

GUIAS DE ACTIVIDADE EMPRESARIAL

Empresas de servicios forestais

88



<http://guias.bicgalicia.es>

Índice

| | |
|--|-----------|
| 1. INTRODUCCIÓN | 5 |
| 1.1. Obxectivos do estudio | 6 |
| 1.2. Metodoloxía | 6 |
| 1.3. Estructura del sistema de guías de actividad empresarial | 6 |
| 2. DESCRIPCIÓN DA ACTIVIDADE E PERFIL DA EMPRESA-TIPO | 8 |
| 3. PRINCIPAIS CONCLUSIÓNS | 12 |
| 4. CONTEXTO SECTORIAL | 14 |
| 4.1. O sector forestal | 15 |
| 5. MERCADO DOS SERVICIOS FORESTAIS | 21 |
| 5.1. Análise de demanda | 21 |
| 5.1.1. Tamaño do mercado | 22 |
| 5.1.2. Definición dun método de cálculo do tamaño do mercado | 26 |
| 5.1.3. Tipos e características dos clientes | 28 |
| 5.2. Análise competitiva | 29 |
| 5.2.1. Análise das empresas competidoras | 31 |
| 5.2.2. Análise dos competidores potenciais | 36 |
| 5.2.3. Productos substitutos | 37 |
| 5.2.4. Provedores e o seu poder de negociación | 38 |
| 5.2.5. Poder de negociación dos clientes | 39 |
| 5.3. Situación actual e previsións para o futuro | 40 |
| 6. ÁREAS DA EMPRESA | 46 |
| 6.1. Marketing | 46 |
| 6.1.1. Producto | 47 |
| 6.1.2. Prezo | 48 |
| 6.1.3. Distribución/Forza de vendas..... | 49 |
| 6.1.4. Promoción | 50 |
| 6.2. Análise económico-financieira | 51 |
| 6.2.1. Inversións | 52 |
| 6.2.2. Gastos | 53 |
| 6.2.3. Previsións de ingresos | 56 |
| 6.2.4. Estructura da conta de resultados | 58 |
| 6.2.5. Financiamento..... | 59 |
| 6.3. Recursos humanos | 60 |
| 6.3.1. Perfil profesional..... | 61 |
| 6.3.2. Estructura organizativa..... | 62 |
| 6.3.3. Servizos exteriores..... | 62 |
| 6.3.4. Convenios colectivos aplicables..... | 63 |

| | |
|---|------------|
| 7. VARIOS..... | 64 |
| 7.1. Réximes fiscais preferentes | 64 |
| 7.2. Normas sectoriais de aplicación | 65 |
| 7.3. Axudas | 67 |
| 7.4. Organismos | 69 |
| 7.4.1. Organismos oficiais | 69 |
| 7.4.2. Asociacións profesionais | 70 |
| 7.4.3. Centros de estudos | 72 |
| 7.5. Páxinas útiles en Internet | 74 |
| 7.6. Bibliografía..... | 75 |
| 7.7. Glosario..... | 76 |
| 8. ANEXOS | 78 |
| 8.1. Anexo de información estatística de interese | 78 |
| 8.2. Anexo de provedores..... | 81 |
| 8.3. Anexo de feiras | 83 |
| 8.4. Anexo de formación | 84 |
| 8.5. Anexo sobre modalidades de contratación | 87 |
| 8.6. Anexo de axudas | 91 |
| 8.7. Anexo páxinas web de interese | 97 |
| 8.8. Reflexións para a realización do estudo de mercado | 99 |
| 8.9. Factores que influyen en el tamaño del mercado..... | 101 |
| 8.10. Métodos de cálculo do tamaño do mercado | 103 |
| 8.11. Anexo sobre os tipos de guías | 109 |
| 9. NOTA DE AUTORES | 110 |

1. INTRODUCCIÓN

Cómo utilizar esta Guía

O seguinte esquema mostra o percorrido que seguirás ó longo da lectura desta Guía e ten por finalidade facilitarche a súa comprensión. A información agrúpase en oito bloques na seguinte orde:

1. Introducción

Cáles son os obxectivos desta Guía, o método que seguimos para a súa elaboración e o enfoque que se escolleu á hora de realizala.

2. Descrición da actividade e perfil da empresa-tipo

En qué consiste a actividade e cáles son as características da empresa-tipo elixida para a análise.

3. Principais conclusións

Resume da Guía coas principais conclusións que se desprenden da súa lectura.

4. Análise do contexto sectorial

Análise do sector marco no que se desenvolve a actividade.

5. Análise do mercado

Análise da demanda e análise da competencia.

6. Áreas da empresa

Análise das tres áreas seguintes: marketing, económico-financeira e recursos humanos.

7. Varios

Información sobre distintos aspectos da actividade: directorio de organismos, páxinas web, bibliografía, glosario, etc.

8. Anexos

Inclúe información estatística de interese, referencias para a busca de provedores, feiras, cursos, etc.

1.1. Obxectivos do estudo

Os datos que o emprendedor necesita para facer unha primeira análise de viabilidade do seu proxecto empresarial, xeralmente, son estimados de forma intuitiva ou ten natureza sectorial ou macroeconómica. Resulta evidente que, en ambos casos, a información de que se dispón é de pouca axuda para a elaboración do Plan de Empresa, ó non estar adaptada á realidade do contorno no que se vai desenvolver a actividade.

Por consiguiente, o obxectivo da presente Guía é o de proporcionar información relevante para facilitar a análise sobre a viabilidade da túa idea e a propia elaboración do teu Plan de Empresa.

1.2. Metodoloxía

Durante o proceso de elaboración desta Guía utilizáronse dous tipos de fontes de información.

Por un lado, efectuouse un estudio de gabinete baseado en fontes de información secundarias (estadísticas, informes publicados, etc.), mediante o que se pretende definir as condicións obxectivas en que se encontra esta actividade empresarial en Galicia.

Por outro lado, desenvolveuse un traballo de campo consistente na realización dunha serie de entrevistas a xerentes de empresas de servizos forestais, coa finalidade de profundar no coñecemento da actividade e nas características específicas das empresas que nela operan.

1.3. Estructura del sistema de guías de actividad empresarial

Este documento forma parte da colección de Guías de Actividade Empresarial. Os títulos que a integran foron seleccionados polo seu interese no ámbito económico de Galicia, desde o punto de vista da competitividade e oportunidade de mercado para emprendedores.

Con carácter xeral, unha Guía de Actividade recolle a información básica necesaria para realizar unha primeira aproximación á análise da viabilidade e da orientación dun proxecto empresarial nas súas fases iniciais. Neste sentido, convén sinalar que unha Guía de actividade non é un Plan de Empresa, a pesar de que ofrece información actualizada sobre aspectos tales como o mercado, a situación do sector, a competencia, as características da oferta, etc.

Todos os títulos que integran esta colección presentan certas semellanzas na estrutura e nos obxectivos de información. Non obstante, as Guías están realizadas desde distintos enfoques, o que determina cinco categorías de Guías de Actividade:

Categoría 1: Guía de Actividade

Categoría 2: Guía de Microactividade

Categoría 3: Guía Sectorial

Categoría 4: Guía Xenérica

Categoría 5: Guía Derivada

Á hora de acometer a elaboración da Guía, a elección dun ou outro enfoque responde a factores diversos. Así, por exemplo:

- Un mercado no que existen múltiples posibilidades de negocio e ningunha predomina sobre o resto, pode aconsellar a adopción dunha perspectiva de análise xenérica.
- A realización dunha Guía sectorial obedece ó interese de analizar unha industria ou tecnoloxía, con independencia dos segmentos de mercado que actualmente se estean atendendo polas empresas existentes.
- Se a área de competencia coa que operan as empresas é local, a Guía será de Microactividade e se é autonómico ou nacional, a Guía será de Actividade.

A Guía de Servicios Forestais é unha Guía de Actividade. Polo tanto, trátase dunha Guía sobre un modo de facer as cousas para un colectivo específico e unha necesidade concreta. O seu ámbito de competencia adoita trascender o local.

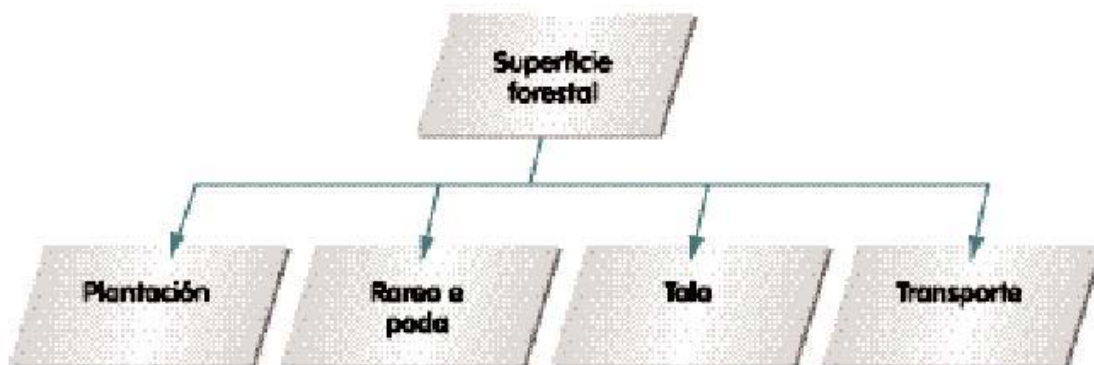
Para coñecer as características dos outros tipos de Guías de Actividade que se inclúen nesta colección, podes ler o apartado 8.11 Anexo sobre os Tipos de Guías.

2. DESCRIPCIÓN DA ACTIVIDADE E PERFIL DA EMPRESA-TIPO

As empresas de servicios forestais son aquelas que realizan plantacións forestais, repoboacións, rareos, limpeza e rozas de montes, ademais de proxectos de xestión forestal e tramitación de subvencións. Para a realización das súas actividades, as empresas de servicios forestais utilizan maquinaria especializada e grandes cantidades de estercos, fertilizantes, plantas e árbores.

Os servicios forestais enmárcanse dentro da silvicultura, que é a ciencia destinada á formación e cultivo de bosque. A silvicultura e a agricultura diferéncianse en varios aspectos: un dos máis notables é o tempo de espera para a colleita. No caso da agricultura, esta obtén os seus froitos ou colleitas en meses. Na silvicultura, polo contrario, as colleitas obtéñense despois de esperar ducias de anos, dependendo da especie de que se trate. Esta ciencia experimentou nos últimos anos un forte crecemento, ó igual que outras actividades relacionadas co medio ambiente.

A continuación, preséntase un esquema moi xenérico das fases que integran a silvicultura, desde o cultivo e plantación de árbores ata a recollida da colleita para o seu posterior tratamento.



As empresas de servicios forestais estarían dentro das dúas primeiras fases da silvicultura, as que comprenden a plantación e o rareo e poda.

Segundo Antonio Rigueiro Rodríguez, na súa ponencia *Gestión sostenible y uso múltiple del monte en Galicia*, o monte arborizado desempeña unha múltiple función, económica, ecolóxica e social. Os modelos de xestión forestal sostible, de actualidade nos últimos anos, fórmulanse alcanzar un equilibrio entre esa triple función clásica dos bosques, dando ademais protagonismo á conservación da biodiversidade.

O proceso de plantar árbores nunha superficie forestal pódese levar a cabo de dúas formas:

- Forestación: introducción dunha masa forestal en lugares onde nunca existiu este tipo de vexetación.
- Reforestación ou repoboación: introducción da masa forestal nun terreo que xa a posuía con anterioridade nun tempo relativamente próximo.

Rafael Serrada, en *Apuntes de Repoblaciones forestales* (1995), define a repoboación forestal como o "conxunto de técnicas que se necesitan aplicar para crear unha masa forestal, formada por especies vexetais leñosas (árbores ou arbustivas), que sexa estable co medio, nun terreo cunha vexetación actual que é ineficaz en maior ou menor grao segundo o uso adicado ó territorio, e que adoptando as características desexadas, cumpra cos fins que dela se demanden".

Dentro da actividade de servizos forestais encontrámonos con diferentes tipos de empresa, en función dos servizos que oferten. As máis habituais serían:

- Empresas que ofertan exclusivamente servizos de acción directa sobre o monte: trátase de empresas pequenas, xeralmente de carácter familiar, con poucas calidades técnicas pero moita experiencia na execución de traballos forestais. A súa carteira de servizos está formada polos servizos básicos da actividade, tales como o deseño e execución de plantacións e repoboacións ou o mantemento e conservación das superficies mediante limpeza, rozas, rareos, etc.
- Empresas de servizos forestais en xeral: son empresas con alta cualificación técnica que ofertan, ademais dos servizos básicos, o desenvolvemento de proxectos de ordenación de montes, de recuperación, de planificación, de aproveitamento, de prevención, de repoboación, tratamentos fitosanitarios, medicións, etc.
- Empresas de rematantes: realizan traballos forestais, orientados fundamentalmente á corta e repoboación. O seu obxectivo principal é a produción de madeira, e traballan como mediadores entre os propietarios do terreo e as empresas madeireiras.

Os servizos básicos das empresas forestais correspóndense co aspecto máis tradicional da produtividade económica dos bosques, ata fai moi pouco polos propietarios das leiras e, son os servizos máis estendidos entre este tipo de empresas. Actualmente, sen embargo, como resultado da maior concienciación medioambiental da sociedade e do mellor aproveitamento forestal, moitas das empresas de servizos forestais ampliaron a súa variedade de produtos, ofrecendo servizos especializados tales como: realización de proxectos de xestión forestal e tramitación de subvencións para mancomunidades de montes, asesoramentos técnicos para produtores, apertura de vías forestais, etc. Este tipo de empresa é o que queremos reflectir na elaboración da presente guía, posto que, segundo a evolución que segue o mercado, cada vez quedan menos empresas, pero as que hai son máis grandes, están máis profesionalizadas e son máis competitivas.

De acordo coa Clasificación Nacional de Actividades Económicas do ano 1993 (CNAE-93), a actividade inclúese no epígrafe 02.011 *Silvicultura*.

Existe outro sistema de clasificación menos utilizado chamado SIC (Standard Industrial Classification). Segundo este sistema, a actividade inclúese dentro do sector 08.51 *Servizos Forestais*.

Identificamos a actividade en ambos sistemas de clasificación:

| CNAE-93 | SIC |
|---|---------------------------|
| 02 Silvicultura, explotación forestal e actividades dos servicios relacionados con elas | 08 Silvicultura |
| 02.01 Silvicultura e explotación forestal | |
| 02.011 Silvicultura | 08.51 Servicios forestais |

O seguinte cadro recolle catro aspectos clave da empresa-tipo, identificados polos emprendedores entrevistados para a realización desta Guía, e que poden axudarche a reflexionar sobre as condicións que debe reunir a túa idea de negocio:

A IDEA

- 1. Orixe da idea** *A maioría dos emprendedores mantiveron sempre unha relación estreita co sector forestal.*
- 2. Concepto de negocio** *Cubrir as necesidades forestais dos propietarios de montes.*
- 3. Claves competitivas** *Ofrecer unha ampla carteira de servicios, calidade e rapidez.*
- 4. Aspectos críticos** *Pouca capacidade de investimento por parte dos propietarios privados, que posúen máis da metade do monte galego.*

A continuación, preséntanse as características básicas da empresa de servicios forestais máis habitual:

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DA EMPRESA-TIPO

| | |
|---|--|
| CNAE/SIC | 02.011/08.51. |
| IAE | 912. |
| CONDICIÓN XURÍDICA | Sociedade Limitada. |
| FACTURACIÓN | 235.190 euros. |
| LOCALIZACIÓN | Área Rural. |
| PERSOAL E ESTRUCTURA ORGANIZATIVA | Dous emprendedores-enxeñeiros, un capataz e catro traballadores forestais. |
| INSTALACIÓNS | Unha oficina de 60 m2 e un garaxe de 100 m2. |
| CLIENTES | Propietarios particulares, Comunidades de veciños con montes en man común, Administracións Públicas e empresas de servizos forestais de outras localidades. |
| CARTEIRA DE PRODUCTOS | Servizos relacionados coa enxeñería forestal, execución directa de traballos forestais, servizos de asesoría e asistencia técnica, xestión de montes e tramitación de subvencións. |
| FERRAMENTAS DE PROMOCIÓN | Boca a boca, imaxe corporativa, directorios comerciais, páxina web, folletos de asociacións, etc. |
| VALOR DO INMOBILIZADO/ INVESTIMENTOS | 100.300 euros. |
| IMPORTE GASTOS | 206.622,25 euros. |
| RESULTADO BRUTO | 12,15%. |

3. PRINCIPAIS CONCLUSIÓNS

- Máis da metade do territorio español considérase territorio forestal, e Galicia, cun 66%, ocupa o primeiro lugar en canto a porcentaxe de superficie forestal sobre o total da superficie xeográfica galega.
- Os montes españois de propiedade estatal teñen unha superficie media de 500 hectáreas, mentres os doutras Entidades Públicas sitúanse nas 600. A superficie media dos montes de propiedade privada é, sen embargo, de apenas 3 hectáreas, o que pon de manifesto a tendencia minifundista existente no sector forestal privado.
- Preto do 70% da superficie de propiedade particular galega están arborizadas, mentres que case a metade da superficie de montes públicos e Comunidades de veciños con montes en mancomún están desarborizadas.
- O valor económico anual do sector forestal en España ascende a un total de 9.775,2 millóns de euros. A maior parte dos contratos realizados no sector forestal en 2001 correspondían a categorías de peón forestal e traballador forestal en xeral.
- En España no ano 2004 había máis de dous millóns de empresas e industrias forestais, e máis de 120.000 en Galicia. Segundo a súa condición xurídica, a maioría das empresas escollen a figura de persoa física ou empresario individual.
- En xeral, o mercado dunha empresa de servicios forestais está formado pola superficie galega catalogada de terreo forestal.
- Máis do 63% da superficie forestal galega é de titularidade privada particular, cunha superficie media por parcela de menos de 2 hectáreas. Case o 30% pertence ás Comunidades de veciños con montes en mancomún, que ten como superficie media 250 hectáreas.
- Á hora de analizar o mercado das empresas de servicios forestais hai que ter en conta os presupostos de institucións públicas como a Consellería de Medio Ambiente para a subvención de proxectos forestais, así como os que a Administración local destina ó mantemento de propiedades públicas.
- O ámbito de actuación das empresas de servicios forestais xeralmente límitase á comarca onde estea situada a empresa, aínda que para os servicios de redacción de proxectos forestais, a área de influencia ampliase a toda Galicia.
- Os clientes principais das empresas de servicios forestais son: propietarios particulares, Comunidades de veciños con montes en mancomún, Administracións públicas e empresas de servicios forestais.
- As principais ameazas para actividade son os incendios forestais e a atomización dos montes privados.
- As principais oportunidades son a superficie forestal que hai en Galicia, as condicións favorables para o desenvolvemento deste sector na nosa Comunidade e o apoio por parte das Administracións públicas.

- Os principais puntos fortes da actividade son a preparación técnica das empresas e a capacidade de crecemento pola diferenciación de servizos.
- Os principais puntos febles son a dependencia da Administración e a obtención de rendementos a medio e longo prazo.
- O produto principal que ofrecen as empresas de servizos forestais son os servizos de acción previa e directa sobre o monte: rozas, limpeza, preparación do solo, etc.; pero cada vez xorden máis empresas especializadas en elaborar proxectos forestais de ordenación, repoboación, reforestación, etc.
- O prezo dos servizos forestais depende de múltiples factores, tales como a superficie do terreo, o seu estado, o tipo de servizo, a maquinaria empregada, etc. A Consellería de Medio Ambiente establece unhas tarifas máximas para a contratación pública de servizos forestais, que son tomadas como referencia polos empresarios da actividade.
- As ferramentas de promoción máis habituais son: o boca a boca, a imaxe corporativa, os anuncios en directorios comerciais, as páxinas web e o labor comercial.
- As empresas de servizos forestais están formadas por profesionais de diferentes categorías formativas como enxeñeiros de montes, enxeñeiros técnicos, capataces, peóns, traballadores forestais, etc.

4. CONTEXTO SECTORIAL

A lectura deste capítulo permitirache coñecer:

- > **A SUPERFICIE FORESTAL QUE EXISTE EN ESPAÑA E EN GALICIA.**
- > **O TIPO DE PROPIEDADE QUE TEÑEN OS MONTES ESPAÑOIS.**
- > **O VALOR ECONÓMICO DO SECTOR FORESTAL EN ESPAÑA E GALICIA.**
- > **O NÚMERO DE EMPRESAS RELACIONADAS CO SECTOR FORESTAL EN ESPAÑA E GALICIA, E A SÚA CONDICIÓN XURÍDICA.**
- > **O EMPREGO XERADO POLO SECTOR EN ESPAÑA E GALICIA.**

A análise do contexto sectorial permitirache extraer as seguintes conclusións:

- **En 2004 a superficie forestal española ascendía a 26,2 millóns de hectáreas, das cales 2 millóns corresponden a Galicia. A diferenza de Europa, gran parte da superficie forestal española está desarborizada ou cuberta a penas por arboredo raro.**
- **Galicia ocupa o primeiro lugar en canto a porcentaxe de superficie forestal sobre o total da superficie xeográfica, cun 66% .**
- **En canto ó tamaño medio dos montes españois segundo a súa titularidade, os montes estatais teñen unha superficie media de 500 hectáreas, mentres os doutras Entidades Públicas se sitúan nas 600. A superficie dos montes de propiedade privada, sen embargo, é de a penas 3 hectáreas, o que pon de manifesto a tendencia minifundista existente no sector forestal privado.**
- **Preto do 70% da superficie de propiedade particular galega está arborizada, mentres que case a metade da superficie de montes públicos e Comunidades de veciños con montes en mancomún están desarborizadas.**
- **O valor económico anual do sector forestal en España ascende a un total de 9.775,2 millóns de euros.**

- En España no ano 2004 había máis de dous millóns de empresas e industrias forestais, e máis de 120.000 en Galicia. Segundo a súa condición xurídica, a maioría das empresas escollen a figura de persoa física ou empresario individual.
- A maior parte dos contratos realizados no sector forestal no ano 2002 correspondían ás categorías de peón forestal e traballador forestal en xeral, tanto a nivel nacional coma autonómico.

4.1. O sector forestal

¿Como se distribúe a superficie forestal en España?

¿Como se distribúe a propiedade forestal dos montes?

¿Cal é o valor económico do sector?

¿Cantas empresas compoñen o sector forestal?

¿Canto emprego xera o sector?

Segundo a Lei de Montes de 2003, enténdese por monte ou terreo forestal "todo terreo no que vexetan especies forestais arbóreas, arbustivas, de matorral ou herbáceas, sexa espontaneamente ou procedentes de sembra ou plantación, que cumpran ou poidan cumprir funcións ambientais, protectora, produtoras, culturais, paisaxísticas ou recreativas". Nesta definición téñense tamén en conta os terreos que tiveran quedado ou queden adscritos coa finalidade de ser repoboados ou transformados en terreos forestais como consecuencia de resolucións administrativas dictadas conforme ás Leis que regulan esta materia.

De acordo con datos de ASEMFO, no ano 2004 a superficie forestal española ascendía a 26,2 millóns de hectáreas (o 51,93% do total do territorio), das cales, 2 millóns corresponden a Galicia (o 69% da superficie total galega). A diferenza de Europa a maioría da superficie forestal está desarborizada ou cuberta a penas por arboredo raro, pois tan só 10.661.397 hectáreas da superficie total española están arborizadas e pódense considerar como bosque.

