MEMORIA FINAL
RESULTADOS

safevalor

Investigación para la **valorización de la seguridad** del producto infantil en los mercados

UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
Una manera de hacer Europa

"Proyecto cofinanciado por los fondos FEDER, dentro del Programa Operatiu FEDER de la Comunitat Valenciana 2014-2020"

GENERALITAT VALENCIANA
IVACE INSTITUT VALENCIÀ DE COMPETITIVITAT EMPRESARIAL

aiju Instituto Tecnológico de producto infantil y ocio

1. Introducción

La seguridad es un factor clave en los productos infantiles y determinante en la decisión de compra de los consumidores, especialmente en el caso de productos para bebés y niños pequeños, como juguetes o artículos de puericultura.

Las empresas invierten en el desarrollo y fabricación de productos seguros en cumplimiento con la legislación vigente, incorporando a menudo elementos innovadores de seguridad y procesos complejos de gestión de riesgos, pero desconocen en qué medida estos aspectos son valorados por los consumidores y qué factores de seguridad que determinan la decisión de compra.

El proyecto SAFEVALOR pretende abordar una investigación para ofrecer herramientas a las empresas que les permitan poner en valor la seguridad de sus productos, a través del conocimiento de los expertos en seguridad y la percepción del consumidor europeo sobre la seguridad del producto infantil en el momento de la compra. Esta investigación se ha centrado en el producto infantil destinado a niños de 0 a 4 años, pues es en este rango de edad donde el factor de la seguridad de producto prima sobre otros factores de compra, como puede ser el precio.

La investigación se ha centrado en dos líneas complementarias:

- **Gestión y comunicación de riesgos:** Las tendencias del mercado en gestión y comunicación de riesgos, que hacen que el producto se perciba como más seguro, como son los elementos de seguridad innovadores en el producto, la trazabilidad, el registro del producto, otros nuevos enfoques de comunicación hacia el consumidor, etc. y, por otra parte,

- **Percepción de la seguridad del producto infantil por parte del consumidor europeo** en el momento de la compra para los distintos canales de compra, tanto offline como online, y la valoración por parte del consumidor de las nuevas tendencias en seguridad de producto infantil.

El fin último del proyecto SAFEVALOR es ayudar a las empresas a poner en valor la seguridad de sus productos incorporando las nuevas tendencias en gestión y comunicación de riesgos y que éstas sean entendidas por el consumidor europeo. Gracias a la investigación se han obtenido dos herramientas clave:

- La **"Guía de buenas prácticas para la valorización de la seguridad del producto infantil"**, donde se recopilan las buenas prácticas identificadas durante la investigación para la valorización de la seguridad del producto infantil por parte del consumidor europeo.

- **Módulo TIC "SAFEVALOR. Herramienta de diagnóstico del valor de la seguridad del producto infantil**" que permite cuantificar el valor de la seguridad del producto infantil para cada tipología de producto infantil (juguete, mobiliario infantil y artículo de puericultura) y obtener pautas de mejora.

Los resultados de esta investigación y estas herramientas se han aplicado en casos de estudio de las empresas colaboradoras, donde se han aplicado las mejoras de comunicación y diseño identificadas a productos de las empresas.

El proyecto constituye en sí una actividad de I+D de carácter no económico cuyo objetivo es ofrecer a las empresas de productos infantiles una estrategia específica para mejorar la competitividad de su producto a través de la puesta en valor de la seguridad.

El proyecto SAFEVALOR (n° de expediente: IMDEEA/2021/6) está cofinanciado por el Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial (IVACE) y los Fondos Europeos para el Desarrollo Regional (Fondos FEDER) dentro de la actuación "IMDEEA – PROYECTOS DE I+D EN COOPERACIÓN CON EMPRESAS" del programa "PROYECTOS DE I+D EN COOPERACIÓN CON EMPRESAS".

2. Novedad y relevancia del proyecto

El proyecto SAFEVALOR surge de la necesidad de generar conocimiento sobre dos áreas distintas, desde la perspectiva de la empresa y del consumidor, pero a la vez estrechamente interdependientes, que son: las nuevas estrategias para la gestión y comunicación de riesgos en productos infantiles por parte de la empresa; y la percepción de la seguridad de los productos por parte del consumidor actual.

Según datos de la Comisión Europea[1], la crisis de la covid-19 ha impactado en ciertos patrones de consumo de los consumidores europeos. En relación a los productos de consumo, algunas cifras clave de este cambio son:

71%

El 71% de los consumidores compraron online en 2020

56%

El 56% de los consumidores dijo que las preocupaciones ambientales influyeron en sus decisiones de compra

67%

y el 67% dijo que compraron productos que eran mejores para el medio ambiente, incluso si dichos productos eran más caros

81%

Otro 81% compró más cerca de casa y apoyó a las empresas locales.

[1] https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_21_1104

Las prioridades y preferencias de los consumidores están cambiando, y aspectos como la seguridad de los materiales, del diseño, los valores de la marca o compromisos de la empresa más allá de la transacción comercial B2C son cada vez más valorados por los consumidores. Por ello, se hace imprescindible conocer la aproximación del consumidor hacia la seguridad de los productos infantiles en este nuevo contexto sanitario y social.

