

GUIAS DE ACTIVIDADE EMPRESARIAL

# Sector da alimentación

82



<http://guias.bicgalicia.es>



# Índice

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>5</b>
<b>1.1. Obxectivos do estudio</b> .....	<b>6</b>
<b>1.2. Metodoloxía</b> .....	<b>6</b>
<b>1.3. Estructura do sistema de guías de actividade empresarial</b> .....	<b>6</b>
<b>2. ESTRUCTURA DO SECTOR DA ALIMENTACIÓN</b> .....	<b>8</b>
<b>3. PRINCIPAIS CONCLUSIÓNS</b> .....	<b>11</b>
<b>4. CONTEXTO SECTORIAL</b> .....	<b>12</b>
<b>4.1. O sector primario</b> .....	<b>13</b>
<b>4.2. A industria alimentaria</b> .....	<b>24</b>
<b>5. MERCADO DA ALIMENTACIÓN</b> .....	<b>31</b>
<b>5.1. Análise da demanda</b> .....	<b>31</b>
5.1.1. Tamaño do mercado .....	32
5.1.2. Hábitos de compra.....	36
<b>5.2. Análise competitiva</b> .....	<b>39</b>
5.2.1. Análise da oferta .....	40
5.2.2. Productos substitutos .....	51
<b>5.3. Situación actual e previsións para o futuro</b> .....	<b>53</b>
5.3.1. DAFO do sector primario.....	54
5.3.2. DAFO do sector industrial.....	58
<b>6. CANLES DE COMERCIALIZACIÓN</b> .....	<b>62</b>
<b>7. VARIOS</b> .....	<b>66</b>
<b>7.1. Réximes fiscais preferentes</b> .....	<b>66</b>
<b>7.2. Normas sectoriais de aplicación</b> .....	<b>67</b>
<b>7.3. Axudas</b> .....	<b>71</b>
<b>7.4. Organismos</b> .....	<b>72</b>
7.4.1. Organismos oficiais e institucións.....	72
7.4.2. Asociacións profesionais .....	75
7.4.3. Centros de formación .....	79
<b>7.5. Páxinas útiles en Internet</b> .....	<b>82</b>
<b>7.6. Bibliografía</b> .....	<b>83</b>
<b>7.7. Glosario</b> .....	<b>84</b>

<b>8. ANEXOS .....</b>	<b>87</b>
8.1. Anexo de información estadística de interese .....	87
8.2. Anexo de feiras .....	92
8.3. Anexo de formación .....	95
8.4. Anexo sobre modalidades de contratación .....	98
8.5. Anexo de axudas .....	104
8.6. Anexo de páxinas web de interese .....	111
8.7. Reflexións para facer o estudio de mercado .....	114
8.8. Métodos de cálculo do tamaño do mercado .....	115
8.9. Anexo sobre os tipos de guías .....	121
<b>9. NOTA DOS AUTORES .....</b>	<b>122</b>

# 1. INTRODUCCIÓN

## Cómo utilizar esta Guía

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

### 1. Introducción

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

### 2. Estructura do sector da alimentación

*Cal é o conxunto de actividades que comprende o sector da alimentación.*

### 3. Principais conclusións

*Resumo da Guía coas principais conclusións que achega a súa lectura.*

### 4. Análise do contexto sectorial

*Análise do sector da alimentación en Europa e en España.*

### 5. Mercado da alimentación

*Análise da demanda e da competencia do sector da alimentación en Galicia.*

### 6. Canles de comercialización

*Análise das distintas canles que poden seguir os produtos desde que saen das explotacións ata que chegan ó punto de venda.*

### 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 estudio

Os datos que o emprendedor necesita para facer unha primeira análise da viabilidade do seu proxecto empresarial, xeralmente, son estimados de forma intuitiva ou teñen 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 en que se vai a desenvolver a actividade.

Por conseguinte, o obxectivo da presente Guía é o de proporcionar información relevante para facilitarlle a análise sobre a viabilidade da súa idea e a propia elaboración do seu Plan de Empresa.

## 1.2. Metodoloxía

Durante o proceso de elaboración desta Guía efectuouse un estudio de gabinete baseado na información proporcionada por fontes secundarias (estadísticas, informes publicados, artigos de opinión, manuais, etc.), co obxectivo de realizar unha análise do sector da alimentación desde unha perspectiva xeralista.

Pretendeuse identificar os subsectores que comprenden o sector da alimentación e valorar os grandes indicadores, ademais de analizar os aspectos relacionados coa oferta e a demanda, tanto do sector primario como do industrial.

## 1.3. Estructura do sistema de guías de actividade 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, viabilidade 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 Plano de Empresa, a pesar de que ofrece información actualizada sobre aspectos tales coma 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**

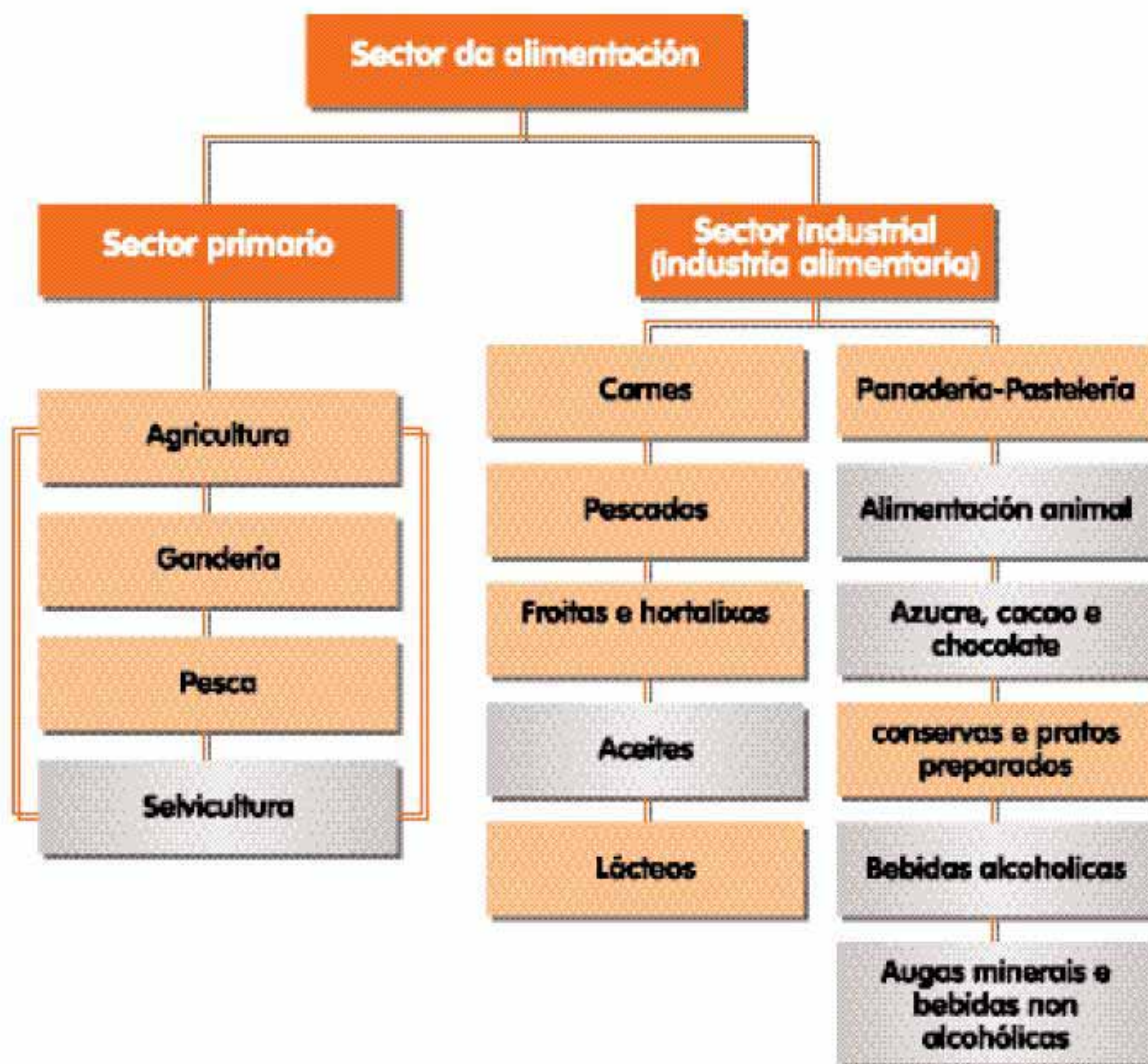
Á hora de acometer a elaboración da Guía, a elección de un ou outro enfoque responde a factores diversos. Así, por exemplo:

- 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 estean sendo atendidos 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 do Sector da Alimentación é unha Guía Sectorial. Polo tanto, nela analízase o conxunto de actividades (microactividades ou sectores) que comparten tecnoloxía ou modo de facer, con independencia dos colectivos ós que se dirixen. Para coñecer as características dos outros tipos de Guías de Actividade que se inclúen nesta colección, podes ler o apartado 8.9 Anexo sobre os Tipos de Guía.

## 2. ESTRUCTURA DO SECTOR DA ALIMENTACIÓN

O sector da alimentación comprende un amplo conxunto de actividades económicas que, desde un punto de vista estatístico, podemos clasificar en dous grandes grupos ou sectores: o sector primario e sector industrial. Cada un deles inclúe unha ampla relación de subsectores e actividades económicas: co fin de facilitar a comprensión desta Guía e establecer unha serie de pautas para a interpretación dos datos que se conteñen nela, no seguinte gráfico móstrase a estrutura do sector da alimentación:



Dada a imposibilidade de abarcar todas estas actividades, para os efectos desta Guía centraremos especialmente naquelas que no gráfico anterior aparecen sinaladas en cor verde. Foron escollidas por seren as que teñen maior peso específico en Galicia e ás que se lles prevé maior desenvolvemento. A xeito de salvidade, convén aclarar previamente que, debido á diversidade de fontes estatísticas utilizadas, non sempre é posible agrupar as actividades dunha forma homoxénea.



O proceso de modernización que o **sector primario** español sufriu nas últimas décadas ten alterado radicalmente o papel que este cumpría dentro do conxunto da actividade económica nacional. Actualmente, o dito papel céntrase, sobre todo, en contribuír ó sostemento da demanda doutras actividades industriais e de servicios, así como no aprovisionamento dunha potente industria alimentaria española que se converteu, como resultado desta evolución, nun sector estratéxico da economía nacional.

Pola súa parte, a **industria alimentaria** comprende o conxunto de actividades económicas que abarca todos os aspectos da produción e transformación de alimentos, desde que sae a materia prima dos centros de produción ata que chega á mesa para ser consumida. Aínda que algúns alimentos, como a froita, pódense consumir crus, a maioría requiren algún tipo de procesamento para facelos seguros e atractivos ó padal. Por iso, e para ofrecer unha ampla gama de produtos alimenticios, os comerciantes polo miúdo e fabricantes usan a tecnoloxía dos alimentos, e recorren a científicos e técnicos para que colaboren nas súas empresas.

A industria de produtos alimenticios e de bebidas constitúe a rama económica máis importante tanto da Unión Europea como de España. Trátase dun sector de carácter estratéxico, non só pola súa importancia dentro da economía en termos de facturación e emprego, senón tamén pola súa incidencia sobre outros sectores industriais, entre os que cabe sinalar a construción, a industria da maquinaria, o sector servicios e, sobre todo, o sector primario. Pódese dicir que, actualmente, a industria da alimentación actúa como verdadeiro motor do sector primario, xa que arredor das tres cuartas partes do valor da produción final agraria convértense en inputs para a industria alimentaria. O 25% restante destínase ó consumo a través das canles de comercialización (alimentos frescos).

Na seguinte táboa recóllese o CNAE-93 (Clasificación Nacional de Actividades Económicas do ano 1993) e o SIC (Standard Industrial Classification) das actividades do sector primario e industrial nas que se vai centrar esta Guía.

CNAE-93	SIC
<b>SECTOR PRIMARIO</b>	
01.1 Producción agrícola	1 Agricultura
01.2 Producción gandeira	2 Gandería
01.3 Producción agraria combinada ca produción gandeira	7 Servicios para a agricultura
01.4 Actividades de servicios relacionadas coa agricultura	9 Caza e pesca
05.0 Pesca, acuicultura e actividades dos servicios relacionados con elas	

CNAE-93	SIC
<b>SECTOR INDUSTRIAL</b>	
15.1 Industria cárnica	20 Industria alimentaria
15.2 Elaboración de conservas de pescado e produtos con base en peixe	
15.3 Preparación e conservación de froitas e hortalizas	
15.5 Industrias lácteas	
15.6 Fabricación de produtos de muíño, amidóns e produtos amiláceos	

Algunhas das actividades reflectidas nesta clasificación, cuxa relación mostrámosche a continuación, foron tratadas xa con maior profundidade noutras Guías:

- Agricultura ecolóxica.
- Gandería ecolóxica.
- Acuicultura.
- Elaborador de viño con denominación de orixe.
- Fabricación de pan e venda directa.

Podes consultalas na páxina web: <http://guias.bicgalicia.es>.

### 3. PRINCIPAIS CONCLUSIÓNS

- España achega o 12,1% da produción agrícola europea, o que a sitúa no cuarto lugar, detrás de Francia, Alemaña e Italia. Ademais, ocupa o segundo lugar en Europa en efectivos de porcino, de ovino e de cabrún, e sexto en bovino.
- No ámbito nacional, a industria cárnica é a que presenta un maior promedio de crecemento de produción bruta, seguida pola do peixe.
- O saldo da balanza comercial do sector da alimentación galego brindou un resultado negativo de 1.470 millóns de euros.
- Os consumidores valoran cada vez máis a agrupación de todos os servicios nunha mesma superficie comercial, xa que isto lles permite comparar os prezos en distintas tendas, comprar razoablemente rápido e dispor ademais de zonas de esparcemento e ocio.
- No primeiro trimestre de 2005 o gasto en alimentación de cada galego foi de 458 euros ó mes, situándose por encima da media nacional, que foi de 407.
- A agricultura, a gandería e a caza sufriron en Galicia un lixeiro descenso durante a súa produción nos últimos anos; a pesca e a acuicultura, sen embargo, experimentaron unha tendencia crecente.
- A evolución da produción na industria alimentaria galega foi positiva en todas as actividades excepto no sector de outras industrias alimentarias, o cal sufriu un leve descenso.
- A Coruña e Pontevedra son as provincias galegas que aglutinan maior número de explotacións do sector primario e de empresas da industria alimentaria.
- A concentración parcelaria supuxo un descenso do número de explotacións do sector primario na nosa comunidade autónoma.
- A evolución do emprego ten sido positiva en todas as actividades da industria alimentaria galega, mentres que nas explotacións agrícolas e gandeiras foi negativa.
- O incremento da competencia de terceiros países supón a principal ameaza para as actividades agrícolas gandeiras, mentres que as limitacións legais que restrinxen o acceso ós caladoiros ameaza a actividade pesqueira.
- Unha oportunidade moi importante para as actividades da agricultura e a gandería son as axudas que ofrece a Administración para afrontar as melloras necesarias nestes tipos de explotacións. En canto á actividade pesqueira, a oportunidade vén dada polo aumento do consumo de peixe por parte da poboación.
- O maior punto forte da agricultura e a gandería galega pasa pola consolidación de algúns cultivos (pataca, kiwi, etc.) ou pola existencia dunha raza autóctona de renome con denominación de orixe, Tenreira Galega, que o consumidor empeza a recoñecer como produto de calidade. Pola súa parte, o da pesca reside na tradición que esta actividade ten en Galicia.

## 4. CONTEXTO SECTORIAL

A lectura deste capítulo permitirache coñecer:

- > **A ACHEGA DE ESPAÑA Á UNIÓN EUROPEA EN AMBOS SECTORES.**
- > **A EVOLUCIÓN DA PRODUCCIÓN AGRÍCOLA, GANDEIRA E PESQUEIRA ESPAÑOLA NOS ÚLTIMOS ANOS. AS ESPECIES E CULTIVOS MÁIS IMPORTANTES.**
- > **A EVOLUCIÓN DA INDUSTRIA ALIMENTARIA E A SÚA IMPORTANCIA NA ECONOMÍA ESPAÑOLA. O DESAGREGAMENTO DESTA INDUSTRIA NOS DISTINTOS SUBSECTORES.**
- > **A BALANZA COMERCIAL DE AMBOS SECTORES.**
- > **OS PRINCIPAIS GRUPOS DE ALIMENTOS E A SÚA DEMANDA.**

A análise do contexto sectorial permitirache extraer as seguintes conclusións:

- **España achega o 12,1% da produción agrícola europea, o que a sitúa no cuarto lugar, detrás de Francia, Alemaña e Italia.**
- **A de viño e mosto, cereais e hortalizas e froitas representaba algo máis do 79% da produción agrícola española no ano 2005.**
- **A gandería achega o 40% á produción final agraria española. Esta porcentaxe mantense practicamente inalterada desde os anos setenta.**
- **España ocupa o segundo lugar en Europa en efectivos de porcino, de ovino e de cabrún, e o sexto en bovino. Ademais, é o terceiro produtor de carne, o cuarto de ovos e o sexto de leite.**
- **A flota pesqueira española caracterízase por combinar pequenas embarcacións con buques de maiores dimensións. O número de barcos no resto dos países europeos é menor, pero en xeral son barcos de maiores dimensións medias.**

- De entre os produtos frescos, son as froitas comestibles, as hortalizas e as legumes os máis exportados por España; polo contrario, os produtos que máis importa son peixes, crustáceos e moluscos, produtos lácteos e cereais.
- A industria alimentaria española contaba no ano 2006 con 31.847 empresas. Destas, o 96% son pequenas, mentras só o 3,44% das mesmas son medianas ou grandes.
- A nivel nacional, o sector máis puxante foi o das froitas e hortalizas, cun crecemento da produción bruta, dun 23,95%, seguida polo sector cárnico, cun 22,99%.
- En termos de emprego, as actividades máis dinámicas entre os anos 1998 e 2005 foron os produtos de alimentación diversa, cun promedio de crecemento do 18,52%.
- Polo que se refire a produtos elaborados, os produtos máis exportados son os preparados de legumes e hortalizas, seguido dos preparados de carnes e pescados.
- A distribución do gasto en alimentación no ano 2006 apenas sufriu variacións con respecto a anos anteriores: o maior importe correspondió ós fogares (72,46%), seguidos da hostelería (25,63%) e as institucións (1,9%).

## 4.1. O sector primario

*¿Como foi a evolución da produción agrícola, gandeira e pesqueira en España?, ¿e a súa relación coa UE?*

*¿Cales son os produtos máis exportados por España?, ¿e os máis importados?*

A Guía do Sector da Alimentación é unha Guía Sectorial, polo que os datos referidos a Galicia trátanse no apartado de mercado, mentres as estatísticas europeas e españolas analízanse no contexto sectorial.

Dedicaremos as primeiras liñas deste apartado a realizar unha análise das tres principais actividades que integran o sector primario: agricultura, gandería e pesca, para coñecer así o peso específico que ten cada unha delas no contexto nacional no conxunto da Unión Europea.

Actualmente, o orzamento agrícola da Unión Europea constitúe o capítulo máis importante do orzamento comunitario. Isto supón unha porcentaxe do 42,7% do mesmo, no 2006, cando a agricultura a penas representa en Europa o 2% do PIB e segue perdendo posicións ano tras ano.

Desde 1986, a nosa política agraria pasa a estar condicionada ás decisións da Unión. Actualmente, a agricultura española atópase plenamente integrada no contexto global da Comunidade Europea, tanto polo que se refire á liberalización dos intercambios comerciais como pola adaptación a un sistema de axudas que en moitos casos mantén a viabilidade do sector.

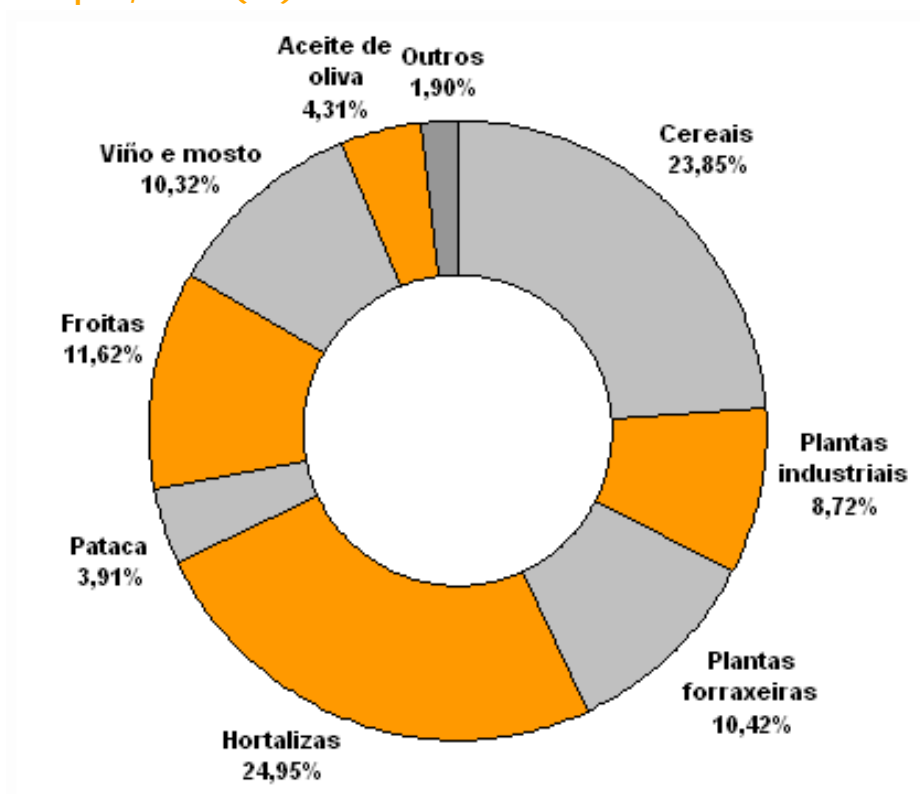
Este feito, xunto a unha serie de factores esóxenos (entre os que podemos citar o proceso de terciarización que experimentou a economía española nos últimos anos), provocou a profesionalización, tecnificación, concentración e especialización do sector.

