

PLANO DE MELLORA DE CONSUMO CONSCIENTE ARBORE, S.COOP.GALEGA

ANEXO 1 : DIAGNOSTICO APROBADO POLA ASEMBLEA DE ARBORE DE 26 DE ABRIL DE 2008

DEBILIDADES - ANALISE INTERNA <sup>1</sup>	AMEAZAS - ANALISE EXTERNA <sup>2</sup>
<p>D1. Predominio dunha visión executiva e falta de planeamento a longo prazo da actividade da cooperativa.</p> <p>D2. Insuficiente <b>sistematización da información interna</b> da cooperativa a nivel económico, organizativo e comercial, o que prexudica a realización de correctas diagnoses da situación da cooperativa e a toma de decisións.</p> <p>D3. Insuficiente nivel de <b>formación e cualificación na xestión empresarial</b> do persoal e do Consello Reitor da cooperativa.</p> <p><b>D4. Descapitalización e tendencia á baixa nas vendas e na rendabilidade no trienio 2005-2007. Estancamento da facturación por sócia consumidora.</b></p> <p><b>D5. Baixada da participación e desafección da base social da cooperativa, e perda de consciencia polo consumo consciente.</b></p> <p>D6. Insuficiente definición do <b>modelo organizativo</b> e carencia dun protocolo de <b>resolución de conflitos.</b></p> <p>D7. Insuficiente <b>coñecemento das competidoras directas</b> e próximas da cooperativa, de similar dimensión e actividade económica.</p> <p><b>D8. Existencia de situacións de desabastecemento de determinados produtos.</b></p> <p>D9. Insuficiente actualización de <b>ferramentas tecnolóxicas</b> para favorecer a eficacia na xestión interna e a calidade do servizo á sócia consumidora.</p>	<p><b>A1. O incremento da demanda de produtos ecolóxicos por parte da sociedade supón un aumento de novas competidoras (pequeno comercio e grandes superficies)</b></p> <p>A2. Insuficiente e prexuzoso <b>coñecemento e información da consumidora do sector</b> e os seus produtos en Galiza.</p> <p><b>A3. Insuficiente desenvolvemento de plataformas loxísticas, de distribución, de comunicación e representativas especializadas en Galiza no sector de produtos ecolóxicos.</b></p> <p>A4. <b>Nivel de excedente económico moi perto dos gastos dos establecementos do sector</b>, os que o fai entrar en perdas de forma doada.</p> <p>A5. O baixo nivel de investimento e gasto para comezar a actividade e tamen rematar a mesma, implica a <b>aparición de novas competidoras.</b></p> <p>A6. Perda de <b>peso das loxas tradicionais</b> como canle de venda en xeral.</p> <p>A7. Insuficiente desenvolvemento e organización da <b>produción ecolóxica</b> en GZ.</p> <p>A8. Reducida <b>dimensión dos establecementos do sector</b> en GZ.</p> <p>A9. Redución do <b>tempo adicado a compras</b> por parte da sociedade.</p> <p>A10. Redución da <b>capacidade adquisitiva das consumidoras</b> nos últimos anos (aumento do prezo do diñeiro; estancamento dos salarios; aumento da inflación,...)</p> <p><b>A11. Presión alta de produtos substitutos dos ecolóxicos por menor prezo e por oferta noutros establecementos.</b></p>
FORTALEZAS - ANALISE INTERNA	OPORTUNIDADES - ANALISE EXTERNA
<p>F1. Experiencia e <b>referencia como cooperativa</b> no seu sector de actividade.</p> <p>F2. Alta <b>implicación das traballadoras</b> coa cooperativa e flexibilidade na organización.</p>	<p>O1. <b>Aumento das consumidoras</b> preocupadas polo ambiente; a saúde e a seguranza alimentaria, e que pode posibilitar chegar a novas consumidoras como hospitais, restaurantes e centros educativos.</p> <p>O2. <b>Sector de actividade en fase de crecemento</b> en GZ tanto na oferta como na</p>

<sup>1</sup> Na análise interna facemos mención a factores da actividade da cooperativa no ámbito comercial; organizativo e económico-financeiro que están a condicionar a súa estratexia..

<sup>2</sup> Na análise externa facemos mención a factores do sector de comercio polo miudo de produtos ecolóxicos en Galiza; aspectos socioculturais; aspectos socioeconómicos que poden influir na estratexia de Arbre.

<p>F3. Alta predisposición á <b>intercooperación</b> con outros proxectos no sector de actividade e no cooperativismo (Promundos; Xoaniña; Sinerxia;...)</p> <p><b>F4. Información especializada do produto e de consumo consciente á socia / consumidora no momento da compra.</b></p> <p>F5. Tendencia de mellora na <b>calidade e na presentación dos produtos.</b></p> <p>F6. Tendencia de mellora na <b>diversidade da oferta de produtos</b> da cooperativa.</p> <p>F7. Tendencia á <b>racionalización dos gastos</b> de estrutura (persoal) e da actividade económica no último ano (negociación coas provedoras)</p> <p>F8. Mellora na <b>xestión e prazos de cobro</b> da cooperativa no último ano. Elevada capacidade para xerar liquidez tendo en conta o tipo de negocio.</p> <p>F9. Predisposición á <b>procura e oferta de servizos complementarios</b> á socia consumidora para a satisfacer as súas necesidades (p.e. venda a domicilio, venda por internet,...).</p> <p><b>F10. Favorecemento da consolidación da rede de produtoras locais e dos circuitos curtos de comercialización.</b></p> <p>F11. En xeral, satisfacción da socia coa <b>gama e calidade dos produtos</b> ofertados pola cooperativa.</p>	<p>demanda de produtos ecolóxicos.</p> <p>O3. <b>Aumento das políticas públicas</b> favorecedoras da produción e alimentación saudábel, o desenvolvemento rural, e de apoio ao comercio minorista e ao cooperativismo.</p> <p>O4. Preferencia da consumidora no momento da compra e aumento da exigencia pola <b>calidade, presentación, información e diversidade de produtos/servizos</b> sobre o seu prezo.</p> <p>O5. Aumento das <b>empresas provedoras de produtos ecolóxicos</b> (produtoras-distribuidoras) o que permite aos establecementos de comercio polo miúdo maior capacidade de negociación de calidades e prezos.</p> <p>O6. Aumento de <b>novas tecnoloxías e o seu emprego na compra</b> como o comercio electrónico o que permite chegar a novas consumidoras.</p> <p>O7. Aumento do <b>emprego de novas tecnoloxías na xestión e comercialización</b> das actividades de comercio e distribución (seguimento de produtos; aprovisionamentos,...).</p> <p>O8. <b>Peonalización das cidades</b> favorece a captación de novas consumidoras.</p> <p>O9. Potenciación dos <b>acordos a longo prazo coas provedoras</b> na dispoñibilidade de produtos, sistemas de información,...</p> <p>O10. Aumento da concienciación do sector da <b>importancia da formación continua</b> para a mellora da cualificación do persoal na actividade, na xestión empresarial e na atención á consumidora.</p> <p>O11. Creciente orientación a desenvolver <b>estruturas de cooperación</b> no sector a nivel económico e nivel representativo en GZ, para potenciar intereses e servizos comúns.</p> <p>O12. Alta <b>fidelidade das clientes</b> aos establecementos do sector.</p> <p>O13. Oferta de <b>produtos cun alto nivel de confianza</b> e boa imaxe.</p>
---	---

En cor encarnada resaltan-se as cuestións especificadas como máis importantes do DIAGNOSTICO na Asemblea Extraordinária de ARBORE celebrada o pasado 26 de Abril.