Cabe mencionar que actualmente vivimos un contexto social inédito respecto a la seguridad a todos los niveles, donde el concepto de seguridad está presente en todos los aspectos de la vida, y por supuesto en la compra de los productos de consumo, y más cuando están destinados a consumidores muy vulnerables, como son los bebés y los niños pequeños.

La investigación se ha concretado a cuatro países de la UE, de acuerdo con las preferencias de las empresas en cuanto a relevancia para la comercialización de sus productos y la demanda de productos infantiles por parte de estos mercados.

La revisión documental llevada a cabo ha puesto de manifiesto que no existe una investigación similar sobre los factores de seguridad de productos de primera infancia que influyen de manera determinante en la decisión de compra del consumidor europeo en el contexto actual. Además, la investigación se ha aplicado en casos de estudio reales de empresas de la Comunitat Valenciana, de esta manera se facilita la transferencia y aplicación de los resultados de la investigación a las empresas valencianas. Ello podrá repercutir directamente en la mejora de la competitividad de los productos en los mercados a través de nuevas estrategias de gestión y comunicación de riesgos y el conocimiento de la percepción de la seguridad por parte del consumidor.

El conocimiento obtenido en este proyecto SAFEVALOR ha sido transferido a las empresas en forma de solución práctica, para que éstas puedan aplicar de forma sencilla los resultados de la investigación a sus productos y a sus mecanismos de gestión y comunicación de riesgos: Guía de buenas prácticas para la valorización de la seguridad del producto infantil frente a las exigencias del consumidor europeo, destinada a las empresas de la Comunidad Valenciana.

3. Objetivo del proyecto

El objeto de este proyecto es establecer cuáles son las prioridades del consumidor europeo en cuanto a seguridad cuando compra un producto infantil, tanto en los canales tradicionales como en los nuevos modelos de negocio (plataformas online y tiendas online) y explorar los nuevos mecanismos para la gestión de riesgos de los productos en la empresa en conexión con el consumidor.

La investigación se lleva a cabo con consumidores de distintos países de la UE para ayudar a las empresas a mejorar la competitividad de sus productos más allá del mercado nacional.

Con esta investigación se ha pretendido dotar a las empresas de un conocimiento que les permita principalmente:

- establecer nuevos procesos de gestión y comunicación de riesgos en las empresas;
- cuantificar el nivel de la puesta en valor de la seguridad de sus productos;
- obtener pautas de mejora específicas para la valorización de la seguridad ante el consumidor europeo;
- acelerar la entrada de productos en nuevos mercados;
- mejorar su posicionamiento en el mercado a través de la puesta en valor de la seguridad de su producto.

El fin último del proyecto es transferir dicho conocimiento en forma de solución práctica a las empresas de la Comunidad Valenciana para que puedan diferenciarse de la competencia mediante la valorización de la seguridad de sus productos.

4. Plan de trabajo

El plan de trabajo se estructuró a lo largo de 2021 en torno a ocho paquetes de trabajo, con sus correspondientes tareas y entregables que reunieron actividades de tipo técnico, de difusión, promoción y transferencia de resultados, junto a actividades de tipo transversal de gestión y aseguramiento de la calidad.

La metodología de la investigación comprende cinco etapas técnicas que culminan con la transferencia de conocimiento hacia las empresas colaboradoras e incorporación de las mejoras competitivas en sus productos en cuanto a comunicación de riesgos y diseños.

5. Beneficiarios del Proyecto

PRINCIPALES BENEFICIARIOS

En un primer nivel son beneficiarios directos de los resultados de la investigación las empresas colaboradoras que participan en las tareas técnicas del proyecto.

OTROS BENEFICIARIOS

Por otra parte, el público objetivo de los resultados del proyecto está formado por las empresas del sector de los productos infantiles, que incluye a empresas jugueteras, de puericultura o de mobiliario infantil, y a otros sectores beneficiarios del proyecto como por ejemplo las empresas de fabricación de envases plásticos que pueden diversificar su actividad hacia el consumidor infantil.

De forma secundaria, son beneficiarios también del proyecto otras partes interesadas como distribuidores, minoristas o importadores del sector, pues el conocimiento generado con el proyecto les será de utilidad para identificar productos con una elevada percepción de la seguridad por parte de los consumidores.

6. Resultados de la investigación

6.1 Parámetros inductores del valor de la seguridad de producto infantil

La identificación de los parámetros inductores del valor de la seguridad ha sido realizada por los expertos en seguridad de AIJU tras la revisión documental y el análisis del ámbito académico y empresarial, así como con los datos aportados por las empresas colaboradoras en la investigación.

Estos parámetros inductores se han caracterizado considerando las singularidades de cada canal de venta, diferenciando entre el punto de venta online y offline, pues el enfoque es diferente ya que en la compra online el consumidor no accede físicamente al producto y es determinante que se suministre información gráfica del producto.

Los parámetros inductores de la seguridad tanto para la venta offline como para la online se han agrupado en tres grandes grupos relacionados con el propio producto, con la información que se proporciona en su envase y con el fabricante o responsable del producto.