A pesar deste proceso de concentración, que significa menos explotacións pero máis grandes, atopámonos cunha estrutura sectorial caracterizada por un alto nivel de atomización. Segundo o informe económico publicado polo departamento de estudos da Fira de Barcelona sobre o sector agropecuario español (ano 2002), pódense distinguir os seguintes tipos de empresas:

- Empresas de pequena dimensión, de carácter familiar, que teñen menos de 10 empregados e que se corresponden co 83% das empresas do sector.
- Empresas intermedias, que xeralmente teñen a súa orixe en empresas familiares e que nalgúns casos manteñen ese carácter mentres noutros evolucionaron a formas societarias. Teñen entre 10 e 50 empregados e correspóndense co 13,8% das empresas do sector.
- Grandes empresas, con máis de 50 empregados, que representan un 3,2% das empresas do sector.

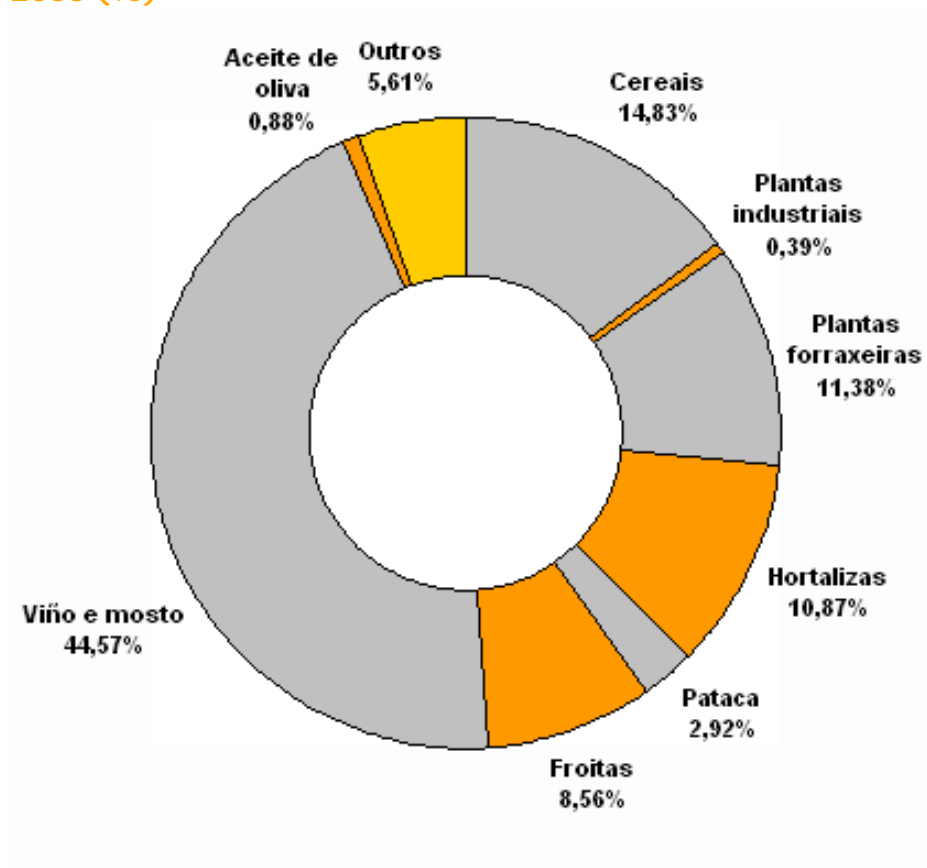
Polo que se refire ó seu carácter especializado, cabe destacar a diversidade productiva do sector agrario español, posibilitada en gran medida pola existencia de diferentes medios agroclimáticos. No noso país cultívanse especies propias do clima templado, especies tropicais e cultivos típicos mediterráneos. Case a metade da produción é de tipo hortofrutícola e gran parte desta, á súa vez, destínase á exportación. No contexto europeo, España achega o 12,1% da produción agrícola, o que a sitúa no cuarto lugar, detrás de Francia, Alemaña e Italia. Os seguintes gráficos mostran a estrutura da produción final agrícola en Europa e en España no ano 2004 e 2005, respectivamente:

**Cadro 1a: Gráfica da estrutura da produción final agrícola, Unión Europea, 2004 (%)**



*Fonte: Hechos y cifras de la agricultura, la pesca y la alimentación en España. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación*

**Cadro 1b: Gráfica da estrutura da produción final agrícola, España, 2005 (%)**



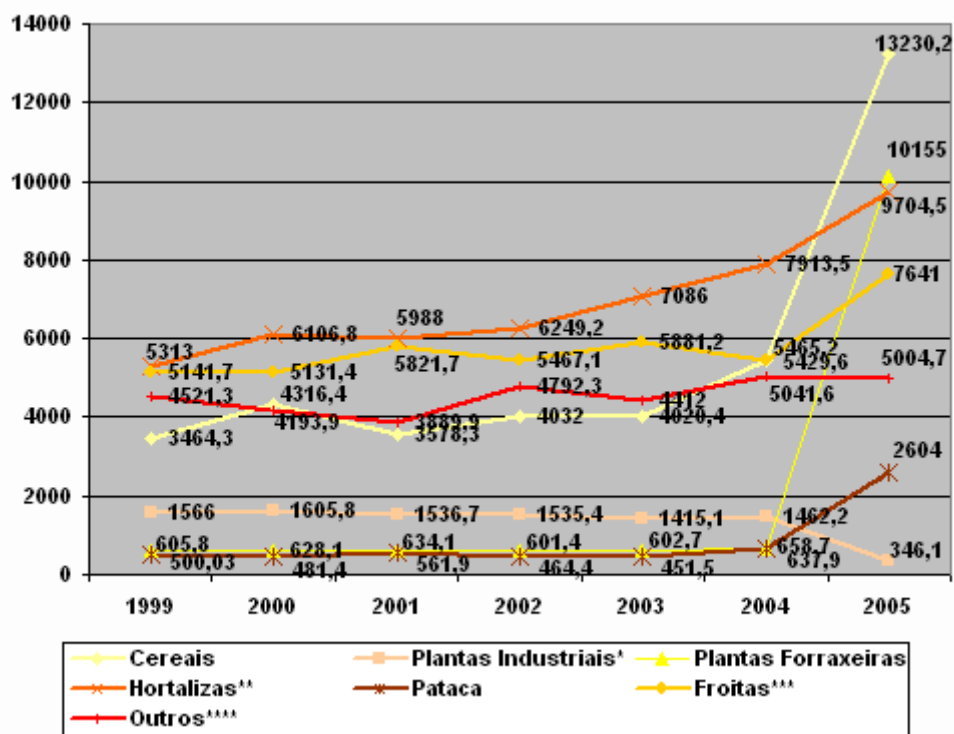
*Fonte: Hechos y cifras del sector agroalimentario y del medio rural español. Superficies y producciones agrícolas. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación*

Como se pode observar, a maior diferenza corresponde ó viño e mosto, que en España achegan o 45% da produción final agrícola no 2005, mentras na UE representa só o 10%, no 2004. O 15% da produción final agrícola corresponde a cereais e o 11% a plantas forraxeiras, mentrás que na UE no 2004, son as hortalizas (25%) e os cereais (24%) as que máis contribúen na produción agrícola.

No seguinte gráfico podes ver a evolución da produción agrícola en España durante o período 1999-2005.



**Cadro 2: Gráfico da evolución da produción agrícola, España, 1999-2005 (millóns de euros)**



\* Inclúen remolacha, tabaco, algodón, xirasol e leguminosas en gran \*\* Inclúen flores e plantas de viveiro \*\*\* Inclúen froitas frescas, cítricos, froitas tropicais, uvas e olivas \*\*\*\* Inclúen viño, mosto, aceite de oliva e outros Fonte: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Como se aprecia no gráfico, ningún cultivo segue un comportamento estable. Os cambios de tendencia danse en todos os casos. Destaca o forte incremento que experimentan os cereais e as plantas forrageiras. Por outra banda as froitas e outros produtos sufriron unha caída do 76,33% e 0,73% respectivamente.

Según o estudo "Hechos y cifras sobre la agricultura", publicado polo MAPA, en termos de superficie, a maior parte das terras de cultivo dedícanse a cereais (incluído o arroz), con 6.626,9 hectáreas de superficie no 2003. Tamén son importantes as 2.439,5 hectáreas destinadas ás oliveiras e as destinadas ó viñado e cultivos industriais, con 1.172,8 e 1.018,7 hectáreas, respectivamente.

Polo que se refire á gandería, cabe resaltar a súa achega en torno ó 40% á produción final agraria española. Esta porcentaxe mantense practicamente inalterada desde os anos setenta.

O desenvolvemento da actividade gandeira en España tivo no pasado un certo carácter dual, imposto polas condicións climáticas e a evolución da demanda. A choiva limita notablemente a calidade e cantidade dos recursos para pacer, e iso constitúe un freo natural á expansión das especies ruminantes, fundamentalmente do bovino. En cambio, a presión da demanda como consecuencia da elevación do nivel de vida determinou un notable desenvolvemento da gandería non ligada á terra (porcino e aves, sobre todo). Nos últimos anos obsérvase un cambio de tendencia nesta orientación dual, debido a unha maior atención ó aproveitamento dos recursos de pasto e ós problemas sanitarios e medioambientais que, en ocasións, plantexa a explotación gandeira extensiva.

Pódese dicir que a evolución do sector gandeiro sufriu as seguintes tendencias:

- Dentro dos efectivos do bovino tivo lugar un notable proceso de reestructuración interna, con diminución da orientación láctea e forte expansión dos censos de vacas de aptitude cárnica.
- O censo total de ovinos experimentou un significativo crecemento, ata acadar unha cifra similar á dos períodos de maior alza no noso país.
- Os efectivos totais de porcino creceron, así como as instalacións avícolas, a expansión das cales foi moi forte. Podemos sinalar tamén que os sectores da avicultura e porcicultura española se atopan a un nivel técnico comparable ó dos países máis evolucionados neste ámbito.

Na táboa que mostramos a continuación pode verse reflectida a evolución dos censos e producións gandeiras en España durante o período 2001-2005:

**Cadro 3: Evolución dos censos producións gandeiras, España, 2001-2005 (unidades, %)**

	2001	2005	Variación 2005
<b>Efectivos gandeiros</b>			
<b>Bovino total (miles de cabezas)</b>	6.411	6.484	1,14%
<b>Vacas ordeño</b>	1.182	1.018	-13,87%
<b>Vacas non ordeño</b>	1.985	1.954	-1,56%
<b>Ovino total (miles cabezas)</b>	24.301	22.909	-5,73%
<b>Cordeiras cubertas e ovellas</b>	18.495	17.328	-6,30%
<b>Cordeiras non cubertas</b>	1.153	-	-
<b>Caprino total (miles de cabezas)</b>	3.114	2.841	-8,77%
<b>Cabras</b>	2.110	2.143	1,56%
<b>Chivas</b>	445	-	-
<b>Porcino (miles de cabezas)</b>	23.858	24.884	4,30%
<b>Femias reproductoras cubertas</b>	1.723	2.597	50,72%
<b>Femias reproductoras non cubertas</b>	871	-	-
<b>Aves poñedoras (millóns cabezas)</b>	47	-	-
<b>Producións</b>			
<b>Carne (millóns de toneladas)</b>			
<b>Bovino</b>	651	714	9,68%
<b>Ovino</b>	235	224	-4,68%
<b>Caprino</b>	15	17	13,33%
<b>Porcino</b>	2.989	3.168	5,99%

**Cadro 3: Evolución dos censos producións gandeiras, España, 2001-2005 (unidades, %)**

	2001	2005	Variación 2005
<b>Aves de corral</b>	1.307	1.287	-1,53%
<b>Leite (millóns de litros)</b>			
<b>De vaca</b>	6.330	6.362	0,50%
<b>De ovella</b>	394	409	3,81%
<b>De cabra</b>	489	469	-4,09%
<b>Ovos (millóns de dúcias)</b>	994	876	-11,87%

Fonte: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Como se pode comprobar nesta táboa, o sector porcino experimentou un incremento do 4,30% en efectivos debido ó incremento das femias reproductoras. A produción de carne tamén incrementou en case un 7%.

O sector bovino incrementou só nun 1,14% os seus efectivos, xa que o número de vacas de ordeño diminuíu nun 13,87%. A produción de carne deste sector tamén experimentou un crecemento importante cerca do 10%, mentrás que o do leite, só incrementou medio punto.

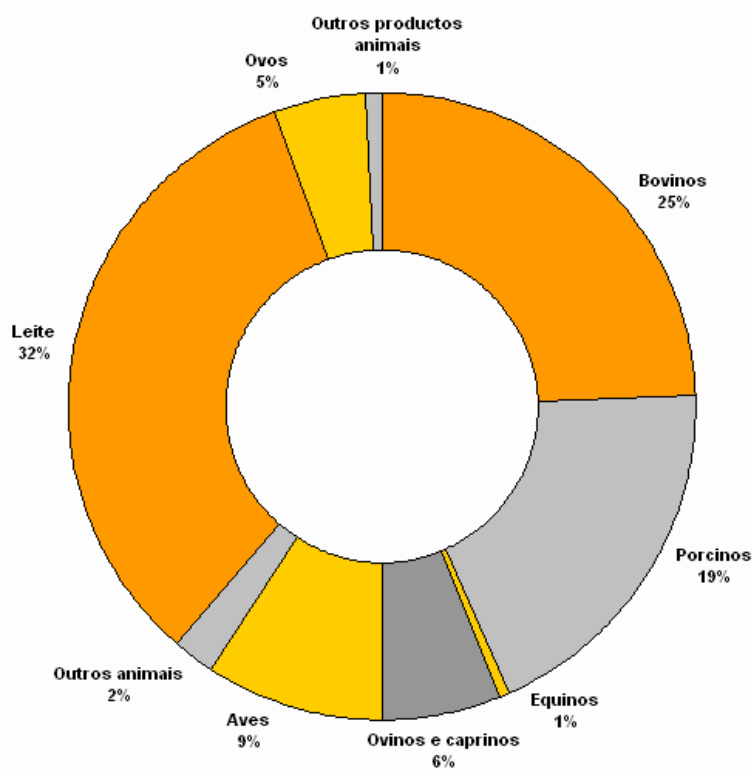
No que se refire ó sector ovino, descendeu nun 5,73%, diminuíndo tamén a produción de carne nun 4,68% e incrementando a de leite cerca do 4%.

No sector avícola tamén se viviu unha reestructuración, caracterizada por un descenso tanto na produción cárnica (1,53%), como na de ovos (-11,87%).

A gandería ten no conxunto da UE maior peso relativo que en España, de tal maneira que a súa achega á produción final agraria europea sobrepasa o 50%, cando en España a achega é do 40% como se dixo anteriormente. O noso país achega como media o 13% da produción gandeira da UE, porcentaxe inferior á correspondente á produción agrícola. A través destes indicadores ponse de manifesto dunha maneira suficientemente nítida o carácter máis agrícola que gandeiro da actividade agraria española en relación coa do conxunto de estados membros da UE.

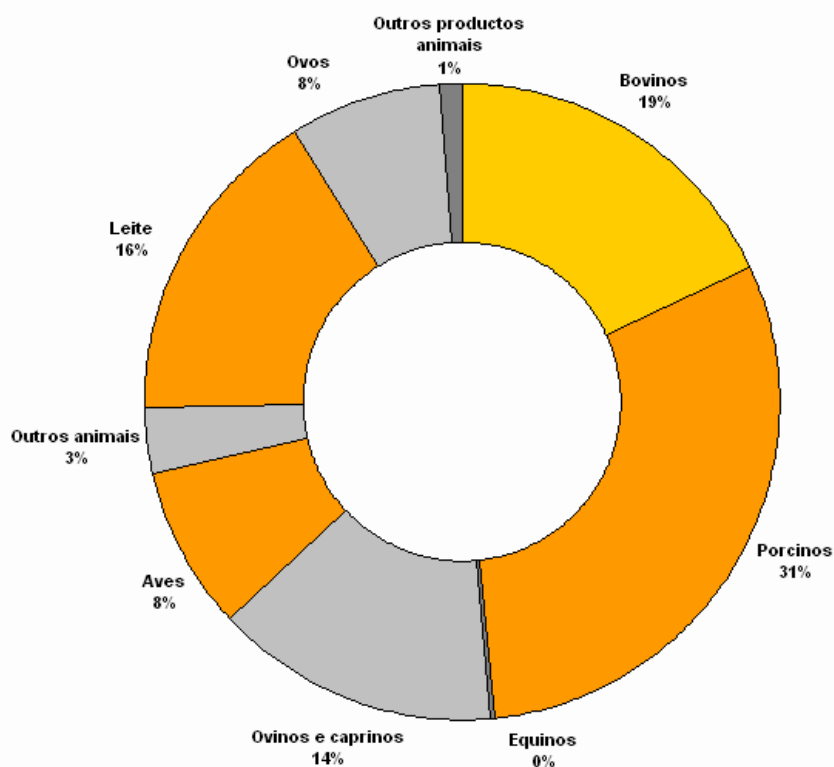
Os seguintes gráficos mostran a estrutura da produción gandeira en Europa e en España:

**Cadro 4a: Gráfico da estrutura porcentual da produción final gandeira, Unión Europea, 2003 (%)**



Fonte: Hechos y cifras del sector agroalimentario y del medio rural español. Censos y producciones ganaderas. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

**Cadro 4b: Gráfico da estrutura da produción final gandeira, España, 2003 (%)**



Fonte: Hechos y cifras del sector agroalimentario y del medio rural español. Censos y producciones ganaderas. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Non obstante o anterior, non debe considerarse en absoluto irrelevante a actividade gandeira española no seo da UE, xa que España ocupa o segundo lugar en efectivos de porcino (despois de Alemaña), de ovino (despois do Reino Unido) e de caprino (despois de Grecia), así como o sexto en bovino. Ademais, é o terceiro produtor de carne, o cuarto de ovos e o sexto de leite.

O sector pesqueiro, que engloba todas as actividades relacionadas coa pesca extractiva, o marisqueo e a acuicultura, continúa sendo un dos motores da economía española. Como sucedía co sector agrario, durante a segunda metade da década dos oitenta e principios dos noventa a pesca española foise adaptando á nova realidade derivada da adhesión á Unión Europea, reorientándose conforme ós principios da política común pesqueira. Neste sentido, Europa asumiu os acordos bilaterais de pesca de España con terceiros países e posibilitou a participación da flota española nos outros acordos comunitarios, boa parte dos cales se enmarcan na política de cooperación comunitaria.

Do millón de toneladas capturadas cada ano pola flota española, aproximadamente o 99% destínase ó consumo humano. Destas, arredor do 45,2% consévese fresco, o 12,3% conxelado e o 12,7% en conserva. A flota de baixura ofrece o peixe fresco procedente dos caladoiros achegados, mentres que a subministración de peixe conxelado provén de diferentes zonas de pesca do Atlántico (zona Subsahariana e Senegal), do Índico e, en menor medida, do Pacífico.

A produción pesqueira correspondente ó sector extractivo foi descendendo paulatinamente, froito da tendencia de moitas empresas a instalarse noutros países. Polo contrario, o seu valor económico aumentou, como consecuencia, basicamente, de dous factores decisivos: en primeiro lugar, porque unha gran parte das capturas son especies de alta calidade ou moi apreciadas polos consumidores e, en segundo lugar, porque os prezos dos produtos pesqueiros fóronse incrementando. A isto está contribuindo de forma moi eficaz a gran cantidade de peixe que se consome en España. Especies como a pescada, os cefalópodos e o marisco provocan co seu alto prezo o crecemento do valor global das capturas.

Os países do sur da UE, con España á cabeza, dispoñen do maior número de barcos. Con todo, isto débese en parte á existencia dun alto número de embarcacións de pequenas dimensións, que traballan nos caladoiros dos seus respectivos litorais. A peculiaridade española proven da importancia que adquire a flota conxeladora. Na flota española combínanse, ademais, as pequenas embarcacións con buques de maiores dimensións. O número de barcos no resto dos países é menor, pero en xeral estes son de maiores dimensións medias.