A continuación ofrécese a distribución da superficie forestal entre as Comunidades Autónomas:

Cadro 1: Distribución de superficies por Comunidades Autónomas, España, 2004 (hectáreas, %)

| COMUNIDADE AUTÓNOMA | S. XEOGRÁFICA | | S. FORESTAL | | S. ARBOLADA | |
|------------------------------------|---------------|---------|---------------|--------|---------------|--------|
| | HA | % | HA | % | HA | % |
| ANDALUCÍA | 8.759.968 | 17,31% | 4.325.428,00 | 49,38% | 1.646.287,99 | 38,06% |
| ARAGÓN | 4.772.027 | 9,43% | 2.461.745,76 | 51,59% | 489.576,47 | 19,89% |
| CANARIAS | 744.695 | 1,47% | 404.304,35 | 54,29% | 95.495,33 | 23,62% |
| CANTABRIA | 532.139 | 1,05% | 242.801,93 | 45,63% | 156.090,91 | 64,29% |
| CASTELA A MANCHA | 7.946.186 | 15,71% | 1.855.140,24 | 23,35% | 1.135.913,04 | 61,23% |
| CASTELA E LEÓN | 9.422.402 | 18,62% | 3.948.977,71 | 41,91% | 1.583.022,22 | 40,09% |
| CATALUÑA | 3.211.325 | 6,35% | 1.805.736,84 | 56,23% | 1.254.657,89 | 69,48% |
| COMUNIDADE FORAL DE NAVARRA | 1.042.100 | 2,06% | 45.107,81 | 43,29% | 341.607,14 | 75,73% |
| COMUNIDADE VALENCIANA | 2.325.508 | 4,60% | 1.214.032,97 | 52,21% | 494.870,59 | 40,76% |
| ESTREMADURA | 4.163.457 | 8,23% | 760.505,05 | 18,27% | 741.590,43 | 97,51% |
| GALICIA | 2.957.510 | 5,85% | 1.968.099,69 | 66,55% | 948.549,72 | 48,20% |
| ILLAS BALEARES | 499.168 | 0,99% | 164.701,30 | 33,00% | 108.914,89 | 66,13% |
| A RIOXA | 504.527 | 1,00% | 293.233,33 | 58,12% | 109.250,00 | 37,26% |
| MADRID | 802.792 | 1,59% | 197.859,69 | 24,65% | 154.295,00 | 77,98% |
| PAÍS BASCO | 718.767 | 1,42% | 411.897,96 | 57,31% | 359.793,10 | 87,35% |
| PRINCIPADO DE ASTURIAS | 1.060.357 | 2,10% | 615.582,51 | 58,05% | 325.810,00 | 52,93% |
| REXIÓN DE MURCIA | 1.131.398 | 2,24% | 508.360,47 | 44,93% | 190.568,63 | 37,49% |
| TOTAL | 50.594.326 | 100,00% | 22.501.777,31 | 44,47% | 10.661.397,49 | 47,38% |

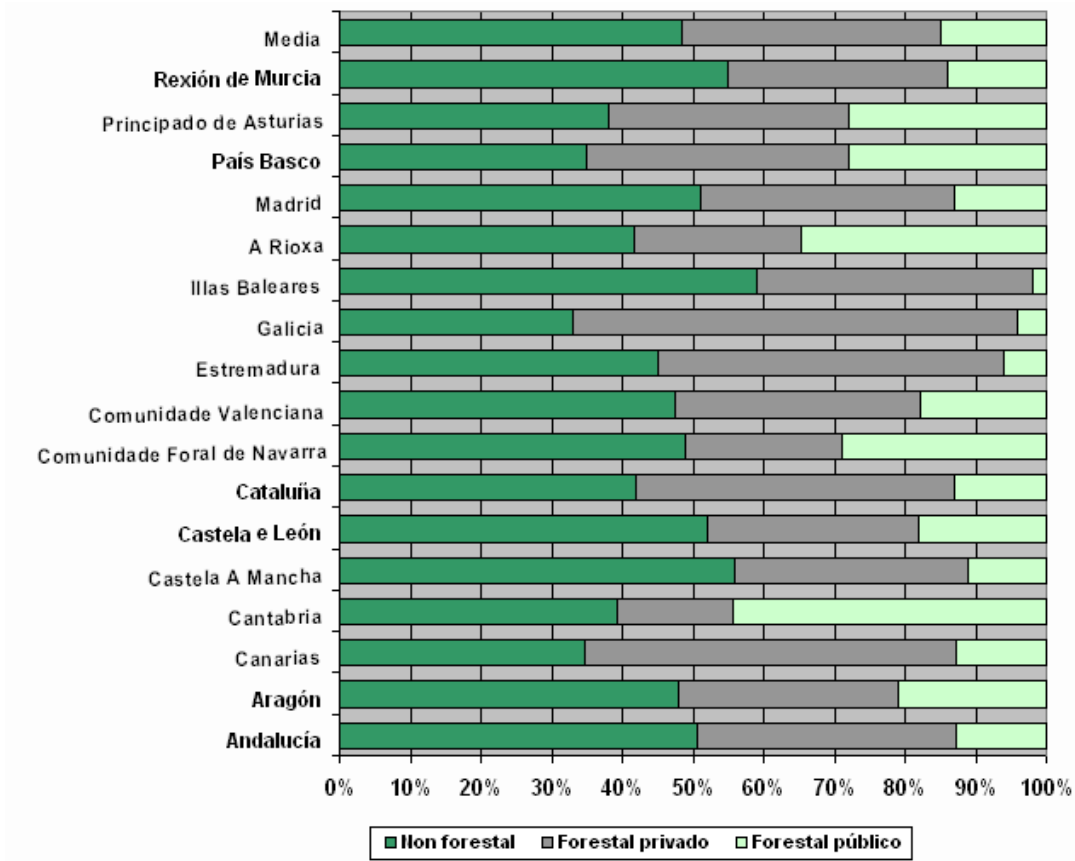
Fonte: Elaboración propia con datos de ASEMFO e Ministerio de Medio Ambiente

Comparando as cifras entre as distintas Comunidades Autónomas, Galicia ocupa o primeiro lugar en canto a porcentaxe de superficie forestal sobre o total da superficie xeográfica, cun 66,55%, por diante doutras comunidades como Asturias, co 58,12%, ou o País Basco, co 57,31%. Ademais, a superficie arbórea supón na nosa Comunidade o 48,20% da superficie forestal, superando así a media española cun 47,38%.

En canto á superficie forestal por habitante, segundo o Plan Forestal Nacional, Galicia sitúase no sexto lugar con 0,51 hectáreas por habitante, detrás de Estremadura (1,36), Castela A Mancha (1,07), Aragón (1,00), Navarra (0,86) e Castela e León (0,85).

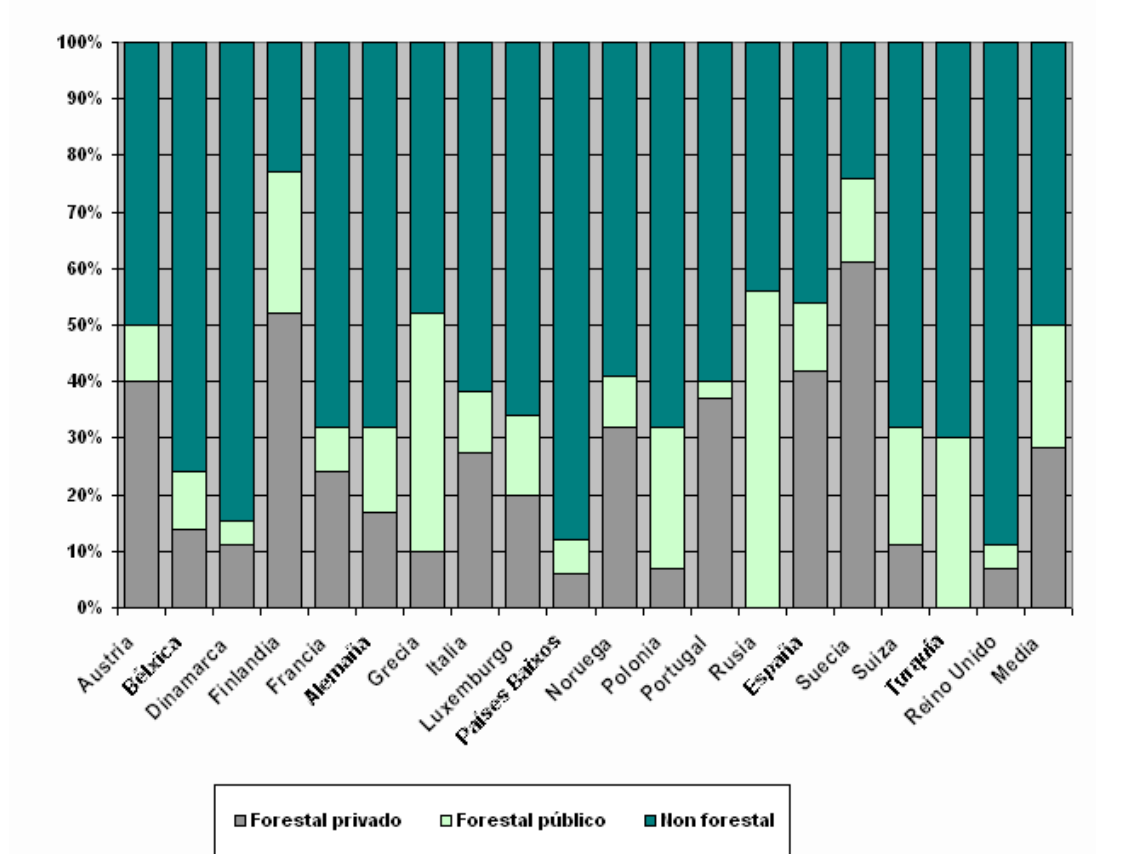
En canto á distribución por usos e propiedades do noso monte, case o 50% está en mans particulares, un 20% corresponde a zona non forestal e o 20% restante encóntrase en mans públicas. Nos seguintes gráficos pódese ver a distribución por usos e propiedades do monte nas distintas Comunidades Autónomas e países da Unión Europea:

Cadro 2: Gráfico da distribución da propiedade forestal por CC.AA, España, 2004 (%)



Fonte: ASEMFO

Cadro 3: Gráfico da distribución da superficie forestal en Europa, 2000 (%)



Fonte: Global Forest Resources Assessment 2005. Fao Forestry paper 147

Como se pode observar nestes gráficos, a cifra correspondente á parte forestal privada pertencente a Galicia encóntrase por enriba da media estatal. Comparando a situación de España có resto de países da Unión Europea, a porcentaxe de superficie forestal pública é inferior á media europea.

En canto ó tamaño medio dos montes españois segundo a súa titularidade, o gráfico non ofrece grandes diferenzas entre os que son do Estado, con 500 hectáreas de superficie media, e os doutras Entidades Públicas, que teñen unha media de 600 hectáreas de superficie. Si existe unha gran disparidade cos montes de propiedade privada (tanto en España coma en Galicia), xa que a superficie media destes terreos a penas alcanza as 3 e 2 hectáreas respectivamente, o que indica o predominio do minifundio que existe no sector forestal privado.

Tendo en conta a situación dos montes galegos, chama a atención que máis de tres cuartas partes da superficie correspondente á propiedade particular están arborizadas (68,9% de media no conxunto de Galicia), mentres que case a metade da superficie de montes públicos e Comunidades de veciños con montes en mancomún están desarborizadas.

Segundo o presidente de ASEMFO, José Luís Gutiérrez de Loma, o valor económico anual do sector forestal en España, atendendo ó seu carácter multifuncional (productos e servicios forestais, industria da madeira, industria do papel e fabricación de mobles), ascende a un total de 9.775,2 millóns de euros. En canto ó subsector de obras e servicios forestais, este pódese resumir en dúas partes: unha

dedicada á protección do hábitat, paisaxe e bosques, da que o seu valor ascende a 683,2 millóns de euros; e outra de menor contía, que é a de protección de especies e recuperación de poboacións, cun valor de 201,03 millóns de euros. Entre as obras e servizos inclúense situacións concretas como as de incendios, repoboacións forestais, tratamentos selvícolas, hidrotecnias ou as que engloban a realización de camiños, devasa e puntos de auga.

Se consideramos a industria forestal en Galicia, segundo o Consello Económico e Social de Galicia (CES-Galicia), no ano 1998 o valor da demanda final ascendeu a 1.923,7 millóns de euros, dos cales, 1.853,9 millóns de euros pertencen ó total da produción destinada á demanda final. Do total da produción, un 25,2% destinábase ó consumo privado final, un 9% á formación bruta de capital e o 65,8% restante ás exportacións. Neste último caso, a maior parte das exportacións ten como destino outras Comunidades Autónomas (77,2%), fronte ó 20% correspondente á Unión Europea e o 2,8% ó resto do mundo.

No referente ó entramado empresarial deste sector, segundo datos recollidos da Asociación Nacional de Empresas Forestales (ASEMFO), en España estaban rexistradas no ano 2004 máis de dous millóns de empresas e industrias forestais, e máis de 120.000 en Galicia. Na táboa que vén a continuación podes observar a súa condición xurídica. Cabe destacar que a figura que acapara un maior número de empresas é a de persoa física ou empresario individual, cun 55,7% e un 60% respectivamente:

Cadro 4: Clasificación do sector forestal segundo a forma xurídica das empresas, España-Galicia, 2004 (unidades)

| | Sociedades Anónimas | Sociedades Limitadas | Asoc. Cooperativas, Corporac. locais e Admin. | Outras sociedades ou comunidades | Autónomos | TOTAL EMPRESAS |
|----------------|---------------------|----------------------|---|----------------------------------|-----------|----------------|
| España | 97.513 | 651.876 | 103.396 | 77.234 | 1.171.920 | 2.101.939 |
| Galicia | 3.225 | 34.883 | 5.873 | 4.020 | 72.647 | 120.648 |

Fonte: IV Estudio de inversión y empleo en el sector forestal. ASEMFO

En canto á distribución provincial das empresas galegas podemos sinalar que o 41% están situadas na provincia da Coruña, o 21% en Lugo, o 12% en Ourense e o 26% restante en Pontevedra. Segundo a actividade á que se dedican, comprobamos cómo o 71,7% son empresas de explotacións forestais, un 25,4% son industrias forestais de primeira transformación e o 2,9% restante corresponde a viveiros.

No que se refire ó emprego, segundo a Asociación Nacional de Empresas Forestales, o sector forestal está considerado un xacemento de emprego na Unión Europea, xa que constitúe unha actividade que require moita man de obra. No ano 2004, a maior parte dos contratos realizados corresponderon ás categorías de peón forestal e traballador forestal en xeral, tanto a nivel nacional coma autonómico. A continuación, presentamos unha táboa coa distribución de empregos do sector forestal en España e Galicia nos anos 2001 e 2004:

Cadro 5: Contratos do sector forestal primario, España-Galicia, 2001-2004 (unidades)

| | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 |
|---------|--------|--------|--------|--------|
| España | 44.144 | 37.959 | 39.592 | 45.392 |
| Galicia | 5.153 | 4.388 | 5.255 | 4.719 |

Fonte: IV Estudio de inversión y empleo en el sector forestal. ASEMFO

No apartado 8.1 Anexo de Información Estadística de Interese podes contrastar algúns datos sobre os que se sustentan as conclusións desenvolvidas neste apartado.

5. MERCADO DOS SERVICIOS FORESTAIS

5.1. Análise de demanda

A lectura deste capítulo permitirache coñecer:

- > O TEU MERCADO, A SÚA ESTRUCTURA E A SÚA EVOLUCIÓN.
- > UN MÉTODO PARA QUE POIDAS ESTIMAR O TAMAÑO DO MERCADO NA TÚA ÁREA DE INFLUENCIA E A PARTE DESE MERCADO QUE VAS PODER CAPTAR.
- > OS TIPOS DE CLIENTES QUE INTEGRAN O TEU MERCADO E AS SÚAS CARACTERÍSTICAS MÁIS IMPORTANTES.

A análise da demanda permitirache deducir as seguintes conclusións:

- En xeral, o mercado dunha empresa de servicios forestais está formado pola superficie galega catalogada como terreo forestal.
- Preto do 68% da superficie forestal galega é de titularidade privada particular, cunha superficie media por parcela de menos de 2 hectáreas. Case o 30% pertence ás Comunidades de veciños con montes en mancomún, e a súa superficie media é de 250 hectáreas.
- Á hora de analizar o mercado das empresas de servicios forestais hai que ter en conta os presupostos de institucións públicas como a Consellería de Medio Ambiente para a subvención de proxectos forestais, así como os que a Administración local destina ó mantemento de propiedades públicas.
- O ámbito de actuación das empresas de servicios forestais xeralmente limitase á comarca onde estea situada a empresa, aínda que para os servicios de redacción de proxectos forestais a área de influencia se amplía a toda Galicia.
- Os clientes principais das empresas de servicios forestais son: propietarios particulares, Comunidades de montes veciñais, Administracións Públicas e empresas de servicios forestais.

5.1.1. Tamaño do mercado

¿Cal é o tamaño do mercado dos servicios forestais en Galicia?

¿Existe algún criterio para segmentar o mercado?

En primeiro lugar hai que sinalar que é difícil estimar o mercado dunha empresa de servicios forestais en Galicia, posto que non existen datos publicados sobre o número de hectáreas que se están tratando por medio dos servicios das empresas desta actividade. Descoñécese, ademais, o presuposto dos propietarios dos montes dedicados a servicios forestais.

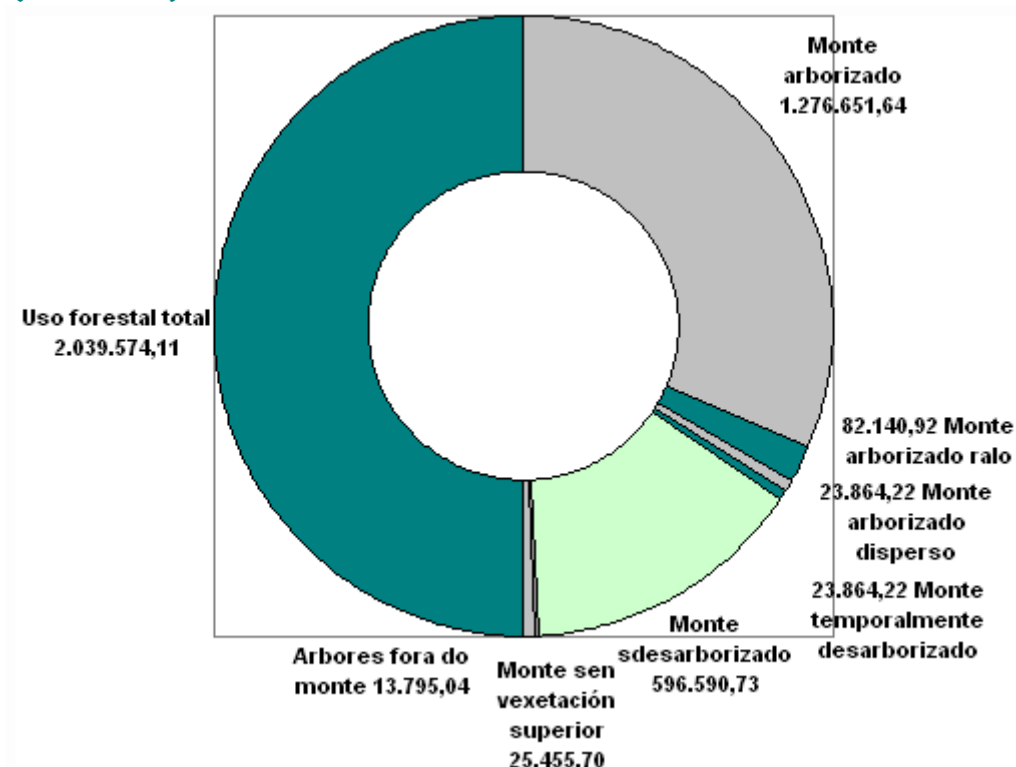
Por tanto, consideramos que o mercado dunha empresa de servicios forestais está formado, en xeral, pola superficie galega catalogada de uso forestal, e a partir de aí terás que concretar máis os datos en función da zona na que te sitúes e os servicios que prestes.

A continuación, mostrámosche a clasificación do solo galego segundo o seu uso, extraída dos datos do III Inventario Forestal Nacional:

- un 68,96% está considerado como terreo forestal,
- o 28,53% está dedicado ó uso agrícola,
- o 1,79% ten un uso improductivo,
- o 0,14% considérase humedal,
- o 0,58% considérase auga.

Dentro da parte de terreo considerada de uso forestal hai diferentes tipos de solo, que a continuación desglosamos para que vexas a distribución por tipos de monte que constitúen o mercado das empresas de servicios forestais:

Cadro 6: Gráfico dos tipos de terreo de uso forestal, Galicia, 2001 (hectáreas)



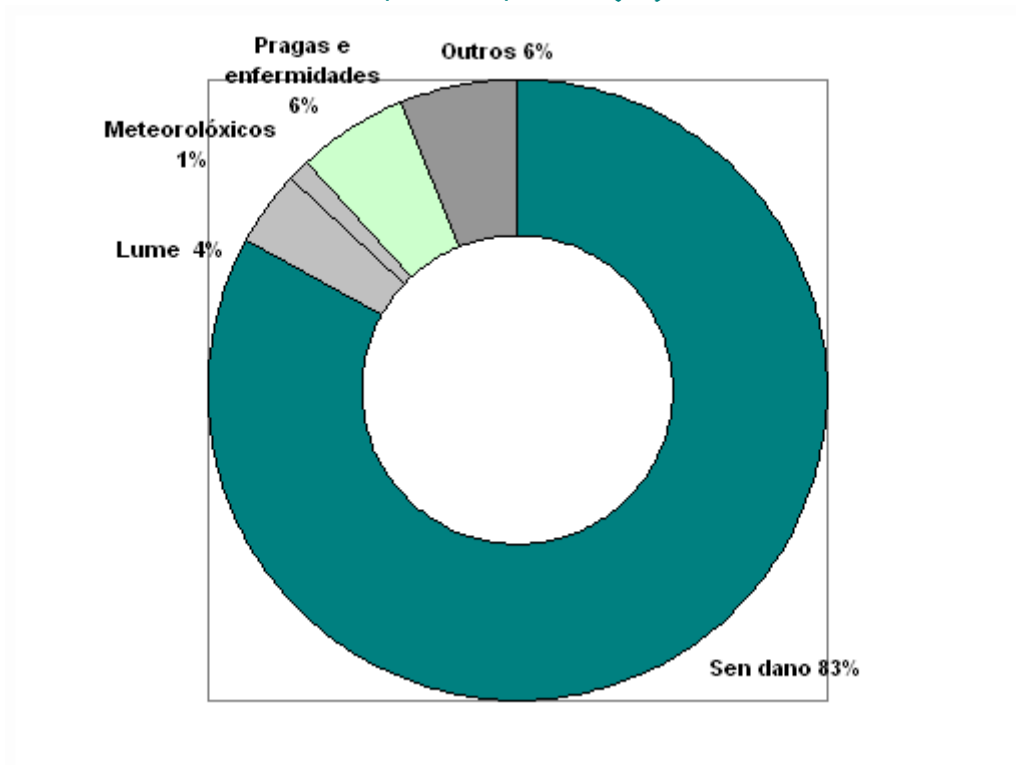
Fonte: *O Monte Galego en Cifras. Consellería de Medio Ambiente*

Segundo esta estatística, en Galicia o 62,59% do terreo de uso forestal é monte arborizado, mentres o terreo desarborizado, que debes ter en conta para a realización de proxectos de arborización, supón o 29,25% do terreo forestal.

En canto á distribución por tipo de especie, no terreo arborizado predominan as coníferas, que supoñen un 47% da superficie arborizada, os eucaliptos, cun 21%, e as especies autóctonas, que cobren o 32% do terreo arborizado galego.

En relación ó tamaño de mercado das empresas de servizos forestais e á clasificación de terreos, hai que sinalar o estado fitosanitario do solo:

Cadro 7: Gráfico do estado fitosanitario do terreo forestal segundo o axente causante do dano, Galicia, 2001 (%)



Fonte: O Monte Galego en Cifras. Consellería de Medio Ambiente

Ademais da clasificación dos terreos por tipo de uso, para a determinación do mercado dos servizos forestais tamén é importante coñecer o tipo de propiedade dos montes, xa que un problema que condiciona notablemente o desenvolvemento do sector forestal galego é a estrutura da actividade.

O 67,94% da superficie forestal galega está en mans de máis de 670.000 propietarios particulares. Cada un deles posúe entre 1 e 2 ha de media, atomizadas en multitude de parcelas pequenas. O 85% da superficie destes montes particulares, sen embargo, está arborizada, e proporcionan o 80% da madeira que se corta en Galicia. Ó contrario ocorre cos montes veciñais en mancomún (29,85%), que son preto de 3.000 bosques cunha superficie media de 250 ha e unha dimensión que permite unha axeitada xestión, aínda que xeralmente se trata de terreos degradados e de mala calidade, con dificultades de organización e xestión. Nos montes veciñais, a proporción de superficie arborizada é do 15%.

Cadro 8: Clasificación da superficie forestal por uso e propiedade, Galicia, 2001 (hectáreas)

| Uso | Montes públicos catalogados de U.P. * | Montes públicos do Estado e das Comunidades Autónomas non catalogado de U.P. | Montes veciñais en man común | Montes de particulares | Total |
|-----------------------------|---------------------------------------|--|------------------------------|------------------------|---------------------|
| | | | | | |
| Forestal arbolado | 16.379,47 | 6.520,96 | 312.954,79 | 1.069.595,99 | 1.405.451,21 |
| Forestal desarbolado | 17.938,51 | 4.316,30 | 295.773,79 | 316.094,30 | 634.122,90 |
| Total | 34.317,98 | 10.837,26 | 608.728,58 | 1.385.690,29 | 2.039.574,11 |

*U.P.: Utilidade Pública Fonte: O Monte Galego en Cifras. Consellería de Medio Ambiente

Á hora de calcular o tamaño de mercado das empresas desta actividade hai que ter en conta o presuposto das institucións públicas destinadas a mellorar a xestión do sector forestal para evitar os incendios nos montes galegos. Neste sentido, destaca a Consellería de Medio Ambiente, que en 2005 ten previsto destinar máis de 2 millóns de euros en concepto de axudas para proxectos destinados a fomentar a silvicultura e a ordenación de montes arborizados. Ademais, segundo a Orde de 14 de maio de 2004 de fomento da silvicultura e da ordenación de montes arborizados, publicada no DOG do 1 de abril de 2004, a Consellería de Medio Ambiente ten previsto subvencionar ata o 45% do total dos investimentos que se realicen con estas finalidades nas superficies forestais privadas ou mancomunadas de Galicia.

Ademais, segundo as entrevistas realizadas a distintos expertos da actividade, o presuposto medio de cada municipio destinado ó mantemento e xestión de terreos forestais supón ó redor do 0,07% sobre o presuposto total. Por tanto, se tomamos os presupostos totais dos municipios galegos e lles aplicamos esta estimación, temos que a cifra do mercado referido á administración local galega é de 917.000 euros.

5.1.2. Definición dun método de cálculo do tamaño do mercado

¿Como podo calcular o tamaño do meu mercado?

En primeiro lugar, convén sinalar que calquera mercado está afectado por unha serie de factores ou variables. É necesario que os coñezas e valores, pois son determinantes para que exista ese mercado e teña un tamaño suficiente.

Non se identificaron contornos relevantes para esta actividade. Segundo as entrevistas realizadas, a situación da empresa é pouco relevante, aínda que os negocios xa establecidos adoitan estar cerca das zonas potenciais de traballo, para evitar as perdas de tempo nos desprazamentos. En calquera caso, a maioría das empresas encóntranse situadas nun contorno rural.

No apartado 8.9 Factores que Inflúen no Tamaño do Mercado inclúese unha táboa coas variables que se considera que poden ter unha incidencia sobre o tamaño do mercado dos servizos forestais e unha valoración da súa influencia por contorno. Asemade, proporciónase a fonte e/ou o método de recollida da información correspondente.

A análise da información anterior axudarache a realizar unha estimación da dimensión do mercado dos servizos forestais na túa área de influencia.

A área de influencia dunha empresa de servizos forestais pode ser moi variable, pois para os servizos de desenvolvemento de proxectos, xestión de subvencións ou outros poden acudir clientes de toda Galicia, aínda que o seu groso seguramente vai estar formado por clientes próximos á zona na que te instales.

Para realizar, por tanto, un estudio do mercado para a túa empresa, propoñémosche, en primeiro lugar, que escollas con atención a situación que elixes para o teu negocio. Debes ter en conta que o tamaño do teu mercado vai estar condicionado pola zona ou comarca na que penses establecer a túa empresa e desenvolver a túa actividade, posto que esta vai determinar o tamaño dos terreos, o seu estado e o tipo de clientes ó que vas dirixirte. En calquera caso, a continuación mostrámosche unha serie de aspectos que debes ter en conta:

- Debes saber cál é o tipo de terreo que existe na zona, os diferentes usos que se lle dan e o seu estado fitosanitario (número de incendios que se deron nos últimos anos, estado no que quedaron os terreos, en cántos se están levando a cabo accións de rexeneración, etc.).
- En relación co anterior, debes intentar coñecer o número e tipo de servizos básicos ou xerais que se están realizando na zona; é dicir, debes coñecer cántas hectáreas se están traballando e cáles son os servizos habituais que se contratan nesa zona.
- Tes que distinguir as clases de propietarios que existen na zona, xa que son os teus clientes potenciais e van determinar a túa estratexia de venda do teu servizo. Debes coñecer cómo se organizan, cómo se realiza a contratación do servizo, se están contentos coas empresas que estiveron realizando servizos para eles ata agora e por qué, cántos servizos teñen pensado contratar este ano e de qué tipo, etc.