PARÁMETROS INDUCTORES

RELACIONADOS CON EL PRODUCTO

- Diseño seguro
- Materiales
- Sostenibilidad
- Elementos adicionales de seguridad
- Funcionalidades avanzadas
- Calidad

RELACIONADOS CON LA INFORMACIÓN DEL PUNTO DE VENTA

- Sellos de seguridad
- Edad de uso
- Trazabilidad del producto
- Información de uso
- Advertencias de seguridad
- Documentación gráfica y vídeos

RELACIONADOS CON EL FABRICANTE

- Marca
- Calidad
- Servicio postventa
- Datos del fabricante
- Lugar de fabricación
- Registro del producto

PARÁMETROS INDUCTORES RELACIONADOS CON EL PRODUCTO

Diseño seguro: el producto es seguro pues en su diseño ya que se han considerado ciertos aspectos de seguridad cuya intención es evitar peligros para los bebés y niños y el consumidor lo entiende así por la imagen que muestra el producto. Estos aspectos son principalmente: bordes y contornos son redondeados, ausencia de piezas pequeñas en diseño, estabilidad, robustez del producto, etc.

Materiales: es esencial que los productos infantiles no contengan materiales tóxicos que pueden ser perjudiciales para la salud de los bebés y niños pequeños. Además, en la actualidad es muy demandado el uso de materiales naturales, reciclados y reciclables.

Sostenibilidad: un producto es sostenible si ha sido fabricado en consonancia con el medioambiente, a través de procesos limpios no contaminantes, optimizando la energía empleada y respetando los derechos de las personas que han intervenido en los procesos de producción.

Elementos adicionales de seguridad: son los elementos añadidos intencionadamente para aumentar la seguridad del producto que no son necesarios para el uso, como, por ejemplo: un sistema de retención para productos en los que los niños están sentados pero que no es obligatorio que lo incluyan o una barrera de protección de mayor altura.

Funcionalidades avanzadas: por funcionalidades avanzadas se ha querido englobar todos los usos adicionales que puede presentar un producto, principalmente en los artículos de puericultura y mobiliario infantil, así como la posibilidad de ofrecer varias opciones de juego y valores que transmite para los juguetes.

Calidad: la calidad es un conjunto de propiedades inherentes a un producto que le confieren capacidad para satisfacer necesidades implícitas o explícitas. Asimismo, se entiende que un producto será de calidad si es capaz de ofrecer unas condiciones de uso del producto superiores a las que el cliente espera recibir y a un precio accesible; es decir, productos más duraderos y que mantienen sus funciones intactas durante su vida útil.

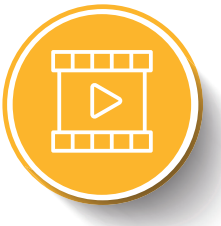
PARÁMETROS INDUCTORES RELACIONADOS CON LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA EN EL PUNTO DE VENTA

Sellos de seguridad: es la información incluida en el punto de venta, ya sea en tienda física u online, sobre las normativas de seguridad que ha cumplido el producto, así como marcado CE en el caso de ser de aplicación u otros sellos adicionales de seguridad, como podrían ser marcas/logos de calidad emitidas por laboratorios de ensayo acreditados.

Edad de uso: información sobre la edad o rango de edad a la que va destinado el producto. En algunos productos de uso infantil, se debería utilizar además los pesos de uso mínimos/máximos y/o las capacidades de los niños.

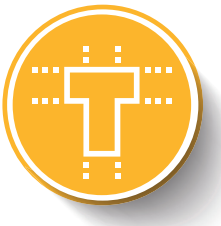
Trazabilidad del producto: para que un producto sea trazable debe tener una identificación clara e inequívoca que incluya una referencia y su descripción, así como el nº de lote si la fabricación del producto se realiza por lotes identificables. La trazabilidad del producto se completaría con la opción del registro del producto para los fabricantes, para estar informado de cualquier información relativa a ese producto acreditados.

Información de uso y advertencias de seguridad: La información de seguridad que determina la decisión de compra debe ser visible en el punto de venta. En la mayoría de productos infantiles, las normativas de seguridad de aplicación citan la información que debe estar disponible en el punto de venta, pues es esencial que el consumidor la conozca previa a la compra.



Documentación gráfica y vídeos: en el punto de venta online se necesita incluir documentación gráfica explicativa del producto para observar las diferentes opciones de uso y características del producto. Esta información puede estar acompañada de vídeos explicativos donde se muestre el montaje del producto y sus funcionalidades.

PARÁMETROS INDUCTORES RELACIONADOS CON EL FABRICANTE



Marca: La marca o el prestigio de marca está relacionado con las políticas de la empresa sobre atención al cliente, garantías, etc., así como en calidad y seguridad de los productos que proporciona.

Calidad: la calidad se ha incluido tanto en los parámetros relacionados con el producto como con el fabricante, ya que este parámetro también está relacionado con las políticas del fabricante en cuanto a la calidad y seguridad de sus productos.

Garantía y servicio postventa: en este parámetro estaría incluida la garantía que concede el fabricante, el servicio de atención al cliente y el servicio postventa, que debe ofrecer la opción de reparar el producto o proporcionar piezas de repuesto.

Datos del fabricante: la identificación clara del fabricante del producto o del responsable de la fabricación del producto, pues el consumidor entiende que los productos cuyo fabricante tiene sede en la Unión Europea cumplirán con todas las legislaciones de seguridad vigentes en Europa.

Lugar de fabricación: se debe indicar el país de fabricación de un producto por obligaciones legislativas, ya que puede inducir a error si el país de fabricación es diferente al país donde se ubica la sede de la empresa responsable de la fabricación.

