

02. TENDA ECOLÓXICA

1. SECTOR DE ACTIVIDADE

Tenda de produtos ecolóxicos.

2. CARACTERIZACIÓN-DESCRIPCIÓN

Tenda de conveniencia especializada na venda directa, tanto a través do establecemento coma *on line*, de produtos de carácter biolóxico e orgánico cuxos procesos de produción respectan o medio ambiente e garanten o uso de materiais naturais.

A liña de negocio principal sería o abastecemento de alimentos frescos e de tempada: froitas, verduras, hortalizas, ovos e leite.

En todo caso, a sección de alimentación tería que ofrecer tamén produtos envasados, deshidratados, conservas e, en xeral, de carácter non perecedoiro (*fariñas e pastas, aceites, legumes e arroces, marmelos, doces e chocolates, zumes, cervexas, viños, augas,...*).

En todo caso todos os produtos terían a garantía de utilizar procesos produtivos e de cultivo libres do uso de pesticidas, herbicidas, hormonas e abonos, agás aqueles permitidos para a produción ecolóxica.

Para ofrecer unha oferta complementaria e máis integral ofreceríanse outro tipo de produtos necesarios na vida diaria e cotiá, que igualmente cumpran as especificacións de ecolóxicos e naturais:

- **Hixiene persoal e benestar:** produtos de cosmética, aseo, perfumería e aromaterapia (*aceites esenciais, xabóns, cremas, esponxas, maquillaxes*), elaborados en base a materias primas totalmente naturais e vexetais, como o aloe vera.
- **Limpeza do fogar:** produtos reciclados e elaborados con materias primas naturais e hipoalérxicas para o uso diario de limpeza de louza, roupa, madeira etc (*deterxentes, suavizantes, papel hixiénico,...*)

Finalmente e para responder ás necesidades das parellas que teñen crianzas contarían cunha pequena selección de produtos específicos a través dunha sección de infantil, especializada na venda de alimentación básica (*leite, purés, iogures*) e hixiene para bebés (*xampú, cueiros, cremas e pomadas, xeles e aceites*), todos eles de produción ecolóxica e orgánica.

Ademais do grao de especialización e da variedade na carteira de produtos, este establecemento caracterizaríase polos servizos adicionais e as ferramentas de comunicación *on line*, cunha páxina web atractiva, intuitiva e que achegue toda a información sobre prezos, pedimentos, condicións de compra,...

3. XUSTIFICACIÓN

- A poboación residente demanda este tipo de produtos para realizar a compra diaria, xa que existe unha capa de poboación emerxente moi preocupada pola saúde e a alimentación natural.
- O barrio está especialmente posicionado na compra diaria de produtos de alimentación fresca e a maioría da poboación residente realiza as compras nos establecementos do barrio.
- Crecente preocupación polo coidado do medio ambiente, a reciclaxe e a produción sostible nun segmento de poboación que está gañando peso no barrio.
- A venda *on line* e a páxina web permitirá chegar a toda a poboación galega interesada en mercar produtos de orixe natural e produción ecolóxica.

4. CLIENTES

A clientela á que se dirixe serán principalmente *singles*, parellas de idade media (*entre 35 e 50 anos*), con preocupación polos hábitos saudables e a boa alimentación, de clase media ou media-alta.

5. ASPECTOS CHAVE

- **Selección de provedores:**
Un dos elementos principais dunha tenda destas características é localizar os mellores provedores e produtores locais. Para a alimentación fresca o ideal sería negociar directamente cos agricultores para non ter intermediarios e poder ofrecer calidade e produto natural a bo prezo, ao mesmo tempo que se garante un bo prezo para o produtor.
- **Elaboración de cestas:**
Tanto cestas variadas para regalo con produtos infantís ou de cosmética como elaboración de cestas de compra diaria, con posibilidade todas elas de envío a domicilio. No caso de cestas de alimentos sería unha boa alternativa facer cestas de produto fresco de tempada para a elaboración de receitas, que se incluíría no pedimento.
- **Promocións e ofertas:**
Para atraer nova clientela, fidelizar á que normalmente merca na tenda e ao mesmo tempo garantir que non se acumula o produto perecedoiro.

6. OBSERVACIÓNS

- Investimento medio, para poder contar cun bo stock de produtos.
- Produtos cun alto nivel de confianza e moita capacidade de fidelización do cliente.
- Cadro de persoal necesario: xerencia e unha persoa destinada á atención e despacho.
- Importancia extrema da calidade de produtos e da imaxe do local.
- O material utilizado para elaborar as cestas deberá ser reciclado e respectuoso co medio ambiente.

7. NORMATIVA ESPECÍFICA

- Lei 12/2012, de 26 de decembro, de medidas urxentes de liberalización do comercio e de determinados servizos.
- Lei 13/2010 de 17 de decembro, de comercio interior de Galicia
- Lei 1/2013, do 13 de febreiro, pola que se modifica a Lei 13/2006, do 27 de decembro, de horarios comerciais de Galicia.
- Lei 2/2012, do 28 de marzo, galega de protección xeral das persoas consumidoras e usuarias.
- Lei 17/2011, de 5 de xullo, de seguridade alimentaria e nutrición.
- RD 3484/2000 do 29 de decembro polo que se establecen as normas de hixiene para a elaboración, distribución e comercio de comidas preparadas.
- RD 381/1984 do 25 de xaneiro polo que se aproba a regulamentación técnica sanitaria do comercio polo miúdo de alimentación.