- Debes saber se se está desenvolvendo algún proxecto de xestión forestal na zona, de qué tipo e quen é o promotor.
- Intenta coñecer cál é o custo medio dos proxectos que se están desenvolvendo actualmente, así como o prezo dos servizos máis habituais.
- Visita os concellos da zona para coñecer os presupostos que destinan anualmente a servizos forestais e saber qué tipo de empresas están contratando, o modo de contratación deses servizos, duración media, prezos, etc.

Ademais, sería interesante coñecer o grao de saturación das empresas establecidas na zona que compoñen a túa competencia. Para iso debes:

1. Entrevistar a xerentes doutras empresas que presten servizos iguais ós que oferta o teu negocio, pero que non son competencia directa, porque non están na túa zona de actuación, e coñecer qué capacidade teñen, qué tipo de servizos ofertan, cál é a súa estratexia de actuación, etc.

2. Identificar o número de empresas de servizos forestais que presentan unha oferta similar á túa na túa área de influencia, qué tipo de servizos ofertan, ónde están situadas, cáles son os seus clientes máis importantes, cál é o seu volume de facturación, etc.

3. Visitar as asociacións do sector forestal para determinar o grao de organización destas empresas, se adoitan establecer acordos de colaboración entre elas, cáles son os segmentos de mercado máis atractivos, a facturación media das empresas da actividade, a súa estrutura, a porcentaxe que supoñen os propietarios de montes privados para este tipo de empresas, etc.

4. Visitar as distintas Comunidades de veciños con terreos en mancomún da túa zona de influencia, para determinar cántos servizos están contratando ó ano, o seu grao de satisfacción coas empresas que xa están establecidas, o modo de contratación dos servizos, etc. Por exemplo, sería interesante saber o número de hectáreas queimadas que son propiedade de Comunidades e a estratexia de actuación que teñen pensado para elas.

Ademais, sería interesante que te puxeses en contacto con provedores da actividade que traballen con empresas da túa zona de influencia, xa que poden achegar datos sobre a evolución destas empresas.

Unha vez que tes identificados os servizos que se están realizando e o tipo de servizo, debes estimar un reparto da cota de mercado da túa empresa considerando a posición das empresas xa establecidas e a fase inicial do teu negocio.

A partir dos resultados obtidos podes construír varios escenarios (pesimista-normal-optimista) e contrastalos co número de servizos que necesitas para cubrir os gastos que esixe a posta en marcha dunha empresa de servizos forestais.

No apartado 8.10 Métodos de Cálculo do Tamaño do Mercado proporciónase unha breve explicación dos métodos máis utilizados polos emprendedores.

5.1.3. Tipos e características dos clientes

¿A que tipos de clientes podó dirixirme?

¿Que características presentan?

¿Cales son os aspectos máis valorados pola clientela?

Os principais grupos de clientes das empresas de servicios forestais son os propietarios particulares, as Comunidades de montes veciñais en mancomún, as Administracións públicas e as empresas de servicios forestais. A participación dos distintos tipos de cliente depende da estratexia que vai seguir a empresa, da súa especialización e dos servicios que oferte.

- Propietarios particulares: o 68% dos terreos forestais galegos está en mans de propietarios particulares que posúen terreos cunha superficie media de 1 ou 2 ha. Os servicios contratados habitualmente por este tipo de clientes refírense á limpeza do monte, corta, repoboación, etc. A particularidade que presentan é que a súa capacidade de investimento en proxectos ou servicios forestais é moi reducida, aínda que poden agruparse varios propietarios para conseguir axustes de prezos. Ademais, a pequena extensión dos terreos dificulta os labores forestais.
- Comunidades de montes veciñais en mancomún ou mancomunidades: son os potenciais clientes principais das empresas de servicios forestais, posto que a extensión media dos montes é de 250 ha por comunidade, co cal o terreo permite a realización de certos proxectos forestais, xestión sostible do monte, ordenación, etc. En Galicia existen 2.861 Comunidades de montes veciñais que xestionan 608.729 ha de monte en mancomún.
- Administracións públicas: normalmente os concellos adoitan ter ó seu cargo terreos forestais e contratar empresas para desenvolver a súa xestión. O corrente é que se convoque un concurso público para a xestión destas zonas ou execución doutros servicios forestais.
- Empresas de servicios forestais: Poden solicitar os servicios doutras empresas de servicios forestais para a preparación de proxectos de xestión forestal, establecendo acordos de colaboración para a preparación ou execución de determinados proxectos, subcontractando certos servicios en determinados momentos de saturación ou ben naqueles que non estean especializados.

Os aspectos máis valorados polos clientes son, principalmente, un prezo axustado (sobre todo no caso dos propietarios particulares e mancomunidades) e un servicio de calidade. A profesionalidade e o axuste do servicio ás necesidades de cada caso tamén son variables de peso entre os clientes das empresas de servicios forestais. Os particulares adoitan pagar ó contado, mentres que as administracións, as empresas e Comunidades de montes veciñais acostuman pedir aprazamentos de pago a 30, 60 ou 90 días. No caso concreto das administracións, o cobro depende das condicións establecidas no concurso público.

5.2. Análise competitiva

A lectura deste capítulo permitirache coñecer:

- > **AS FORZAS BÁSICAS QUE DETERMINAN O GRAO DE COMPETENCIA DENTRO E FÓRA DA ACTIVIDADE.**
- > **CÓMO SON AS EMPRESAS, A SÚA ESTRUCTURA XURÍDICA E LABORAL, ASÍ COMO A SÚA DIMENSIÓN.**
- > **AS PRINCIPAIS BARREIRAS Á ENTRADA E SAÍDA QUE EXISTEN NA ACTIVIDADE.**
- > **OS PRODUCTOS ALTERNATIVOS OU SUBSTITUTIVOS QUE COMPITEN COS SERVICIOS FORESTAIS.**
- > **O PODER DE NEGOCIACIÓN DOS CLIENTES E OS PROVEDORES.**

A lectura deste capítulo permitirache obter as conclusións que che mostramos no seguinte cadro:

| FORZAS COMPETITIVAS | INTENSIDADE |
|-----------------------------------|---|
| INTENSIDADE DA COMPETENCIA | Media-alta Alto número de empresas dedicadas a traballos directos sobre o monte. Posibilidades de diferenciación. Competidores consolidados con clientela fidelizada. |

| FORZAS COMPETITIVAS | INTENSIDADE |
|--|---|
| <p>AMEAZA DE NOVOS COMPETIDORES</p> | <p>Barreras á entrada: Media-Alta</p> <p>Necesidade de investimentos elevados.</p> <p>Dificultade de captación de clientes.</p> <p>Barreras á saída: Baixa</p> <p>Mercado de 2ª man de maquinaria.</p> |
| <p>PRESIÓN DE PRODUCTOS SUBSTITUTOS</p> | <p>Media</p> <p>A opción "faino ti mesmo".</p> <p>Brigadas contratadas directamente por Concellos, Diputacións e Comunidades de Veciños.</p> |
| <p>PODER DE NEGOCIACIÓN DE PROVEDORES</p> | <p>Media</p> <p>Gran número de provedores de equipamento.</p> <p>Pago aprazado.</p> <p>Provedores extranxeiros en maquinaria pesada.</p> |
| <p>PODER DE NEGOCIACIÓN DE CLIENTES</p> | <p>Particulares: Baixa</p> <p>Pago ó contado.</p> <p>Elevado número de clientes.</p> <p>Superficies de pequeno tamaño.</p> <p>Comunidades de veciños e administracións públicas: Media-Alta</p> <p>Pago aprazado.</p> |

5.2.1. Análise das empresas competidoras

¿Cantas empresas hai e onde están situadas?

¿Resulta atractiva a actividade das empresas de servizos forestais para decidirse a crear unha empresa destas características?

¿Que personalidade xurídica debe adoptar a miña empresa?

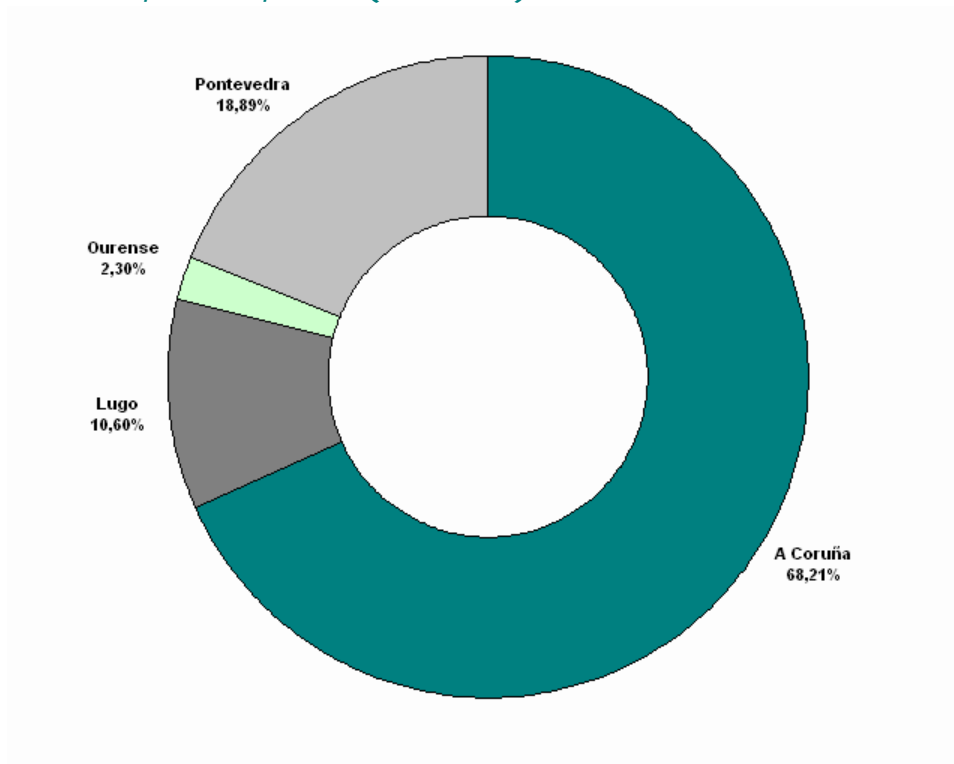
Que cifras de facturación e emprego se están conseguindo?

¿Cales son as instalacións adecuadas para a práctica da miña actividade?

5.2.1.1. Número de empresas e a súa distribución territorial

Para coñecer o número de empresas de servizos forestais existentes en Galicia recorreremos ós datos de Camerdata. Os resultados obtidos mostran na nosa Comunidade a presenza de 608 empresas dedicadas ós servizos forestais, coa seguinte distribución provincial:

Cadro 9: Gráfico da distribución territorial das empresas de servizos forestais, Galicia, 2006 (unidades)



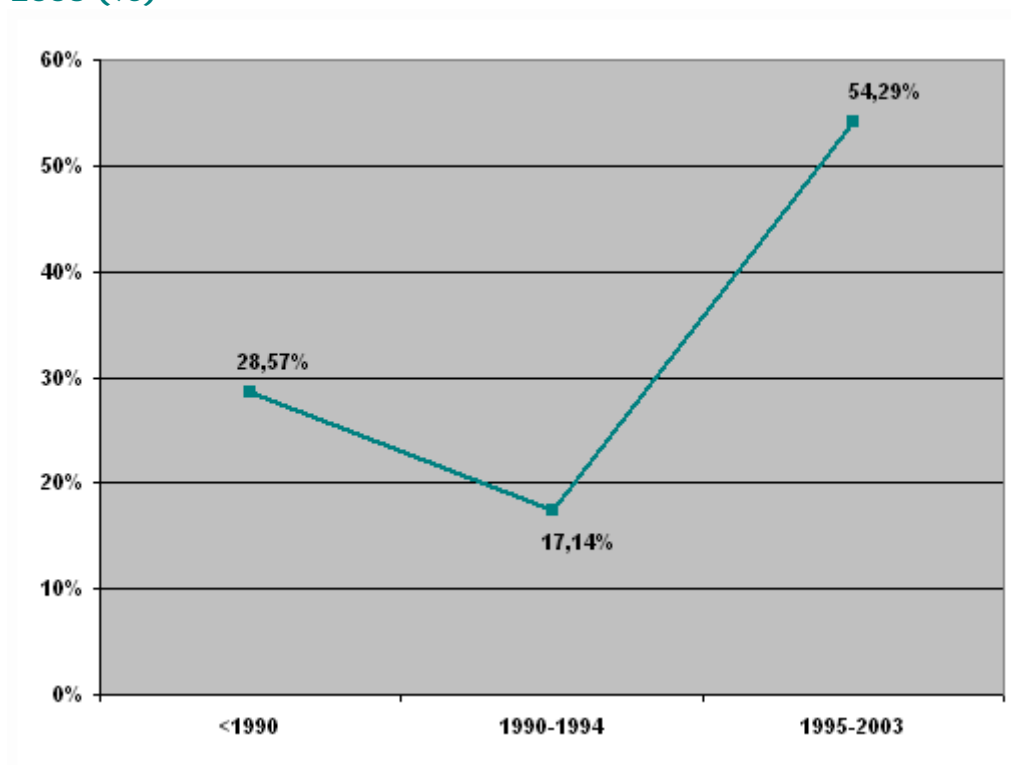
Fonte: Camerdata

Como podes comprobar no gráfico, as empresas de servicios forestais están situadas na súa maioría na provincia de A Coruña (148), seguida de Pontevedra e Lugo, con 41 e 23 respectivamente. O número de empresas restantes (5) encóntranse situadas na provincia de Ourense.

5.2.1.2. Evolución na creación de empresas

Para mostrarche a evolución na creación de empresas de servicios forestais recorreremos ós datos de Camerdata. Como podes observar, máis da metade das empresas de servicios forestais levan menos de 10 anos no mercado:

Cadro 10: Gráfico da evolución na creación de empresas, Galicia, 1990-2003 (%)



Fonte: Camerdata

A continuación mostrámosche o dato achegado polas Cámaras de Comercio galegas sobre o número de empresas creadas entre o ano 2000 e o 2003:

Cadro 11: Evolución na creación de empresas de servicios forestais, Galicia, 2000-2003 (unidades)

| | 2000 | 2003 |
|----------|------|------|
| Empresas | 562 | 608 |

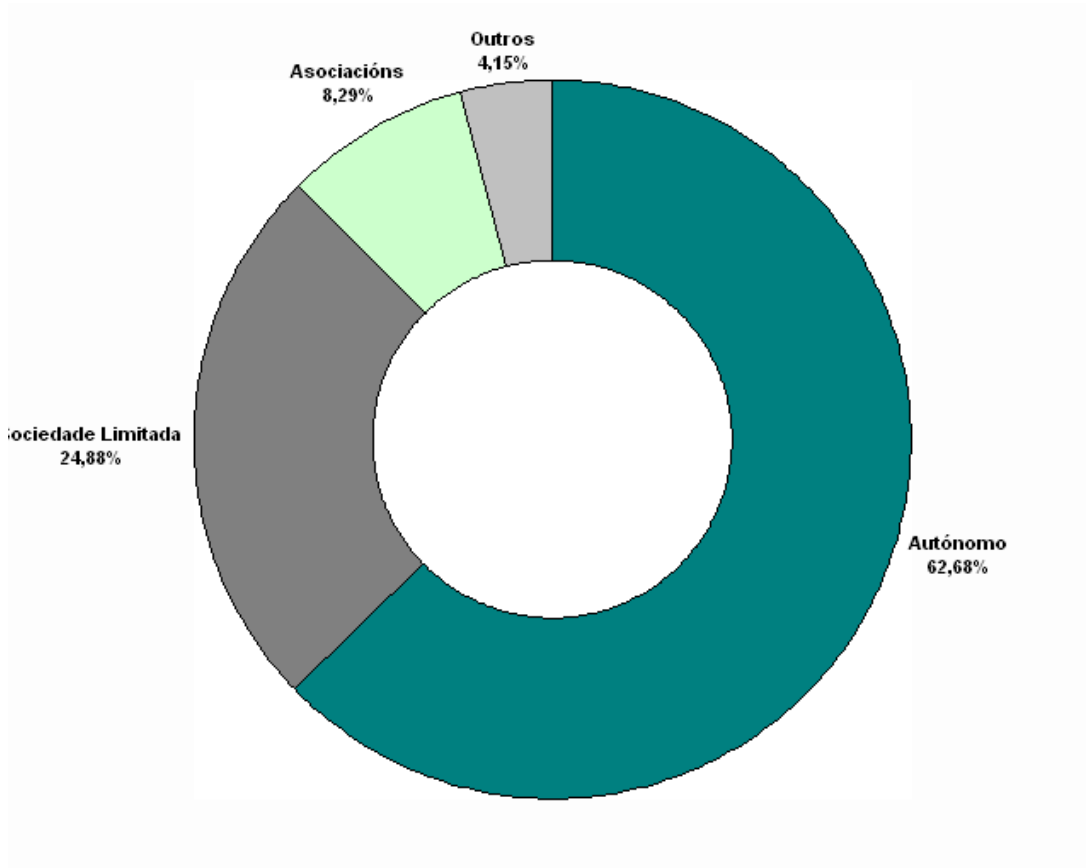
Fonte: Cámaras de Comercio de Galicia

Como podes comprobar na táboa, neste trienio o número de empresas de servicios forestais creceu un 8,2%.

5.2.1.3. Condición xurídica

A continuación móstrase unha clasificación das empresas de servicios forestais galegas a partir da condición xurídica que adoptan:

Cadro 12: Gráfico da condición xurídica das empresas de servicios forestais, Galicia, 2006 (%)



Fonte: Camerdata

Segundo se desprende do gráfico, a maior parte das empresas adoptan a forma xurídica de autónomo, o que reflicte o predominio nesta actividade de empresas de pequena dimensión.

Se elixes a condición de autónomo como forma de constitución do teu negocio, debes saber que a personalidade xurídica da empresa é a mesma que a do titular, quen responde de todas as obrigacións que contraia a empresa. Esta forma de funcionamento é idónea para empresas de pequeno tamaño, se ben a Sociedade Limitada (opción escollida por máis do 20% dos negocios galegos presentes nesta actividade) presenta a vantaxe de que os socios só responden das débedas da empresa ata o límite da achega que teñan feito á empresa.

5.2.1.4. Volume de facturación

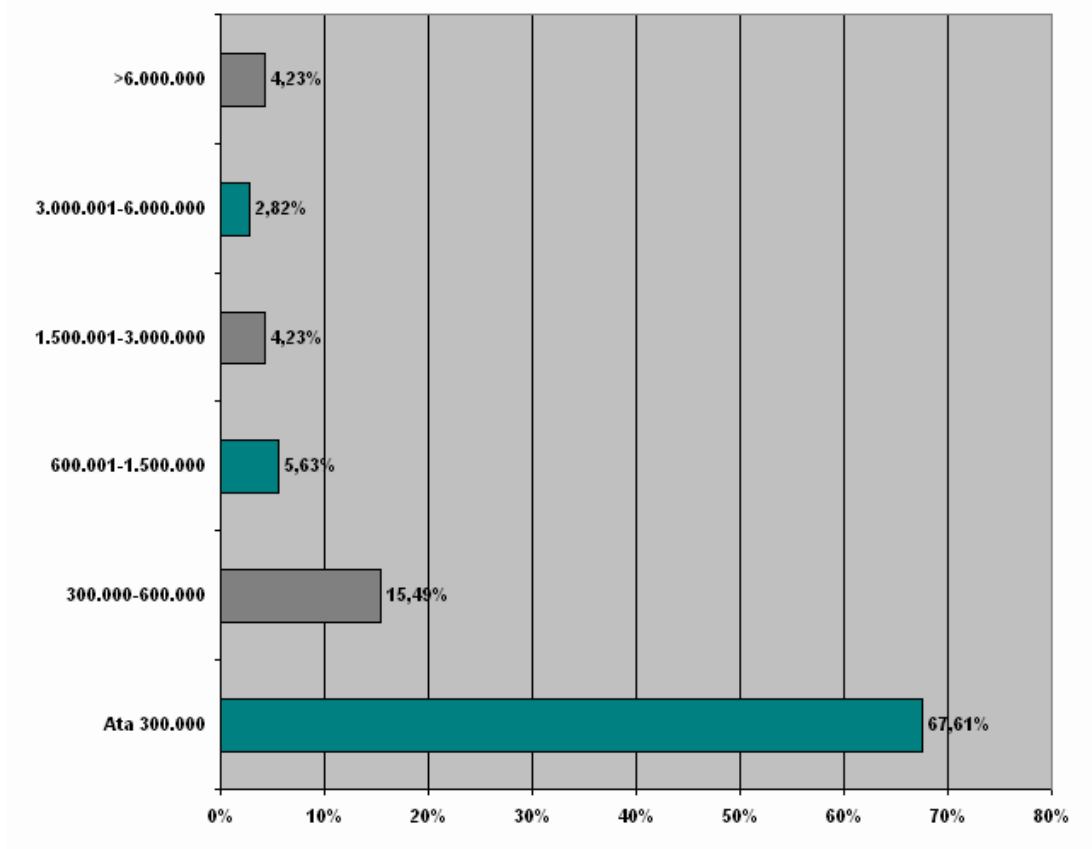
O volume de facturación das empresas de servizos forestais é moi variable e depende de factores tales como o número de empregados que teña a empresa, o tipo de servizos que oferte, os prezos que fixe por servizo e o tipo de clientes principais ós que se dirixa.

Segundo as entrevistas realizadas, este tipo de empresas clasifícanse, por tramo de facturación, en:

- Empresas pequenas: facturan menos de 300.000 euros.
- Empresas medianas: facturan entre 300.000 e 1.500.000 euros.
- Empresas grandes: facturan máis de 1.500.000 euros.

A continuación, mostrámosche a clasificación das empresas de servizos forestais por tramos de facturación, segundo os datos extraídos de Camerdata:

Cadro 13: Gráfico das empresas de servizos forestais por tramo de facturación, Galicia, 2006 (%)



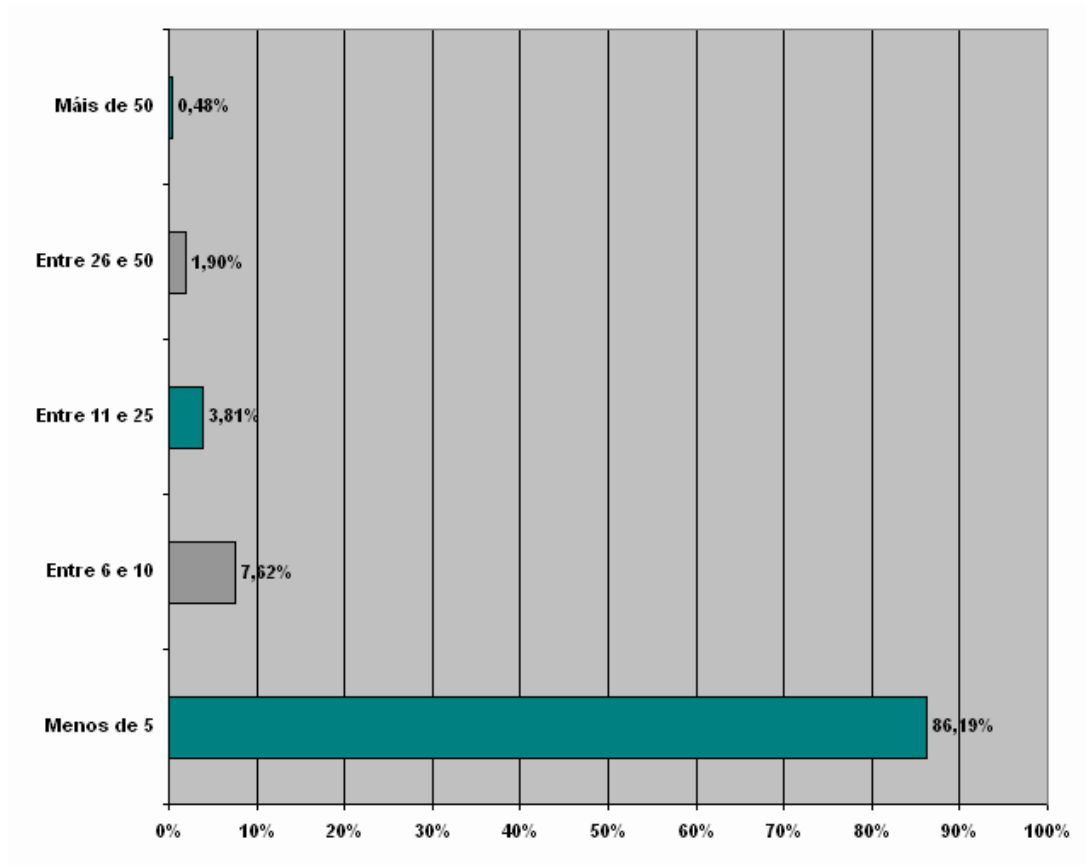
Fonte: Camerdata

Como podes comprobar, o 67,61% das empresas facturan menos de 300.000 euros, o que nos indica que a maioría das empresas desta actividade son pequenas.

5.2.1.5. Emprego

No seguinte gráfico mostrámosche a distribución das empresas galegas de servizos forestais segundo o número de empregados que teñan:

Cadro 14: Gráfico das empresas de servizos forestais segundo tramo de empregados, Galicia, 2006 (%)



Fonte: Camerdata

Do gráfico anterior extráese que máis das tres cuartas partes das empresas galegas teñen menos de cinco empregados e que máis do 90% teñen menos de 10. Estes datos indícanos que as empresas galegas de servizos forestais son maioritariamente de pequeno tamaño.

5.2.1.6. Instalacións

Para exercer esta actividade é necesario dispor dunhas instalacións de 150-200 m². Por un lado, é necesario dispor dun espazo de 60-80 m² para desenvolver as actividades de administración e elaboración dos proxectos de xestión forestal. O labor comercial realízase normalmente fóra da oficina, polo que non é preciso un acondicionamento do local de cara ó cliente.