Registro del producto: El fabricante podría ofrecer la opción del registro del producto en su web, como medio de comunicación entre el consumidor y el responsable del producto.

6.2 Percepción del valor de la seguridad en la compra de artículos de primera infancia: estudio con consumidores europeos

Se realizó un estudio con consumidores europeos para conocer la influencia de la percepción de la seguridad durante el proceso de compra, partiendo de las hipótesis planteadas con los parámetros inductores del valor de la seguridad.

FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO

Metodología:	Estudio cuantitativo a través de entrevista electrónica
Países participantes:	Francia, Alemania, Italia y España
Muestra:	1.600 familias con hijo/as de 0 a 4 años
Error muestral:	+- 2'45% (intervalo de confianza del 95%)
Objetivo del cuestionario:	Analizar la percepción de la seguridad por partes del consumidor de productos para la infancia de 0 a 4 años.

Los resultados de este estudio muestran que los consumidores encuestados prefieren comprar productos infantiles en tienda física, principalmente cuando se trata de mobiliario infantil y artículos de puericultura; más del 90% opina que la seguridad es un aspecto importante o muy importante en la compra de productos para sus hijos/as; aunque más de un 80% desconoce las normativas de seguridad que deben cumplir los productos infantiles.

Los principales factores que influyen en la intención de compra de productos infantiles difieren significativamente según el punto de venta:

Mobiliario infantil

- Calidad 55%
- Precio 52%
- Seguridad 40%
- Diseño 33%
- Facilidad de compra 22%
- Garantía 21%

Puericultura

- Calidad 51%
- Precio 49%
- Facilidad de compra 33%
- Seguridad 32%
- Marca 25%
- Diseño 23%

Juguete

- Precio 59%
- Calidad 51%
- Diseño 33%
- Seguridad 31%
- Facilidad de compra 29%
- Rapidez de entrega / Marca 17%

Criterios de compra en **tienda física**. Fuente AIJU 2021

Mobiliario infantil

- Precio 57%
- Calidad 47%
- Seguridad 29%
- Facilidad de compra 27%
- Reseñas de internet otros usuarios 26%
- Diseño; Rapidez de entrega 25%

Puericultura

- Precio 59%
- Calidad 47%
- Seguridad; Facilidad de compra 31%
- Rapidez de entrega 28%
- Reseñas de internet otros usuarios 24%
- Marca 23%

Juguete

- Precio 67%
- Calidad 42%
- Facilidad de compra 33%
- Rapidez de entrega 27%
- Reseñas de internet otros usuarios 25%
- Seguridad 24%

Criterios de compra en **tienda online**. Fuente AIJU 2021

Por otra parte, se preguntó a los consumidores sobre los aspectos de seguridad más relevantes a la hora de comprar un producto infantil, siendo los aspectos clave para el consumidor la presencia de piezas pequeñas, los bordes cortantes y la edad de uso. Además, en la categoría de mobiliario infantil, destacó también la posibilidad de caída del niño/a desde altura.

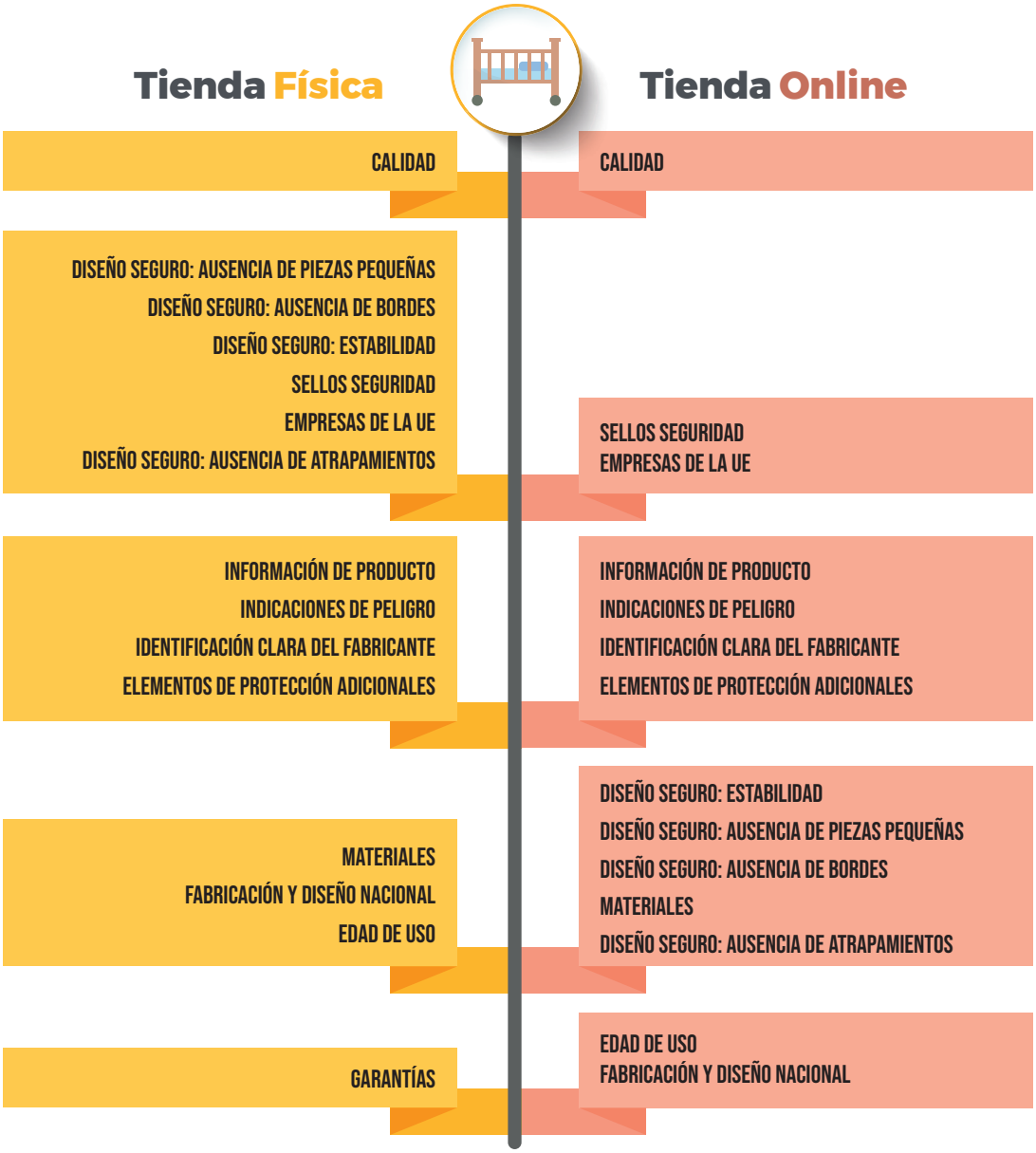
En lo que respecta a la percepción de seguridad, la presencia de sellos de seguridad y los productos de empresas de la Unión Europea son un aspecto clave para aumentar la percepción de "producto seguro" por parte del consumidor.

