

## CONTEXTO SECTORIAL

El 96% del mercado mundial de productos ecológicos se concentra en EE.UU. y Europa.

Los productos ecológicos europeos se consolidan como un mercado importante incrementando sus ventas en torno a un 20-40% anual.

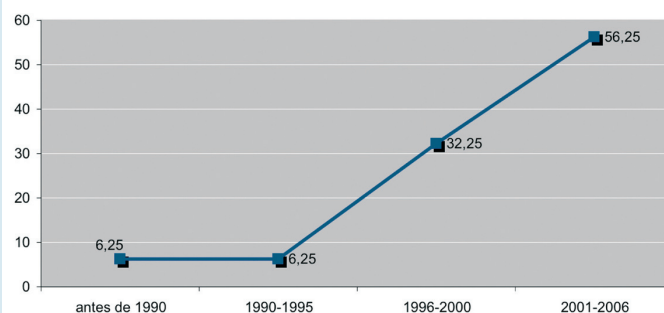
A nivel europeo, la demanda de productos ecológicos supera la oferta, siendo singular el caso de España, que en 2006 dedicó a la agricultura ecológica 926.390 hectáreas y exportó el 90% de su producción.

La Comunidad Valenciana es la 6ª autonomía española donde la agricultura ecológica tiene mayor peso, con un total de 1.179 operadores dedicados a la producción, elaboración y comercialización de productos ecológicos.

El gasto medio anual por habitante en productos ecológicos en España es de aproximadamente 8 euros.

Existen órganos de control y certificación de las producciones ecológicas autorizadas por la Unión Europea y por las Comunidades Autónomas y organizaciones privadas.

EVOLUCIÓN EN LA CREACIÓN DE TIENDAS DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS, COMUNIDAD VALENCIANA, (%)



## DAFO

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>Fuerte competencia internacional y aumento en la nacional</li> <li>Dependencia del comercio exportador</li> <li>Competencia en la venta de productos ecológicos en otro tipo de establecimientos</li> <li>Carencia de información por parte del consumidor</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cambios en los hábitos de consumo</li> <li>Incorporación al mercado ecológico de algunos de los "grandes" de la industria alimenticia</li> <li>País con buenas condiciones para el cultivo ecológico</li> <li>Apoyo por parte de las Administraciones Públicas</li> </ul>
PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
<ul style="list-style-type: none"> <li>Productos con un alto nivel de confianza y calidad</li> <li>Amplia cartera de productos. Oferta variada</li> <li>Alto grado de asociacionismo</li> <li>La ecoetiqueta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Necesidad de una buena logística y el desarrollo de nuevas tecnologías</li> <li>Poder de negociación frente a los proveedores</li> <li>Sobrepeso de los productos ecológicos</li> <li>No notoriedad de marca</li> </ul>

## ANÁLISIS DE LA DEMANDA

### TAMAÑO DE MERCADO

La población en la Comunidad Valenciana susceptible de consumir productos ecológicos se estima en 3.867.937 habitantes.

El 21% de la población valenciana prioriza la compra de productos con algún componente ecológico.

### CLIENTES

El consumidor tipo de productos ecológicos es trabajador, de entre 26 y 55 años y de clase social media o media alta.

Un trato personalizado, así como la contribución del producto a la salud y al medio ambiente, son los factores que más destacan los clientes.

## ANÁLISIS COMPETITIVO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

La mayor parte de las tiendas de productos ecológicos se sitúan en la provincia de Valencia (49%) y Alicante (31%), mientras que en Castellón se localizan el 20% restante.

Las tiendas de productos ecológicos facturan aproximadamente entre 250.000 y 300.000 euros anuales. Suelen tener una plantilla formada por entre 1 y 5 empleados, y cuentan con un local que oscila entre los 60 y 120 m<sup>2</sup>.

La forma jurídica predominante en este tipo de tiendas es la de Autónomo (50%), seguida por otras fórmulas jurídicas como la Sociedad Limitada (38%) y Comunidad de Bienes (12%).

## ¿QUÉ PRODUCTOS PUEDO OFRECER A MI CLIENTE?

PRODUCTOS BÁSICOS	PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS
Productos alimenticios ecológicos: lácteos, frutas, hortalizas, aceites, pastas, etc.	Herboristería y productos dietéticas
Productos de jardinería, floristería, semillas	Ropa, artesanía, cosméticos
Bebidas	Productos de comercio justo
Productos de limpieza	Publicaciones relacionadas con el sector ecológico (libros, revistas)

## CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA TIENDA TIPO DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS

CNAE/SIC	52.115 / 53.99
IAE	641, 642, 643, 644, 645, 647, 651
Condición jurídica	Autónomo
Facturación	276.480 euros
Localización	Entornos urbanos
Personal y estructura organizativa	El emprendedor y 1 dependiente
Instalaciones	100 m <sup>2</sup>
Clientes	Particular, trabajador, de 26 a 55 años, de clase media/media alta
Herramientas promocionales	Boca-oído, escaparate, rótulo del local, asistencias a ferias y elementos corporativos
Valor de lo inmovilizado	30.200 euros
Importe gastos anuales	232.594,90 euros
Resultado bruto	43.894,10 euros
Resultado bruto (%)	15,88%

## RECOMENDACIONES

Estudia el territorio donde pretendes asentarte y el perfil del público objetivo al que te vas a dirigir.

Diferénciate de la competencia ofreciendo productos ecológicos complementarios y servicios adicionales.

Es importante no romper la cadena de conservación de los productos ecológicos, cuenta con una buena logística para evitar mermas y pérdidas en la mercancía.

Contrata personal formado con nociones de atención al público, es importante ofrecer un servicio personalizado basado en la amabilidad y el conocimiento.

Promociona la cultura ecológica mediante jornadas, folletos y medios de comunicación (prensa, radio y/o televisión).

## ENLACES DE INTERÉS

[www.agroecologia.net](http://www.agroecologia.net) · [www.fepeco.es](http://www.fepeco.es) · [www.vivelaagriculturaecologica.com](http://www.vivelaagriculturaecologica.com) · [www.agricultura.gva.es](http://www.agricultura.gva.es)  
[www.caecv.com](http://www.caecv.com) · [www.mapa.es](http://www.mapa.es)