A continuación, móstrase o número de toneladas das principais capturas realizadas polos barcos de pesca españois:

**Cadro 5: Distribución por especies da pesca, España, 2000-2001 (Toneladas)**

	2000	2001	Var. 00-01
<b>Peixe de fondo</b>	189.687	237.002	24,9%
<b>Pescada</b>	58.603	60.904	3,9%
<b>Peixes planos</b>	42.174	38.717	-8,2%
<b>Peixe azul</b>	489.488	524.344	7,1%
<b>Atúns</b>	267.428	285.083	6,6%
<b>Crustáceos</b>	23.755	26.055	9,7%
<b>Moluscos</b>	75.168	65.370	-13,0%
<b>Cefalópodos</b>	59.824	53.403	-10,7%
<b>Outras especies</b>	101.510	76.166	-25,0%
<b>Total</b>	<b>921.782</b>	<b>928.937</b>	

Fonte: *La pesca en España. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación*

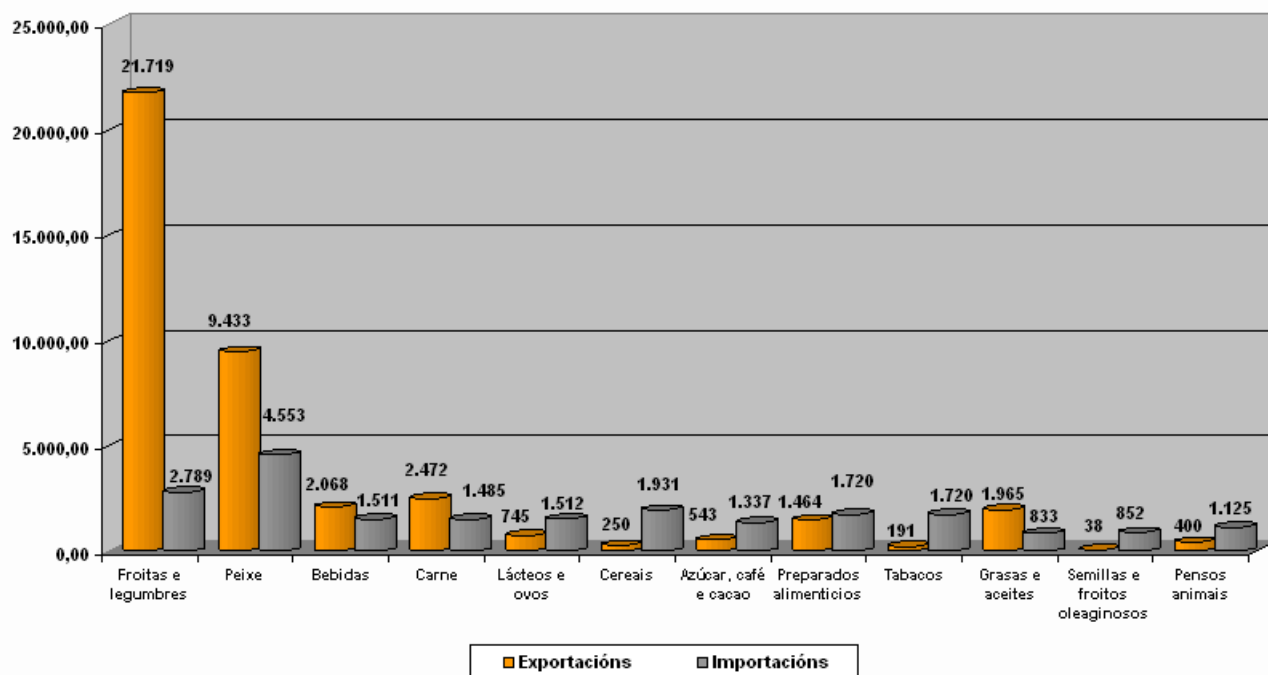
Como se pode observar, aumentaron as toneladas capturadas de todas as especies, salvo de moluscos, cefalópodos, peixes planos e outras especies.

A pesar da capacidade pesqueira da Unión Europea, os elevados índices de consumo per capita motivan que, no seu conxunto, estes países sexan deficitarios en produtos pesqueiros: impórtase máis peixe do que se exporta (en xeral, os países europeos manteñen un elevado nivel de consumo de peixe: arredor de 23,4 kg de peixe por persoa e ano. Dentro da Unión Europea, Portugal é con diferenza o país con maior consumo (58,2 kg por persoa/ano), seguido de España (35,3) e Francia (31,9), que se mantén por encima da media comunitaria).

En España, boa parte da pesca destínase á industria transformadora, que se encontra sometida a unha profunda reestructuración, debida á esixencia de cumprimento das directivas sanitarias, o establecemento de normas de calidade, a tipificación de produtos, etc. Tamén o sector comercializador do peixe está sometido a un proceso similar de adaptación, nun contexto de mundialización do comercio.

Finalmente, as cifras dispoñibles de Aduanas permiten coñecer, en certa medida desagregadas, as exportacións e importacións de produtos do sector primario:

**Cadro 6: Gráfico da balanza comercial sector da alimentación, España, 2005 (millóns de euros)**



Fonte: *El Sector Exterior 2005-2006, Revista ICE*

No gráfico pódese ver que os produtos máis exportados son as froitas e verduras, así como o peixe; polo contrario, os produtos dos que España consome máis do que produce, e por tanto que máis importa, son tamén estes produtos.

## 4.2. A industria alimentaria

*¿Que lugar ocupa a industria alimentaria española na Unión Europea?*

*¿Cal é o peso desta industria en termos de facturación e emprego?*

*¿Que sectores están evolucionando de forma máis favorable nos últimos anos?*

*¿Cal é o consumo dos principais grupos de alimentos?*

*¿Que sectores acreditan unha maior capacidade exportadora?*

Como sinalabamos no comezo desta Guía de Actividade, a industria de produtos alimentarios e de bebidas é a rama de actividade máis importante no ámbito da Unión Europea. Segundo a publicación da revista ICE "La balanza comercial agroalimentaria en 2004", España ocupa o quinto lugar do ranking europeo (detrás de Alemaña, Francia, Reino Unido e Italia), cunha participación de, aproximadamente, o 10% do valor total da produción. En canto á creación de postos de traballo, España tamén se atopa entre os cinco primeiros países, cun 14% do total europeo.

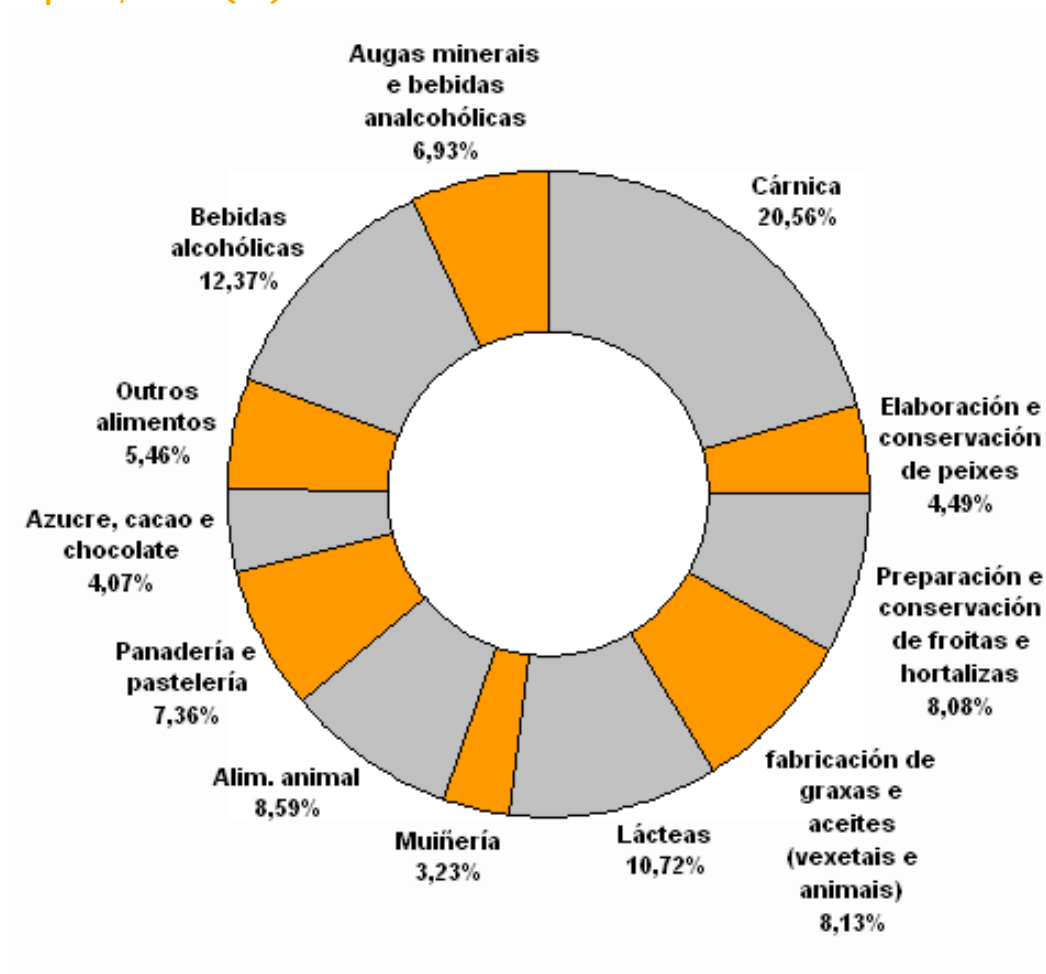
Segundo o *Informe Económico 2006* da Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (FIAB), a industria alimentaria española contaba no dito ano con 31.847 empresas. Destas, máis do 96% son pequenas, mentres que tan só o 3,44% das mesmas son medianas ou grandes.

En termos de produción bruta (ventas netas de produción a prezos de saída en fábrica), esta ascendeu durante 2006 a 77.447 millóns de euros, o que representa un incremento do 0,6% con respecto ó ano anterior. Con estes datos, o sector consolida un ano máis a tendencia ó crecemento constante que vén experimentando nos últimos exercicios.

O seguinte gráfico mostra a contribución de cada subsector á produción bruta do conxunto da industria:



**Cadro 7: Gráfico do desglose da produción bruta por subsectores, España, 2005 (%)**

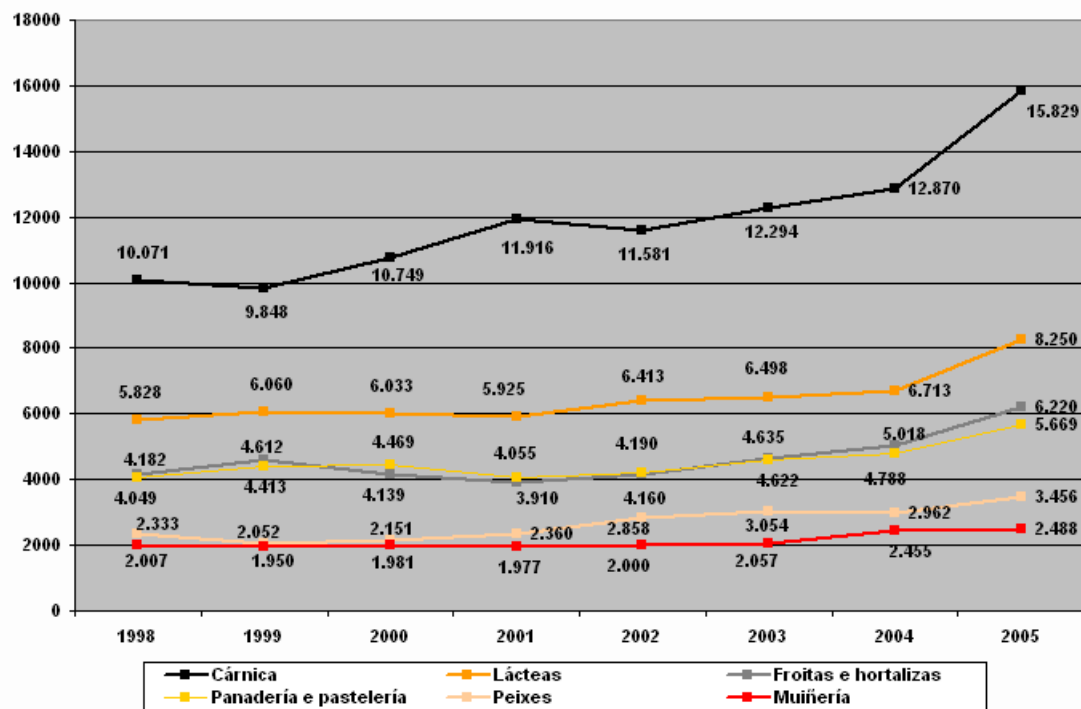


*Fonte: Informe Económico 2006. La industria alimentaria española*

Como pode verse, o primeiro posto corresponde á industria cárnica (20,56%), seguida pola de bebidas alcohólicas (12,37%) e a industria láctea (10,72%).

Centrándonos nas actividades que se analizan nesta Guía, a seguinte gráfica mostra a evolución do valor da produción durante o período 1998-2005:

**Cadro 8: Gráfica da evolución da produción bruta da industria alimentaria, España, 1998-2005 (millóns de euros)**

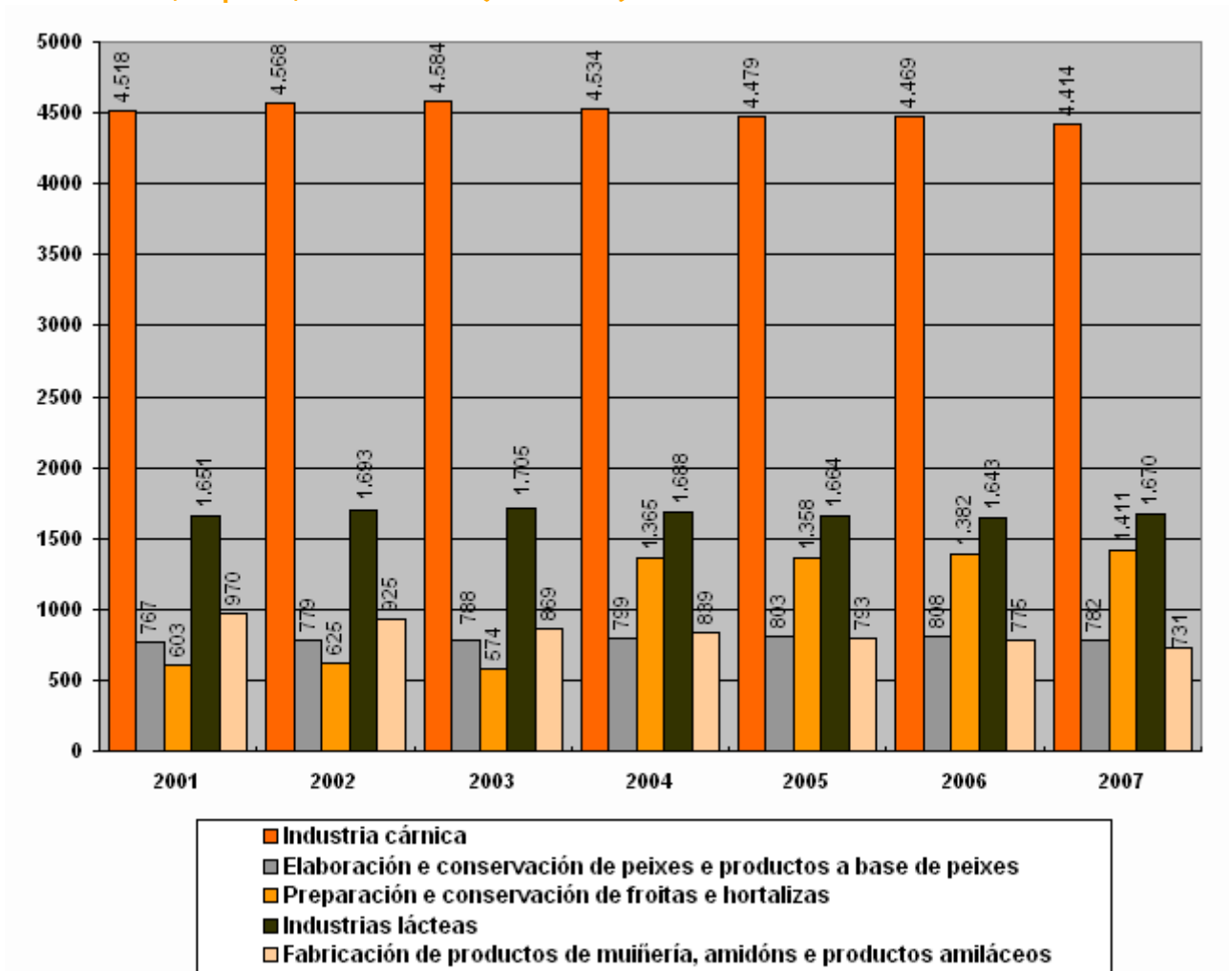


Fonte: Informe Económico 2006. La industria alimentaria española

O comportamento dos subsectores analizados durante o último ano foi positivo. O sector máis puxante foi o da froitas e hortaliza, cun incremento do 23,95%. En segundo lugar figura o sector cárnico cun aumento de produción do 22,99% con respecto ao ano anterior, seguindo así a tendencia crecente mantida dende 2002. O terceiro sector en aumentar a súa produción é o lácteo, cun 22,90%, mentres que a panadería e o peixe medraron un 18,40% e 16,68%, respectivamente. Neste último período o subsector que menos creceu foi o do peixe, con unha subida do 1,34%.

A seguinte gráfica mostra a evolución do número de empresas que operan nos sectores analizados.

**Cadro 9: Gráfico da evolución do número de empresas da industria alimentaria, España, 2000-2007 (unidades)**

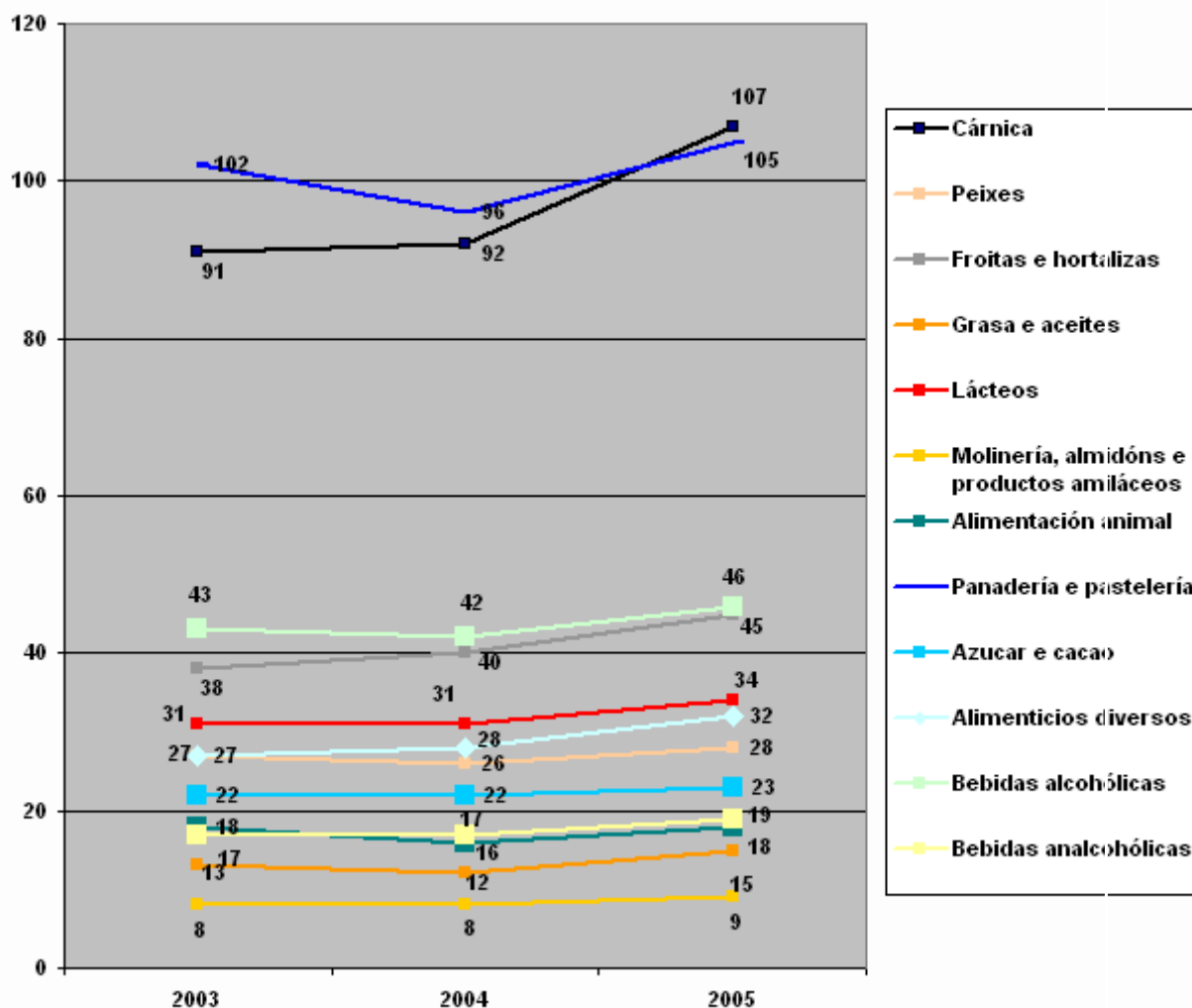


Fonte: Directorio Central de Empresas (DIRCE). Instituto Nacional de Estadística

No período 2001-2007 tódalas industria sufren oscilacións ó longo de todo o periodo analizado. A industria de produtos de muiñeira foi a que máis descendeu cunha caída de 239 empresas, no lado oposto está a industria de conservas de froitas e hortalizas cun incremento de 808 empresas.