Respecto a las conductas relacionadas con la seguridad de los productos, las conductas más extendidas en todos los productos serían: seguir las instrucciones de uso seguro del producto, guardar el ticket y la garantía y leer las instrucciones antes de utilizar el producto; si bien se observó un mayor porcentaje en todas ellas para la categoría de mobiliario infantil, que podría estar relacionada por su mayor durabilidad y coste de este tipo de productos.

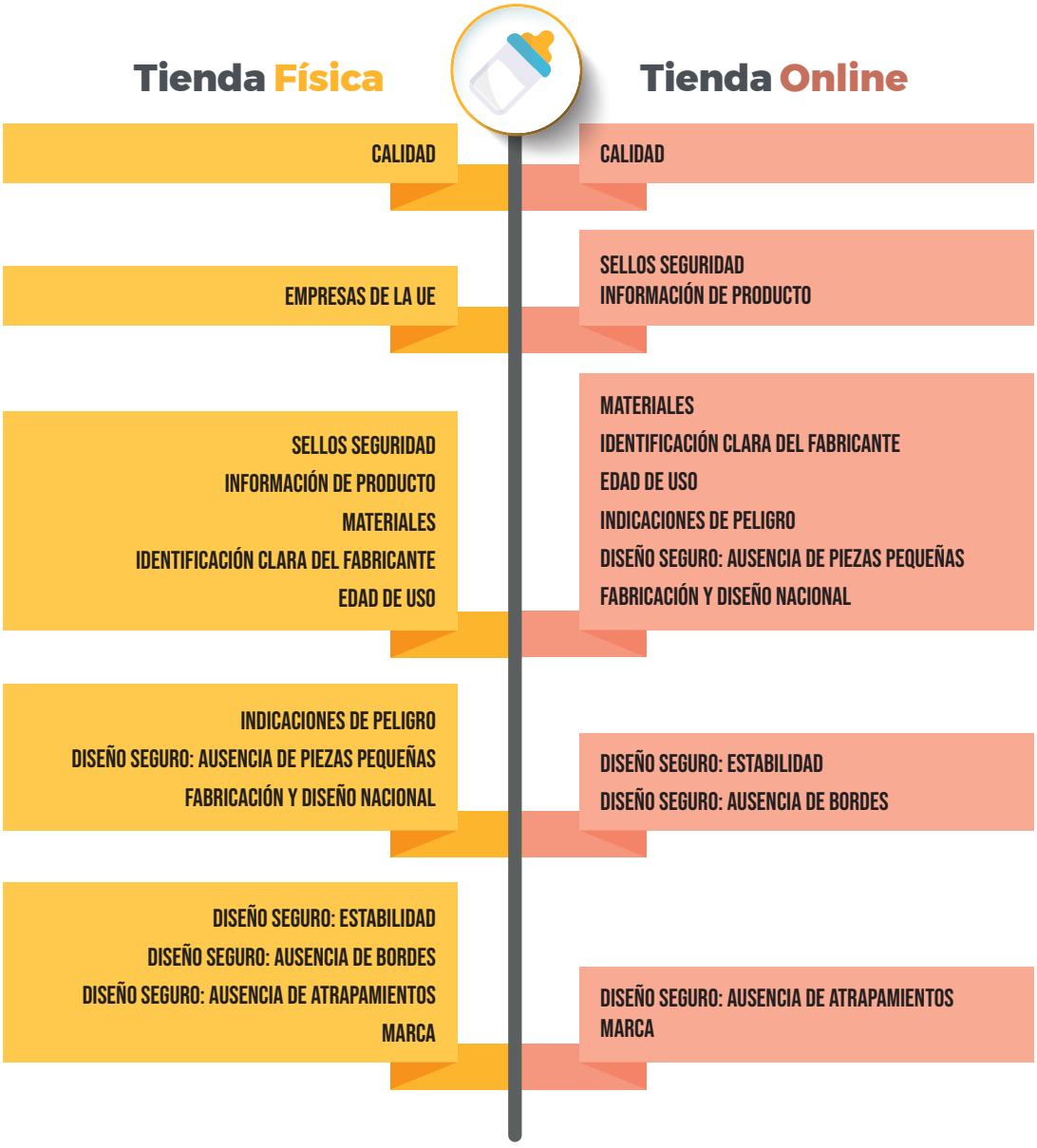
Por lo tanto, tras este estudio se pone de manifiesto que no todos los factores de seguridad tienen la misma importancia para los consumidores y existen diferencias significativas entre las tres categorías de productos, así como según el punto de venta.

