



Comunitat Valenciana, comunidad de la infancia



Estudio sobre la infancia
y su entorno en la
Comunitat Valenciana

Contenidos

01	Introducción	7
02	La infancia. Conceptos y datos básicos para el estudio	11
2.1	Definición	11
2.2	Realidades de las cifras	13
03	El desarrollo del niño y su papel en la sociedad	23
3.1	Los agentes de socialización	23
3.2	Etapas del proceso de socialización	25
3.3	La infancia en la sociedad de consumo	38
3.4	El niño como consumidor	38
3.5	Aspectos del niño en el mercado	41
3.6	Cifras de consumo infantil	44
3.7	Gasto en la población infantil	45
3.8	Proyección económica del gasto infantil en España y la Comunitat Valenciana	49
04	Estructuras dedicadas a la infancia	55
4.1	Organismos	56
4.2	Regiones	74

05	La infancia, referente de las Instituciones Valencianas	81
5.1	Gobierno. Consellerías de la Comunitat Valenciana	81
5.2	Universidades	90
5.3	Fundaciones y otras entidades	104
5.4	Ferias	118
5.5	Iniciativas	131
06	La infancia en la economía de la Comunitat Valenciana	139
6.1	Estructura económica de la Comunitat Valenciana	140
6.2	Principales sectores industriales relacionados con la infancia	145
6.3	Ocio cultura infantil en la Comunitat Valenciana	197
07	Conclusión. Comunitat Valenciana - Comunidad de la infancia	203

Daniel Moragues Tortosa

Director General IMPIVA

La fabricación de productos para la infancia constituye una opción empresarial que brinda la posibilidad de acceder a un mercado cada vez con mayor peso en la economía global. Se trata además de un mercado que puede ser de interés para muchas más empresas y sectores de los que, a primera vista, relacionamos con la infancia. No sólo sectores como juguete, textil-confección, calzado o mueble tienen un segmento de mercado infantil que atender, sino que también empresas de otros sectores como automoción, cerámica, construcción, aeronáutica, y otros tienen la posibilidad de adaptar sus productos a las necesidades específicas de la población infantil y encontrar en ello oportunidades de diferenciar sus productos respecto a la competencia que ofrecen productos no adaptados.

La Comunitat Valenciana cuenta con una presencia importante de sectores productivos relacionados con la infancia, desde actividades tradicionales como la fabricación de juguetes, productos textiles y de confección, calzado o mueble hasta actividades más recientes vinculadas al turismo y al ocio, la puericultura o la alimentación que también tienen un mercado relevante relacionado con la infancia y sus necesidades específicas.



Este estudio, con su expresivo título de “Comunitat Valenciana, comunidad de la infancia” trata de reflejar precisamente la importancia que, para la Comunitat Valenciana, tiene el mundo de la infancia y el potencial económico que ello representa. Su elaboración ha estado a cargo de la Red de Centros de Reflexión Estratégica de Oportunidades para la Innovación (i-CREO) de la Comunitat Valenciana, cuya función es abrir nuevos horizontes a los sectores productivos valencianos detectando y analizando nuevas oportunidades de innovación para las empresas. La Asociación Española de Productos para la Infancia (ASEPRI) ha sido la impulsora de esta iniciativa que, asimismo, el IMPIVA ha apoyado, en el marco de los Planes Sectoriales de Competitividad de la Empresa Valenciana, por su interés de cara a promover sinergias entre sectores que, uniendo esfuerzos, pueden consolidar la posición de la Comunitat Valenciana en lo que ya hoy constituye un verdadero “hipersector” económico y todavía lo será más en el futuro.

Desde este prólogo invito al lector a analizar el caudal de información que el estudio ofrece sobre el potencial de mercado que representa el mundo de la infancia y a considerar las posibilidades que puede suponer para sus empresas o su actividad profesional.



01

Introducción

La infancia representa el presente de un país, rememora su pasado y es embajadora de su futuro, del destino de una nación que se guiará por los niños y niñas que hoy crecen, son educados y juegan. Hobbes afirmaba que si se quería estudiar a los hombres, no se dejara de frecuentar la sociedad de los niños.

De ahí, que sea posible enunciar que la infancia encarna el bien máspreciado de una sociedad, al que hay que proteger y cuidar, proporcionándole los recursos necesarios, tanto materiales como afectivos, para que su desarrollo se produzca en las condiciones más favorables, conscientes de que representa a los herederos del mañana.

La Comunitat Valenciana constituye, sin lugar a dudas, uno de los máximos exponentes de especialización en la infancia. Por un lado, desde las políticas sociales acometidas por la Administración, con atención específica a la población infantil en riesgo y con programas orientados a la educación, salud y bienestar de los niños y, por el otro, desde el propio tejido empresarial, que ha logrado hilvanar un hipersector en torno a la infancia, a través de actividades sólidamente arraigadas -juguetes, moda infantil, puericultura, alimentación, turismo, mueble, etc.- y con una destacada tradición histórica.

Así, se advierte cómo esta confluencia de factores, donde se entremezcla una orientación empresarial focalizada en la producción de bienes y servicios de

alto valor añadido orientados al público infantil, junto con la apuesta de la Administración por la infancia, constituye el punto de partida idóneo para definir a la Comunitat Valenciana como Comunidad del Niño.

Desde la red i-CREO, en tanto entidad que aglutina a representantes de la mayor parte de los sectores implantados en la Comunitat, se ha considerado necesario dar a conocer y poner en valor la existencia de este hipersector de la Infancia, para que se convierta en referente nacional e internacional, en un exponente claro de la excelencia al servicio de la producción y el desarrollo de bienes y servicios destinados a cubrir las necesidades de la población infantil.

Atendiendo a estas premisas y con el fin de esbozar un panorama claro sobre la situación de la infancia en la Comunitat Valenciana, se recogen en este estudio los recursos que nutren esta fortaleza y que la distinguen como especialista de los productos y servicios destinados a este público, al tiempo que se analizan las principales estructuras internacionales -entidades, programas, clusters, etc.- que permitan definir el valor diferencial de este hipersector y concretar su posicionamiento.

Se ha creído necesario abordar este análisis competitivo desde una aproximación al sujeto de estudio sobre el que trata el presente trabajo. De ahí, que la primera parte comience con una definición de la infancia, tanto desde una dimensión cuantitativa, que exponga las tendencias demográficas, como cualitativa, a partir de un enfoque multidisciplinar: el niño como ser social, en cuanto nace y se desarrolla en la sociedad que le acoge y el niño como individuo con unas características psicológicas específicas en evolución que le distinguen del mundo adulto.

Junto a esta doble dimensión, social y psicológica del niño, es necesario incluir un tercer rol, y es el niño como figura clave en las relaciones de consumo: como destinatario; como prescriptor que influirá sobre las decisiones de compra; y como agente de consumo autónomo actual, unido a la consideración del niño como mercado futuro de los bienes y servicios producidos en la Comunitat Va-

lenciana. Asimismo, es interesante resaltar el papel del niño como introductor e integrador cultural, pues es un nexo clave de comunicación entre la población de acogida y la inmigrante, y promueve la modificación de hábitos de consumo propios de una y otra.

Una vez definido el sujeto de estudio, se procede al análisis de aquellos organismos y estructuras nacionales e internacionales de referencia en relación a la infancia, de modo que sea posible establecer la posición competitiva que ocupa la Comunitat a partir del conocimiento de otras iniciativas similares. A continuación, se prestará especial atención a la Comunitat Valenciana, atendiendo a todas aquellas estructuras e instituciones orientadas hacia la infancia: fundaciones, universidades, ferias, administraciones, etc. que en su conjunto conforman el potencial que hace a este territorio merecedor de dicha consideración.

El estudio continúa con una relación de los sectores de la Comunitat Valenciana, de modo que sea posible conocer qué aporta cada uno de ellos al tejido empresarial y establecer qué sinergias pudieran derivarse de esta interrelación. La presentación define la importancia relativa que tiene cada sector en la industria de los productos de infancia y su implicación con la misma.

Este trabajo concluye con una reflexión sobre la infancia, su evolución, presente y futura, y las oportunidades que ofrece tanto a la industria como a los servicios dirigidos al público infantil, así como los retos a asumir tanto por este hipersector, como por la Administración.

En definitiva, el presente estudio pretende remarcar el esfuerzo conjunto de la Administración y las empresas de la Comunitat Valenciana, que han logrado desarrollar un hipersector en torno a la infancia, a partir de una oferta consolidada de productos y servicios de calidad y elevado valor añadido.



02

La infancia. Conceptos y datos básicos para el estudio

En este apartado se procederá a abordar una definición del sujeto de estudio, el niño, y de su entorno, la infancia, desde una perspectiva multidisciplinar que nos permita conocer con cierto grado de detalle el objeto sobre el que se articulará el presente trabajo.

2.1 Definición

La importancia del sujeto de estudio al que nos referimos, en cuanto acreedor de una serie de características particulares que lo diferencian de los adultos, hace necesario establecer una primera delimitación conceptual que constituya el sustrato sobre el que se erija este trabajo.

La primera aproximación al concepto de infancia nos conduce a su etimología, que nos referirá que dicho término procede del vocablo latino “infans”, que significa “sin voz”, dada la escasa importancia con que eran considerados los niños en la Antigüedad.

Según historiadores especializados en la infancia como Philip Ariès, los niños únicamente gozaban de tal condición hasta los siete años, edad a partir de la cual comenzaban a recibir una educación formal y ya no se les consentían actitudes y conductas propias infantiles.

La consideración de la infancia ha evolucionado notablemente desde la Antigüedad Clásica hasta la actualidad, donde es valorada por la sociedad como garantía de futuro y amparada por las legislaciones locales, autonómicas, nacionales e internacionales, en normas tales como la Convención de los Derechos del Niño de 1990, en las que se dispensa una especial protección a este periodo de la existencia del ser humano.

La Real Academia de la Lengua define el término infancia como “el periodo de la vida humana desde que se nace hasta la pubertad”, sin establecer una edad concreta que determine los límites de este estadio vital.

Desde una perspectiva legal, el término “niño” queda definido por la Convención sobre los Derechos del niño de 2 de septiembre de 1990 como “todo ser humano desde su nacimiento hasta los 18 años de edad, salvo que haya alcanzado antes la mayoría de edad”.

Por su parte, el artículo 315 del Código Civil, conforme al artículo 12 de la Constitución y al artículo 1 de la Convención, considera como niños a todos los seres humanos menores de 18 años. De manera similar, la Ley Orgánica 1/1996, del 15 de enero de 1996 sobre la protección jurídica del menor, prevé su aplicación a todos los menores de 18 años que se encuentren en el territorio español (art. 1). Algunas leyes ordinarias de las Comunidades autónomas (Cataluña, Galicia y Madrid) hacen la distinción entre niños (de 0 a 12 años) y adolescentes (de 12 a 18 años).

Finalmente, y dado el carácter de este estudio, es necesario establecer una mención a la definición industrial de la infancia. La industria comprende en dicho término a los niños hasta los 14 años, pasando, a partir de aquí, a considerar al niño en una fase intermedia entre niñez y edad adulta que coincide con lo que se ha denominado pubertad o adolescencia, fase que queda fuera del ámbito de este estudio.

Por tanto, analizadas estas opciones, el presente estudio se centrará en niños y niñas con edades comprendidas entre 0 y 14 años y hacia ellos y ellas, y a las industrias que giran a su alrededor, se dirigirán sus conclusiones.

2.2 Realidades en cifras

Una vez delimitado y definido el concepto de infancia, parece necesario realizar una nueva aproximación a este término desde una dimensión cuantitativa, que oriente sobre las cifras de población infantil internacional, nacional y, más específicamente, de la Comunitat Valenciana.

Desde una perspectiva internacional, cabría destacar varios aspectos que intervienen de manera definitiva sobre la evolución de la población infantil situada entre 0 y 14 años. Así, a nivel mundial, la ONU espera poder controlar el crecimiento poblacional a partir del año 2015 con el cumplimiento de los denominados Objetivos del Milenio (ODM).

A la vista de los datos que aparecen en el **Gráfico 2.1**, la disminución porcentual (incluso absoluta a partir del año 2030) de población entre 0-14 años, junto con

Gráfico 2.1. Evolución y proyecciones de la población mundial (0-14 años)



el cumplimiento de los ODM de redistribución de la riqueza y mejora de los niveles de renta, llevará aparejado un aumento significativo de la capacidad y las posibilidades de gasto en bienes y servicios dirigidos a la población situada en dicha franja de edad.

De acuerdo con las proyecciones estadísticas poblacionales para España y la Comunitat Valenciana, el peso de la población entre 0 y 12 años¹ tenderá a incrementarse en el tiempo. Además, se estima que se produzca un incremento porcentual de la presencia de población de estas edades en la Comunitat Valenciana sobre el conjunto de España, lo cual supondrá un mayor gasto proporcional en bienes y servicios dirigidos y orientados a la población infantil.

Tabla 2.1 Proyecciones de población para España y Comunitat Valenciana

España	2002	2005	2010	2015	2017
Total población	40.964.244	42.935.001	45.311.954	47.118.532	47.780.709
Total población 0-12 años	5.089.933	5.386.860	5.930.336	6.323.469	6.373.176
% población 0-12 años	12,4%	12,5%	13,1%	13,4%	13,3%

Comunitat Valenciana	2002	2005	2010	2015	2017
Total población	4.163.094	4.503.560	4.934.885	5.287.899	5.422.529
Total población 0-12 años	523.640	577.443	668.094	741.243	757.279
% población 0-12 años	12,6%	12,8%	13,5%	14,0%	14,0%

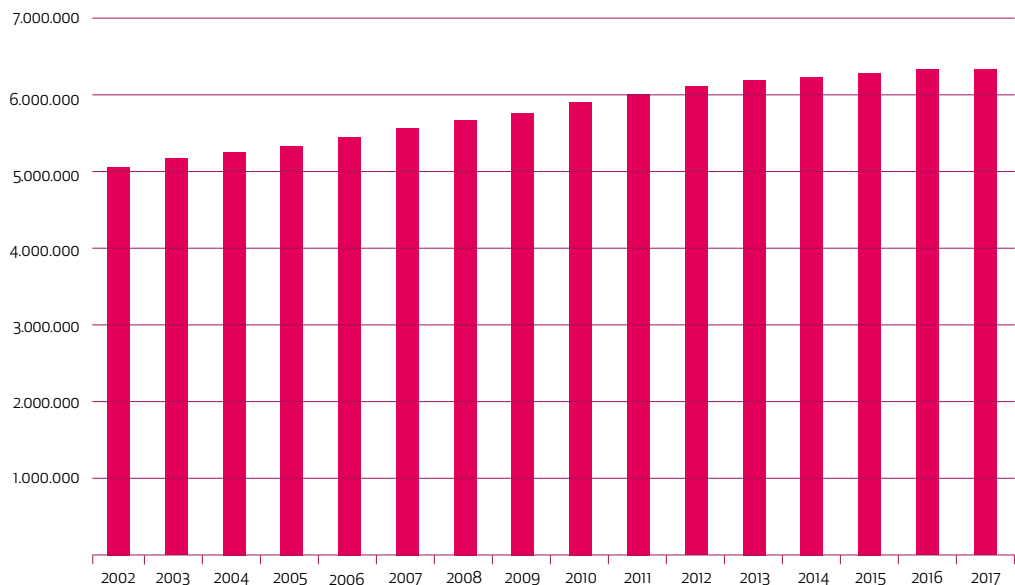
	2002	2005	2010	2015	2017
% población 0-12 años Com. Valenciana / población 0-12 años España	12,4%	12,4%	12,4%	12,4%	12,4%

Fuente: INE (2008)

¹ Los datos relativos a España y a la Comunitat Valenciana hacen referencia a la población de entre 0 y 12 años, pues se excluye el grupo de preadolescentes que sí se contemplaba en los datos extraídos de la ONU.

Para el período analizado en el **Gráfico 2,2**, 2002-2017, se espera que se produzca en España una tasa de incremento del 25% de población infantil en el año 2017 sobre la existente en el año 2002, mientras que para el caso de la Comunitat Valenciana las previsiones son del 45% de incremento. Por lo tanto, podría enunciarse que el aumento de los bienes y servicios destinados a cubrir la demanda de esta población puede constituir una oportunidad.

Gráfico 2.2. Proyección estadística de la población infantil en España. (0-12 años)



Fuente: Red I-CREO a partir de datos del INE (2008).

La imagen que proporciona el **Gráfico 2,3**, a modo de pirámide poblacional, señala claramente las tendencias en población infantil, que evolucionarán hacia un crecimiento para todas las edades, con un incremento inicial de las tasas de natalidad, que se moderan con el paso del tiempo, lo cual indica que los productos y servicios dirigidos a la población infantil preadolescente van a tener, proporcionalmente, una mayor demanda en el futuro.

Gráfico 2.3. Proyección estadística de la población infantil por edades en España (0-12)

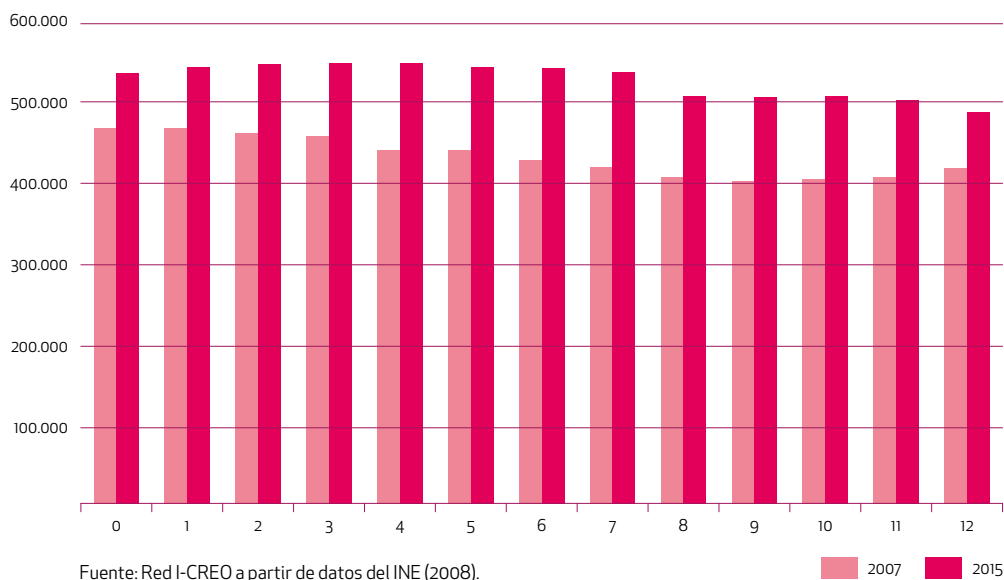


Gráfico 2.4. Proyección del peso relativo de la población infantil (0-12 años)

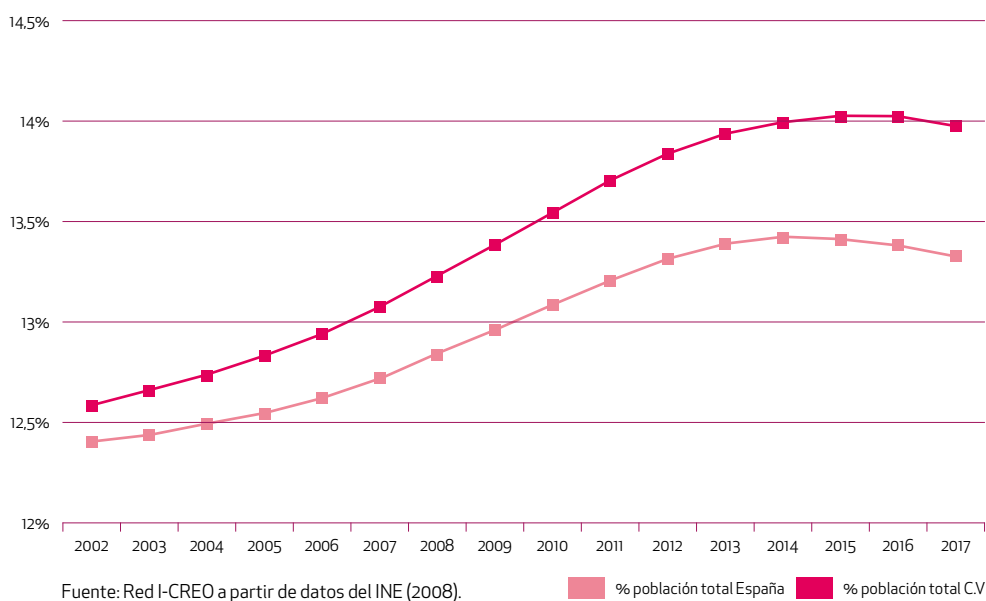
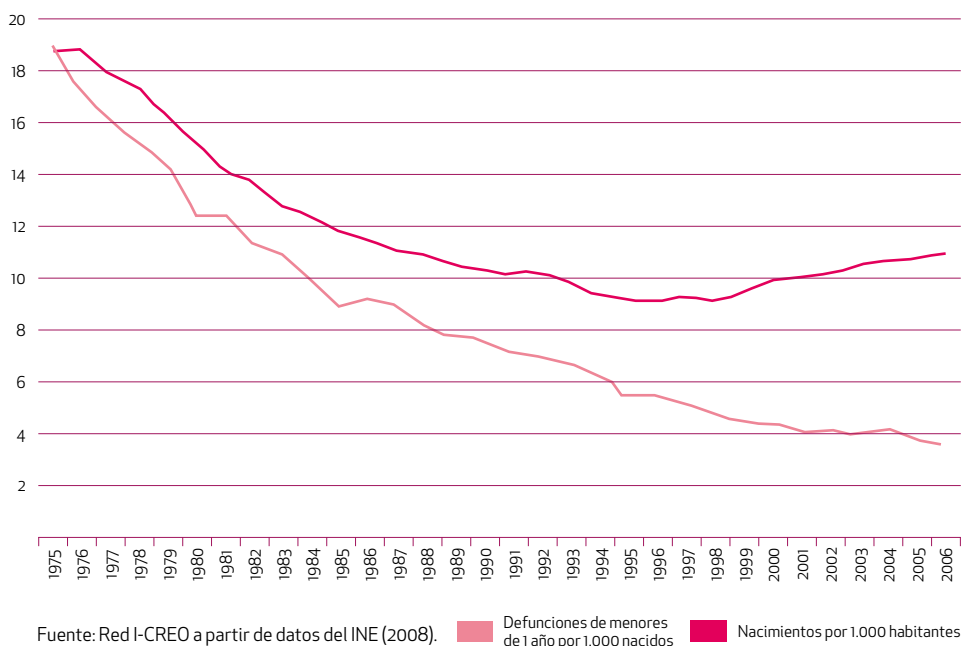


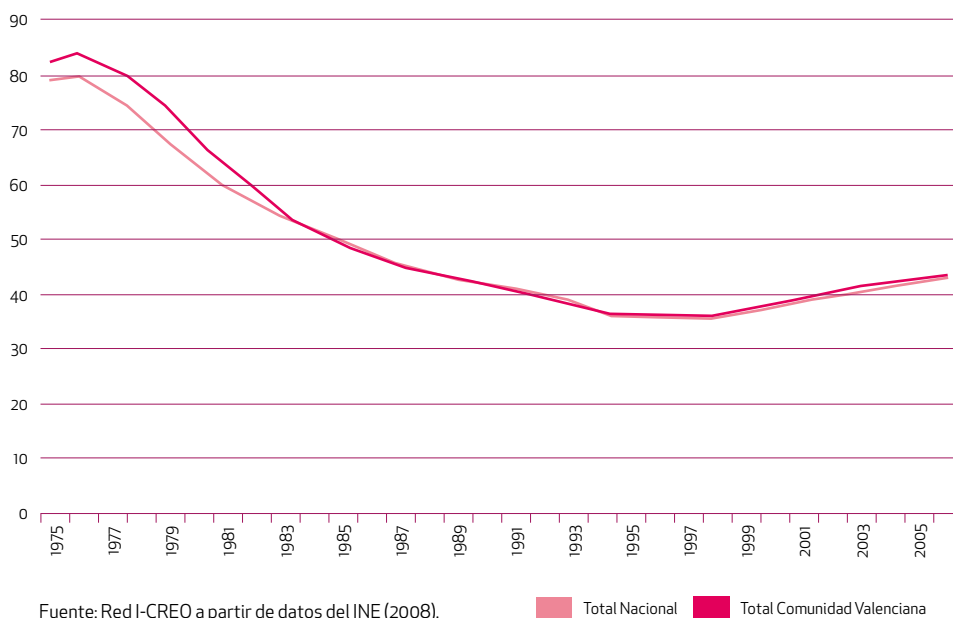
Gráfico 2.4. Proyección del peso relativo de la población infantil (0-12 años)



En base a los datos recogidos en el **Gráfico 2.4**, se advierte como el peso relativo de la población infantil en la Comunitat Valenciana se encuentra por encima de la media española, viéndose incrementado a lo largo del período de tiempo estudiado y percibiéndose una pequeña caída en el año 2017, prácticamente insignificante.

La evolución de las tasas brutas de natalidad y mortalidad infantil observadas en el **Gráfico 2.5**, permite ser optimistas sobre el modelo de crecimiento y desarrollo poblacional futuro de España y de la Comunitat Valenciana, sobre todo por la recuperación de la tasa bruta de natalidad desde 1999, y las mejoras socio-sanitarias que han permitido reducir de una manera más que significativa la tasa de mortalidad infantil.

Gráfico 2.6. Evolución de la tasa global de fecundidad.



Los datos del **Gráfico 2.6** muestran una mejora de la tasa global de fecundidad desde finales de la década de los años 90, reflejando el impacto positivo que sobre ésta han podido tener las medidas de conciliación socio-laboral emprendidas desde entonces, junto con los efectos inducidos por el crecimiento de la población inmigrante. Debemos señalar también la existencia de un comportamiento paralelo, prácticamente idéntico, de la situación de la Comunitat Valenciana respecto del conjunto de España.

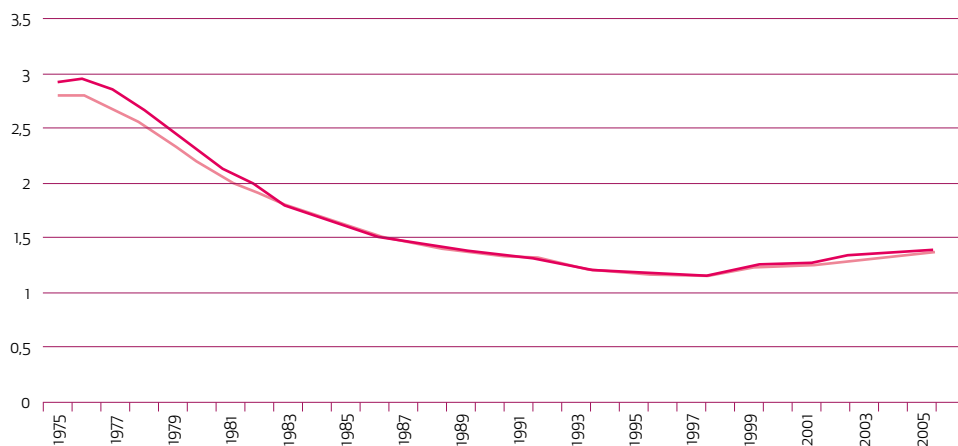
Derivado del desarrollo socio-económico, del progresivo incremento de la presencia de la mujer en puestos de trabajo y de las medidas de conciliación de la vida laboral y familiar, mencionadas anteriormente, se advierte en la siguiente Tabla cómo se ha incrementado notablemente la edad media de nacimiento del primer hijo en la Comunitat Valenciana.

Tabla 2.2 Edad media a la maternidad. Unidades: Años

Año	1976	1986	1996	2006
España	28,51	28,53	30,19	30,89
Comunitat Valenciana	28,48	28,57	30,16	30,77

Fuente: INE (2008).

Gráfico 2.7. Evolución del número medio de hijos por mujer.



Fuente: Red I-CREO a partir de datos del INE (2008).

■ Total Nacional ■ Total Comunidad Valenciana

De manera idéntica a los gráficos vistos anteriormente, el **Gráfico 2,7** muestra una recuperación favorable a partir de 1998 en el número medio de hijos por mujer y, por lo tanto, en la mayor presencia de menores de edad y, más concretamente, de población infantil (0-12 años) por hogar en España y en la Comunitat Valenciana.

Tabla 2.3 Evolución de la cuota de población extranjera 0-14 años sobre el total de la población de 0-14 años

Año	España	Comunidad Valenciana
1998	1,3%	1,3%
1999	1,6%	2,0%
2000	2,1%	2,4%
2001	2,9%	3,0%
2002	4,4%	5,0%
2003	6,0%	7,4%
2004	7,2%	9,0%
2005	8,4%	10,8%
2006	9,1%	12,0%
2007	9,8%	13,3%
2008	11,2%	15,1%

Fuente: INE (2008).

Por otra parte, es importante resaltar el fenómeno de la inmigración que, tal y como se advierte en el gráfico inferior, se ha incrementado desde el 1,3% de 1998 al 11,2% en el 2008 en España y, en el caso de la Comunitat Valenciana, partiendo de un mismo porcentaje, la tasa se ha elevado hasta situarse en un 15% en el 2008.

Además, más allá del peso que la población inmigrante representa, resulta necesario señalar ciertas características propias de este fenómeno, que ponen de manifiesto que, aunque los niños procedentes de otros países o nacidos en primera o segunda generación de inmigrantes, se suelen integrar rápidamente en la población que les acoge, habitualmente mantienen ciertas particularidades culturales propias de sus países de origen, lo que les permite ser, a su vez y de forma muy eficaz, introductores de sus progenitores en la cultura del país que los recibe, y viceversa.

En definitiva, la población infantil inmigrante, aún siendo un grupo asimilado perfectamente a la cultura receptora, es suficientemente representativa y significativa para tomarla en consideración a la hora de elaborar estrategias de consumo dirigidas a las distintas etnias y culturas que componen el tejido poblacional de la Comunitat Valenciana.



03

El desarrollo del niño y su papel en la sociedad

La infancia es una época de constantes cambios en la que el niño va recorriendo su revelador camino hacia la madurez. En este sentido, no se debe concebir esta etapa como un periodo vital homogéneo, con unas características propias y comunes a todas sus fases, sino que, por el contrario, habría que definirla como una consecución de etapas permeables a las influencias que reciben del entorno.

Por tanto, se advierte la necesidad de aproximarse al sujeto de estudio desde una doble perspectiva: por un lado, la del niño como individuo, en tanto que es un ser único que atraviesa una serie de fases biológicas y psicológicas en su desarrollo y por el otro, el niño como ser social, expuesto a un conjunto de factores que no sólo influyen en este proceso, sino que contribuyen de modo decisivo a conformarlo.

Desde esta perspectiva sociológica Tucker (1979) define al niño como “un ente receptor de diferentes influencias de acuerdo con la cultura dentro de la cual ha nacido y, en particular, según sean los caminos y modos en que dichas influencias han sido ejercidas sobre él por padres y cuidadores”.

3.1 Los agentes de socialización

Las anteriores influencias son recibidas por el niño a través de los agentes de socialización, entre los que cabría destacar la familia, la escuela y los medios de comunicación.

3.1.1 La familia

La familia puede ser definida, desde una dimensión sociológica, como un conjunto de personas unidas por lazos de parentesco, que bien pueden ser de afinidad o de consanguinidad.

Este conjunto constituye el primer grupo de vinculación social del niño en el mundo, a través del cual comenzará a aprender conductas sociales tan importantes como el habla y cubrirá sus necesidades vitales básicas, tales como la alimentación, el vestido, la salud, la vivienda o la emotividad.

Dentro de la familia cabría hablar de la microsociedad que constituyen los hermanos, individuos de semejante edad y con problemas similares a los que le acontecen al niño en su vida cotidiana, y con los que se establecen unas relaciones más informales, menos rígidas y autoritarias que las que se mantienen con los padres.

3.1.2 La escuela

El colegio representa uno de los principales agentes de socialización de los niños fuera del ámbito familiar y uno de sus primeros contactos con el mundo exterior, lejos de la protección de sus progenitores. Frente a la relación de apego que se establece entre los miembros de una familia y en la que los niños mantienen una posición de respeto, cariño y necesidad, en el caso de la escuela se puede hablar de relaciones de amistad basadas en la afinidad entre los compañeros de clase.

La socialización en la escuela está determinada por los siguientes factores:

- El programa de asignaturas y el contenido de las mismas.
- El conjunto de ritos de la escuela: horarios, celebraciones, filosofía del centro, etc.
- El profesorado que imparte las asignaturas.
- Los compañeros.

3.1.3 Los medios de comunicación social

La elevada exposición de los niños a los medios de comunicación, que según diversos estudios se sitúa en torno a 990 horas anuales², superando incluso las 960 horas que supone la asistencia a la escuela, explica su poder de influencia, especialmente en el caso de la Televisión e Internet.

Junto con la familia y la escuela, los niños descubren y aprenden la realidad a través de los contenidos vertidos por la Televisión, Internet, y por todos aquellos medios y soportes que se yerguen en transmisores de conductas, hábitos, modelos... y en definitiva estilos de vida que el niño asume al considerarlos propios.

3.2 Etapas del proceso de socialización

La incidencia conjunta de estos grupos de influencia en el desarrollo de los niños junto con el resto de factores que pudieran adherirse a ellos conformará la socialización, esto es, el proceso de aprendizaje mediante el cual se interioriza un sistema de valores que constituyen e integran una cultura y por el que se pasa a formar parte de ella (Nieto, 2003).

Este proceso de socialización puede ser dividido en dos grandes etapas:

- **Socialización primaria:** Ocupa los primeros años de vida del niño, en los que éste se ve sometido a procesos afectivos y cognitivos, gracias a los cuales se ubica socialmente y desarrolla destrezas básicas como son el lenguaje y la interrelación.
- **Socialización secundaria:** El niño comienza a integrarse en nuevas situaciones sociales que exigen un mayor esfuerzo de asimilación de pautas y normas, conforme a las cuales se articula la acción social en el nuevo contexto, dando lugar a los diferentes roles.

² De acuerdo con datos del Libro Blanco: La educación en el entorno audiovisual (2003) publicado por el Consejo Audiovisual de Catalunya (CAC) y con estudios del Comité de medios de comunicación de la Asociación Española de Pediatría, que arrojan una media de 146 minutos al día. Además, y según datos de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), la televisión goza de una penetración en los hogares superior al 95%.

Junto a esta evolución propiciada por factores externos al propio niño, que inciden significativamente en la construcción social de su personalidad, y con el fin de alcanzar una aproximación más completa al sujeto de estudio, es necesario profundizar en el análisis de aquellas etapas o estadios psicológicos que atraviesa desde su nacimiento hasta su ingreso en la edad adulta.

Así, no se puede hacer referencia a la infancia como un grupo de población homogénea, con unas propiedades comunes, sino que se deben distinguir cada uno de los estadios evolutivos que conforman, por sí mismos, conjuntos con características similares en función de la edad de los niños.

Jean Piaget, el célebre psicólogo suizo que dedicó su actividad investigadora al estudio de la infancia, realizó una de las aportaciones más significativas al estudio de la infancia como es la teoría de los estadios de desarrollo cognitivo, que Elkind (1978) sintetiza en los siguientes periodos :

3.2.1 Periodo de la actividad sensoriomotor

El periodo de la actividad sensoriomotor, abarca desde el nacimiento hasta los dos años. En esta fase el niño aprende a conocer el mundo a través de sus sentidos y a coordinar la información que le proporciona cada uno de éstos, realiza las primeras aproximaciones a su entorno y muestra una conducta dirigida a un objetivo.

Dadas las constantes evoluciones que se producen en esta primera etapa de la infancia podemos distinguir las siguientes fases:

Tabla 3.1

Estadio	Periodo	Características
Estadio de los mecanismos reflejos congénitos	Del nacimiento hasta el primer mes	El bebé realiza movimientos reflejos o impulsos y se adapta a su entorno para satisfacer sus necesidades básicas (por ejemplo, nutrirse)

Estadio de las reacciones circulares primarias	Del 1º al 4º mes	Se caracteriza por la repetición de actos sencillos (por ejemplo, chuparse el dedo).
Estadio de las reacciones circulares primarias	De los 4 a los 8 meses	Supone una superación de la anterior, al incluir objetos en la repetición de las acciones (por ejemplo, un sonajero o unas llaves).
Estadio de la coordinación de los esquemas de conducta previos	De los 8 a los 12 meses	El bebé es capaz de incorporar los logros de conductas anteriores para alcanzar otros. Además, tiene conciencia de que un objeto continúa existiendo aún fuera de su percepción inmediata.
Estadio de los nuevos descubrimientos por experimentación	De los 12 a los 18 meses	El niño comienza a realizar los primeros descubrimientos por experimentación: por ejemplo, tira un juguete a un lado, al otro,...
Estadio de las nuevas representaciones mentales	De los 18 a los 24 meses	El niño vincula las propiedades del objeto con la imagen recordada del mismo, como son sus usos, su forma, su tamaño y su color.

Fuente: Red I-CREO a partir de Elkind (1978) y
<http://pedagogiafilos.spaces.live.com/blog/cns!A136F58CEAA9CD4E!201.entry>

Los productos dirigidos a niños que se encuentran en el estadio de la actividad sensoriomotor deben de estimular los sentidos, por lo que se recomienda la combinación de diferentes texturas, los colores muy saturados y muy vivos, y los sonidos.

Además, puesto que los niños en estas edades son especialmente sensibles a las agresiones del entorno, se aconsejan los materiales naturales como la madera en los muebles, el algodón, la lana o el lino en el textil, y otros tejidos suaves que protejan su delicada piel. De hecho, esta sensibilidad obliga a fabricantes de moda a que las prendas estén recubiertas con materiales naturales y con todas las costuras ocultas, para no rozar la piel de los bebés.

Otra consideración importante será también el confort, que se verá reflejado en el mobiliario infantil a través de líneas suaves, sin elementos que puedan suponer una agresión y con estructuras acolchadas en las partes que están más en contacto con el bebé.