En canto á evolución do emprego, durante o 2005 o subsector que máis número de ocupados engloba é o sector da panadería e o cárnico, mentrás que os sectores que máis medraron ó longo do periodo analizado son os produtos alimenticios diversos (18,52%), seguido da industria de froitas e hortalizas (18,42%). Se facemos unha análise por anos observamos que o 2005 foi un ano positivo para tódolos sectores, mentrás que o 2004 non foi tan fructífero, xa que sectores como o da panadería, alimentación animal, produtos alimenticios diversos, grasas e aceites e peixe sufriron unha leve caída.

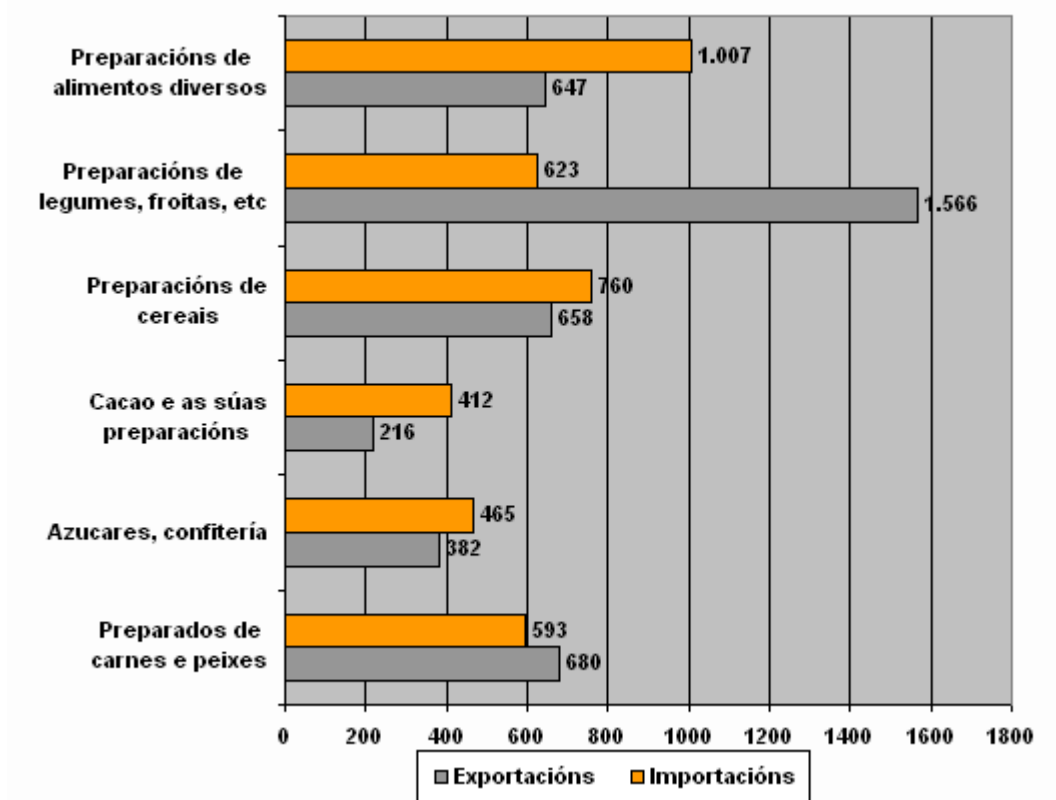
**Cadro 10: Gráfica da evolución do número de ocupados na industria alimentaria, España, 2003-2005 (miles de unidades)**



Fonte: Informe Económico de la Industria Alimentaria 2006. FIAB

Finalmente, as cifras dispoñibles permiten coñecer con certo desagregamento as exportacións e importacións de alimentos elaborados. Para o conxunto da industria alimentaria, as exportacións españolas acadaron no ano 2006 a cifra de 13.536 millóns de euros, mentres que as importacións chegaron ós 15.796 millóns. No seguinte gráfico podes ver as importacións e exportacións dos produtos máis representativos desta industria:

**Cadro 11: Gráfico da balanza comercial sector industria alimentaria, España, 2006 (millóns de euros)**



Fonte: Informe Económico de la Industria Alimentaria 2006. FIAB

Segundo se ve no gráfico, os preparados de legumes e hortalizas son o produto máis exportado, seguido dos preparados de carnes e peixes. En canto ás importacións, a partida máis representativa é a de preparados alimenticios diversos, seguida das preparacións de cereais e dos preparados de legumes e hortalizas.

A Agrupación Española de Fabricantes de Conservas Vegetales confirma este dato. España é o primeiro produtor de conservas de froita da UE, con cerca dun 30% do total. Pola súa parte, as exportacións de elaborados cárnicos experimentaron unha importante progresión nos últimos anos, demostrando que a industria cárnica española é unha industria competitiva e cun notable potencial exportador. Algo similar ocorre cos transformados de peixe xa que, segundo a Asociación Española de Fabricantes de Conservas de Pescado, no ano 2000 as exportacións case duplicaron ás importacións (por primeira vez, o sector de conservas de peixes e mariscos superou no dito ano a barreira de 100.000 toneladas exportadas).

Os datos ofrecidos ata agora reflicten a situación actual, así como a evolución recente da industria alimentaria desde o punto de vista da oferta. A seguir, preséntanse algúns datos sobre o consumo de alimentos, que che permitirán valorar a demanda que ten esta industria.

O libro *La Alimentación en España*, do Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, mostra o consumo nacional dos grandes grupos de alimentos en 2006 e a súa variación con respecto ó ano 2005:

- Grupo Carnes: o consumo medio foi de 75 kg. per cápita/ano, cun aumento do consumo dun 0,89%. A carne representou o 7,40% do gasto total en alimentación.
- Grupo Pesca: o consumo medio foi de 37 kg. per cápita/ano. Continuou o aumento do consumo da pesca, cun incremento do 1,58%. Este grupo representou un 4,16% do gasto total en alimentación.
- Grupo Lácteos: o consumo de leite líquido foi de 98 l. per cápita/ano, o que representou unha caída do 3,0%. Este grupo representou un gasto do 11,14% con respecto ó total.
- Grupo Panadería: o consumo do pan cífrase en 54 kg. per cápita/ano, o que representa unha caída do 1,94%. Este sector representou o 6,12% do gasto total.
- Grupo Froitas e hortalizas frescas: o consumo de hortalizas é 68 kg. per cápita/ano e o supuxo un incremento do 0,74%. O consumo de froitas foi de 103 kg. per cápita/ano. Este grupo supuxo un aumento dun 1,85% no consumo .
- Conservas e pratos preparados: as froitas/hortalizas transformadas, cun consumo de 18 kg. per cápita/ano, diminuíron nun 0,09% con respecto ó 2005. Representaron un 2,03% do gasto total en alimentación.
- Pratos preparados: con 11kg. per cápita/ano, aumentaron un 1,66% o seu consumo, ata representar o 1,28% do gasto total en alimentación.

Partindo dos datos anteriores tendo en conta que o consumo de alimentos se pode agrupar en tres canles de compra: fogares, hostalería e restauración e institucións, móstrase a seguir a evolución da distribución do gasto total por canles durante o período 1997-2006:

**Cadro 12: Evolución da distribución do gasto en alimentación, España, 1997-2006 (%)**

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Fogares	73,0%	71,7%	71,7%	71,8%	72,8%	73,2%	73,1%	72,5%	72,2%	72,5%
Hostalería e restauración	25,0%	26,3%	26,3%	26,2%	25,3%	24,9%	25,2%	25,7%	25,9%	25,6%
Institucións	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%	1,9%	1,9%	1,8%	1,8%	1,9%	1,9%

*Fonte: La alimentación en España. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación*

Como se pode observar, apenas se produciron variacións no peso relativo das distintas canles. O aumento do gasto por parte da hostalería durante o período 1998-2000 coincide cunha época de bonanza económica.

## 5. MERCADO DA ALIMENTACIÓN

### 5.1. Análise da demanda

A lectura deste capítulo permitirache coñecer:

- > O TEU MERCADO, ESTRUCTURA E EVOLUCIÓN.
- > O GASTO EN ALIMENTACIÓN.
- > O INPUT-OUTPUT DO SECTOR ALIMENTARIO EN GALICIA.
- > EVOLUCIÓN DOS HÁBITOS DE COMPRA NOS FOGARES E EN HOSTALERÍA.

A análise da demanda permitirache deducir as seguintes conclusións:

- O saldo da balanza comercial do sector da alimentación galego presentou un resultado negativo de 1.415 millóns de euros.
- O gasto medio por fogar a nivel nacional ascendía a 29.393,93 euros no 2006. Desta cantidade, 4.126,98 euros destinábanse a alimentos, bebidas e bebidas no alcohólicas.
- No primeiro trimestre do 2005 cada galego gastara en alimentación 458 euros ó mes, situándose así por encima da media nacional.
- Os consumidores cada vez valoran máis a agrupación de todos os servicios nunha mesma superficie comercial, pois permítelles comparar prezos en distintas tendas, comprar razoablemente rápido e dispor ademais de zonas de esparcemento e ocio.
- En canto ós hábitos de compra dos fogares, aumentan as adquisicións en supermercados e hipermercados e baixan as realizadas nas tendas tradicionais. Polo que se refire ó sector da hostalería e restauración, soben as compras a través de distribuidores e baixan igualmente as realizadas en tendas tradicionais.

### 5.1.1. Tamaño do mercado

*¿Cal é o tamaño do mercado da alimentación en Galicia?*

*¿Cal é a demanda intermedia das ramas productivas do sector alimentario?, ¿E as vendas finais?*

*¿Cal é o consumo en alimentación?*

*¿Cal é a distribución das exportacións e importacións do sector alimentario galego?*

Debes saber que a industria alimentaria constitúe o núcleo da economía productiva galega en máis dun sentido, tanto pola súa magnitude como polo seu papel de intermediación da economía agraria co mercado. A pesar disto, a industria galega dos alimentos non desenvolveu todas as súas potencialidades.

Para analizar o tamaño do mercado da alimentación hai que ter en conta tanto a demanda intermedia da materia prima como a demanda final dos produtos transformados. Por iso, e para entender as cifras e a súa distribución, tanto no sector primario como no da industria alimentaria, imos definir en primeiro lugar ambos conceptos:

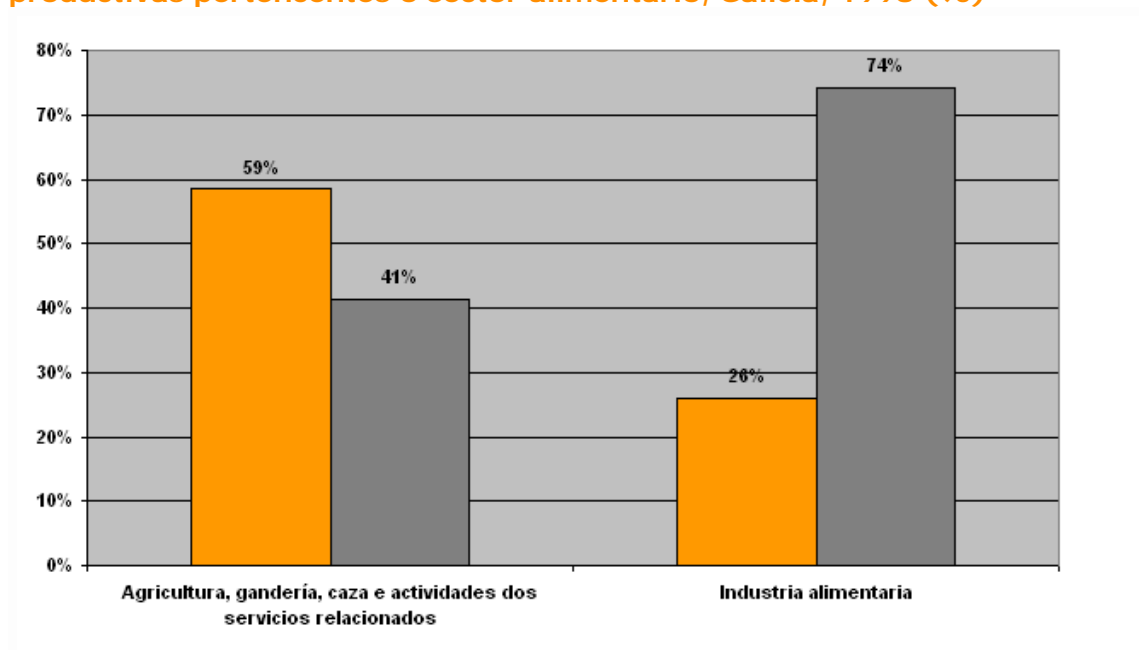
- Demanda intermedia: valor dos bens e servizos que as unidades de produción consomen para producir outros bens e servizos.
- Demanda final: parte dos outputs que non se destinaron ó consumo intermedio.

Os últimos datos publicados son do ano 1998 e pertencen ó estudo “O Subsector Agrogandeiro e Forestal en Galicia”, do Consello Económico e Social de Galicia. No estudo apréciase que o total da demanda intermedia da agricultura, gandería, caza e actividades dos servizos relacionados ascendeu a 1.311 millóns de euros, e o total da demanda final a 925 millóns de euros. No caso da industria alimentaria, estas cifras acadaron os 1.210 e os 3.469 millóns de euros respectivamente.

O seguinte gráfico mostra porcentualmente o peso específico de cada unha destas demandas sobre a demanda total no sector primario (excepto da actividade pesqueira) e no industrial.



**Cadro 13: Gráfico da demanda intermedia e vendas finais das ramas productivas pertencentes ó sector alimentario, Galicia, 1998 (%)**



*Fonte: O Subsector Agrogandeiro. Ces-Galicia*

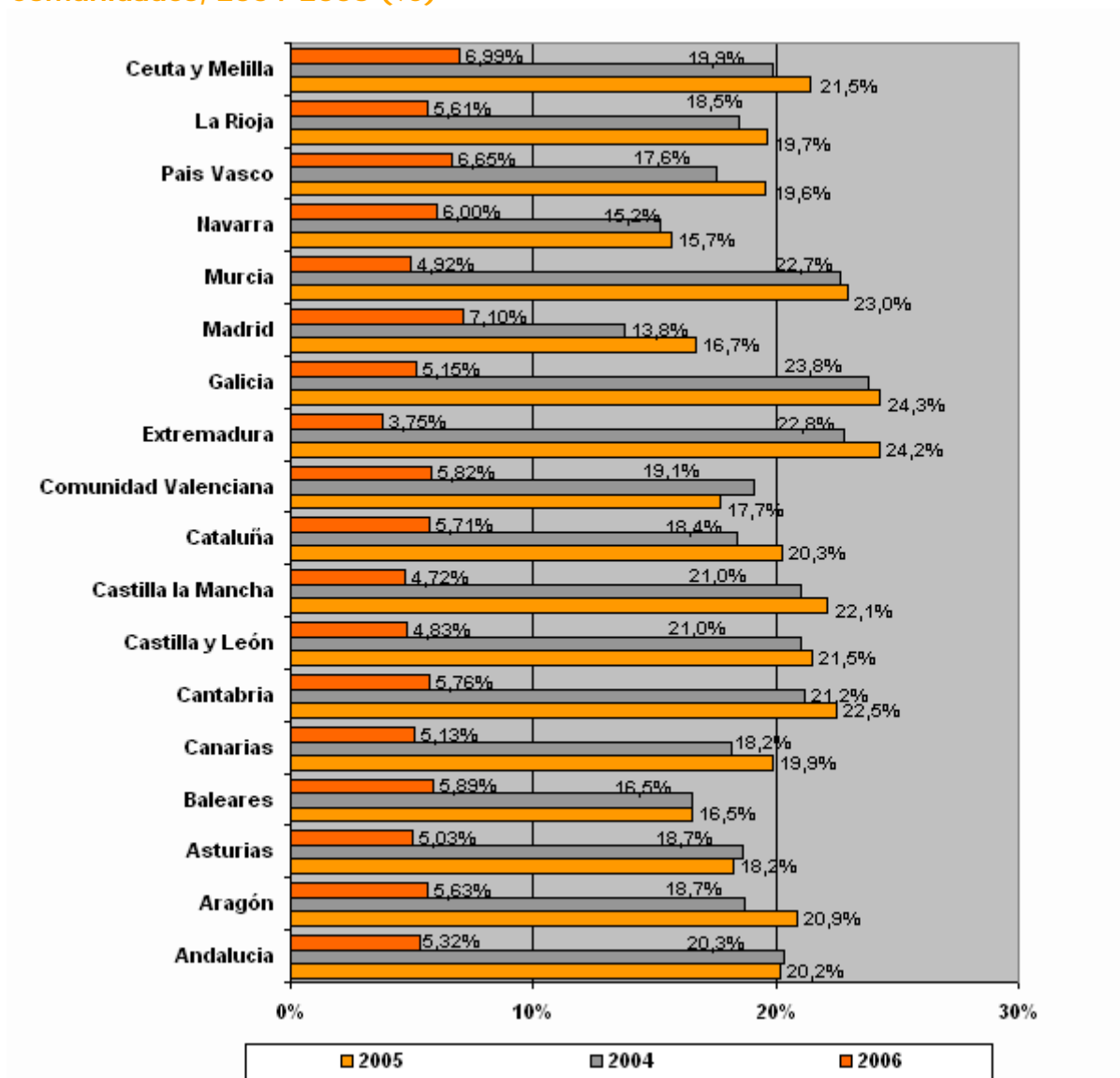
No gráfico pódese ver que no sector primario hai unha maior demanda intermedia que final, ó contrario que no sector industrial. Isto é debido a que a materia prima sofre moita máis intermediación que a materia xa transformada, que se adoita destinar ó consumo final.

Podes ver no apartado 8.1 Anexo de Información Estatística de Interese as táboas onde se apoian estas conclusións.

Por outro lado, segundo o Instituto Nacional de Estadística, o gasto medio por fogar no ámbito nacional medido en prezos correntes ascendía a 29.393,93 euros en 2006. Desta cantidade, un 14,04% (4.126,98 euros) destinábase a alimentos, bebidas e bebidas non alcohólicas, mentras que un 1,78% (523,56 euros) estaba dedicado a bebidas alcohólicas, tabaco e narcóticos, mentrás que o 84,18% restante destinase ao resto de bens e servizos.

Se se traducen estas cifras a gastos medios por persoa en cada comunidade autónoma, temos os datos que se reflicten na seguinte gráfica.

**Cadro 14: Gráfica do gasto medio en alimentación per cápita por Comunidades, 2004-2006 (%)**



Fonte: Encuesta Continua de Presupuestos Familiares, INE

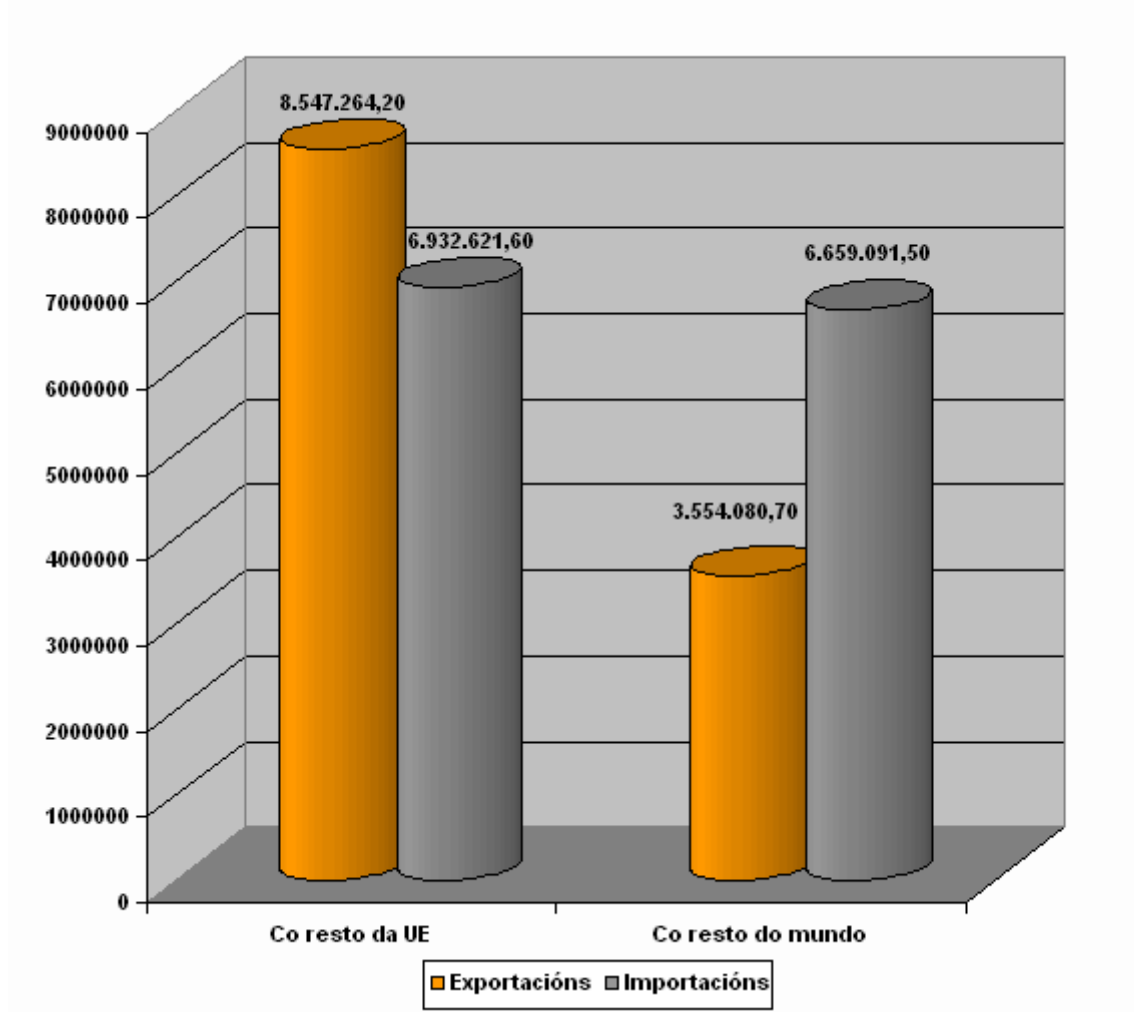
Como se pode observar, a cantidade de diñeiro que cada galego dedicaba ó gasto en alimentación con respecto ó gasto total reduciuse en porcentaxe durante o primeiro trimestre de 2005, pasando dun 23,71% no primeiro trimestre do 2004 a un 24,27%.