Por outro lado, fai falta un espazo ou garaxe para gardar a maquinaria pesada, así como o vehículo de transporte da empresa. O tamaño deste garaxe pode variar en función da maquinaria da que se dispoña, así como dos vehículos que posúa para o seu transporte á zona de traballo.

As instalacións da empresa-tipo comprenden unha oficina de 60 m² para a realización dos proxectos e a atención de clientes, e un garaxe de 100 m² para gardar a maquinaria e os vehículos.

5.2.2. Análise dos competidores potenciais

¿Que barreiras á entrada e á saída existen na actividade?

As **barreiras á entrada e á saída** afectan ó nivel de competencia dun mercado porque, segundo a súa intensidade, aumentan ou diminúen o seu atractivo. Para ver o efecto das barreiras sobre o mercado, vamos pór un exemplo: se as barreiras á entrada son baixas haberá moitos emprendedores dispostos a iniciarse na actividade. Se a isto lle engades un alto número de empresas xa existentes e unhas barreiras á saída altas, encontraraste cunha competencia intensa.

As barreiras á entrada teñen unha intensidade media-alta, pola necesidade de realizar un investimento elevado no inicio da actividade. Ademais, a captación de clientes ó comezo do negocio condiciona a viabilidade da empresa.

As barreiras á saída teñen unha intensidade baixa pola existencia dun consolidado mercado de segunda man, sobre todo en canto a maquinaria técnica ou maquinaria pesada.

5.2.3. Productos substitutos

¿Que alternativas existen ós servicios forestais?

¿Que vantaxes e inconvenientes teño fronte a eles?

A identificación de produtos substitutos supón a busca doutros produtos que poidan cumprir a mesma función e, por tanto, satisfacer as mesmas necesidades que o produto que ofrecen os servicios forestais. Os produtos substitutos inflúen sobre a competencia, xa que se teñen un prezo máis baixo e/ou un atractivo maior que o produto xerado polas empresas da actividade, parte da demanda desprazarase cara ó substitutivo.

En primeiro lugar, e en relación cos servicios básicos de limpeza e mantemento dos montes, hai que destacar a opción "faino ti mesmo". A estreita relación deste sector co entorno rural supón que a maior parte dos propietarios forestais particulares coñezan o mundo forestal o suficiente como para realizar eles mesmos os servicios básicos de mantemento (limpezas, repoboacións, rozas, etc.); ademais, estes propietarios adoitan dispor de certas ferramentas agrícolas necesarias para levar a cabo estes traballos. Por outra parte, a reducida dimensión destas superficies privadas facilita a realización das tarefas por un pequeno grupo de persoas, que normalmente teñen unha relación familiar, sen necesidade de contratar servicios especializados.

Outro produto substituto das empresas de servicios forestais refírese ás brigadas de traballadores propios dos Concellos, Deputacións ou comunidades de veciños para o mantemento dos terreos forestais. Sen embargo, estes traballadores non adoitan estar capacitados para desenvolver certos servicios propios das empresas forestais, debido á súa complexidade e ó risco que supón a súa realización cando se carece dos coñecementos técnicos necesarios.

5.2.4. Provedores e o seu poder de negociación

¿Cales son as características principais dos provedores?

¿Que aspectos debo valorar para elixir un ou outro provedor?

¿Cales son os prazos de pago ós provedores no mercado?

¿Cal é a capacidade dos provedores para exercer presión sobre a miña empresa?

Os provedores poden exercer o seu poder de negociación sobre as empresas participantes na actividade: ameazando con elevar os prezos, ou reducir a calidade dos produtos ou servizos; coa conseguinte repercusión na rendibilidade da actividade ou na calidade que prestarás ós teus clientes.

Os provedores básicos dunha empresa de servizos forestais son de tres tipos: de maquinaria, de produtos (plantas, tratamentos fitosanitarios, sementes, etc.) e de ferramentas de traballo. En canto ós provedores de maquinaria, adoitan ser firmas internacionais, sobre todo cando nos referimos á maquinaria pesada, e o seu catálogo de produtos inclúe solucións integrais. Os empresarios entrevistados valoran principalmente a calidade técnica do produto, así como o servizo técnico do seu mantemento. Estes provedores adoitan aprazar o cobro da maquinaria a 30, 60 ou 90 días.

En canto ós provedores de produtos e ferramentas de traballo, os xerentes entrevistados valoran principalmente a calidade, pois deles depende na maioría das ocasións o resultado e a rapidez na subministración, así como o prezo axustado. Estes provedores permiten un aprazamento de pago a 30 ou 60 días, dependendo do volume de material comprado e a fidelidade do cliente.

No apartado 8.2 Anexo de Provedores proporcionámosche unha serie de referencias que che orientarán na busca de provedores para o teu negocio.

5.2.5. Poder de negociación dos clientes

¿Cal é a capacidade dos clientes para exercer presión sobre a miña empresa?

Os clientes poden forzar ás empresas que compiten no mercado a baixar os prezos, ou a ofrecer unha calidade superior ou máis servizos.

Os clientes particulares das empresas de servizos forestais teñen un poder de negociación baixo, debido a que o tamaño dos terreos é pequeno e os servizos son bastante rutineiros. Estes clientes adoitan pagar ó contado.

Os clientes máis importantes, como son as Comunidades de veciños con montes en mancomún, é habitual concederlles prazos de cobro máis amplos, como resultado do seu maior poder de negociación, derivado da importancia destes clientes na conta de resultados de calquera empresa e a maior amplitude de servizos que se poden levar a cabo nos seus terreos. Estes prazos encóntranse entre os 30 e os 90 días de media.

As Administracións públicas, adoitan contratar os servizos de empresas forestais mediante concursos, polo que os prazos de pago xa veñen establecidos de antemán.

5.3. Situación actual e previsións para o futuro

A lectura deste capítulo permitirache coñecer:

- > **OS PRINCIPAIS OBSTÁCULOS Ó DESENVOLVEMENTO DO MERCADO.**
- > **AS OPORTUNIDADES QUE SE PRESENTAN PARA POTENCIAR O MERCADO.**
- > **AS CAPACIDADES E RECURSOS QUE CONSTITÚEN AS PRINCIPAIS VANTAXES COMPETITIVAS DOS SERVICIOS FORESTAIS.**
- > **OS ASPECTOS INTERNOS DAS EMPRESAS QUE LIMITAN, REDUCEN OU FREAN O DESENVOLVEMENTO DAS SÚAS CAPACIDADES.**

Se pensaches en crear unha empresa de servizos forestais debes ter presente o seguinte cadro coa finalidade de aumentar ou manter os puntos fortes, permanecer atento ás oportunidades que se che ofrecen e eliminar ou mellorar os puntos febles para combater as ameazas que o mercado che presente.

O Análise DAFO é unha ferramenta analítica que permite coñecer o entorno do mercado actual e as previsións futuras da evolución dun negocio. A través do DAFO obtemos unha visión interna e externa da nosa actividade respecto ao mercado no que vamos a operar. Ademais facilita a toma de decisións futuras de carácter estratéxico.

Basease en catro puntos fundamentais: a nivel externo a empresa, é dicir, o entorno socioeconómico no que opera, analízanse as posibilidades futuras da empresa (Oportunidades) e handicaps actuais (Ameazas). Por outra parte, a nivel interno da empresa existen ventaxas competitivas (Puntos Fortes) e carencias esenciais (Puntos Febles).

| AMEAZAS | OPORTUNIDADES |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> > Incendios forestais. > Atomización dos montes privados. > Falta de capacidade de investimento dos propietarios particulares. > Falta de redes de comunicación adecuadas nos terreos forestais. | <ul style="list-style-type: none"> > Enorme superficie forestal de Galicia. > Condicións favorables para o desenvolvemento do sector forestal. > Apoio ó sector por parte das distintas Administracións Públicas. > Fomento da cultura forestal. > Difusión dos distintos usos ou aproveitamentos do bosque. > Valoración dos produtos secundarios que xenera o monte. > Incentivación da xestión privada do bosque. > Incremento do nivel de vida da poboación rural. > Aumento do asociacionismo e colaboración entre propietarios forestais particulares. > Posibilidade de ofrecer formación específica da actividade. |
| PUNTOS FORTES | PUNTOS FEBLES |
| <ul style="list-style-type: none"> > Estructuras flexibles. > Capacidade de absorción de man de obra. > Capacidade de crecemento pola diferenciación de servizos. > Trato personalizado ó cliente. > Alta preparación técnica. | <ul style="list-style-type: none"> > Dependencia da Administración. > Rendimentos económicos a medio e longo prazo. > Escasa formación específica. > Carencia de planificación empresarial. > Falta de asociacionismo e colaboración empresarial. |

A **ameaza** principal recae nos incendios forestais, como axentes causantes de danos na vexetación. Segundo a Dirección Xeral de Montes e Industrias Forestais da Consellería de Medio Ambiente, no período 1991-2002 rexistráronse en Galicia un total de 123.148 incendios, que deixaron 289.139 hectáreas afectadas.

Outra ameaza está relacionada coa atomización dos montes galegos, é dicir, case o 70% do monte galego está en mans de particulares, e a extensión media por parcela é inferior a dúas hectáreas. As dimensións do solo privado dificultan a xestión destes montes, posto que na maioría das ocasións as propiedades están divididas en varias parcelas, e faise moi difícil desenvolver os labores de limpeza, rareo, roza, etc. Esta limitación de superficie, ademais, encarece a prestación do servizo e condiciona a negociación cos propietarios. Neste sentido, a seguinte ameaza está moi relacionada, xa que se refire ó problema do escaso investimento dos propietarios particulares no mantemento e mellora dos seus terreos forestais, debido á falta de capacidade para xestionar os montes de maneira individual.

A última ameaza fai referencia á ausencia de infraestructuras de comunicación adecuadas para facilitar as tarefas das empresas de servizos forestais. Na maioría dos casos, os montes carecen de pistas de comunicación, o que prexudica o desprazamento dos traballadores polos terreos, así como as tarefas de extinción de incendios cando estes se producen.

Unha **oportunidade** moi importante para os que se adentran no mercado dos servizos forestais é a importante extensión de terreo forestal que hai en Galicia, xa que preto do 69% do solo galego é de uso forestal. Isto dános unha idea da dimensión do sector nesta Comunidade, xa que representa o 50% do total do sector a nivel nacional. En relación coa superficie forestal galega, hai que pór de manifesto outra oportunidade relacionada con esta, e é a que se refire ás condicións favorables ó desenvolvemento forestal nesta Comunidade Autónoma.

Outra oportunidade para os que se adentran no mercado dos servizos forestais reside en todo o apoio recibido por parte da Unión Europea, a Administración central e a autonómica.

Actualmente produciuse un incremento significativo do gasto e das infraestructuras forestais da Comunidade Galega (dotacións contra-incendios, traballadores forestais, pistas forestais, etc.):

1. Plan Forestal Español: realiza un diagnóstico da situación dos montes españois, avalía as necesidades de investimento e propón actuacións encamiñadas á súa restauración, conservación e xestión forestal sostible.

2. Plan Forestal de Galicia: aprobado en 1992 e dirixido ó sector forestal, pola importancia estratéxica que ten no medio rural e a rendibilidade que se obtén.

3. Rede Natura 2000: relativa á conservación dos hábitats naturais e da fauna e flora silvestres. O obxectivo fundamental deste programa é o mantemento nestas áreas, nun estado de conservación favorable, dos recursos naturais que motivaron a declaración da zona dentro da Rede Natura.

4. Estratexia de conservación de Especies Ameazadas. Como resultado da aplicación do Programa de Conservación de Especies Ameazadas, fóronse elaborando, de maneira coordinada e consensuada con Administracións autonómicas e expertos, diferentes Estratexias de conservación para dar resposta ás necesidades dalgunhas das nosas especies máis emblemáticas: lince ibérico, oso pardo, quebrantaósos. A Estratexia Forestal Española elaborouse para dar unha resposta desde o noso país tanto á Estratexia Comunitaria como a diferentes iniciativas que desde distintos ámbitos internacionais veñen fraguándose nos últimos anos.

5. Estratexia de Biodiversidade e o seu Desenvolvemento. Elaborada en cumprimento do Convenio de Diversidade Biolóxica, cun alto grao de participación e consenso, foi aprobada pola Conferencia Sectorial de Medio Ambiente e actualmente estanse preparando os plans sectoriais que a desenvolven, dentro do proceso máis amplo de elaboración e posta en marcha da Estratexia de Desenvolvemento Sostible da Unión Europea e da súa versión para España.

6. Conservación da Natureza no medio rural. Dentro das posibilidades ofrecidas polo novo Regulamento de Desenvolvemento Rural da Unión Europea, deseñáronse unhas liñas dirixidas a fomentar a conservación da natureza no medio rural, cofinanciadas polo Ministerio.

7. Programa de Acción Nacional contra a Desertización. Como estado membro do Convenio de Nacións Unidas de Loita contra a Desertización, España elabora e aplica un programa nacional para atallar este problema, que debe ser abordado desde numerosos ámbitos de maneira simultánea (restauración da vexetación, restauración de solos, desenvolvemento socioeconómico sostible, uso da auga...).

Estes programas axudan, por outra parte, ó fomento da cultura forestal entre os distintos axentes forestais para potenciar os diferentes usos que se poden dar ó monte, así como os seus tipos de aproveitamento. É dicir, os terreos que por natureza teñen un uso agrícola poden converterse en terreos forestais, ou ben, dentro dos terreos propiamente forestais, pódese chegar a transformar unha zona de monte desarborizado en monte arborizado a través da acción do home.

Neste sentido, é necesario destacar tamén a importancia que ten a ordenación do monte en función do tipo de explotación que se lle queira dar e que, segundo o caso, pode ser compatible ou alternativo á produción madeireira. Algúns destes tipos de ordenación, tales como a explotación do terreo para usos cinexéticos, paisaxísticos ou ambientais están en auxe nos últimos anos; e os expertos da actividade entrevistados sinálanos como novos nichos de mercado para a actividade das empresas de servizos forestais que desenvolvan proxectos.

Ademais, outra oportunidade é a nova valoración de outros aproveitamentos do monte derivados de produtos secundarios, tales como o mel, os froitos forestais, plantas medicinais, recursos agroenerxéticos, etc., que abren ó propietario forestal unha ampla variedade de novos sistemas de explotación do monte.

En relación cos programas citados anteriormente, e en cumprimento dos obxectivos sinalados en tales plans, hai que sinalar a importancia das distintas clases de investimentos institucionais no sector forestal. Desde a Administración pública xéranse unha serie de subvencións e axudas para a xestión do terreo forestal que cobren en ocasións o 75% do investimento do proxecto, o que favorece, por tanto, a xestión privada dos montes.

Outra oportunidade refírese ó aumento do nivel de vida da poboación rural, que permite que o monte sexa percibido polos propietarios particulares como fonte de investimento, con posibilidades de aumentar as quendas de explotación, e as súas variedades de uso, así como orientar a súa xestión cara a diferentes tipos de aproveitamento ou diferentes niveis de calidade dos produtos.

Outra oportunidade vén reflectida polo aumento do asociacionismo entre propietarios forestais nos últimos anos, o que favorece a xestión conxunta de varias parcelas para conseguir prezos máis axustados e, así repartirse os custos. Esta forma de asociación entre propietarios particulares está dando paso a unha nova forma de xestión que presenta tanto vantaxes como inconvenientes. Por unha parte, aumenta a capacidade de negociación dos clientes particulares fronte ás empresas de servicios forestais, posto que se contratan máis hectáreas de traballo. Por outra parte, coa asociación de propietarios e a división de custos inténtase paliar o problema do investimento no sector forestal deste tipo de clientes, xa que só non teñen capacidade para desenvolver certas accións no monte.

Unha última oportunidade aparece pola necesidade de encontrar persoal especializado, algo que os empresarios da actividade sinalaron como unha debilidade do sector. As empresas de servicios forestais poden transformar este punto feble nunha oportunidade de mercado incluíndo na súa carteira de servicios a formación en materias específicas da actividade. Desta forma, a necesidade de formar ó seu propio persoal pódese converter nun novo produto para xerar ingresos.

Polo que se refire ós **puntos fortes**, podemos citar, en primeiro lugar, a posibilidade de contar con estruturas flexibles que se adapten ás circunstancias da demanda. A estrutura das empresas de servicios forestais permítelles, a través da subcontratación, adaptarse á situación e ás necesidades do cliente.

Outro punto forte, relacionado co punto anterior, fai referencia á capacidade destas empresas para absorber man de obra, en función das necesidades de cada momento.

Ademais, as empresas dedicadas ós servicios forestais poden establecer estratexias de crecemento a través de diversas técnicas, como pode ser a diferenciación de servicios, especialización, etc.

Outro punto forte importante da actividade é a posibilidade de ofrecer un trato personalizado ó cliente a través de proxectos e presupostos adaptados á realidade do terreo e á necesidade do cliente.

Da mesma forma, hai que sinalar a preparación técnica das empresas de servicios forestais, debido ás esixencias técnicas da propia actividade.

A excesiva dependencia da Administración por parte das empresas de servicios forestais é un dos **puntos febles** da actividade ó que terás que enfrontarte cando comeces a operar. Esta debilidade é xeralizable a todo o sector, xa que a capacidade dos propietarios particulares é insuficiente para pór en marcha plans de xestión forestal, tanto polo custo de execución do proxecto coma polo mantemento posterior de dito terreo. Polo tanto, as subvencións e axudas públicas ó mantemento ou repoboación de zonas danadas fanse imprescindibles.

Outra debilidade importante das empresas de servizos forestais ten relación co tempo de obtención dos ingresos, posto que en determinados servizos, como a ordenación ou repoboación forestal, os rendementos adoitan obterse varios anos despois do comezo do proxecto, e as empresas necesitan financiamento.

Ademais, en xeral, no sector forestal existe unha carencia importante de formación específica, sobre todo para os traballadores forestais (podadores, motoserristas, peóns e outros), o que comporta un importante labor de formación previo ó empregado por parte da empresa.

Outro punto feble refírese ás carencias en formación empresarial, que limitan a súa capacidade para a mellora nas diferentes áreas de negocio (desenvolvemento de estratexias comerciais, fixación de prezos, adaptación ás novas tecnoloxías e tendencias, etc.). Ademais, a maioría das empresas do sector caracterízanse por ser pequenas, de carácter familiar, por descoñecer as ferramentas de xestión, etc., o que provoca unha perda de competitividade.

O último punto feble está relacionado co anterior, xa que fai referencia ó baixo nivel de asociacionismo e colaboración empresarial. Trátase de empresas pequenas e familiares que traballan normalmente en zonas moi delimitadas, polo que son moi localistas e desconfían da colaboración entre competidores.

6. ÁREAS DA EMPRESA

6.1. Marketing

A lectura deste capítulo permitirache coñecer:

- > OS BENS E SERVICIOS XERALMENTE OFERTADOS.
- > A POLÍTICA DE PREZOS MÁIS HABITUAL NO MERCADO.
- > AS CANLES UTILIZADAS PARA A COLOCACIÓN DO PRODUCTO NO MERCADO.
- > AS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DA FORZA DE VENDAS.
- > AS PRINCIPAIS ACCIÓNS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POLAS EMPRESAS.

A lectura deste capítulo permitirache obter as seguintes conclusións:

- Os produtos principais que ofrecen as empresas de servizos forestais son os servizos de acción previa e directa sobre o monte: rozas, limpeza, preparación do solo, etc.; pero cada vez xorden máis empresas especializadas en elaborar proxectos forestais de ordenación, repoboación, reforestación, etc.
- prezo dos servizos forestais depende de múltiples factores, tales como a superficie do terreo, o seu estado, o tipo de servizo, a maquinaria empregada, etc. A Consellería de Medio Ambiente establece unhas tarifas máximas para a contratación pública de servizos forestais que son tomadas como referencia polos empresarios da actividade.
- As ferramentas de promoción máis habituais son: o *boca a boca*, a imaxe corporativa, os anuncios en directorios comerciais, as páxinas web e o labor comercial.

6.1.1. Producto

¿Que bens e servicios podó ofrecer ós meus clientes?

Os servicios que ofrecen as empresas forestais son moi variados e dependen fundamentalmente dos recursos cos que conte a empresa, así como da estratexia que decida seguir. En xeral, podemos falar de:

- Servicios de execución directa de traballos forestais, tales como:
 - Acción previa sobre o monte: roza, limpeza, rareo, etc.
 - Tratamento fitosanitario.
 - Preparación do solo (apertura de buratos).
 - Implantación vexetal.
 - Fertilizacións.
 - Servicio de prevención de incendios forestais.
 - Apertura de camiños e vías forestais.
- Servicios relacionados coa enxeñería forestal:
 - Proxectos de obra de repoboación e tratamentos selvícolas.
 - Proxectos de tratamentos fitosanitarios.
 - Proxectos de recuperación de montes.
 - Proxectos de ordenación forestal, plans dasocráticos e plans de aproveitamento.
 - Proxectos de camiños forestais e obras varias para o monte.
 - Proxectos de ordenación cinexética.
 - Proxectos de ordenación de recursos naturais.
 - Proxectos de planificación e uso de espacios naturais.
 - Proxectos de viveiros forestais.
- Servicios de asistencia técnica e asesoría forestal:
 - Valoración de terreos forestais.
 - Medición de terreos (para herdanzas, concentración parcelaria e outros).
 - Cubicación e valoración de lotes de madeira.
 - Elaboración de inventarios forestais.

- Asesoramento de explotacións agroforestais.
- Asistencia facultativa para a realización de todo tipo de tratamentos selvícolas.
- Dirección facultativa de todo tipo de obras forestais.

- Xestión integral de montes de propietarios individuais ou de Comunidades de veciños.

- Tramitación completa de subvencións: tramitación de solicitudes de subvención para a forestación de terras agrarias, mellora de bosques rurais, repoboación, etc.

- Actividades de formación específica en determinadas tarefas: motoserrista, traballador forestal, plantación, etc.

En calquera tipo de negocio, definir os servicios que van ser prestados pola empresa constitúe unha decisión estratéxica de grande importancia, xa que, tomando como base esa oferta, poderás diferenciarte da competencia, dirixirte a un público obxectivo específico a través dunha oferta especializada ou intentar acceder a negocios pouco explotados. Por exemplo, os empresarios destacaban os distintos aproveitamentos do monte non relacionados coa madeira, tales como froitos (castañas, trufas, cogomelos, etc.), herbas medicinais ou especias, ordenación do monte para finalidades cinexéticas, paisaxísticas, ambientais, especialización en tratamentos fitosanitarios ou en prevención de incendios, etc.

6.1.2. Prezo

¿Que aspectos debo ter en conta para establecer un prezo?

¿Cales son os prezos medios na actividade?

¿Como fixo o prezo dos meus produtos?

Á hora de fixar o prezo dos servicios existen distintas opcións, dependendo do servicio que se preste. Segundo as entrevistas realizadas, para determinados servicios, os prezos establecidos polas empresas de servicios forestais axústanse en función dos prezos máximos contemplados pola Consellería de Medio Ambiente para a execución de obras de carácter público.

Para a redacción de proxectos ou a súa execución por contrato elabóranse presupostos globais dependendo do tamaño da superficie, a súa composición, os materiais necesarios por diferencias de nivel ou masa, o persoal que se precisa e os custos de desprazamento. O axuste dos presupostos determina en moitos casos a rendibilidade do proxecto, ó contemplar as posibles dificultades que poidan xurdir e tomar en consideración prezos actualizados.

En canto ás tarifas de referencia, podemos establecer unas horquillas de prezos de determinados servicios en función das entrevistas realizadas. Para outros servicios, ofrecemos os prezos máximos estipulados pola Consellería:

- Acción previa sobre o monte (roza, limpeza de matos): entre 1.200 e 1.800 euros/ha.
- Tratamento fitosanitario: 180 euros/ha.
- Preparación do solo e/ou implantación vexetal: entre 300 e 600 euros/ha.
- Fertilizacións: 240 euros/ha.
- Servicios de prevención de incendios forestais: 540 euros/ha.
- Apertura de camiños e vías forestais: 6.000 euros/km.

En canto ós servicios relacionados coa enxeñería forestal e a xestión, para a confección dos proxectos elabóranse presupostos axustados ó tipo de estudio que se vaia redactar. Como referencia, os xerentes do sector sinalaron que un plan técnico para un monte arborizado ou semiarborizado de 300 hectáreas adoita ter un valor de entre 9.000 e 15.000 euros.

Os servicios de asistencia e asesoría forestal, así como a tramitación de subvencións, tamén acostuman realizarse baixo presuposto, cun prezo por hora de 50 euros.

6.1.3. Distribución/Forza de vendas

¿De qué alternativas dispoño para colocar o servicio no mercado?

¿Como se realiza a venda do servicio?

Nesta actividade ten grande importancia o labor comercial para a venda do servicio, que adoita recaer nun dos emprendedores. Ademais, resulta imprescindible visitar as Comunidades de veciños e asociacións veciñais propietarias de montes en mancomún para darlles a coñecer os servicios da nosa empresa.

Unha vez que se realiza o contacto, dependendo das necesidades do cliente, realízase a planificación do traballo, determínanse as necesidades e elabórase un presuposto para a execución do proxecto ou servicio forestal.

Tamén existe a posibilidade de firmar acordos con outras empresas de servicios forestais que necesiten apoio técnico na redacción de proxectos de xestión forestal.

6.1.4. Promoción

¿Como vou dar a coñecer a miña empresa?

As empresas entrevistadas coinciden en sinalar o *boca a boca* como o método de promoción máis eficaz para este sector. De todas formas, é necesaria a creación dunha imaxe corporativa, anuncios en directorios comerciais e unha páxina web, que che permitirán darte a coñecer en zonas afastadas da túa área de influencia.

Tamén se poden utilizar outras ferramentas de promoción menos comúns, como o mailing ou a elaboración de folletos ou trípticos, para presentar os teus servicios ou prezos ós posibles clientes.

É relevante, tamén, a presenza da empresa en varias asociacións do sector para poder beneficiarse da súa promoción conxunta a través de campañas de difusión da cultura forestal, a presenza en dípticos que fan chegar ás asociacións de propietarios forestais, etc.

6.2. Análise económico-financieira

A lectura deste capítulo permitirache coñecer:

- > OS INVESTIMENTOS NECESARIOS PARA O ARRINQUE DA TÚA ACTIVIDADE.
- > AS PARTIDAS DE GASTOS MÁIS IMPORTANTES PARA O DESENVOLVEMENTO DA TÚA ACTIVIDADE.
- > UNHA PROPOSTA DE CONTA DE RESULTADOS.
- > AS FONTES DE FINANCIAMENTO MÁIS UTILIZADAS POR ESTE TIPO DE EMPRESAS.