La necesidad que tienen los bebés de explorar bucalmente todos los objetos que tienen a su alrededor determina que juguetes, textiles, muebles, y otros productos con los que los niños puedan interactuar, cumplen estrictamente con las normas de seguridad y estén concebidos para ese potencial uso, además del propio para el que inicialmente fueron creados.

Los juguetes de los que podríamos hablar en esta etapa serían los móviles para cuna, pequeños peluches para el carro, mantitas de actividades y gimnasios, sonajeros, peluches con texturas, libros blandos, balancines, correpasillos, arrastres, etc. A partir del primer año, instrumentos musicales, triciclos, juegos de psicomotricidad, juegos de escenario con figuras de fácil manipulación, construcciones, y otros de similar naturaleza.

Dentro del textil hogar, se considerarían: los arrullos, ropa de cuna, mantitas, chichoneras, textil para carritos, textil baño, elementos de decoración de habitación del niño como papeles pintados y cenefas, y todos los complementos textiles del bebé (bolsas, neceseres, maletas, mochilas, almohadas de lactancia, etc.).

En el ámbito de la confección para el bebé se utilizarían, tal y cómo se viene indicando, prendas que ofrecen confortabilidad, abrigo y protección, preparadas para atender a un ser totalmente dependiente de los padres: calzado de plegateo, peúcos, polainas, bodys, camisetas, faldones, peleles, ranitas, conjuntos de bebé, rebecas, gorros, manoplas, así como trajes para determinadas ceremonias.

Por lo que respecta al sector del mueble, se dirigen a esta etapa las cunas, tronas, bañeras, los cambiadores, las camas de tamaño más reducido que crecen conforme lo hace el niño, mesitas y armarios, así como el mobiliario propio de las guarderías. Todo este tipo de objetos debe cumplir con las rigurosas normas de seguridad establecidas por la autoridades para la mejor protección de la salud y bienestar de los niños (ej. estabilidad de las tronas, elementos y pinturas no tóxicos, tamaño de sus piezas y componentes, riesgo de asfixia, etc.).

Respecto al resto de elementos destinados al bebé que propone la puericultura, en esta etapa serían importantes tanto los útiles para su desplazamiento (coches y sillas de paseo, marsupios, de automóvil, todoterrenos, etc.) que se complementan con plásticos de paseo, sombrillas, etc.; como aquellos útiles genéricos dirigidos a la higiene y cuidado del bebé (cremas, lociones, pañales, toallitas, etc...), artículos de alimentación infantil y menaje, de dentición, seguridad infantil y puericultura técnica.

Dado que el poder prescriptor de los niños todavía no se ha manifestado a esta edad, es a los padres a quien compete tomar la decisión de la alimentación que van a procurar a sus hijos, valorando, significativamente en estas edades, la calidad nutricional de los productos que garanticen que aquellos se desarrollarán saludablemente, y la comodidad en la preparación y conservación de los alimentos envasados. Así, el sector alimentario provee de leches preparadas, papillas, potitos, alimentos enriquecidos o adaptados a sus necesidades más o menos puntuales.

3.2.2 Periodo pre-operativo

El periodo pre-operativo abarca de los dos a los siete años. En este periodo, los niños realizan un salto cualitativo hacia adelante, gracias a su nueva habilidad para usar tanto símbolos como palabras para representar personas, lugares y objetos. Además, pueden pensar en objetos que no tienen delante, imitar acciones que no ven, aprender números y usar el lenguaje de un modo más sofisticado. Sin embargo, existen limitaciones importantes en el pensamiento. En esta etapa, los niños generalmente no logran tener en cuenta todos los aspectos de una situación y se centran en un único aspecto, ignorando otros de igual importancia. Son todavía egocéntricos, es decir, tienen dificultades para considerar el punto de vista de otra persona y, a menudo, se comportan como si las personas de su alrededor estuvieran mirándoles con sus propios ojos y su propia manera de percibir, sintiéndose protagonistas de todos los sucesos importantes. Conforme se va incrementando la edad, esta característica va desapareciendo.

Será en el transcurso del segundo año de vida cuando realmente se observen modificaciones en la conducta infantil, que señalan una ruptura con la etapa anterior en la que el niño todavía es un bebé dependiente de sus progenitores. Es éste el momento de sus primeras palabras, sus primeros pasos, de la conquista de una cierta autonomía y de la ampliación de los contactos sociales, dado que se asiste a la transición de una inteligencia en acción a un pensamiento conceptualizado, tal y como postulan Sinclair, Stambak, Lézine, Rayuna y Verba (1982).

Tabla 3.2

Estadio	Periodo	Características
Estadio Preconceptual	Del nacimiento hasta los 4 años	La característica más importante en este estadio es la adquisición del lenguaje que, diariamente, se va enriqueciendo con nuevas palabras, junto con la imitación simbólica de las conductas que observa en las personas que le rodean.
Estadio Intuitivo	Desde los 4 a los 7 años	Este momento es precursor del pensamiento operatorio, en el que el niño ya es capaz de expresar sus sentimientos, y comienza a comportarse de modo similar a los mayores.

Los productos destinados a esta franja de edad deben estimular el aprendizaje, facilitando la memorización de conceptos, y desarrollar la imaginación y creatividad de los niños. Asimismo, es importante que afiancen su habilidad en el movimiento corporal y que estimulen su psicomotricidad fina, que será la que les permitirá ir fortaleciendo su autonomía (ej. abrocharse y desabrocharse botones, subir y bajar cremalleras, recortar, etc.). Un elemento importante que debe ser considerado es el aumento de la actividad física, característica que requerirá que las prendas sean flexibles, capaces de volver a su sitio tras un movimiento intenso y que sean protectoras en las zonas de mayor riesgo y resistentes en las de mayor contacto (articulaciones).

La puericultura, hasta los 4 años aproximadamente, será un importante complemento en apoyo a esa independencia recién inaugurada del niño.

Como se ha dicho, conforme se vaya haciendo mayor, el niño querrá imitar las conductas de los adultos, por lo que se incrementará la oferta de productos que reproduzcan escenas de su vida cotidiana y comenzará a interactuar con otros compañeros de su edad.

Los juguetes preferidos en estas etapas serán las muñecas y accesorios, los vehículos y pistas de coches, las pinturas, plastilinas y manualidades, los puzzles, las construcciones, los juegos de mesa sencillos, los instrumentos musicales, los ordenadores infantiles, etc.

En lo que respecta al sector textil-hogar, esta franja de edad está fuertemente ligada a los personajes y contenidos de dibujos o series de acción que observan en la tele y tienen un fuerte impulso sobre la moda infantil, de tal manera que es adecuado el desarrollo de líneas destinadas al hogar con el uso de licencias o la incorporación de elementos o iconos con un elevado grado de reconocimiento entre la población infantil.

En cuanto al sector de la moda infantil, la tipología de producto se amplía desde aquel diseñado para un individuo dependiente (bebé) a otro diseñado para un ser independiente (niño). Así, cabría mencionar calzado infantil, prendas interiores, polos, suéter, cardigans, prendas de deporte, chalecos, petos y pichis, pantalones, cazadoras, impermeables, trajes, conjuntos, vestidos, pijamas y trajes de baño, entre otros. En la rama de los complementos que se empiezan a usar a partir de esta edad, se encuentra un amplio repertorio en accesorios y adornos para el cabello, bisutería, cinturones y tirantes, sombreros, corbatas, guantes y bufandas, mochilas, paraguas y chubasqueros. Respecto al mobiliario, y dado que es el momento en el que el niño comienza a disponer de mayor autonomía, se necesitan camas adaptadas a su tamaño con distintos colores, formas y temáticas, creando un ambiente determinado para cada niño; o mobiliario destinado a una funcionalidad determinada como podría ser, por ejemplo, una zona de estudio. Para fuera del hogar, se diseña mobiliario urbano para parques infantiles o jardines de casas particulares, hamacas para la playa y, cómo no, el necesario mobiliario escolar.

En esta fase de progresiva independencia, se abandona el uso de todos los elementos que servían a los progenitores para manejar y servir mejor al bebé, en favor de otros de transporte más ligero que sirvan de descanso en el desplazamiento del niño, así como utensilios de higiene y de menaje adaptados, que contribuyan a la mayor autonomía del niño.

Por lo que se refiere al sector alimentario, la dieta de los niños comienza a ser más sólida y se asemeja a la de los adultos. Los niños tienen una fuerte dependencia de los alimentos que consumen para adquirir la energía necesaria que les lleve a un correcto desempeño de las actividades diarias (estudio y ejercicio) así como a un crecimiento saludable. El sector alimentario debe seguir estrategias basadas en la educación nutricional que deberán promover, especialmente, el correcto desayuno (cereales, lácteos y fruta), ya que necesitan acumular energía al principio de la mañana para ir repartiéndola a lo largo del día.

3.2.3 Periodo de operaciones concretas

El periodo de las operaciones concretas, de los siete a los once años, es aquel en el que el niño puede pensar de forma lógica acerca de cosas que están presentes y reproducir en su mente aquello que antes tenía que realizar por medio de acciones externas (ej. puede contar mentalmente sin necesidad de emplear los dedos o establecer relaciones entre las cosas, incluso si no están presentes).

Además, también es característica de esta etapa la capacidad de memorizar.

Por otra parte, en esta fase de desarrollo se produce lo que los científicos denominan “descentralización”, esto es, en contraposición al egocentrismo, la capacidad del niño para asumir otros puntos de vista. Esta misma habilidad permite al niño pensar en diferentes dimensiones sociales, es decir, asumir la adición de roles que pueden llevar a una misma persona a ser profesor, padre o tenista los fines de semana.

En este estadio el niño se convierte en un ser verdaderamente social, apareciendo los conceptos de causalidad, espacio, tiempo y velocidad. A finales de esta eta-

pa, el niño ya puede participar en una verdadera comunicación, intercambiando opiniones, así como comparar lo que ve y oye con lo que sabe.

También se desarrolla el sentimiento de pertenencia a un grupo, por lo que los productos enfocados hacia esta etapa deben tener en consideración esta característica.

En este periodo, la llegada a los siete años supone un nuevo punto de inflexión que comporta una ruptura con la etapa precedente. De hecho, ya las leyes romanas en la Antigüedad Clásica ponen de manifiesto cómo los niños dejaban de considerarse como tales a esta edad. Tucker (1979) y el historiador Philip Ariès (1987) inciden también en el significado que se le atribuyó en la Francia del siglo XVI a la edad de siete años, pues era la que marcaba el final de la infancia.

Teniendo, por tanto, en cuenta lo anterior, los productos dirigidos a esta franja de edad deberán poseer una serie de cualidades y características que les distingan claramente de la etapa precedente. De este modo, las paletas cromáticas se transforman adoptando gamas de colores más oscuros, las formas se vuelven más agresivas, cambian los personajes que imprimen estilo en los productos, se potencia la importancia del grupo, etc. y, en definitiva, se aspira a parecerse a los objetos propios de edades superiores, pero sin abandonar del todo la etapa infantil.

Los juguetes vinculados a estas edades tratan de imitar objetos domésticos o relacionados con profesiones. Además, se destacan otras categorías como los juguetes de escenario, las muñecas, los juegos de mesa, los juegos de aire libre y deportes, las manualidades, las mascotas interactivas, los juguetes electrónicos, los vehículos de radiocontrol, y otros juguetes de aprendizaje e investigación. Con respecto al textil-hogar, la consolidación de la independencia y de la autonomía, así como la socialización y la influencia de los medios y los grupos de referencia, implican unas preferencias de producto más personalizadas e influidas por la moda y los medios de comunicación. En cuanto a la vestimenta, la moda es un referente de socialización y de individualización al tiempo que

comienza a imponerse en estas edades, cobrando importancia el fenómeno de la marca, cuestión que desarrollaremos en apartados posteriores. Dentro del tipo de producto se mantienen la mayoría de prendas de la etapa anterior con una convergencia cada vez mayor con las prendas y complementos más propias de la moda del adulto.

En lo referido al mobiliario, se destaca el poder de decisión que comienzan a adquirir los niños y que se traduce en la personalización de la decoración de su habitación. La habitación se convierte en el espacio privado del niño y éste trata de afirmar que, tanto el mobiliario como la decoración escogida, reflejen su personalidad.

En lo que atañe a la alimentación, en estas franjas de edad, las dietas se normalizan y se igualan a las del mundo adulto, los niños empiezan a tener criterio y conocen qué productos son más saludables. La educación nutricional a nivel escolar juega un papel fundamental en la elección del producto y existe una libertad mayor a la hora de seleccionar el alimento.

3.2.4 Periodo de las operaciones formales

El periodo de las operaciones formales, comienza a los once o doce años y constituye la base para el pensamiento abstracto. En este último estadio el niño ya puede razonar sin que necesite valerse de situaciones actuales o concretas, es decir, pueden tratar problemas no presentes físicamente, realizar hipótesis e intentar comprobarlas sistemáticamente. Es el momento en el que también se desarrollan los conceptos morales.

Esta etapa es la puerta de entrada hacia la adolescencia, una fase de transición entre el mundo infantil, que deja atrás, y el universo adulto, que todavía no ha alcanzado. Esta particular situación imprime unas características muy singulares a esta fase, puesto que se provoca un rechazo de todo lo que es propio de la edad anterior, a la que tildan despectivamente de "infantil", pero tampoco encuentran su sitio en la edad adulta, que consideran amenazante, aburrida e incapaz de comprender sus problemas.

Los productos dirigidos a esta franja de edad suelen apoyarse en personajes licenciados (prescriptores) que gozan de reconocimiento entre los adolescentes o muestran estilos de vida que se apoyan en los grandes conceptos e ideales que son valorados a esta edad (libertad, independencia, amor, etc.), y todo ello bajo una estética que impacte e imprima estilo en quien lo consuma.

En esta edad ya no se puede hablar de juguetes propiamente dichos, aunque la actividad lúdica sigue estando presente a través de las videoconsolas, los productos electrónicos, los juegos de mesa y de rol o los deportes.

Por lo que respecta al textil-hogar, esta franja de edad quiere desmarcarse de todo lo que les recuerde a la etapa anterior, por lo que buscan ropa de cama que les ayude a definir su estilo. Con respecto a la vestimenta, suelen seguir las últimas tendencias de moda y son consumidores de marcas.

El mobiliario en esta franja de desarrollo no suele experimentar grandes variaciones, pues se sigue manteniendo el de la etapa anterior, transformado únicamente por la ropa de cama. En el caso de la alimentación, los preadolescentes se inclinan en esta edad por los productos envasados, aptos para comer en cualquier lugar y, especialmente en el caso de las chicas, se instauran criterios relacionados con los cánones de belleza.

Tabla 3.3

Estadio	Características de los productos	Productos
Periodo de la actividad sensimotor (0 – 2 años)	Descubrimiento del entorno a través de los sentidos: combinación de diferentes texturas, colores saturados y vivos y sonidos. Utilización de materiales naturales: madera, lino, algodón, ... que no irriten su piel.	Juguetes: móviles para cuna, correpasillos, peluches con texturas, juguetes de actividades,...
		Textil: Arrullos, ropa de cuna, textil para carritos, así como todo lo relacionado con la moda (pijamas, peleles, bodys...) y el calzado.
		Mueble: cunas, tronas, bañeras, cambiadores...
		Puericultura: útiles de desplazamiento (carritos y accesorios), higiene, cosmética y salud (cremas, pañales, chupetes...), menaje y alimentación (biberones).
Periodo preoperativo (2 a los 7 años)	Comienzo del habla, uso de los números, imitación de conductas adultas. Productos que estimulan el aprendizaje, la memorización de conceptos, el desarrollo de la imaginación y la creatividad y el afianzamiento de habilidades psicomotrices.	Alimentación: leches preparadas, potitos, alimentos enriquecidos...
		Juguetes: muñecos y muñecas, construcciones, manualidades, puzzles...
		Textil: implantación de licencias en el textil hogar y, en vestimenta, progresivo desplazamiento de la ropa de bebé a favor de la imitación a la del adulto.
		Mobiliario: camas adaptables al tamaño de los niños y mobiliario para habitación y estudio. También mobiliario para parques y jardines.
		Puericultura: carros más ligeros, sillas para el coche, menaje y otros productos que refuercen la autonomía de los niños.
		Alimentación: dieta semejante a la de los adultos, con alimentos sólidos, que deben aportarles la energía necesaria para sus actividades físicas e intelectuales.

El periodo de las operaciones concretas (7-11 años)	Desarrollo del pensamiento lógico y el ser social. Los productos con estética menos infantil, más adulta, sin llegar a serlo completamente. Se potencia la importancia del grupo.	Juguetes: imitación adultos (profesiones, hogar...), juguetes de escenario, juegos de mesa, juegos de aire libre, juguetes electrónicos...
		Textil: productos personalizados, en los que tienen gran influencia la moda y los medios de comunicación.
		Vestimenta: la moda comienza a cobrar una gran importancia al igual que las marcas.
		Mobiliario: los niños aumentan su autonomía y personalizan sus habitaciones.
		Alimentación: la dieta se iguala al mundo adulto y los niños comienzan a influir decisivamente en los productos que se adquieren para ellos.
El periodo de las operaciones formales (a partir de los 11 años)	Puerta de entrada a la adolescencia. Productos basados en los conceptos e ideales propios. Abandono de los de la infancia.	Juguetes: Juguetes electrónicos, juegos de mesa y de rol, deportes...
		Textil hogar: ropa de cama que les ayude a definir su estilo.
		Vestimenta: el grupo comienza a condicionar el estilo que seguirán los niños junto con el factor moda.
		Alimentación: alimentos envasados, aptos para consumir en cualquier momento.

Fuente: Red I-CREO (2009)

Todo este proceso evolutivo que se ha analizado en páginas anteriores conceptúa al niño como un ser que se define en contraposición al adulto puesto que, biológicamente, acumula una menor edad. Y el niño crece asumiendo o, mejor dicho, al asumir los valores, hábitos, conductas y conocimientos de sus modelos de referencia adultos (Frances, 2007).

Pero esta dependencia del mundo adulto no priva a la infancia de sus propias particularidades: su actividad incesante por descubrir el mundo, incorporando los datos que le proporciona su experiencia real a sus estructuras cognitivas innatas, su egocentrismo, su sociabilidad, su animismo (atribución de pensamientos y emociones humanas a simples cosas), o su finalismo o creencia de que el Universo participa de los objetivos del ser humano (Tucker, 1978).

Así pues, se pretende transmitir a través de estas líneas cómo la infancia es un estadio complejo en la vida del hombre que no puede definirse desde una perspectiva homogénea sino que, por el contrario, se debe atender a cada una de sus fases, con unas necesidades particulares que el mercado, en este caso el mercado valenciano, deberá atender, comprender y satisfacer a través de una adecuada oferta de productos y servicios.

3.3 La infancia en la sociedad de consumo

La consecuencia del desarrollo de la sociedad de consumo es el nacimiento y consolidación de una nueva faceta de la infancia: la integración de prácticas de consumo como parte de su cotidianidad.

No obstante, y dada la vinculación del niño consumidor con la sociedad industrial, es necesario especificar que este fenómeno es un producto cultural, que sólo tendrá presencia en aquellas sociedades portadoras de estos valores y cuya existencia, en ningún modo, se debe atribuir a una evolución natural de la infancia.

3.4 El niño como consumidor

El origen de este fenómeno del niño consumidor debemos situarlo en la década de los 50, en los años posteriores a la II Guerra Mundial. Es justamente en ese marco temporal, en el que Mc Neal (1993) sitúa históricamente el nacimiento del niño consumidor en Estados Unidos, el llamado “Kid client”, y lo atribuye a la confluencia de dos factores: el denominado “baby boom”, que incrementó en un 50% el número de niños, y el sentimiento de vivir al máximo que se despertó tras el conflicto bélico.

Al mismo tiempo, en aquel momento se produce la progresiva incorporación de la mujer al ámbito laboral, lo que provoca la aparición de un nuevo modelo de familia, con rentas más elevadas, pero en las que se retrasa la edad de tener hijos y se reduce, estadísticamente, su número por mujer.

Siguiendo con este repaso histórico, si los años cincuenta se caracterizaron por la explosión demográfica, en los sesenta será determinante el incremento de los ingresos familiares que repercutirán, consecuentemente, en el dinero de que dispondrán los niños, aunque será realmente en los ochenta cuando se constituya la década del consumo infantil, pues en ella se produce una verdadera explosión de los productos y servicios dirigidos específicamente a la infancia.

En la década de los noventa, el niño deja de considerarse como un bloque homogéneo, distinguiendo diferentes segmentos en función de su edad y sus estilos de vida y, en los umbrales del siglo XXI, se puede constatar el afianzamiento de la figura del niño consumidor, al consolidarse y mantenerse las tendencias que comenzaron a vislumbrarse en la década de los cincuenta, auspiciadas por el advenimiento de nuevos modelos familiares y sociales.

Brée (1995), en consonancia con estos postulados, destaca los siguientes factores como determinantes del peso económico otorgado a los niños en los últimos años:

1. El descenso de la natalidad, que refuerza la importancia de cada niño. A esto se añade el hecho de que, al retrasarse y planificarse la edad de tener hijos, estos son más deseados y esperados.
2. La fragmentación de las estructuras familiares y la dispersión geográfica de sus miembros provoca que los familiares alejados sean más indulgentes con sus nietos o sobrinos.
3. Desaparición progresiva de una separación marcada entre el mundo de la infancia y el de los adultos, creándose un estadio intermedio debido a la prolongación de los estudios y la adolescencia. Esta situación ha venido a llenar ese vacío que coincidía muchas veces con el descubrimiento del trabajo, y que es un *continuum* que comienza en la primera infancia.
4. Redefinición de los papeles en el seno de la familia. En la actualidad los niños son reconocidos como miembros de pleno derecho de la familia, pues no sólo

poseen la capacidad necesaria para tomar sus propias decisiones, sino que influyen también en las de sus progenitores.

5. El aumento del poder adquisitivo que se ha vivido tras la Segunda Guerra Mundial, ha contribuido a la emergencia de una clase media que constituirá, en muchos países desarrollados, la porción más importante de la sociedad.

Gunter y Furnham (1998) añaden, además, que “los padres con más ingresos y con menos hijos, pero mejor educados, han creado un sofisticado mercado de gente joven que engloba a una masa de individuos con dinero para gastar y que cada vez está mejor informado acerca de las preferencias y las opiniones del consumismo”. Buckingham (2000) señala al respecto que el capitalismo creó al adolescente en los años cincuenta, pero que hoy trata a los niños como consumidores propios, más que como prescriptores de las decisiones de compra de sus padres.

Por su parte Julio Vinuesa (1997) citando a Gary Becker en su teoría sobre el control de la fecundidad, explica que esta sociedad asimila los hijos a “bienes de consumo superior o de lujo” puesto que, conforme se incrementa la renta familiar, crecen también los gastos en los hijos, de modo que el aumento de los ingresos no se traduce en un mayor número de hijos sino en el “aumento de la calidad del bien demandado, es decir, un aumento del gasto y de la atención dedicada a cada hijo”.

Asimismo, las últimas tendencias sociológicas hablan de los “helicopter parents”, idea que apuntaba Sue Shellenbarger en el periódico The Wall Street Journal (2007), en la que exponía la excesiva preocupación que los padres tienen por sus hijos, que se traduce en una sobreatención material, y del fenómeno VIB, “Very Important Baby”, por el que los hijos se han convertido en símbolos de estatus social de las familias. En este sentido, mencionan a otros autores como Andreas Steinle³, jefe de la Zukunftsakademie de Kelkheim (Alemania).

3 Conde, L., (2007). “Padres que educan en jaulas de oro” en Cinco Días [on line], 22 de octubre de 2007, disponible en: http://www.cincodias.com/articulo/Sentidos/Padres/educan/jaulas/oro/cdscdi/20071022cdscdicst_1/Tes/# [accesado el 22 de octubre de 2007]

3.5 Aspectos del niño en el mercado

Tal y como se ha apuntado en el apartado anterior, el niño constituye por sí mismo un interesante nicho de mercado, no sólo por los actos de consumo de los cuales es destinatario, sino porque él mismo desempeña el rol de consumidor autónomo, además de representar el factor más importante de influencia en el consumo familiar y constituir el mercado futuro para las empresas.

Así pues, al hablar del niño como consumidor debemos distinguir entre los siguientes roles:

- a) El niño como agente de consumo autónomo
- b) El niño como prescriptor
- c) El niño como mercado futuro

3.5.1 El niño como agente de consumo autónomo

El niño constituye un agente de consumo autónomo, que toma sus propias decisiones y elecciones de compra, tiene a su disposición una oferta de productos destinados específicamente para él y dispone de su propia renta, que recibe generalmente a través de la paga semanal.

De hecho, en Europa y de acuerdo con la encuesta Duracell (2006) el 44% de los niños de entre 5 y 10 años recibe dinero de bolsillo, un 53% de ellos pertenecientes al Norte de Europa y sólo un 26% a países como Portugal, España e Italia. La media de dinero que reciben es de 3,59 € a la semana, pero esto varía de los 2,31 € de los niños holandeses, a los 5,37 € de los portugueses y franceses. Este mismo estudio revela que el 53% de los niños ahorran este dinero de bolsillo, siendo los alemanes y los holandeses quienes más ahorran en Europa, 80% y un 64% de su paga respectivamente, frente a los países del sur de Europa en los que sólo lo hace un 22% de los niños.

El primer producto en el que los niños gastan el dinero que ahorran son los juguetes, especialmente aquellos destinados a fiestas de cumpleaños, cuyo valor medio asciende a 15 €, seguidas por otras categorías como refrescos, dulces y snacks, videojuegos, ropa y accesorios, y revistas, cómics y libros. Por lo que respecta al caso concreto de España, un 37% de los niños recibe dinero de bolsillo, cifra inferior a la media europea, pero superior a la de países como Portugal con un 19%, Italia con un 22%, Francia con un 27% y Bélgica con un 31%.

Generalmente, los niños españoles comienzan a recibir la paga mensual con siete años, cuando comienzan la escuela primaria, y reciben una media de 3,08 € por semana, cifra inferior a la países como Portugal o Francia, que registran un valor superior a los 5 €, pero superior a los de Suecia y los Países Bajos.

La oferta de productos destinados a estas edades es tan amplia como la que podemos encontrar enfocada al target adulto. Así, se encuentran hoteles con habitaciones tematizadas para niños, viajes especiales, restaurantes, salones de belleza y otros productos más tradicionales como juguetes, películas, alimentos y snacks, refrescos y ropa.

3.5.2 Los niños como prescriptores

Además de constituirse como un consumidor activo que dispone de su propio dinero para gastar, el niño representa el principal factor de influencia en el consumo familiar.

Tan decisivo es este poder que, en un artículo aparecido ya en febrero de 1979 en The Washington Post, se hablaba del “Pester Power” o “nag factor” como ese poder molesto de pedir con insistencia ejercido por los niños para conseguir aquello que se proponen de sus padres. De hecho, los hogares con niños representan en nuestro país el 70% del consumo, y en las familias con niños el consumo global está más de un 25% por encima de la media. Algunos autores, como Lindstrom (2004), sugieren que los niños de entre 8 y 14 años de todo el mundo gastan e influyen un total de más de 1,88 trillones de dólares. Y esta cifra va en aumento.

Ciertos estudios internacionales avalan la influencia de los niños en la economía familiar. Por ejemplo, en Argentina, de acuerdo con el estudio realizado por TNS Gallup, los hogares con niños de hasta 12 años gastan en promedio un 6% más en la compra de productos de alimentación, cosmética y limpieza, en comparación con los hogares en los que no hay niños, y este porcentaje se incrementa en las familias más pobres. Al analizar una cesta de la compra de productos consumidos por los niños (que incluye artículos dirigidos específicamente a ellos y otros de consumo general), se descubre que en los hogares con niños el gasto es un 33% más alto que en los hogares sin niños.

Otro estudio realizado por el Instituto Francés de la Infancia (2007) asegura que el 45% del consumo familiar está determinado por los deseos de los niños, que en el 40% de los casos son ellos quienes eligen el destino vacacional y en el 18% el modelo de coche.

En países como China, los niños influyen en un 68% de las compras familiares, según un estudio desarrollado por McNeal en 1997.

Además, se advierte que los niños son los introductores de las nuevas tecnologías y de las novedades del mercado, actuando como trend setters en el hogar. Los padres acuden a ellos como consultores en temas de modas, tendencias y tecnologías, y les gusta la publicidad. Javier Andrés, director de marketing de Atres Advertising, al exponer los datos de una investigación realizada conjuntamente con Eco-Ipsos y Conecta en el año 2005, apunta que los niños son los “absolutos reyes de la casa, el centro de todo el hogar”, que participan activamente en las decisiones que allí se toman y que su poder de prescripción es inmenso, tanto en el caso de los productos que ellos mismos consumirán (alimentación, ropa, juegos, etc.), como en los que no, o al menos no tanto (coches, vacaciones, ordenadores, etc.).

3.5.3 El niño como mercado futuro

Si el niño es un importante segmento de consumo tanto por su poder adquisitivo como por su poder prescriptor, no menos significativo es el valor potencial que representa para algunas empresas que ven en ellos a sus clientes del futuro.

De hecho, son muchas las compañías cuyos productos están enfocados al target adulto y que, sin embargo, incluyen a los niños en sus estrategias promocionales, a través de la realización de concursos o promociones que pretenden darles a conocer la marca y fomentar su fidelidad. Otra dimensión importante del niño como cliente del futuro es el llamado “mercado de la nostalgia”, que llevará a los niños del presente a comprar las marcas que consumían en la infancia, dado el componente emocional que esto conlleva, tal y como ya demostró Lester Guest en un estudio longitudinal realizado entre los años 1941 y 1961 (Mindy, 2002:371).

3.6 Cifras de consumo infantil

Esta importancia del niño como consumidor se manifiesta en datos económicos que reflejan la importancia de este fenómeno en el mundo. Así, se estima que, en los Estados Unidos, el gasto de los tween alcance los 43.000 millones de dólares para 2009 y, actualmente, la cifra se sitúa en torno a unos 39.000 millones de dólares en concepto de “paga semanal”, según un estudio aparecido en MarketResearch.com⁴.

Prado y Amaya (2005) citan un estudio llevado a cabo por Peter Drucker en el que se comparaban las actitudes de los padres chinos de ayer y de hoy. Entre sus hallazgos, se revelaba que los padres con una familia numerosa de seis o más hijos poseían un gasto económico en educación, ropa, juguetes y otros artículos muy similar al que tienen los padres de hoy con uno o dos hijos.

En países como Argentina, los consumidores de la región de entre 6 y 11 años disponen de unos 1.000 millones de dólares al año, sólo en dinero de bolsillo, y en Ecuador, un país con menores posibilidades adquisitivas, el gasto medio de los niños se sitúa en torno a los 15 dólares mensuales, cifra que representa cerca de 16 millones de dólares mensuales en ese país.

⁴ Noticia extraída de: Packaged Facts, (5 de enero de 2005). “The U.S. Market for Tweens and Young Teens: Attitudes, Aspirations and Consumer Behavior of 8 to 14 Year Olds”, 3rd Edition en MarketingResearch.com [on line].

En España, las compras de “ticket pequeño” (golosinas, coleccionables, etc.) que realizan los niños con su asignación semanal o paga ascendía a más de 21 millones de € en el año 2002 (Muriel y Ruano, 2002:37), y su poder adquisitivo está valorado en 173 millones de €, según explica Miguel González, director de la agencia Arista Kids & Teens.

Por lo tanto, se puede comprobar la importancia de la población infantil tanto por su poder adquisitivo como por el gasto asociado a cubrir sus necesidades básicas y preferencias, y por convertirse en un relevante destinatario de bienes de consumo, como se verá en el siguiente apartado.

3.7 Gasto en la población infantil

Para analizar el gasto realizado en los hogares por la población infantil española se atenderá a los datos referidos en la Encuesta de Presupuestos Familiares (EPF) del Instituto Nacional de Estadística (INE) para el año 2007. A partir de esta fuente de información, se puede observar la relevancia económica del grupo de hogares que cuentan entre sus componentes con, al menos, un menor de 16 años. Estas cifras son aún más considerables en el caso de la Comunitat Valenciana, donde estos hogares representan un 24,06% del gasto total, situándose por encima del peso correspondiente a nivel medio español, que es del 22,95% del gasto total de los hogares.

Tabla 3.4 Gasto total, gastos medios e índice sobre la media del g.m.p. por tipo de hogar (reducida), según CCAA.

España Año 2007	Gasto total	Distribución porcentual	Gasto medio por hogar	Gasto medio por persona	Índice sobre la media del gasto medio por persona	Gasto medio por unidad de consumo
Total Hogares	520.986.260	100	32.000,75	11.673,44	100	17.821,93
Hogares formados por un adulto con menores de 16 años o pareja con al menos 1 hijo menor de 16 años	119.578.041	22,95	36.231,1	10.424,84	89,3	18.521,57

Comunitat Valenciana Año 2007	Gasto total	Distribución porcentual	Gasto medio por hogar	Gasto medio por persona	Índice sobre la media del gasto medio por persona	Gasto medio por unidad de consumo
Total Hogares	56.063.478,6	100	30.872,19	11.659,98	100	17.643,53
Hogares formados por un adulto con menores de 16 años o pareja con al menos 1 hijo menor de 16 años	13.487.580,9	24,06	35.380,43	10.384,79	89,06	18.332,2

Fuente: INE, 2008.

Unidades: Gasto Total: Miles de €. Gasto Medio: €.
Para el cálculo de las unidades de consumo se ha utilizado la escala OCDE modificada.

Igualmente, se muestra un mayor gasto medio en estos hogares que incluyen a menores de 16 años respecto del gasto medio de todos los hogares de España y de la Comunitat Valenciana. Por un lado, este hecho se podría deber a la mayor presencia de personas por hogar, y por otro lado, se debe contemplar el impacto económico ocasionado por la presencia de estos menores de 16 años.

De acuerdo con esta misma fuente de información, y tal y como se observa en la Tabla 5, se pone de manifiesto que el gasto infantil en España llega a representar hasta el 56,5% del total de gasto que se lleva a cabo anualmente en hogares que incluyen entre sus miembros a menores de 16 años. Este hecho, se considera significativo porque condiciona las posibilidades de consumo del resto de integrantes del hogar.

Tabla 3.5 Estimación del gasto total, gastos medios y distribución porcentual del gasto total por códigos de asto (5 dígitos) en hogares con al menos 1 hijo menor de 16 años.

Año 2007	Gasto total	Distribución porcentual	Gasto medio por hogar	Gasto medio por persona	Gasto medio por unidad de consumo
España	119.578.041	100	36.231,1	10.424,84	18.521,57
01194 Alimentos para bebé	472.511,55	0,40	143,17	41,19	73,19
03123 Ropa para niños (de 2 a 13 años) y bebés (menos de 2 años) confeccionada o hecha a medida	4.381.901,12	3,66	1.327,68	382,02	678,72
03213 Calzado de niños (de 2 a 13 años) y bebés (menos de 2 años)	1.395.054,04	1,17	422,69	121,62	216,08
07323 Transporte escolar	109.857,43	0,09	33,29	9,58	17,02
09311 Juegos, juguetes, hobbies y pequeños instrumentos musicales	2.756.330,51	2,31	835,14	240,30	426,93
09513 Resto de libros de texto	1.052.566,94	0,88	318,92	91,76	163,03
10111 Educación infantil primer ciclo	376.156,63	0,31	113,97	32,79	58,26
10112 Educación infantil segundo ciclo	305.232,92	0,26	92,48	26,61	47,28
10211 Educación secundaria obligatoria	429.938,89	0,36	130,27	37,48	66,59
11122 Comedores escolares y universitarios	1.063.484,74	0,89	322,23	92,71	164,72
12222 Artículos para bebé	760.986,11	0,64	230,57	66,34	117,87
12312 Servicios recibidos fuera de los centros educativos para niños de cualquier edad (guarderías, jardines de infancia, etc.)	634.925,51	0,53	192,38	55,35	98,34
12711 Dinero de bolsillo a menores residentes en el hogar	275.227,68	0,23	83,39	23,99	42,63
Total Gasto Directo Infantil	14.573.529,50	12,19	4.415,65	1.270,52	2.257,31
Total Gasto Infantil en otras partidas	52.988.107,17	44,31	16.054,93	9.154,32	16.264,26
Total Gasto Infantil en España (e)	67.561.636,67	56,50	20.470,59	10.424,84	18.521,57

(e): Estimación

Unidades: Gasto Total: Miles de €. Gasto Medio: €.

Para el cálculo de las unidades de consumo se ha utilizado la escala OCDE modificada.

Fuente: INE, 2008.

La cifra total de gasto infantil en España se ha estimado asumiendo que toda la población infantil (0 – 14 años) en 2007 tuvo un gasto medio por persona similar al correspondiente a las personas que habitan en hogares que incluyen a menores de 16 años entre sus miembros. A partir de esa cifra, y conociendo los datos sobre el gasto realizado en aquellas partidas relacionadas directamente con el consumo infantil de bienes y servicios, también se ha estimado el impacto sobre el resto de partidas que, de manera indirecta, intervienen para dotar de bienes y servicios a toda la población infantil.

Si se consideran únicamente las partidas de gasto que son directamente imputables a la población infantil, se advierte cómo se concentran principalmente en ropa infantil, juguetes y calzado infantil, representando el 58,6% de este gasto. Sin embargo, donde se encuentran realmente las líneas de gasto de mayor importancia son las partidas de gasto no específicas como, por ejemplo, gastos relativos al hábitat, alimentación, sanidad o entretenimiento, por citar tan sólo algunas partidas que son necesarias para satisfacer la demanda final de bienes y servicios de la población infantil.

Además de los datos consultados en la EPF, se puede ampliar el rango de estudio aprovechando los datos que ofrece el “II Informe sobre lo que cuesta un hijo” de CEACCU para el año 2006 y, comparando con los datos obtenidos en su “I Informe” elaborado en el año 2000, se advierte que el gasto medio por persona entre 0 y 12 años se situaba en 9.761,00 € para el año 2006 con un incremento del 8% respecto los datos del estudio de 2000.