No primeiro trimestre de 2005 cada galego gastara en alimentación 458 euros, o que implica arredor de 152 euros ó mes, situándose por encima da media nacional, que foi de 135 euros.

Como puidedes ver no cadro 12 do apartado 4.1.2 A Industria Alimentaria, o gasto en alimentación por parte dos fogares representa arredor do 72,5% do total; o 27,5% restante divídese entre a hostalería e restauración, un 25,6%, e as institucións, un 1,9%.

Outro dato importante para a análise do tamaño de mercado da alimentación en Galicia é o das importacións e exportacións, xa que con el pódese facer unha idea do ámbito xeográfico que ten o sector galego da alimentación. Partindo de datos do IGE, sábese que o saldo da balanza comercial do sector presentou un resultado negativo (exportacións-importacións), como podes ver na gráfica que te mostramos a continuación.

**Cadro 15: Gráfica das exportacións-importacións do sector alimentario de Galicia, 2005 (miles de euros)**



*Fonte: Comercio exterior e intracomunitario, IGE*

No que respecta á relación comercial con a Unión Europea, produciuse un superavit de 1.600 millóns de euros, mentres que no resto do mundo o saldo negativo foi de 3.105 millóns.

En canto ás exportacións de produtos alimentarios, o seu valor ascendeu a 12.101 millóns de euros, dos cales o 70,6% corresponderon ás exportacións galegas coa Unión Europea, e un 29,4% ás exportacións ao resto do mundo.

En canto ó valor das importacións, este foi de 13.571 millóns de euros, dos que 6.932 millóns corresponderon ás importacións procedentes da Unión Europea e 6.659 millóns de euros ás importacións do resto do mundo.

Atendendo ó desagregamento segundo os productos, cabe destacar tres grandes partidas que presentan superávit: a correspondente ós productos gandeiros, con 319,8 millóns de euros, e as de leite de consumo e derivados de leite e xeados, con 308,7 e 94,8 millóns de euros, respectivamente. Polo contrario, entre as partidas cun saldo negativo destacan os productos agrícolas, con 299 millóns de euros.

No caso da actividade pesqueira, os datos dispoñibles sobre as importacións e exportacións pertencen ó estudio "O Sector Pesqueiro", do Consello Económico e Social de Galicia, e reflicten que Galicia importou no ano 2001 peixes, crustáceos, moluscos e outros invertebrados acuáticos por valor de 1.322 millóns de euros, mentres que as exportacións acadaron un valor de 735 millóns. Destes, 620 millóns exportáronse á UE, mentras se importaba por valor de 328 millóns de euros.

Podes ver no apartado 8.1 Anexo de Información Estatística de Interese as táboas onde se apoian estas conclusións.

No apartado 8.8 Métodos de Cálculo do Tamaño do Mercado proporciónase unha breve explicación dos métodos máis utilizados polos emprendedores.

### 5.1.2. Hábitos de compra

*¿Cal é a evolución dos hábitos de compra dos fogares?*

*¿Cal é a evolución dos hábitos de compra da hostalería e restauración?*

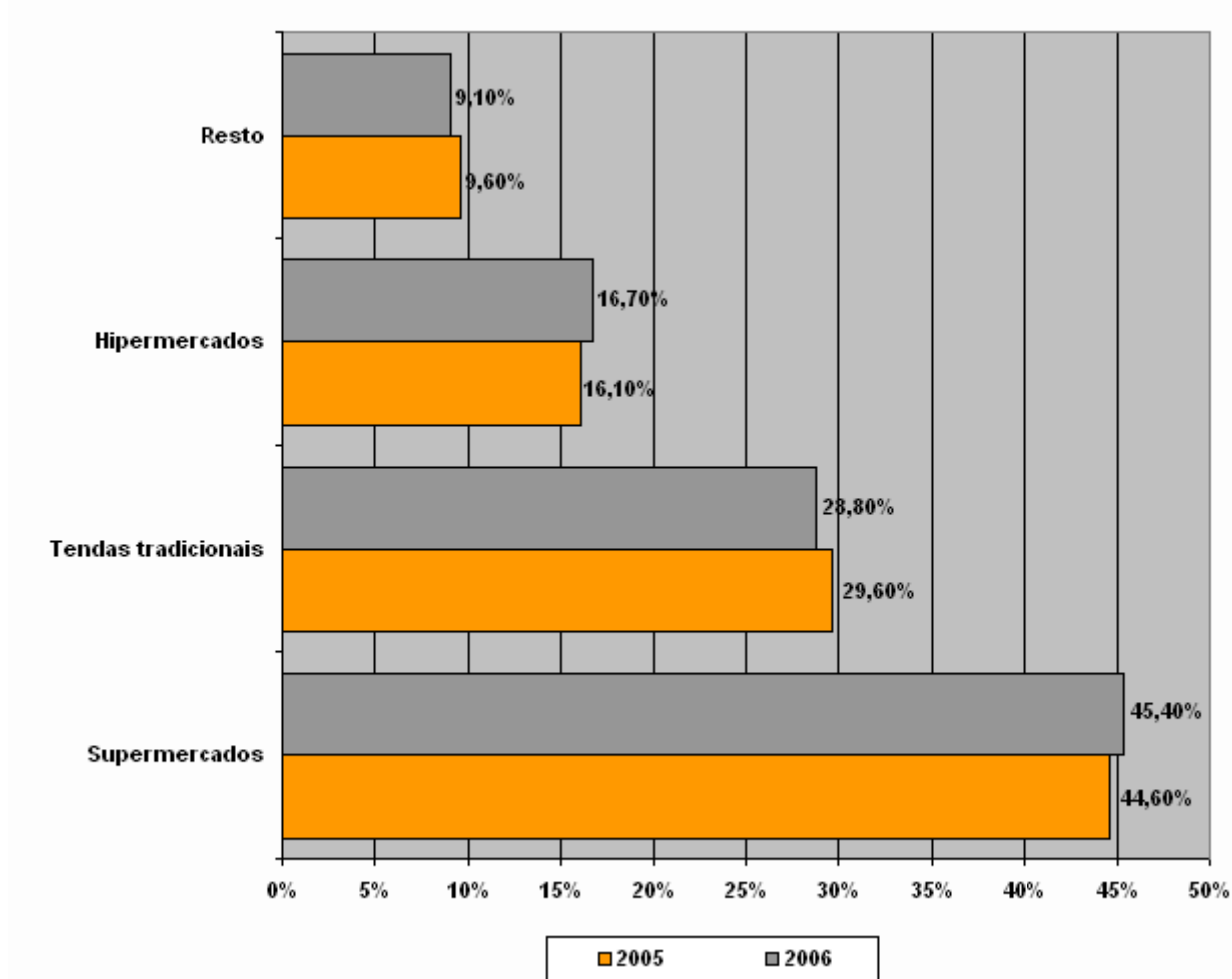
As importantes transformacións económicas, demográficas, sociais e culturais (os procesos de urbanización, a industrialización, as modificacións nos ritmos de traballo e sociais, a incorporación da muller ó ámbito do traballo fóra do fogar, o aumento da escolarización, etc.) ocorridas en España supuxeron significativas modificacións na estrutura da dieta, no consumo alimentario e no sistema de fornecemento do fogar.

Ademais, continúan os cambios na escala de valores dos individuos. Cada vez considérase máis importante o tempo dedicado ó ocio, e cobra valor o feito de ter unhas horas libres en lugar de dedicar tanto tempo ás actividades cotiás, como a adquisición e preparación da comida. Ó mesmo tempo, a compra diaria desapareceu de moitos fogares, substituída por períodos máis longos, unha ou dúas veces por semana ou unha vez ó mes. Estas compras realízanse en grandes superficies, que teñen o valor engadido de ter centros de ocio e esparcemento que fan máis atractivo o feito de ir á compra coa parella ou incluso cos fillos pequenos, polas facilidades para o seu lecer e esparcemento.

Os consumidores cada vez valoran máis a agrupación de todos os servicios nunha mesma superficie comercial, o que lles permite comparar prezos en distintas tendas, comprar razoablemente rápido e dispoñer ademais de zonas de esparcemento e lecer. Por todo isto as estruturas comerciais están redobrando os seus esforzos para facer a compra máis fácil e máis rápida ó consumidor: días e horarios de apertura, aparcadoiros, cartelería, iluminación, caixas de saída, servicios a domicilio, servicios telemáticos, etc.

Esta tendencia vese reflectida nos datos que mostra o libro *La Alimentación en España*, do Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, xa que en 2006, os supermercados comercializaron o 45,4% do valor da alimentación destinada ós fogares, aumentando a súa cota respecto a 2005 (44,6%). Mentres, o 28,8% das compras de fogares efectuáronse en tendas tradicionais, o que supuxo unha redución da cota respecto a 2005 de 0,8 puntos, como podes ver na gráfica seguinte.

**Cadro 16: Gráfica da evolución da distribución dos lugares de compra dos fogares, España, 2005-2006 (%)**



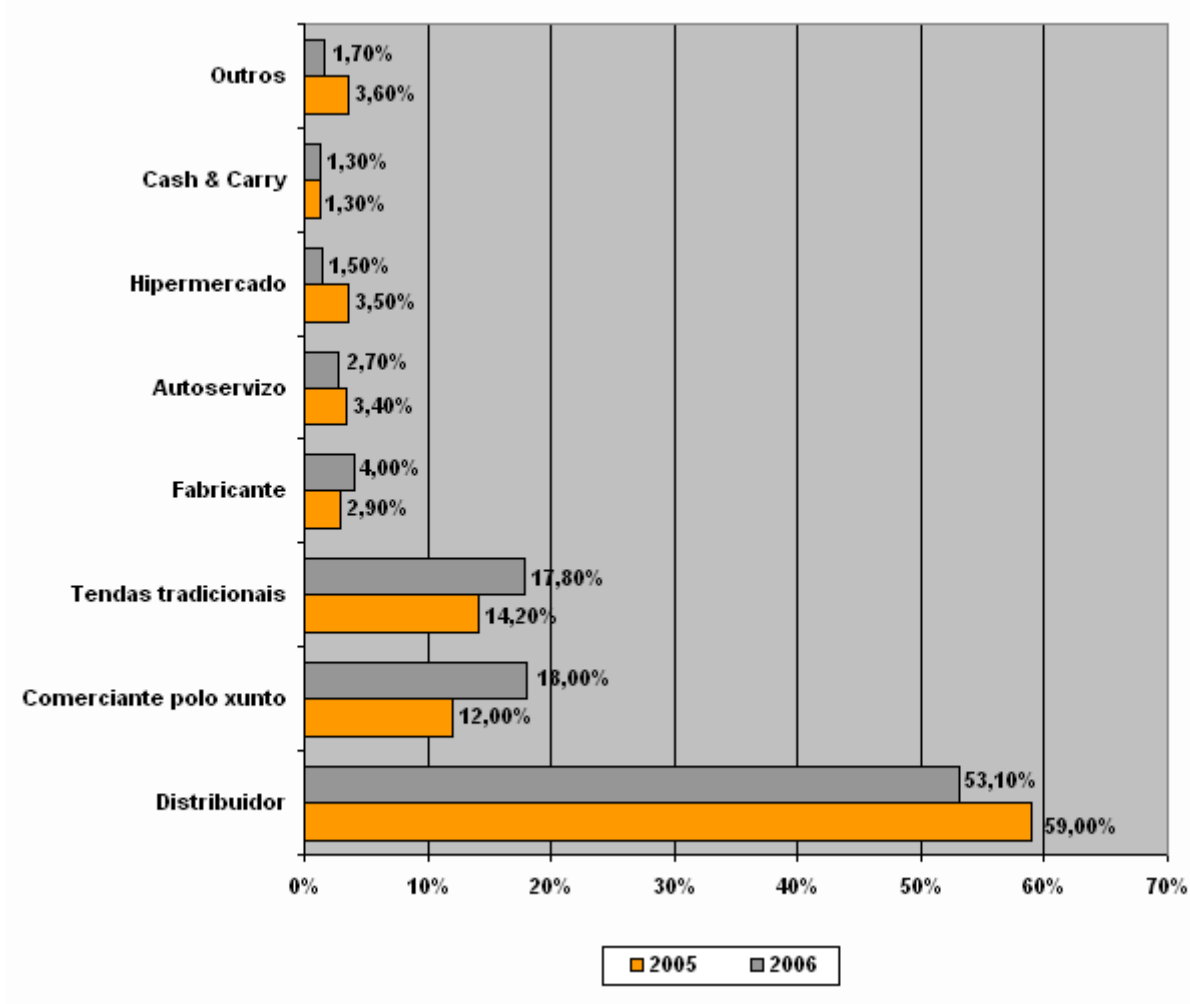
Fonte: *La alimentación en España*. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación

Por outro lado, os hipermercados situaron a súa cota de mercado nun 16,70%. Obsérvase que esta cifra está practicamente estabilizada ó longo do período analizado. Un cuarto grupo de establecementos que cada vez teñen menor cota de mercado son os economatos e cooperativas, englobados no concepto de outros que a finais dos 80 tiñan ata un 2% do mercado, e que pasaron dun 9,10% no ano 2005 ó 9,60% en 2006. Trátase da cota máis baixa de entre todos os establecementos considerados.

As diferencias entre cada un destes establecementos, así como os produtos máis vendidos neles, poderás velos no apartado 6 Canles de Comercialización.

A distribución dos lugares de compra de hostalería e restauración varía con respecto ós dos fogares, como podes ver na seguinte gráfica.

**Cadro 17: Gráfica da evolución da distribución dos lugares de compra de hostalería e restauración, España, 2005-2006 (%)**



Fonte: *La alimentación en España 2006. Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación*

Tanto distribuidores como comerciantes polo xunto son as canles máis utilizadas pola hostalería-restauración cun 53% e un 18% respectivamente. Este tipo de establecementos, xunto a fabricantes e ó Cash & Carry, representan un 88,9% do total das compras neste sector.

Pódese observar que no período analizado non hai grandes variacións na evolución dos lugares de compra da hostalería e restauración, se ven se observa unha diminución nos Cash & Carry, hipermercados e outro tipo de establecementos.

## 5.2. Análise competitiva

A lectura deste capítulo permitirache coñecer:

- > OS NIVEIS DE PRODUCCIÓN DOS SECTORES PRIMARIO E INDUSTRIAL EN GALICIA.
- > AS FORZAS BÁSICAS QUE DETERMINAN O GRAO DE COMPETENCIA DENTRO E FÓRA DA ACTIVIDADE.
- > COMO SON AS EMPRESAS, A SÚA ESTRUCTURA XURÍDICA E LABORAL, ASÍ COMO A SÚA DIMENSIÓN.
- > OS PRODUCTOS ALTERNATIVOS O SUBSTITUTOS.

A análise deste capítulo permitirache deducir as seguintes conclusións:

- Se ben a agricultura, a gandería e a caza seguiron unha tendencia irregular na súa produción entre 1997-2001, a evolución é crecente, cun aumento medio do 5,16%. No caso da pesca e a acuicultura, a produción mantén un promedio de crecemento do 5,46% ó longo dese período.
- A evolución da produción na industria alimentaria foi positiva en todas as actividades, especialmente no sector de elaboración e conserva de peixe e produtos a base de peixe.
- En Galicia, as provincias de A Coruña e Pontevedra son as que aglutinan maior número de explotacións do sector primario e maior número de empresas da industria alimentaria.
- A tendencia á concentración implica que o número de explotacións do sector primario da nosa comunidade autónoma está descendend. Nembargantes, dentro do sector industrial, salvo na industria láctea a da muiñería, o número de empresas medrou nos últimos anos.
- Tanto no sector primario como no da industria alimentaria, a figura xurídica máis común é a de autónomo
- Mentres que na industria alimentaria galega a evolución do emprego foi positiva en todas as súas actividades, nas explotacións agrícolas e gandeiras esta evolución foi negativa.
- Mentres que os produtos ecolóxicos constitúen un dos grupos de alimentos que con máis forza se están introducindo no sector alimentario, os xeneticamente modificados manteñen unha mala imaxe ante a opinión pública.

### **5.2.1. Análise da oferta**

*¿Que cifras de produción acadan estes sectores en Galicia?*

*¿Cantas empresas hai e ónde están situadas?*

*¿Resultan atractivas as actividades do sector da alimentación para decidirse a crear unha empresa destas características?*

*¿Que personalidade xurídica debe adoptar a miña empresa?*

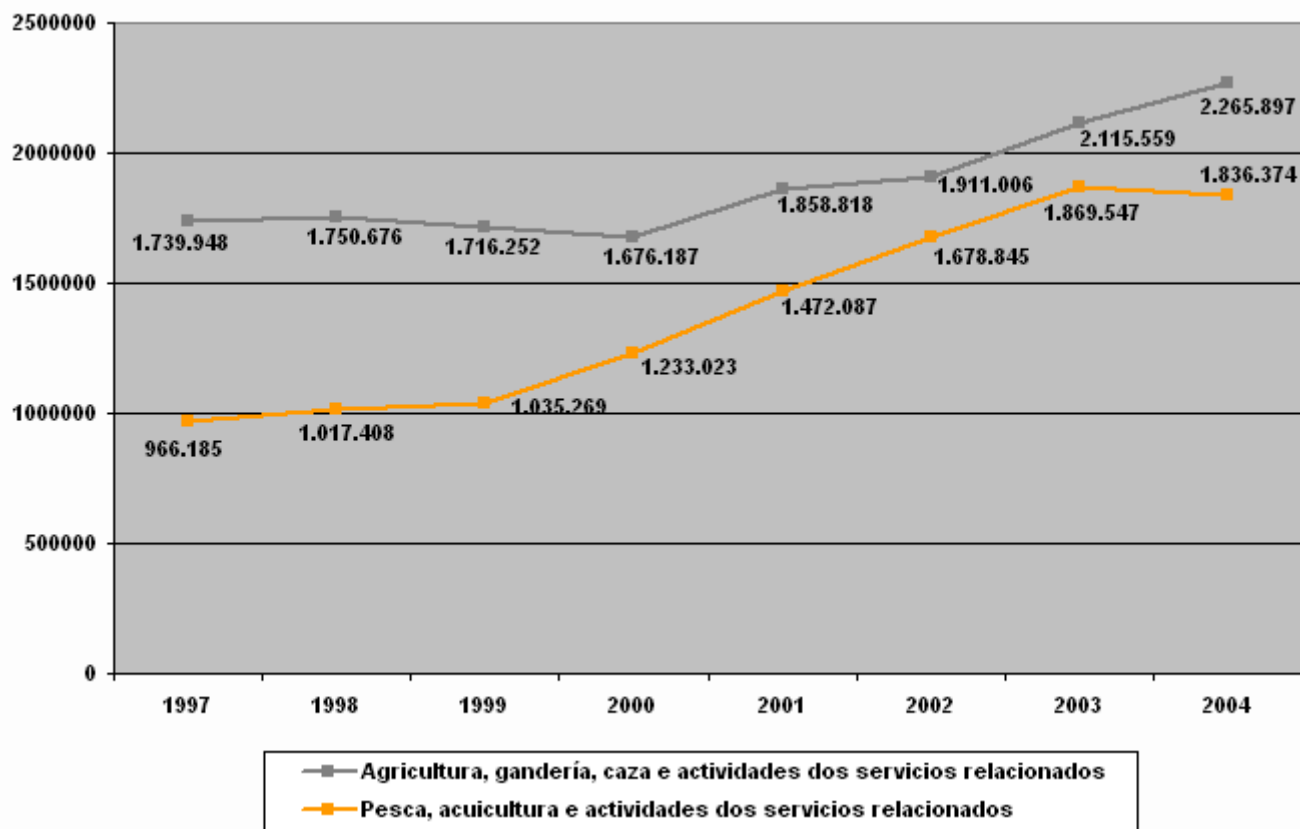
*¿Que cifras de emprego se están conseguindo?*

#### **5.2.1.1. Análise da produción**

Para analizar a produción do sector primario en Galicia recorreremos ás contas económicas do Instituto Galego de Estatística. Esta información agrupa a produción en dous sectores diferenciados: agricultura, gandería, caza e actividades dos servizos relacionados, por un lado, e pesca, acuicultura e actividades dos servizos relacionados, por outro.