A lectura deste capítulo permitirache obter as seguintes conclusións:

- **As partidas de investimento máis importantes son a compra da maquinaria e o acondicionamento do local.**
- **En canto ós gastos fixos, a partida de gastos de persoal é a máis significativa.**
- **As formas de financiamento máis habituais son o autofinanciamento e o financiamento alleo.**

6.2.1. Investimentos

¿Que desembolso teño que facer para iniciar a actividade?

Este apartado recolle os elementos do patrimonio destinados a servir de forma duradeira na actividade da empresa. O seguinte cadro recolle as partidas máis importantes para iniciar esta actividade. O cálculo estimativo está baseado nunha empresa de servicios forestais das características descritas no apartado 2. Descrición da Actividade e Perfil da Empresa-tipo da presente Guía.

Cadro 15: Investimentos estimados (euros)

| CONCEPTO | IMPORTE |
|--|----------------|
| Acondicionamento do local | 17.600 |
| Maquinaria | 62.800 |
| Mobiliario | 3.900 |
| Ferramentas de man e útiles | 3.000 |
| Elementos de transporte | 8.000 |
| Equipos para procesos de información | 2.400 |
| Aplicacións informáticas | 800 |
| Gastos de constitución e primeiro establecemento | 1.800 |
| Total | 100.300 |

Fonte: Elaboración propia a partir de datos de entrevistas

Para calcular o investimento pártese dos custos de acondicionamento do local, que ascenden a 17.600 euros. Neste suposto optouse polo aluguer do local, polo que se levou o importe do aluguer á partida de gastos que figura no apartado seguinte. Se no seu lugar optas pola compra, deberase engadir ó importe estimado para os investimentos de arrinque o valor de adquisición correspondente, co cal os investimentos experimentarán un incremento significativo.

A partida de maquinaria recolle a adquisición de tres motoserras, dúas máquinas de rozar, un tractor guindastre, un GPS e un aparato topográfico como a estación total.

A partida de mobiliario incorpora os elementos necesarios para unha pequena oficina con dous postos de traballo e unha sala de reunións.

As ferramentas de man e útiles inclúen a adquisición picos, pas, ancilos, carretillas e outros útiles necesarios para o traballo no monte.

Os elementos de transporte contemplan a adquisición, por parte da empresa, dun vehículo todoterreo de segunda man para cubrir os desprazamentos da cuadrilla de traballo ó monte.

As partidas de equipos para procesos de información e aplicacións informáticas inclúen a compra de dous ordenadores (un deles portátil), unha impresora e o software necesario para o desenvolvemento da actividade.

Finalmente, dentro dos gastos de constitución e primeiro establecemento, inclúense os importes correspondentes á formalización da empresa (notaría, rexistros, etc.) e os gastos de deseño da imaxe corporativa.

6.2.2. Gastos

¿Cales son os gastos medios anuais da actividade?

Neste apartado ímonos referir ós *desembolsos* necesarios ós que deberás facer fronte para o exercicio da actividade. É posible que o primeiro ano as vendas non sexan as esperadas e, por tanto, os ingresos sexan escasos e dificilmente compensen os gastos. Por iso, é conveniente que realices un exercicio de previsión sobre o número de meses durante os que pode producirse a situación exposta e, en consecuencia, contes con fontes de financiamento suficientes para afrontar o desfase económico temporal entre ingresos e gastos.

Neste tipo de actividade imos diferenciar os gastos variables, é dicir, aqueles que dependen directamente do volume de produción, dos fixos, aqueles que se manteñen máis ou menos constantes.

Segundo as entrevistas realizadas, a preparación do solo e/ou implantación vexetal representa un 60% do importe que se factura por este servizo, debido ós gastos de material e ás unidades necesarias para a implantación; o tratamento fitosanitario e a fertilización supoñen un 45% de gasto variable, pola adquisición dos fertilizantes e praguicidas necesarios nestes tratamentos; o desenvolvemento de proxectos representa un 35% de custo variable, pola subcontratación de determinados servizos a outras empresas, tales como medición de terreos, estudos da masa e outros. A acción previa sobre o monte, os servizos de prevención de incendios forestais e a apertura de camiños e vías forestais supoñen un 15% do importe facturado polo servizo, debido ó combustible consumido na maquinaria e no traslado dos traballadores.

Cadro 16: Gastos variables anuales estimados (euros)

| CONCEPTO | IMPORTE |
|--|------------------|
| Acción previa sobre o monte | 22.500 |
| Tratamiento fitosanitario | 3.645 |
| Preparación do solo e/ou implantación vexetal | 13.500 |
| Fertilizacións | 2.916 |
| Servicios de prevención de incendios forestais | 1.093,50 |
| Apertura de camiños e vías forestais | 648 |
| Proxectos | 8.400 |
| Total | 52.702,50 |

Fonte: Elaboración propia a partir de datos de entrevistas

A continuación presentamosche os gastos fixos mínimos aproximados que ten unha empresa de servicios forestais como a empresa-tipo:

Cadro 17: Gastos fixos anuales estimados (euros)

| CONCEPTO | IMPORTE |
|--|-------------------|
| Gastos de persoal (soldos + SS) | 112.300 |
| Aluguer do local | 9.000 |
| Subministracións* | 840 |
| Comunicacións** | 1.080 |
| Reparacións e conservación | 3.000 |
| Repastos | 1.000 |
| Publicidade | 450 |
| Material de oficina | 600 |
| Servicios de profesionais independentes | 1.440 |
| Uniformes | 3.000 |
| Gastos de viaxe | 2.700 |
| Primas de seguros | 1.300 |
| Gastos financeiros*** | 3.259,75 |
| Amortizacións | 13.550 |
| Outros (fotocopias, material de limpeza, etc.) | 400 |
| Total | 153.919,75 |

*Inclúe: luz e auga **Inclúe: teléfono, fax e internet ***O emprendedor financia o 50% do investimento cun préstamo de 50.150 euros ó 6,5% Fonte: Elaboración propia a partir de datos de entrevistas

O volume destas partidas serve de orientación, polo que pode ser aumentado ou diminuído en función da empresa e a estratexia a seguir que se escolla. Por exemplo, o aluguer do local pode variar en función da situación da empresa, e os seguros van en proporción á maquinaria e ós traballadores.

Para estimar os gastos de persoal consideráronse catorce pagas ó ano para un cadro de persoal formado por dous emprendedores, cun soldo de 1.100 euros brutos ó mes cada un, un capataz cun soldo de 900 euros brutos ó mes e catro traballadores forestais cun soldo de 750 euros brutos ó mes cada un. O importe que resta para alcanzar a cifra estimada que aparece no cadro é o que corresponde á Seguridade Social.

Dentro da partida de subministracións calculouse un gasto de 50 euros ó mes de luz e 20 euros mensuais de auga. No importe de comunicacións estímase 90 euros ó mes que inclúen teléfono, fax e internet. Estes gastos figuran no cadro de gastos fixos, aínda que en realidade son semifixos.

Na partida de reparacións e conservación estímase un gasto anual de 3.000 euros en mantemento da maquinaria e o vehículo; e en repostos estímase un gasto anual de 1.000 euros. Na partida de publicidade estímase un gasto anual de 450 euros para a inclusión en directorios comerciais, mentres en material de oficina, estímase un gasto anual que inclúe consumibles, CDs, papel con membrete, etc. Nos servizos profesionais independentes tívose en conta o gasto que supón o servizo externo que presta a asesoría (120 euros ó mes) para a xestión de temas contables, fiscais e laborables.

Na partida de uniformes contéplase a compra de roupa e equipos de seguridade para os traballos de execución directa sobre o monte, e en gastos de viaxe inclúense as dietas que poidan derivar do labor comercial dun dos emprendedores.

A partida de amortización obtense de aplicar o seguinte criterio:

- Maquinaria e mobiliario: 10 anos.
- Acondicionamento do local, ferramentas de man e útiles, elementos de transporte, e gastos de constitución e primeiro establecemento: 5 anos.
- Equipos para procesos de información e aplicacións informáticas: 4 anos.

Na partida denominada outros inclúense os gastos en material de limpeza do local, fotocopias, etc.

6.2.3. Previsións de ingresos

¿Como podo realizar unha previsión de vendas?

Na previsión de vendas hai que destacar que a composición da carteira de clientes incide significativamente no ritmo de traballo e na obtención de ingresos, debido á estacionalidade que pode presentarse en determinados traballos.

Para a estimación dos ingresos, segundo a información recollida nas entrevistas, consideramos que a maior parte das vendas proceden dos traballos de execución directa sobre o monte en propiedades particulares, aínda que a importancia de cada servizo na facturación pode variar en función da estratexia seguida por cada emprendedor e de diversos factores, tales como a zona de situación do negocio, o tipo de clientes ó que se dirixan, etc.

Dada a cantidade de servizos que pode ofrecer unha empresa de servizos forestais e a importancia do labor comercial para conseguir clientes, optamos por considerar os ingresos en función de hectáreas traballadas ó ano. Á hora de establecer os prezos da empresa-tipo, collemos prezos medios dos recollidos nas entrevistas e, en canto ós prezos estipulados pola Consellería de Medio Ambiente, incluíuse unha mellora sobre o prezo da Xunta do 10%. En función dos datos obtidos nas entrevistas realizadas, estímase a realización dos seguintes servizos para a facturación da empresa-tipo:

- Realizar traballos de acción previa sobre o monte a 100 hectáreas.

$$100 \text{ ha} \times 1.500 \text{ euros/ha} = \mathbf{150.000 \text{ euros}}$$

- Implantar tratamentos fitosanitarios en 50 hectáreas.

$$50 \text{ ha} \times 162 \text{ euros/ha} = \mathbf{8.100 \text{ euros}}$$

- Realizar traballos de preparación do solo e/ou implantación vexetal en 50 hectáreas.

$$50 \text{ ha} \times 450 \text{ euros/ha} = \mathbf{22.500 \text{ euros}}$$

- Realizar fertilizacións en 30 hectáreas.

$$30 \text{ ha} \times 216 \text{ euros/ha} = \mathbf{6.480 \text{ euros}}$$

- Desenvolver servizos de prevención de incendios forestais en 15 hectáreas.

$$15 \text{ ha} \times 486 \text{ euros/ha} = \mathbf{7.290 \text{ euros}}$$

- Apertura de camiños e vías forestais en 800 metros.

$$0,8 \text{ km.} \times 5.400 \text{ euros/km} = \mathbf{4.320 \text{ euros}}$$

- Desenvolvemento de dous proxectos forestais de 300 hectáreas cada un.

$$2 \text{ proxectos} \times 12.000 \text{ euros} = \mathbf{24.000 \text{ euros}}$$

- Servizos de asistencia técnica e asesoría: 250 horas ó ano dedicadas a estes servizos a un prezo de 50 euros/hora.

$$250 \text{ horas} \times 50 \text{ euros/hora} = \mathbf{12.500 \text{ euros}}$$

Cadro 18: Ingresos anuais estimados (euros)

| CONCEPTO | IMPORTE |
|--|----------------|
| Acción previa sobre o monte | 150.000 |
| Tratamento fitosanitario | 8.100 |
| Preparación do solo e/ou implantación vexetal | 22.500 |
| Fertilizacións | 6.480 |
| Servicios de prevención de incendios forestais | 7.290 |
| Apertura de camiños e vías forestais | 4.320 |
| Proxectos | 24.000 |
| Servicios de asistencia técnica e asesoría | 12.500 |
| Total | 235.190 |

Fonte: Elaboración propia a partir de datos de entrevistas

Esta cantidade de ingresos é unha cifra razoable como obxectivo da actividade para o deseño de empresa adoptado. De todas formas, debemos sinalar que a capacidade de xerar ingresos depende moito da situación do negocio, do tipo de clientes e do volume de traballo que haxa ou a estratexia de diferenciación da empresa. Tendo en conta estes aspectos, debes analizar as posibilidades de facturación da empresa no lugar onde pretendes situarte.

6.2.4. Estructura da conta de resultados

¿Como determino o beneficio da actividade?

A continuación, figura unha sinxela conta de resultados que rexistra os ingresos e os gastos da actividade estimados nos apartados anteriores.

Cadro 19: Conta de resultados estimada (euros)

| CONCEPTO | IMPORTE |
|--|-------------------|
| INGRESOS | 235.190 |
| Acción previa sobre o monte | 150.000 |
| Tratamento fitosanitario | 8.100 |
| Preparación do solo e/ou implantación vexetal | 22.500 |
| Fertilizacións | 6.480 |
| Servicios de prevención de incendios forestais | 7.290 |
| Apertura de camiños e vías forestais | 4.320 |
| Proxectos | 24.000 |
| Servicios de asistencia técnica e asesoría | 12.500 |
| TOTAL GASTOS VARIABLES | 52.702,50 |
| TOTAL GASTOS FIXOS | 153.919,75 |
| Gastos de persoal (soldos + SS) | 112.300 |
| Aluguer do local | 9.000 |
| Subministracións | 840 |
| Comunicacións | 1.080 |
| Reparacións e conservación | 3.000 |
| Repastos | 1.000 |
| Publicidade | 450 |
| Material de oficina | 600 |
| Servicios de profesionais independentes | 1.440 |
| Uniformes | 3.000 |
| Gastos de viaxe | 2.700 |
| Primas de seguros | 1.300 |
| Gastos financeiros | 3.259,75 |
| Amortizacións | 13.550 |
| Outros (fotocopias, material de limpeza, etc.) | 400 |
| RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN | 28.567,75 |
| % sobre volume de vendas | 12,15% |

Fonte: Elaboración propia a partir de datos de entrevistas

6.2.5. Financiamento

¿Que alternativas teño para obter o diñeiro que necesito?

Unha vez determinados os investimentos necesarios para a posta en marcha, a estrutura financeira da empresa ampárase, inicialmente, nas cantidades achegadas polo propietario. No caso de que non fosen suficientes, recorreríase ó financiamento alleo ata completar as necesidades.

Existen diversos produtos para o financiamento da actividade. En principio, pódese distinguir entre os bancarios (productos ofertados polos bancos, como son os descontos, préstamos, pólizas de crédito, etc.) e os non bancarios (reúnen características especiais, como o crédito que outorgan os provedores á empresa a través dos pagamentos aprazados, o *renting*, o *leasing*, o *factoring*, etc.). É imprescindible que coñezas as súas características e a forma na que actúan para identificar o produto financeiro que máis che convén en cada situación.

Neste suposto, considerouse que os fondos propios e alleos se reparten ó 50%. O préstamo concédese coas seguintes condicións: a un tipo de interese do 6,5% e cun prazo de amortización de 7 anos. En total calculouse que a cantidade que se lle solicitou á entidade financeira é de 50.150 euros. Loxicamente, no caso de que se levara a cabo outra presentación, o importe podería variar de maneira significativa.

Por último, debes recordar que, se tes acceso a algunha subvención, esta non se percibe no momento da solicitude senón que, o normal, é que se demore no tempo. Por iso, debes prever ese desfase temporal entre o pagamento dos investimentos e o cobramento da subvención, durante o que é probable que teñas que facer fronte a intereses derivados dun posible crédito bancario.

6.3. Recursos humanos

A lectura do presente capítulo permitirache coñecer:

- > O PERFIL PROFESIONAL REQUIRIDO PARA O DESENVOLVEMENTO DA ACTIVIDADE.
- > A ESTRUCTURA ORGANIZATIVA E OS SERVICIOS EXTERIORES MÁIS HABITUAIS.
- > O CONVENIO COLECTIVO APLICABLE Á ACTIVIDADE, QUE CONSTITÚE A NORMA BASE PARA A REGULACIÓN DA RELACIÓN EMPRESA-TRABALLADOR (SALARIO, XORNADA, VACACIÓNS, ETC.).

A lectura deste capítulo permitirache obter as seguintes conclusións:

- **As empresas de servicios forestais están formadas por profesionais de diferentes categorías formativas como enxeñeiros de montes, enxeñeiros técnicos, capataces, peóns, traballadores forestais, etc.**
- **A empresa-tipo elixida está formada por dous emprendedores, un capataz e catro traballadores forestais.**
- **As empresas de servicios forestais adoitan subcontratar os servicios dunha asesoría para os temas fiscais, contables e laborais.**

6.3.1. Perfil profesional

¿Que calidades debe ter o responsable da actividade?

¿Cal debe ser o perfil profesional dos meus empregados?

As empresas máis tradicionais dedicadas a servizos forestais caracterízanse porque os propietarios xa coñecían a actividade en profundidade no momento de iniciar o seu negocio, por ter traballado previamente por conta allea noutras empresas de servizos forestais. Sen embargo, as empresas máis recentes foron creadas por xente preparada en carreiras técnicas relacionadas coa agricultura ou o sector forestal, que van gañando experiencia práctica segundo avanza a empresa. Se como emprendedor te encontras neste último caso, deberás contratar un capataz forestal con experiencia.

O inconveniente que ten que superar calquera destes profesionais é a falta de coñecemento empresarial, carencia que os empresarios resollen contratando a asesores externos.

As categorías profesionais nas que se centran a maior parte dos empregos do sector son as seguintes:

- Persoal técnico: enxeñeiro de montes, enxeñeiro técnico forestal e encargado ou capataz forestal.
- Persoal especializado: podador forestal e motoserrista forestal.
- Peón forestal: traballadores forestais en xeral e peóns forestais.

Ademais, nas empresas que ofrecen servizos de tratamentos fitosanitarios, é necesario que o persoal dispoña de carnet de manipulador de produtos praguicidas.

A formación regulamentada nesta actividade está representada principalmente polas carreiras de enxeñerías agrícolas e forestais, ademais dos masters e cursos de posgrao que se imparten nas universidades españolas.

6.3.2. Estructura organizativa

¿Como debe estar organizada a empresa?

¿Que funcións corresponden a cada un?

A empresa tipo descrita no apartado 2 Descrición da Actividade e Perfil da Empresa Tipo está formada por un enxeñeiro de montes, un enxeñeiro técnico forestal, un capataz de traballos forestais e catro peóns.

Os emprendedores-enxeñeiros son os que elaboran os informes e proxectos de xestión forestal; ademais, un deles encárgase do labor comercial que ten que desempeñar a empresa para captar clientes.

O capataz é o que dirixe os traballos da cuadrilla de peóns forestais. Trátase, polo tanto, dunha persoa con experiencia no desenvolvemento de labores forestais e coñecemento do monte.

Os peóns son persoas con experiencia ou non no desenvolvemento das tarefas forestais no monte: cortas, rareos, rozas, etc.

6.3.3. Servicios exteriores

¿Que funcións se delegan en empresas externas?

Os servicios exteriores que demandan habitualmente este tipo de empresas son, na súa maioría, a asistencia contable, laboral e fiscal.

Ademais, as empresas de servicios forestais, como se comentou no apartado 5.1.3 Tipos e Características dos Clientes, adoitan subcontratar a outras empresas da actividade para a realización de certos servicios que nese momento non poden desenvolver elas mesmas por saturación, ou ben porque o seu contrato se conseguiu para unha zona afastada da súa área de influencia e non lles compense o traslado da maquinaria e dos traballadores.

6.3.4. Convenios colectivos aplicables

¿Existe algún convenio colectivo específico que regule a actividad en materia laboral?

Hoxe en día non existe ningún Convenio colectivo específico que regule a actividade das empresas de servizos forestais, aínda que a Asociación Nacional de Empresas Forestais (ASEMFO) está actualmente negociando a ordenación da negociación colectiva dentro do sector forestal, polo que é probable que en breve apareza un convenio específico da actividade.

7. VARIOS

7.1. Réximes fiscais preferentes

O réxime fiscal para a declaración de resultados depende, en primeiro lugar, da condición xurídica adoptada pola empresa.

- As empresas con forma de Sociedade declaran os seus resultados nun imposto específico, o Imposto sobre Sociedades (IS).
- Os empresarios individuais declaran os resultados do negocio no Imposto sobre a Renda das Persoas Físicas (IRPF).

Como sabes, neste segundo caso, o cálculo do resultado empresarial pode realizarse de tres maneiras:

- Estimación Directa Simplificada: se o importe neto da cifra de negocios non supera os 601.012,10 euros.
- Estimación Directa Normal: se o importe neto da cifra de negocios supera os 601.012,10 euros.
- Estimación Obxectiva: se se cotiza en función duns módulos determinados.

Segundo unha consulta realizada á Axencia Tributaria, esta actividade non pode acollerse ó réxime de Estimación Obxectiva.

7.2. Normas sectoriais de aplicación

Para a creación dun negocio dedicado a esta actividade esíxense algúns trámites específicos ademais dos que son de carácter xeral. Para cumprir con estas especificidades tes que acudir ás seguintes entidades:

- Delegación provincial de agricultura: hai que solicitar a inscrición no Rexistro de empresas e servizos praguicidas, para poder utilizar praguicidas e herbicidas para o tratamento de zonas verdes. Tamén hai que presentar a relación de persoal con carné de manipulador/aplicador de produtos praguicidas, a menos que se posúa a titulación de enxeñería técnico agrícola. Ademais, realizarase unha memoria cos tratamentos e produtos que se van utilizar. Desta forma, obtense o pasaporte fitosanitario.
- Consellería de Medio Ambiente: as empresas de servizos forestais, debido ós colectores de produtos praguicidas, teñen que inscribirse como empresa productora de residuos no Rexistro Xeral de Produtores e Xestores de Residuos de Galicia da Dirección Xeral de Calidade e Avaliación Ambiental desta Consellería. Despois de que os técnicos da Consellería revisen os datos solicitados, haberá que abonar unha taxa de 145,47 €. Ademais, terás que almacenar de forma segura estes residuos e establecer un acordo cunha das empresas xestoras destes produtos para que se ocupen da súa recollida.

A normativa xeral desta actividade é a seguinte:

- Decreto 3008/1978, do 27 de outubro, polo que se regula o Documento de Calificación Empresarial.
- Orde do 23 de outubro de 1979, de Esixencia do Documento de Calificación Empresarial.
- Lei 10/1985, do 14 de agosto, de Concentración Parcelaria para Galicia, modificada por Lei 12/2001 de 10 de setembro.
- Lei 10/1995, do 23 de novembro, de Ordenación do Territorio de Galicia.
- Lei 7/1996, do 10 de xullo, de Desenvolvemento Comarcal de Galicia.
- Lei 9/2002 de 30 de decembro, de ordenación urbanística e protección do medio rural de Galicia.
- Resolución do 6 de xullo de 2001, pola que se acorda a publicación do Plan de Xestión de Residuos Agrarios de Galicia.
- Lei 13/1989, do 10 de outubro, de Montes Veciñais en Man Común.- Orde do 28 de maio de 2001, de Fomento da Forestación de Terras Agrícolas.
- Lei 9/2001, do 21 de agosto, de Conservación da Natureza.
- Resolución do 27 de maio de 2002, pola que se fai público o acordo da Xunta de Galicia de 11 de abril, en relación coa tramitación e resolución dos Expedientes de Autorización para Sementeiros, Plantacións e Poda de Árbores en Terreos de Dominio Público Hidráulico e para o Aproveitamento e a Utilización de Vexetación Arbórea ou Arbustiva das Ribeiras dos Ríos.

- Orde do 14 de maio de 2004, de Fomento da Silvicultura e da Ordenación de Montes Arborizados.
- Orde do 26 de marzo de 2001, Material Forestal de Reproducción. Derroga a Orde do 3 de agosto de 1994 de Comercialización (DOG 69 do 6 de abril de 2001).
- Decreto 295/2000, do 21 de decembro de 2000, de Protección do Medio Ambiente, publicado no DOG 2 do 3 de xaneiro de 2001.
- Orde de 22 de xuño de 2000, de Axudas a Proxectos de Ordenación e Plans Técnicos de Montes Arborizados (DOG 128 do 3 de xullo de 2000).
- Orde de 28 de outubro de 1999, Zonas Propostas para Incluír no Rexistro de Espacios Naturais de Galicia. Rede Europea Natura 2000 (DOG 216 do 9 de novembro de 1999).
- Decreto 45/1999, de 21 de xaneiro de 1999, de Incendios Forestais. Medidas de Restauración e Aproveitamento de Zonas Afectadas (DOG 42 do 2 de marzo de 1999).
- Lei 43/2003, do 21 de novembro, de Montes, para a protección e conservación dos montes españois.

A continuación, mostrámosche a Lei de Prevención de Riscos Laborais e algunhas normas posteriores que a desenvolven, aínda que debes comprobar se existe algunha normativa especial aplicable á túa actividade:

- Lei de Prevención de Riscos Laborais 31/1995, do 8 de novembro, modificada por la Lei 54/2003 de 12 de decembro, de reforma do marco normativo da prevención de riscos laborais.
- RD 39/1997, do 17 de xaneiro, polo que se aproba o Regulamento dos Servicios de Prevención.
- RD 486/1997, do 14 de abril, polo que se establecen as disposicións mínimas de seguridade e saúde nos lugares de traballo.
- RD 485/1997, do 14 de abril, sobre disposicións mínimas en materia de sinalización de seguridade e saúde no traballo.
- RD 2177/1996, do 4 de outubro, polo que se aproba a Norma Básica de Edificación "NBE-CPI/96: Condicións de protección contra incendios dos edificios".

Asemade, en función do número de traballadores, a lei pode obrigarte a contratar un servizo de Prevención de Riscos Laborais.

7.3. Axudas

Existe a posibilidade de obter diferentes axudas para a posta en marcha do teu negocio.

Considerouse oportuno ofrecerche unha relación destas axudas no apartado 8.6 Anexo de Axudas. Así, unha vez que teñas definido totalmente o teu Plan de Empresa, poderás analizar as posibilidades existentes e desbotar aquelas que non sexan útiles para as túas necesidades ou que sexan incompatibles entre si.

Como observarás, estas axudas proveñen, principalmente, da Consellería de Traballo, mediante as actuacións de Fomento da Contratación por Conta Allea, Autoemprego e Economía Social. Ademais, a Consellería de Economía e Facenda, a través do Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE), establece unha serie de axudas ós emprendedores.