A diferencia de la EPF, en la **Tabla 6** se observan las agregaciones para las partidas de gastos generales en consumo infantil, por lo que se produce una aproximación a los gastos no solamente específicos, cuyos destinatarios son la población infantil. Según estos estudios, los aspectos que alcanzan una cuota más elevada de gasto, como son educación y alimentación, han perdido relevancia durante el período estudiado en favor de los extras relacionados con los gastos en entretenimiento asociado a las celebraciones de eventos de carácter social, junto con el gasto en sanidad, ocio, juguetes, ropa y calzado.

Tabla 3.6 Consumo medio anual para población entre 0 – 12 años

	Informe 2000	Informe 2006	Variación (%)	Cuota que ocupa cada partida Año 2000	Cuota que ocupa cada partida Año 2006
Alimentación	2.672,69	2.486,25	-7%	29,4%	25,5%
Higiene	515,14	558,00	8%	5,7%	5,7%
Ropa/ Calzado	896,82	1.015,00	13%	9,9%	10,4%
Educación	3.555,80	2.768,38	422,69	39,2%	28,4%
Ocio / Juguetes	313,93	480,00	-22%	3,5%	4,9%
Sanidad	300,35	666,00	122%	3,3%	6,8%
Extras (complementos)	928,45	986,50	6%	10,2%	10,1%
Extras (celebraciones)	280,22	679,38	142%	3,1%	7,0%
Gasto medio anual	9.079,52	9.761,00	8%	100,0%	100,0%

Valor monetario actualizado a diciembre de 2006. € constantes - Base 2000.

Fuente: Red i-CREO a partir del "II Informe sobre lo que cuesta un hijo" de CEACCU.

Los datos contenidos en la **Tabla 6** difieren en un 2,09% de los datos que aparecieron para la EPF 2006, referentes al gasto medio por persona en hogares de la Comunitat Valenciana que cuentan con, al menos, 1 menor de 16 años, y un 2,21% para la media estatal. Si se considera un incremento anual del consumo privado del 3%, y se aplica sobre las cifras contempladas en estos informes, entonces la diferencia sobre la EPF 2007 sería 3,69%, por lo que se puede considerar que, tanto las EPF como los informes de CEACCU son buenas aproximaciones al consumo medio de la población infantil.

3.8 Proyección económica del gasto infantil en España y la Comunitat Valenciana

En las siguientes tablas se recogen las estimaciones de gasto realizadas para el conjunto de los hogares en España y la Comunitat Valenciana a partir del año 2010.

Para los cálculos del gasto total se ha utilizado como base los datos existentes sobre la evolución de las tendencias demográficas y los indicadores económicos,

más concretamente, del gasto en los hogares de España, empleando, para este último, una tasa estimada de crecimiento basada en la evolución de los datos históricos del gasto en consumo final de los hogares entre los años 1983 – 2008, el cual ha sido del 3% según el Gabinete de Coyuntura y Estadísticas de FUNCAS⁵.

De acuerdo con los datos examinados y las proyecciones realizadas, es de prever que se produzca un incremento anual en el gasto realizado por la población infantil superior al existente para el gasto total y, por ese motivo, el gasto infantil alcance, con el paso del tiempo, un mayor peso relativo dentro del gasto total de los hogares. Para reflejar este hecho, se ha considerado necesario valorar el incremento del peso relativo, esto es, de la relevancia de las partidas de gasto relacionadas directa e indirectamente con el gasto infantil, estableciéndose un incremento del 3% anual sobre la cuota que representa el gasto infantil sobre el gasto total.

Tabla 3.7 Proyección Económica del Gasto total e infantil de los Hogares en España y la Comunitat Valenciana

España	2010	2015	2020	2025
Gasto Total	569.295.752,65	659.969.806,65	765.085.886,67	886.944.233,03
Gasto Infantil	80.672.127,42	108.416.593,40	145.702.835,66	195.812.427,36
% Gasto Infantil / Total	14,17%	16,43%	19,04%	22,08%
€/Niño (0-14 Años)	11.930,06	14.955,12	19.873,80	27.733,40

Comunitat Valenciana	2010	2015	2020	2025
Gasto Total	61.262.076,79	71.019.537,36	82.331.108,43	95.444.319,51
Gasto Infantil	8.773.942,31	11.791.444,78	15.846.715,78	21.296.660,89
% Gasto Infantil / Total	14,32%	16,60%	19,25%	22,31%

Unidades: Miles de €.

5 Gabinete de Coyuntura y Estadística (2009): Principales indicadores de la economía española. Resumen. Fundación de las Cajas de Ahorro (FUNCAS)

En los resultados que aparecen en la **Tabla 7** podemos observar como se refleja económicamente la importancia que alcanzará el gasto infantil sobre el total. Estos incrementos no solamente vendrían a reflejar un mayor consumo de unidades, previsto por el incremento poblacional hasta 2020, ya que para el año 2025, según las proyecciones estadísticas a largo plazo del INE, se estima que disminuya la cantidad de población infantil; sin embargo, por los cálculos realizados se espera un mayor incremento del consumo medio por persona entre 0 – 14 años para todo el período analizado, lo cual vendría a representar una mayor aportación de valor añadido a los productos desarrollados específicamente para el segmento de consumo de la población infantil.

Tabla 3.8 Proyecciones de las partidas de gasto específicamente infantil en España 2010 – 2025

España	2010	2015	2020	2025
01194 Alimentos para bebé	516.326,13	598.563,50	693.899,14	804.419,29
03123 Ropa para niños (de 2 a 13 años) y bebés (menos de 2 años) confeccionada o hecha a medida	4.788.221,67	5.550.861,24	6.434.969,53	7.459.893,34
03213 Calzado de niños (de 2 a 13 años) y bebés (menos de 2 años)	1.524.413,22	1.767.212,72	2.048.683,89	2.374.986,12
07323 Transporte escolar	120.044,18	139.164,11	161.329,34	187.024,92
09311 Juegos, juguetes, hobbies y pequeños instrumentos musicales	3.011.916,77	3.491.637,03	4.047.764,28	4.692.468,19
09513 Resto de libros de texto	1.150.168,32	1.333.360,31	1.545.730,04	1.791.924,76
10111 Educación infantil primer ciclo	411.036,51	476.503,97	552.398,69	640.381,48
10112 Educación infantil segundo ciclo	333.536,25	386.659,93	448.244,83	519.638,61
10121 Educación primaria	611.222,78	708.574,72	821.432,31	952.265,18
10211 Educación secundaria obligatoria	469.805,83	544.633,72	631.379,76	731.942,18
11122 Comedores escolares y universitarios	1.162.098,49	1.347.190,65	1.561.763,20	1.810.511,58

12222 Artículos para bebé	831.550,07	963.994,44	1.117.533,76	1.295.527,91
12312 Servicios recibidos fuera de los centros educativos para niños de cualquier edad (guarderías, jardines de infancia, etc.)	693.800,25	804.304,64	932.409,52	1.080.918,18
12711 Dinero de bolsillo a menores residentes en el hogar	300.748,72	348.650,19	404.181,13	468.556,70
Total Gasto Directo Infantil	15.924.889,18	18.461.311,16	21.401.719,41	24.810.458,45
Total Gasto Infantil en otras partidas	64.747.238,24	89.955.282,24	124.301.116,25	171.001.968,91
Total Gasto Infantil en España	80.672.127,42	108.416.593,40	145.702.835,66	195.812.427,36

Unidades: Miles de €.

Tabla 3.9 Proyecciones de las partidas de gasto específicamente infantil en la Comunitat Valenciana 2010 - 2025

España	2010	2015	2020	2025
01194 Alimentos para bebé	58.238,04	67.513,85	78.267,05	90.732,96
03123 Ropa para niños (de 2 a 13 años) y bebés (menos de 2 años) confeccionada o hecha a medida	540.078,48	626.098,98	725.820,32	841.424,68
03213 Calzado de niños (de 2 a 13 años) y bebés (menos de 2 años)	171.943,33	199.329,44	231.077,46	267.882,10
07323 Transporte escolar	13.540,16	15.696,75	18.196,84	21.095,13
09311 Juegos, juguetes, hobbies y pequeños instrumentos musicales	339.723,50	393.832,65	456.559,98	529.278,15
09513 Resto de libros de texto	129.731,08	150.393,88	174.347,72	202.116,79
10111 Educación infantil primer ciclo	46.362,09	53.746,37	62.306,77	72.230,63
10112 Educación infantil segundo ciclo	37.620,60	43.612,58	50.558,94	58.611,66
10121 Educación primaria	68.941,73	79.922,36	92.651,92	107.408,96

10211 Educación secundaria obligatoria	52.990,87	61.430,94	71.215,30	82.558,05
11122 Comedores escolares y universitarios	131.076,72	151.953,84	176.156,15	204.213,26
12222 Artículos para bebé	93.793,13	108.731,94	126.050,12	146.126,64
12312 Servicios recibidos fuera de los centros educativos para niños de cualquier edad (guarderías, jardines de infancia, etc.)	78.255,90	90.720,03	105.169,38	121.920,14
12711 Dinero de bolsillo a menores residentes en el hogar	33.922,39	39.325,34	45.588,85	52.849,97
Total Gasto Directo Infantil	1.796.218,00	2.082.308,96	2.413.966,80	2.798.449,12
Total Gasto Infantil en otras partidas	6.977.724,31	9.709.135,82	13.432.748,98	18.498.211,77
Total Gasto Infantil en España	8.773.942,31	11.791.444,78	15.846.715,78	21.296.660,89

Unidades: Miles de €.

Para la estimación que se muestra en las tablas 8 y 9, se ha mantenido la importancia económica de las diferentes partidas de gasto relacionadas directa e indirectamente con la población infantil, con una representación de los volúmenes que se podrían llegar a alcanzar.

Para concluir, cabría comentar que estas expectativas de crecimiento se encuentran supeditadas a las diferentes vicisitudes derivadas de la evolución cíclica de la economía, y por lo tanto, sujetas a todas las variaciones que se pudieran producir. Las aproximaciones realizadas tan sólo pueden ser orientativas, pero se consideran relevantes y significativas del futuro económico de todos los sectores productivos relacionados con el desarrollo de la población infantil.



04

Estructuras dedicadas a la infancia

El presente capítulo tiene entre sus objetivos recopilar distintos organismos destacables vinculados a la infancia, a nivel nacional e internacional, cuya labor va dirigida a entender y saber más acerca del segmento infantil en el contexto familiar, social, educativo, cultural e industrial; así como en otros ámbitos relacionados en el que los niños están creciendo y desarrollándose como personas para convertirse en adultos.

Este análisis y comprensión de la infancia y su entorno es primordial para dar continuidad a la progresión experimentada por la sociedad en la mejora de la atención a este colectivo, a todos los niveles. El niño se ha convertido en un sujeto activo que ha captado el interés gubernamental e industrial de los países desarrollados, por lo que se hace necesario seguir avanzando en la investigación de aquellas áreas más desconocidas o profundizar sobre las ya exploradas, para poder ofrecer a los niños las mejores opciones en su camino hacia la edad adulta.

Los organismos caracterizados en este epígrafe pueden servir de referencia para cualquier iniciativa que pueda derivarse del presente trabajo, así como ser utilizada, en un momento determinado, como fuente de información sobre estructuras con las que colaborar o donde dirigirse en función de unas determinadas necesidades.

Por tanto, la primera parte de este capítulo da una visión general del panorama a nivel mundial en cuanto a conocimiento del niño; mientras que la segunda parte se ocupa de aportar información sobre distintas experiencias acometidas internacionalmente orientadas a generar riqueza en torno al mercado infantil.

Los casos detallados en ese apartado han basado su éxito en la apuesta de distintas políticas regionales encaminadas a la promoción del desarrollo de productos y servicios dirigidos a la infancia. Se trata de ejemplos de cooperación intersectorial e interdisciplinar de agentes ligados a la infancia y del diseño de una oferta turística completamente ideada para el entretenimiento de los más pequeños.

4.1. Organismos

Los organismos que presentaremos a continuación se dedican a proteger y promover los derechos de los niños, fomentar la investigación relacionada con el desarrollo de productos y/o servicios para el público infantil, divulgar conocimiento relacionado con la infancia a través de publicaciones específicas y, en general, constituir un espacio de referencia sobre temas relacionados con el niño.

Resulta indudable que, a partir del trabajo realizado por este tipo de entidades, las empresas y profesionales dedicados al mercado infantil han sido capaces de tener a su disposición una mayor cantidad de información y un volumen de datos precisos sobre este importante colectivo, circunstancia que les ha permitido acumular un conocimiento más extenso de sus comportamientos, carencias, necesidades, hábitos, etc. Elementos que, explotados de forma adecuada, están siendo de gran utilidad, fundamentalmente por la aplicación de estos conocimientos en una industria que está trabajando continuamente con la finalidad de generar productos y servicios innovadores para la infancia.

De entre los organismos de referencia abordados en este epígrafe, cabe destacar la Red Europea de Observatorios de la Infancia dedicada íntegramente a favorecer el desarrollo de los niños en un mundo común y globalizado.

España cuenta actualmente con dos observatorios para la infancia, el de Cataluña y el de Andalucía, donde se genera información y conocimiento que puede aprovecharse para fomentar políticas de desarrollo empresarial. Sin embargo, habida cuenta de la representatividad y especialización del entramado empresarial dedicado al mercado infantil en la Comunitat València, se ha detectado hasta el momento la falta de un observatorio o centro experto de similares características (orientado al conocimiento en profundidad de la población infantil) en este territorio.

RED EUROPEA DE OBSERVATORIOS DE LA INFANCIA: “L'EUROPE DE L'ENFANCE”

Alcance	Internacional
Breve descripción	La Red Europea de Observatorios de la Infancia es un grupo intergubernamental permanente, creado en el año 2000 por algunos Estados Miembro de la Unión Europea al darse cuenta de que hacía falta comprender mejor las condiciones de vida de los niños europeos. Posteriormente, en el año 2003, se presentó de manera oficial en Florencia la Red Europea de Observatorios Nacionales de la Infancia bajo el acrónimo de ChildONEurope.
Objetivos	Comprender mejor las condiciones de vida de los niños de Europa así como las políticas y mejores prácticas relativas a la infancia.
	Realizar estudios comparativos y desarrollar una investigación común en torno al niño.
	Idear formas de actuación para luchar contra un número cada vez mayor de fenómenos negativos para los niños (emigración, pedofilia, turismo sexual, etc.)
Integrantes	Actualmente la red está compuesta por integrantes de 9 países miembros de la UE: Bélgica, Chipre, Dinamarca, Francia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Portugal y España, y 15 países asociados: Austria, República Checa, Estonia, Finlandia, Alemania, Grecia, Hungría, Lituania, Letonia, Polonia, República Eslovaca, Eslovenia, Suecia, Holanda y Reino Unido.
Actividades	European Childhood Day (normalmente se celebra alrededor del 20 de noviembre)
Principales hitos	Uno de los principales hitos de este organismo es la creación de los Observatorios de la Infancia en cada uno de los países que forman parte de la red.
Datos de contacto	Secretaría Child on Europe: C/o Italian National Childhood and Adolescence Documentation and Analysis Center · Istituto degli Innocenti, P.zza SS. Annunziata 12, 50122 Firenze - Italy T. +39 055 2037305 / +39 055 2037342 / +39 055 2037366 / +39 055 2037357 F. +39 055 2037344 · www.childoneurope.com
Otras particularidades	-

PLATAFORMA DE ORGANIZACIONES DE LA INFANCIA	
Alcance	Nacional
Breve descripción	La Plataforma de Organizaciones de la Infancia (POI) es una ONG formada por unas 29 organizaciones que trabajan por y para la infancia en España, siendo creada para aunar los esfuerzos de dichas entidades en cuanto a la protección y promoción de los derechos de los niños/as, teniendo como referencia la Convención sobre los Derechos del Niño de 1989 de Naciones Unidas.
Objetivos	Sensibilizar y acercar los derechos de los niños/as a la sociedad.
	Impulsar políticas generales y sectoriales que promuevan el bienestar de los niños.
	Desarrollar el diálogo, colaboración y participación en todos los organismos públicos y privados relacionados con el bienestar de la infancia.
	Promocionar la participación y el asociacionismo de la infancia.
	Denunciar las situaciones de vulneración de los derechos de la infancia.
	Fortalecer las estructuras democráticas y de la sociedad civil mediante el apoyo, creación y consolidación de plataformas o redes de infancia nacionales e internacionales.
	Defender y promover los derechos humanos.
Integrantes	Existen integrantes que actúan solamente como observadores y otros integrantes de pleno derecho.
	Observadores: Asociación Andaluza de Centros Católicos de Ayuda al Menor, Asociación Justicia i Pau, Asociación Juvenil "Juventud y Medios de Comunicación", Asociación MACI, Asociación Mundo Infantil, Asociación Navarra Nuevo Futuro, Asociación Valenciana de Ayuda al Refugiado- AVAR, Esplais Catalans, Esplaç, FAECOMA, Federació INJUCAM para la promoción de la infancia y la juventud, Fundació ADSIS, Juventudes Socialistas de España, Kamira Sociedad Cooperativa de Iniciativa Social, Senda.

Integrantes	De pleno derecho: Aldeas Infantiles SOS España, Asociación Centro Trama, Asociación Colectivo La Calle, Asociación Mensajeros de la Paz, Cáritas Española, Comisión Español de Ayuda al Refugiado- CEAR, Cruz Roja Juventud, DIDANIA, FAPMI, Fundación ANAR, Fundación Diagrama, Fundación Esplai, Acción Social, Educación y Tiempo Libre, Fundación Internacional O'Belen, Fundación Menudos Corazones, Fundación Plan Internacional España, Fundación Save the Children, Fundación UNICEF- Comité Español, Fundación World Vision España, Fundación Yehudi Menuhin España, Infancia sin Fronteras, Liga Española de la Educación y la Cultura Popular- LEECP, Meniños, Fundación para la Infancia, Movimiento Junior de Acción Católica, Movimiento Scout Católico, Organización Juvenil Española, Plataforma de Organizaciones de Infancia de la Comunidad de Madrid Proyecto Solidario, YMCA España.
Actividades	Realizan material informativo y distintas publicaciones. Tienen un servicio continuo de información, formación y atención de consultas relacionadas con la infancia. Participan en foros, jornadas y cursos relacionados con el niño. Realizan comunicados y campañas relacionadas con el mundo de la infancia. Participan en la convención sobre los Derechos del Niño. Realizan obras de teatro para niños.
Datos de contacto	Plataforma de Organizaciones de Infancia C/ Escosura 3. Local 2 · 28015 Madrid Tel: +34 914 477 853 · F. +34 914 478 333 www.plataformadeinfancia.org · poi@plataformadeinfancia.org

OBSERVATORIO DE LA INFANCIA DE ANDALUCÍA

Alcance	Nacional
Breve descripción	El Observatorio de la Infancia de Andalucía es un órgano consultivo y de propuesta sin ánimo de lucro, adscrito a la Dirección General de Infancia y Familias de la Junta de Andalucía y gestionado por la Fundación Andaluza de Servicios Sociales (FASS).
	El observatorio se nutre de la participación y aportación de su equipo técnico y los elementos de estudio con los que actúan y trabajan, así como del apoyo institucional de la FASS tratándose por tanto de un órgano de cooperación multiprofesional.
	La dependencia funcional del OIA es de la Dirección General de Infancia y Familias de la Consejería para la Igualdad y Bienestar Social de la Junta de Andalucía.
Objetivos	Desarrollo de actuaciones de investigación, formación y documentación relacionada con los menores de 18 años.
	Establecimiento de un sistema de información y documentación que permita el adecuado conocimiento, análisis técnico, seguimiento, evolución y difusión de asuntos relacionados con el niño.
Integrantes	El observatorio se constituye mediante la Consejería para la Igualdad y Bienestar Social a través de la Dirección General de Infancia y Familia y por la Fundación Andaluza de Servicios Sociales.
	El equipo lo integran dos personas en dirección, secretaría y administración y diverso personal en los departamentos de: • Investigación • Comunicación y publicaciones • Formación • Servicio de Información y Documentación
Líneas de investigación/ Actividades	Los compromisos adquiridos abarcan las siguientes líneas: • Igualdad y bienestar social • Salud • Educación • Cultura, deporte y ocio
	Realizan informes sobre situación de la infancia en Andalucía.

Principales hitos	Tienen una página web con juegos y actividades llamada “andaluna” donde han creado personajes con características especiales para favorecer la igualdad, respeto y tolerancia.
	Publican artículos e informes relacionados con la infancia con regularidad. • La salud en la población Infantil y Adolescente en Andalucía: Encuesta Andaluza de Salud 2003 • Los menores de edad en Andalucía: Datos cuantitativos • Acogimiento familiar en Andalucía • Educación Infantil e Interculturalidad • Buenas Prácticas en la atención a menores inmigrantes en Andalucía • Los 200 verbos más usuales del árabe marroquí para educadores sociales • Primera Infancia en Andalucía • Nuevas tecnologías e infancia y adolescencia (2008)
Datos de contacto	www.juntadeandalucia.es/observatoriodelainfancia/oia/esp/index.aspx

INSTITUTO DE LA INFANCIA DE BARCELONA

Alcance	Nacional
Breve descripción	El Instituto de la Infancia de Barcelona es un espacio de encuentro entre la familia, la escuela, la ciudad y los profesionales implicados en la educación de los niños.
Objetivos	Crear un espacio de referencia sobre la infancia y adolescencia en la ciudad con soporte a instituciones, colegios, escuelas, asociaciones, padres, profesionales y otros agentes sociales.
	Desarrollar proyectos innovadores para responder a las necesidades socio-educativas de la población de 0 a 18 años.
	Organizar eventos de interés social que permitan articular la realidad de la infancia con otras disciplinas como el arte, la filosofía, literatura, fotografía, cine, etc.
	Ofrecer espacio de divulgación sobre crecimiento y desarrollo así como la interrelación del niño con la sociedad en la que crece.
Integrantes	Verónica Bronstein, Psicóloga Clínica. Directora.
	Mario Izcovich, Psicólogo psicoanalista. Coordinador área adolescencia.
	Carmen Martínez Corrià, Psicóloga psicoterapeuta. Coordinadora delegación de Lleida.
Actividades	Tienen dos modalidades de actividad: 1. Programación de eventos: participación social, colaboración con otras entidades e instituciones. 2. Servicios de consultoría para organizaciones y particulares.
	Tienen diversas áreas entre ellas: • Área familias • Área educación • Área clínica • Área social

Principales hitos	Publicaciones: "Niños creativos", Verónica Bronstein y Ricardo Vargas. Ed. RBA "Tiempo de transformación (12-15 años), Mario Izcovich. Ed. Síntesis. "Exercir l'autoritat a l'adolescència" Clara Arnó, Xavier Ametller y Mario Izcovich. "Niños felices", Verónica Bronstein y Ricardo Vargas. Ed. RBA.
Datos de contacto	C/ Córcega, 85, 2º, 1º 08029, Barcelona T. +34 934 395 614 · info@institutodelainfancia.org
Otras particularidades	Tienen un equipo de colaboradores en Valencia

INSTITUTO DE LA INFANCIA Y MUNDO URBANO (CIIMU)

Alcance	Nacional e Internacional
Breve descripción	El Instituto de Infancia y Mundo Urbano (CIIMU), es un consorcio constituido por el Ayuntamiento de Barcelona, la Diputación de Barcelona y tres universidades: la Universidad de Barcelona, la Universidad Autónoma de Barcelona y la Universitat Oberta de Catalunya.
Objetivos	Contribuir a la mejora de la calidad de vida de la infancia, la adolescencia y las familias mediante la investigación aplicada, la formación, la divulgación y el intercambio y debate de información. Promover la transferencia de conocimiento entre la investigación universitaria, la práctica profesional y la sociedad civil, para mejorar el diseño y evaluación de las políticas públicas y privadas dirigidas a la infancia, la adolescencia y las familias.
Integrantes	En el CIIMU trabajan y colaboran un equipo de investigadores universitarios de la antropología, la sociología, la psicología, la educación social, la pedagogía, la comunicación así como diversos profesionales de la intervención social.
Actividades	Realización de informes. Realización de Estudios e investigaciones relacionadas con la infancia. Másters y postgrados, jornadas y congresos, convoca becas y propone cursos, másters y postgrados que organizan otras entidades. Poseen también un Centro de Documentación.
Principales hitos	Emisión de informes de situación con regularidad: • Informe 2002. La infancia y las familias en los inicios del sigloXXI. • Informe 2004. Infancia, familias y cambio social en Cataluña. • III Informe 2008. Malestares: infancia, adolescencia y familias
Datos de contacto	Institut d'Infancia i Món Urbà (CIIMU). Passeig de Vall d'Hebrón, 171, Campus Mundet (UB) · Edifici del Teatre (soterrani) · 08035, Barcelona. T. +34 934 286 602 · info@ciimu.org
Otras particularidades	-

INSTITUTO UNIVERSITARIO DE NECESIDADES Y DERECHOS DE LA INFANCIA Y LA ADOLESCENCIA (IUNDIA)

Alcance	Nacional
Breve descripción	El Instituto Universitario de Necesidades y Derechos de la Infancia y la Adolescencia es una entidad que tiene sede en Madrid y está apoyada por UNICEF.
Objetivos	Fomentar la investigación sobre los diferentes temas relacionados con los niños, las niñas y los adolescentes, especialmente en lo que se refiere a sus necesidades y derechos fundamentales.
	Realizar actividades docentes especializadas, desde una perspectiva multidisciplinar, como titulaciones propias, cursos de doctorado, cursos de especialización,..., dirigidos a licenciados, diplomados y diferentes profesionales que trabajan con la infancia y la adolescencia.
	Promover los derechos del niño en la sociedad española.
	Sensibilizar a los ciudadanos sobre la situación de la infancia en el mundo y colaborar con otras instituciones públicas y privadas, nacionales e internacionales, relacionadas con la protección de la infancia y sus derechos.
Integrantes	Directora: D ^a . Esperanza Ochaíta Alderete, Catedrática del Departamento de Psicología Evolutiva y de la Educación de la UAM.
	Co-Director: D. Ricardo García Pérez, Presidente del UNICEF-Comité Andalucía y miembro del Patronato de la Fundación UNICEF-Comité Español.
	Secretaria General: D ^a . M ^a Ángeles Espinosa Bayal, Profesora Titular del Departamento de Psicología Evolutiva y de la Educación de la UAM.
	Vocales: D. Juan Ignacio de la Mata Gorostizaga, Secretario General de la Fundación UNICEF-Comité Español; D. Víctor Soler Sala, Presidente del UNICEF-Comité Catalunya y Miembro del Patronato de la Fundación UNICEF-Comité Español; D ^a . Amalia Navarro, Directora del Departamento de Imagen y Sensibilización de la Fundación UNICEF-Comité Español; D. Manuel Hernández, Catedrático Jubilado del Departamento de Pediatría de la UAM; D. Liborio Hierro, Catedrático del Departamento de Filosofía del Derecho de la UAM y D ^a . M ^a Pilar Pérez Cantó, Catedrática del Departamento de Historia Moderna de la UAM.
	ONGs, y personalidades científicas independientes de reconocido prestigio.

Integrantes	Asimismo, IUNDIA cuenta con un Consejo Asesor formado por investigadores e investigadoras de la UAM en temas relacionados con las necesidades y los derechos de la infancia y la adolescencia, expertos de la Fundación UNICEF-Comité Español y del Fondo de Naciones Unidas para la infancia, investigadores de otras universidades españolas o extranjeras con experiencia en la temática del Instituto, representantes de instituciones públicas y privadas,
Actividades	Actividades de investigación, • Investigación sobre el trabajo infantil en España • Investigación sobre el derecho a la educación en niños hospitalizados. • Estudios sobre la violencia entre iguales en el medio escolar. • Acción Cost A-19 de la Unión Europea sobre “bienestar infantil” • Inicio de colaboraciones para el estudio de las necesidades biológicas de los niños, las niñas y los adolescentes. • Etc.
	Organización de masters y cursos de formación. • Master en necesidades y derechos de la infancia y la adolescencia.
	Posesión de un fondo documental.
Principales hitos	Tienen diversos convenios con instituciones europeas como por ejemplo el Innocenti Research Center , el Centro de Investigación del Fondo de Naciones Unidas para la Infancia, sito en Florencia · Italia · www.unicef.org/irc
Datos de contacto	Ciudad Universitaria de Canto Blanco Facultad de Económicas Módulo VI · Despacho 110 · Ctra. de Colmenar Km 15 · 28049 Madrid T. +34 914 977 6 04 · F. +34 914 972 437 · iundia@uam.es
Otras particularidades	Actualmente están estudiando la posibilidad de crear en Costa Rica un Instituto de características similares al IUNDIA entre tres organismos: la Universidad de Costa Rica, el Patronato de Atención a la Infancia (PANI), y la oficina de UNICEF en Costa Rica.

FUNDACIÓN INFANCIA Y APRENDIZAJE (FIA)

Alcance	Nacional
Breve descripción	La Fundación Infancia y Aprendizaje se constituye oficialmente e inicia su actividad en 1993 asumiendo la trayectoria científico-editorial de Aprendizaje y del Centro de Investigaciones para la Educación y el Desarrollo Humano (CIEDH), iniciada en 1976.
Objetivos	El principal objetivo es desarrollar, apoyar, diseñar y promover la investigación básica del cambio humano y de los cambios socioculturales a niveles generales y específicos, con una especial implicación en la comprensión y explicación científica de estos cambios.
Integrantes	-
Actividades	La Fundación Infancia y Aprendizaje desarrolla acciones de investigación, información y edición científica, formación profesional y universitaria, congresos y seminarios, apoyo a sociedades científicas, y promueve la exploración de nuevas aproximaciones al quehacer social de la psicología y de las ciencias humanas. Posee asimismo una serie de publicaciones relacionadas: • Revistas • Bases y fondos documentales • Investigación e innovación sobre información científica en español (proyecto "Ciencia en Español") • Proyecto editorial e Información científica • Investigación e intervención desde las culturas (Futuros Humanos) • Diseño Cultural • Formación avanzada
Principales hitos	-
Datos de contacto	C/ Naranjo de Bulnes, 69 · 28707 San Sebastián de los Reyes · Madrid T. y F. +34 916 589 100 · www.fia.es · fundacion@fia.es / patronato@fia.es
Otras particularidades	-

CENTRE EUROPÉEN DES PRODUITS DE L'ENFANT (CEPE)

Alcance	Internacional
Breve descripción	Creado en 2003 por la Escuela de Administración de Empresas de la Universidad de Poitiers en Angoulême, CEPE está especializado en técnicas de marketing y dirección aplicadas a los diferentes productos y mercados de la infancia y a la valorización de las marcas gracias al diseño y al packaging.
Objetivos	Impulsar numerosas actividades de investigación que pongan el conocimiento académico sobre la infancia al servicio de las empresas.
Integrantes	Las entidades que patrocinan el CEPE son: La Fédération des Industries Jouet Puériculture (FJP), Le Syndicat des Editeurs de Logiciels de Loisir (SELL), Le Syndicat des Producteurs de Films d'Animation (SPFA), Les Centres d'Entraînement aux Méthodes d'Education Active (CEMEA), Les fabricants d'emballages de l'arc atlantique (ATLANPACK), L'Institut National du Design Packaging (INDP)
Actividades	Sus actividades son los 3 master: • La Licence Sciences de Gestion Marché des Produits de l'Enfant • Master Management des produits de l'Enfant • Master Marketing Stratégie Design Packaging
	Investigaciones de consumo infantil: • La organización en marzo de 2004 del coloquio "Miradas cruzadas sobre el consumo infantil" • La publicación, en mayo de 2005, en la editorial Vuibert, de una obra titulada "El niño consumidor" • Contratos de cooperación en investigación como el celebrado con la Agencia nacional de Investigación sobre la LUDO ALIMENT en el marco del Programa Nacional de Investigación sobre Alimentación • ALIMENT en el marco del Programa Nacional de Investigación sobre Alimentación

Principales hitos	Recibe y presta apoyo a las siguientes organizaciones: • La Federación de las Industrias del Juguete y la Puericultura (FJP) • El Sindicato de Editores de software de entretenimiento (SELL) • El Sindicato de Productores de películas de animación (SFPA) • Centros de entretenimiento de los Métodos de Educación Activa (CEMEA) • Fabricantes de embalajes del arco atlántico (ATLANPACK) • Instituto Nacional de diseño de packaging (INDP)
	Actualmente el CEPE cuenta con una carrera y dos Máster: • Licenciatura en Ciencias de Gestión de los mercados de productos infantiles. • Master en dirección de productos dirigidos a la infancia (con tres itinerarios diferentes: dirección de marketing, dirección plurimedia y dirección de las producciones culturales orientadas a la juventud). • Master de marketing estratégico en diseño de packaging.
Responsables	-
Datos de contacto	Contacto: Inés de la Ville CEPE, IAE de Poitiers · 186 rue de Bordeaux · 16025 - ANGOULEME Cedex T. 05 45 21 00 11 · F. 05 45 21 23 25 www.cepe.univ-poitiers.fr · cepe@iae.univ-poitiers.fr
Otras particularidades	El centro CEPE dispone de amplias instalaciones con 1500 m², 7 aulas con multimedia, y 40 puestos de informática de libre acceso para los estudiantes. Además dispone de un centro de documentación con más de 2500 obras de referencia sobre el consumo infantil, el diseño y el packaging, así como revistas especializadas y tesis de final del master. Una sala de investigación con cámara y ventana oculta para realizar observaciones.

NORWEGIAN CENTRE FOR CHILD RESEARCH (NOSEB)

Alcance	Internacional
Breve descripción	El centro noruego de investigación de la infancia es una entidad internacional e interdisciplinaria. Data de 1982 y en 1999 pasó a formar parte de la Universidad Noruega de Ciencia y Tecnología NTNU.
Objetivos	Investigación general sobre temas relacionados con el niño
Integrantes	Actualmente está integrada por 26 miembros, 2 profesores, 5 profesores adjuntos, 2 profesores asociados, 2 investigadores, 2 becarios post-doctorales, 1 alumno de proyectos, 8 becarios pre-doctorales y diversos asistentes técnicos y administrativos.
Actividades	Actualmente tiene en marcha varios proyectos de investigación relacionados con el consumo en la infancia, la cultura popular infantil y el niño como ciudadano.
Principales hitos	Master interdisciplinario sobre la infancia.
	Doctorado específico en Investigación Infantil.
	Cuentan con una revista específica "Barn" que constituye un importante canal de comunicación para difundir los resultados de sus investigaciones.
Responsable	-
Datos de contacto	Norwegian Centre for Child Research Pavilion C, Dragvoll · Loholt allé 87 · NTNU T. + 47 73 59 62 40 · F. +47 73 59 62 39 www.ntnu.no/noseb/english · noseb@svt.ntnu.no
Otras particularidades	-

CENTRO DE ESTUDIOS SOBRE LA INFANCIA Y LA JUVENTUD DE SHEFFIELD.

Alcance	Internacional
Breve descripción	El centro de estudio sobre infancia y juventud de Sheffield es un centro multidisciplinario de investigación que fue inaugurado en el año 2002.
Objetivos	Contribución a la mejora de vida de niños y jóvenes a través de la investigación de la infancia en las sociedades modernas. Fomentar políticas nacionales e internacionales que contribuyan a estos fines.
Integrantes	Professor Allison James, Dr Penny Curtis, Dr Mark Blades, Professor Jackie Marsh, Dr Caroline Oates, Dr Jenny Owen, Helen Woolley, Professor Adrian James, Lynn Hagger, Professor Janet Horwarth, Dr Rosie Parnell, Dr Tom Billington, Rebecca Parry, Dr Deborah Sporton, Dr Judy Clegg, Dr Zoe Marshman, Dr Julia Davies, Katie Ellis, Professor Jean Grugel, Dr Afua Twum-Danso, Colleen Eccles, Dr Harriet Churchill, Professor Cathy Nutbrown, Dr Helen Stapleton, Lisa Procter, Andrew Crompton, Jeremy Hamm, Clare Rose
Actividades	Sus principales líneas de investigación están centradas en el papel de la alimentación en la vida familiar, los niños y las nuevas tecnologías y, la atención infantil en los hospitales. Algunos de estos proyectos son los siguientes: • Children's Playground Games and Songs in the New Media Age • Religious Beliefs and Parenting Practices: a Descriptive Study • Involving Users in the School Design Process • The Change Project: Engaging Young People in Architecture • Children as Family Participants: Negotiating Food Practices in Everyday Family Life • The 'Changing Families, Changing Food' Programme • Men, Children and Food • Young Children's Use of Popular Culture, Media and New Technologies • Post Conflict Identities: Practices and Affiliations of Somali Refugee Children • Space to Care: Children's perceptions of Spatial Aspects of Hospitals
Principales hitos	La ciudad de Sheffield completa su dedicación a este tema con un Festival Juvenil y un certamen de cine juvenil.
Responsable	-

Datos de contacto	Dawn Lessels · Informatics Collaboratory of the Social Sciences (ICOSS) The Centre for the Study of Childhood and Youth · The University of Sheffield 219 Portobello · Sheffield S1 4DP. T. 0044 (0) 114 222 6069 · F. 0044 (0) 114 222 8341 dj.lessels@sheffield.ac.uk
Otras particularidades	-

4.2. Regiones

El colectivo infantil ha conseguido, en los últimos años, cobrar un gran protagonismo como público objetivo de referencia dentro de la extensa variedad de mercados de productos y servicios que se comercializan en la actualidad. Este auge, que responde en parte a la disminución de la población infantil en los países desarrollados y a la creciente concienciación de los padres dirigida a cubrir al máximo las necesidades de sus hijos, ha hecho de los niños un importante prescriptor y, por consiguiente, esta situación ha dado lugar a considerables desarrollos sectoriales en determinados ámbitos geográficos por todo el mundo.

De este modo, en el ámbito internacional, podemos hablar de zonas o regiones que se han especializado en el segmento de la infancia, albergando una oferta concreta que les ha permitido impulsar su economía gracias a esta orientación.