**Cadro 18: Gráfico da evolución da produción do sector primario, Galicia, 1997-2004 (miles de euros)**

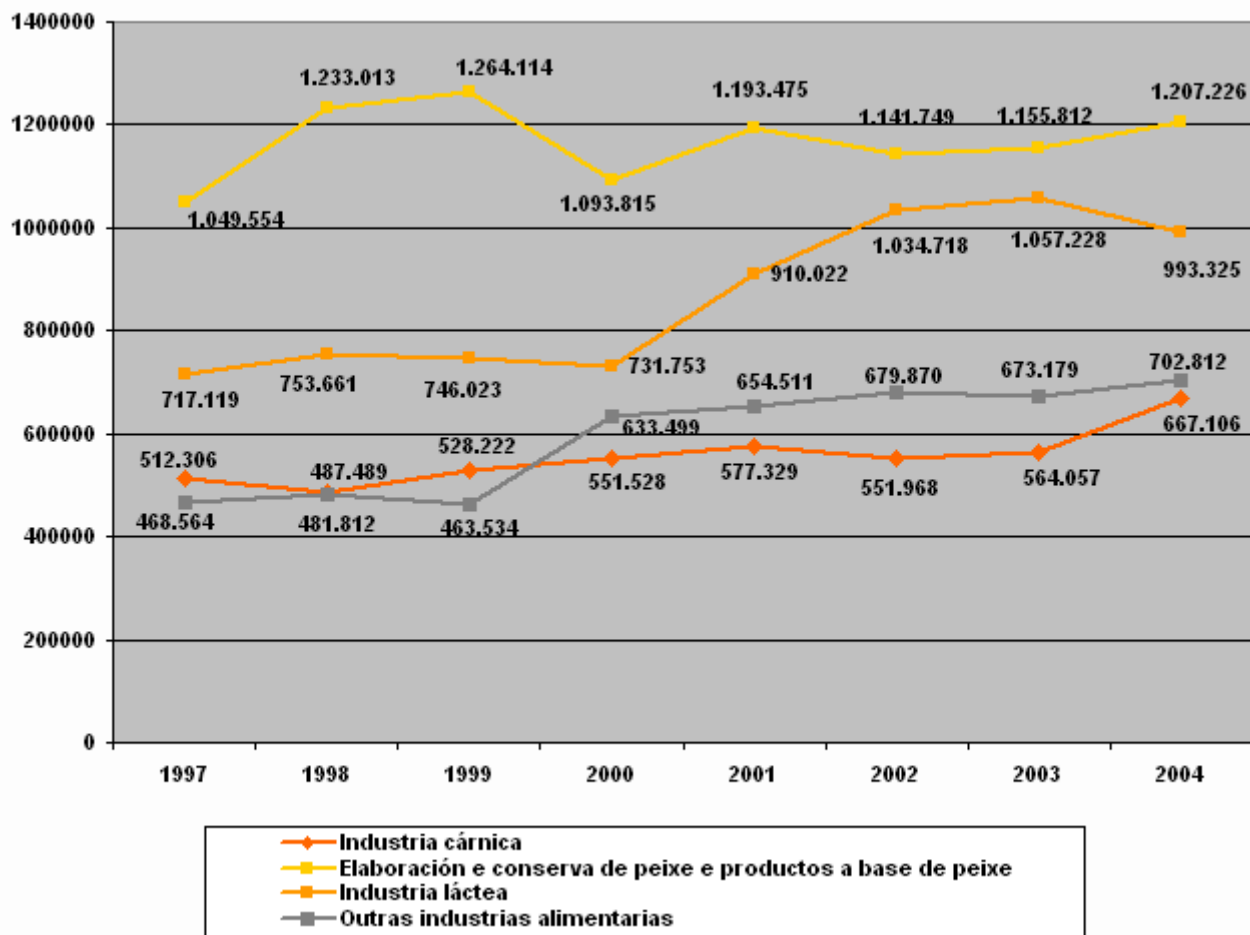


Fonte: Contas económicas. Instituto Galego de Estatística (IGE)

Pódese observar que no sector da agricultura, gandería, caza e actividades dos servizos relacionados a produción segue unha tendencia crecente dende 2000, rompendo o descenso continuado que experimentou dende 1997. No caso da pesca, acuicultura e actividades dos servizos relacionados, a produción mantén un promedio de crecemento do 3,66% ó longo do período analizado.

A continuación mostramos un gráfico na que se reflicte a produción das principais industrias alimentarias desde o ano 1997 ata o ano 2004.

**Cadro 19: Gráfico da evolución da produción do sector da industria alimenticia, Galicia, 1997-2004 (miles de euros)**



\* Datos provisionais Fonte: Contas económicas. Instituto Galego de Estatística (IGE)

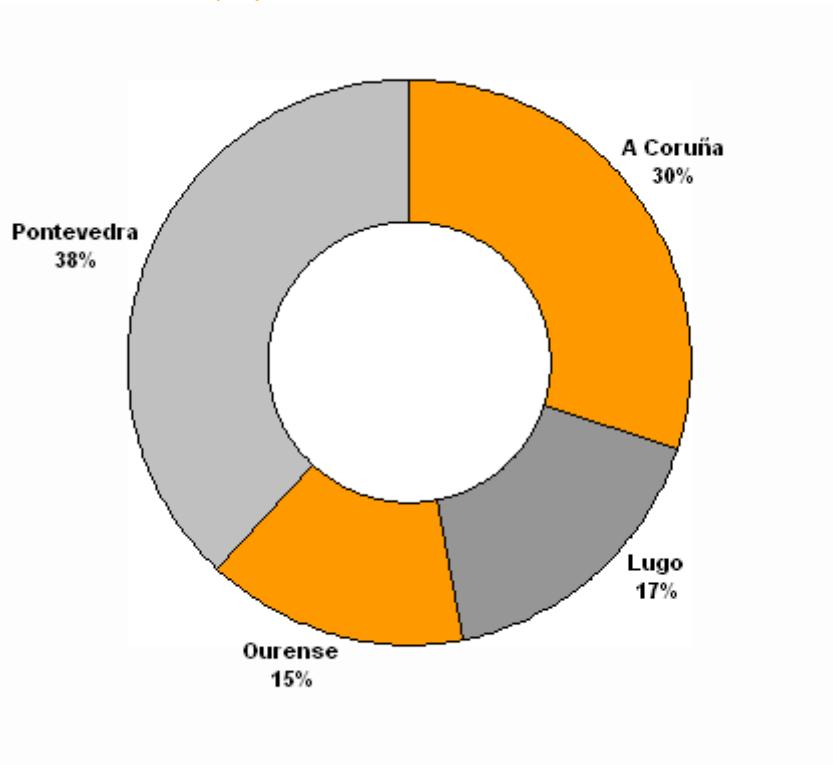
A industria dedicada á elaboración e conserva de peixe e produtos con base en peixe é a que presenta un maior promedio de crecemento entre 1997 e 2003, cun 11%, seguida pola láctea cun 6%. Polo contrario, a industria cárnica é a que sufriu o menor crecemento de produción, situándose o seu promedio nunha subida do 1,44%.

### 5.2.1.2. Número de empresas e a súa distribución territorial

Segundo os datos da “Enquisa sobre a Estructura das Explotacións Agrarias”, do Instituto Galego de Estatística de 2005, Galicia contaba con 91.860 explotacións.

A partir dunha mostra representativa da base de datos de Schober na que se inclúen agricultura, gandería e pesca, a súa distribución é a que se mostra a seguir.

#### Cadro 20: Gráfica da distribución das explotacións do sector primario, Galicia, 2005 (%)



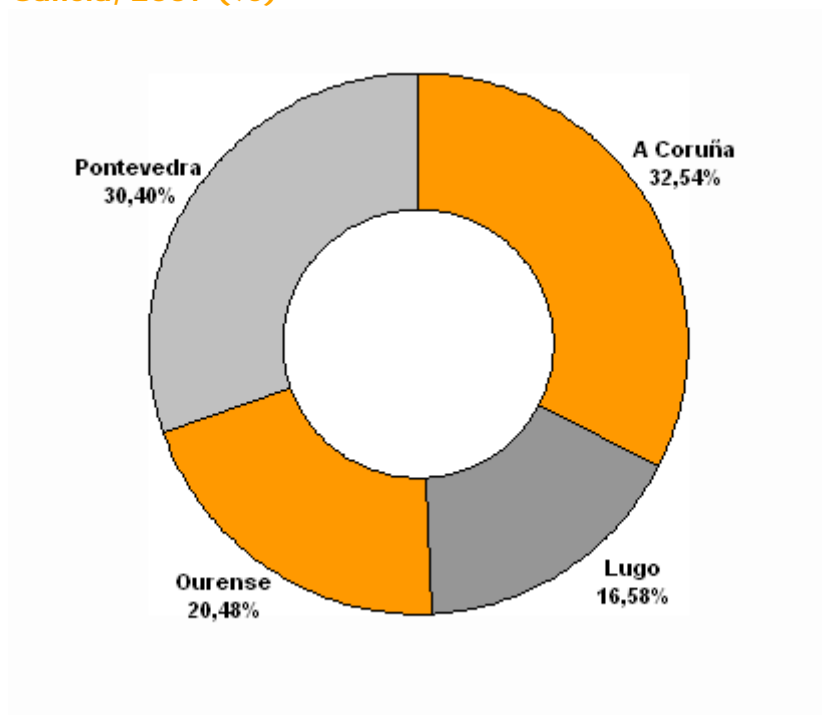
Fonte: Schober

Como se pode ver, son as provincias de A Coruña e Pontevedra as que aglutinan un maior número de explotacións, cun 30% e un 38% respectivamente, seguidas por Lugo e Ourense.

Para obter os datos relativos ó sector pesqueiro, acudimos ó informe “O Sector Pesqueiro” do Consello Económico e Social de Galicia. Nel vemos cómo en Galicia, en xuño de 2002, había un total de 2.667 armadores repartidos entre as provincias de A Coruña (32,25%), Lugo (8,21%) e Pontevedra (59,54%). Podes consultar datos específicos sobre acuicultura na Guía de actividade de acuicultura na páxina web.

Segundo os datos reflectidos no Ficheiro de Empresas de Camerdata hai, en 2007, un total de 3.076 empresas do sector da alimentación e bebidas. A continuación mostramos a súa distribución territorial:

**Cadro 21: Gráfica da distribución territorial das industrias alimentarias, Galicia, 2007 (%)**



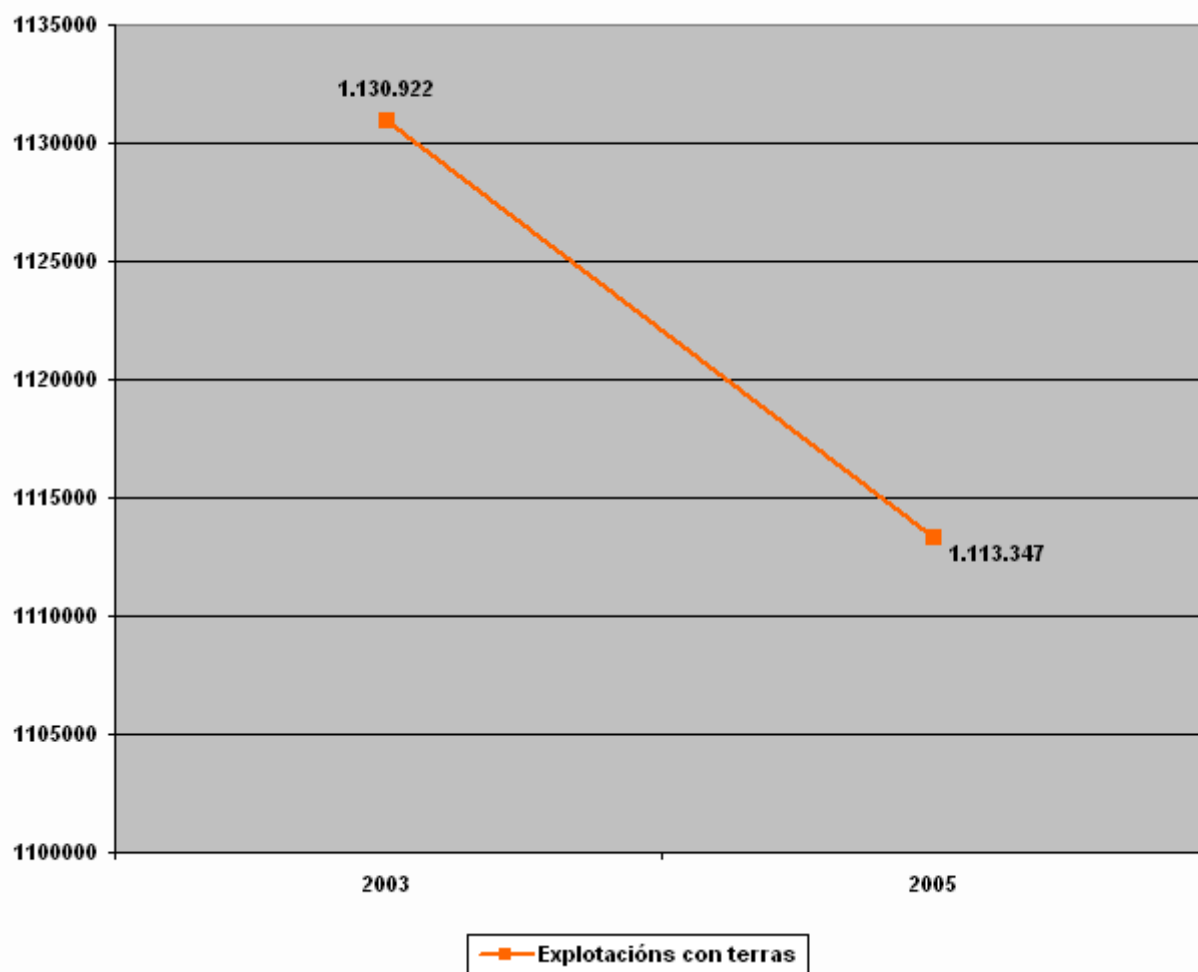
*Fonte: Camerdata 2007*

As provincias de Pontevedra e A Coruña son as que mostran un maior peso cun 60% entre ambas as dúas, seguidas polas de Ourense e Lugo.

### 5.2.1.3. Evolución na creación de empresas

Na seguinte gráfica pódese ver o número de explotacións agrícolas e gandeiras con terras en cada un dos anos nos que se realizaron os censos agrarios. Polo que se refire a empresas do sector primario relacionadas coa actividade pesqueira, non se localizaron datos publicados sobre a súa evolución.

**Cadro 22: Gráfico da evolución do número de explotacións agrícolas e gandeiras con terras, Galicia, 2003-2005 (unidades)**



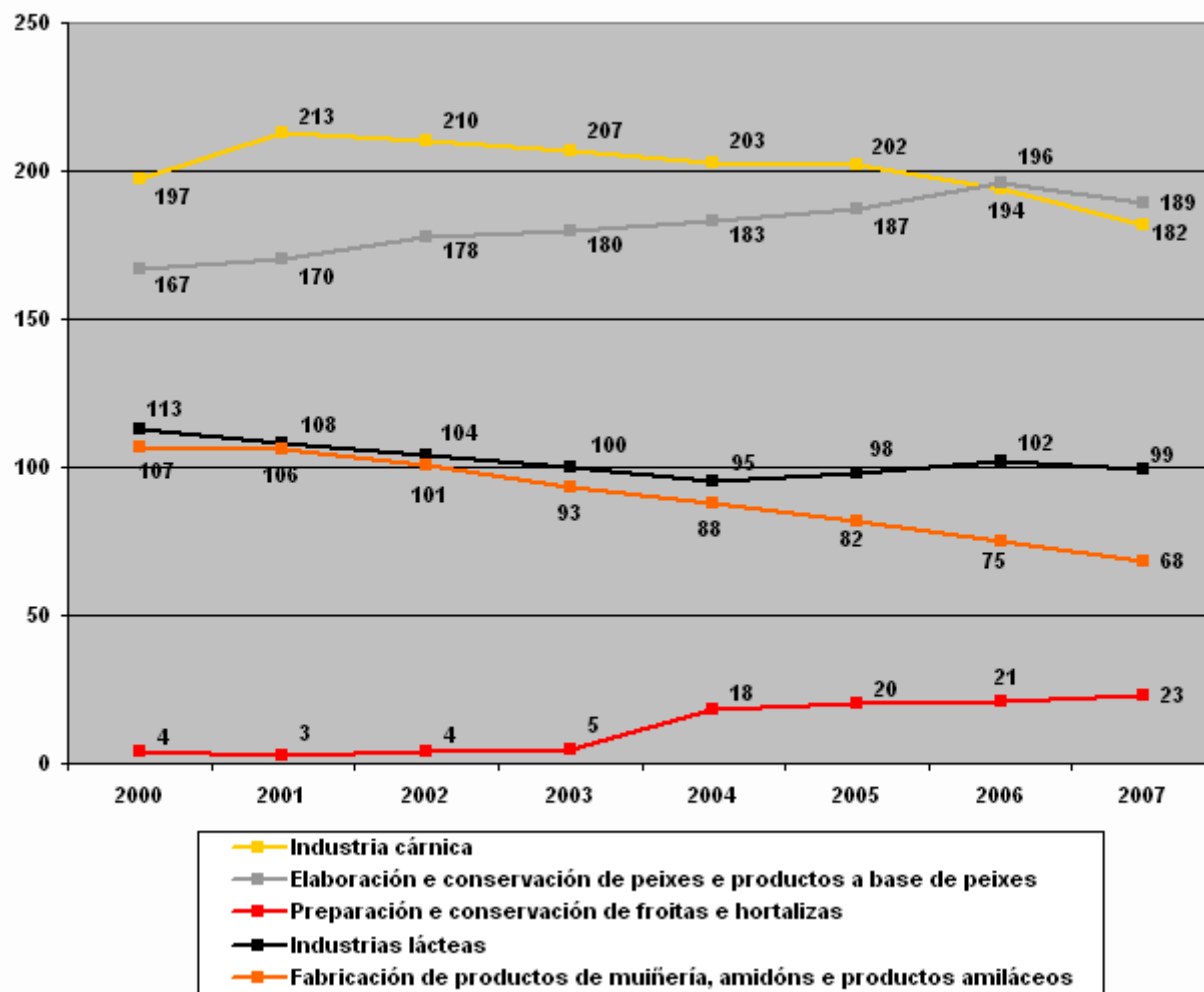
Fonte: Enquisa sobre a estrutura das explotacións agrarias. Instituto Galego de Estatística (IGE)

Apréciase unha clara diminución do número de explotacións, cun promedio de decrecemento do 90%, pero boa parte disto é debido á tendencia á concentración, que supón un aumento da superficie media das explotacións e a posibilidade de acadar maiores niveis de produción e rendibilidade.

Segundo a Enquisa sobre a estrutura das explotacións agrícolas publicada polo Ige, o número de explotacións agrícolas con terra sitúabase en 2005 en 91.860.

No gráfico que vén a seguir vemos a evolución do número de empresas das principais industrias alimentarias na nosa comunidade autónoma.

**Cadro 23: Gráfico da evolución do número de empresas da industria alimentaria, Galicia, 2000-2007 (unidades)**



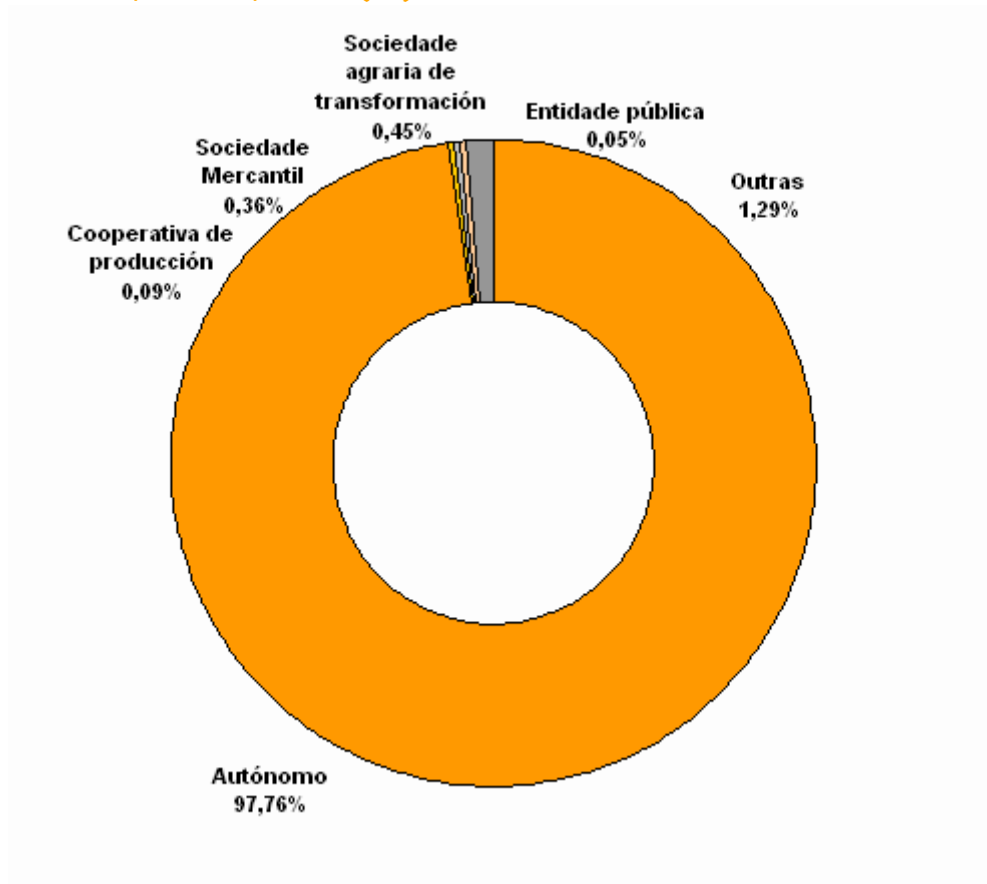
Fonte: Directorio Central de Empresas (DIRCE). Instituto Nacional de Estadística

O gráfico reflicte unha tendencia crecente no período 2000-2006 para a industria alimentaria en xeral, salvo para a industria da muiñería e cárnica. Destaca especialmente o sector da preparación e conservación de froitas e hortalizas, no cal o número de empresas triplicouse nos últimos anos.

