunitats tant en mercats internacionals amb una demanda més alta com en segments de mercat en creixement, com el dels articles sostenibles.

L'expansió cap a mercats internacionals i l'adaptació de l'oferta de productes i servicis per a satisfer les demandes canviants permetrà a les empreses augmentar la seua rellevància i rendibilitat.

4. ACCIONS

Sobre transició digital

- Reforç de la digitalització de processos de fabricació
- Dotació de tecnologies avançades per a processos de fabricació
- Assessorament en digitalització de processos logístics
- Implantació de digitalització de processos logístics

Sobre innovació

- Suport a projectes d'I+D
- Impuls d'innovacions empresarials

Sobre creixement industrial

- Modernització d'establiments
- Desenrotllament de noves àrees productives
- Adaptació d'àrees productives
- Impuls de projectes estratègics

Sobre internacionalització

- Promoció de l'inici exportador
- Impuls a la consolidació exportadora
- Suport tècnic a la inversió en l'exterior
- Suport financer a la inversió en l'exterior

Sobre sostenibilitat

- Informació sobre racionalització del consum de recursos
- Suport a la racionalització del consum de recursos
- Informació per al desenrotllament de la indústria circular
- Foment de projectes de reutilització de residus

Sobre transició energètica

- Promoció de projectes d'estalvi i eficiència energètica
- Afavorir projectes d'autoconsum

Sobre capital humà

- Captació de talent
- Retenció de talent
- Impuls a l'FP dual

Sobre administració industrial

- Col·laboració publicoprivada
- Simplificació administrativa
- Desplegament normatiu
- Foment i promoció de la seguretat industrial
- Reforç de la inspecció industrial
- Reforç de la metrologia legal