Sin ánimo de proponer una relación completa de localizaciones donde existe este tipo de especialización, en el presente epígrafe se expone brevemente el caso de tres de estas zonas, que se han considerado especialmente representativas en este marco y que han seguido, asimismo, dos líneas bien diferenciadas de acuerdo a sus intereses en este mercado.

4.2.1 Le Pôle Enfant

Una de estas regiones (Cholet, en Francia) ha impulsado el desarrollo de un cluster multisectorial de empresas y demás entidades cuyo eje vertebrador es la infancia. Los fines compartidos por todos estos agentes y su proximidad geográfica, unido al apoyo gubernamental de este territorio francés, han permitido la creación de una institución enfocada, entre otros aspectos, a potenciar la visibilidad de la industria de Cholet como centro generador de productos y servicios para la infancia. Todo ello, mediante la implicación y cooperación activa de figuras empresariales, institucionales y profesionales cuyo objetivo fundamental es actuar e innovar para mejorar el bienestar de los niños.

El origen de esta iniciativa en Francia proviene de la política –desarrollada con fondos europeos– de generación de los denominados “Pôles de Competitivité”, que han permitido la creación de clusters industriales y regionales de diversa índole que han contribuido en gran medida al desarrollo industrial francés durante los últimos años.

A este respecto, en la localidad de Cholet, se encuentra “Le Pôle Enfant”. Se trata de una asociación, impulsada en 2003 por la Cámara de Comercio e Industria de Cholet, que agrupa actualmente a unas 45 organizaciones entre instituciones científicas, centros de investigación y empresas pertenecientes a diferentes sectores (agroalimentario, indumentaria, calzado, salud, juguete, mueble, decoración, moda, puericultura y otros servicios) cuyo denominador común es la infancia. La finalidad de “Le Pôle Enfant” es convertirse en un centro de excelencia, donde la creatividad, innovación, la investigación y el expertise impulsen el desarrollo del territorio.

El valor de este cluster se debe a su aproximación global y transversal. El niño es considerado desde diferentes puntos de vista (económico, social, cultural, deportivo, pedagógico, etc.) y trata de aprovechar las mejores experiencias y desarrollar las máximas sinergias con respecto a la excelencia, la innovación y la creatividad a través de la participación de profesionales diversos tales como estilistas, diseñadores, técnicos de ergonomía, nutricionistas, pediatras, psicólogos, educadores, arquitectos, sociólogos, etc.

A partir de la máxima fundamentada en la mejora del bienestar de los niños, “Le Pôle Enfant” se ha marcado otros dos subobjetivos para velar por este propósito:

- Fomentar la creatividad, la innovación y mejorar el conocimiento en torno al universo del niño y de la infancia a fin de incrementar la competitividad empresarial en este ámbito.
- Promover la cooperación dirigida a generar sinergias en el plano científico, económico y social, así como favorecer la generación de programas de colaboración en el área de la I+D+i.

En concreto, existen tres materias prioritarias de I+D+i que conforman el marco de investigación principal de esta entidad:

- El bienestar, la salud y el cuidado de los niños.
- La seguridad, el equipamiento individual y el confort de los niños.
- El apoyo a los servicios dirigidos a la infancia.

En este sentido, la función de los “Pôles de Compétitivité” es dar soporte a las empresas, especialmente a las PYMES, en la generación de proyectos innovadores relacionados con los sectores de actividad de la entidad. Asimismo, “Le Pôle Enfant” trabaja igualmente para favorecer la dinámica de la innovación entre las empresas y los propios centros de investigación e instituciones análogas.

4.2.2 Regiones turísticas destacadas

Paralelamente a las regiones industriales, también existen regiones que, con un enfoque distinto, se han especializado en un sector más concreto: el turismo familiar basado en una oferta de ocio dirigida primordialmente al público infantil.

En este apartado se abordarán los casos de Orlando y la Laponia finlandesa. Ambos territorios han conseguido explotar provechosamente una idea (Laponia finlandesa) y una infraestructura turística (Orlando) muy bien diseñada y perfectamente alineada con una potente imagen de marca, que ha permitido conseguir un posicionamiento destacable de estos emplazamientos en la mente del propio target infantil.

Estos dos destinos son un referente a nivel mundial. Orlando, debido a la extensa oferta de servicios de ocio y entretenimiento que alberga la zona, orientada completamente a satisfacer las demandas de diversión de los más pequeños, si bien no se olvida de los adultos al ofrecerles otras actividades vinculadas a la vertiente

lúdica, así como alternativas de descanso y relax. Laponia, por su parte, ha conseguido hacer suya la leyenda en torno a Papá Noel, circunstancia que ha derivado en la creación de una serie de atractivos turísticos que, año tras año, reciben la visita de multitud de familias durante el período invernal, especialmente durante la época de Navidad.

En lo respectivo al caso de Orlando (ciudad del estado de Florida, en EE.UU.), en esta región se encuentra el centro de entretenimiento familiar más grande del mundo.

Orlando es un destino turístico de categoría mundial donde se concentran numerosas instalaciones y servicios diseñados para satisfacer todas las necesidades de entretenimiento familiar. En esta línea, existen opciones diferenciadas para tres segmentos: niños, adultos y familias en conjunto (adultos y niños). Los primeros cuentan principalmente con parques de ocio, mientras que los adultos tienen a su disposición una variada oferta cultural, deportiva (golf), de relax (spas), ocio nocturno y zonas de compras durante su estancia en esta región.

La estrategia puesta en marcha por este territorio se fundamenta en posicionarse como la capital internacional del entretenimiento familiar, utilizando para ello su clima templado (durante todo el año) y su gran número de atracciones turísticas. Concretamente, las actividades u opciones turísticas que brinda Orlando se sintetizan principalmente en 8 elementos:

- Parques temáticos y de ocio
- Hostelería
- Entretenimiento general
- Compras
- Visitas/tours
- Ocio en la ciudad
- Actividades culturales
- Playa y muelles

No obstante, las atracciones más emblemáticas de la región, orientadas a los niños, son las siguientes:

- Walt Disney World Resort
- SeaWorld Orlando
- Universal Studios Orlando
- Discovery Cove

Un aspecto importante a destacar es que Orlando cuenta con la segunda concentración hotelera más importante de EE.UU. y, durante 2007, recibió alrededor de 48 millones de visitantes.

Paralelamente, el territorio finlandés correspondiente a la región de Laponia –tal y como se ha mencionado al principio– ha sabido aprovechar la oportunidad de su entorno para apropiarse de la leyenda de Papá Noel. Justamente cuando el imaginario popular, alimentado con la labor de la literatura de mediados del siglo XIX, situó a este personaje en el Polo Norte, varios fueron los países que se disputaron el honor de albergar al protagonista de las Navidades. El duelo entre la Laponia rusa, noruega, sueca y finesa, finalmente fue ganada por esta última que creó todo un complejo turístico basándose en esta idea en un entorno natural fascinante, situado dentro del Círculo Polar Ártico.

Para darle consistencia a la idea se creó la casa de Papá Noel y su taller, “Santa Claus Village”, con una oficina de correos y variadas actividades de entretenimiento y, posteriormente, un parque de atracciones ubicado en el interior de una montaña: el Santa Park. Asimismo, se realizaron convenios con aerolíneas para promocionar durante sus vuelos a Finlandia y la vinculación de Papá Noel y Laponia, dotando a la localidad de Rovaniemi (a pocos kilómetros del parque) de la infraestructura de servicios y alojamientos necesaria para albergar a los turistas que seleccionan este lugar como punto de partida a las excursiones que se organizan por la zona.

El eje de desarrollo de la región se centra, por tanto, en atraer el turismo de familias con niños, basándose en dos activos importantes:

- El magnífico entorno natural presente en el norte de Finlandia (nieve, bosques y fauna).
- Las instalaciones y servicios de ocio infantil ofrecidos al público infantil para vivir la historia de fantasía que rodea a la figura de Papá Noel.

Al mismo tiempo, la Laponia finlandesa también pone a disposición del público juvenil y adulto un gran número de emplazamientos en los que poder disfrutar de diferentes deportes de invierno y otras actividades al aire libre.

El valor alcanzado por esta provincia es ser internacionalmente reconocida como lugar de residencia de Papá Noel y donde se encuentra propiamente el Pueblo de Papá Noel, por lo que se ha convertido en un importante destino de referencia de turismo familiar a nivel europeo.



05

La infancia, referente de las instituciones Valencianas

A través de los diferentes apartados que nos han conducido hasta aquí, se ha podido analizar la vital importancia que tiene la infancia para la sociedad en general, y cómo ha sido afrontada esta realidad por distintas instituciones nacionales e internacionales. Asimismo, cómo determinadas regiones en el mundo han vinculado esta idea a sus respectivas redes productivas y de servicios.

Es el momento de recoger las realizaciones de la Comunitat Valenciana en su conjunto, desde el tejido empresarial al institucional, unidas al mundo de la infancia, y de poner de manifiesto su relevancia comparativa y competitiva no sólo en el entorno de los países que conforman el denominado “arco mediterráneo”, sino también desde una perspectiva mundial. Así, en este capítulo se describen las numerosas iniciativas dirigidas al sector infantil que se han puesto en marcha desde las Consellerías que conforman el Govern autonómico, igualmente, los esfuerzos que universidades, fundaciones y otras entidades llevan a cabo con el fin de dotar de los mejores medios a un colectivo que, por definición, nace lleno de necesidades que han de ser cubiertas para crear una sociedad mejor, más equitativa y sostenible.

Esta información se complementa con un listado detallado de las ferias y eventos que se celebran en la Comunitat Valenciana dirigidos al sector infantil, espacios en los que se da la máxima visibilidad a las empresas que elaboran productos

y servicios relacionados con la infancia, y a las instituciones, organizaciones y operadores que las apoyan. En estas ferias y eventos se canaliza toda esta oferta múltiple, variada y compleja, hacia las empresas e instituciones que los demandan, generándose valiosas y estables relaciones que, si bien pueden nacer desde una vocación comercial, tienen una indudable trascendencia social.

Acaba esta parte con una relación de los proyectos que estaban en curso en el momento de elaboración de este trabajo, y que aquí se recogen dada la importancia que tienen para todos los sectores vinculados a la infancia y, asimismo, por el gran número y la calidad de las instituciones implicadas: el Centro de Conocimiento de la Infancia y el proyecto Plaitec.

5.1 Gobierno. Consellerías de la Comunitat Valenciana.

La Generalitat Valenciana actualmente cuenta con 13 Consellerías que engloban todas las áreas, tanto políticas, como sociales, culturales y económicas necesarias para el gobierno de esta Comunitat.



Aunque todas las Consellerías tienen algún programa o actividad relacionada con la infancia, se ha seleccionado y desarrollado únicamente aquellas que resultan más interesantes para las conclusiones de este trabajo, sin que en ningún momento se pretenda desestimar la labor de las no mencionadas.

A continuación se presentan aquellos organismos dependientes de la Administración Autonómica que velan por la defensa de la infancia y juventud de la Comunitat Valenciana.

Las actividades desarrolladas se centran en cinco áreas: la educación, la sanidad, la protección social, la seguridad jurídica y la industria, siendo, respectivamente, las competencias de las Consellerías de Educación, de Sanidad, de Bienestar Social y de Justicia, de Administraciones Públicas y de Industria.

5.1.1 Conselleria de Bienestar Social

Las competencias asignadas a la Consellería de Bienestar Social son las relativas a políticas de prestación sociosanitaria, servicios sociales, discapacitados, familia, adopciones, juventud y mujer.

Dirección General de Familia

Dependiente de la Secretaría Autonómica de Bienestar Social se encuentra la Dirección General de Familia, que asume las funciones en materia de promoción y ejecución de las medidas necesarias para asegurar una política integral en beneficio de la familia, infancia y adopciones.

La Dirección General de Familia cuenta, entre sus competencias, la asistencia técnica a los centros y servicios, tanto de carácter público como privado, que actúen en el ámbito de la atención a la familia, infancia y adopción.

Entre otras muchas acciones, esta Dirección General ha promovido la elaboración de la Ley de la Infancia de la Comunitat Valenciana, la evaluación y desarrollo del Plan Integral de la Familia e Infancia, el desarrollo reglamentario de la Ley de

Mediación Familiar, la creación de una red de autoapoyo de familias adoptantes y la consolidación de la red municipal de Servicios Especializados de Atención a la Familia e Infancia (SEAFI's).

II Plan Integral de la Familia e Infancia de la Comunitat Valenciana 2007-2010

El Plan Integral de la Familia e Infancia (PIFI) engloba, en un documento único, las distintas acciones de promoción, protección y ayuda a la familia y la infancia que se realizan desde el Gobierno Valenciano y desde otras administraciones públicas.

El II Plan Integral de la Familia e Infancia de la Comunitat Valenciana 2007-2010 es un instrumento de trabajo para fortalecer el papel de la familia en la sociedad y garantizar la protección de los más pequeños. El primer Plan logró ejecutar un presupuesto de casi 1.300 millones de € con medidas y políticas.

Teléfono del menor de la Comunitat Valenciana 900 10 00 33

El Teléfono del menor de la Comunitat Valenciana, el 900 10 00 33, es un teléfono gratuito para el público, que funciona ininterrumpidamente las 24 horas al día, todos los días del año.

Tiene como objetivo general centralizar las llamadas telefónicas que denuncien o pongan de manifiesto presuntas situaciones de riesgo o desamparo de menores de edad, ofreciendo en algunos casos una respuesta inmediata, una información, reorientando la situación o derivándola a los organismos competentes para su investigación o intervención.

Otros datos de interés

La página web de la Consellería proporciona información sobre la normativa – autonómica, estatal e internacional – de diversos ámbitos: general, referente a familia, referente a adopciones y relativa a la protección de la infancia.

5.1.2 Conselleria de Educación

Las competencias de la Consellería de Educación se centran en al ámbito edu-

cativo de la Comunitat Valenciana, contando con dos Secretarías Autonómicas, la de Educación y la de Universidad y Ciencia, para la ejecución de sus misiones.

Secretaría Autonómica de Educación

Corresponde a esta Secretaría Autonómica la propuesta y ejecución de la política en materia de enseñanza no universitaria, personal docente y política lingüística, por lo que es el órgano directamente implicado en la educación de la infancia y juventud.

Entre sus principales funciones se encuentran la inspección educativa; las relaciones institucionales con otras entidades públicas o privadas y el fomento de la participación de los diferentes sectores de la comunidad escolar en la vida de los centros docentes y en los órganos de representación del ámbito educativo. También le corresponde la promoción y fomento del uso del valenciano.

Dirección General de Ordenación y Centros Docentes

Entre las competencias asignadas destacan la ordenación de las distintas enseñanzas no universitarias; la elaboración de currículos educativos y de las condiciones técnico-pedagógicas que ha de reunir el personal docente y el desarrollo de su actividad, así como la formulación de criterios pedagógicos respecto a las características de los centros docentes, equipamiento escolar y material didáctico.

También tiene competencias en materia de regulación de la actividad de centros educativos privados y públicos; el seguimiento del historial académico del alumnado y la gestión en materia de becas y ayudas al estudio.

Dirección General de Evaluación, Innovación y Calidad Educativa y de la Formación Profesional

La mencionada Dirección General ejerce, entre otras, las siguientes funciones: favorecer la implantación de los sistemas de evaluación diagnóstica así como la elaboración de proyectos que incluyan innovaciones al objeto de impulsar la mejora continua de los centros educativos; elaborar el reglamento de normas de convivencia en los centros educativos, así como promover y fomentar medidas

que propicien la mejora del clima escolar y desarrollar programas específicos de atención educativa al alumnado inmigrante para facilitar su integración escolar y social.

Consejo Escolar Valenciano

El Consejo Escolar Valenciano es el máximo órgano consultivo y de participación social en la programación general de la enseñanza en la Comunitat Valenciana, por lo que ha de intervenir preceptivamente en los aspectos y asuntos que conciernan a la citada programación general de la enseñanza.

La participación social efectiva se garantiza en el seno del Consejo Escolar Valenciano a través de la representatividad en el mismo de todos los sectores afectados en la programación general de la enseñanza en el ámbito de la Comunitat Valenciana.

EscolaLliureX

Esta Consellería tiene en marcha un organismo de carácter educativo dirigido a los colegios e institutos de la Comunitat Valenciana, EscolaLliureX, donde se ofrece todo tipo de información no sólo para alumnos y profesores sino también para las familias. En ella se fomenta el desarrollo de recursos educativos digitales disponibles para el conjunto de sociedad.

Portal EscolaLliureX (<http://www.escolalliuex.es>)

5.1.3 Conselleria de Sanidad

La Consellería de Sanidad es el máximo órgano encargado de la dirección y ejecución de la política del Consell de la Generalitat Valenciana en materia de sanidad, ejerciendo las competencias en materia de sanidad y asistencia sanitaria que legalmente tiene atribuidas a estos efectos.

Dentro de la estructura organizativa de la Consellería de Sanidad destacan dos órganos por su relación directa con la sanidad de los niños y los jóvenes: la Dirección General para la Salud Pública y la Agencia Valenciana de Salud.

Dirección General para la Salud Pública

La relación de la actual Dirección General con la salud infantil y juvenil es muy directa dada su función en materia de programas de salud materno-infantil, a los que se añaden los programas de salud, salud laboral, el Plan Autonómico del SIDA, de vigilancia epidemiológica y de seguridad alimentaria.

Entre las Áreas dependientes de la Dirección General para la Salud Pública destaca la de Coordinación de Centros y Actuación en Salud Pública, de la cual depende a su vez el Servicio de Salud Infantil y de la Mujer.

Otros datos de interés

La página web de la Consellería tiene un apartado de Información al ciudadano donde informa sobre la salud infantil. Entre las informaciones que proporciona destacan: Información sobre vacunas; Calendario de vacunación infantil; Documentación divulgativa sobre la poliomielitis, la detección precoz de las alteraciones oculares y de la visión en la infancia; y los Programas de detección precoz de hipoacusias en recién nacidos y lactantes de la Comunitat Valenciana.

5.1.4 Conselleria de Justicia y Administraciones Públicas

Gestiona las competencias transferidas a la Generalitat Valenciana en materia de Administración Territorial, Función Pública y Administración de Justicia. Estructuralmente tiene repartidas sus funciones entre la Secretaría Autonómica de Justicia, de la que depende la Dirección General de Justicia y Menor, y la Secretaría Autonómica de Administraciones Públicas.

Secretaría Autonómica de Justicia

La Secretaría Autonómica de Justicia asume, entre otras, las funciones en materia reguladora de la responsabilidad penal de los menores; además de contribuir a la prevención y erradicación de la violencia, con especial atención a la ejercida sobre la mujer.

Dirección General de Justicia y Menor

Esta Dirección General asume las funciones en materia de relaciones con la justicia

y atribuciones sobre el menor derivadas de la aplicación de la Ley Orgánica de Responsabilidad Penal del Menor. Así, en materia de reeducación y reinserción social de menores infractores, le corresponde promover las medidas para asegurar una política integral en beneficio del menor.

Entre sus actuaciones destacan la reinserción y reeducación social del menor infractor; la contribución a la prevención y erradicación de la violencia, la atención a las víctimas de delitos juveniles, y la implantación y desarrollo de mecanismos alternativos a la vía judicial para la resolución de conflictos.

5.1.5 Consellería de Industria, Comercio e Innovación

La Consellería de Industria, Comercio e Innovación gestiona la política industrial, sectorial y de innovación de la Generalitat Valenciana marcando las líneas estratégicas, operativas y proveyendo los medios para la puesta en funcionamiento.

Dentro de esta gestión industrial, están enmarcados todos los sectores que tienen relación en su proceso productivo con la infancia, por lo que las medidas relacionadas y coordinadas por esta Consellería implican una inversión e involucran directamente a las empresas relacionadas con la infancia.

Dirección General de Industria e Innovación

Es la dirección encargada de las áreas de empresa, industria, seguridad industrial, minería, investigación industrial e innovación y parques tecnológicos, así como de la gestión de la Red de Institutos Tecnológicos.

En su ámbito de actuación están todas las políticas y planes de innovación y competitividad. Es por ello que en su ámbito se encuentra IMPIVA y su red de Innovación, así como la gestión de los Planes de Competitividad.

Los Planes Sectoriales permiten: Promover la financiación de los planes de competitividad empresariales; buscar y definir fuentes de financiación alternativas;

atender a las demandas competitivas de los sectores; lanzar líneas de actuación y financiación que promuevan la innovación y la competitividad en los sectores empresariales; promover estudios, informes o análisis que faciliten el impulso de las líneas marcadas en los planes de competitividad.

Los planes sectoriales se han estructurado según se trate de sectores maduros (Agroalimentario, Artesanía, Artes Gráficas, Calzado, Cerámica, Comercio, Construcción, Juguete, Madera y Mueble, Metal e Iluminación, Plástico, Química, Textil y Transporte) o emergentes (Acuicultura, Audiovisual, Biomedicina, Energías Renovables, Moda y Complementos, Sociosanitario y Terciario Avanzado).

Dentro de estos planes sectoriales existe una gran capacidad de innovación en los ámbitos de infancia. Entre estos sectores, hemos de destacar la relevancia del proyecto para los sectores de Audiovisual, Biomedicina, Moda y Complementos y Sociosanitario en el ámbito emergente y los sectores de Juguete, Madera y Mueble, Plástico, Textil, Calzado, Comercio y Transporte y Logística en el ámbito maduro.

Estos planes sectoriales han permitido consolidar la potente industria valenciana dirigida a la infancia, así como han ayudado a impulsar la competitividad nacional e internacional y la innovación.

Dentro de los planes de Competitividad y a través de la Consellería de Industria se ha apoyado la constitución de 2 agrupaciones de empresas innovadoras directamente relacionadas con la infancia como son la AEI de las industrias del juguete y la AEI de los productos de infancia que acoge a empresas Moda Infantil y Puericultura.

5.1.6 Conselleria de Turismo

La mayoría de las acciones turísticas que se realizan en la Comunitat Valenciana están directa o indirectamente relacionadas con la infancia. La potenciación de acciones relacionadas con el entorno de la infancia está implícita en todas las acciones que se realizan, de ahí su inclusión en este apartado.

Su principal objetivo es la mejora de la competitividad, la calidad del producto, la innovación tecnológica, la formación y el rendimiento del sector turístico valenciano, así como el impulso, desarrollo y mejora de la reglamentación y ordenación del sector y cualquier otro que le sea fijado expresamente por el Consell de la Generalitat.

Agencia Valenciana de Turismo

La Agencia Valenciana de Turismo está adscrita a la Consellería de Turismo, a través de la Secretaría Autonómica de Turismo, órgano éste al que corresponde el control y supervisión de la actividad y funcionamiento de la Agencia y política turística.

La Agencia Valenciana de Turismo es a quien corresponde el fomento y ordenación de la actividad turística, y en general la ejecución de la política turística de la Generalitat de acuerdo con las directrices establecidas por la Secretaria Autonómica de Turismo.

Desde la Agencia, se busca conseguir el incremento de la calidad de los productos turísticos valencianos y potenciar la mejora en la organización y modernización de las empresas turísticas, así como impulsar la creación e implantación de nuevos productos, prestando particular atención al desarrollo e innovación tecnológica, a la comercialización y a los desequilibrios entre las diferentes zonas de la Comunitat Valenciana.

En definitiva, cualquier actuación que sirva para el desarrollo, modernización, mejora, difusión y promoción de la oferta turística valenciana, así como otras acciones, en coordinación o colaboración con otras administraciones públicas, que redunden de forma directa o indirecta en la consecución de los expresados fines.

5.2 Universidades

La Comunitat Valenciana cuenta con una consolidada red de Universidades que se extiende por sus tres provincias: la Universidad Jaume I de Castellón, la Universitat de

València, la Universidad Politécnica de Valencia y la Universidad de Alicante junto con la Miguel Hernández de Elche, a las que se unirían las sedes universitarias repartidas por las poblaciones de menor tamaño y que dan servicio a un gran número de alumnos.

En total, dan cobertura a más de 140.000 alumnos y ofrecen una amplia oferta de titulaciones, desde las más tradicionales carreras técnicas, ingenierías o licenciaturas en letras, hasta las nuevas titulaciones que dan respuesta a las demandas de un mercado cada vez más exigente y especializado.

Junto a la oferta formativa, las universidades ubicadas en la Comunitat Valenciana, tanto aquellas de carácter público como las de titularidad privada, cuentan con una larga trayectoria en el desarrollo de proyectos e investigaciones relacionadas con la infancia y con su entorno.

Con el objetivo de realizar una aproximación a esta labor investigadora de las universidades, que pueda ser aplicado a la labor de las empresas, se procederá en las siguientes líneas a realizar una revisión de los trabajos y proyectos que en la actualidad están desarrollando las distintas universidades de la Comunitat Valenciana.

Grupos y líneas de investigación centradas en la infancia

A continuación, se presentan los distintos grupos cuyas áreas de interés están vinculadas con la infancia, organizados por universidades y líneas de investigación.

5.2.1 Universidad de Alicante

Grupo de investigación Comunicación e Infancia

Este grupo de investigación inició su actividad en 2003. Cuenta con la participación permanente de profesores doctores de los ámbitos de la psicología, filosofía, sociología, comunicación y la colaboración temporal de profesores del ámbito de la economía, así como técnicos colaboradores. El Departamento en el que se desarrolla este grupo de investigación es el de Comunicación y Psicología Social.

Líneas de investigación:

- **Calidad del audiovisual televisivo infantil**

Sus investigaciones se basan en la calidad de los contenidos audiovisuales dirigidos a niños, tanto programáticos como publicitarios.

- **Consumo infantil**

El niño como consumidor; concepto de infancia; mercados tradicionalmente infantiles, segmentación de mercados; comportamiento de compra; educación en consumo; niños y marcas; estrategias comerciales para niños... etc.

Investigación en inteligencias, competencia social y educación (SOCEDU)

Este grupo de investigación cuenta con colaboradores del departamento de Psicología evolutiva y didáctica de la Facultad de Educación. La investigación que realizan está relacionada con la calidad de la enseñanza.

Líneas de investigación:

- Competencia Social: Evaluación y mejora
- Educación Superior. Diseño de Guías Docentes
- Espacio Europeo de Educación Superior
- Evaluación y estudio de las relaciones entre las diferentes Inteligencias
- Influencia de la distintas Inteligencias en la Enseñanza-Aprendizaje

EDUTIC - ADEI (Educación y Tecnologías de la Información y Comunicación-Atención a la diversidad. Escuela Inclusiva)

Este grupo de investigación, enmarcado en el Departamento de Didáctica General y Didácticas Específicas de la Facultad de Educación, desarrolla tareas de investigación en los centros escolares con el objetivo de avanzar hacia la construcción de escuelas inclusivas en la atención a la diversidad.

Líneas de investigación:

- Educación y TICs
- E-learning
- Multimedia educativo
- Objetos de aprendizaje
- Webquests

POLMARK

Este grupo de investigación participa de un estudio científico de once países de la UE para medir la influencia de la comercialización de los alimentos y bebidas en la dieta infantil, con el fin último de contrarrestar el creciente problema de la obesidad en niños de hasta 12 años.

Las conclusiones de este trabajo serán trasladadas al Libro Blanco de la Comisión Europea “Estrategia sobre el Sobrepeso y la Obesidad”, en vistas a la reformulación de las políticas europeas referentes a este tema.

Grupo de Investigación Interdisciplinar en Docencia (GIDU)

Cuenta con un equipo de 41 investigadores centrados en las actividades docentes / formativas destinadas a todas las edades, pero con especial incidencia en el aprendizaje de la población infantil y juvenil.

Líneas de Investigación:

- Docencia Universitaria y metodologías de aprendizaje (e-learning, b-learning).
- Clima de enseñanza-aprendizaje y estilos docentes.
- Análisis en las Ciencias de la Actividad Física y el Deporte desde la perspectiva de la E. Superior.
- Atención a la Diversidad, Educación Especial e Inclusión.
- Educación en Ciencias Sociales, TIC y valores.

Entre los proyectos de investigación en marcha se puede destacar el denominado “Análisis comparativo de los niveles de Condición Física percibida y Condición Física real con niños y niñas de la Comunitat Valenciana” proyecto realizado por este grupo de investigación de la Universidad de Alicante y la University of Tartu (Estonia).

Grupo de Investigación: Literatura Infantil y Juvenil

Cuenta con cuatro investigadores, que basan su actividad en el análisis histórico y crítico de la literatura infantil y juvenil en lengua inglesa y francesa. Además,

muestran la relación de la literatura infantil y juvenil con la enseñanza primaria y secundaria, incluso elaborando materiales docentes.

Líneas de Investigación:

- Literatura en el aula de lengua extranjera
- Literatura y educación en valores
- Lo maravilloso y fantástico en la literatura infantil
- Mujer y literatura infantil
- Young Adult novels

5.2.2 Universidad Miguel Hernandez de Elche (UMH)

Psicología, Educación y Salud de la Infancia y Adolescencia

El Grupo de Investigación está formado por doctores adscritos al Departamento de Psicología de la Salud y profesores colaboradores procedentes de la Universidad de Murcia, Universidad de Alicante y Universidad de Granada.

Los objetivos que persigue son:

1. Desarrollar y profundizar en líneas de investigación que, desde un enfoque multidisciplinar (Psicología Evolutiva y de la Educación, Psicología Social y Psicología Clínica), permitan estudiar cuestiones prioritarias que afectan al ajuste psicológico, escolar, así como a la salud física de niños y adolescentes.
2. Contribuir al desarrollo de competencias para la investigación psicosocioeducativa en estudiantes de Pre y Postgrado.
3. Promover el uso del conocimiento para la mejora de la calidad de vida de las poblaciones objeto de análisis.

Instituto Centro de Investigaciones Operativas

Desde 1998 en el Área de Comercialización e Investigación de Mercados del Instituto Universitario Centro de Investigaciones Operativas trabajan en una línea denominada "Socialización en el Consumo de los niños y jóvenes".

En el Grupo de Investigación en Marketing (GIMK), aprobado por el Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Miguel Hernández, la línea de investigación del mercado juvenil es una línea prioritaria y tres investigadores doctores están especializados en ella.

5.2.3 Universidad Jaume I de Castellon

Desarrollo cognitivo, memoria infantil y personalidad

Este grupo de investigación está integrado dentro del Departamento de Psicología evolutiva, educativa, social y metodológica y su objetivo es realizar una aproximación a la psicología del niño a partir de las siguientes dimensiones: su desarrollo cognitivo, la memoria y la personalidad.

Las líneas de investigación:

- Memoria infantil
- Desarrollo cognitivo
- Psicobiología del desarrollo
- Temperamento.

5.2.4 Universidad de Valencia

Institut Universitari de Creativitat i Innovacions Educatives

Es un centro propio de la Universidad de Valencia que consta de dos secciones:

- Innovaciones Educativas
- Innovaciones Estéticas

Las líneas de investigación:

- Enfocadas a promover y realizar investigaciones de base y aplicadas prioritariamente al campo de la educación y de la estética.
- Orientadas a promover la enseñanza a nivel teórico y práctico con el fin de otorgar la correspondiente capacitación a la población en las áreas educativa y estética en el ámbito que le son propios.

Agresión y familia

Este grupo de investigación se ubica en el departamento de Psicología Básica en la Facultad de Psicología. Los miembros de este grupo se han centrado en el análisis de las interacciones sociales que se dan en el seno familiar, y su influencia en el desarrollo y mantenimiento de comportamientos agresivos, como el abuso infantil, problemas de comportamiento en los niños y posterior desarrollo de conducta antisocial y delictiva.

Líneas de investigación:

- Interacciones familiares coercitivas. Padres abusivos y niños agresivos.
- Sistemas adaptativos y procesos de interacción sincrónica en la relación temprana madre-hijo.
- Parentalidad competente: análisis de sus dimensiones y perfiles interaccionales
- Metodología observacional: análisis microsociales de los patrones de interacción familiar.
- Procesos de ruptura familiar: impacto en los hijos.
- Intervención psicológica en el contexto familiar. Análisis y estudio de casos.
- Abuso sexual perpetrado por menores como conducta antisocial: relación con las prácticas de parentalidad.
- Inicio temprano de la conducta antisocial: contexto familiar.

5.2.5 Universidad Cardenal Herrera CEU

Desarrollo de una forma farmacéutica de administración transdérmica para el tratamiento agudo de la migraña en la infancia

En los últimos años la prevalencia de la migraña en la infancia ha aumentado considerablemente, por este motivo es importante el desarrollo de formas farmacéuticas que permitan utilizar vías de administración, como la vía transdérmica, que no resulten traumáticas para el niño. Este grupo de investigación pretende desarrollar un nuevo sistema terapéutico de administración transdérmica del primer fármaco de este grupo terapéutico, sumatriptán, para el tratamiento agudo de la migraña en la infancia. Pasos del proyecto:

1. Realización de un estudio preclínico en el que se determinará la absorción intrínseca *ex vivo* del fármaco a través de la piel.
2. Estudio de diferentes estrategias para incrementar la absorción transdérmica del fármaco.
3. Realización de un estudio *in vivo* de absorción transdérmica del sumatriptán en animales de experimentación y evaluación en el sistema modelo animal, su posible toxicidad.
4. Evaluación de los resultados obtenidos con el fin de desarrollar el protocolo de ensayo clínico que permita validar la eficacia y seguridad del sistema terapéutico propuesto.

Actualmente este grupo de investigación está llevando una nueva línea de investigación hacia otros fármacos no sólo para el tratamiento sino también para la prevención de la migraña en los niños.

Efectos de la intervención fisioterápica sobre la espasticidad mediante el tratamiento combinado de fisioterapia acuática y fisioterapia en seco en niños y adultos con parálisis cerebral infantil.

La espasticidad es una alteración neurológica presente en la mayoría de personas con parálisis cerebral infantil, dificultando su postura y movimiento funcional.

La mejora de la espasticidad puede actuar a varios niveles produciendo: disminución en la hiperactividad del huso neuromuscular, mejora de movilidad articular, disminución de la resistencia al movimiento pasivo y mejora de la funcionalidad. El propósito de esta línea de investigación es determinar los efectos de la fisioterapia acuática y fisioterapia en seco, de manera combinada, sobre la espasticidad y funcionalidad de la personas con parálisis cerebral.

Esta investigación, que es pionera en España, ha demostrado que la intervención mediante fisioterapia acuática mejora la elasticidad del tejido, la movilidad

articular y la hiperactividad reflejada, mejorando no sólo el aspecto físico sino también el psicológico.

Impacto de distintos programas de ejercicio físico sobre el riesgo cardiovascular y la condición física en niños y adolescentes con sobrepeso/obesidad.

En España, el 13,9 por ciento de los niños son obesos. Especialmente preocupante es el incremento de la morbi-mortalidad por riesgo cardiovascular asociado en la edad adulta. La alimentación y la actividad física son dos pilares básicos en la prevención del riesgo cardiovascular y, especialmente, de la obesidad infantil-juvenil.

El propósito del proyecto es investigar, en la población pediátrica de la Comunitat Valenciana con sobrepeso/obesidad, los efectos de distintos tipos de programas de ejercicio físico combinados a una dieta hipocalórica personalizada sobre:

- Composición corporal [peso, índice de masa corporal, pliegues grasos, porcentaje de grasa corporal, circunferencias de cintura y de cadera e índice cintura/cadera];
- Perfil bioquímico de la sangre;
- Presión arterial clínica y ambulatoria;
- Fenotipo de grandes vasos;
- Condición física [resistencia cardiovascular, fuerza muscular, flexibilidad articular].

Otros grupos de investigación

A continuación, se relacionan otros grupos de investigación cuyas líneas de actuación, sin estar directamente vinculadas con la infancia, muestran ciertas características y peculiaridades que los llevan a ser considerados y estudiados.

5.2.6 Universidad de Alicante

Música y educación

Grupo de investigación perteneciente al Departamento de Humanidades Contemporáneas de la Facultad de Educación.

La necesidad de plantear indagaciones sobre el hecho musical en su sentido amplio – multidisciplinar – hace que el grupo de “Música y Educación” tenga como objetivo estudiar la música, desde la perspectiva histórica, folclórico-tradicional, de análisis musicales o sobre el proceso de enseñanza – aprendizaje en las diferentes etapas de la vida, es decir, analizar entre otros, el fenómeno musical desde la vertiente histórica, psicológica, sociológica y pedagógica, con el fin de mejorar y consolidar tanto los procesos formativos como aquellos referidos a las cuestiones básicas, teóricas y aplicadas a la música.

Líneas de investigación

- Música y Educación

La Música como elemento educativo en la formación integral de los alumnos de infantil y primaria. La Música como vehículo de comunicación intercultural. La Música Tradicional como esencia del pensamiento y de la visión de un pueblo. Todo ello basado en la legislación educativa actual.

Entre los proyectos que han desarrollado se puede destacar el de “Enseñar y aprender música en la escuela primaria desde la perspectiva de las inteligencias múltiples”

Educación, deporte, actividad física y salud (EDAFIS)

Grupo de investigación perteneciente al Departamento de Didáctica General y Didácticas Específicas de la Facultad de Educación.

Líneas de investigación:

- Actividades físicas y espacios naturales.
- Actividades físicas y poblaciones especiales.
- Análisis del entrenamiento y rendimiento deportivo.
- Desarrollo, aprendizaje y control motor.
- Dirección, Gestión y Planificación deportiva.
- Formación y práctica docente en actividades físicas y el deporte.
- Género y actividades físicas.

- Investigación educativa en ciencias de la actividad física y el deporte.
- Motivación y práctica deportiva.
- Tecnologías de la Información y la Comunicación en el ámbito de las Ciencias de la Actividad Física y los Deportes: instrumentación, métodos, técnicas y nuevas tendencias.

Salud y cultura en grupos vulnerables

Este grupo de investigación cuenta con colaboradores que pertenecen a la Facultad de Enfermería y que tienen perfiles diferentes que se complementan para dar respuesta a los distintos proyectos de investigación que realizan.

Línea de investigación:

- Cuidados en salud para mujer y niños

5.2.7 Universidad Jaume I de Castellon

Neurogenética de la comunicación humana

Este grupo de investigación, perteneciente al Departamento de Psicología Básica, Clínica y Psicobiología de la Facultad de Ciencias Humanas y Sociales, trabaja con distintas variables y problemas, relacionados con la neurogenética humana. Sus estudios se centran especialmente en la población infantil.