#### 5.2.1.4. Condición xurídica

A forma xurídica adoptada por máis do 97% das explotacións do sector primario en Galicia é a de Autónomo, representando as demais formas societarias menos dun 3%, como se pode ver no seguinte gráfico.

**Cadro 24: Gráfico da distribución de explotacións segundo personalidade xurídica, Galicia, 2005 (%)**

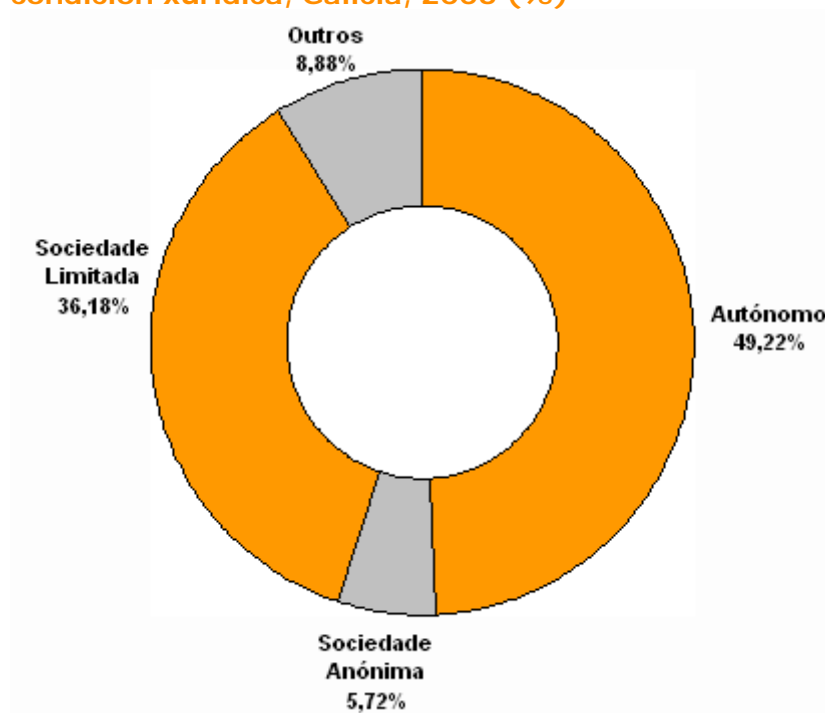


Fonte: Enquisa sobre a estrutura das explotacións agrarias. Instituto Galego de Estatística (IGE)

Non se localizou ningún informe publicado que reflecta a personalidade xurídica predominante na actividade pesqueira dentro do sector primario.

No que se refire ás industrias alimentarias galegas, a forma xurídica que adoptan a maioría delas é a de autónomo, cun 49,22%, o que nos dá unha idea da súa reducida dimensión.

**Cadro 25: Gráfico da distribución industria de alimentación segundo condición xurídica, Galicia, 2006 (%)**



*Fonte: Camerdata*

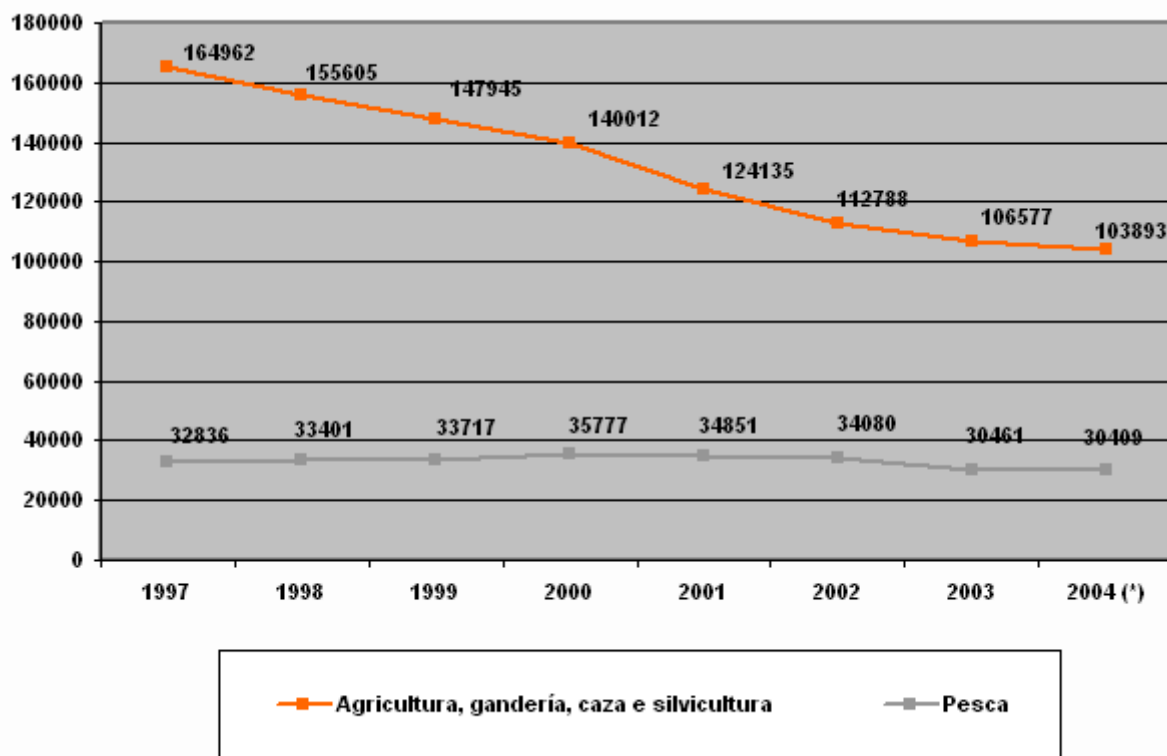
Segundo se desprende do gráfico, as restantes industrias de alimentación galegas distribúense entre o 36,18% de Sociedades limitadas, o 5,72% de Sociedades Anónimas e un 8,08% de outras formas societarias.



### 5.2.1.5. Emprego

O seguinte gráfico mostra a evolución do número de postos de traballo nas actividades do sector primario na nosa comunidade autónoma.

**Cadro 26: Gráfico da evolución dos postos de traballo no sector primario, Galicia, 2002-2004 (unidades)**

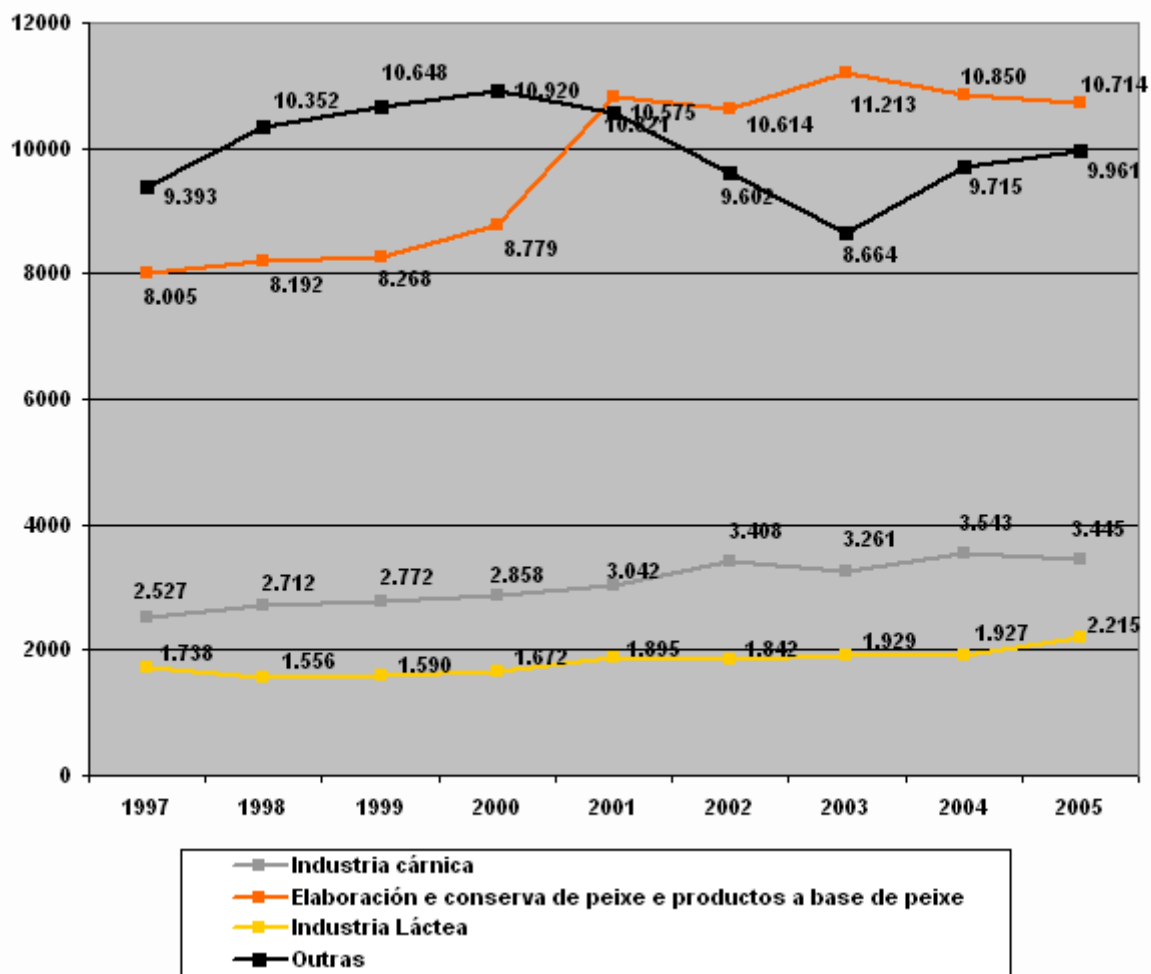


\* datos provisionais Fonte: Contas económicas, IGE

En agricultura, gandería, caza e actividades dos servizos relacionados deuse unha evolución negativa no que a postos de traballo se refire, xa que desde 1997 ata 2004, este sector sufriu un descenso de 61.069 postos de traballo. Sen embargo, a pesca tivo un promedio de crecemento do 6% ata o 2001, a partir deste ano o sector sufriu unha caída do 12,75 ata o 2004.

A seguir mostramos un gráfico no que se pode ver a evolución do número de postos de traballo nas principais industrias alimentarias da nosa Comunidade Autónoma.

**Cadro 27: Gráfico da evolución dos postos de traballo no sector da industria alimentaria, Galicia, 1998-2005 (unidades)**



\* Datos provisionais Fonte: Contas Económicas. Instituto Galego de Estatística (IGE)

O maior promedio de crecemento do emprego na industria alimentaria osténtao a categoría de "Industrias cárnica" (36,33%), seguida da conserveira (33,84%). Polo contrario, a outras industrias presenta o promedio de crecemento máis baixo (6,06%) no que a postos de traballo se refire. Os sectores que máis emprego ocupan son elaboración e conservas de peixe e outras industrias.

### 5.2.2. Productos substitutos

*¿Que alternativas existen á agricultura e á gandería tradicional?  
¿E ós alimentos tradicionais?*

*¿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 ofrece a agricultura, a gandería, a pesca e as industrias alimentarias tradicionais. 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 substituto.

Nos últimos anos adquiriron un crecente protagonismo dúas maneiras distintas, e en gran medida contrapostas, de produción de alimentos: a agricultura ecolóxica (alimentos bio ou ecolóxicos) e a enxeñería xenética (alimentos transxénicos). Ambos os sistemas difiren na súa concepción e medios, xa que, mentres que a enxeñería xenética aplicada á produción de alimentos supón un paso máis no camiño emprendido cara a unha produción intensiva dos alimentos mercede ó desenvolvemento de novas variedades vexetais e animais máis eficaces, a agricultura ecolóxica está baseada na utilización de prácticas máis acordes cos ciclos dos cultivos e a etoloxía dos animais, menos agresivas para o contorno, e na prohibición do emprego de produtos químicos de síntese. A continuación, detallamos un pouco máis ambos os tipos de alimentos.

Por alimento transxénico ou modificado xeneticamente enténdese aquel organismo no cal, mediante enxeñería xenética, se introduciu un xen de outro organismo. Con esta práctica inténtase que, por exemplo, os vexetais teñan unha vida comercial máis longa e que resistan condicións ambientais agresivas como as xeadas, as secas, os solos salinos, as pragas, etc.

Os alimentos transxénicos poden clasificarse en dous grupos: os organismos transxénicos que chegan á mesa do consumidor na súa forma orixinal (actualmente atópanse no mercado tomates, hortalizas, iogures e outros lácteos fermentados) e os organismos transxénicos que son utilizados como materia prima para elaborar outros alimentos.

Debido a razóns culturais ou de mentalidade e a unha mala xestión comunicativa por parte das empresas biotecnolóxicas, creouse un estado de opinión contrario ós produtos xeneticamente modificados e, por tanto, unha desconfianza cara ó seu consumo.

Por outro lado, os produtos agroalimentarios ecolóxicos son aqueles obtidos a partir dunha agricultura ou gandería baseada no respecto ó medio, ó benestar animal e ó mantemento ou incremento da produtividade do chan e a súa estrutura mediante a utilización de técnicas (tanto tradicionais como actuais) respectuosas co contorno e que prescinden do uso de produtos químicos de síntese, tales como o control biolóxico de pragas, as asociacións e rotacións dos cultivos, o uso de abonos verdes, etc.

Os alimentos ecolóxicos presentan unha serie de inconvenientes máis propios da situación do mercado alimentario que do produto en si. O máis importante deles de cara ó consumidor é o seu elevado prezo en comparación co resto de produtos. Así, podemos encontrar que o custo de alimentos tan básicos como o leite, o aceite

de oliva, o café ou os cereais procedentes da agricultura ecolóxica duplica e incluso triplica ó daqueles que normalmente consumimos elaborados mediante a agricultura tradicional.

Outro dos problemas que plantexan estes alimentos é a súa peor aparencia en relación cos produtos convencionais. É certo que parte deles presentan características, principalmente de sabor e aroma, superiores ás dos produtos tradicionais. Sen embargo, o emprego, como temos indicado anteriormente, de técnicas que exclúen a utilización de produtos químicos de síntese provoca que moitos destes alimentos ecolóxicos no teñan a boa imaxe e presentación dos tradicionais.

No ámbito nacional, o número de hectáreas dedicadas á produción agrícola ecolóxica incrementouse de forma espectacular, pasando de pouco máis de 24.078 hectáreas no ano 1995 a máis de 807.569 no ano 2005. Según o Barómetro do consumidor 2007, publicado pola Fundación Eroski o consumo de alimentos ecolóxicos experimentou un leve retroceso (do 44% de persoas que no 2005 compraron un destes produtos nos últimos doce meses pasouse ó 39% actual).

A produción da agricultura ecolóxica en Galicia durante o 2004 acadou os 4 millóns de euros. Esta cantidade abrangue a produción das 314 explotacións agrícolas ou gandeiras e as 47 industrias de elaboración ou envasado de produtos, sometidas a control polo Consello Regulador da Agricultura Ecolóxica durante o 2004. Os produtos máis representativos foron a castaña, a mazá, o vacún de carne e o leite e derivados lácteos.

## 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 DO SECTOR ALIMENTARIO.

> OS ASPECTOS INTERNOS DAS EMPRESAS QUE LIMITAN, REDUCEN O FREAN O DESENVOLVEMENTO DAS SÚAS CAPACIDADES.

### 5.3.1. DAFO do sector primario

Se tes pensado crear unha empresa relacionada co sector primario, debes ter presente o seguinte cadro co fin 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
<p><b>- Agricultura-Gandería</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Incremento da competencia de terceiros países.</li> <li>&gt; Fluctuacións de prezos.</li> <li>&gt; Envellecemento da poboación sen recambio xeracional.</li> </ul> <p><b>- Pesca</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Restriccións de acceso ós caladoiros.</li> <li>&gt; Esgotamento dos caladoiros.</li> <li>&gt; Accidentes ecolóxicos (Prestige).</li> </ul>	<p><b>- Agricultura-Gandería</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Marco de axudas de desenvolvemento rural.</li> <li>&gt; Oportunidades para a exportación.</li> <li>&gt; Desenvolvemento de industrias de transformación.</li> <li>&gt; Posibilidade doutros aproveitamentos.</li> </ul> <p><b>- Pesca</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Aumento do consumo de peixe.</li> <li>&gt; Potenciación da modernización e o afortalamiento tecnolóxico do sector marítimo español promovido polo Ministerio de Ciencia e Tecnoloxía e por fondos europeos.</li> <li>&gt; Bo aprezo do peixe e marisco das rías de Galicia.</li> </ul>

PUNTOS FORTES	PUNTOS FEBLES
<p><b>- Agricultura-Gandería</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Consolidación de algúns cultivos e razas e, recoñecemento do consumidor como produtos de calidade.</li> <li>&gt; Mellora das técnicas frigoríficas e de conservación.</li> <li>&gt; Sector consolidado despois da grave crise.</li> </ul> <p><b>- Pesca</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Tradición da actividade.</li> <li>&gt; Diversidade da flota extractiva.</li> <li>&gt; Importante rede de infraestruturas portuarias, adaptadas ás necesidades actuais.</li> </ul>	<p><b>- Agricultura-Gandería</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Ausencia de planificación a medio prazo.</li> <li>&gt; Escasa organización de produción comercial.</li> <li>&gt; Escasa formación e información en manexo de cultivos e sistemas de rego eficientes e sobre técnicas de manexo do gando.</li> <li>&gt; Escasa implantación de sistemas de aseguramento de calidade.</li> </ul> <p><b>- Pesca</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Reducida dimensión e dispersión das empresas agrarias.</li> <li>&gt; Disociación entre ben de investimento (barco) e dereito de pesca (licencia).</li> <li>&gt; Excesiva atomización das empresas.</li> <li>&gt; Tradición na oferta de peixe fresco.</li> </ul>

A principal **ameaza** que afecta ás actividades agrícolas e gandeiras fai referencia ó incremento da competencia de países terceiros. Coa adhesión á UE de novos países, e debido á mellora das infraestruturas loxísticas, estanse posicionando nos mercados nacionais produtos estranxeiros que compiten, sobre todo, vía prezos.

Outra ameaza recae nas fluctuacións de prezos. A este tipo de produtos aféctalle moito os incrementos e diminucións da produción, xa sexan debidas a razóns naturais (secas, enchentes, pragas, etc.), ou a escándalos sanitarios (engorde ilegal de animais, uso de pesticidas prohibidos, etc.).

Unha terceira ameaza que afecta a estas actividades é ausencia do relevo xeracional. Ó avellentamento dos titulares das explotacións agrícolas e gandeiras hai que sumarlle o transvase de poboación desde as zonas rurais ás áreas urbanas, coa intención de mellorar o seu nivel de vida.

No concernente á actividade pesqueira, podemos dicir que a ameaza máis importante atópase nas limitacións legais que restrinxen o acceso ós caladoiros. Desde a entrada de España na UE estanse renegociando novos acordos que limitan as capturas e o acceso da flota pesqueira nacional ós caladoiros dos países membros.

Outra ameaza recae no esgotamento dos caladoiros, debido a factores como a sobreexplotación ou os cambios climáticos. Cada vez tense un maior coñecemento do comportamento das especies mariñas e das condicións nas que se encontran os caladoiros; debido a isto, e para non extinguir este recurso natural, empézanse a establecer limitacións de capturas e paros biolóxicos.

A última ameaza provén das fluctuacións de prezo debidas, sobre todo, ós excesos de capturas ou ós accidentes ecolóxicos como o do Prestige. O prezo en lonxa do peixe varía en función do número e a calidade das capturas desembarcadas ese día.

Unha **oportunidade** moi importante para as actividades da agricultura e a gandería son as axudas que ofrece a Administración para afrontar as melloras necesarias nestes tipos de explotacións e así poder adaptalas ás novas esixencias do mercado.

Outra oportunidade xorde pola apertura de novos mercados para a exportación. Gracias á mellora e ó desenvolvemento das infraestructuras de comunicación (estradas, aeroportos, etc.), é posible reducir os custos e o tempo de entrega de produtos, facéndoo así competitivos noutros mercados.

A terceira oportunidade xorde polo desenvolvemento que está sufrindo a industria alimentaria. O aumento de demanda das industrias de zumes, marmeladas, conservas, etc., proporciona unha maior facilidade para a venda da produción. Así mesmo, a aparición de novas liñas de produtos en industrias lácteas, conxelados, etc., provocadas polos novos hábitos de consumo tamén inflúe no crecemento de produción.