Con relación a esta actividade, a Consellería de Medio Ambiente ofrece unha serie de Axudas ó fomento da silvicultura e da ordenación de montes. Os obxectivos principais destas axudas son os seguintes:

- Ordenar os montes arborizados garantindo a súa persistencia e optimizando a súa produción mediante un aproveitamento sostible,
- mellorar silvicolamente as masas forestais existentes con especial atención á consolidación dos bosques de frondosas autóctonas e á recuperación dos sotos de castaños afectados polo lume,
- obter montes arborizados con producións elevadas e de calidade que posibiliten o desenvolvemento da industria de transformación da madeira e a consolidación de aproveitamentos complementarios.

As accións subvencionables por estas axudas son:

- Proxectos de ordenación de montes arborizados.
- Plans técnicos de montes arborizados.
- Adaptación e complementación dos proxectos de ordenación e plans técnicos subvencionados segundo a Orde do 22 de xuño de 2000 e da Orde do 28 de maio de 2001.
- Clareos en rexenerados naturais de coníferas con diámetro normal medio da masa inferior a 12 cm.
- Desbroces previos ás podas e podas en masas coníferas.
- Tratamentos silvícolas de consolidación en masas frondosas autóctonas, con diámetro normal medio da masa inferior a 12 cm. (consideranse como tales, aquelas cun mínimo dun 80% de superficie ocupada por frondosas autóctonas).
- Rexeneración de sotos de castaño.

- Coidados culturais en túmulos declarados destinados á produción de semente selecta ou en parcelas instaladas con subvención da Xunta de Galicia con finalidades de investigación ou experimentación de novas técnicas de repoboación e/ou tratamentos silvícolas.
- Cambio de especie forestal en masas de eucalipto danadas polo *Gonipterus scutellatus*.

7.4. Organismos

7.4.1. Organismos oficiais

A continuación, facilitámosche unha listaxe de directorios dos organismos públicos e privados vinculados a esta actividade:

CONSELLERÍA DE MEDIO AMBIENTE. DIRECCIÓN XERAL DE MONTES E INDUSTRIAS FORESTAIS

Complexo Administrativo de San Lázaro, s/n
15781 Santiago de Compostela
Tel.: 981 54 61 09
Fax: 981 54 61 01
Páxina web: www.xunta.es/conselle/cma/montes.htm

SERVICIOS PROVINCIAIS DA DIRECCIÓN XERAL DE MONTES E INDUSTRIAS FORESTAIS

A CORUÑA

Praza Luís Seoane, s/n, 5ª planta
15008 A Coruña
Tel.: 981 18 45 75
Fax: 981 18 46 72

LUGO Ronda da Muralla 70, 1º
27003 Lugo
Tel.: 982 29 45 31
Fax: 982 29 45 90

OURENSE

Rúa do Paseo 18, 3º
32003 Ourense
Tel.: 988 38 66 96
Fax: 988 38 66 97

PONTEVEDRA

Benito Corbal 47, 4ª planta
36071 Pontevedra
Tel.: 986 80 54 11
Fax: 986 80 54 78

CONSELLERÍA DO MEDIO RURAL

Complexo Administrativo de San Caetano, s/n
15704 Santiago de Compostela
Tel.: 981 54 54 00 Fax: 981 54 57 59
Páxina web: <http://mediorural.xunta.es/>

CONSELLERÍA DE TRABALLO

Complexo Administrativo de San Lázaro, s/n
15781 Santiago de Compostela
Tel.: 981 54 73 22
Fax: 981 54 69 69
Páxina web: <http://traballo.xunta.es/>

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE

San Juan da Cruz, s/n
28071 Madrid
Tel.: 91 597 60 00
Fax: 91 597 63 49
Páxina web: www.mma.es

CONSELLO ECONÓMICO E SOCIAL DE GALICIA (CES-GALICIA)

Algalia de Abaixo 24
15704 Santiago de Compostela
Tel.: 981 54 16 50
Fax: 981 57 65 26
E-mail: webmaster@ces-galicia.org
Páxina web: www.ces-galicia.org

CENTRO DE INNOVACIÓN E SERVICIOS TECNOLÓXICOS DA MADEIRA (CIS-MADEIRA)

Avda. de Galicia, 5. Parque Tecnolóxico de Galicia
32901 San Cibrao das Viñas (Ourense)
Tel.: 988 36 81 52
Fax: 988 36 81 53 E-mail: info@cismadera.com
Páxina web: www.cismadera.com

CENTRO DE INVESTIGACIÓN FORESTAIS E AMBIENTAIS DE LOURIZÁN

Apartado de correos 127
36080 Pontevedra
Tel.: 986 85 64 00
Fax: 986 85 64 20
E-mail: gvega@inia.es
Páxina web: www.xunta.es/conselle/cma/CMAO2b/p02b06.htm

7.4.2. Asociacións profesionais

Neste apartado, facilitámosche unha listaxe das distintas asociacións relacionadas coa túa actividade que hai na Comunidade Galega e en España:

ASOCIACIÓN DE FORESTALES DE ESPAÑA (PROFOR)

García Barbón, 104-1º
36202 Vigo Tel.: 986 43 60 87
E-mail: profor@profor.org
Páxina web: www.profor.org

ASOCIACIÓN DE VIVEIROS FORESTAIS DE GALICIA (VIFOGA)

Oslo 1, 1º E
15707 Santiago de Compostela
Tel.: 981 56 51 63
Fax: 981 56 52 27
E-mail: vifoga@eresmas.es Páxina
web: www.fepex.es/paginas/asoc/VIFOGA/VIFOGA.html

ASOCIACIÓN DO SECTOR FORESTAL DE GALICIA (ASEFOGA)

Romero Donallo 38, baixo
15706 Santiago de Compostela
Tel.: 981 52 43 29
Fax: 981 53 08 62
E-mail: asefoga@terra.es

ASOCIACIÓN FORESTAL DE GALICIA (ASFORGAL)

Rúa do Vilar 33, 1º
15704 Santiago de Compostela
Tel.: 981 56 40 11
Fax: 981 56 33 79 E-mail: asforgal@iies.es

ASOCIACIÓN GALEGA DE COMUNIDADES DE MONTES VECIÑAIS "MAN COMÚN"

Belgrado 6, 1ºB
15703 Santiago de Compostela
Tel.: 981 55 24 70
Fax: 981 55 43 23

ASOCIACIÓN GALEGA DE EMPRESAS DE SERVICIOS FORESTAIS (SERFOGA)

Oslo 1, 1º E
15707 Santiago de Compostela
Tel.: 981 56 51 63
Fax: 981 56 52 27

ASOCIACIÓN MONTE INDUSTRIA-INICIATIVA FORESTAL GALEGA

Oslo 5, 3º
15707 Santiago de Compostela
Tel.: 981 58 43 72
Fax: 981 54 46 64

ASOCIACIÓN NACIONAL DE EMPRESAS FORESTALES (ASEMFO)

Pº da Castellana 166
28046 Madrid
Tel.: 91 350 01 70
E-mail: asmfo@asemfo.org
Páxina web: www.asemfo.org

ASOCIACIÓN PARA O FOMENTO DA RIQUEZA FORESTAL DE GALICIA (AFRIFOGA)

Michelena 1, 5º
36002 Pontevedra
Tel.: 986 84 74 00
Fax: 986 86 65 62
E-mail: forestal@afirifoga.org

ASOCIACIÓN PROFESIONAL DE AXENTES FORESTAIS DE GALICIA (APRAFOGA)

Apartado de correos 5399
15009 A Coruña
E-mail: aprafoga@hotmail.com
Páxina web: www.iespana.es/agentes-forestales

ASOCIACIÓN PROFESIONAL DE SILVICULTURA (SILVANUS)

Avda. de Lugo 233, baixo
15703 Santiago de Compostela
Tel.: 981 55 24 70
Fax: 981 55 43 23
E-mail: forestal@silvanus.org

CLUSTER DA MADEIRA DE GALICIA

Avda. de Galicia, 5. Parque Tecnolóxico de Galicia
32901 San Cibrao das Viñas (Ourense)
Tel.: 988 36 51 92
Fax: 988 36 81 53 E-mail: info@clustermadera.com
Páxina web: www.clustermadera.com

COLEXIO OFICIAL DE ENXEÑEIROS DE MONTES Rúa da Rosa 22, 3º

15701 Santiago de Compostela
Tel.: 981 55 41 82

COLEXIO OFICIAL DE ENXEÑEIROS TÉCNICOS FORESTAIS DE GALICIA (COETFGA)

Amor Ruibal 35, baixo
15702 Santiago de Compostela
Tel.: 981 52 47 31
Fax: 981 52 00 77
E-mail: coetfoestgal@wol.es

ORGANIZACIÓN GALEGA DE COMUNIDADES DE MONTES VECIÑAIS EN MANCOMÚN

Estrada Xeral de Valadares 233
36314 Vigo
Tel.: 986 46 86 84
E-mail: ogcmvmc@teleline.es
Páxina web: www.geoticias.com/RainForest/Jungle/1340

7.4.3. Centros de estudos

Aquí, ofrecémosche unha relación dalgúns dos centros de Galicia nos que se poden cursar estudos relacionados coa túa actividade:

CONSELLERÍA DE TRABALLO

Edificio Administrativo San Caetano, s/n
15771 Santiago de Compostela
Tel.: 981 54 73 22
Fax: 981 54 69 69

Das noventa escolas obradoiro e obradoiros de emprego existentes en Galicia no 2003, oito ofrecen programas relacionados cos traballos forestais.

**CONSELLERÍA DE EDUCACIÓN E ORDENACIÓN UNIVERSITARIA.
DIRECCIÓN XERAL DE ORDENACIÓN EDUCATIVA E FORMACIÓN
PROFESIONAL**

Avda. de San Lázaro 107 15771 Santiago de Compostela

Tel.: 981 54 54 00 Fax: 981 54 54 43

E-mail: sdefp.ceoug@xunta.es

En Galicia dezasete dos centros nos que se imparte Formación Profesional teñen, tanto en ciclo medio coma superior, como ciclo formativo algúns dos seguintes programas:

- Xardinería
- Traballos forestais e de conservación do medio natural
- Xestión e organización dos recursos naturais e paisaxísticos

ESCOLA POLITÉCNICA SUPERIOR DE LUGO

Campus Sur Universitario. Bernardino Pardo Ouro, s/n

27002 Lugo

Tel.: 982 22 33 25

Fax: 982 24 18 35

E-mail: epsdeca@lugo.usc.es

Páxina [web: www.usc.es](http://web:www.usc.es)

ESCOLA UNIVERSITARIA DE ENXEÑERÍA TÉCNICA FORESTAL

Campus A Xunqueira, s/n

36005 Pontevedra

Tel.: 986 80 19 00

Fax: 986 80 19 07

E-mail: mailto:sduetf@uvigo.es

Páxina [web: www.uvigo.es](http://web:www.uvigo.es)

7.5. Páxinas útiles en Internet

No apartado 8.7 Anexo de Páxinas Web de Interese ofrecémosche unha relación das páxinas web que se vinculan de maneira directa ou indirecta coa túa futura actividade.

7.6. Bibliografía

- Bermúdez, J. & Touza, M., (2000): *Las Cifras del Tercer Inventario Forestal en Galicia y su incidencia en la Industria de Transformación de la Madera*. Revista CIS-Madera n° 4, 1er Semestre 2000.
- Chinchilla, Alejandro, *El Ingeniero de Montes y el Medio Ambiente*. El Desarrollo Rural y la Ordenación del Territorio. Primer Congreso Profesional de los Ingenieros de Montes.
- Colegio de Ingenieros de Montes, *Manual de Buenas Prácticas Forestales: la gestión sostenible de los bosques*. [En liña <http://www.ingenierosdemontes.org/>].
- Consello Económico e Social de Galicia (febreiro 2003), *O subsector agrogandeiro e forestal en Galicia*. [En liña <http://www.ces-galicia.org/>].
- Consellería de Medio Ambiente (2001), *O Monte Galego en Cifras*.
- FAO (1997): *Los bosques, las estrategias de industrialización y el empleo*. XI Congreso Forestal Mundial.
- Gutiérrez Loma, José Luis (2003): *Valoración del sector forestal y su actividad empresarial*. Revista Ambientum. [En liña] <http://www.ambientum.com/>.
- *Naturaleza educativa: la gestión forestal I*. [En liña] <http://usuarios.lycos.es/ecoweb>.
- *Naturaleza educativa: la gestión forestal II*. [En liña] <http://usuarios.lycos.es/ecoweb>.
- *Naturaleza educativa: la silvicultura*. [En liña] <http://usuarios.lycos.es/ecoweb>.
- Ministerio de Medio Ambiente (2002), *Plan Forestal Español*.
- Rigueiro Rodríguez, Antonio: *Usos potenciales del monte. La presencia del sector forestal en la economía y sociología gallegas*. Escola Politécnica Superior de Lugo.
- Rigueiro Rodríguez, Antonio: *Gestión sostenible y uso múltiple del monte en Galicia*. Escola Politécnica Superior de Lugo.

7.7. Glosario

Ameazas: Forzas do contorno que impiden ou dificultan a implantación dunha estratexia.

Amortización: Tratamento contable que recolle a perda de valor dos activos fixos, é dicir, de bens da empresa tales como: vehículos, maquinaria, mobiliario, etc.

Aproveitamento forestal: Extracción de produtos dun bosque e comprende desde a obtención ata o momento da súa transformación.

Aproveitamento sostible: Uso racional dos recursos madeirables e non madeirables mantendo o rendemento normal do bosque mediante a aplicación de técnicas selvícolas que permiten a renovación e persistencia do recurso.

Barreiras á entrada: Factores que dificultan ou evitan por completo a entrada de novos competidores no mercado.

Barreiras á saída: Factores de tipo económico, estratéxico ou emocional que fan que unha empresa siga competindo nun negocio, aínda cando os seus resultados sexan insatisfactorios ou mesmo, negativos.

Beneficio sobre o investimento: Porcentaxe que resulta de dividir o beneficio entre o importe que corresponde ós investimentos necesarios para o arranque.

Beneficio sobre as vendas: Porcentaxe que resulta de dividir o beneficio entre os ingresos obtidos polas vendas.

Condición xurídica: Estructura legal que pode adoptar unha empresa.

Contexto sectorial ou sector industrial: Conxunto de empresas que comparten unha mesma tecnoloxía.

Desconto: Operación que consiste en ceder os efectos comerciais a unha entidade de crédito para que lle anticipe o seu importe á empresa cedente cobrando os intereses descontados por anticipado.

Factoring: Cesión, a un intermediario comercial e financeiro (Factor ou Empresa de Factoring), dos dereitos de cobramento sobre os clientes da empresa por un prezo establecido con anterioridade segundo un contrato.

Forza das vendas: Conxunto de persoas que se ocupan das tarefas relacionadas directamente coa venda dos produtos fabricados ou distribuídos pola empresa.

IAE (Imposto de Actividades Económicas): Tributo que grava o exercicio das actividades empresariais, profesionais ou artísticas, exérganse ou non nun local determinado. O prazo é de dez días hábiles antes do inicio da actividade e a validez, dun ano natural, renóvase automaticamente. Quedan exentas do seu pagamento todas as persoas físicas e as persoas xurídicas que facturen menos dun millón de euros ó ano.

Leasing ou arrendamento financeiro: Forma de financiamento de vehículos, bens de equipo, maquinaria, etc. que consiste no arrendamento deses bens a cambio dunha renda periódica.

Masa Forestal: Conxunto de vexetais leñosos que ocupan unha extensión relativamente grande e que interaccionan entre as súas compoñentes (viven en espesura).

Marxe bruta: Diferencia entre os ingresos por vendas e os custos directos necesarios para a obtención daqueles.

Marxe comercial: Diferencia entre o prezo de venda e o prezo de custo do produto. Adoita expresarse en termos de porcentaxe respecto do prezo de venda.

Mercado: Conxunto de persoas, empresas ou institucións; capaces de adquirir o produto que se vai ofrecer a través da nova empresa.

Oportunidades: Todo aquilo que poida supoñer unha vantaxe competitiva para a empresa, ou represente unha posibilidade para mellorar a cifra de negocios ou a rendibilidade.

Plan de empresa: Documento no que se analiza o contido do proxecto empresarial e no que se describen todos os elementos da empresa.

Póliza de crédito: Contrato a través do cal, a entidade financeira que actúa como prestamista pon a disposición do beneficiario fondos ata un límite e por un prazo determinado. A entidade financeira cobra unha comisión sobre o diñeiro disposto e outra sobre o non disposto.

Préstamo: A entidade financeira entrégalle ó cliente unha cantidade de diñeiro; obrigándose este último, ó cabo dun prazo establecido por contrato, a restituír esa cantidade máis os intereses pactados.

Productos substitutos: Productos que satisfán as mesmas necesidades cós que oferta a nova empresa.

Público obxectivo: Segmento ou segmentos de mercado ós que a empresa dirixe a súa oferta comercial.

Puntos febles: Aspectos que limitan ou reducen a capacidade de desenvolvemento da estratexia e que constitúen unha ameaza para a organización.

Puntos fortes: Capacidades, recursos, posicións acadadas, etc. que constitúen vantaxes competitivas que poden servir para explotar oportunidades e/ou superar ameazas.

Renting: Modalidade de aluguer a medio e longo prazo de bens mobles. No contrato de renting o arrendatario comprométese ó pagamento dunha renda fixa mensual, durante un prazo determinado, a unha entidade financeira e esta comprométese a lle prestar unha serie de servizos: o de lle facilitar o uso do ben durante un prazo contractual, o mantemento do ben e do seguro a todo risco. O prazo acostuma ser de entre dous e cinco anos, e ó termo do mesmo pódense substituír os equipos ou renovar o contrato por un novo período que debemos determinar nese momento.

Segmentos do mercado: Divisións dun mercado segundo as súas características comúns.

Vantaxe competitiva: Característica dun produto ou marca que outorga certa superioridade sobre os seus competidores inmediatos.

Viabilidade económica: Calidade dun proxecto do que obtemos un excedente (beneficio) suficiente para poder facer fronte ó custo da súa débeda, á remuneración dos seus accionistas e ó financiamento dunha parte do seu crecemento; unha vez que acada a súa capacidade de produción plena e despois de deducir todos os seus custos.

8. ANEXOS

8.1. Anexo de información estadística de interese

0400 Contexto sectorial

A seguinte táboa mostra a distribución da propiedade forestal española por CCAA:

Cadro 0400.1: Distribución da propiedade forestal por Comunidades Autónomas, España, 2002 (hectáreas,%)

| COMUNIDADE AUTÓNOMA | TITULARIDADE PÚBLICA | | | | | TITULARIDADE PRIVADA | | | | TOTAL | % |
|------------------------|----------------------|-------------------------|-----------------------|------------------------|-----------------------|-------------------------|------------------------|------------------------|----------|--------|---|
| | ESTADO E CCAA | U.P.* SIN CONSORCIO* | U.P. CON CONSORCIO | L.D.* CON CONSORCIO | L.D. SIN CONSORCIO | PART.* CON CONSORCIO | PART. SIN CONSORCIO | OUTRAS PERTENENCIAS | | | |
| ANDALUCÍA | 509,66 | 192,61 | 254,55 | 46,65 | 29,92 | 108,13 | 3.183,86 | - | 4.325,38 | 16,65% | |
| ARAGÓN | 83,77 | 711,98 | 71,99 | 102,84 | 402,06 | 23,88 | 1.082,24 | - | 2.478,76 | 9,54% | |
| CANARIAS | 16,16 | 44,17 | 3,92 | 26,06 | 30,53 | 4,00 | 361,14 | - | 485,98 | 1,87% | |
| CANTABRIA | 0,16 | 202,95 | 29,30 | 3,36 | 28,02 | 0,06 | 50,95 | 8,47 | 323,27 | 1,24% | |
| CASTELA-A MANCHA | 162,92 | 448,57 | 127,69 | 54,19 | 108,57 | 77,81 | 2.491,61 | 2,18 | 3.473,54 | 13,37% | |
| CASTELA E LEÓN | 80,43 | 994,85 | 524,14 | 70,47 | 539,24 | 57,66 | 2.249,61 | - | 4.516,40 | 17,38% | |
| CATALUÑA | 70,04 | 259,74 | 42,29 | 16,19 | 69,27 | 33,91 | 1.363,23 | 1,28 | 1.855,95 | 7,14% | |
| COMUNIDADE FORAL DE | 22,99 | 278,93 | | | 110,30 | 1,07 | 115,88 | - | 529,17 | 2,04% | |

| COMUNIDADE AUTÓNOMA | TITULARIDADE PÚBLICA | | | | | TITULARIDADE PRIVADA | | | | |
|-------------------------------|----------------------|----------------------|--------------------|---------------------|--------------------|----------------------|---------------------|---------------------|-----------|---------|
| | ESTADO E CCAA | U.P.* SIN CONSORCIO* | U.P. CON CONSORCIO | L.D.* CON CONSORCIO | L.D. SIN CONSORCIO | PART.* CON CONSORCIO | PART. SIN CONSORCIO | OUTRAS PERTENENCIAS | TOTAL | % |
| NAVARRA | | | | | | | | | | |
| COMUNIDADE VALENCIANA | 77,91 | 197,80 | 93,30 | 39,23 | 123,12 | 4,43 | 678,91 | 0,38 | 1.215,08 | 4,68% |
| ESTREMADURA | 29,09 | 49,37 | 72,33 | 11,93 | 70,78 | 85,48 | 1.959,62 | - | 2.278,60 | 8,77% |
| GALICIA | 13,65 | 11,93 | 21,39 | 55,23 | 81,98 | 9,80 | 1.332,14 | 442,19 | 1.968,31 | 7,58% |
| ILLAS BALEARES | 2,54 | 3,95 | 0,53 | | 0,05 | 2,43 | 194,41 | - | 203,91 | 0,78% |
| A RIOXA | 15,14 | 151,17 | | 7,94 | 20,38 | 0,53 | 90,35 | 8,90 | 294,41 | 1,13% |
| MADRID | 26,36 | 56,49 | 5,75 | 11,84 | 17,30 | 6,02 | 269,21 | - | 392,97 | 1,51% |
| PAÍS BASCO | 13,42 | 179,73 | 8,08 | 0,61 | 7,82 | 0,07 | 259,63 | - | 469,36 | 1,81% |
| PRINCIPADO DE ASTURIAS | 10,33 | 216,64 | 40,27 | 24,43 | | 3,60 | 368,29 | 3,70 | 667,26 | 2,57% |
| REXIÓN DE MURCIA | 54,02 | 58,09 | 28,25 | 1,19 | | 12,43 | 350,96 | 0,84 | 505,78 | 1,95% |
| TOTAL | 1.188,59 | 4.058,97 | 1.323,78 | 472,16 | 1.639,34 | 431,31 | 16.402,04 | 467,94 | 25.984,13 | 100,00% |
| % | 4,57% | 15,62% | 5,09% | 1,82% | 6,31% | 1,66% | 63,12% | 1,80% | 100,00% | |

* U.P.: Utilidad Pública, L.D.: Libre disposición, PART.: Particular, Consorcio: Figura contractual entre Administración e propietario Fuente: Plan Forestal Español. Ministerio de Medio Ambiente

A continuación, mostrámosche a distribución provincial das empresas galegas do sector forestal. Como podes observar, a maior parte das empresas están situadas na provincia de A Coruña, seguidas de Pontevedra, Lugo e, por último, Ourense.

Cadro 0400.2: Distribución das empresas do sector forestal por provincias, Galicia, 2006 (unidades,%)

| Provincias | Empresas | % |
|------------|----------|--------|
| A Coruña | 148 | 68,20% |
| Lugo | 23 | 10,60% |
| Ourense | 5 | 2,30% |
| Pontevedra | 41 | 18,89% |

Fonte: Camerdata

A continuación, mostrámosche unha táboa que presenta o número de contratos realizados para as distintas categorías do sector forestal primario en Galicia e España:

Cuadro 0400.3: Contratos realizados no sector forestal primario, España-Galicia, 2002 (unidades)

| | Inxeneiro de Montes | Inxeneiro Técnico Forestal | Capataz forestal | Traballador forestal en xeral | Podador forestal | Motoserrista forestal | Traballador do alcornoque | Carboeiro de carbón vexetal | Peón forestal |
|---------|---------------------|----------------------------|------------------|-------------------------------|------------------|-----------------------|---------------------------|-----------------------------|---------------|
| España | 707 | 974 | 1.455 | 7.632 | 616 | 3.295 | 1.464 | 29 | 21.787 |
| Galicia | 36 | 205 | 281 | 487 | 48 | 549 | 0 | 0 | 2.782 |

Fonte: III Estudio de inversión y empleo en el sector forestal. Asemfo

8.2. Anexo de provedores

Nesta actividade existen tres tipos de provedores: de maquinaria forestal, de produtos e de ferramentas de traballo. A continuación, proporcionámosche unha serie de referencias a título de orientación que identificamos nas entrevistas e nas fontes secundarias consultadas, que poden ser un punto de partida na busca de provedores para o teu negocio.

1. Comprobamos que nos directorios comerciais tales como QDQ e Páxinas Amarelas, tanto en soporte electrónico coma en papel, podes encontrar provedores situados na túa zona:

- Páxinas Amarelas: os provedores de maquinaria forestal encóntralos no epígrafe Maquinaria en xeral. Os viveiros forestais aparecen recollidos baixo o título Viveiros agrícolas e forestais. No epígrafe Ferramentas (fabricantes e comerciantes polo xunto) encontrarás os provedores de ferramentas e útiles e os equipos de protección encóntranse baixo o epígrafe Roupa para traballo (fabricantes e comerciantes polo xunto). Ademais podes acceder ó formato electrónico na páxina web www.paginas-amarillas.es, coa vantaxe de que podes seleccionar calquera provincia ou localidade.
- QDQ: nos epígrafes Maquinaria agrícola e forestal podes encontrar provedores de maquinaria forestal. As ferramentas e útiles están recollidos nos epígrafes Ferramentas e Ferretería (subministracións). Se consultas o apartado Viveiros agrícolas e forestais poderás encontrar provedores de viveiros forestais e os equipos de protección aparecen baixo o título de Roupa de traballo e uniformes. Tamén podes consultar a versión electrónica www.qdq.com.
- Europages: é un directorio comercial de negocios no que podes encontrar empresas de provedores para todas as actividades e de case todos os países. A versión electrónica é www.europages.com.
- Outros: Páxinas Galegas, etc.

2. Publicacións especializadas:

- Revista Montes: revista de ámbito forestal publicada pola Asociación e Colegio de Ingenieros de Montes e Ingenieros Técnicos Forestales.
- Revista Forestal española: encontrarás provedores entre os anunciantes.
- Revista Forestalia: revista especializada onde se anuncian provedores do sector.
- www.ojd.es : podes encontrar outras revistas especializadas de interese na páxina web da Oficina de Justificación de la Difusión, dedicada ó control da difusión de medios de comunicación.