6.1 Cuantificación de la puesta en valor de la seguridad y pautas de mejora

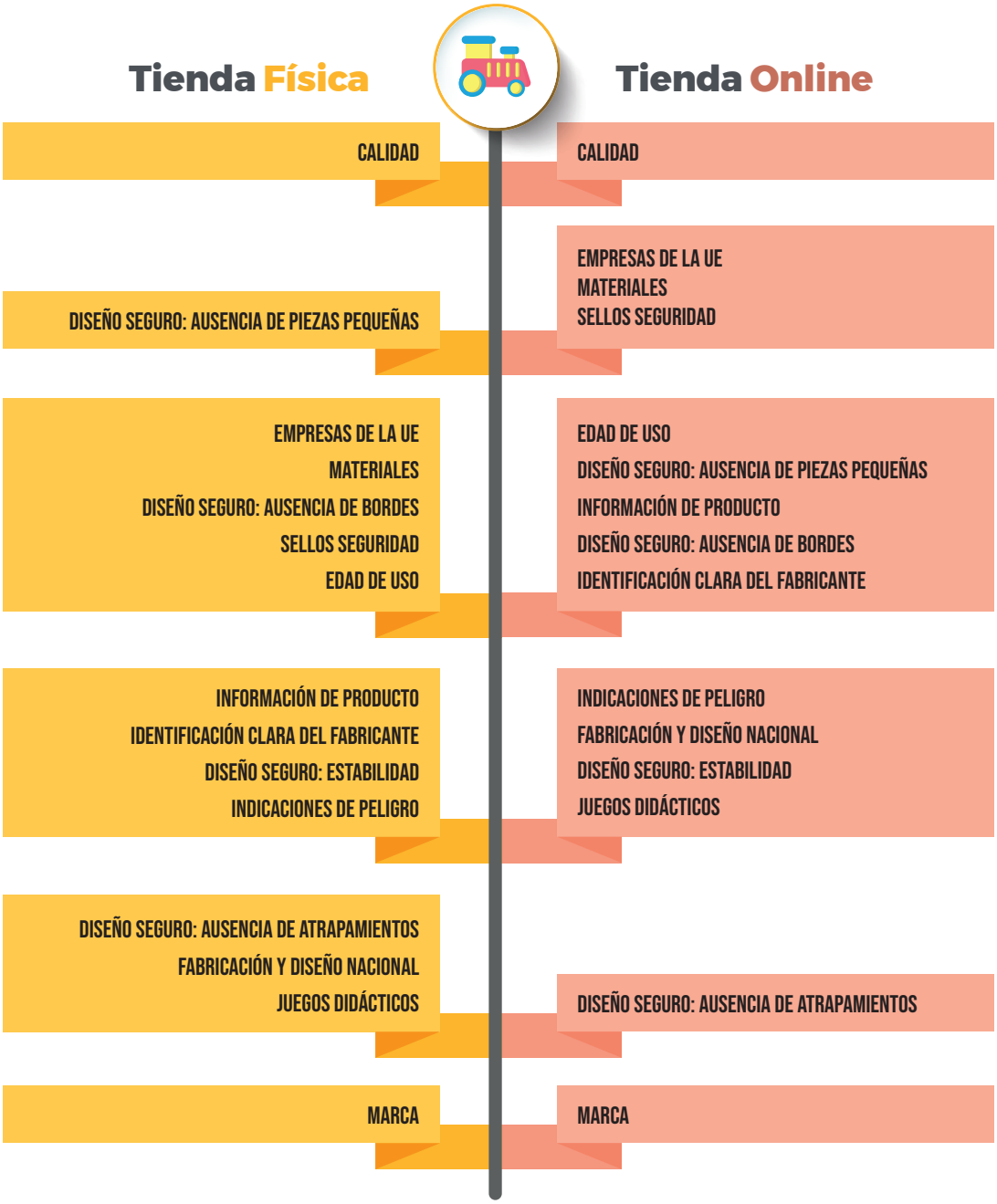
Obtenidos los parámetros inductores del valor de la seguridad y la opinión de los consumidores europeos sobre estos, se ha obtenido la escala de gradación que permite conocer y valorizar los que parámetros más relevantes para los consumidores europeos durante el proceso de compra de productos infantiles destinados a niños de 0 a 4 años. Estos parámetros se han ordenado de mayor a menos importancia y se han establecido pautas de mejora para potenciarlos.