Líneas de investigación:

- Potenciales evocados (ERP)
- Resonancia magnética funcional (RMF)
- Genética de la comunicación humana
- Bilingüismo y producción / comprensión del lenguaje
- Logopedia, trastorno específico del lenguaje, dislexia
- Procesos cognoscitivos
- Lenguaje privado
- Comunicación referencial
- Comunicación infantil

5.2.8 Universidad Politécnica de Valencia

Grupo de expresión plástica del movimiento, animación y luminocinetismo

Grupo de investigación perteneciente al Departamento de Dibujo de la Facultad de Bellas Artes.

Líneas de investigación:

- Animación
Integración de nuevas tecnologías aplicadas a la producción tradicional de la animación. Modelos narrativos y formales en animación. Realización de animación bajo cámara. Efectos especiales en animación.
- Morfología estética y procesos artísticos
Forma y expresión en los procesos artísticos. La figura humana como medio de expresión. Gesto, postura y movimiento. Representación e imaginación.

Grupo de Investigación y Gestión del diseño

Grupo de investigación perteneciente al Instituto de Diseño y Fabricación de la UPV. Dentro de este grupo de investigación se realizan periódicamente los informes nacionales de tendencias para el sector del mueble y hábitat y para el del juguete y ocio. Se imparten conferencias, cursos y talleres sobre Innovación y Diseño en diferentes universidades y empresas europeas, norteamericanas, latinoamericanas, en Japón y Taiwán.

Líneas de investigación:

Metodologías de detección de oportunidades para la generación de nuevos productos y servicios.

- Procesos avanzados para generación de ideas.
- Técnicas para la generación de modelos y prototipos.
- Comunicación visual del producto.
- Consultoría en Diseño para productos y servicios de ocio.

Como consecuencias de estas líneas de investigación se han obtenido entre otros los siguientes resultados:

- Aplicación informática para la realización de mapas de producto.
- Manual de gestión de marca y merchandising para pymes
- Nuevos soportes de merchandising para productos infantiles.
- Investigación y desarrollo de un sistema constructivo de parques infantiles.
- Línea de parques infantiles para preescolares
- Teléfono móvil para adolescentes
- Diseño de parques infantiles integrados a niños discapacitados.
- Investigación y desarrollo de un sistema constructivo metálico para parques infantiles
- Investigación de nuevos conceptos de juguetes grandes o de mesa
- Investigación de nuevos conceptos para figuras de acción.

Spin-off

Por ultimo, cabe destacar, dentro de este análisis de universidades, la creación por parte de la Universidad de Valencia de una “spin-off” para la infancia.

Instituto Psicológico de la Infancia y la Familia (IPINFA)

IPINFA es una empresa que surge como respuesta al impulso de la Universitat de València en su política de transferencia de conocimiento. Se enmarca en las empresas “spin-off” de la Universidad, constituidas atendiendo a los resultados de la investigación académica. Está respaldada por un grupo de expertos que cuentan entre 10 y 25 años de trayectoria en este campo en las áreas de prevención, intervención y formación de profesionales. Su trabajo, con proyección nacional e internacional, configura un currículum de empresas sólidas y compactas.

Los productos principales que IPINFA ofrece son: el Programa de Apoyo Psicológico Materno Infantil, para el que la Universidad de Valencia Estudio General (UEVG) le ha otorgado la transferencia del programa en exclusiva, y formación relacionada con la familia y la infancia.

Se trata de un Programa de actuación preventiva en la interacción temprana y la parentalidad, que tiene como objetivo fomentar buenas prácticas con la infan-

cia. El Programa va dirigido como servicio a toda la población de padres y sus hijos menores de dos años. Es, por lo tanto, un programa de carácter universal, de prevención primaria, dado que no se dirige a grupos de riesgo, sino a toda la población. Este producto está dirigido a todas las Administraciones Públicas que contraten el Programa

La experiencia contrastada durante estos años en los que han participado más de 2000 padres con sus niños indica su aprecio por el Programa. Más de un 95% de los padres que han participado consideran importante que este Programa esté disponible en otros lugares, creen que su participación ha sido positiva para la relación con su hijo, volverían a repetir la experiencia y se la recomiendan a otros padres.

5.2.9 Otras instituciones académicas

Junto a la labor desempeñada por las Universidades, cabría destacar el trabajo realizado por otras instituciones académicas, cuya investigación contribuye también a la obtención de conocimiento para mejorar la atención, cuidado y educación de la infancia.

Instituto Universitario de Investigación y Atención Integral al Menor “Colegio Imperial de niños Huérfanos San Vicente Ferrer”

El Instituto Universitario de Investigación y Atención Integral al Menor “Colegio imperial de niños Huérfanos San Vicente Ferrer” constituye un centro de investigación y docencia del más alto nivel científico y técnico que tiene por objeto la planificación, promoción, realización y difusión de actividades de investigación, desarrollo e innovación tecnológica en las áreas de atención educativa, aprendizaje escolar, psicológica, sociocomunitaria, de acción social y de ocio y tiempo libre.

Instituto de Investigación Socioeducativa “Francisco Ferrer Luján”

El Instituto Superior de Formación e Investigación Socioeducativa Francisco Ferrer Luján es un Centro propio de la Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir, que tiene por objeto la planificación, promoción, realización y difusión de

actividades de investigación socioeducativa y sociocultural, siguiendo las líneas del humanismo cristiano establecido por el Magisterio de la Iglesia Católica.

5.3 Fundaciones y otras entidades

La institución fundacional es un instrumento más del interés público que se transmite a través de la iniciativa privada y que interviene, en este caso, de forma altruista, en el desarrollo del conjunto de los ciudadanos que viven en esta Comunidad y se integran en ella, aportando sus valores y recursos, todos ellos enriquecedores y necesarios.

Sin duda alguna, la Comunitat Valenciana se muestra muy concienciada con las necesidades de la infancia y su entorno, tal y como queda patente en las numerosas e importantes Fundaciones que tienen, entre sus misiones y objetivos, la de velar por la protección de los derechos y necesidades que conciernen al niño, desde la salud, a la educación, pasando por su desarrollo psicológico y su integración social.

Todas estas instituciones son plenamente conscientes de la singularidad de la infancia y la indiscutible relevancia que tiene para el presente y el futuro de la sociedad en su conjunto, y es por ello que le prestan la máxima atención.

A continuación se muestran una serie de fichas que tratan de reunir y describir de manera sucinta las principales entidades entre cuyos objetivos figuran, de manera preeminente, la protección de la infancia en cualquiera de sus aspectos.

FUNDACIÓN BANCAJA

Alcance	Nacional
Breve descripción	Bancaja programa y gestiona su Obra Social a través de la Fundación Bancaja y la Fundación Caja Castellón. Ambas fundaciones se integran dentro de la Obra Social Bancaja.
	El Plan Estratégico de la Obra Social diseña y regula la actuación a seguir y determina los sectores hacia los que deben dirigirse sus acciones.
	Así, la actividad llevada a cabo por la Obra Social Bancaja se desarrolla en tres áreas: jóvenes, cultura y desarrollo social.
Objetivos	Múltiples, en función de cada área de trabajo de la Obra Social.
Integrantes	Bancaja
Líneas de investigación/ actividades	En el área infantil, realiza diferentes talleres escolares y numerosas actividades didácticas vinculadas a las exposiciones. El objetivo es difundir el arte y potenciar la creatividad, logrando que los particulares asimilen de forma más completa el contenido de las diversas exposiciones.
	También fomentar la cooperación, la diversidad y la multiculturalidad en las escuelas mediante el taller didáctico "Un País Imaginario". La actividad está dirigida a los centros escolares de primaria y secundaria de la provincia de Valencia. El objetivo es promover el conocimiento de otras culturas, fomentar el diálogo y el respeto en el aula y, en definitiva, descubrir los aspectos positivos de la interculturalidad.
	Asimismo, colabora en proyectos como "Payasospital" con el objetivo de potenciar las acciones socio asistenciales dirigidas al colectivo infantil hospitalizado por enfermedades graves o de larga duración
Principales hitos	Los descritos en el punto anterior
Responsables	-
Datos de contacto	Plaza de Tetuán, 23 · 46003 Valencia · T. 96 387 58 64 http://obrasocial.bancaja.es
Otras particularidades	El Plan Estratégico de la Obra Social Bancaja diseña las líneas fundamentales de sus áreas de actuación en función de las demandas sociales y guía el desarrollo de las acciones. Tras unos años en funcionamiento, la última revisión del Plan sirvió para ampliar sus objetivos e introducir medidas que han mejorado la eficacia de las actividades llevadas a cabo.

FUNDACIÓN CIUDAD DE LAS ARTES Y LAS CIENCIAS

Alcance	Nacional
Breve descripción	Constituida por la Ciudad de las Artes y las Ciencias bajo el Protectorado de la Generalitat Valenciana
Objetivos	La Fundación CV Ciudad de las Artes y las Ciencias, tiene como objeto la divulgación, fomento, promoción, estímulo, apoyo y desarrollo de la ciencia, la tecnología, el arte y de cuantas acciones científicas, culturales, educativas, sociales, medioambientales, artísticas y de otra índole tengan relación con ello y las actividades a desarrollar en el complejo de la Ciudad de las Artes y las Ciencias.
Integrantes	Generalitat Valenciana, a través de C.A.C.
Líneas de investigación/ actividades	Asesoramiento científico y técnico, artístico y medioambiental relativo al conjunto de actividades y contenidos expositivos de la Ciudad de las Artes y las Ciencias.
	La constitución de un patrimonio expositivo histórico, científico, tecnológico y cultural propio, con la finalidad de difundir entre la sociedad el conocimiento sobre dichas materias, mediante su cesión a otras instituciones públicas o privadas para su exhibición y difusión al público en general.
	Realización de actividades, actuaciones o proyectos de todo tipo, tendentes a la difusión, fomento y divulgación general de la ciencia, la tecnología, el arte y el medio ambiente, tales como convocatorias de concursos, becas, ayudas o cualquier otro medio de promoción de la ciencia y la investigación en el ámbito científico, así como las diferentes manifestaciones artísticas, audiovisuales y de protección del medio ambiente; organización de exposiciones, reuniones, conferencias, seminarios, cursos y otros actos similares en el ámbito de las actividades formativas en general; edición y difusión de trabajos, estudios e informes que nazcan de las actividades enumeradas en el apartado anterior, así como de cualesquiera otras que tengan carácter científico y artístico mediante publicaciones y cuantos otros medios considere convenientes, etc.
	Apoyo y contribución al conocimiento, en todos los ámbitos, del Museu de les Ciències así como del complejo de la Ciudad de las Artes y las Ciencias en su conjunto, promoviendo cuantas acciones en los términos más amplios tengan relación con ello.

Líneas de investigación/ actividades	Realización o participación en actividades tendentes a la difusión, fomento y divulgación de la cultura, la ciencia y la tecnología, tales como la producción o exhibición de documentales de contenido cultural, la edición y difusión de libros, revistas y trabajos en general de carácter cultural, científicos y tecnológicos, así como cualquier otra actividad o evento que pueda llevarse a cabo en el complejo de la Ciudad de las Artes y las Ciencias o dentro del ámbito de la Comunitat Valenciana.
	Fomento e impulso de la participación directa e indirecta en las actividades y proyectos de la Fundación de cualesquiera personas naturales o jurídicas, públicas o privadas.
Principales hitos	La Cátedra Santiago Grisolí, por medio de un Consejo Asesor integrado por profesionales muy acreditados, concede anualmente el Premio Cátedra Santiago Grisolí a dos investigadores especialmente destacados a nivel internacional en el campo de la investigación científica, especialmente de la Biomedicina y de la Neurociencia. Se premia la labor de investigación que reúne a la vez un alto nivel científico y un elevado interés social.
Responsables	-
Datos de contacto	Paseo de la Alameda 42B, 1º-1ª · 46023 Valencia, España T. +34 961 974 6 70 · F. +34 961 974 598 www.fundacioncac.es
Otras particularidades	-

FUNDACIÓN DASYC DE LA COMUNITAT VALENCIANA

Alcance	Nacional con proyectos internacionales
Breve descripción	Tiene como finalidad el impulso, desarrollo y apoyo de actividades asistenciales, culturales y educativas, así como Programas de Voluntariado social y de Cooperación al Desarrollo, para la mejora de la calidad de vida de las personas y de su entorno familiar y social.
Objetivos	Un modelo de desarrollo basado en la persona, con especial atención a la educación como principio de progreso humano y social.
	Una corresponsabilidad con los socios locales
	Un modelo de intervención profesionalizada, a través de un programa de trabajo coherente y sistematizado desde la sede, y en los países de actuación. • América Latina: Perú, Guatemala, Argentina, Panamá, Nicaragua, Ecuador. • Africa: Kenia y Congo. • Región Mediterránea: Palestina y Jordania. • India: Delhi y Bombay.
Integrantes	-
Líneas de investigación/ actividades	Realización de proyectos socio-asistenciales en el ámbito de la prevención del riesgo social. Sus sectores de actuación son: • Infancia y Juventud • Formación e inserción de mujeres inmigrantes • Mayores • Voluntariado Hospitalario Creación de una red de voluntarios para el desarrollo de los proyectos promovidos por la Fundación y realización de programas de formación para ellos.
	Prestar un apoyo especial a iniciativas para la promoción socio-cultural de la mujer a través de una Convocatoria anual dirigida a Asociaciones. Promover anualmente una Convocatoria Becas para estudiantes con escasos recursos.
	Fomentar una reflexión comprometida sobre el significado de la solidaridad a través de diversas acciones de sensibilización, con el fin de favorecer la implicación ciudadana en los temas sociales.
	Ejecución de Proyectos de Cooperación al Desarrollo en diferentes países en vías de desarrollo.
	Colaboración con Instituciones Públicas y Privadas para la obtención de recursos humanos, económicos y materiales, necesarios para la viabilidad de los Proyectos.

Principales hitos	Programas de Apoyo Extraescolar Objetivo General: • Alicante: Mejorar los niveles de conocimiento de la lingüística española entre niños inmigrantes, así como orientarles en la realización de sus tareas escolares. • Palma: Refuerzo y apoyo para la realización de las tareas escolares. Mejorar la calidad de hábitos de aprendizaje a través de estrategias de estudio.
	Escuela Multicultural de Fútbol Sala Objetivo: favorecer el intercambio cultural entre adolescentes (inmigrantes y españoles) usando como vial el fútbol. Ofrecer una alternativa lúdica en su tiempo libre.
	Jove + Jove Objetivo General: favorecer la integración social de la población juvenil más desfavorecida, previniendo la marginación desde la edad escolar. Se dirige a jóvenes entre 12 y 16 años del distrito de Malvarrosa (Valencia), en su mayoría estudiantes del IES Isabel de Villena. Pretende orientar, ayudar y educar a estos jóvenes para el trabajo escolar y fomento del deporte, con una adecuada acción tutorial personalizada y dirigida a superar y prevenir situaciones de exclusión social.
	Los objetivos específicos son: • Reforzar la actividad escolar • Mejorar la calidad de hábitos de aprendizaje a través de técnicas de estudio. • Desarrollar una acción tutorial proponiéndoles valores y mejora de comportamientos conductuales (familia, amigos, entorno social). • Fomentar el interés por la cultura, el medio ambiente y práctica de actividades deportivas.
	La actividades realizadas se centran en: • Estudio Solidario: dos días a la semana los jóvenes realizan sus tareas escolares ayudados por voluntarios. Cada dos jóvenes “apadrinan” a un niño/a de Uruguay acumulando puntos que la Fundación transforma en recursos económicos para costear sus gastos escolares. Los niños “apadrinados” son estudiantes de la Asociación Cultural y Técnica de Montevideo (A.C.T.), en Uruguay, con quien DASYC tiene contacto. • Actividades lúdicas, deportivas y culturales: fútbol, aeróbic, excursiones y visitas culturales a lo largo del curso.

Principales hitos	Apoyo a proyectos de Asociaciones que trabajan en favor de la juventud • Programas de formación en valores para jóvenes y voluntarios • Proyecto “Luz del voluntariado”: Asociación Burjasot (Valencia) • Proyecto “Ocio sano-ocio de riesgo”: Asociación Diemal (Valencia) • Programa de Estudio, cultura y orientación profesional: Asociación Tonaira (Alicante) • Participación en Certamen de vídeo argumental: Asociación Blaumar (Valencia) • Proyecto “Vive comunicación”: Asociación Terralbes (Valencia) • Proyectos de orientación y educación familiar • Proyecto “GENIA”, para el desarrollo de la mujer: Asociación Adarga (Valencia) • Torneo cultural: Asociación Cendal (Valencia)
	Proyecto con jóvenes de pensamiento intelectual límite Realización de actividades de ocio y tiempo libre con adolescentes entre 15-18 años que tienen un coeficiente intelectual límite.
Responsables	-
Datos de contacto	C/ Dr. Gil y Morte 2 pta.4 · 46007 · Valencia · T. +34 963 107 027 valencia@fundaciondasyc.org
Otras particularidades	Realizan actividades de Cooperación al Desarrollo en proyectos internacionales.

FUNDACIÓN DE LA COMUNITAT VALENCIANA PARA LA ATENCIÓN A LAS VÍCTIMAS DEL DELITO Y ENCUENTRO FAMILIAR

Alcance	Nacional
Breve descripción	Ofrece unos servicios gratuitos especializados para solucionar la situación de desamparo en la que se puede encontrar la víctima de un delito.
Objetivos	Servir de apoyo a las distintas Administraciones radicadas en la Comunitat Valenciana para la realización de las actividades materiales, o similares, que les competan en lo concerniente a la ayuda a las víctimas del delito.
	Atender, informar y asesorar a toda persona que haya sufrido un daño o menoscabo en su persona, bienes o derechos como consecuencia de cualquier delito o falta. Facilitar el seguimiento de las actuaciones, procesales o no, que hayan de realizar las víctimas del delito en la Comunitat Valenciana.
	Informar, formar y asesorar a cuantas personas o colectivos pretendan implicarse, individual o colectivamente, en el apoyo y asistencia a las víctimas del delito.
	Crear un Centro de Documentación especializado en materia de víctimas del delito, que preste sus servicios a todos los interesados y promueva estudios, investigaciones o publicaciones sobre la realidad de tal materia.
	Cualquier otra que permita a la Fundación el mejor cumplimiento de sus fines vinculados al apoyo a las víctimas.
Integrantes	-
Líneas de investigación/ actividades	Para el cumplimiento de los fines citados y el desarrollo de sus actividades la Fundación FAVIDE dispone de dos servicios: • Las Oficinas de Atención a las Víctimas del Delito • Los Puntos de Encuentro Familiar
Principales hitos	Los Puntos de Encuentro Familiar tienen como objetivo básico garantizar el derecho fundamental del menor de mantener la relación con sus progenitores y demás familiares, estableciendo los vínculos necesarios para su buen desarrollo físico, afectivo y emocional, dando siempre prioridad a la seguridad y bienestar del menor.

Principales hitos	Además del objetivo básico que se acaba de mencionar, los Puntos de Encuentro Familiar pretender alcanzar otros objetivos: • Seguimiento y evaluación del desarrollo del régimen de visitas. • Facilitar a los progenitores y demás familiares la posibilidad de llegar a acuerdos encaminados a resolver el conflicto en el que están inmersos, proporcionar una orientación profesional para desarrollar las habilidades parentales necesarias para mejorar las relaciones familiares. • Preparar y Ayudar a los Progenitores separados para que, en un futuro, puedan mantener la relación con sus hijos con plena autonomía. • Facilitar y Posibilitar el encuentro del menor con el progenitor titular del derecho de visitas y sus familiares. • Garantizar la seguridad del menor, de las víctimas de Violencia de Género y de cualquier otro familiar vulnerable durante el cumplimiento del régimen de visitas.
Responsables	-
Datos de contacto	C/ Jorge Juan, 11 2º - 2ª · 46004 Valencia · T. +34 961 923 030 www.favide.org
Otras particularidades	-

FUNDACIÓN DE LA COMUNITAT VALENCIANA PARA LA NEURORREHABILITACIÓN FUVANE

Alcance	Nacional
Breve descripción	Opera en la Comunitat Valenciana y lleva a cabo un método de rehabilitación neuronal, dirigido a niños/as y adolescentes con parálisis cerebral y patologías afines.
Objetivos	Impulsar en la Comunitat Valenciana los tratamientos médicos y educativos más adecuados a los pacientes con necesidades de rehabilitación neuronal y educacional.
	La práctica y la promoción en la Comunitat Valenciana de las técnicas que ayuden a estos pacientes y demuestren su eficacia.
	Colaborar con las distintas administraciones responsables para la implantación en su ámbito de un eficaz sistema multidisciplinar de Neurorrehabilitación para pacientes con discapacidades funcionales.
	Estimular la investigación básica, clínica y epidemiológica en el área de las Enfermedades Neurológicas que incapaciten así como las que sin ser neurológicas que incapaciten neurológicamente.
	Conseguir la colaboración y entendimiento entre las organizaciones y colectivos implicados en la Estimulación precoz, y la Terapia Ocupacional. Fomentar y promover el interés por el estudio de todas aquellas nuevas terapias relacionadas con la Neurorrehabilitación infantil, la Estimulación precoz, y la Terapia Ocupacional. Fomentar y promover la formación en determinados sectores del campo de la neurología, Rehabilitación, Neurorrehabilitación, y Neuropediatría.
	Aumentar el acervo de conocimientos existentes, contribuir a la descripción y la comprensión de sus valores y sus problemas, y colaborar en la innovación dentro de cada uno de estos campos.
	Habilitar los medios para mejorar la investigación y desarrollo en áreas poco conocidas y que actualmente dependen de métodos extranjeros como la ortopedia, aparataje de ayuda a las personas con discapacidad
Integrantes	-

Líneas de investigación/ actividades	Educación Conductiva de András Pető, neurólogo, ortopeda y pedagogo húngaro, el primero en acuñar este concepto en referencia al trastorno motor y la discapacidad que, generados por lesiones cerebrales de variada etiología, pueden ser tratados mediante el aprendizaje activo de estrategias para conseguir soluciones funcionales de los problemas. Pető concede a la educación un papel fundamental en la rehabilitación del niño.
Principales hitos	-
Responsables	-
Datos de contacto	Parque Tecnológico · C/Narciso Monturiol y Estarriol 7-9 · Edificio Sedesa 46980 Paterna-Valencia www.fundacionfuvane.org
Otras particularidades	-

FUNDACIÓN PARA LA SALUD INFANTIL

Alcance	Nacional / Internacional
Breve descripción	La Fundación para la Salud Infantil se constituye en el año 1997 con la finalidad de conseguir que niños con cualquier problema neurológico o psicológico alcancen la edad adulta en las mejores condiciones posibles. Por ello, la Fundación tiene como objetivo promover el desarrollo de programas específicos de estudio e investigación, y especialmente aquellos referidos a la problemática de la población infantil.
Objetivos	Promover el desarrollo de programas específicos de estudio e investigación en el campo de las Ciencias de la Salud, y especialmente lo referido a la problemática de la población infantil, teniendo sus fines un carácter científico-docente, sanitario y social.
Líneas de investigación/ actividades	Atención Temprana
	Punto de Encuentro Familiar
	"Respiro" Infantil
	Unidad de Patologías
Principales hitos	La inauguración del primer Centro de Atención Temprana en 1999, actos culturales y lúdicos, convenios firmados, galas, etc, hasta la apertura del nuevo centro y el desarrollo de los nuevos programas de Respiro Familiar, Atención Temprana y el Punto de Encuentro Familiar.
Responsables	-
Datos de contacto	c/ Avda. de la Juventud s/n. · 03201 Elche (Alicante) T. +34 966 661 529 · Fax +34 965 463 916 www.fundacionsaludinfantil.org · patronato@fundacionsaludinfantil.org

FUNDACIÓN PARA LA INNOVACIÓN EN LA INFANCIA DE LA COMUNITAT VALENCIANA

Alcance	Nacional
Breve descripción	Tiene como misión la de explorar las técnicas educativas y los recursos tecnológicos más avanzados para facilitar el desarrollo del deseo de aprender y de la creatividad en los niños en edad preescolar, como base para el establecimiento de patrones de aprendizaje que acompañarán al niño durante toda su etapa de formación.
Objetivos	Desarrollar un modelo de centro educativo experimental e innovador para niños y niñas de entre 0 y 6 años: • Diseño de productos y servicios • Técnicas y Recursos pedagógicos • Aplicación TIC a la enseñanza • Diseño de centros infantiles
	Ser una empresa socialmente responsable (Responsabilidad Social Corporativa): • Facilitar la Conciliación Vida Familiar y laboral • Tener presente las Necesidades de la Maternidad • Ofrecer Igualdad de Oportunidades
	Aplicar la I+D+i al sector infantil. El niño como socio tecnológico: • Incorporar equipamiento tecnológico capaz de servir de soporte a desarrollos relacionados con la aplicación de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones al desarrollo infantil.
Integrantes	Ayuntamiento de Paterna e Instituto Tecnológico AIDICO, bajo el patrocinio de la Generalitat Valenciana
Líneas de investigación/ actividades	-Promoción y gestión de un centro de Educación Infantil.
	PLAITEC
	InteliSPACE - Plataforma Integrada de Servicios y Contenidos Inteligentes

Principales hitos	El primer proyecto de la FII es la promoción y gestión de un centro de educación infantil en el Parque Tecnológico de Paterna. Este centro cumplirá la doble función de dar servicio a las necesidades de las empresas del Parque Tecnológico y de servir como centro piloto de las actividades de la FII.
	Su concepción innovadora destaca tanto en el diseño arquitectónico propuesto, orientado a la creatividad, innovación e integración de las mejores técnicas disponibles en materia de sostenibilidad, como en los medios educativos con los que contará el centro, orientados a los siguientes objetivos: • Construcción de las habilidades básicas del niño. • Estimular y premiar la curiosidad y la exploración. • Construir la motivación personal. • Estimular la confianza en la competencia personal y la asunción del riesgo. • Facilitar el equilibrio físico y mental. • Crear oportunidades para el descubrimiento y la creatividad. • Desarrollar las habilidades de auto control y fijación de objetivos. • Favorecer la colaboración y relación interpersonal.
Responsables	-
Datos de contacto	Calle de Charles Robert Darwin, Parcela D · 46980 · Paterna · Valencia T. +34 961 318 278 · F. +34 961 318 033 www.ficv.es · ficv@ficv.es
Otras particularidades	En la actualidad estudian la realización de diversos proyectos relacionados con la innovación aplicada a la infancia.

5.4 Ferias

La Comunitat Valenciana es una región rica en recintos y eventos feriales, dada la diversidad de sus sectores económicos y el poder económico que estos representan. De hecho, esta comunidad concentra la mayor parte de la producción nacional de cerámica, juguetes, muebles, textil, puericultura y moda infantil, entre otros sectores, a los que cabría añadir aquellos emergentes como el audiovisual, el biomecánico o el aeronáutico.

Con el fin de registrar todos estos eventos la Consellería de Industria, Comercio e Innovación publica anualmente en el DOGV un Real Decreto con los eventos feriales que van a tener lugar al año siguiente y la localidad donde se van a celebrar.

A partir del interés que dichas ferias y eventos suponen para la infancia podemos destacar las siguientes:

FIMI - Feria Internacional de la moda Infantil-Juvenil

Relación con la infancia	El diseño de ropa y accesorios infantiles cobra cada día mayor importancia, dado el interés que muestran los niños por la moda a una edad muy temprana. Los niños saben perfectamente lo que quieren y siguen las tendencias y estilos que imperan en ese universo, por lo que la FIMI representa un escaparate único para acceder a toda esta información.
Alcance	Internacional
Breve descripción	Este certamen internacional se celebra semestralmente en Valencia y en él participan empresas de moda infantil, calzado, complementos y premamá. Se presentan las colecciones primavera-verano y otoño-invierno con una anticipación de un año a su comercialización en tiendas y grandes almacenes. Su pasarela es punto de referencia de la moda infantil a nivel internacional. Los objetivos que se marca son: • Potenciar un escaparate de calidad de todos los protagonistas de la moda infantil: expositores y visitantes • Posicionar a FIMI como feria de negocio • Ser referente internacional de la moda infantil • Estudiar y escuchar las necesidades del sector • Trabajar junto con los Agentes Comerciales como eslabones directos de información. El certamen ha establecido convenios con asociaciones relacionadas con el sector, tales como: • ASEPRI • Children's Fashion Europe • Assomoda
Sectores implicados	Moda infantil, Calzado, Complementos, Futura Madre, Regalos bebé, Equipamiento Comercial
Fecha realización	Enero (otoño/invierno) · Junio (primavera/verano)
Datos de contacto	Feria Valencia- FIMI · Avda. De las ferias s/n (P.O. BOX 476) 46035-Valencia –España www.feriavalencia.com/fimi · fimi@feriavalencia.com
Número de visitantes	El número de visitas que obtuvo en la última edición fue aproximadamente de 7.000
Expositores	En la feria realizada en enero de este año hubo un total de 220 expositores de los cuales el 26.6% eran extranjeros

CERO A CUATRO - Feria Internacional de Puericultura

Relación con la infancia	Esta feria presenta una relación directa con la infancia y con los artículos que la rodean y que son necesarios para el niño en sus primeros años de vida.
Alcance	Internacional
Breve descripción	Es la única plataforma que se celebra en España y una de las más importantes a nivel europeo. Es el punto de encuentro entre los profesionales que quieren estar al día de lo que acontece en el sector. Reúne la oferta y la demanda relacionada con este sector
Sectores implicados	Oferta de paseo y transporte del bebé, mobiliario para la primera infancia y accesorios, puericultura ligera, artículos textiles, canastilla y juguetes para la primera infancia
Fecha realización	Enero
Datos de contacto	Feria Valencia – CERO A CUATRO · Feria Internacional de Puericultura Avda. De las ferias s/n · 46035 · Valencia · España www.puericultura.feriavalencia.com · ceroacuatro@feriavalencia.com
Número de visitantes	El número de visitas recibidas en la edición de 2008 fue de 10.762
Expositores	En la última feria realizada en enero de 2009 hubo un total de 195 expositores que representaban a 520 marcas

ORGANISMO: TCV – Feria del Turismo Comunitat Valenciana

Relación con la infancia	La opinión de los niños a la hora de elegir destino vacacional es cada vez mayor y las familias exigen una oferta más amplia, que incluya animación y servicios propios para los niños. Conciente de esta necesidad, la Comunitat Valenciana dispone de una gran red de hoteles y servicios para los más pequeños de casa, con atractivas experiencias pensadas para que toda la familia pueda descansar y divertirse.
Alcance	Internacional
Breve descripción	TCV es uno de los principales certámenes comerciales turísticos del panorama nacional que se realiza anualmente en la Comunitat Valenciana, una de las autonomías con mayor tradición turística del país. De hecho, Valencia se posiciona como la ciudad 22 en el ranking europeo desde el punto de vista del atractivo turístico. TCV, Feria Internacional Turismo Comunitat Valenciana, pretende aglutinar en un mismo evento a todas las empresas y entidades más destacadas del sector. Dar a conocer a profesionales y público en general, sus productos y servicios.
Sectores implicados	Agencias, transporte, hostelería, empresas de servicio, organismos/ asociaciones, medios de comunicación, formación y turismo.
Fecha realización	3 - 5 Abril
Datos de contacto	Feria Valencia- TCV · Avda. De las ferias s/n. · 46035 · Valencia · España www.feriavalencia.com/tcv · tcv@feriavalencia.com
Número de visitantes	En la edición de 2008 fueron más de 55.000 visitantes entre profesionales y público directo
Expositores	En 2008 la feria tuvo 314 expositores directos (alrededor de 1277 en total)

FUTURMODA - Salón Internacional de la Piel, Maquinaria y Componentes para el Calzado y Marroquinería

Relación con la infancia	La elección de los zapatos durante la infancia es de gran importancia. Los pies en crecimiento requieren una atención especial. Cuando los niños todavía no caminan, la misión del calzado es únicamente de abrigo. Sin embargo, para los que ya caminan el calzado debe permitirles el movimiento de las articulaciones del pie, respetando ante todo la fisiología, biomecánica y lógica del cuerpo humano. Es esta feria podremos encontrar, además de calzado, toda una gama de complementos relacionados con el calzado y, en particular, con el calzado infantil.
Alcance	Internacional
Breve descripción	Feria bienal. Es la feria de los componentes y la maquinaria para el calzado y la marroquinería. Su objetivo es promover la oferta de moda, es decir, convertir el salón de futurmoda en referente nacional e internacional para el fabricante de calzado y complementos de moda.
Sectores implicados	Industria de Componentes, Maquinaria y Curtidos para el Calzado
Fecha realización	Abril · Noviembre
Datos de contacto	IFA. (Institución Ferial Alicantina) · Ctra Nacional Elche - Alicante, km 731 Elche - Alicante · T. +34 966 657 6 00 www.feria-alicante.com
Número de visitantes	En la feria de 2007 el número de visitantes fue de 4388
Expositores	En la feria de 2007 hubo un total de 142 expositores

HABITAT VALENCIA

Relación con la infancia	A medida que el niño va creciendo va buscando espacios propios (su habitación) donde ejercer su derecho a la intimidad al tiempo que va imponiendo sus gustos en ella. De este modo, en esta feria se encuentran todos aquellos muebles y accesorios necesarios para que los niños creen y decoren sus propios espacios de hábitat.
Alcance	Internacional
Breve descripción	Feria anual. Feria del mueble, iluminación, decoración y textiles para el hogar. Se pretende incorporar una nueva oferta, la de diseño internacional de cocina que se celebrará los años impares alternándose con la feria internacional de iluminación. En esta feria se puede ver: • Todos los estilos del mueble con una oferta amplísima y de calidad: clásico, moderno, tapizado, vanguardia y descanso así como las mejores firmas españolas e internacionales con sus nuevas colecciones. • Respecto a iluminación, los avances en iluminación clásica, moderna, técnica, contemporánea y de jardín, así como las tendencias y las firmas más reconocidas del mundo. • Los complementos indispensables para la decoración. • En cuanto a textil hogar, ellos aportan la calidez en la decoración: tapicerías, ropa de cama, mesa y baño, cortinajes y alfombras con los diseños más audaces y los mejores editores. • Mobiliario urbano y de jardín, así como otros sectores menos implicados con la infancia como son la cocina y el arte.
Sectores implicados	Mueble, iluminación, textil hogar, decoración, arte, cocina y exterior
Fecha realización	Septiembre
Datos de contacto	Feria Valencia - Hábitat Valencia Forward · Avda. De las ferias s/n 46035 · Valencia · España www.feriavalencia.com/habitat · habitat@feriavalencia.com
Número de visitantes	En la edición de 2008 el número de visitas que recibieron ascendió a 85.000.
Expositores	En la edición de 2008 expusieron 1.283 empresas de las cuales 450 fueron extranjeras.

FIRAHOGAR - Feria de Mobiliario, Equipamiento y Decoración del Hogar

Relación con la infancia	Los niños disfrutaban del aire libre, tanto en los parques públicos como si disponen de jardín en sus casas. En esta feria podremos encontrar, entre otras muchas cosas, muebles y pequeños accesorios que sirven, justamente, para acondicionar, decorar y conferirle una mayor utilidad a los jardines y espacios abiertos de las casas, además de mobiliario para el resto de la casa.
Alcance	Provincial
Breve descripción	Feria anual. Está dedicada exclusivamente al equipamiento del hogar en su más amplio sentido, dónde se pueden ver las últimas tendencias en equipamiento del hogar y decoración así como también la compra de dichos productos.
Sectores implicados	Mobiliario de hogar, cocina, jardín y oficina, decoración, lencería de hogar, alfombras, tapices y revestimientos, regalos para el hogar, electrodomésticos, iluminación, equipamiento (vajilla, baterías de cocina, carpintería, cristalería, bricolaje, aire acondicionado, chimeneas, saneamientos, etc.)
Fecha realización	Octubre
Datos de contacto	I FA (Institución Ferial Alicantina) · Ctra Nacional Elche - Alicante, km 731 Elche · Alicante · T. +34 966 657 600 www.feria-alicante.com
Número de visitantes	En la edición de 2008 hubo 35.321 visitantes
Expositores	En la edición de 2008 el número de expositores fue de 128

TURAL.COM - Feria del Turismo Alternativo y Complementario

Relación con la infancia	La vida cotidiana de los niños que, en la mayoría de los casos transcurre en las grandes urbes, les aleja del contacto con la naturaleza, tan beneficiosa para ellos.
	Además, los espacios naturales ofrecen la posibilidad de realizar deportes de aventura, que aunan el disfrute del entorno junto con las emociones asociadas a la práctica de esas actividades.
	Esta Feria nace con el objetivo de informar sobre las distintas actividades recomendadas para cada uno de los grupos de edad, así como de las fiestas y celebraciones populares que tanto atraen a los niños.
Alcance	Nacional
Breve descripción	Certamen anual dirigido tanto a público profesional como general pero con un objetivo común, la búsqueda de un destino turístico diferente y especializado. Hablamos de turismo de salud, donde se englobarían los balnearios, spas, clínicas; turismo de deporte; cultural... y, en general, cualquier tipo de turismo que interese a un segmento concreto de la población
Sectores implicados	Agentes proveedores de ofertas turísticas, agencias de viaje, promotores de turismo, spas, alojamientos rurales, hostelería, organizadores de turismo aventura, rutas gastronómicas y culturales, balnearios, centros deportivos, golf, estaciones náuticas, balnearios, centros de salud, museos, ayuntamientos, asociaciones turísticas, centros excursionistas, senderismo, prensa especializada, etc.
Fecha realización	Noviembre
Datos de contacto	IFA. (Institución Ferial Alicantina) Ctra Nacional Elche - Alicante, km 731 Elche · Alicante T. +34 966 657 600 www.feria-alicante.com
Número de visitantes	En la edición de 2008 recibieron un total de 17.590 visitantes
Expositores	En la edición de 2008 el número de expositores fue de 49

INDUFERIAS - Feria Internacional de Atracciones de Ferias, Parques Infantiles, Máquinas para Juegos de Azar y Elementos Auxiliares

HINCHALIA - Feria de Artículos Inflables

Relación con la infancia	Actualmente una de las actividades que más éxito tienen entre el público infantil es la asistencia a parques de atracciones o ferias, donde poder pasar una tarde o una jornada, disfrutando de las emociones que este tipo de ocio les depara.
	Esta feria presenta una amplia gama de atracciones para ferias y parques infantiles, así como otros productos y servicios destinados al ocio.
Alcance	Internacional
Breve descripción	Feria bienal. Ambos certámenes están orientados hacia la cultura del ocio del siglo XXI, en la que han adquirido una extraordinaria notoriedad los parques temáticos y de atracciones feriales en general.
Sectores implicados	INDUFERIAS: Atracciones para ferias, parques Infantiles, máquinas para juegos de azar, elementos auxiliares de atracciones, elementos para parques infantiles, parques acuáticos, equipos de sonido e iluminación, carpas y toldos, caravanas y remolques.
	HINCHALIA: Hinchables publicitarios, hinchables infantiles, Hinchables acuáticos, carpas hinchables para eventos deportivos y culturales, hinchables sanitarios y de seguridad
Fecha realización	Noviembre
Datos de contacto	Feria Valencia- Induferias-Hinchalia · Avda. De las ferias s/n 46035 · Valencia · España www.feriavalencia.com/induferias-hinchalia hinchalia@feriavalencia.com · induferias@feriavalencia.com
Número de visitantes	El número de visitantes en la edición de 2007 fue de 3.267
Expositores	En la edición del 2007 fueron 87 las empresas que expusieron en ambos certámenes.