3. Asociacións (da propia actividade ou de profesionais): Nelas pódete informar sobre os provedores para o teu negocio. A páxina web do ICEX (www.icex.es) conta cunha base de datos na que se clasifican por sectores as asociacións que existen en España (Asoc). Constatamos que nas seguintes asociacións che facilitan información sobre as direccións dos teus provedores potenciais:

- **Asociación Nacional de Empresas Forestales (ASEMFO)**
 Pº da Castellana 166
 28046 Madrid
 Tel.: 91 350 01 70
 E-mail: asmfo@asemfo.org
 Páxina web: www.asemfo.org
- **Asociación de Viveiros Forestais de Galicia (VIFOGA)**
 Oslo 1, 1º E
 15707 Santiago de Compostela
 Tel.: 981 56 51 63
 Fax: 981 56 52 27
 E-mail: vifoga@eresmas.es Páxina web:
www.fepex.es/paginas/asoc/VIFOGA/VIFOGA.html

4. Portais:

- www.forestalia.com: portal especializado no sector forestal. Poderás encontrar provedores para a túa empresa no apartado de Mundo Forestal.
- www.redagraria.com: web de especialistas en Ciencias agrarias. Poderás localizar provedores para a túa empresa entrando no apartado Oportunidades Comerciais.
- www.forestales.net: portal do Colexio e Asociacións de enxeñeiros técnicos forestais en onde podes encontrar información referente ós provedores da túa actividade.
- www.kompass.com: portal que contén información empresarial de todo o mundo. Nesta páxina podes encontrar unha base de datos sobre empresas de todos os sectores e de case todos os países.

5. Bases de datos: existen varias bases de datos de empresas clasificadas por sectores, como son as da Cámara de Comercio, ARDÁN (do Consorcio da Zona Franca de Vigo) e outras bases de datos privados.

8.3. Anexo de feiras

Neste apartado proporcionámosche unha listaxe dos eventos máis significativos a nivel nacional e internacional relacionados coa actividade. As datas poden variar duns anos a outros, incluso algunha exposición pode non celebrarse:

| NOME | LOCALIDADE | EVENTO |
|--------------------------------|---------------------------|---|
| SENDA | Francia | Salón de ecoloxía e medio ambiente. |
| BIOCULTURA | Madrid | Semana verde internacional. |
| CANAGUA | As Palmas de Gran Canaria | Salón internacional da agua, enerxía e medio ambiente. |
| FIREFOR | Vilagarcía de Arousa | Salón internacional de técnicas, maquinaria e equipos para a prevención e extinción de incendios forestais. |
| CIMAG | Silleda | Certame internacional de maquinaria agrícola. |
| SMA | Zaragoza | Salón do medio ambiente. |
| FIRA DE SANT JOSEP | Lleida | Maquinaria agrícola e ganadera, fitosanitarios, agroalimentaria, automoción, servicios industriales. |
| SEMANA VERDE DE GALICIA | Silleda | Feira internacional gandeira, de maquinaria agrícola, forestal e hortofloral. |
| FAME | Murcia | Feira agrícola do mediterráneo. |
| ARBORETUM | Xirona | Salón profesional dos viveiros. |
| SAVER | Madrid | Salón da maquinaria e equipamento para xardinería e áreas verdes. |
| FORESTALIA | Pontevedra | Salón do sector forestal. |
| ASTUR FORESTA | Tineo (Asturias) | Feira da selvicultura e o aproveitamento forestal |
| IBERFLORA | Valencia | Horticultura ornamental, forestal e floristería |
| EUROAGRO | Valencia | Horticultura, forestal e floristería |
| FIMA | Zaragoza | Maquinaria e aparellos |

Para obter información sobre feiras internacionais podes consultar, entre outros, o portal de internet www.expo24-7.com.

8.4.

8.4. Anexo de formación

A continuación proporcionamos información sobre os plans de formación FIP e FORCEM:

Plan FIP

A Dirección Xeral de Formación e Colocación da Consellería de Traballo é a responsable da xestión dos programas de formación ó desempregado. En relación con esta actividade, a familia profesional ofrece as seguintes especialidades:

| CÓDIGO | NOME DO CURSO |
|--------|---|
| AAEF10 | TRABALLADOR FORESTAL |
| AAEF11 | TRABALLADOR TRATTOS. SILVÍCOLAS E MASAS FORESTAIS |
| AAEF12 | TRABALLADOR REPOBOACIÓNS FORESTAIS |
| AAEF20 | MOTOSERRISTA |
| AAOJ40 | VIVEIRISTA |

Fonte: Dirección Xeral de Formación e Colocación

A programación de cursos para o ano 2006 é a seguinte:

| CÓDIGO | A CORUÑA | LUGO | OURENSE | PONTEVEDRA |
|--------|----------|------|---------|------------|
| AAEF10 | 1 | - | - | - |

Fonte: Dirección Xeral de Formación e Colocación

De modo complementario, existe unha programación de accións formativas con carácter experimental, de grande utilidade para o desenvolvemento desta actividade, tamén impartidas a través da Dirección Xeral de Formación e Colocación. En relación con esta actividade, non se identificou ningún curso.

Programa FORCEM

A Fundación para a Formación Continua FORCEM ten como principais funcións as de impulsar e difundir a Formación Continua entre os traballadores e as empresas, xestionar as axudas á formación continua, e o seu seguimento e control técnico.

As iniciativas de Formación que son obxecto da actuación de FORCEM poden adoptar as seguintes modalidades:

- Plans de Formación
- Permisos Individuais de Formación
- Accións Complementarias e de Acompañamento á Formación

A Fundación para a Formación Continua (FORCEM) recibe as solicitudes en función das necesidades formativas detectadas. Valora tecnicamente esas solicitudes de axudas e xestiona o seu seguimento e control técnico.

O 1 de xaneiro do 2004 entrou en vigor o novo Sistema de Formación Profesional Continua, regulado polo Real Decreto 1046/2003, do 1 de agosto. Elaborouse un Plan Amigo para difundir o Novo Modelo, no que se realiza unha descripción das distintas Iniciativas de Formación Continua.

- Accións de Formación Continua nas empresas; inclúe Permisos Individuais de Formación.
- Contratos programa para a formación de traballadores.
- Accións Complementarias e de Acompañamento á Formación.

Ata que non se constitúa a Fundación Estatal para a Formación no Emprego será a Fundación Tripartita a que asuma de maneira transitoria as actividades que lle son encomendadas no Novo Modelo.

A continuación presentamos a relación dos organismos que xestionan o programa FORCEM e nos que podes obter información sobre distintos cursos relacionados coa túa actividade.

1. FOREM (CC OO)

Tif.: 981 55 33 10

Este é o centro de formación do sindicato Comisións Obreiras. No número de teléfono que che proporcionamos poderás conseguir a información necesaria sobre os cursos que están en vigor actualmente.

2. FORGA (CIG)

Tif.: 986 27 20 00

Este é o centro de formación do sindicato CIG. A información necesaria sobre os cursos que organiza pódela conseguir no número que che facilitamos.

3. IFES (UGT)

Tlf.: 981 56 92 00

O centro de formación de UXT denomínase IFES. Mediante consulta telefónica podes informarte dos cursos que imparte este sindicato a nivel de Galicia no teu ámbito de actividade.

4.CEG (Confederación de Empresarios de Galicia)

Tlf: 981 55 58 88

Dispón dun Centro de orientación, formación e emprego (COFE) que ofrece un amplo abano de cursos especializados nas áreas de formación contínua, ocupacional e autoemprego

8.5. Anexo sobre modalidades de contratación

A continuación, mostrase unha táboa onde podes ver algunhas das modalidades de contrato máis habituais. Nela atoparás a normativa que debes consultar para obter información sobre as diferentes modalidades de contratación. Tamén podes consultar a páxina web do INEM: www.inem.es

| TIPO DE CONTRATO | CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES | NORMATIVA |
|-------------------------------------|--|--|
| CONTRATO A TEMPO PARCIAL | Cando a prestación de servicios se atopa acordada durante un número de horas inferior o 77% da xornada a tempo completo establecida no Convenio aplicable/da xornada máxima legal. | Art. 12 RD 1/1995 do 24 de marzo. RD 15/1998 do 27 de novembro. RD 144/1999 do 29 de xaneiro |
| CONTRATO DE INTERINIDADE | Contrato que se celebre con traballadores desempregados inscritos nos Servicios Públicos de Empleo, para participar en programas públicos para a realización de obras e servicios de interés xeral e social. Os obxetivos deste tipo de contrato son a adquisición de experiencia laboral e mellorar a ocupabilidade do desempregado. Os traballadores que sexan parte nestos contratos non poderan repetir a súa participación ata transcurridos tres anos dende la finalización do anterior contrato desta natureza, sempre e cando o traballador fora contratado baixo esta modalidade por un periodo superior a nove meses nos últimos tres anos. | Estatuto dos Traballadores. Real Decreto Legislativo 1/1995, do 24 de marzo Real Decreto 2720/1998, do 18 de diciembre, polo que se desenvolve o artigo 15 do Estatuto dos trabajadores en materia de contratos de duración determinada Lei 12/2001. |
| CONTRATO DE OBRA OU SERVICIO | É o que se concerta para a realización dunha obra ou prestación dun servicio, con autonomía e sustantividade propia dentro da actividade da empresa e onde a execución, aínda limitada no tempo, sexa en principio de duración incerta. | Art. 15 RD 1/9595 do 24 de marzo, segundo redacción dada por Lei 63/97 de 26 de diciembre, ampliado polo art. 1 Lei 12/2001 de 9 de xullo. RD 2720/98 do 18 de diciembre. Art. 3 Lei 12/2001 de 9 de xullo. |
| CONTRATO DE RELEVO | Contrato celebrado cun traballador da propia empresa cun contrato de duración determinada ou un desempregado (inscrito na Oficina de Empleo), para prestar servicios durante, a lo menos, a parte da xornada deixada vacante por quen reduce a súa xornada, entre un 25 e un 85%, para acceder á xubilación parcial. O posto de traballo do relevista debe ser o mesmo ou similar que o do substituído, entendendo por similar o correspondente a tarefas do mesmo grupo profesional ou categoría equivalente, o seu horario pode completarse ou simultanearse co do substituído. O contrato de relevo pode ser por tempo indefinido ou ter unha duración determinada. | Estatuto dos Traballadores. Real Decreto Legislativo 1/1995, do 24 de marzo Real Decreto 1991/1984, do 31 de outubro, sobre regulación da xubilación parcial e dos contratos de relevo e a tempo parcial Lei 12/2001, de 9 de xullo. |

TIPO DE CONTRATO CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES NORMATIVA

| | | |
|---|--|---|
| CONTRATO DE TRABAJO A DOMICILIO | <p>É aquel contrato no que a prestación da actividade laboral se realiza no domicilio do traballador ou no lugar libremente elixido por éste e sen a vixancia do empresario. O contrato de traballo a domicilio en principio presume celebrado por tempo indefinido. Pero pode tamén celebrarse por tempo determinado. Todo empresario que ocupe traballadores a domicilio deberá poñer a disposición destes un documento de control da actividade que realicen, no que deben consignarse o nome do traballador, a clase e cantidade de traballo.</p> | <p>Estatuto dos Traballadores. Real Decreto Legislativo 1/1995, do 24 de marzo.</p> |
| CONTRATO DE TRABAJO DE INSERCIÓN | <p>Contrato que se celebre con traballadores desempregados inscritos nos Servizos Públicos de Emprego, para participar en programas públicos para a realización de obras e servizos de interese xeral e social. Os obxetivos deste tipo de contratos son a adquisición de experiencia laboral e mellorar a ocupabilidade do desempregado. Os traballadores que sexan parte nestes contratos non poderán repetir a súa participación ata transcorridos tres anos desde a finalización do anterior contrato desta natureza, sempre e cando o traballador fose contratado baixo esta modalidade por un período superior a nove meses nos últimos tres anos.</p> | <p>Apartado 1) d do artigo 15 do Estatuto dos Traballadores, segundo redacción dada polo apartado nove do artigo primeiro da Lei 12/2001, de 9 de xullo (BOE de 10 de xullo).</p> |
| CONTRATO DE TRABAJO EN GRUPO | <p>É o contrato de traballo celebrado entre o empresario e o xefe de un grupo de traballadores considerado na súa totalidade, non tendo o empresario fronte a cada un dos membros do grupo os dereitos e deberes que como tal lle competen. O grupo de traballadores é contratado como unha totalidade e o xefe do grupo ostenta a representación dos traballadores que o integran respondendo das obrigacións inherentes a dita representación. O que respecta á duración pode ser por tempo indefinido ou de duración determinada.</p> | <p>Estatuto dos Traballadores. Real Decreto Legislativo 1/1995, do 24 de marzo.</p> |
| CONTRATO EN PRÁCTICAS | <p>Facilita a obtención de práctica profesional adecuada os seus estudos por traballadores con título universitario ou formación profesional de grao medio ou superior, sempre que houberan finalizado os seus estudos nos últimos 4 anos (6 se se trata dun traballador minusválido). A súa duración non poderá ser inferior a 6 meses nin exceder de 2 anos.</p> | <p>Art. 11 RD 1/1995 do 24 de marzo. Lei 63/1997 de 26 de decembro. RD 488/97 de 27 de marzo, que desenvolve o art. 11 ET en materia de contratos formativos.</p> |

TIPO DE CONTRATO CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES NORMATIVA

| | | |
|---|---|--|
| CONTRATO EVENTUAL POR CIRCUNSTANCIAS DA PRODUCCIÓN | Establecese para atender as esixencias circunstanciais del mercado, acumulación de tarefas ou exceso de pedidos, aínda tratándose da actividade normal da empresa. A súa duración máxima é de 6 meses dentro dun período de 12 meses, sen perxuício do establecido no convenio. | Art. 15 RD 1/1995 do 24 de marzo segundo redacción dada por art.1 Lei 12/2001 de 9 de xullo RD 2720/98 de 18 de decembro Art. 3 Lei 12/2001 de 9 de xullo. |
| CONTRATO INDEFINIDO | É aquél que se concerta sen establecer límites de tempo na duración do contrato. A súa formalización pode ser verbal ou escrita, salvo os acollidos ó programa público de fomento da contratación indefinida, minusválidos, etc. | Estatuto dos Traballadores RD 1/1995 do 24 marzo. Lei 12/2001 do 9 de xullo de medidas urxentes de reforma do mercado de traballo para o incremento de emprego e mellora da súa calidade. Lei 24/2001 do 27 de decembro de medidas fiscais, administrativas e del orde social. |
| CONTRATO INDEFINIDO DE FIXOS DISCONTINUOS | Es el que se concertará para realizar trabajos que tengan el carácter de fijos discontinuos y no se repitan en fechas ciertas, dentro del volumen normal de actividad de la empresa. Los trabajadores serán llamados en el orden y la forma que se determine en los respectivos convenios colectivos. | Estatuto dos Traballadores RD 1/1995 do 24 marzo. RD2317/1993 do 29 de decembro polo que se desenvolven os contratos en prácticas e de aprendizaxe e os contratos a tempo parcial. Lei 12/2001 de 9 de xullo. Lei 24/2001 do 27 de decembro de medidas fiscais, administrativas e del orde social. |
| CONTRATO INDEFINIDO PARA MINUSVÁLIDO | Contrato realizado entre un traballador minusválido e o empresario por tempo indefinido e a xornada completa. Suscribense a este tipo de contratos os traballadores minusválidos cun grao de diminución de, como mínimo, un 33%. O trabajador ten que ser declarado minusválido pola Administración e estar inscrito no Rexistro correspondente da Oficina de Emprego. A contratación de minusválidos non é obrigatoria excepto en empresas que empregan a 50 ou máis traballadores; éstas están obrigadas a que de entre os traballadores, a lo menos, o 2% sexan traballadores minusválidos | Lei 13/1982, do 7 de abril, de integración social de minusválidos Real Decreto 1451/1983, do 11 de maio, sobre medidas de fomento do emprego de traballadores minusválidos. Real Decreto 27/2000, do 14 de xaneiro. |
| CONTRATO PARA A FORMACIÓN | Facilita a contratación de persoas sen experiencia para a súa inserción no mercado laboral, a través da formación dada pola empresa. Establecese un máximo deste tipo de contratos en función do tamaño da plantilla | Art. 11 RD 1/1995 do 24 de marzo. Lei 63/1997 do 26 de decembro. RD 488/97 do 27 de marzo, que desenvolve o art.11 ET en materia de contratos formativos. |

Existen ademáis outro tipo de contratos indefinidos ou temporais bonificado que se aplican a colectivos específicos como son por exemplo: traballadores en exclusión social, maiores de 45 anos, víctimma de violencia doméstica etc... Mostráanse no seguinte cadro:

| TIPO DE CONTRATO | CARACTERÍSTICAS | NORMATIVA |
|---|---|---|
| CONTRATO PARA MAIORES DE 45 ANOS | É necesario estar desempleado e inscrito no Servicio Público de Empleo e ser maior de 45 anos. | Estatuto dos traballadores. Real Decreto Legislativo 1/1995, do 24 de marzo Lei 53/2002 de 30 de decembro de medidas fiscais, administrativas e de orde social |
| CONTRATO PARA TRABALLADORES QUE SE ATOPAN EN SITUACIÓN DE EXCLUSIÓN SOCIAL | É necesario estar desempleado e inscrito no Servicio Público de Empleo en situación de exclusión social. A exclusión acreditarase polos correspondentes servicios sociais municipais | Estatuto dos traballadores. Real Decreto Legislativo 1/1995, do 24 de marzo Lei 53/2002 de 30 de decembro de medidas fiscais, administrativas e de orde social |
| CONTRATO PARA TRABALLADORES VÍCTIMAS DE VIOLENCIA DOMÉSTICA | É necesario que os traballadores teñan acreditada pola Administración competente a condición de vítima de violencia doméstica por parte dalgún membro da unidade familiar de convivencia. | Estatuto dos traballadores. Real Decreto Legislativo 1/1995, do 24 de marzo Lei 53/2002 de 30 de decembro de medidas fiscais, administrativas e de orde social |

8.6. Anexo de axudas

O apoio á cultura emprendedora ten como finalidade buscar novas alternativas e diversificar o tecido productivo das Comunidades Autónomas, aparecendo así liñas de axuda que pretenden facilitar o camiño ó emprendedor. Este apartado céntrase en aquelas que ofrece a Consellería de Traballo, IGAPE e ICO (polo seu carácter anual).

Existen outras pero debe ser o emprendedor o que faga o seguemento das mesmas.

A continuación mostramos os programas que planifica e coordina a Dirección Xeral de Emprego, dentro das políticas activas que están encamiñadas a crear mellares postos de traballo:

1. Fomento da contratación por conta allea

1. Incentivos á contratación indefinida de persoas con discapacidade.

Incentivar a contratación indefinida de traballadores desempregados cunha discapacidade igual ou superior ao 33% coa finalidade de fomentar e favorecer a súa integración laboral no sistema ordinario de traballo.

Tipos de axuda

- Subvencións por traballador con discapacidade contratado e incentivo adicional don caso de que sexa muller.
- Bonificación das cotas empresariais á Seguridade Social
- Unha subvención para a adaptación dos postos de traballo ou para a dotación de medidas de protección persoal necesarias para evitar accidentes laborais ao traballador con discapacidade contratado.

2. Incentivos á contratación dirixidos a favorecer a conciliación da vida laboral e familiar

Promover a igualdade de oportunidades no acceso e permanencia no emprego de homes e mulleres e remover os obstáculos que sobre o emprego poden producir a maternidade e outras situacións pertencentes ao ámbito da familia, mediante a concesión de incentivos dirixidos a favorecer a conciliación da vida laboral e familiar, a través das seguintes axudas:

- Axudas ás empresas que reincorporen a traballadores tras un proceso de maternidade/paternidade.
- Axudas ás empresas que substitúan a persoas traballadoras en excedencia para o coidado de familiares ou con redución da xornada de traballo por motivos familiares.

Tipos de axudas

- Axudas pola reincorporación á empresa tras un proceso de maternidade/paternidade, adopción ou acollemento preadoptivo o permanente de menores de 6 anos.

3. Programas de incentivos á contratación por conta allea como medida para favorecer a inserción de mozos menores de 30 anos

- **Programa de fomento da contratación en prácticas de mozos con titulacións de difícil empregabilidade.**

Proporcionar experiencia laboral a aqueles mozos desempregados, cuxas titulacións profesionais presentan especiais dificultades de acceso ao mercado de traballo.

- **Programa de fomento da contratación de mozos para substitución de traballadores que remantan a súa vida laboral.**

Favorecer a substitución, nos cadros de persoal das empresas, de traballadores próximos á xubilación por mozos, a través da incentivación dos contratos de remuda e de substitución por anticipación da idade de xubilación.

- **Programa de creación de novos empregos para mozos titulados nas empresas de menos de 30 traballadores.**

Facilitar a innovación científica e técnica dos sistemas organizativos e produtivos das empresas galegas mediante a contratación en prácticas de mozos titulados que se incorporen a novos postos creados en empresas de menos de 30 traballadores.

- **Programa de fomento da contratación indefinida inicial de mozos desempregados.**

Este programa ten por finalidade fomentar a incorporación dun xeito estable no mercado de traballo dos mozos menores de 30 anos a través de dous medidas conxuntas: o custo cero do período de proba e a subvención da contratación indefinida inicial.

- **Programa de incentivos á transformación en indefinidos dos contratos temporais celebrados con mozos.**

Esta actuación ten por finalidade promover o acceso a un emprego estable a un colectivo, como o dos mozos, que presentan en Galicia unha taxa de temporalidade superior ao 50%, incentivando ás empresas que transformen durante o ano 2006 os seus contratos temporais en indefinidos.

- **Programa de incentivos á contratación por conta allea de traballadores pertencentes a colectivos en risco de exclusión social**

O obxecto deste programa é favorecer o emprego estable e facilitar a inserción laboral dos traballadores que presentan desvantaxes e dificultades particulares para acceder e permanecer no mercado de traballo.

4. Programas para o fomento do emprego de colectivos desfavorecidos e incremento da estabilidade no emprego

- **Programa de fomento da contratación indefinida inicial de colectivos de desempregados con maiores dificultades de inserción laboral**

Este programa ten por obxecto fomentar a creación de postos de traballo de calidade e favorecer a inclusión social mediante o apoio á inserción laboral das

categorías de traballadores que presentan desvantaxes e dificultades particulares para acceder e permanecer no mercado de traballo.

- **Programa de fomento da permanencia nas empresas con contrato estable a aqueles que teñen na actualidade un contrato temporal**

Esta actuación ten por obxecto fomentar a estabilidade nas empresas por medio da transformación en indefinidos de contratos para a formación, prácticas, de remuda, de substitución por anticipación da idade de xubilación e de interinidade.

- **Programa de axudas a empresarios sen asalariados pola contratación do seu primeiro traballador fixo**

Este programa ten por obxecto incidir nos empresarios sen asalariados para que contraten o seu primeiro traballador fixo, coa finalidade de impulsar a capacidade de creación de emprego das pequenas empresas e favorecer a inserción laboral de desempregados.

- **Programa de incentivos a plans empresariais de estabilidade laboral**

Fomentar a creación e consolidación do emprego fixo e de calidade a través do estímulo e apoio ao cambio estrutural dos cadros de persoal das empresas cara a un maior nivel de estabilidade, realizado como consecuencia de plans empresariais de estabilidade laboral.

2. Autoemprego e economía social

1. Iniciativas de emprego: ILES - IER. Procedemento de cualificación e inscrición rexistral (Normativa vixente)

Enténdese por Iniciativas de Emprego os proxectos empresariais de carácter privado innovadores, xeradores de emprego, promocionados e apoiados pola Xunta de Galicia ou por administracións locais de carácter territorial da Comunidade Autónoma Galega, previamente cualificados como iniciativas de emprego e inscritos como tales no rexistro administrativo habilitado a tal fin nas Delegacións Provinciais e na Dirección Xeral de Promoción do Emprego da Consellería de Traballo.

As iniciativas de emprego poden ser de dúas clases:

- Iniciativas Locais de Emprego (ILES)
- Iniciativas de Emprego Rural (IER)

2. Programa de iniciativas de emprego: ILES - IER. Axudas e subvencións.

Facilitar e impulsar a posta en marcha daqueles proxectos empresariais innovadores, previamente cualificados como iniciativas locais de emprego (ILES) ou como iniciativas de emprego rural (IER) inscritos no rexistro administrativo habilitado para o efecto na Dirección Xeral de Promoción do Emprego e nas Delegacións Provinciais da Consellería de Traballo, conforme ao disposto no Decreto 9/2000, do 12 de xaneiro, polo que se regulan as iniciativas de emprego e as súas clases, así como o procedemento para a súa cualificación e inscrición rexistral.

3. Iniciativas de emprego de base tecnolóxica (Iebts). Medidas de acompañamento e cualificación e inscrición. (Normativa vixente) e Programa de iniciativas de emprego de base tecnolóxica (Iebt's). Axudas e subvencions.

O programa de apoio ás IEBT vai encamiñado a fomentar e estimular o espírito innovador e emprendedor, principalmente entre os investigadores e titulados universitarios de calquera área do coñecemento científico, técnico ou humanístico, e impulsar o desenvolvemento de proxectos empresariais innovadores con orientación científica e tecnolóxica, con perspectivas de negocio, susceptibles de transformarse en empresa e de crear de forma directa novos postos de traballo.

4. Programa de fomento do emprego en cooperativas e sociedades laborais.

Promover a incorporación de desempregados ás cooperativas e sociedades laborais, así como apoiar o desenvolvemento de proxectos de creación e modernización deste tipo de empresas.

5. Programa de promoción de emprego autónomo

Promover e axudar a financiar aqueles proxectos e iniciativas empresariais que posibiliten o emprego dos traballadores por conta propia mediante o seu establecemento como traballadores autónomos.

6. Programa de apoio á creación, ampliación e mantemento de centros especiais de emprego.

Incentivar a creación, ampliación e mantemento dos centros especiais de emprego en canto fórmulas empresariais eficaces para a xeración de emprego estable para persoas desempregadas con discapacidade.

7. Programa de promoción do emprego autónomo das persoas con discapacidade.

Promover a integración laboral das persoas con discapacidade mediante o financiamento daqueles proxectos empresariais de traballadores discapacitados desempregados que pretendan desenvolver a súa actividade empresarial ou profesional en Galicia.