Mobiliario infantil: Importancia de los parámetros inductores del valor de la seguridad



Artículos de puericultura: Importancia de los parámetros inductores del valor de la seguridad



Juguetes: Importancia de los parámetros inductores del valor de la seguridad

Recomendaciones de mejora

Parámetro inductor	Factor (*)	Punto de Venta	Recomendación
Calidad	P/F	AMBOS	Usar materiales más resistentes y que puedan aumentar la durabilidad del producto para que siga funcionando en buenas condiciones durante más tiempo. Adicionalmente, aumentar la vida útil del producto y proporcionarles otras opciones de uso.
Diseño seguro: Ausencia de piezas pequeñas	P	AMBOS	Ausencia de elementos desmontables o que se pueden desmontar durante el uso y que produzcan piezas pequeñas; esto es, que quepan en el cilindro para piezas pequeñas utilizado comúnmente en la documentación técnica de productos infantiles. Este cilindro permite evaluar el peligro de pieza pequeña. Los componentes de tamaño tal que no quepan en el cilindro se puede considerar que presentan un riesgo tolerable respecto al peligro de piezas pequeñas.
Diseño seguro: Ausencia de bordes	P	AMBOS	Evitar que los productos contengan bordes y cantos accesibles que puedan producir cortes y laceraciones en contacto con la piel de los bebés y niños pequeños. Evitar también las puntas punzantes y los extremos donde se puedan quedar enganchados algún accesorio del bebé.
Diseño seguro: ausencia de aberturas peligrosas	P	AMBOS	Limitar el tamaño y forma de las aberturas de forma que el niño no pueda introducir la parte del cuerpo o bien que la abertura sea lo suficientemente grande para que el niño pueda introducir y sacar la parte del cuerpo.
Diseño seguro: estabilidad	P	AMBOS	Utilización de materiales más pesados, a iguales dimensiones, o bien, modificar el diseño, por ejemplo, con bases más anchas, que le confieran una estabilidad mecánica más elevada.

Parámetro inductor	Factor (*)	Punto de Venta	Recomendación
Elementos adicionales de seguridad	P	AMBOS	Se recomienda Incluir elementos de protección adicionales que eviten caídas. Por ejemplo, aumentar las alturas internas en cunas y parques, y de las barreras de protección en cambiadores, el uso de sistemas de retención en triciclos, ride-on y otros juguetes donde el niño va sentado, etc. Informar si hay elementos adicionales de seguridad y de su correcta utilización para mejorar la seguridad del producto.
Sellos de seguridad	I	AMBOS	Incluir en la información disponible en punta de venta la normativa de seguridad que cumple el producto y cualquier sello de seguridad adicional que posea. En el punto de venta físico, se recomienda incluir esta información en su envase, así como añadir alguna etiqueta colgante que recopile esta información de seguridad. Si la venta es online, se recomienda citar esta información en las características del producto y completarlo con imágenes dónde aparezca dicha información en el producto y/o su envase.
Datos del fabricante	F	AMBOS	Indicar claramente la sede de la empresa responsable de la fabricación del producto y diferenciarla del lugar de fabricación (principalmente si es fuera de la UE).
Documentación gráfica	I	ONLINE	Incluir en el punto de venta online fotografías de las diferentes opciones de uso, del envase, de su tamaño real desde diferentes perspectivas, etc. Así como vídeos explicativos del montaje y uso del producto.
Información de uso Advertencias de seguridad	I	AMBOS	Incluir en el envase y en las instrucciones todas las advertencias de seguridad para advertir de los posibles peligros durante el uso del producto. Incluir además en el punto de venta todas las advertencias e iconos de seguridad que ayuden a entender los riesgos del uso del producto para evitarlos.
Edad de uso	I	AMBOS	Incluir en envase y en el punto de venta la edad de uso recomendada para el producto. Para algunos productos, como el mobiliario infantil, también es aconsejable incluir el peso mínimo/máximo o la información sobre el usuario previsto pues algunos productos presentan limitación del uso por el peso o las habilidades que tenga el bebé en el momento de su uso.

Parámetro inductor	Factor (*)	Punto de Venta	Recomendación
Garantía	I	AMBOS	Informar sobre las garantías del producto y si presenta una garantía ampliada respecto a la obligatoria por ley. Además, proporcionar información sobre el servicio postventa y los puntos de contacto para la atención al cliente en la información que acompaña al producto. El servicio post-venta debe facilitar la reparación o retirada del artículo mediante una adecuada codificación de las piezas de repuesto, un punto de contacto para la reparación del artículo, etc.
Materiales	I	AMBOS	Se deben usar materiales no tóxicos que cumplan con todas las legislaciones vigentes. Además, también se recomienda usar materiales sostenibles y naturales (por ejemplo, madera) pues estos materiales que proporcionen un aspecto de más rigidez, lo que se entenderá que le da al producto mayor resistencia y estabilidad, a la par que han tenido un proceso de fabricación más respetuoso con el medio ambiente.
Funcionalidades avanzadas	P	AMBOS	Dotar a los productos de usos adicionales para alargar su vida útil, que sean productos más versátiles y transformables para que puedan tener una vida útil más prolongada. Para mejorar las funcionalidades en los juguetes, se recomienda dotarlos de valores educativos y opción de diversificar el juego.
Marca	F	AMBOS	Potenciar la imagen de marca y que tenga un reconocimiento como marca que apuesta por la seguridad y calidad de sus productos.
Fabricación y diseño nacional	F	AMBOS	Informar en el punto de venta del país dende el producto ha sido fabricado y diseñado, principalmente si ha sido realizado en España u otro país de la Unión Europea.
Registro del producto y trazabilidad	F	AMBOS	Mejorar la trazabilidad a lo largo de la cadena de suministro por medio del uso de las nuevas tecnologías (como por ejemplo el blockchain) y que se mantenga hasta el consumidor para que éste pueda registrar su producto unívocamente en la web del fabricante y éste le pueda informar de todo lo relacionado con el producto que compró.