EXPONADAL - Exposición de ocio infantil y juvenil

Relación con la infancia	Certamen dedicado exclusivamente a la infancia y juventud donde se concentra gran cantidad de actividades de entretenimiento: atracciones de feria, deportes, circuitos de aventura, multitud de talleres,...etc
Alcance	Nacional
Breve descripción	Feria anual. El recinto ferial se transforma en la mayor zona lúdica y de ocio para niños y jóvenes de la provincia, en un inmenso parque de atracciones donde pequeños y mayores pueden disfrutar de todo tipo de actividades. Se pueden encontrar atracciones de feria, deportes, camas elásticas, talleres de maquillaje, de cuentos, de disfraces y una gran variedad de actividades. En la edición pasada también estuvo presente el circo. Es una feria dedicada exclusivamente al disfrute de la navidad en familia.
Sectores implicados	Atracciones de feria, juegos, deportes
Fecha realización	26 diciembre 2009 al 6 enero 2010
Datos de contacto	IFA (Institución Ferial Alicantina) · Ctra Nacional Elche - Alicante, km 731 Elche · Alicante · T. +34 966 657 600 · www.feria-alicante.com
Número de visitantes	En 2008 recibieron un total de 37.000 visitantes, superando en un 12% a la cifra alcanzada en la edición anterior
Expositores	En la edición realizada en el 2006 hubo un total de 42 expositores

EXPOJOVE

Relación con la infancia	Certamen dedicado exclusivamente a la infancia y juventud donde se concentra gran cantidad de actividades de entretenimiento: atracciones de feria, deportes, circuitos de aventura, multitud de talleres,...etc
Alcance	Nacional
Breve descripción	Feria anual en la que los más pequeños y los más jóvenes cuentan con atracciones en directo de grupos musicales, magos, payasos, teatro, cuentacuentos, karaoke, talleres... organizados por empresas y entidades colaboradoras. También se preparan explicaciones de astronomía, servicios públicos como bomberos y policías, talleres de manualidades... Las actividades para los niños se dividen entre las estrictamente lúdicas y las que contienen elementos educativos.
Sectores implicados	Atracciones de feria, juegos, deportes
Fecha realización	26 diciembre 2009 al 4 enero 2010
Datos de contacto	Feria Valencia · Expojove · Avda. De las ferias s/n · 46035 · Valencia · España www.feriavalencia.com/habitat
Número de visitantes	En la última edición recibieron un total de 238.000 visitantes
Expositores	Medio centenar de expositores en la última edición

EL CHUPETE – Festival Internacional de Comunicación Infantil

Relación con la infancia	Los niños representan una importante cuota de audiencia de la publicidad, tanto la dirigida a ellos directamente, como aquella en la que aparecen como protagonistas o destinatarios de los productos anunciados.
	Tras algunas iniciativas similares en otros países, como los Estados Unidos, hace cinco años que desembarcó en España la idea de crear un Festival de Publicidad Infantil, pero frente a las propuestas que se habían venido realizando hasta ahora, este Festival apostó desde sus inicios por vincularse a la comunicación responsable.
	Así, paralelamente a la proyección de anuncios dirigidos al target infantil y la entrega de premios, se organizan unas jornadas que cada año tratan de concienciar y reflexionar sobre un tema en concreto vinculado con la infancia: los juegos y juguetes, la obesidad, el cine,...
Alcance	Internacional
Breve descripción	Festival independiente que tiene como finalidad premiar cada año los mejores trabajos creativos con valores, dirigidos al público infantil. Además de premiar los mejores trabajos creativos, El Chupete pretende crear un foro de reflexión sobre los problemas y oportunidades del mercado publicitario y de la comunicación infantil.
	Objetivos del festival: • Concienciar a los anunciantes de productos infantiles de la importancia de este tipo de comunicación y apostar por campañas creativas que además transmitan valores. • Motivar a las agencias para mejorar su creatividad e ingenio en la publicidad infantil. • Premiar el esfuerzo de los profesionales, dada la dificultad de este tipo de comunicación y de verse reconocidos en otros festivales. • Crear un Festival que dignifique la publicidad y comunicación infantil velando por los derechos del niño y demostrando que existen criterios de calidad y campañas que los cumplen.
	El festival tiene establecidos unos convenios o colaboraciones con algunas asociaciones, tales como: • AEAP (Asociación Española de Agencias de Publicidad) • AEA (Asociación Española de Anunciantes)

Sectores implicados	Comunicación, Infancia
Fecha realización	2 y 3 de Julio en la Ciudad de las Artes y de las Ciencias de Valencia
Datos de contacto	Festival de Publicidad y Comunicación Infantil El Chupete C/Núñez de Balboa, 116 · Madrid · España T. +34 915 901 505 / +34 914 117 929

5.5 Iniciativas

A continuación se realiza una somera descripción de aquellas iniciativas valencianas que constituyen un referente para la infancia y para el propósito del presente estudio que, en el momento de cierre de la presente edición, se están desarrollando por distintas instituciones y organizaciones.

5.5.1 Agrupación de empresas innovadoras de la infancia

Alcance Nacional.

Breve descripción

Agrupación de empresas innovadoras inscrita en el registro del Ministerio de Industria con fecha 30 de julio de 2008, que integra en su seno a 33 miembros entre empresas de productos de infancia y entidades. Entre las entidades podemos incluir: institutos tecnológicos de referencia nacional, universidades, entidades financieras y escuelas de negocios.

Objetivos

El objetivo general de la Agrupación de Empresas Innovadoras (AEI) es fomentar e impulsar acciones orientadas a la mejora de la competitividad, la productividad y la innovación empresarial que por su especificidad, complejidad y elevado coste requieren ser abordadas de forma colectiva por distintas empresas al mismo tiempo.

De forma específica, su objetivo es crear una plataforma de cluster innovador formado por colectivos y agentes empresariales dispuestos a comprometer recursos y esfuerzos para ganar en competitividad internacional a través de la innovación. Se ha tratado de formalizar y articular una estructura que canalice las demandas de innovación del sector en un ámbito de competencia eminentemente internacional. Con esta plataforma se pretende impulsar un grupo de arrastre del sector que sea la avanzadilla de la innovación sectorial y que, a partir de ahí, se extienda al resto del sector.

Integrantes

- ASEPRI (Asociación Española de Productos de Infancia)
- AITEX (Instituto Tecnológico Textil)
- AIJU (Centro Tecnológico del Juguete y de los Productos de Infancia)
- CETEMMSA (Centro Tecnológico de Mataró y el Maresme)
- IDF (Instituto Tecnológico de Diseño y Fabricación)
- UPV (Universidad Politécnica de Valencia)
- ESIC (Escuela Superior de Investigación Comercial y Marketing)
- CAM (Caja de Ahorros del Mediterráneo)
- 25 Empresas del sector de la Moda Infantil y la Puericultura con diferente tamaño y perfil invitadas por su carácter dinámico o innovador.

Líneas de investigación/ actividades

Se pretende fomentar la cooperación en el seno del cluster a través de proyectos de carácter vertical, horizontal o transversal considerando diferentes ámbitos estratégicos. Estos son: impulso en la innovación a través de producto y marca, la presencia en los mercados y el desarrollo de nuevos mercados, la innovación en logística industrial, la mejora de la gestión de la distribución y la búsqueda de la excelencia en gestión empresarial.

Las líneas de actuación principales son:

- Desarrollo del modelo de negocio y de la gestión empresarial.
- La innovación en marketing: producto y distribución.
- La innovación en el proceso industrial.
- La innovación a través de la cooperación en el cluster y la dinamización.

5.5.2 Centro de Conocimiento de la Infancia.

El Centro de Conocimiento es una iniciativa liderada por la Asociación Española de Productos para la Infancia (ASEPRI) y El Instituto Tecnológico del Juguete (AIJU), y tiene como misión:

- Ayudar al mejor desarrollo de los niños para alcanzar la etapa de adulto, en las mejores condiciones, y

- Mejorar las capacidades competitivas de las empresas e instituciones que quieran ofrecer productos y servicios al público infantil.

El centro tiene su génesis en una oportunidad detectada por los sectores industriales y de servicios directamente relacionados con la infancia, y se propone crear una base de conocimiento en estas disciplinas, incluyendo además, sectores que tradicionalmente no han dirigido sus acciones al público infantil, aunque representen parcialmente en sus actividades, temáticas dirigidas a la niñez.

Este espacio tiene un doble aspecto de caracterización, tanto a nivel geográfico como sectorial, ya que basa su actuación en la recogida y recopilación de información tanto nacional como internacional; y en la multisectorialidad de su actuación, debido al diverso abordaje de la infancia a través de las problemáticas que se suceden en el aspecto cronológico desde el nacimiento hasta entrada la adolescencia, mediante los productos y servicios que se ofrecen para que ese espacio de tiempo transcurra de la mejor manera posible.

El Centro de Conocimiento se propone divulgar y promocionar la excelencia en el desarrollo de productos y servicios destinados a la infancia, difundiendo el valor social, cultural y económico de dicha excelencia.

Para conseguir este objetivo el Centro se ha propuesto:

- Facilitar el conocimiento que posibilite una oferta de productos y servicios innovadores para la infancia acorde con las necesidades infantiles y que puedan ser producidos por empresas y organismos de los sectores representados.
- Mejorar el acceso a la información a profesionales, directivos, diseñadores, publicistas, administraciones, empresas y entidades para diseñar productos y servicios teniendo como principal requisito la adecuación al usuario infantil.
- Conseguir que España sea considerada como país de referencia “especialista en productos para la infancia”. La Comunitat Valenciana, por ser sede de las principales empresas de los sectores industriales y de servicios relacionados con la infancia, será la principal beneficiaria de esta acción.

- Realizar acciones de difusión sobre la excelencia en productos y servicios infantiles, por ej. premios a la excelencia.
- Organiza actividades de difusión y formación para especialistas de diferentes áreas en el entorno de las industrias relacionadas con la infancia.

Entre las funciones específicas del Centro se ha planificado:

- Servir de network entre profesionales con un mismo objeto de estudio, ayudando a mejorar los resultados de las investigaciones.
- Promover, apoyar, impulsar y difundir investigaciones que tengan como fin la mejora en el desarrollo de los niños.
- Crear una serie de iniciativas, proyectos o actuaciones que permitan a las empresas de nuestro ámbito geográfico anticiparse al resto con soluciones innovadoras a los problemas de la infancia y con mejores productos o servicios para los niños.
- Impulsar servicios de apoyo a la industria, promover servicios para la infancia, y promocionar servicios de ocio y esparcimiento infantil.

El Centro de Conocimiento para la Infancia será el espacio donde estará disponible toda la información sobre estudios, investigaciones, servicios, productos o cualquier iniciativa que tenga su origen o destino en el ámbito de la infancia. Los profesionales, empresas, organismos, entidades y administraciones públicas (municipales, regionales o nacionales) podrán acceder a ese conocimiento, para su aplicación en productos y servicios excelentes dirigidos al mundo infantil.

Durante 2009 se han puesto en marcha las acciones iniciales de gestión y de coordinación de contenidos, que van a ser el origen de su actividad durante este primer ejercicio.

5.5.3 Plataforma Tecnológica para la Innovación en el Ámbito de la Infancia (PLAITEC).

Este proyecto iniciado en el año 2008, está liderado por AIDICO (Instituto Tecnológico de la Construcción) y se propone fomentar la integración de las tecno-

logías más innovadoras en el centro de Educación Infantil de la Fundación para la Innovación de la Infancia de la Comunitat Valenciana (FII).

La citada plataforma tiene por metas identificar, definir y desarrollar líneas de trabajo novedosas en I+D relacionadas con el entorno infantil, realizar actividades de transferencia tecnológica que persigan alcanzar un ambiente óptimo en el futuro centro de educación infantil de la Fundación para la Innovación de la Infancia, así como generar conocimiento en hábitat infantil aplicado al desarrollo de productos, equipos o sistemas con alto valor añadido y aplicación comercial real en los sectores de los mencionados Centros Tecnológicos.

Los Institutos Tecnológicos y Asociaciones participantes en el proyecto son:

FII CV (Fundación para la Innovación de la Infancia de la Comunitat Valenciana),
AIDO (Instituto Tecnológico de Óptica, Color e Imagen),
AITE X (Asociación de Investigación de la Industria Textil),
ITE (Instituto de Tecnología Eléctrica),
AIMPLAS (Instituto Tecnológico del Plástico),
ITC (Instituto de Tecnología Cerámica),
AIDIMA (Instituto Tecnológico del Mueble, Madera, Embalaje y Afines),
AINIA (Centro de Investigación y Desarrollo Tecnológico del Sector Agroalimentario),
ITENE (Instituto Tecnológico del Embalaje Transporte y Logística),
AIJU (Instituto Tecnológico del Juguete),
INESCOP (Instituto Tecnológico del Calzado y Conexas),
AIDICO (Instituto Tecnológico de la Construcción),
IBV (Instituto de Biomecánica de Valencia), y
ASEPRI (Asociación Española de Productos para la Infancia).

Teniendo en cuenta las capacidades de cada partner, se han identificado diversas áreas de cooperación para el desarrollo del Mapa Tecnológico de la Innovación Infantil en la Comunitat Valenciana, que recopilará las tecnologías emergentes en los Centros Tecnológicos y constituirá una útil herramienta para la definición de estrategias conjuntas de transferencia tecnológica entre las entidades de PLAITEC, creando así un espacio colaborativo entre los centros tecnológicos, las asociaciones y las empresas de la Comunitat Valenciana relacionadas con el Hábitat Infantil, para potenciar la competitividad de estas últimas.

Los objetivos son de este proyecto son:

- Creación y estructuración de la plataforma concebida como espacio de colaboración entre los centros.
- Elaborar un estudio de benchmarking sobre las tecnologías existentes en el entorno nacional e internacional.
- Crear un mapa de oferta tecnológica que muestre las tecnologías existentes en los centros, aplicables al hábitat infantil.
- Crear un mapa tecnológico de necesidades de innovación en el hábitat infantil.
- Definir e integrar grupos de investigación de los institutos tecnológicos de Parque Tecnológico para generar conocimiento del hábitat infantil.

Definir la estructura operativa de la plataforma fundamentada en la creación de grupos de trabajo, integrados por técnicos de los institutos tecnológicos.



06

La infancia en la economía de la Comunitat Valenciana

Una parte sustancial del análisis de este estudio se sostiene a través de la presentación de la importancia relativa de la infancia en la economía valenciana.

Una de las principales motivaciones de este estudio ha sido la realidad industrial de la Comunitat Valenciana y su vinculación con el sector de los Productos de Infancia. En la Comunitat Valenciana acontece una coyuntura especial, dado que en este ámbito geográfico se ubican sectores líderes a nivel nacional que tienen, como característica común y diferenciadora, el mercado al que dirigen sus productos y servicios: la infancia.

Esta realidad se ve reflejada por los datos económicos que atestiguan que casi la totalidad de la producción nacional de juguetes se concentra en la Comunitat Valenciana, al igual que las industrias de la moda y el calzado infantil y las de puericultura que tienen una alta representación en este ámbito geográfico y son referentes a nivel mundial. Como añadido, la Comunitat Valenciana reúne importantes Centros Tecnológicos con una vinculación directa con la industria de productos de infancia, entre los que hay que destacar AIJU y la recién creada Fundación para la Innovación de la Infancia que realizará funciones de coordinación de los Institutos Tecnológicos para la Investigación y el Desarrollo Tecnológico en los ámbitos infantiles. Finalmente, cabe mencionar importan-

tes eventos económicos como las ferias FIMI y Salón 0 a 4; o el Certamen de Publicidad Infantil “El Chupete”.

Con el fin de dotar a este proyecto de un enfoque global e integrador, y siendo conscientes de la oportunidad que éste representa para toda la economía valenciana, hemos realizado un análisis económico de las principales magnitudes macroeconómicas que muestra la Comunitat Valenciana, siguiendo la información obtenida de fuentes oficiales.

A partir de este estudio inicial sobre la economía de la Comunitat Valenciana, hemos analizado los sectores industriales presentes en la red i-CREO, tratando de determinar su peso específico en la economía valenciana, su potencial de desarrollo y las oportunidades de innovación y negocio que este proyecto representa para el mercado de infancia en cada uno de los sectores.

6.1 Estructura económica de la Comunitat Valenciana.

La Comunitat Valenciana, en el año 2007, representaba un 9,75% del PIB español con 102.403.209.000 €, lo cual la sitúa en la 4ª posición entre las Comunidades Autónomas tras Cataluña, Comunidad de Madrid y Andalucía. Sin embargo, cuando hablamos del PIB per cápita ocupa el 11º puesto con 21.239 €, lo cual significaba un 90,78% del PIB per cápita medio de España. En el siguiente gráfico se recoge la evolución de estas variables, donde se puede observar la marcada tendencia hacia el crecimiento de las mismas, y en el caso del PIB per cápita, con unas tasas de crecimiento superiores al incremento poblacional.

En la siguiente tabla creada por el Instituto Valenciano de Estadística (IVE) se muestra la evolución del PIB de la Comunitat Valenciana así como los componentes del Valor Añadido Bruto (VAB) junto con la representatividad respecto del total nacional.

Gráfico 6.1. Evolución del PIB y PIB per capita de la Comunidad Valencia 1995-2007.

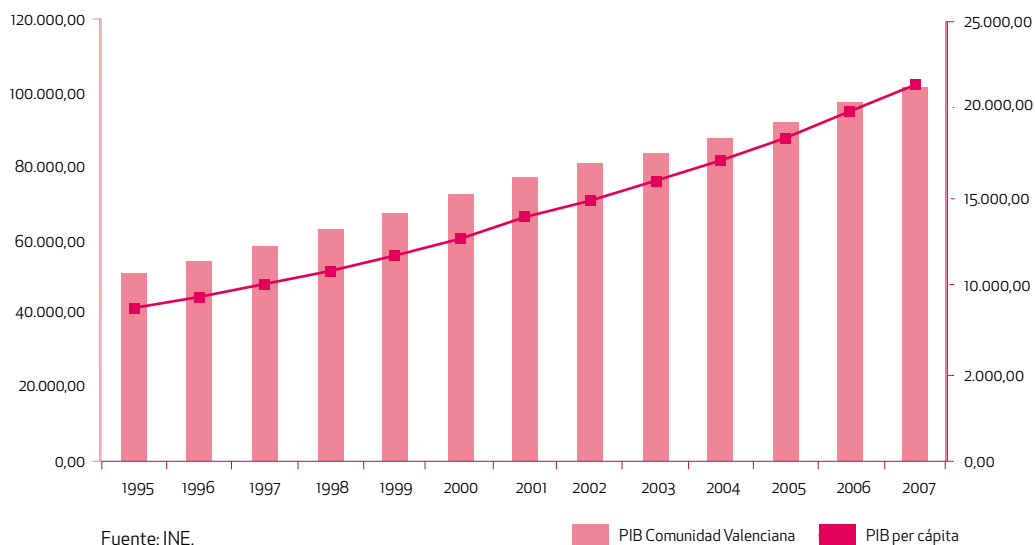


Tabla 6.1 Producto Interior Bruto (PIB) a precios de mercado y sus componentes (oferta): precios corrientes

Año	C. Valenciana		España		% CV/E
	Miles de €	% VAB ¹	Miles de €	% VAB ¹	
2003	76.242.588	=	782.929.000	=	9,7
2004 ²	81.825.648	=	841.042.000	=	9,7
2005 ²	88.203.596	=	908.450.000	=	9,7
2006 ³	95.588.515	=	980.954.000	=	9,7
2007 ⁴	102.403.209	=	1.049.848.000	=	9,8
Valor añadido bruto total	91.766.072	100,0	940.795.000	100,0	9,8
Agricultura, ganadería y pesca	2.067.491	2,3	27.342.000	2,9	7,6
Energía	1.802.582	2,0	27.807.000	3,0	6,5
Industria ⁵	15.023.564	16,4	141.838.000	15,1	10,6
Construcción	11.892.532	13,0	115.181.000	12,2	10,3
Servicios	60.979.903	66,5	628.627.000	66,8	9,7
Impuestos netos sobre productos	10.637.137	=	109.053.000	=	9,8

¹ Valor añadido bruto · ² Estimación provisional · ³ Estimación avance · ⁴ Primera estimación · ⁵ Comprende sección D (industria) excepto la subsección DF (coquerías, refino y combustibles nucleares) de la clasificación CNAE-93.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Contabilidad Regional de España. Base 2000.

A continuación, atendiendo a la estructura empresarial de la Comunitat Valenciana, se ofrece el peso específico en cuanto a número de empresas de la Comunitat Valenciana respecto del conjunto de España según el epígrafe de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas 1993 (CNAE93), el cual refleja que un 11,7% del total se encuentran en la Comunitat Valenciana.

Tabla 6.2 % Empresas Com.Valenciana / Total Empresas España 2007

CNAE93		
263	Fabricación de azulejos y baldosas de cerámica	74,7%
193	Fabricación de calzado	65,9%
365	Fabricación de juegos y juguetes	53,1%
202	Fabric. chapas, tableros contrachap.,alistonados,de part. aglomeradas	44,7%
175	Otras industrias textiles	35,5%
171	Preparación e hilado de fibras textiles	32,7%
242	Fabricación de pesticidas y otros productos agroquímicos	32,4%
191	Preparación, curtido y acabado del cuero	29,1%
172	Fabricación de tejidos textiles	27,5%
410	Captación, depuración y distribución de agua	23,4%
315	Fabricación de lámparas eléctricas y aparatos de iluminación	22,4%
173	Acabado de textiles	21,5%
363	Fabricación de instrumentos musicales	20,9%
252	Fabricación de productos de materias plásticas	20,2%

Fuente: INE. DIRCE. 2008.

El tejido empresarial valenciano se caracteriza por la diversidad de sus actividades, de acuerdo con el anterior cuadro, en el que se puede comprobar que existen determinadas actividades económicas que se concentran geográficamente de una manera muy significativa, incluso podríamos referirnos a los diferentes clúster industriales de la cerámica, calzado, juguete, madera y mueble, textil, agroquímico y plástico de la Comunitat Valenciana.

Las empresas registradas en el DIRCE (Directorio Central de Empresas) de la Comunitat Valenciana durante el año 2007 fueron de 368.586, representando

un 11,05% del total de empresas españolas, produciéndose un incremento del 5,7% respecto del año anterior con un aumento neto de 19.894. La distribución territorial del número de empresas indica que Valencia ubica en su territorio el 50,5% mientras que Alicante cuenta el 38% y Castellón el 11,5% del total de empresas de la Comunitat Valenciana

El 50,94% de las empresas de la Comunitat Valenciana son empresas de servicios, seguidos de las empresas comerciales que representan el 26,14%, mientras que la actividad de la construcción representa un 14,69% del total y las empresas que ejercen actividades industriales suponen un 8,21%. Existen 84.449 empresas dedicadas a la industria y la construcción, de las cuales el 93,78% son micro empresas (menos de 10 trabajadores), con un 37,12% de empresas sin asalariados, mientras que en el sector servicios nos encontramos con 284.137 empresas, con un 98,27% de micro empresas y un 52,22% de empresas sin asalariados. Por lo tanto, las PYMES constituyen la columna vertebral del desarrollo económico de la Comunitat Valenciana.

Según la Encuesta de Población Activa (EPA), la tasa de actividad de la Comunitat Valenciana es del 60,13%, por encima de la media estatal de 58,92% para el año 2007, con una tasa de paro del 8,76%. En la tabla que se ofrece a continuación, como dato destacable, aparece el elevado peso relativo del sector industrial de la Comunitat Valenciana respecto del conjunto del Estado.

Tabla 6.3 Ocupados en la Comunitat Valenciana por sectores. (en miles de personas)

	2005	2006	2007	% CV/E 2007
Agricultura	77,8	63,4	78,2	8,4%
Industria	433	451,2	439	13,5%
Construcción	271,3	299,2	327,9	12,2%
Servicios	1271,1	1338,6	1375,4	10,2%
Total	2053,1	2152,3	2220,5	10,9%

Fuente: INE. DIRCE. 2008.

Respecto del comercio exterior en el año 2007, la Comunitat Valenciana se mantiene como la segunda región exportadora de España (10,83% del total de España), sus exportaciones alcanzaron un total de 19.666 millones de €, cifra que supone un incremento del 8,2% respecto a la cifra definitiva del ejercicio 2006. Esta tasa de crecimiento supera ligeramente a la alcanzada en 2006 (7,2%).

Las importaciones realizadas por las empresas de la Comunitat Valenciana ascendieron en 2007 a 23.416 millones de €, cifra que supone un incremento de más del 15% con respecto a 2006, y una aceleración de su dinamismo si comparamos con el año anterior, que se ha ido acentuando a medida que avanzaba el año.

El saldo comercial regional se elevó hasta superar los 3.700 millones de €, cifra que superaba en un 74% la alcanzada el año anterior. En consecuencia, la tasa de cobertura (porcentaje de exportaciones que cubre las importaciones) se redujo hasta situarse en el conjunto del año en el 84%.

Los factores que impulsaron las exportaciones en 2007 fueron:

- El mayor dinamismo económico de los principales países de la Unión Europea, principal mercado de los productos valencianos.
- La recuperación de las ventas en el exterior de algunos de los productos de la industria tradicional de bienes de consumo: calzado, aparatos de alumbrado y juguetes, principalmente. Algunos productos, como muebles, frenaron las caídas de las ventas de años anteriores.
- Las exportaciones se recuperaron incluso a pesar de la apreciación del euro frente a las principales divisas internacionales (dólar, libra, yen...).
- El diferencial de precios con la UE y la OCDE, en términos de precios al consumo, se amplió (sobre todo en el último trimestre del año), lo que incidió negativamente en el Índice de Competitividad. Sin embargo, si consideramos los precios de exportación, la pérdida de competitividad fue menor, debido al mayor control de precios en los productos exportados (en detrimento de los márgenes empresariales, dado que algunos costes,

como los energéticos y de materias primas, se han mantenido al alza).

Por lo que respecta a las importaciones, el mayor crecimiento de las mismas se debió principalmente a:

- Al fuerte aumento de la demanda de materias primas y sus precios, por un lado, y de bienes de inversión (maquinaria), por otro.
- A pesar de los signos de desaceleración mostrados por la demanda de consumo, ésta siguió creciendo a un ritmo considerable, lo que presionó al alza las importaciones de este tipo de bienes.

6.2 Principales sectores industriales relacionados con la infancia

Los sectores industriales de referencia en la Comunitat Valenciana vinculados con la infancia se encuentran representados en la Red i-CREO (Centros de Reflexión Estratégica de Oportunidades de Innovación).

Con el objetivo de comprobar el grado de implicación, perspectivas de futuro, estrategias y acciones a seguir por cada uno en relación al público infantil, presentamos a continuación un breve análisis de estos sectores.

6.2.1 Sector juguete

El sector del juguete en la Comunitat Valenciana, que cuenta con más de 100 años de historia, es uno de los principales sectores industriales de carácter tradicional. Está especializado en la producción de muñecas, vehículos montables con o sin motor, juguetes de imitación, de jardín y juegos de mesa.

La estructura de fabricación gira en torno a los procesos productivos de transformación del plástico, transformación del zamak, transformado de metales, recubrimientos orgánicos, metalizado electrolítico y artes gráficas.

Subsectores

Muñecas y accesorios, vehículos en miniatura y pistas de coches, bicicletas y vehículos montables con o sin motor, construcciones, juguetes de imitación y /o entorno, juguetes de exterior, juegos de mesa y sociedad, instrumentos musicales, juguetes de preescolar, disfraces, artículos de fiesta y Navidad y peluches.

Asociación



AEFJ. Asociación Española de Fabricantes de Juguetes

C/ La Ballaora, nº 1 · 03440 Ibi (Alicante)

Nº de Empresas, Empleo y Volumen de exportación

Las empresas fabricantes del sector en España se concentran en la Comunitat Valenciana (38,4%), y más concretamente, en la provincia de Alicante dentro del denominado “Valle del Juguete” formado por las poblaciones de Biar, Castalla, Ibi, Onil y Tibi.

El empleo del sector en España para el año 2009 fue de 5.393 personas, mientras que para la Comunitat Valenciana fue de 2.562 personas, lo cual representa el 47,5%. Dentro de la empresa, el 65% del personal se dedica a producción, mientras que el resto se reparte entre las áreas/departamentos de dirección, administración y comercial.

Las exportaciones de la Comunitat Valenciana representan el 35,3% sobre el total nacional, que a su vez suponen el 33,9% de la facturación del sector.

Volumen de facturación

La facturación estimada del sector español de fabricación de juguetes alcanzó en 2008 la cifra de 1.172,01 millones de €, de los cuales, 501,62 millones de € (42,8%) se corresponderían con la facturación estimada de las empresas situadas en la Comunitat Valenciana.

Grado de implicación del sector con la Infancia

En general, las empresas se centran en la producción de juguetes destinados a edades comprendidas entre 0 y 14 años, correspondiéndose con las etapas de preescolar e infantil.

Perspectivas de Futuro del sector en el ámbito de la Infancia

Es innegable la mejora continua del juguete fabricado en la Comunitat Valenciana, situándolo como referente a nivel internacional en materia de seguridad, diseño, calidad e innovación tanto del proceso productivo como del propio juguete. El juguete convertido en herramienta fundamental del juego, permite al niño desarrollar su inteligencia, creatividad, sociabilidad, afectividad, habilidad manual, lenguaje, motricidad y aprendizaje de las reglas de convivencia, y los convierte a todos ellos en elementos básicos e imprescindibles para el progreso de la sociedad.

Estrategias y acciones sectoriales derivadas del desarrollo de la propuesta “Comunitat Valenciana, Comunidad de la Infancia”

- Desarrollar proyectos de colaboración intersectorial para aunar sinergias y aprovechar las fortalezas de cada sector, que redunden en respuestas ajustadas a las necesidades de los consumidores.
- Obtener información estratégica que pudiera derivar en una mejor comprensión del mercado infantil.
- Compartir conocimiento entre las empresas que deriven en un mejor desarrollo de productos y servicios destinados a la infancia.
- Realizar acciones conjuntas y potentes para incentivar la exportación y la realización de visitas y misiones inversas.
- Construir una imagen posicionada en torno a la calidad y el elevado conocimiento del target infantil por parte de todos los productos vinculados a la Comunidad de la Infancia.

6.2.2 Sector productos para la infancia

El sector de la moda infantil y la puericultura de la Comunitat Valenciana, representa en torno al 25% de total nacional, siendo junto a Cataluña la región con más concentración en cuanto a cantidad de empresas fabricantes. Las otras comunidades con una representación cuantitativa relevante del sector son Andalucía y Galicia.

Es tal la importancia que adquiere la Comunitat Valenciana dentro del tejido productivo infantil nacional, que aquí se localizan la Asociación Española de Productos para la Infancia (ASEPRI), y la Asociación Europea de Moda Infantil y Puericultura (Children 's Fashion Europe). En Feria Valencia se celebran los dos certámenes más importantes de España de moda infantil y puericultura (FIMI y Salón 0 a 4), considerados los segundos más importantes a nivel mundial tras Pitti Bimbo (Italia) y Kind & Jugend (Alemania).

Un factor decisivo en la estrategia del sector ha sido la necesidad de multilocalizar la producción en países en desarrollo (principalmente países asiáticos como China e India; y en menor medida el norte de África, Marruecos y Argelia; o Europa del Este.). Esta necesidad que ha surgido como efecto de la globalización y de la incorporación al comercio internacional de países en desarrollo ha sobrevenido en estos últimos años del s.XXI. El resultado de esto ha sido el aumento de la complejidad en la gestión logística de las empresas y la necesidad de desarrollar una estrategia multinacional.

La moda infantil española en los últimos años ha evolucionado hasta el punto de ser considerada como líder a nivel internacional, junto a la moda infantil italiana. Esto se ha debido a la elevada especialización de sus productos de gama media y alta, y al cuidado de su imagen de diseño y marca. El sector explota un nicho especializado de mercado donde compite con marcas globales que han percibido al mercado de los productos para la infancia como una oportunidad de crecimiento.

La puericultura española ha alcanzado un prestigio muy importante, tanto en el ámbito nacional como en el internacional. Esto se debe a su capacidad de generación de nuevos productos, que se suman a los tradicionales ya consolidados, tales

como el mobiliario infantil. Esta capacidad de generación de nuevos productos se debe a que el sector atiende un conjunto de necesidades generales de equipamiento que cubren entre otras: el menaje para el alimento, el hábitat infantil en el hogar, el transporte y la estimulación del bebé.

El sector de productos para la infancia es sinónimo de seguridad, calidad, innovación y diseño. Las marcas españolas de moda infantil y puericultura ofrecen un producto adecuado a las necesidades de los niños, pensando siempre en el cuidado y la protección para la infancia. Asimismo, destacan por su buena relación diseño-calidad-precio, que las han situado en la actualidad como un referente a nivel nacional e internacional.

Subsectores

Moda bebé e infantil (interior y exterior), calzado infantil, complementos, ceremonia, canastilla (ropa de hogar y textil infantil), decoración infantil, premamá, puericultura rodante (artículos de paseo y transporte), puericultura estática (mobiliario y accesorios), puericultura ligera, iniciación y desarrollo de juguetes de primera infancia; y decoración.

Asociación



ASEPRI. Asociación Española de Productos de Infancia

C/ San Vicente, 16, 4ª planta, pta 5 · 46002 Valencia
www.asepri.es

Nº de Empresas, Empleo y Volumen de exportación

ASEPRI agrupa en torno al 70 % del sector de la moda infantil y la puericultura congregando a las principales empresas del sector. En concreto, cerró 2008 con 204 empresas y una cuota de exportación de en torno al 30%.

Los principales mercados de exportación mundial son Italia para la moda infantil y Francia para la puericultura.

Volumen Facturación

El sector de la moda infantil facturó 866.759.182 € en el ejercicio 2007, según la encuesta de facturación del sector, habiendo crecido la exportación un 4.61 % con respecto a los datos de 2006.

Grado de implicación del sector con la Infancia

Según se ha expuesto, este sector se dedica expresamente a la fabricación de productos infantiles. Su grado de implicación total está fundamentado en que su mercado es el segmento infantil.

Perspectivas de Futuro del sector en el ámbito de la Infancia

Las perspectivas de futuro del sector vienen marcadas por la coyuntura global de competencia agresiva y crisis económica en el entorno multinacional.

El efecto en la innovación de esta situación coyuntural supone la necesidad de las empresas de competir a través de la innovación y la generación de producto con calidad y ventajas competitivas claras que les permita mantener su posición en el segmento.

La enorme dependencia del canal multimarca, en niveles de estancamiento y retroceso, y la condición de PYME, que imposibilita la creación de canales propios de venta, urge al sector a promover iniciativas de revitalización del principal canal y de estímulo de nuevos canales de venta.

La complejidad derivada de la multilocalización obliga a aprovechar toda la innovación generada a partir de las nuevas tecnologías de comunicación y organización con el fin de poder gestionar las empresas de una manera más eficiente en las áreas de diseño, producción, logística, comercialización y distribución.

Los nuevos materiales que están surgiendo permiten la generación de nuevos productos y la mejora de los productos existentes aportando nuevas ventajas a los mismos.

La tasa de natalidad de los últimos años, unida a la tendencia a crear familias más pequeñas y con más recursos económicos, han provocado que el presupuesto destinado a satisfacer las necesidades del niño, y a asegurar su bienestar y seguridad, aumente. A esto hay que añadir la tendencia al consumismo y al desarrollo de necesidades nuevas que implica una generación constante de nuevos productos.

Estrategias y acciones sectoriales derivadas del desarrollo de la propuesta:
Comunitat Valenciana, Comunidad de la Infancia

- Obtener posibilidades de cooperación y de implementación de proyectos sinérgicos entre empresas y entidades públicas y privadas de otros sectores relacionados o enfocados al mundo infantil.
- Encontrar oportunidades de negocio e innovación intersectorial en el ámbito de la infancia.
- Disponer de información sobre agentes relevantes en el ámbito de la infancia.
- Disponer de información especializada en todos los ámbitos de referencia de la infancia que aporte una visión real sobre las necesidades de la infancia y que permita desarrollar productos más adecuados a la infancia.
- Generar una imagen país de la Comunitat Valenciana y por extensión de España, de región especialista en el producto infantil que refuerce las estrategias de las empresas en el entorno internacional.