8. Programa de incentivos para promover a afiliación á Seguridade Social das persoas cotitulares de explotacións agrarias.

Promover a creación do emprego e a mellora laboral no agro galego, facilitando mediante incentivos a alta na Seguridade Social das persoas cotitulares de explotacións agrarias de Galicia.

9. Orde do 19 de maio de 2006 pola que se establecen as bases reguladoras do procedemento de aboamento de cotas á Seguridade Social a traballadores e traballadoras que percibisen a prestación por desemprego na súa modalidade de pagamento único.

Propiciar o autoemprego dos traballadores desempregados con dereito á prestación por desemprego de nivel contributivo, facilitando a incorporación como socios

traballadores ou de traballo a unha cooperativa ou sociedade laboral, ou a súa alta como traballadores autónomos se se trata dunha persoa con discapacidade.

A maiores existen outras axudas a emprendedores dependentes doutras consellerías. Son as seguintes:

- **Programa Emega de axudas á creación de empresas e a integración laboral da muller emprendedora (Servicio Galego de Promoción da Igualdade, Vicepresidencia da Igualdade e do Benestar)**
- **Incentivos ao desenvolvemento económico e fomento da actividade empresarial: emprendedores (Consellería de Economía e Facenda)**

AXUDAS A EMPRENDEDORES DO IGAPE

O Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE) é un instrumento para a promoción e o fomento do investimento productivo en Galicia. De entre tódalas posibilidades que ofrece, preséntanse a continuación as tres liñas xenéricas máis axeitadas para emprendedores que inicien a súa actividade:

1. Apoios orientados a determinar a viabilidade dun proxecto empresarial:

Axudar a determinar a viabilidade da idea empresarial e a perfeccionar os coñecementos dos promotores dos proxectos en materia de organización e xestión de empresas.

2. Apoios orientados a facilitar a implantación dun proxecto empresarial:

Fomentar a aparición de empresas promovidas por novos emprendedores e de novas iniciativas empresariais de carácter innovador.

- Subvencións a fondo perdido sobre dos gastos e investimentos considerados subvencionables.
- Préstamos directos do Igape

3. Iniciativas de difusión: Apoiar as iniciativas en materia de difusión da cultura emprendedora mediante subvencións a fondo perdido das iniciativas en materia de difusión da cultura emprendedora, tales como xornadas, seminarios, ciclos de conferencias, congresos, etc. sempre e cando inclúan no seu programa contidos de divulgación específica dos instrumentos e actuacións do Igape no eido da cultura emprendedora na Comunidade Autónoma galega

Microcréditos do IGAPE

Consisten nun convenio de colaboración coa Compañía Española de Reafianzamiento, as Entidades Financeiras e as Sociedades de Garantía Recíproca adheridas, para a habilitación dunha liña de financiamento específica de microcréditos na Comunidade Autónoma de Galicia. Este convenio pon en marcha un mecanismo que facilite ás microempresas que desenvolvan a súa actividade en Galicia, ó acceso ó financiamento dos seus proxectos de investimento, sen máis garantías cas do seu proxecto.

As condicións do microcrédito comprenden un xuro fixo do 2,5%, cun prazo de amortización de cinco anos con ata un de carencia, para investimentos en activos fixos.

ICO EMPRENDEDORES

A nivel estatal existe a posibilidade de acudir a préstamos en condicións ventaxosas articulados a través do Instituto de Crédito Oficial (ICO).

De entre tódalas posibilidades que ofrece, preséntanse a continuación as tres liñas xenéricas máis adecuadas para emprendedores que inicien a súa actividade:

1. Liña ICO-PYME 2006. Financiar en condicións preferentes os investimentos en activos fixos productivos levadas a cabo por PYMES (empresas de menos de 250 traballadores) de calquera sector económico que realicen investimentos en España. Finánciase ata o 80% do proxecto de investimento neto para as empresas con menos de 10 empregados, e ata o 70% para o resto de PYME.

- Fixo+0,50
- Variable: EURIBOR+0,50

2. Liña ICO de Microcréditos para España 2005-06. Financiar a posta en marcha de pequenos negocios e o fomento do autoemprego de persoas con dificultades de acceso aos canais habituais de financiación. Finánciase ata o 95% do investimento a realizar, cun límite de 25.000 euros.

- Fixo: 5,5% TAE

3. Liña ICO-IDAE de Enerxías Renovables e Eficiencia Enerxética 2005. Financian os investimentos destinados ao aproveitamento das fontes de enerxías renovables o á mellora da eficiencia enerxética. Son para persoas físicas ou xurídicas de natureza pública o privada, sen limitación de tamaño. Finánciase ata o 80% do custo de referencia do investimento, previa avaliación técnica do IDAE e autorización financeira do ICO. Variable referenciado a EURIBOR 6 meses + 1% revisable semestralmente.

8.7. Anexo páxinas web de interese

Temáticas

- Portal sobre temas forestais: www.forestalnet.com
- Colegio de Ingenieros de Montes www.ingenierosdemontes.org
- Portal de información forestal: www.forestalia.com
- Portal con información sobre o sector forestal: www.redagraria.com
- Portal dunha empresa de servicios forestais: <http://agroentorno.alcoi.com>
- Portal da Asociación Nacional de Empresas Forestales: www.asemfo.org
- Buscador temático agrario: <http://agroline.usc.es>
- Base de datos forestal: www.grn.es
- Portal medioambiental: www.ambientum.com

Institucións públicas

- Ministerio de Medio Ambiente: www.mma.es
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación: www.mapa.es
- Consellería de Medio Ambiente: <http://medioambiente.xunta.es/>
- Consello Económico e Social de Galicia: www.ces-galicia.org
- Consellería do Medio Rural: <http://mediorural.xunta.es/>
- Consellería de Trabajo: <http://trabajo.xunta.es/>

Confederacións de empresarios e sindicatos

- Confederación de Empresarios de Galicia: www.ceg.es
- Confederación de Empresarios da Coruña: www.cec.es
- Confederación de Empresarios de Lugo: www.celugo.es
- Confederación de Empresarios de Pontevedra: www.cep.es
- Confederación de Empresarios de Ourense: www.ceo.es

- Unión Xeral de Traballadores: www.ugtgalicia.org
- Comisións Obreiras: www.galicia.ccoo.es
- Confederación Intersindical Galega: www.galizacig.com
- Asociación de Mozos Empresarios de Vigo e Mancomunidade: www.aje-vigo.es
- Asociación de Mozos Empresarios Marineda: www.amje.org
- Asociación de Mozos Empresarios de Pontevedra: www.adosnet.com/aje

Emprendedores

- Centro Europeo de Empresas e Innovación de Galicia (BIC Galicia, SA): www.bicgalicia.es
- Guías de Actividade Empresarial:
- Portal para emprendedores: www.emprenderengalicia.org
- Seniors Españoles para la Cooperación Técnica: www.secot.org
- Portal para emprendedores: www.emprendedores.es
- Portal para emprendedores: www.soyentrepreneur.com
- Registro Mercantil Central: www.rmc.es
- Dirección General de Política de la Pyme: www.ipyme.org
- Instituto de Crédito Oficial: www.ico.es
- Axencia Galega de Desenvolvemento Rural: <http://agader.xunta.es>

Institutos

- Instituto Nacional de Estadística: www.ine.es
- Instituto Galego de Estatística: www.ige.eu/ga/index.htm

8.8. Reflexións para a realización do estudio de mercado

A continuación, incluímos unha serie de puntos que debes considerar na análise do mercado, xa que poden condicionar a estratexia comercial que queiras desenvolver.

Tendo en conta as características do teu produto e o público ó que pensaches dirixirte:

- ¿Decidiches o ámbito no que vas desenvolver a túa actividade (comarcal, provincial, autonómico)?, ¿cal é o tamaño do teu mercado?, ¿como vas calculalo?, ¿como vas facer a avaliación das vendas para o primeiro ano? (Véxase o apartado 5.1.1 Tamaño do mercado, 5.1.2 Definición dun método de cálculo do tamaño do mercado e 6.2.3 Previsión de ingresos).
- ¿Existe algunha característica ou características que che permitan definir a un cliente tipo?, ¿como vas segmentar o teu mercado? (Véxase o apartado 5.1.1 Tamaño do mercado e 5.1.2 Definición dun método de cálculo do tamaño do mercado).
- ¿Puxécheste en contacto con empresas como a túa que actúen noutra zona?, ¿identificaches empresas competidoras para analizar a súa carteira de servizos, a súa calidade, a súa política de prezos, etc.?, ¿cal é a cota de mercado dos teus competidores?, ¿preguntácheslles ós provedores da actividade a súa opinión sobre a evolución e tendencias do mercado? (Véxase o apartado 5.1.2 Definición dun método de cálculo do tamaño do mercado).
- ¿Que tipo de clientes demandan os servizos/bens que vas ofrecer?, ¿que perfil teñen?, ¿cales son as súas necesidades?, ¿cal é o proceso de compra que seguen?, ¿cales son as razóns polas que van elixir a túa empresa fronte a outras alternativas?, ¿vaste dirixir só a particulares e asociacións de veciños ou tamén a empresas e institucións? (Véxase o apartado 5.1.3 Tipos e características dos clientes).
- ¿Existe na túa zona algún servizo público desta actividade?, ¿sabes cuántas empresas están operando na actualidade?, ¿onde están?, ¿que servizos ofertan?, ¿que características teñen? (Véxase o apartado 5.2.1.1 Número de empresas e a súa distribución territorial).
- ¿Vas operar nun mercado cunha competencia intensa?, ¿cales son os factores sobre os que se basea a competencia?, ¿valoraches as dificultades que existen para introducirse neste mercado?, ¿e que opcións teñen as empresas para abandonalo?, ¿que produtos substitutivos identificas?, ¿como é o poder de negociación dos provedores e dos clientes? (Véxase o apartado 5.2 Análise competitiva).
- ¿Localizaches ós provedores adecuados? (Véxase o apartado 5.2.4 Provedores e o seu poder de negociación e 8.2 Anexo de provedores).
- ¿Realizaches unha primeira aproximación ós servizos que deberá conter a túa carteira?, ¿cres que o teu servizo achega algún elemento diferenciador en relación con outros xa existentes no mercado?, ¿como vas diferenciarte da competencia?, ¿por que cres que o cliente vai comprar o teu servizo? (Véxase o apartado 6.1.1 Produto).

- ¿Sabes o prezo deste tipo de servicios?, ¿determinaches os criterios a partir dos que vas fixar os prezos e/ou elaborar os presupostos?, ¿vas utilizar o prezo como unha variable de diferenciación? (Véxase o apartado 6.1.2 Prezo).
- ¿Desenvolviches un método de venda eficaz?, ¿contas con persoas que teñan o perfil necesario para pór en marcha as túas ideas comerciais? (Véxase o apartado 6.1.3 Distribución/ Forza de vendas).
- ¿Como vas promocionar e dar a coñecer a túa imaxe?, ¿valoraches canto che vai custar en tempo e diñeiro?, ¿cales cres que serán as ferramentas de promoción máis efectivas? (Véxase o apartado 6.1.4 Promoción).
- ¿Sabes onde vas situar o teu negocio?, ¿é a situación unha vantaxe competitiva?, ¿que condicións deben reunir as instalacións?, ¿encontraches unha zona ben comunicada?, (Véxase o apartado 5.2.1.6 Instalacións e 6.1.3 Distribución/ Forza de vendas).
- ¿Realizaches unha previsión de ingresos?, ¿que factores analizaches?, ¿tes horas, días, meses ou épocas de maior volume de vendas? (Véxase o apartado 6.2.3 Previsión de ingresos).
- ¿Coñeces as características de funcionamento do teu negocio?, ¿calculaches o tempo que transcorrerá entre a apertura do teu negocio e o seu funcionamento normal?, ¿pensaches como facer fronte, mentres tanto, ós gastos fixos que vas ter? (Véxase o apartado 6.2.2 Gastos e 6.2.5 Financiamento).
- ¿Analizaches como vas financiar os investimentos necesarios para comezar na actividade? (Véxase o apartado 6.2.5 Financiamento).
- ¿Sabes que perfil deben ter as persoas que vas incorporar á empresa?, ¿que funcións e responsabilidades deben ter?, ¿cal vai ser a estrutura organizativa da empresa? (Podes consultar as demandas de emprego nas oficinas locais do INEM e asociacións sectoriais). (Véxase o apartado 6.3 Recursos humanos).

8.9. Factores que influyen en el tamaño del mercado

| FACTORES QUE INFLÚEN NO TAMAÑO DO MERCADO | | |
|---|--|---|
| FACTORES | IMPORTANCIA (1= importante, 2= bastante importante, 3=moi importante) | FONTES DE INFORMACIÓN |
| Factores non controlables pola empresa | | |
| Político-legais | | |
| Normativa | 2 | Consellería de Medioambiente, Ministerio de Medioambiente, Concellos e Deputacións |
| Institucionais | | |
| Axudas, subvencións e proxectos formais | 2 | Consellería de Medioambiente, Ministerio de Medioambiente, Concellos e Deputacións |
| Xeograficos | | |
| Superficie forestal | 3 | Consellería de Medioambiente, Ministerio de Medioambiente, Concellos e Deputacións |
| Económicos | | |
| Propiedade da superficie forestal | | Consellería de Medioambiente, Ministerio de Medioambiente, Concellos e Deputacións |
| Coxuntura económica de Galicia | 2 | Informes anuais do Banco de España (www.bde.es) Menorias anuais do CES Galicia (www.cesgalicia.org) |
| Competidores | | |
| Número de empresas competidoras | 3 | ARDAN; Directorios comerciais, Entrevistas a clientes. |
| Facturación das empresas competidoras | 3 | Regxstro Mercantil, ARDAN |
| Carteira de produtos | 3 | Folletos, cliente oculto, entrevistas a clientes |
| Tarifa de prezos | 2 | Cliente oculto |

| FACTORES | IMPORTANCIA (1= importante, 2= bastante importante, 3=moi importante) | FONTES DE INFORMACIÓN |
|---|--|---|
| Factores non controlables pola empresa | | |
| Cientes | | |
| Gasto en mantemento dos montes públicos por parte da Administración | 3 | Solicitude/petición dos presupostos da Consellería de Medio Ambiente, Ministerio de Medio Ambiente e principais concellos |
| Gasto en mantemento dos montes por parte dos entes privados (Comunidade de vaciños o particulares) | 3 | Entrevistas a clientes |
| Colaboración entre empresas de servicios forestais | 3 | Entrevistas a clientes de outras empresas de servicios forestais |
| Tipos de traballos encargados | 3 | Entrevistas a clientes |
| Valores de compra (calidade do traballo, tempo de realización dos traballos forestais, prezos etc) | 3 | Entrevistas a clientes |
| Factores controlables pola empresa | | |
| Carteira de servicios | 2 | Entrevistas a clientes |
| Prezo | 3 | Entrevistas a clientes da competencia directa |

8.10. Métodos de cálculo do tamaño do mercado

A continuación, ofrécese información sobre unha serie de métodos que che poden axudar a estimar o tamaño do mercado na túa área de influencia e a parte deste mercado que vas poder captar. Convén que teñas en conta que estes métodos non son excluíntes, na maior parte das ocasións faise necesaria a súa combinación creativa.

Os métodos que se explican a continuación son os seguintes:

- a. Método de ratios sucesivos
- b. Método da construción do mercado
- c. Método de cotas
- d. Opinión dos expertos
- e. Competidores
- f. Observación

a. Método de ratios sucesivos:

Supón a utilización dunha sucesión de porcentaxes nas que se descompón o mercado potencial absoluto, que axudan a concretar a demanda existente dun produto determinado. A dificultade deste método reside na obtención das diferentes porcentaxes, para o que se debe recorrer ás fontes secundarias e á opinión dos expertos. Por este motivo, interesa obter unha estimación en forma de horquilla ou intervalo, en lugar de realizar unha estimación puntual.

Imaxina que un emprendedor que quere montar un centro de ensino de artes marciais dispón da seguinte información para o cálculo do tamaño do seu mercado:

1. A poboación entre 20-40 anos que reside na súa área de influencia é de 6.000 persoas.
2. Un 25% da poboación entre 20-40 anos practica algún deporte.
3. Un 10% dos deportistas practican algún tipo de arte marcial.
4. Un 60% dos que practican artes marciais fano en centros privados.

A aplicación do método de ratios sucesivos consistiría no seguinte:

6.000 persoas (aplicamos a porcentaxe do 25%)

$6.000 \times 0,25 = 1.500$ **persoas practican algún deporte** (aplicamos a porcentaxe do 10%)

$1.500 \times 0,10 = 150$ **persoas practican artes marciais** (aplicamos a porcentaxe do 60%)

$150 \times 0,60 = 90$ persoas practican artes marciais en centros privados

b. Método da construción do mercado:

Estoutro método baséase na identificación de todos os compradores potenciais do mercado e a estimación do seu potencial de compra.

Supón que, un emprendedor desexa crear unha empresa dedicada á prestación de servizos de limpeza e mantemento. Sabe que na súa zona de influencia hai cen empresas que se clasifican polo seu volume medio de gasto, da seguinte forma:

| Tipo de empresa | Número de empresas | Gasto anual en mantemento |
|-----------------|--------------------|---------------------------|
| Tipo A | 50 | 1.440 euros/ano |
| Tipo B | 25 | 4.320 euros/ano |
| Tipo C | 15 | 7.200 euros/ano |
| Tipo D | 10 | 15.000 euros/ano |

O mercado potencial da zona sería de:

$1.440 \text{ euros/ano} \times 50 + 4.320 \text{ euros/ano} \times 25 + 7.200 \text{ euros/ano} \times 15 +$

$15.000 \text{ euros/ano} \times 10 = 438.000 \text{ euros.}$

c. Método de cotas:

Este método consiste na identificación das cotas de mercado que corresponden ás diferentes empresas que compiten nel. Loxicamente, canto menor é o número de empresas que operan nun mercado, máis fácil resulta a aplicación de tal método. Non obstante, sempre é posible ter en conta as empresas máis importantes e facer un grupo á parte coas restantes.

O método de cotas permite facer unha estimación do tamaño do mercado, tanto en volume (unidades) coma en valor económico.

Imaxina que, un emprendedor quere crear unha carpintería metálica. Sabe que na súa zona de influencia se constrúen cada ano 3.000 vivendas. Así mesmo, informouse de que as empresas máis importantes levan o 60% dese mercado e deixan o 40% para as empresas máis pequenas.

3.000 vivendas

$0,60 \times 3.000 = 1.800$ vivendas

$0,40 \times 3.000 = 1.200$ vivendas

O tamaño do mercado potencial sería de 1.200 vivendas.

d. Opinión dos expertos:

Segundo este método, a estimación do mercado non se apoia nuns datos obxectivos senón na opinión dun experto na materia. Das achegas individuais facilitadas por varios expertos extráese unha estimación media.

Provedores, clientes, técnicos de asociacións, etc. poden ser expertos. Así mesmo, os emprendedores que non son a túa competencia directa, por ter o negocio lonxe da túa área de influencia, pódanche proporcionar información valiosa de cara a unha estimación do tamaño do teu mercado e a unha previsión das vendas.

e. Competidores:

Segundo este método, o tamaño do mercado calcúlase a partir da facturación agregada das empresas competidoras. Trátase dunha estimación imprecisa, pero suficiente para te aproximares á magnitude que pode representar o mercado. Esixe os seguintes pasos:

En primeiro lugar, tes que identificar as empresas competidoras da túa área de influencia e informarte sobre as vendas dunha pequena mostra delas, para o que podes recorrer ás bases de datos de ARDÁN ou do Rexistro Mercantil, por exemplo. A análise dos datos débete permitir facer unha agrupación das empresas en función dos contornos de facturación que consideres relevantes.

Finalmente, o resultado da multiplicación do número de empresas de cada grupo pola súa facturación media e a suma dos resultados desta operación será igual ó tamaño do mercado estimado para a zona analizada.

Imaxina que, un emprendedor quere crear un laboratorio de ensaios. Unha vez identificadas as empresas e varios contornos de facturación, a estimación do tamaño do mercado podería xerar unha táboa coma a seguinte:

| Tipo | Número | Facturación/ano | % Facturación aprox. na miña área de influencia | Total |
|---------------------|--------|-----------------|---|------------|
| Laboratorio pequeno | 100 | 150.000 | 100% | 15.000.000 |
| Laboratorio mediano | 50 | 900.000 | 100% | 45.000.000 |
| Laboratorio grande | 3 | 2.000.000 | 50% | 3.000.000 |

O tamaño do mercado é de 63.000.000 de euros.

f. Observación:

A observación ten como finalidade a recollida de información sobre as persoas, sen que os suxeitos investigados se dean de conta de que están desvelando os datos relativos ós seus actos ou comportamentos.

A observación como método de investigación comercial ten múltiples aplicacións pero, atendendo ó obxectivo deste apartado, as máis importantes son:

- o coñecemento dos comportamentos e conductas que os compradores mostran no acto da compra.
- o coñecemento da afluencia de compradores a un establecemento comercial.

Para realizar a observación é necesario utilizar un modelo e desprazarse ó lugar da compra. É conveniente realizar observacións en diferentes franxas horarias e distintos días da semana.

Aquí preséntase un exemplo no que se estudia a afluencia de público a un punto de venda, para coñecer o número de clientes e a súa rendibilidade. Isto permite sopesar as posibilidades de apertura doutro punto de venda similar.

| OBSERVACIÓN | | HORAS | PERSONAS | DÍAS | TOTAL | ENTRAN |
|-------------|-------|-------|------------|----------|--------------|------------|
| | | | | | | |
| 10:00 | 10:05 | | 8 | 3 | 24 | 4 |
| 10:15 | 10:20 | | 16 | 3 | 48 | 3 |
| 10:30 | 10:35 | | 10 | 3 | 30 | 7 |
| 10:45 | 10:50 | | 14 | 3 | 42 | 4 |
| 11:00 | 11:05 | | 12 | 3 | 36 | 1 |
| 11:15 | 11:20 | | 19 | 3 | 57 | 3 |
| 11:30 | 11:35 | | 22 | 3 | 66 | 5 |
| 11:45 | 11:50 | | 25 | 3 | 75 | 2 |
| 12:00 | 12:05 | | 17 | 3 | 51 | 4 |
| 12:15 | 12:20 | | 24 | 3 | 72 | 3 |
| 12:30 | 12:35 | | 17 | 3 | 51 | 7 |
| 12:45 | 12:50 | | 18 | 3 | 54 | 4 |
| 13:00 | 13:05 | | 22 | 3 | 66 | 1 |
| 13:15 | 13:20 | | 26 | 3 | 78 | 3 |
| 13:30 | 13:35 | | 18 | 3 | 54 | 5 |
| 13:45 | 13:50 | | 15 | 3 | 45 | 2 |
| 16:30 | 16:35 | | 8 | 3 | 24 | 4 |
| 16:45 | 16:50 | | 6 | 3 | 18 | 3 |
| 17:00 | 17:05 | | 11 | 3 | 33 | 7 |
| 17:15 | 17:20 | | 13 | 3 | 39 | 4 |
| 17:30 | 17:35 | | 10 | 3 | 30 | 1 |
| 17:45 | 17:50 | | 23 | 3 | 69 | 3 |
| 18:00 | 18:05 | | 27 | 3 | 81 | 5 |
| 18:15 | 18:20 | | 21 | 3 | 63 | 2 |
| 18:30 | 18:35 | | 18 | 3 | 54 | 4 |
| 18:45 | 18:50 | | 12 | 3 | 36 | 3 |
| 19:00 | 19:05 | | 17 | 3 | 51 | 7 |
| 19:15 | 19:20 | | 13 | 3 | 39 | 4 |
| 19:30 | 19:35 | | 11 | 3 | 33 | 1 |
| 19:45 | 19:50 | | 13 | 3 | 39 | 3 |
| 20:00 | 20:05 | | 10 | 3 | 30 | 5 |
| | | | 496 | 3 | 1.488 | 114 |

- Persoas: Número de persoas que pasan por diante do punto de venda.
- Días: Número de días do estudio.
- Total: Número de persoas x Número de días.
- Entran: Número de persoas que pasan por diante e entran.

A observación combínase normalmente cunha pequena enquisa ás persoas que saen do establecemento para saber: se compraron, qué compraron, o importe gastado, etc.

8.11. Anexo sobre os tipos de guías

Os cinco tipos de Guías ou enfoques ós que se refire o apartado 1.3 Estructura do Sistema de Guías de Actividade Empresarial son:

1. Guía de Actividade: Guía sobre un modo de facer as cousas para un colectivo específico e unha necesidade concreta. O seu ámbito de competencia adoita trascender o local. Exemplo: Consultora de estudos xeotécnicos.
2. Guía de Microactividade: Guía sobre un modo de facer as cousas para un colectivo específico e unha necesidade concreta. O seu ámbito de competencia acostuma ser local. Exemplo: Centro de beleza.
3. Guía Sectorial: Guía que analiza o conxunto de actividades (microactividades ou sectores) que comparten tecnoloxía ou modo de facer, con independencia dos colectivos ós que se dirixen. Exemplo: Artesanía.
4. Guía Xenérica: Guía descritiva de aspectos e elementos funcionais do plan de empresa que comparten todas as actividades (ou microactividades) do sector. A Guía Xenérica caracterízase por non estar adscrita a ningunha actividade (ou microactividade) en concreto. Exemplo: Comercio polo miúdo de alimentación.
5. Guía Derivada: Guía que analiza determinados aspectos específicos dunha microactividade, previamente caracterizada nunha Guía Xenérica. Unha Guía Derivada sempre ten unha Guía Xenérica que serve de marco de referencia. Un exemplo sería: Froitería-verdulería.

9. NOTA DE AUTORES

As referencias nominais subministradas nesta Guía, tales como centros de estudio, asociacións, institucións, feiras, páxinas web, etc. que o lector pode encontrar ó longo da lectura deste documento non pretenden ser unha enumeración exhaustiva senón unha mostra orientadora das entidades detectadas durante a elaboración deste estudio. É posible que existan outras referencias, similares ás citadas, que non foron incluídas por non constituíren tales relacións o obxectivo principal da presente Guía.

Todos os datos relacionados con estatísticas, lexislación, cursos, axudas e calquera outra información susceptible de ser actualizada, foron obtidos durante a realización da presente Guía.

Santiago, decembro de 2006