(*) Factor relacionado con **P:** producto, **F:** fabricante y **P:** punto de venta.

6.4 Resultados de los estudios piloto con empresas

Ocho casos de estudio fueron aportados por las empresas colaboradoras (dos artículos de mobiliario infantil, tres artículos de puericultura y tres juguetes) y en ellos se aplicaron las medidas SAFEVALOR para los distintos contextos offline/online, con el principal objetivo de analizar su facilidad de implantación y detectar si son viables para las empresas para ser implantadas en un entorno real a corto plazo y con un coste mínimo asumible, especialmente en el caso del canal online donde no hay un acceso físico a los productos.

En estos casos de estudio se realizaron diseños conceptuales de las muestras seleccionadas con las mejoras obtenidas. Estas mejoras se han centrado principalmente en el diseño del producto, ya que las modificaciones en las estrategias de comunicación de riesgos de tipo informacional requieren una menor inversión. Con todas las mejoras, se ha podido realizar una comparativa de las modificaciones realizadas y detectando la mejora (o no) de la percepción de seguridad por parte del consumidor. De este modo, se logró identificar las oportunidades de mejora para las muestras en cuestión, así como sus fortalezas. Este análisis permitió cuantificar el valor de la seguridad de los productos según el consumidor europeo.

6.5 Elaboración de la guía de buenas prácticas para la valorización de la seguridad del producto infantil

La guía "Guía de Buenas Prácticas para la valorización de la seguridad del producto infantil frente a las exigencias del consumidor europeo" es el resultado final del proyecto SAFEVALOR cuyo objetivo es transferir el conocimiento derivado de la investigación del proyecto a las empresas y promover su aplicación en éstas. La Guía recopila las buenas prácticas identificadas durante la investigación para la valorización de la seguridad del producto infantil por parte del consumidor europeo.

Además, la Guía incluye el módulo TIC "SAFEVALOR: Herramienta de diagnóstico del valor de la seguridad del producto infantil" **(https://www.aiju.es/safevalor/)** que permite cuantificar el valor de la seguridad del producto infantil según el consumidor europeo y obtener pautas de mejora. Esta herramienta consiste en una serie de cuestiones específicas para cada tipología de producto (juguete, puericultura, mobiliario infantil), y adaptadas a cada canal de venta del artículo y, según las respuestas proporcionadas, se indicará un resultado de 0 a 5 estrellas y algunas recomendaciones de mejora específicas para los casos en los que las respuestas no sean las más adecuadas para valorizar el producto para el consumidor.

7. Conclusiones

Los resultados del proyecto SAFEVALOR contribuyen a elevar el nivel de protección de la salud de consumidores muy vulnerables, como son los niños, a través de la mejora de la seguridad y de la comunicación de riesgos, y que se a entendida por el consumidor.

El proyecto ha permitido transferir el conocimiento derivado de la investigación a las empresas y promover su aplicación en las empresas, de manera que se produzcan cambios en los productos, que elevan su posicionamiento en los mercados, y son percibidos como más seguros por el consumidor.

Con la realización de este proyecto, se dota a las empresas de la Comunidad Valenciana de herramientas que ayudan a las empresas a conocer el grado del valor de la seguridad de su producto percibida por el consumidor europeo y obtener pautas para su mejora. El fin último es lograr que las empresas puedan ofrecer este valor en sus productos desde la perspectiva del consumidor fomentando su confianza, que es un elemento clave para elevar la competitividad de las empresas.

A la finalización del proyecto, las empresas concluyen que los resultados obtenidos les han ayudado a mejorar sus productos respecto a la percepción de la seguridad por el consumidor y que el conocimiento generado puede ser aplicado en la empresa, más allá del proyecto.

aiju Instituto Tecnológico de producto infantil y ocio

proyectosseguridad@aiju.es

AIJU, Avda de la Industria, 23

03440 Ibi (Alicante) España

Agradecimientos

El proyecto SAFEVALOR ha sido llevado a cabo por AIJU en colaboración con ocho empresas de la Comunidad Valenciana del sector de los productos infantiles. Desde aquí queremos agradecer a las siguientes empresas su contribución al desarrollo del proyecto:

ATELIERS T4 IBERICA, S.L.U
BABY ESSENTIALS S.L.U.
FAMOSA S.A.
JUGUETTOS CENTRAL DE COMPRAS S.C.V.
MICUNA S.L.U.
MINILAND S.S.
PLASTIMYR S.A.