6.2.3 Sector empresas de consultoría (terciario avanzado)

El sector de empresas de consultoría en la Comunitat Valenciana comprende una triple característica:

- Terciario, porque prestan servicios a entes de cualquier actividad;
- Avanzado, porque están especializadas en transferir y aplicar un conjunto de análisis, técnicas, gestión y conocimientos, y
- de Consultoría, pues sus servicios van ligados a las áreas de dirección, organización, recursos humanos, finanzas, gestión de la información, diseño, estudios, publicidad, internet, calidad, innovación, medioambiente, ingeniería, etc...

Subsectores

Estrategia, Dirección y Organización de Empresas; Marketing y Estudios de Mercado; Finanzas, Control de Gestión y Auditoría; Consultoría Legal y Mercantil; Recursos Humanos y Formación; Calidad, Medioambiente y Prevención; Ingeniería, Producción y Logística; Tecnologías de la Información; Publicidad y Comunicación; Gestión de la Innovación. Internacionalización

Asociación



AECTA

**Asociación de Empresas de Consultoría Terciario Avanzado
Comunitat Valenciana**

c/ Espinosa, nº 8 · 46008 Valencia · T. +34 963 923 210

Nº de Empresas, Empleo y Volumen de exportación

Se trata de un sector muy atomizado en lo referido al número de empre-

sas (aproximadamente unas 1.600 en toda la Comunitat Valenciana) y a su tamaño (en general, menos de 20 empleados por empresa), que desarrolla múltiples áreas del conocimiento y prestan amplios servicios avanzados y de consultoría a las empresas e instituciones que constituyen el tejido de la Comunitat Valenciana.

Grado de implicación del Sector con la Infancia

Las empresas de consultoría se caracterizan, precisamente, por su transversalidad y desarrollan cualquier área de cualquier empresa. Por ello, el grado de implicación en el segmento de la Infancia es pleno y plural.

Perspectivas de Futuro del Sector en el ámbito de la Infancia

Las empresas de consultoría tienen mucho que aportar en materia de productos, estrategias y sistemas al tejido empresarial e institucional valenciano relacionado con la Infancia, pues son líderes en la gestión del conocimiento e innovación, orientando adecuadamente la satisfacción de las necesidades estructurales de este segmento.

Estrategias y acciones sectoriales derivadas del desarrollo de la propuesta “Comunitat Valenciana, Comunidad de la Infancia”

Dada la transversalidad del sector, las empresas de consultoría son un pilar fundamental en el desarrollo de las diversas estrategias que se lleven a cabo por las diferentes empresas y sectores que inciden en el proyecto “Comunitat Valenciana, Comunidad de la Infancia”, pues su aportación en gestión del conocimiento en las áreas que desarrollan las empresas de consultoría procuran recursos que optimizan cualquier iniciativa empresarial y/o institucional.

6.2.4 Sector textil

El sector textil de la Comunitat Valenciana está representado en su mayoría por empresas fabricantes de artículos para el textil-hogar (sábanas, colchas, edredones, mantas, alfombras, tejidos para tapicería). Este sector tradicional está evolucionando hacia la fabricación de productos con más valor añadido, introduciéndose en mercados más específicos como son los textiles de uso técnico.

Subsectores

Ropa de Cama (Mantas, colchas, sábanas...), Ropa de baño (Alfombras, albornoces, toallas...) y Decoración (Tejidos para cortinas y tapizado, alfombras, recubrimientos de paredes...).

Asociación



ATEVAL. Asociación Textil Valenciana

C/Els Telers, nº 20 · 46870 · Ontinyent

Nº de Empresas, Empleo y volumen de exportación

En 2007 el número de empresas dedicadas al textil confección era de 1.870 generando 35.620 empleos lo que supone un 8% sobre la industria valenciana y un 18,2 % sobre el textil español.

Volumen Facturación

El sector genera un valor de 2.050 millones de € siendo el porcentaje de un 18% con respecto al textil español.

Grado de implicación del sector con la Infancia

En el sector textil a nivel de la Comunitat Valenciana podemos encontrar un número

significativo de empresas fabricantes de artículos de textil-hogar para la infancia. Se calcula que en torno a un 9% de la producción del clúster textil valenciano va dirigido a este sector.

Perspectivas de Futuro del sector en el ámbito la Infancia

El sector textil tiene un gran potencial referente al mercado infantil. En la actualidad se observa como la tecnología está ampliando la cartera de productos innovadores que usan el textil como un medio para desarrollar aplicaciones prácticas.

Desde el campo de los “smart textiles” encontramos juguetes y prendas con propuestas que hacen a los elementos textiles interactivos, o por otro lado hay un amplio campo de innovaciones en el textil como medio de transmisión activa de elementos que aportan beneficios para la salud y que pueden encontrar en la infancia un gran mercado. En este campo la nanotecnología y la biotecnología pueden aportar gran variedad de soluciones.

Estrategias y acciones sectoriales derivadas del desarrollo de la propuesta “Comunitat Valenciana, Comunidad de la Infancia”

- Obtener información científico-técnica, de mercado, competencia, etc. sobre el mundo de la infancia.
- Obtener información sobre proveedores especializados en productos y servicios infantiles.
- Obtener posibilidades de joint ventures y proyectos sinérgicos entre empresas y entidades públicas y privadas de otros sectores relacionados o enfocados al mundo infantil.
- Encontrar oportunidades de negocio e innovación.
- Obtener facilidades para la exportación y realización de misiones a otros países para sus productos infantiles.
- Conseguir una plataforma de apoyo transversal en materia de comercialización, tecnología, logísticas, etc.

6.2.5 Sector sociosanitario (sector al cuidado de la calidad de vida)

El sector sociosanitario o sector al cuidado de la calidad de vida abarca la actividad empresarial y profesional relacionada con: la prevención de riesgos para la salud; el fomento y mantenimiento de la salud; la asistencia sanitaria; la mejora de la autonomía personal; la atención a las personas en situación de dependencia; la mejora saludable del rendimiento de las actividades humanas; y el confort en la utilización de productos, servicios y entornos.

El sector al cuidado de la calidad de vida sitúa a la persona en el centro de la actividad de innovación, como destinatario y usuario de las tecnologías y servicios para la salud y el bienestar. Asimismo contribuye a vertebrar la actividad de otros sectores industriales, como mueble, calzado o turismo –a los que aporta valor y diferenciación conformando, por tanto, un supersector de actividad empresarial.

Subsectores

Tecnología Sanitaria; Rehabilitación y Autonomía Personal; Personas Mayores y Atención a la Dependencia; Salud Laboral; Hábitat; Indumentaria; Automoción y Medios de Transporte; Deporte; Turismo y Ocio.

Asociación



Asociación para el cuidado de la calidad de vida (Asociación CVIDA)

Universidad Politécnica de Valencia · Edificio 9C

Camino de Vera s/n · 46022 · Valencia

Nº de Empresas, Empleo y Volumen de mercado

A pesar de que resulta difícil aportar datos objetivos sobre la dimensión del sector, por su carácter emergente y por la reciente vinculación de distintos ámbitos empresariales en torno al cuidado de la calidad de vida, puede decirse que

este mercado está configurado, hoy por hoy, por alrededor de 15.000 empresas (mayoritariamente PYMEs), que dan empleo a más de 250.000 trabajadores, con un volumen de mercado que supera los 18.000 millones de €, y con una enorme penetración y trascendencia social.

Tabla 6.4

	Nº de empresas		Nº de trabajadores		Volumen de mercado (millones de €)	
	Com. Val.	España	Com. Val.	España	Com. Val.	España
Total sector	1.576	14.587	35.960	256.375	3.135,1	18.631,0

Fuente: Asociación CVIDA (2008)

Grado de implicación del Sector con la Infancia

Son varias las áreas de actividad dentro del sector al cuidado de la calidad de vida (principalmente Indumentaria y Hábitat) que, tradicionalmente y en la actualidad, han generado líneas de producto dirigidas a la población infantil, con una notoria representatividad en el mercado. Adicionalmente, a medio y largo plazo, también existen claros intereses de otros ámbitos subsectoriales en el desarrollo de nuevos productos y servicios dirigidos este colectivo específico.

En conjunto, los segmentos más destacados a este respecto son los de Indumentaria, Hábitat, Deporte, Tecnología Sanitaria, Antropometría y Valoración Funcional (de forma transversal, también surgen oportunidades de innovación en tecnologías para los niños con discapacidad).

Perspectivas de Futuro del Sector en el ámbito de la Infancia

Indumentaria

En el segmento del calzado infantil, las vías de desarrollo se centran en la influencia del calzado en el confort y en el desarrollo y salud de los pies de los niños. El objetivo es mejorar la prevención de determinadas patologías a través del calzado y en la adaptación ergonómica de calzados según el estadio locomotriz de los niños, facilitando así su propio desarrollo motor.

Otras parcelas de innovación son la valoración y diseño ergonómico de indumentaria infantil y productos de puericultura, así como los desarrollos de ingeniería emocional aplicada al diseño de productos para la infancia.

Hábitat

Generación de nuevos productos o elementos del hábitat destinados al uso infantil (parques y áreas de juego infantiles, muebles de ámbito escolar, etc.), que permitan ajustarse a las necesidades de este colectivo en términos de salud, ergonomía y seguridad.

Deporte y Ocio

Atendiendo a la elevada incidencia de la obesidad en la población infantil, resulta de interés la detección del conjunto de actividades físicas más adecuadas para cada niño –atendiendo tanto a sus circunstancias personales como a las características de su entorno - con objeto de fomentar su práctica a través del uso de productos/servicios diseñados para este fin.

Mejora del diseño, características ergonómicas y seguridad de recintos (instalaciones y complejos deportivos) y equipamientos (elementos para el ocio y el juego basados en la actividad física), para ajustarse a las particularidades de los niños.

Tecnología Sanitaria

Una de las líneas más dinámicas dentro del subsector de Tecnología Sanitaria es la de implantes quirúrgicos, para la que tendría interés la adaptación de este tipo de productos a la población infantil (por ejemplo, para deformidades de columna). En este sentido, resultaría importante valorar tanto la adaptación dimensional de estas prótesis como la adecuación de las mismas a las características del colectivo infantil.

Antropometría

En el terreno de la Antropometría se estudia la forma del cuerpo humano, carac-

terizando y modelando sus diferentes miembros para la generación de criterios de diseño que aseguren una mejor adaptación a éste.

En lo concerniente al segmento infantil, es muy importante esta disciplina debido a la alta variabilidad existente en la morfología de los niños y el alto ratio de crecimiento al que están sometidos. Ambos aspectos exigen una gran atención desde el punto de vista antropométrico, por lo que esta rama está adquiriendo una gran relevancia a la hora de diseñar productos vinculados al sector al cuidado de la calidad de vida.

Valoración Funcional

Esta disciplina comprende la prestación de servicios encaminados a valorar y objetivar la capacidad funcional de una persona para desarrollar una actividad.

A este respecto podría ser de interés el desarrollo de servicios de valoración funcional biomecánica para niños con alteraciones motoras (parálisis cerebral infantil y otros trastornos neurológicos), así como otros sistemas de evaluación de rendimiento deportivo.

Discapacidad

- Desarrollo de ayudas técnicas para niños con discapacidad, especialmente para la realización de actividades de la vida diaria.
- La adecuación de entornos (escuelas, etc.) con la finalidad de lograr una accesibilidad integral para niños con discapacidad.
- La redefinición de productos dirigidos al colectivo infantil para la rehabilitación y/o mantenimiento de las capacidades cognitivas en el envejecimiento patológico.

Estrategias y acciones sectoriales derivadas del desarrollo de la propuesta: “Comunitat Valenciana, Comunidad de la Infancia”

El sector al cuidado de la calidad de vida se caracteriza por tener -dada su impor-

tancia económica, social y por su crecimiento- un importante valor estratégico vinculado a la oportunidad de desarrollar actividades capaces de conectar los intereses sociales orientados a la salud y al bienestar de los ciudadanos con la creación de riqueza, promoviendo la aparición de actividades empresariales de alto contenido tecnológico y gran valor añadido.

El objetivo de posicionar a la Comunitat Valenciana como una región especialista en bienes y servicios para la infancia, supone una gran oportunidad para el sector al cuidado de la calidad de vida, que contribuirá a este fin ampliando y consolidando la oferta productiva en este segmento de mercado a través de la conciliación de los intereses empresariales con las necesidades y prioridades en materia de salud, confort, prevención y seguridad en torno a los productos y servicios orientados al colectivo infantil.

Asimismo, el planteamiento propuesto abre la puerta a un espacio de cooperación intersectorial y de impulso de iniciativas de I+D+i donde el sector al cuidado de la calidad de vida, a partir de su estructura horizontal y su marcada vocación emprendedora, jugará un papel fundamental en la aplicación de conocimientos, procesos y tecnologías que, orientados al cuidado de la salud, bienestar y calidad de vida de las personas, redundarán en un incremento de la competitividad y diferenciación del entramado empresarial valenciano. Esta circunstancia, unida a los esfuerzos promovidos por el resto de sectores, favorecerá de forma definitiva a la percepción de la Comunitat Valenciana como referente y región de vanguardia en el mercado de productos y servicios para los niños.

6.2.6 Sector panadería y pastelería

El sector de la panadería y pastelería en la Comunitat Valenciana está representado en su mayoría (97%) por microempresas (menos de tres trabajadores en promedio) encontrándose la producción y venta repartida prácticamente por toda la geografía valenciana. Por otro lado, cabe señalar que a nivel nacional el sector de panadería y pastelería valenciana se sitúa a la cabeza en cuanto a número de empresas productoras.

Subsectores

Panadería, pastelería, confitería, repostería, turrones y mazapanes.

Asociación



FEGREPPA

Federación Gremial de Panadería y Pastelería de la provincia de Valencia.
C/Landerer, 1 · 46003 · Valencia

Nº de Empresas, Empleo y Volumen de exportación

En el 2007, el número aproximado de empresas dedicadas al sector de panadería y pastelería en la Comunitat Valenciana se situaba en torno a 2800. Esta actividad genera unos 15.000 puestos de trabajo. Su ámbito de comercialización es generalmente local no existiendo datos relativos a la exportación.

Volumen Facturación

El sector genera un valor aproximando de 1.000 millones de € anuales. La Comunitat Valenciana se sitúa a la cabeza en número de empresas productoras en España, aglutinando el 18% de las mismas por delante de Cataluña y Andalucía junto a las cuales representa el 50% del total nacional.

Grado de implicación del sector con la Infancia

El sector tradicional y artesano de panadería y pastelería tiene un elevado grado de implicación respecto a la alimentación infantil. Dicho grado de implicación podría considerarse indirecto ya que tanto desde el subsector de panadería como desde el de pastelería, se desarrollan productos y servicios destinados a este colectivo si bien, el grado de consumo actual y específico resulta imposible de cuantificar.

Ligado a las tradiciones existen ciertos productos como las monas de Pascua, los productos de bollería o las tartas infantiles cuyo principal destinatario son los niños. Sin embargo, el sector puede aumentar ese grado de implicación diseñando y elaborando productos mejorados y adaptados nutricionalmente a los requerimientos del público infantil, fomentando una alimentación saludable.

A nivel asociativo, el Centro de Formación de FEGREPPA realiza talleres para escolares donde los niños de primaria aprenden a valorar la cultura de los productos artesanos y cómo se transforman los alimentos, desde las materias primas hasta el producto final consiguiendo una concienciación y valores sobre la educación nutricional.

Perspectivas de Futuro del sector en el ámbito de la Infancia

En cuanto a las perspectivas de futuro, la principal innovación podría ser la de entender al niño como un cliente u objetivo diana (si se establece que el cliente es el propio padre/madre/abuelo, etc.) de manera que se ampliase la oferta de productos ricos, sanos y elaborados de forma artesanal y se mejorase la información relativa a los mismos. Estas acciones permitirían la diferenciación de otros productos industriales muy demandados por este colectivo y con perfiles nutricionales mucho menos saludables.

Otra de las perspectivas de futuro es realizar acciones de promoción de hábitos saludables y fomentar el consumo del bocadillo para el almuerzo o la merienda en sustitución de la bollería industrial.

Por otro lado, una de las nuevas vías es la de desarrollar productos con características especiales destinados a colectivos específicos como celíacos, diabéticos o pacientes con otros trastornos alimentarios cada vez más detectados en niños, mejorando la oferta para los mismos.

En términos económicos se prevé que desarrollando alguna de estas estrategias, las ventas pueden incrementarse entre un 15-30% y que el nivel de empleo puede incrementarse alrededor del 10% a expensas de la demanda.

**Estrategias y acciones sectoriales derivadas del desarrollo de la propuesta:
“Comunitat Valenciana, Comunidad de la Infancia”**

- Desarrollo de estrategias de marketing para la promoción de la salud, y la venta de productos saludables que incentiven una correcta alimentación en la población infantil.
- Hacer más atractivos los productos del sector de cara a los niños a través de sinergias con otros sectores como el juguete, el textil, el turismo, el sector audiovisual, etc.
- Diseño de material didáctico audiovisual para niños. Fomento de la cultura y la formación nutricional en este nicho de población.
- Creación de material para el Centro de Conocimiento de la Infancia que permita divulgar una correcta información relativa a nutrición infantil.

6.2.7 Sector turismo

El turismo comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocio y otros motivos.

Subsectores

El sector turístico ofrece productos (servicios + derechos de uso) a través de las diferentes empresas y diferentes organizaciones públicas y privadas diferenciándolas en diferentes tipologías.

- El turismo de masas es aquel que se realiza masivamente por todo tipo de personas, sin importar su nivel económico. Es el más convencional, pasivo y estacional, y normalmente menos exigente y especializado, por ejemplo el turismo de sol y playa.
- Turismo individual, aquel cuyo programa de actividades e itinerario son decididos por los viajeros sin intervención de operadores turísticos.
- Turismo activo es el que se realiza en espacios naturales muy relacionado con el turismo rural, por ejemplo: ictioturismo, deportivo, aventura, espacial, religioso, espiritual, termal o de salud, médico, social, etc.
- Existen otras clasificaciones de turismo: de negocios (reuniones y congresos, convenciones, jornadas, ferias, etc.), turismo espacial, turismo científico, turismo natural (parques temáticos, ecoturismo, rural, agroturismo, agroecoturismo, ornitológico, etc.), turismo cultural urbano, monumental, arqueológico, de compras, etnográfico, literario, de formación, gastronómico, enológico, industrial, itinerante, místico, etc.

Asociación



FEHV. Federación Empresarial de Hostelería de Valencia

C/ Onteniente nº 3 y 5 bajo · 46008 Valencia

Nº de Empresas, Empleo y Volumen de Facturación

La actividad generada por el turismo en la Comunitat Valenciana en el año 2007 alcanzó los 13.502 millones de €, que suponen el 13 ' 2% del PIB de la economía regional, gracias a un crecimiento del 6 ' 1% de la actividad turística respecto al año 2006, que se concretó en 779 millones adicionales de € corrientes de 2006 a 2007.

En el caso concreto de la restauración, podemos identificar que la evolución del sector es incuestionable, ya que en los 90 se contabilizaban 5.500 restaurantes en la Comunitat Valenciana y en estos momentos esa cifra alcanza los 11.682 restaurantes que conforman la oferta de restauración, con un total de 740.000 plazas.

En estos momentos la restauración representa el 6 ' 12% del PIB de la economía española, siendo la gastronomía el principal sector dentro de la industria turística valenciana, el sector aglutina 50.009 establecimientos (33.916 bares; 11.682 restaurantes; 2.506 cafeterías y 1.905 colectividades) y es la segunda comunidad autónoma en cuanto a número de restaurantes.

Grado de implicación del Sector con la Infancia

En el sector turismo a nivel de la Comunitat Valenciana encontramos numerosas y variadas actividades turísticas enfocadas a la infancia, ya que se es consciente de la importancia de este segmento para un destino turístico de futuro. Por otra parte, el sector es consciente del entorno cambiante tanto en hábitos de consumo, cambios sociales, tendencias, etc., dando pie a la necesidad de generar actividades creativas y adaptadas a diferentes públicos.

Según estudios sectoriales se revela que los empresarios turísticos de la región continúan mostrando su confianza en el futuro del sector, materializado en un aumento nominal de la inversión privada del 10% hasta los 1.394 millones de € en nuevos establecimientos y en la mejora y renovación de los existentes, a la vez que en la adquisición de material y equipos que permitan adaptarse a los nuevos hábitos y las mayores exigencias de los turistas.

Perspectivas de Futuro del Sector en el ámbito de la Infancia

El sector turismo tiene un gran potencial referente al mercado infantil. En la actualidad se observa como la tecnología y las nuevas necesidades emergentes entre los consumidores ofrecen un mayor abanico de nuevas oportunidades innovadoras para desarrollar productos, servicios y actividades dirigidos a la infancia. Desde el campo de la adaptación de los establecimientos turísticos a la infancia en lo que se refiere a productos y servicios o la generación de nuevos espacios y servicios a nivel turístico en sentido amplio.

Estrategias y acciones sectoriales derivadas del desarrollo de la propuesta “Comunitat Valenciana, Comunidad de la Infancia”

- Desarrollar oportunidades de innovación y de negocio específicas para el sector turístico valenciano en el ámbito de la infancia, para facilitar la cooperación empresarial y para alcanzar el máximo grado de excelencia en cuanto a generar una imagen turística de nuestra comunidad especializada en la infancia y con una amplia oferta turística dirigida a este público.
- Generar una campaña de concienciación dentro del sector turístico sobre la importancia de adaptar y crear nuevos productos y servicios dirigidos a la infancia.
- Obtener información sobre proveedores especializados en productos y servicios infantiles, susceptibles de ser utilizados por los establecimientos turísticos valencianos.
- Obtener información y asesoramiento específico sobre adaptación, necesidades y generación de espacios y servicios turísticos para la infancia.
- Mantener viva la necesidad de generar productos y servicios turísticos para la infancia a través de información constante y actualizada.
- Realizar campañas de promoción y difusión de la oferta turística existente adaptada a la infancia, tanto a nivel local, nacional como internacional.

6.2.8 Sector madera y mueble

Dentro de España, la Comunitat Valenciana ocupa el número uno en cuanto a las cifras de fabricación y exportación de muebles. Las variedades de diseños y productos, desde lo más clásico a lo más vanguardista, el fomento e incorporación de las nuevas tecnologías, la calidad de la oferta y la rápida adecuación a los cambios en la demanda son las principales características de las empresas de la madera y mueble valencianas.

Subsectores

- Sector de la madera

Empresas importadoras, almacenistas y de aserrío, chapas y tableros derivados de la madera, recuperadores y valorizadoras, fabricantes de elementos de carpintería y construcción, envases de madera y paletas,

- Sector del mueble

Empresas fabricantes de mobiliario de hogar, oficina, cocina y baño, urbano y exterior; industrias auxiliares y proveedores del mueble y distribuidores de mobiliario.

Asociación



FEVAMA

Federación Empresarial de la Madera y Mueble de la Comunitat Valenciana
C/ Del Pimpollo, nº 1 · 46469 Beniparrell · Valencia

Nº de Empresas, Empleo y Volumen de Exportación

En 2008, el nº de empresas del sector de la madera y el mueble era de 4.350 generando 38.872 empleos lo que supone un 17% sobre la industria española. En 2007, la Comunitat Valenciana se mantiene en el segundo puesto del ranking por autonomías con el 23% (780 millones de €) sobre el total de las exportaciones españolas en productos.

Volumen Facturación

El volumen de facturación correspondiente al ejercicio 2006 en la Comunitat Valenciana para el sector de la madera y el mueble fue de 3.600 millones de €.

Grado de implicación del sector con la Infancia

La Comunitat Valenciana tiene una presencia importante en la fabricación de mobiliario de habitación infantil (cunas, tronas, cambiadores, etc.) Cuenta con el líder nacional en esta materia con un 97% de penetración en el mercado nacional, al que se añaden otros fabricantes de referencia así como una excelente referencia en mobiliario infantil-juvenil y para guarderías.

Perspectivas de Futuro del sector en el ámbito de la Infancia

Posicionarse como referente en materia infantil contribuyendo a la apertura de nuevos mercados respaldado por un soporte técnico y permitiendo la detección de nuevas necesidades que se verán cubiertas por productos específicos.

Estrategias y acciones sectoriales derivadas del desarrollo de la propuesta “Comunitat Valenciana, Comunidad de la Infancia”

- Proyectos colaborativos comerciales.
- Proyectos de testeo de nuevos productos y/o conceptos comerciales.
- Conocimiento en profundidad de las necesidades futuras relacionadas con la infancia (marcar tendencias y prospectiva).
- Desarrollo de producto a través de la integración de conocimientos horizontales basados principalmente en la electrónica.
- Estudios específicos por prescripción. Por ejemplo, integración de aspectos ergonómicos.
- Diseño de colecciones y propuestas conjuntas.
- Sinergias comercializadoras.

6.2.9 Sector cerámico

El sector de baldosas cerámicas es una industria puntera en el mundo en tecnología, calidad, prestigio y diseño, el primer productor europeo y el tercer exportador mundial tras China e Italia.

Es uno de los ejemplos más destacados de clúster o distrito industrial en nuestro país y en Europa. Sus características, el peso económico y social en su región, su capacidad innovadora y de crecimiento, y su liderazgo mundial sitúan al clúster cerámico castellonense como referencia de una industria única, competitiva y sostenible asentada en Europa. Pocos sectores industriales en España, de origen y capital completamente español, pueden presentarse como líderes mundiales.

Subsectores

Dentro del sector de baldosas cerámicas se incluyen los subsectores de atomizadores y de piezas especiales. Además existe interacción con sectores afines de la cadena de valor: fritas y esmaltes, maquinaria cerámica, distribuidores de producto cerámico, prescriptores y colocadores.

Asociación



ASCER. Asociación Española de Azulejos y Pavimentos Cerámicos
C/ Ginjols, 3. 12003 · Castellón

Nº de Empresas, Empleo y Volumen de exportación

En 2008 el nº de empresas del Sector cerámico en la Comunitat Valenciana era de 186, generando 22.300 empleos y un volumen de exportación de más de 305 millones de metros cuadrados de producto.

Volumen de Facturación

Esta industria constituye el tercer sector industrial español que más superávit comercial aporta a España (2.090 millones € en 2008), sólo superado por el automóvil y el material del transporte, y es el primero en cobertura comercial.

Grado de implicación del sector con la Infancia

El sector cerámico no tiene una implicación directa con los temas de infancia. Sin embargo, sí existe una preocupación general por adaptar los productos al usuario infantil.

Perspectivas de Futuro del sector en el ámbito de la Infancia

El sector cerámico busca, cada vez en mayor medida, interaccionar con otros sectores y trabajar con centros tecnológicos que le permitan abrir nuevas oportunidades de negocio y nuevas líneas de mercado. Por este motivo, un centro dedicado a la infancia beneficiará al sector en la medida en que sea capaz de aportarle nuevas ideas. En concreto, un centro de conocimiento de la infancia podría aportar soluciones en cuanto a la adaptación del producto al usuario y la interacción con este, para desarrollar aplicaciones cerámicas orientadas a espacios de uso infantil.

Estrategias y acciones sectoriales derivadas del desarrollo de la propuesta “Comunitat Valenciana, Comunidad de la Infancia”

- Incorporación de cerámica en instalaciones infantiles por sus cualidades de resistencia, limpieza e higiene.
- Desarrollo de estructuras y edificios seguros para la infancia.
- Desarrollo de equipamiento urbanístico de ocio abierto basado en productos cerámicos (parques y zonas lúdicas).
- Fabricación de baldosas decoradas con motivos infantiles
- Desarrollo de baldosas con acabado superficial para evitar deslizamientos
- Desarrollo de suelos técnicos con sensores bajo las baldosas para control de presencia.
- Desarrollo de suelos cerámicos de calefacción radiante.

6.2.10 Sector energético

El sector de la energía en la Comunitat Valenciana está conformado por unas 4.000 empresas, en su mayoría pymes, con gran presencia de pequeños instaladores, cerca de 2.000.

Mil empresas están directamente relacionadas en el sector específico de las energías renovables. (Es destacable la existencia de 350 empresas que dependen de la solar fotovoltaica). Si tenemos en cuenta sólo a los fabricantes relacionados con la energía, hablamos de unas 150 empresas en la Comunitat Valenciana.

Subsectores

- Energía
- Energía Tradicional, Solar Fotovoltáica y Solar Fotovoltáica de concentración, Solar Térmica, Geotérmica, Biomasa, Eólica y Pilas de Hidrógeno.

Materiales

Plásticos (PVC, polímeros, siliconas, cauchos, etc.); fibra de vidrio; silicio poli y monocristalino, cobre para paneles y cables; acero, aluminio y galvanizados, perfiles para torres, estructuras y planchas; cristales y vidrios para paneles y cartón y papel para embalajes.

Asociación



Asociación valenciana de empresas
del sector de la energía

AVAES. Asociación Valenciana de Empresas del Sector de la Energía

Parque Tecnológico de Valencia

Avda. Juan de la Cierva, 24 · 46980 Paterna · Valencia

Nº de Empresas, Empleo y Volumen de exportación

120 empresas que emplean a 6.000 personas.

La exportación del sector alcanza los 400 Millones Eur

Volumen de Facturación

El sector de la energía de la Comunitat Valenciana representa 4.500 Millones € Facturación.

6.2.11 Sector automoción

El sector de la automoción es el segundo, tras el azulejero en generación de riqueza y el mayor sector inversor en la Comunitat Valenciana, La Comunitat Valenciana cuenta con una de las mayores plantas de Ford en el continente, y la de más flexibilidad, la cual se ha consolidado como un referente mundial en lo que a calidad y productividad se refiere. Prueba de ello es su capacidad para producir diferentes modelos con diferentes volúmenes en la misma línea de producción.

Subsectores

La industria auxiliar de la automoción en Valencia está dedicada a la fabricación de componentes de automóvil, maquinaria y bienes de equipo, servicios logísticos e ingenierías.

Asociación



AVIA

Asociación Valenciana de la Industria de la Automoción

Avda. de Las Cortes Valencianas · Edificio Sorolla Center 601 · Valencia

Nº de Empresas, Empleo y Volumen de exportación

La presencia de Ford en la Comunitat Valenciana ha implicado la creación de una industria auxiliar potentísima integrada en la actualidad por aproximadamente 170 empresas.

El sector de material de transporte es, con diferencia, el sector de la Comunitat Valenciana que presenta un mayor volumen de exportaciones y de crecimiento de las mismas, situado en torno a los 4.017 millones de €.

Volumen de Facturación

El sector de la automoción con un importe neto de cifra de negocios de 7.033

millones de €, representando el 13,09% sobre el total de la Comunitat y generando el 7% del empleo.

**Estrategias y acciones sectoriales derivadas del desarrollo de la propuesta
“Comunitat Valenciana, Comunidad de la Infancia”**

Desde el punto de vista de oportunidades de innovación y como dos grandes áreas relacionadas con la infancia para el sector de la automoción cabría explorar dos campos fundamentalmente: Ocio y entretenimiento y Seguridad.

6.2.12 Sector de biotecnología

El sector de biotecnología en la Comunitat Valenciana está compuesto de una gran variedad de empresas e instituciones con una gran capacidad de I+D. En la actualidad, la fuerza de las empresas de la Comunitat Valenciana está en las áreas de Biotecnología Roja (Salud Humana) y Verde (Agroalimentaria).

Subsectores

- Salud humana (fármacos, infertilidad, diagnóstico genético)
- Salud Animal (fármacos, diagnóstico molecular, etc.)
- Agricultura (control y calidad, biofertilizantes, biopesticidas, etc.)
- Medioambiente (tecnología verde, biocombustible, bioremediación, etc.)
- Alimentación (ingredientes funcionales, diagnóstico molecular, etc.)
- Bioinformática y Mejora de Procesos Industriales

Asociación



BIOVAL. Biotecnología de la Comunitat Valenciana.

Parque Tecnológico

Avda. Benjamin Franklin, 12 · 46980 Paterna · Valencia

Nº de Empresas, Empleo y Volumen de Exportación

En 2007, en la Comunitat Valenciana existían un total de 51 empresas biotecnológicas, con un volumen de empleo de 727 personas. Este sector es líder en el contexto de la biotecnología nacional.

Volumen Facturación

En 2007, el volumen de facturación del sector de la biotecnología en la Comunitat Valenciana se elevaba a más de 100 millones de €, lo que supone un 20% de la facturación nacional.

Grado de implicación del sector con la Infancia

La multinacional Natraceutical Group es un productor de ingredientes especializado en alimentación infantil a través de su centro de producción en Suiza. En el subsector de salud humana, no hay productos dedicados exclusivamente a la infancia, pero existe una gran cantidad de productos usados en dicho segmento; por ejemplo, el uso de diagnóstico genético de enfermedades.

Perspectivas de Futuro del sector en el ámbito de la Infancia

Principalmente, hay dos fortalezas del sector de la biotecnología que pueden ser aplicadas al mercado infantil, en alimentación y en salud humana. En alimentación, se podría aplicar el concepto de alimentación funcional a crear la siguiente generación de alimentos infantiles e incorporar elementos de nutrigenómica para crear productos diseñados según las necesidades de un niño en concreto. En salud humana, existen 2 vías de interés, una para la detección de enfermedades de una forma más rápida y eficaz a través del uso de kits de diagnóstico molecular (o genético); y la otra para la mejora de la salud humana a través de la ingeniería de tejidos.

También existe la posibilidad de aplicar otras tecnologías biotecnológicas (nanotecnología, enzimas, etc.) en colaboración con otros sectores para ofrecer mejores productos o mejorar la calidad de los productos. Por ejemplo, el uso de un kit diagnóstico puede detectar la presencia de una bacteria (como legionela) en hospitales, guarderías, colegios, fábricas de juguetes, etc. para evitar su transmisión.

Estrategias y acciones sectoriales derivadas del desarrollo de la propuesta:

“Comunitat Valenciana, Comunidad de la Infancia”

- Identificar áreas de colaboración entre sectores.
- Crear una lista o documento de referencia de empresas que ofrecen servicios o productos por niños.
- Realizar un análisis DAFO con sectores relevantes en el ámbito infantil.
- Identificar oportunidades en el mercado y posibles sinergias entre empresas e instituciones en el aprovechamiento de estas oportunidades.
- Identificar posibles fuentes de financiación a nivel privado y público para soportar nuevos desarrollos.

6.2.13 Cluster aeronáutico - aeroespacial

El sector aeronáutico de la Comunitat Valenciana comprende a todas aquellas empresas dedicadas a la producción de bienes y servicios para la construcción Aeronáutica-Aeroespacial y para los sectores relacionados con ambas, como pueden ser Defensa y Energías (convencionales o renovables).

Subsectores

El sector se divide en 4 subsectores: operadores del Sector Aeronáutico, empresas de fabricación que utilizan todo tipo de materiales como textil, metal, composites y plásticos; empresas fabricantes de componentes de equipos electrónicos y empresas de Consultoría, Ingeniería y Diseño.

Asociación



CLUSTER AERO CV. Clúster Aeronáutico-Aeroespacial de la CV
C/ Plaza Ferrándiz y Carbonell s/n · 03801 Alcoy

Nº de Empresas, Empleo y Volumen de exportación

En 2008 el número de empresas de fabricación y servicios relacionadas con el sector aeronáutico era de 60, generando unos 700 puestos de trabajo que representan un 1% del total nacional. El número de empresas operadoras son 3, generando unos 4.300 empleos que suponen el 11% del total nacional.

Volumen Facturación

El sector de fabricación y servicios aeronáuticos genera un valor de 30 millones de € siendo el porcentaje de un 0,5 % con respecto del total español.

Por su parte, las operadoras valencianas facturan 900 millones de € siendo esta cifra en torno al 8% del total nacional.

Grado de implicación del sector con la Infancia

En la actualidad no existen empresas valencianas del sector aeronáutico que mantengan una implicación clara con el segmento de la infancia.

Perspectivas de Futuro del sector en el ámbito de la Infancia

- Existen cuatro nichos de mercado dentro del segmento de la infancia que pueden ser aprovechados por el sector aeronáutico.
- Seguridad en el transporte como sillas para niños y bebés utilizables en aviones.
- Desarrollo de sistemas electrónicos de entretenimiento como pueden ser dvd 's, consolas, instalables en asientos de avión.
- Desarrollo de aviones de juguete teledirigidos y de maquetas con alto componente tecnológico.
- Mobiliario de juguete como toboganes, mesas, adecuados para los nuevos modelos de avión que pueden incorporar salas de entretenimiento para niños debidamente acondicionadas.

Estrategias y acciones sectoriales derivadas del desarrollo de la propuesta: "Comunitat Valenciana, Comunidad de la Infancia"

- Obtener información científico-técnica, de mercado, competencia, etc. sobre el mundo de la infancia.
- Obtener información sobre proveedores especializados en productos y servicios infantiles.
- Obtener posibilidades de joint ventures y proyectos sinérgicos entre empresas y entidades públicas y privadas de otros sectores relacionados o enfocados al mundo infantil.
- Encontrar oportunidades de negocio e innovación.
- Obtener facilidades para la exportación y realización de misiones a otros países para sus productos infantiles.
- Conseguir una plataforma de apoyo transversal en materia de comercialización, tecnología, logísticas, etc.

6.2.14 Covaco. sector comercio

El sector del comercio minorista urbano representa el 26.1% con respecto a los principales grupos sectoriales económicos de la Comunitat Valenciana (Industria, Servicios, etc). Las últimas tendencias del sector de la distribución comercial minorista en la Comunitat Valenciana apuntan hacia una concentración empresarial que se ve reflejada en la expansión de fórmulas empresariales como cadenas sucursalistas o franquicias y un aumento del número de locales por empresa comercial.

Subsectores

El sector comercio minorista es un sector totalmente transversal, por lo que engloba un sinnúmero de subsectores dentro del paraguas "Comercio Minorista". (Textil, Juguete, Calzado, Panadería, Cosmética, Electrodomésticos, Alimentación, etc.)

Asociación



COVACO

Confederación de comerciantes y Autónomos de la Comunitat Valenciana

C/Navellos, 9,1 · 46003 Valencia · T. +34 963 532 037 · F. +34 963 941 277

www.comerciodetuciudad.com

Nº de Empresas, Empleo y volumen de exportación

En 2007 la Comunitat Valenciana contaba con 76.137 establecimientos comerciales, lo que suponía un 16.3% del tejido empresarial de la Comunitat Valenciana.

Por lo que respecta al número de empleados, la cifra en 2007 estaba en 225.778, lo que representaba el 10.2% de la cifra de ocupados de la Comunitat Valenciana. La media por comercio sería de 3 trabajadores de los cuales 2 serían asalariados.

Volumen Facturación

En 2007, el Comercio Valenciano generó el 11.2% del volumen de negocio nacional, lo que llevaba a la Comunitat Valenciana como la cuarta autonomía que más contribuye a las ventas totales en España.

La última cifra de volumen de negocio del 2007 está en 22.014 millones de €, lo que supone 311.840 € por establecimiento comercial.

Grado de implicación del sector con la Infancia

El sector comercio tiene un segmento especializado que se dedica a la comercialización de productos para la infancia, con una larga trayectoria y un contacto muy cercano a los consumidores finales.

Sin embargo, este sector se ha visto afectado con los cambios en los modelos de distribución que se han producido por efectos de la globalización.

Esta situación supone un desafío muy importante para las empresas de este sector que se han visto en la necesidad de modificar sustancialmente sus relaciones comerciales, para poder adaptarse a las circunstancias actuales.

El canal tradicional de los productos para la infancia debe adaptarse a esta nueva situación, y tiene por delante distintas alternativas de colaboración con las empresas fabricantes para adaptar su oferta a las necesidades de mercado, mediante la colaboración y la puesta en práctica de nuevas relaciones fabricante – punto de venta, que les permita compartir información comercial estratégica y, a la vez, ser flexibles ante diversas situaciones que puedan generarse en el mercado.

Perspectivas de Futuro del sector en el ámbito de la Infancia

Las tiendas especializadas (textil infantil, material de cuna, juguetes infantiles, zapaterías infantiles, etc.) y las tiendas multimarca deberán centrarse en la innovación y en la diferenciación para sostener su cuota de mercado, ante la pro-

blemática actual en la que se verifican los cambios en el modelo de distribución, del que son ejemplos la gran distribución monomarca.

Estrategias y acciones sectoriales derivadas del desarrollo de la propuesta:
Comunitat Valenciana, Comunidad de la Infancia

- Obtener información científico-técnica, de mercado, competencia, etc. sobre el mundo de la infancia.
- Obtener información sobre los diferentes medios de distribución retail especializados en productos y servicios infantiles.
- Encontrar oportunidades de negocio e innovación en productos y servicios infantiles susceptibles de ser distribuidos en comercio minorista.
- Obtener posibilidades de nuevos modelos de distribución agrupada intersectorial de productos y servicios infantiles
- Analizar casos y modelos de experiencia en tienda aplicables al mundo infantil.

6.2.15 Sector agroalimentario

El Sector Agroalimentario es la parte de la industria encargada de la elaboración, transformación, preparación, conservación y envasado de los alimentos de consumo humano y animal. Las materias primas de esta industria se centran en los productos de origen vegetal (agricultura) y animal (ganadería). El progreso de esta industria nos ha afectado en la actualidad de la alimentación cotidiana, aumentando el número de posibles alimentos disponibles en la dieta.

Subsectores

Generalmente la industria alimentaria se compone/divide en los siguientes subsectores:

- Industria Cárnica
- Industria Pesquera y de Transformación de Pescado
- Conservas de Frutas y Hortalizas
- Grasas y Aceites
- Industrias Lácteas
- Productos Molinería
- Productos Alimentación Animal
- Pan, Pastelería y Galletas
- Azúcar
- Cacao y Chocolate
- Otros Productos Diversos
- Vinos
- Cerveza y Malta
- Otras Bebidas Alcohólicas
- Aguas y Bebidas Analcohólicas

Asociación



FEDACOVA

Federación Empresarial de Agroalimentación de la Comunitat Valenciana.

C/ Isabel la Católica, nº 6 -9· 46004 Valencia

Nº de Empresas, Empleo y Volumen de exportación

En 2007, el nº de empresas del sector era de 3.600 según datos de la Conselleria de Sanidad, generando más de 65.000 empleos directos e indirectos, lo que

supone aproximadamente un 7% sobre la industria valenciana y un 10 % sobre el sector nacional.

Volumen Facturación

El sector genera un valor de 9.250 millones de € siendo el porcentaje de un 18% aproximadamente sobre total del sector español.

Grado de implicación del sector con la Infancia

En la actualidad prácticamente la totalidad de los subsectores dedican gran parte de sus recursos al mercado infantil, siendo el subsector cárnico, junto a lácteos, panadería y pastelería, de los que más investigan en este ámbito.

Perspectivas de Futuro del Sector en el ámbito de la Infancia

La obesidad es una enfermedad crónica de origen multifactorial, en cuyo desarrollo están implicados determinantes tanto genéticos como ambientales.

La evidencia científica disponible refleja que en la aparición del 95% de los casos de obesidad interviene claramente un componente ambiental, relacionado con un estilo de vida sedentario y hábitos alimentarios que favorecen un balance positivo de energía y, como consecuencia, el depósito gradual de grasa. Es especialmente preocupante el creciente número de niños con sobrepeso y obesidad.

Estrategias y acciones sectoriales derivadas del desarrollo de la propuesta “Comunitat Valenciana, Comunidad de la Infancia”

- Obtener información científico-técnica, de mercado, competencia, etc. sobre el mundo de la alimentación infantil.
- Obtener información sobre proveedores especializados en productos alimenticios infantiles.
- Obtener posibilidades de joint ventures y proyectos sinérgicos entre empresas y entidades públicas y privadas de otros sectores relacionados o enfocados al mundo infantil en general y de su alimentación en particular.

- Encontrar oportunidades de negocio e innovación.
- Obtener facilidades para la exportación y realización de misiones a otros países para sus alimentos infantiles.
- Conseguir una plataforma de apoyo transversal en materia de comercialización, tecnología, logísticas, etc.

6.2.16 Sector metal

El Sector del Metal tiene una gran importancia dentro de la economía española. Considerado de manera amplia, supone, en términos de valor añadido bruto, aproximadamente el 9% del PIB nacional, según datos de CONFEMETAL y del Instituto Nacional de Estadística (INE).

El sector metal es un sector geográficamente muy localizado, centrándose el 60% de las empresas en cuatro Comunidades Autónomas: Cataluña, Madrid, Andalucía y la Comunidad Valenciana, seguidas del País Vasco y Galicia.

Subsectores

El principal subsector de ocupación es el de fabricación de productos metálicos, excepto maquinaria y equipo, con el 45% de la ocupación total de la industria, seguido del subsector de maquinaria y equipo mecánico con un 21%. El tercer lugar lo ocupa el subsector material de transporte (20%) y, por último, con un 14% se sitúa el subsector material eléctrico, electrónico y óptico.

Asociaciones



FEMPA. Federación de Empresarios del Metal de la Provincia de Alicante
Polígono Industrial Aguamarga · C/ Benijófar 4-6 · 03008 Alicante



FEMEVAL. Federación Empresarial Metalúrgica Valenciana
Avda. Blasco Ibáñez, 127 · 46022 Valencia

Nº de Empresas, Empleo y Volumen de exportación

En la Comunitat Valenciana hay cerca de 13.000 empresas dedicadas al sector

metalmecánico que emplean a casi 82.500 personas, casi el 25% del total del empleo industrial regional y un 8% del nacional.

Volumen Facturación

Es uno de los principales sectores productivos de la industria valenciana, puesto que representa un 18% del PIB industrial regional.

Grado de implicación del sector con la Infancia

En la Comunitat Valenciana existe una fuerte tradición juguetera en la zona de la Foia de Castalla (denominada el “Valle del juguete”), en la que existen alrededor de 50 empresas jugueteras y cerca de 150 empresas auxiliares. Estas empresas auxiliares van desde las que trabajan con materiales plásticos (inyección, matricería, etc.), hasta las que fabrican estructuras o elementos metálicos, estando estas actividades también englobadas dentro del sector metalmecánico.

Dichas empresas han mantenido un crecimiento constante, realizando una continua revisión de sus procesos de fabricación con la introducción de las nuevas tecnologías y el diseño en sus productos. Además de ello tienen un claro perfil exportador y mantienen una posición competitiva en el panorama internacional.

Esto constituye una fortaleza importante, puesto que estas empresas ya cuentan con un importante “know-how” relacionado con el sector de la infancia.

Perspectivas de Futuro del sector en el ámbito de la Infancia

Se podrían generar diversas herramientas dinamizadoras del tejido industrial en la Comunitat Valenciana, como:

- La creación de un entorno de cooperación (redes, clusters, etc.) entre los diferentes sectores de la Comunitat Valenciana, para aprovechar sinergias e impulsar la innovación tanto en productos como en procesos;
- La generación de espacios donde se reúna conocimiento, fabricantes, demostraciones de producto, etc.

- El dotar a la Comunitat Valenciana de una potente herramienta de marketing que contribuya a la apertura de nuevos mercados y por tanto a la internacionalización del tejido empresarial.

Así, nuestras empresas podrían acceder a gran número de herramientas, que les permitiera diversificar su producción nuevamente hacia el producto infantil.

**Estrategias y acciones sectoriales derivadas del desarrollo de la propuesta:
“Comunitat Valenciana, Comunidad de la Infancia”**

- Desarrollo de producto integrando nuevos dispositivos electrónicos/sensores: juguetes eléctricos, robotizados, integración en productos de puericultura (cunas, moisés, hamacas, etc.) de funciones adicionales (monitorización, iluminación, música, movimiento, etc.).
- Desarrollo de producto integrando nuevos dispositivos electrónicos/sensores destinados a seguridad infantil (localizadores, alarmas, etc.)
- Desarrollo de juguetes y entornos de juego educativos, donde se integren energías renovables (energía solar, eólica, etc.).
- Desarrollo de producto destinado al mercado infantil dentro de los subsectores; Fabricación de muebles (metálicos), Fabricación de artículos de joyería, orfebrería, platería y artículos similares, por ejemplo, cuberterías para niños para establecimientos de hostelería, Fabricación de instrumentos musicales y Fabricación de artículos de deporte.

6.2.17 Sector construcción

El sector de la construcción ha ganado mucho peso a lo largo de los últimos años en la economía valenciana.

Las empresas de construcción general de inmuebles y obras de ingeniería civil son las más numerosas del sector tanto en la Comunitat Valenciana como en el ámbito nacional, si bien tienen un peso ligeramente superior en el sector en el caso de la Comunitat Valenciana. Siguen en importancia las empresas de acabado de edificios y obras. En general, la distribución subsectorial en la región es muy similar a la del conjunto del territorio nacional.

Subsectores

Edificación, albañilería, rehabilitación, promoción inmobiliaria, obra civil, prefabricados de hormigón, fabricación de pavimentos, almacenistas de materiales, ingenierías, consultorías, etc.

Asociación



FEVEC. Federación Valenciana de Empresarios de la Construcción

C/ Músico Peydró, 36-4 · 46001 VALENCIA

Nº de Empresas, Empleo y volumen de exportación

El número de empresas del sector de la Comunitat Valenciana representa el 10,5 % de las empresas españolas de la construcción y el 12 % del número total de empresas de la región. El número de empresas de construcción en la región ha aumentado un 38,4 % entre 1995 y 2003, tasa superior a la nacional, que fue del 32,6%.

Se trata de un sector formado por una base amplia de PYMES que comparten el mercado con algunas empresas grandes. En la Comunitat no está presente

ninguno de los grandes grupos constructores españoles, si bien es cierto que el porcentaje de empresas con más de 200 empleados es superior al del conjunto de España.

Volumen Facturación

En el año 2003, el volumen de negocio del sector fue de 20.035 millones de € en la Comunitat Valenciana y 204.305 en el ámbito nacional, representando 9,8 % del volumen de negocio nacional.

Estrategias y acciones sectoriales derivadas del desarrollo de la propuesta “Comunitat Valenciana, Comunidad de la Infancia”

- Crear proyectos sinérgicos entre empresas y entidades públicas y privadas de otros sectores relacionados o enfocados al mundo infantil, así como guarderías, centros educativos, centros deportivos y ocio, parques temáticos.
- Colaborar con proveedores especializados en productos infantiles, en el ámbito de las industrias auxiliares de la Construcción.
- Hay oportunidades también dentro del subsector de industrias auxiliares con sistemas seguros para la infancia, así como la integración de elementos arquitectónicos innovadores.
- Como innovación, promover la construcción de centros tecnológicos para la infancia, guarderías que incorporen las últimas tecnologías educativas.

6.2.18 Sector transporte y logística

El Sector del Transporte y la Logística es un sector clave para la economía por su influencia en la competitividad del resto de la economía valenciana, fundamentalmente por tres motivos:

- El primero es el volumen de empleo, ocupa a más de 80.000 personas empleadas y el volumen de negocio de este sector;
- El segundo es el carácter estratégico para el conjunto del entramado productivo, ya que el resto de empresas del tejido industrial dependen, como usuarias de este sector, de una logística eficiente como factor clave para su competitividad;
- Por último, el transporte ejerce un papel principal en la movilidad de mercancías y personas siendo un elemento fundamental para la vertebración y el desarrollo sostenible de nuestro territorio.

Subsectores

- Servicios de transporte (carretera, ferrocarril, marítimo, aéreo, viajeros); servicios logísticos de valor añadido (operadores logísticos, servicios tecnológicos, operadores de infraestructuras,...);
- Servicios de embalaje, manutención y almacenaje (materiales de embalaje y manutención, sistemas de identificación y almacenaje).

Asociación



CENE-CV

Asociación Cluster de Envase y Embalaje de la Comunitat Valenciana

Parque Tecnológico de Valencia · C/Albert Einstein, 3 · 46980 Paterna · Valencia

Nº de Empresas, Empleo y Volumen de exportación

El sector, en general, aglutina a un gran número de empresas de un tamaño reducido; en otras palabras, es un sector muy atomizado. Destaca el sector del transporte por carretera que aglutina alrededor del 90% de las empresas del sector,

seguido del sector servicios logísticos (manipulación, actividades anexas y organización) que reúne cerca de un 8% del sector.

Volumen Facturación

En relación con el conjunto del sector en España, el sector en la Comunitat Valenciana se sitúa en una posición destacada representando el 11% del volumen de facturación y el 9% del empleo respecto al total nacional.

Grado de implicación del sector con la Infancia

Dentro del Sector del Transporte y la Logística de la Comunitat Valenciana, existen tres subsectores con gran preocupación en el segmento infantil: Envase y embalaje para la infancia, Transporte escolar y Localización (RFID).

Perspectivas de Futuro del Sector en el ámbito de la Infancia

El sector del Transporte y la Logística tiene aplicaciones muy específicas en el mercado infantil. En la actualidad, se observa cómo la cartera de productos innovadores se orienta hacia el diseño de envases y embalajes sostenibles, con materiales biodegradables, atractivos para el segmento infantil y que cumplan con los criterios establecidos de seguridad.

El otro gran campo de trabajo es el transporte escolar. La seguridad en el transporte escolar es uno de los temas que más preocupa y no sólo se limita a una flota más moderna sino que esté mejor equipada.

Por último, encontramos la aplicación de la tecnología RFID como solución ideal para un control de presencia en colegios, parques, grandes almacenes, etc., que nos permite conocer en todo momento la localización de los niños.

Estrategias y acciones sectoriales derivadas del desarrollo de la propuesta “Comunitat Valenciana, Comunidad de la Infancia”

- Obtener información científico-técnica, de mercado, competencia, etc. sobre el mundo de la infancia.

- Obtener información sobre proveedores especializados en productos y servicios infantiles.
- Obtener posibilidades de joint ventures y proyectos sinérgicos entre empresas y entidades públicas y privadas de otros sectores relacionados o enfocados al mundo infantil.
- Encontrar oportunidades de negocio e innovación.
- Obtener facilidades para la exportación y realización de misiones a otros países para sus productos infantiles.
- Conseguir una plataforma de apoyo transversal en materia de comercialización, tecnología, logísticas, etc.

6.2.19 Sector de informática

El sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de la Comunitat Valenciana está representado desde marzo de 2007 por la asociación de empresas del sector TIC (ESTIC). ITI, Instituto Tecnológico de Informática, es la asociación que mayor número de empresas del sector reúne entre sus asociados, estando adscrito a la Red de Institutos de IMPIVA (REDIT).

Subsectores

Dentro del mercado infantil se incluyen los siguientes subsectores TIC: Multimedia y desarrollo de videojuegos, que cubre las necesidades de ocio; el desarrollo web y eLearning, que cubre las necesidades de formación a distancia y, por último, operadores, que enmarca el desarrollo de dispositivos móviles y el acceso a Internet.

Asociación



ITI. Asociación Empresarial del Instituto Tecnológico de Informática

Campus Camino de Vera, s/n · (46022) Valencia

Nº de Empresas, Empleo y Volumen de exportación

El sector en la Comunitat Valenciana está formado por 2.526 empresas inscritas en el epígrafe de Actividades Informáticas, el tamaño de las empresas es pequeño, el 92% de las empresas tiene una plantilla de 0 a 5 trabajadores. Las actividades principales dentro de estas empresas son el desarrollo de Software, la Implantación de software de terceros y la implantación de hardware de terceros.

Grado de implicación del Sector con la Infancia

La población infantil es un segmento de población en muchos casos indefenso y en proceso de aprendizaje, en el que las TIC pueden jugar un papel muy impor-

tante aportando por un lado seguridad y por otro lado diversión y aprendizaje. Por ello, que la Comunitat Valenciana sea considerada Comunidad de la Infancia supone un amplio empuje al sector TIC debido a que la población infantil está en continuo aprendizaje y el grado de asimilación de nuevas tecnologías es muy superior al de las personas mayores.

Es conocido que la utilización de las TIC en las empresas mejora su competitividad. Si los niños se familiarizan con el uso de las nuevas tecnologías, las aplicarán y usarán intensivamente en edades más avanzadas, por lo que se creará una gran demanda que impulsará todavía más el crecimiento del sector TIC.

Perspectivas de Futuro del Sector en el ámbito de la Infancia

Existe la oportunidad de desarrollo del sector en el segmento de la infancia a través del desarrollo en las siguientes áreas:

- Sensores de señales biomédicas incorporados en la ropa.
- Desarrollo web: mLearning, redes sociales para la comunicación entre los niños
- Realidad Virtual: Escenarios virtuales de enseñanza.
- RFID: Sensores de radiofrecuencia para localización y conteo de niños.
- Georreferenciación: Localización de los niños por GPS y referenciación en un mapa.
- eContenidos: Contenidos didácticos digitales.
- Nuevos dispositivos: Pizarras electrónicas, pantallas táctiles.
- Formadores virtuales: Mascota virtual que guía al niño.

Estrategias y acciones sectoriales derivadas del desarrollo de la propuesta “Comunitat Valenciana, Comunidad de la Infancia”

- Obtener información científico-técnica, de mercado, competencia, etc. sobre el mundo de la infancia.
- Obtener información sobre proveedores especializados en productos y servicios infantiles.
- Obtener posibilidades de cooperar en proyectos sinérgicos entre empresas y entidades públicas y privadas de otros sectores relacionados con el mundo infantil.

6.2.20 Sector químico

El sector químico de la Comunitat Valenciana está representado en su mayoría por empresas fabricantes de abonos y fertilizantes, pinturas y barnices, productos de limpieza y abrillantamiento y productos de belleza e higiene. Además, podemos encontrar fabricantes de fitosanitarios, resinas y otros productos orgánicos e inorgánicos, e importantes distribuidoras de productos químicos.

Subsectores

Atendiendo a la nueva clasificación del CNAE 2009: Fabricación de gases industriales, colorantes y pigmentos, productos básicos de química orgánica e inorgánica, fertilizantes y compuestos nitrogenados, agroquímicos, pinturas, barnices, tintas, jabones, detergentes, artículos de limpieza, perfumes y cosméticos, explosivos, colas, aceites esenciales y productos farmacéuticos.

Asociación



QUIMACOVA. Asociación Química y Medioambiental del Sector Químico de la Comunitat Valenciana

C/ Hernán Cortés, 4 · 46004 Valencia

Nº de Empresas, Empleo y Volumen de Exportación

Según datos del INE de 2008, hay alrededor de 600 empresas químicas en la Comunitat Valenciana, lo que representa el 15 % de las empresas químicas a nivel nacional. En cuanto a empleo, con datos de 2007, nuestras empresas ocupan a más de 14.000 personas, representando el 10% nacional. El volumen de exportación en 2007 es de 1.700 millones de €.

Volumen de Facturación

El sector genera un valor de 4.000 millones de € siendo el porcentaje de un 8% con respecto al volumen de facturación español.

Perspectivas de Futuro del Sector en el ámbito de la Infancia

El subsector del sector químico directamente relacionado con el mundo de la infancia podría tener perspectivas de futuro interesantes, pues con la incorporación de las nuevas tecnologías (biotecnología, nanotecnología, productos naturales 100%) se desarrollarían productos innovadores con eficacias importantes con respecto a los productos existentes hoy en día.

Estrategias y acciones sectoriales derivadas del desarrollo de la propuesta “Comunitat Valenciana, Comunidad de la Infancia”

- Desarrollo y fabricación de productos innovadores dirigidos al segmento de la infancia.
- Posibilidad de generar nuevas líneas de negocio en la empresa.
- Conseguir un sello identificativo de producto fabricado con calidad y eficacia para el segmento de la infancia.
- Obtener posibilidades de joint ventures y proyectos sinérgicos entre empresas y entidades públicas y privadas de otros sectores relacionados o enfocados al mundo infantil.
- Obtener facilidades para la exportación y realización de misiones a otros países para sus productos infantiles.

6.3 Ocio y cultura infantil en la Comunitat Valenciana

Paisaje y tradición

Su paisaje y unas tradiciones culturales en las que la figura del niño juega un papel destacado constituyen un importante valor diferenciador de la Comunitat Valenciana como comunidad especializada en la infancia.

La Comunitat Valenciana ofrece a sus visitantes y habitantes una rica tradición cultural y de ocio, que puede y debe ser aprovechada tanto por las empresas vinculadas directamente al sector turístico como por otros sectores industriales.

No se trata sólo de su muy amplia disponibilidad de recursos tangibles tales como monumentos, edificios singulares y entornos urbanos muy llamativos y atractivos, o como sus paisajes, en costa e interior. Son muy conocidas y muy valoradas la luz mediterránea, de especial intensidad en la Costa Levantina, las playas e infraestructuras hoteleras y de ocio y la excelencia de los servicios vinculados a este sector que, durante décadas, han procurado importantísimos recursos a la economía autonómica y nacional.

Pero son también muy importantes otros recursos de carácter intangible, como su gastronomía, que, precisamente, conforman el tejido cultural y a menudo económico de esta región, y que tienen su reflejo en fiestas y tradiciones populares, algunas de las cuales gozan de especial protección internacional. Se nombran algunos de estos eventos embebidos en valores tradicionales, a sabiendas del riesgo que implica dejar injustamente atrás alguno de ellos:

- Las Fallas, las Fogueres de San Joan y las Gaiatas, las Fiestas de la Magdalena, en Castellón de la Plana,
- La Semana Santa, desarrollada con gran interés en numerosas localidades de la Comunitat Valenciana,
- Las Fiestas de Moros y Cristianos, muy populares especialmente en la provincia de Alicante
- El Misterio de Elche,

- Las Fiestas de Nuestra Señora de la Salud en Algemesí, con la Muixeranga.

Por lo general, estas celebraciones se rodean de efectos pirotécnicos que resaltan su atractivo o su singularidad en forma de castillos de fuegos artificiales o de “mascletás” (de masclet, un tipo de detonante o petardo especialmente sonoro y/o vistoso), que determinan y distinguen a esta región y se constituye como una más de sus señas de identidad: la relación con el fuego.

Sobre todas ellas existe una amplia literatura que evidencia lo trascendente de las mismas, no sólo para la Comunitat Valenciana, sino para el territorio nacional en su conjunto, pues son focos muy relevantes de generación de riqueza cultural, social y, desde luego, económica.

La infancia tiene un lugar relevante en todas estas actividades pues todas las organizaciones que se ocupan de su desarrollo albergan importantes secciones o apartados dirigidos concretamente a este sector de la población, destinándose una parte importante de sus presupuestos y permitiendo su visibilidad y plena representatividad independiente en las mismas.

Museos

A toda esta oferta se ha de añadir la importancia de los museos que se reparten por la geografía de la Comunitat Valenciana, especializados en todas las artes y las ciencias y que albergan fondos muy valiosos para artistas, investigadores y científicos. Es necesario mencionar que algunas de estas instituciones han obtenido premios internacionales por la calidad de sus exposiciones y por la aplicación avanzada e innovadora de las técnicas museísticas. También es importante añadir que estas instituciones impulsan numerosas actividades, muchas de ellas dirigidas al público infantil que se constituye en objetivo prioritario de sus respectivas misiones.

A modo de ejemplo nombraremos a los siguientes:

- Museu Arqueològic Provincial d'Alacant (Marq)
- Museu d'art Contemporani d'Alacant

- Museu Internacional De Titelles d'Albaida
- Museu De l'Artiste Fallar
- Museo De Ciencias Naturales
- Institut Valencia d'Art Modern (IVAM)
- Museu De Prehistòria // Museu d'Etnologia
- Museu De Belles Arts de Valencia
- Museu De Les Ciències Príncepe Felipe
- Museu Valencia de la Il·lustració i la Modernitat (MuVIM)

Como se ha dicho, todas estas instituciones desarrollan acciones educativas, formativas y de ocio diseñadas para la infancia, en las que niños y niñas participan de manera muy activa, que les ayudan a descubrir el mundo a través de juegos, visitas, talleres y otras actividades que potencian la asimilación vivencial del conocimiento y los valores que, según sus respectivas misiones (artísticas o científicas), deben llegar a la sociedad desde edades muy tempranas, procurando a estos niños de recursos culturales adaptativos de primer orden.

Bandas musicales

Si hay una actividad que, por excelencia, aún en esta Comunitat tradición, arte, educación, sociedad y diversión son las bandas musicales. Afamadas en el mundo entero, las Agrupaciones y Sociedades Musicales valencianas son verdaderas instituciones que cuentan, en algunos renombrados casos, con un patrimonio cultural de gran calado y procuran a los habitantes de los pueblos y ciudades donde se han formado importantes servicios directamente relacionados con la actividad musical.

Puede decirse que en cada pueblo y en cada ciudad de la Comunitat Valenciana se cuenta con, al menos, una Banda, que representa con dignidad a la población donde se ha creado no sólo en las fiestas locales, sino también en los importantes certámenes que se realizan dentro y fuera de la región.

Y en este entorno de las Sociedades Musicales se provee de formación técnica, enseñando y practicando el dominio de uno o varios instrumentos a niños y jóvenes desde edades muy tempranas. Pero también los alumnos, los socios, se vinculan con las más hondas tradiciones de su entorno y, a través de ellas, desarrollan valores sociales adaptativos tales como la voluntad, la responsabilidad, el compromiso, el trabajo en equipo, etc.

En resumen, no cabe duda de que la Comunitat Valenciana está vinculada idealmente al turismo conocido como “de sol y playa” y es muy bueno que esto sea así, porque hay bases sólidas para que esta actividad se mantenga ofreciendo los máximos estándares de calidad, constituyéndose como uno de los principales recursos de esta economía.

Pero desde hace ya algunos años, ha ido variando, todavía muy ligeramente, el perfil del visitante. Cada día más, el entorno rural y los recursos culturales de diversa índole son buscados por un turista que proviene del propio país y que busca, junto al ocio de costa, el crecimiento personal que procura conocer las tradiciones y recursos culturales del entorno, ello sin olvidar que son exigentes con la calidad de los servicios asociados al sector. Esta situación determina nuevos campos de inversión por parte del tejido empresarial e institucional valenciano, que puede hacer que interactúen eficientemente de tal forma que, además de procurar riqueza económica, sirva para conservar recursos que, quizá de otro modo, corren el riesgo de degradarse y perderse definitivamente.

Asimismo, es necesario poner de relieve la progresiva disminución de la financiación pública en el ámbito cultural y de ocio, derivada de la coyuntura de crisis que afecta a todos los sectores de la economía y que, no obstante, abre oportunidades de inversión dirigidas al público infantil, pudiendo para ello utilizarse numerosos canales (desde la inversión directa, hasta el patrocinio o el mecenazgo) que favorecen enormemente la imagen de responsabilidad social de las empresas que prestan esta financiación, dada la consideración muy positiva que la población tiene hacia las actividades vinculadas con la cultura.



07

Conclusión. Comunitat Valenciana, comunidad de la infancia

La especialización, eficiencia y conocimiento de las empresas e instituciones de la Comunitat Valenciana en materia infantil que se desprende del análisis efectuado por la Red i-CREO, constituye, sin lugar a dudas, una sólida base sobre la que fundamentar un posicionamiento estratégico de futuro centrado en la infancia, conformando lo que podríamos denominar el hipersector de la infancia.

Este hipersector comprende a todas aquellas industrias que, de manera directa o indirecta, producen bienes y servicios especializados en cubrir las necesidades de la población infantil, en un entorno favorable al diseño, fabricación, distribución y comercialización tanto a nivel nacional como internacional.

La evolución a lo largo del tiempo del concepto de infancia ha condicionado este entorno favorable, evolucionando desde la escasa consideración de la Antigüedad hasta el status que, en la actualidad, ampara la protección de la infancia en todos los ámbitos. Ese reconocimiento ha sido fundamental para alcanzar la elevada representatividad de la población infantil como agente económico y social.

De hecho, demográficamente, se espera un crecimiento absoluto de la población mundial entre 0 y 14 años hasta el año 2030 aproximadamente, al igual que

ocurrirá para el caso de España y, en mayor medida, en la Comunitat Valenciana. Este factor, junto con la mejora de los niveles de renta per cápita, en una situación económica futura favorable, hace prever un incremento de la demanda de bienes y servicios destinados a cubrir las necesidades de la población infantil.

Asimismo, cabría resaltar el extraordinario incremento de la población infantil extranjera en España, y particularmente en la Comunitat Valenciana, en los últimos años, aportando una visión multicultural y enriquecedora, pero con unas necesidades específicas que deben ser atendidas igualmente y que implican un proceso de adaptación e integración mutua fundamental, ya que formarán parte de la evolución futura de la sociedad.

Por lo que respecta al estudio del niño desde una perspectiva psicológica y sociológica, cabe enunciar que los niños evolucionan con el tiempo para alcanzar la madurez en su comportamiento, atravesando toda una serie de fases con unas características propias, que distinguirán a cada grupo de edad de la franja precedente o posterior, tanto desde un punto de vista físico y psicológico como cultural. Esto tiene una influencia directa, tal como se manifiesta en el estudio, sobre las necesidades de compra y consumo infantil que deben considerarse.

En ese sentido, la gestión del conocimiento necesaria para adecuarse a estas características evolutivas proviene de la tradición histórica, de la capacidad de adaptación y de la proyección de futuro de las empresas de la Comunitat, que ha permitido crear sectores especializados en la producción de bienes y servicios de calidad que, además de cubrir las necesidades del público infantil, han cubierto las expectativas puestas en éstos por consumidores y usuarios, impulsando de manera determinante el papel del tejido productivo de la Comunitat Valenciana como proveedor especializado de productos para la infancia.

Uno de los factores que ha influido decisivamente en esta especialización sectorial ha sido el rol de consumo adoptado por la población infantil, al convertirse en una figura clave en el proceso de intercambio, bien como destinatario de bienes

y servicios, bien como agente autónomo de consumo o bien como prescriptor, que influye en las decisiones de compra de sus progenitores.

Así, tanto por su poder adquisitivo como por su poder prescriptor, la población infantil se convierte en un mercado potencial de futuro para los bienes y servicios producidos en la Comunitat Valenciana. Las cifras de consumo infantil en España señalan una tendencia significativa hacia el incremento de las partidas de gasto relacionadas con el entretenimiento, además de mejorar el gasto en sanidad, ocio, juguetes, ropa y calzado; bienes y servicios infantiles en los cuales las empresas de la Comunitat Valenciana están especializadas.

Tal y como queda reflejado en el presente trabajo, además del tejido industrial especializado en la infancia, la Comunitat Valenciana cuenta con una extensa red de organismos públicos y privados de apoyo a los sectores productivos para el desarrollo de la infancia en diferentes materias, centrando sus actividades económicas, sociales y de I+D+i en la gestión del conocimiento infantil para su mejor aprovechamiento. En este sentido, se puede resaltar el papel de las Fundaciones, Institutos Tecnológicos y Universidades que cuentan con diferentes líneas de investigación centradas en la infancia, así como el esfuerzo de las asociaciones especializadas en este ámbito y de la futura capacidad de dinamización del Centro de Conocimiento de la Infancia.

Desde un punto de vista institucional, se debe destacar el compromiso del Govern Valencià y sus Consellerías por apoyar proyectos e iniciativas de interés para la infancia, con el objetivo de avanzar en el progreso de la industria y la sociedad de la Comunitat Valenciana.

Los sectores productivos de la Comunitat Valenciana son las piezas fundamentales sobre las que se apoya el hipersector de la infancia, tanto por su tradición histórica como por su enfoque y compromiso con el futuro. La especialización, eficiencia y conocimiento de las empresas de la Comunitat Valenciana en torno a la infancia son factores clave para lograr un posicionamiento estratégico de

futuro. Esto las dotará de una mayor capacidad de adaptabilidad a los cambios con respecto a las tendencias económicas, demográficas y socioculturales, y les conferirá un mayor grado de competitividad con el que hacer frente a la reestructuración de la actividad económica (oferta) y del consumo nacional e internacional (demanda).

Existen, en el ámbito internacional, diversas regiones que poseen un grado de especialización en torno al público infantil, en algunos casos por poseer sectores productivos relacionados con la infancia y en otros por la filosofía de sus instituciones en realizar un trabajo de estudio sobre ella. Pero es, sin duda, la Comunitat Valenciana por su nivel de especialización en torno a la infancia y por su tamaño industrial, la que realmente puede ser un referente como región especializada en la infancia.

En definitiva, el desarrollo del hipersector de la infancia de la Comunitat Valenciana que se propone en este estudio de la Red i-CREO debe servir para impulsarlo definitivamente, constituyendo el posicionamiento estratégico que le permitirá erigirse como factor competitivo y fundamental para el devenir del tejido empresarial valenciano.



Aeronautico

Cluster Aero CV

Juan Almagro · Alberto Viu ·
M^a Carmen Vicedo

Agroalimentario

FEDACOVA (Federación Empresarial de Agroalimentación de la Comunidad Valenciana)

Sergio Barona Valiente

Audiovisual

EAVF (Empresas Audiovisuales Valencianas Federadas)

José Corvera · Laura Millán ·
Miguel Sanz Sevadilla

Automoción

AVIA (Asociación Valenciana de la Industria de la Automoción)

María Haya López · Rafael Pastor

Biotecnología

BIOVAL (Asociación de Empresas Biotecnológicas de la Comunidad Valenciana)

M^a Carmen Féliz Arcedo · Salvador
Garcés · Zac Sniderman

Calidad vida

IBV (Instituto de Biomecánica de Valencia)

Javier Peiró

Cerámico

ASCER (Asociación de Fabricantes de Azulejos y Pavimentos Cerámicos)

María Roldán · Elena Uviedo Ramos

Comercio Minorista

COVACO (Confederación de Comerciantes y Autónomos de la Comunidad Valenciana)

Isabel Reig Catalá

Construcción

FEVEC (Federación Valenciana de Empresarios de la Construcción)

Rafael De la Cuadra Ribes · Olga Juhasz ·
María Sanchís · Gour Saraff

Coordinador de la red

Red i-CREO

Luis Peña Esteller

Energía

AVAESEN (Asociación Valenciana de Empresas de Energía)

Vicente Barberá · Salvador Jiménez

Juguete

AEFJ (Asociación Española de Fabricantes de Juguetes)

Lorenzo Chinchilla Mira · Maite Francés
Barceló

Hostelería y Turismo

FEHV (Federación de Hostelería de la Comunidad Valenciana)

Verónica Nolte

Industria gráfica

CIGCV (Cluster de la Industria Gráfica de la Comunidad Valenciana)

Dionisio Montoya · Jose Manuel Santa-
barbara

Informática

ITI (Instituto Tecnológico de Informática)

María Antolín

Logística

ITENE (Instituto Tecnológico del Embalaje, Transporte y Logística)

Máximo Martínez Avila

Madera y mueble

FEVAMA (Federación Valenciana de la Madera)

Raquel Cánovas Ruiz · Juan Miquel Juan
Climent

Metal

FEMPA (Federación de Empresarios del Metal de la Provincia de Alicante)

M^a Dolores Baena Colomer · Francisco
Enguix Valero

Moda infantil y Puericultura

ASEPRI (Asociación Española de Productos para la Infancia)

Marcelo Arcolia Barros · Elisabeth
Villasante · Luis Iranzo Martínez

Panadería y pastelería

FEGREPPA (Federación Gremial de Panadería y Pastelería)

Ana Zulueta Albelda

Plástico

AVEP (Asociación Valenciana de Empresarios de plásticos)

Giuliana Ingellis · Etelvina Ortiz

Químico

QUIMACOVA (Asociación Química y Medioambiental del sector químico de la Comunidad Valenciana)

Jesús Carretero López

Sociosanitario

IBV (Instituto de Biomecánica de Valencia)

Emilio José Benítez Bermejo · Paula Martí-
nez Mollar

Terciario avanzado

AECTA (Asociación de Empresas de Consultoría y Terciario Avanzado)

Luis Vera

Textil

ATEVAL (Asociación de Empresarios Textiles de la Comunidad Valenciana)

Hans Gallardo Nieto · Alejandro Melero
Zaballos · Laura Santos Silvestre · Beatriz
Satorres Verdú

Transporte

Cluster de Envase y Envalaje

Jordi Quiles Ruiz

Este libro se terminó de imprimir
el día 20 de Noviembre de 2010,
Día Internacional de los Derechos del Niño