A última oportunidade débese á posibilidade de reorientar a produción cara a novos tipos de industria, como a farmacéutica ou a cosmética. Cada vez máis produtos deste tipo se elaboran a partir de froitas, plantas ou derivados de animais.

A principal oportunidade que afecta á actividade pesqueira vén dada polo aumento do consumo de peixe por parte da poboación. Cada vez coñécense máis efectos beneficiosos derivados do consumo de peixe.

Unha segunda oportunidade provén das axudas do Ministerio de Ciencia e Tecnoloxía (Plano Tecnolóxico do Sector Marítimo, Fundación Innovamar, etc.) para a modernización e fortalecemento tecnolóxico do sector marítimo español. Ademais disto, Galicia é, para os efectos de fondos europeos, rexión obxectivo 1, o que supón un maior achegamento de fondos para a renovación da flota con respecto a outras rexións.

A última oportunidade xorde polo bo aprezo do peixe e marisco das rías galegas, que unido á campaña "Galicia Calidade" promovida pola Xunta de Galicia, produce unha excelente oportunidade para dar a coñecer a calidade dos nosos produtos en España e no estranxeiro.

Polo que se refire ós **puntos fortes** da agricultura e a gandería galegas, podemos citar en primeiro lugar a consolidación de algúns cultivos (pataca, kiwi, etc.) ou a existencia dunha raza autóctona de renome con denominación de orixe, Tenreira Galega, que o consumidor empeza a recoñecer como produto de calidade.

Na actualidade, existen en Galicia quince denominacións de orixe: cinco de viños, unha de licores, catro de queixo, unha de mel, unha de agricultura ecolóxica, unha de lacón, unha de tenreira e unha de patacas.



Un segundo punto forte é a mellora das técnicas frigoríficas e de conservación, tanto para produtos procedentes da agricultura como da gandería. Ademais, no caso das explotacións gandeiras, hoxe en día existe un número suficiente de matadoiros adecuados ás necesidades que se esixen.

O último punto forte da cabana gandeira provén das medidas adoptadas por parte dos gandeiros e a administración a raíz da encefalopatía esponxiforme bovina. Establécense maiores controis sanitarios, tanto das explotacións como dos alimentos dos animais, e infórmase de todo ós consumidores. Isto está devolvendo a confianza á xente e estanse acadando os niveis de consumo establecidos antes da enfermidade.

O punto forte máis importante da pesca é a tradición que esta actividade ten en España e máis aínda en Galicia. O coñecemento de cómo ha de desenvolverse e o recoñecemento da flota como importante no contorno, producen unha posición vantaxosa para a venda destes produtos no mercado.

Por outro lado a diversidade da flota extractiva representa un punto forte que debe ser tido en conta, xa que iso redonda nunha diversificación das artes, especies capturadas e caladoiros ós que acudir. Todo isto, unido á importante rede de infraestructuras portuarias adaptada ás necesidades actuais, fai da flota pesqueira nacional e galega unha das máis importantes do mundo.

A ausencia de planificación a curto prazo, unida á escasa organización da produción comercial, son dous dos **puntos febles** máis importantes que afectan á agricultura e á gandería. Tradicionalmente, estas actividades están ligadas a titulares e traballadores con pouca formación en xestión e política comercial, e cuns coñecementos de traballo adquiridos de xeración en xeración. Por isto, adoitan ser reticentes a recibir formación sobre cultivos e sistemas de rego eficientes, ou sobre a sementada de variedades óptimas. O mesmo ocorre coas técnicas e manexo do gando.

Outro punto feble vén dado pola escasa implantación de sistemas de calidade neste tipo de explotacións, que, unido á reducida dimensión que teñen estas empresas, provoca unha infrautilización das potencialidades productivas.

O último punto feble prodúcese pola pequena dimensión das explotacións, que, xunto coa dispersión existente, provoca unha difícil distribución dos produtos. Disto aproveítanse as grandes distribuidoras que dominan a comercialización e os prezos do mercado.

Centrándonos na actividade pesqueira, o primeiro punto feble é unha consecuencia da disociación existente entre a posesión dun barco e a posesión dunha licenza de pesca. Ó estar tan diferenciadas estas dúas cuestións, pode suceder que, ou ben non se consiga a licenza de pesca, ou ben non se consiga no caladoiro que se queira.

Outro punto feble é a atomización das empresas desta actividade, sobre todo as de baixura e de comercialización, o que conleva os efectos derivados de ser pequenas empresas, como dificultades de xestión ou financeiras, acometida de investimentos, ben sexa por lei ou por tecnoloxía para mellorar rendementos, etc.

O último punto feble prodúcese pola tradición que existe na oferta de peixe fresco; esta ten que evolucionar e ir adaptándose ás novas necesidades dos consumidores, xa que cada vez se demanda máis peixe conxelado, pratos precociñados, etc.

### 5.3.2. DAFO do sector industrial

Se tes pensado en crear unha empresa relacionada co sector da industria alimentaria debes ter presente o seguinte cadro co fin 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.

AMEAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;Cambios sociais e lexislativos que implican continuos investimentos.</li> <li>&gt;Establecemento de grandes superficies.</li> <li>&gt;Cambios en hábitos de compra.</li> <li>&gt;Poder de negociación de grandes distribuidoras.</li> <li>&gt; O peso das grandes multinacionais, cun I+D+I máis forte.</li> <li>&gt;Competencia dos demais países, especialmente tras da ampliación da UE.</li> <li>&gt; Industrias de pan e produtos de panadería e pastelería frescos: a liberalización do prezo do pan.</li> <li>&gt; Industria cárnica: publicidade negativa.</li> <li>&gt; Industrias de produtos lácteos: a inestabilidade de prezos do leite.</li> <li>&gt; Industria de conservas e pratos preparados: crecente importancia concedida ó prezo por parte do consumidor.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;Apoios da Administración. Comezan a desenvolverse acordos de colaboración entre as empresas.</li> <li>&gt; Industrias de pan produtos de panadería e pastelería frescos: incorporación de tecnoloxías baseadas no frío.</li> <li>&gt; Industria cárnica: campaña de promoción da calidade dos produtos galegos por parte da Administración.</li> <li>&gt; Industrias de produtos lácteos: aparición de novos nichos de negocio.</li> <li>&gt; Industria de conservas e pratos preparados: aumento das esixencias de calidade (hixiene, etiquetaxe, etc.) ós produtos procedentes de países extracomunitarios.</li> </ul>

PUNTOS FORTES	PUNTOS FEBLES
<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Imaxe de calidade dos produtos de Galicia.</li> <li>&gt; Boa e abundante man de obra.</li> <li>&gt; Industrias do pan e produtos de panadería e pastelería frescos: proximidade de venda ante o cliente e a imaxe do pan como produto artesán.</li> <li>&gt; Industria cárnica: envasado e etiquetaxe.</li> <li>&gt; Industrias de produtos lácteos: presenza de algunhas empresas grandes e innovadoras que poden ter un efecto dinamizador na industria galega.</li> <li>&gt; Industria de conservas e pratos preparados: elevado nivel de calidade dos produtos e gran tradición e experiencia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; O pequeno tamaño das empresas.</li> <li>&gt; Modelo productivo non suficientemente baseado na calidade.</li> <li>&gt; Industrias de pan e produtos de panadería e pastelería frescos, competencia entre produtos artesanais e industriais.</li> <li>&gt; Industria cárnica: escasa diversificación da industria, centrada nos produtos frescos tradicionais.</li> <li>&gt; Industrias de produtos lácteos: a cota láctea é insuficiente dado que non acada o autoabastecemento a nivel nacional.</li> <li>&gt; Industria de conservas e pratos preparados: problemas de abastecemento de materias primas básicas.</li> </ul>

A **ameaza** principal da industria alimentaria recae nos cambios legais, sociais e de hábitos de consumo producidos nos últimos anos. Estes obrigan ás empresas a adaptar a súa maquinaria, os seus procesos de produción, os seus controis de calidade e seguridade alimentaria, etc., para poder competir no mercado.

Claros exemplos disto témolos nas industrias de conservas e pratos preparados (envases que conservan en mellores condicións os alimentos, preparados para o microondas, etc.), e nas industrias panadeiras, á que afecta a demanda dos consumidores máis novos, que dan máis importancia ós produtos de carácter industrial (pan de molde, bollería, etc.) que ós frescos.

A isto hai que unirle a ameaza que supón o poder de negociación que teñen as grandes distribuidoras e os cambios nos hábitos de compra, debidos sobre todo ó establecemento das grandes superficies. Esta situación provoca unha redución das marxes de beneficio da industria, especialmente nos produtos menos diferenciados.

Outra ameaza da industria alimentaria reside no peso que teñen no sector as grandes multinacionais, que ó ter maior capacidade investidora e departamentos de I+D+I máis fortes e desenvolvidos, conseguen elaborar produtos cun maior valor engadido.

A última ameaza xorde da competencia que provén de terceiros países, especialmente trala ampliación da UE, que contan cunha man de obra máis barata e compiten nos mercados nacionais vía prezos.

Ademais destas ameazas que afectan á industria da alimentación en xeral, detectamos outras máis específicas para cada tipo de industria:

A ameaza máis importante que afecta á Industria do pan e produtos de panadería e pastelería frescos xurdiu a raíz da liberalización do prezo do pan, esta resposta por parte da industria foi unha guerra de prezos que desembocou no peche de pequenas empresas, así como na diminución do beneficio para outras moitas.

A publicidade negativa que provocou a enfermidade das “vacas tolas” e os experimentos da clonación de animais é a ameaza máis importante á que se enfronta a industria cárnica.

A principal ameaza da industria dos produtos lácteos provén da inestabilidade do prezo do leite, o que dificulta ou frea a materialización dos investimentos necesarios no sector productivo, e con iso un abastecemento de calidade.

No que concerne á industria de conservas e pratos preparados, pódese dicir que a crecente importancia concedida ó prezo por parte do consumidor á hora de elixir este tipo de produtos constitúe a maior ameaza, excepto se nos referimos a produtos tipo *delicatessen*.

Unha **oportunidade** moi importante para os que se adentran no mercado da industria alimentaria xorde a raíz dos apoios que ofrece a Administración para afrontar os investimentos tecnolóxicos e os proxectos de I+D+I necesarios para adecuarse ás novas esixencias da demanda.

Outra oportunidade vén dada pola posibilidade de desenvolver acordos de colaboración entre empresas que permitan alcanzar vantaxes diferenciais tanto a nivel de produción como de distribución.

As oportunidades específicas para cada industria son:

Dentro da industria da panadería e pastelería artesanal, a implantación da microelectrónica neste tipo de fabricación permite flexibilidade nos procesos e amplía a diversificación dos produtos. Ademais, a incorporación de tecnoloxías baseadas no frío permiten o desenvolvemento de masas conxeladas, coas conseguíntes facilidades para ampliar a gama de produtos e o espectro de clientes, así como para favorecer a presenza de puntos quentes, máis atractivos para o consumidor final.

Para a industria cárnica, unha oportunidade moi importante reside na campaña de promoción da calidade dos produtos cárnicos galegos por parte da Administración, que fixo que o consumo de carne de bovino, por exemplo, volva alcanzar as cotas anteriores á enfermidade das “vacas tolas”.

canto á industria de produtos lácteos, pódese dicir que a continua aparición de nichos de negocio é a principal oportunidade. A importancia que hoxe en día se lle dá á elección da dieta, ó coidado do corpo, etc., propician a ampliación da gama de produtos lácteos (desnatados, con froitas, con vitaminas, etc.) no mercado.

Unha oportunidade que inflúe na industria de conservas e pratos preparados provén das barreiras tecnolóxicas favorecedoras impostas pola administración ó aumentar as esixencias de calidade (hixiene, etiquetado, etc.) ós produtos procedentes de países extracomunitarios.

Polo que se refire ós **puntos fortes** da industria alimentaria galega, podemos citar, coma o máis importante, a imaxe de calidade que teñen estes produtos a nivel galego. A tradición gandeira e conserveira da nosa Comunidade, o liderado de tenreira galega entre as carnes con denominación de orixe, etc., son indicadores dunha materia prima excelente para a elaboración dos produtos transformados.

Outro punto forte radica na boa e abundante man de obra que ten Galicia dentro da industria alimentaria. Existe preocupación por parte dos empresarios do sector por impartir unha constante formación ós seus empregados, mellorando así as cualificacións persoais e optimizando os recursos da empresa, de forma que sexa posible enfrontarse ás novas esixencias do mercado.

Por tipos de industrias podemos especificar os seguintes puntos fortes: O mellor punto forte que teñen as industrias de pan e produtos de panadería e pastelería frescos é a proximidade de venda ó cliente e a imaxe que ten o consumidor do pan como produto artesán. A isto hai que unirle tamén a grande variedade de produtos que poden ofertar, co conseguinte aumento do potencial de venda das empresas.

A industria cárnica está facendo un esforzo importante diante das esixencias do consumidor en aspectos coma o envasado, etiquetado, envases especiais para o conxelado, etc. adaptándose así ás novas correntes e hábitos sociais.

O mellor punto forte que teñen as industrias de produtos lácteos é a presenza de algunhas empresas grandes e innovadoras que poden ter un efecto dinamizador na industria galega.

O elevado nivel de calidade dos produtos da industria de conservas, a grande tradición e experiencia e a boa imaxe do sector conserveiro galego son os puntos fortes máis representativos desta industria.

O pequeno tamaño das industrias alimentarias é un dos **puntos febles** da actividade. Esta circunstancia limita a capacidade para afrontar grandes investimentos e proxectos en I+D+I.

Outro punto feble radica en que o modelo productivo non está suficientemente baseado na calidade e as estruturas empresariais están pouco desenvolvidas, co cal é difícil optimizar a produtividade.

Os principais puntos febles específicos para cada industria son: A competencia existente entre os produtos da industria panadeira artesanal e a industrial.

Na industria cárnica, a escasa diversificación da actividade, centrada sobre todo nos produtos frescos tradicionais, e a imaxe lixeiramente danada no bovino pola Encefalopatía Esponxiforme Bovina (vacas tolas).

Nas industrias de produtos lácteos, conservas e pratos preparados o punto feble radica nos problemas de abastecemento de materias primas básicas, o que obriga a realizar importacións.

## 6. CANLES DE COMERCIALIZACIÓN

A lectura deste capítulo permitirache coñecer:

> **AS CANLES UTILIZADAS PARA A COLOCACIÓN DO PRODUCTO NO MERCADO.**

> **A DISTRIBUCIÓN E CARACTERÍSTICAS DOS ESTABLECEMENTOS COMERCIAIS GALEGOS.**

> **A ESTRUCTURA DAS VENDAS NOS ESTABLECEMENTOS COMERCIAIS DE ALIMENTACIÓN.**

A lectura deste capítulo permitirache obter as seguintes conclusións:

- **O pequeno comercio está afrontando un proceso de reconversión a través de novas fórmulas: a asociación en cadeas e centrais de compra, a integración espacial nos centros comerciais abertos e pechados, a especialización, etc.**
- **Entre as provincias da Coruña e Pontevedra concéntrase cerca do 75% da oferta comercial de alimentación.**
- **Os produtos máis vendidos nas tendas tradicionais son os perecedeiros (pan, produtos da pesca, carnes, etc.); polo contrario, os máis vendidos nos supermercados e hipermercados son o aceite, o azucre, as bebidas, etc.**

Como vimos no apartado 5.1.2. Hábitos de compra, os lugares de compra da hostalería e restauración concéntranse principalmente nos distribuidores (53,1%) e nos comerciantes polo xunto (18,0%), mentres que as canles de compra máis utilizadas polos fogares son o supermercado (45,4%), as tendas tradicionais (28,8%) e os hipermercados (16,7%).

No seguinte fluxograma podes ver cáles son as distintas canles que poden seguir os produtos, desde que saen das explotacións ata que chegan ó punto de venda.



Como se pode observar, podemos distinguir entre canles curtas e canles longas. Unha canle de comercialización será curta ou longa segundo o número de intermediarios que exista entre a produción e o consumo: desta forma, temos como exemplo de canle curta a explotación agrícola que vende directamente ó público ou sorte a unha tenda de alimentación. Como canle longa, temos o barco que descarga na lonxa, onde aí compra un distribuidor que máis tarde coloca a mercadoría, por exemplo, no mercado de Madrid.

O cambio nos nosos hábitos de compra de alimentos no último cuarto de século xerou o rápido crecemento dos supermercados. Estes venden toda a gama de alimentos, desde froitas e verduras frescas a unha ampla variedade de comidas precociñadas, ofrecendo miles de produtos diferentes nun único recinto. Nun esforzo por recuperar en parte a individualidade dos antigos panadeiros, pescadores ou carniceros, creáronse unidades de venda destes produtos no interior dos almacéns.

Para facer fronte a estes cambios, o pequeno comercio está afrontando un proceso de reconversión a través das novas fórmulas: a asociación en cadeas e centrais de compra, a integración espacial en centros comerciais abertos e pechados, a especialización, etc.

En Galicia contabilizábanse 57.878 establecementos de comercio polo miúdo a finais do 2002, que representaban o 6,7% do total nacional e unha superficie comercial por riba dos 5 millóns de metros cadrados, o 6,0% do total de España. Este dato apunta unha primeira característica do comercio en Galicia, menor, por termo medio, que no resto do país: a súa superficie media é de arredor do 94 m<sup>2</sup>, mentres que a superficie media a nivel nacional anda nos 104 m<sup>2</sup>.

Aproximadamente o 74% dos establecementos de comercio polo miúdo encóntranse nas provincias da Coruña e Pontevedra (as máis poboadas e con maiores índices de actividade económica). Esta proporción é semellante á observada en canto a superficie comercial. Sen embargo, se tomamos en consideración unicamente os establecementos de alimentación, obsérvase que estes representan en torno á terceira parte do total dos negocios comerciais en Galicia (33,12%), o que significa un número menor ó do total en España (36,14%).

Á súa vez, entre as provincias da Coruña (42,43%) e Pontevedra (32,18%) concéntrase cerca do 75% da oferta comercial de alimentación, manténdose así case a mesma proporción que a do comercio polo miúdo en xeral.

Por outro lado, hai que ter en conta unha particularidade da realidade galega, que é a importancia que ten o comercio ambulante (mercados e feiras), nos que a alimentación ocupa un lugar destacado. Se en España estes locais representan o 3,05% sobre o total dos locais comerciais, en Galicia alcanzan o 4,85%. Unha de cada dez licencias comerciais nesta categoría concedidas en España corresponden á Comunidade Galega.

No Anexo de Información Estatística de Interese poderás atopar o desagregamento de todos estes datos apuntados.

Por outro lado, cando se fala da distribución alimentaria débense ter en conta todas as posibles formas de obtención de alimentos, e polo tanto hai que diferenciar entre as tendas con réxime de venda tradicional e as de réxime de libre servizo, ademais dos establecementos de distribución final convencionais e as canles non ligadas a unha localización de venda estable, xa que a estrutura de vendas dentro de cada forma de comercialización é distinta, como veremos a continuación.

A alimentación fresca nas tendas tradicionais representa o 76%; en autoservizos e supermercados supón o 35%, e en hipermercados, o 30%. Nos mercados e venda pola rúa a alimentación fresca significa o 80% (o 71% das vendas refírese a patacas, hortalizas e froitas frescas; as carnes supoñen o 6,7% e o peixe o 5,2%).

Pola súa parte, na venda domiciliar a alimentación fresca é o 42% do total (o leite representa o 3,4% das vendas, o 26% o pan, o 2,6% os ovos e a pesca supoñen o 16,6%). O autoconsumo dáse fundamentalmente nos produtos frescos, que representan un 87% (as patacas 5,6%, froitas e hortalizas frescas 40,6%, carne 33%).

En canto ó comercio polo xunto, a alimentación fresca representa un 46% e, sen embargo, a dos distribuidores baixa a un 37% con respecto á alimentación total.



Ó estudar a cota de mercado dos distintos establecementos de hostalería-restauración, obsérvase que todos seguen a pauta xeral observada no total do sector. Tan só sinalar aquelas formas de distribución que superan a media en cada un dos establecementos. Os hoteis compran máis que a media polo xunto, fabricantes e Cash&Carry. Os restaurantes fano en tendas tradicionais, polo xunto e fabricantes. Os bares/cafeiterías na tenda tradicional, os supermercados e os hipermercados. Aínda que todos eles seguen a pauta xeral de abastecerse en distribuidores e en comerciantes polo xunto (entre o 70-90%).

## 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.

Dependendo da actividade que decidas realizar, deberás facer unha consulta á Axencia Tributaria para saber se podes acollerte ó réxime de Estimación Obxectiva. En caso afirmativo, poderás tributar en función dos módulos que che correspondan.

Cabe resaltar que xa non está en vigor o Réxime Especial Agrario da Seguridade Social (REASS).

## 7.2. Normas sectoriais de aplicación

Debido á multitude de actividades que abarca o sector da alimentación, resulta imposible mostrar a totalidade da lexislación que afecta a cada unha delas. Por iso, mostrámosche a continuación unha relación nominal. Partindo dela, deberás comprobar se, en función da actividade que vaías realizar, existe algunha normativa específica.

### a) Seguridade alimentaria:

- Regulamento (CE) nº 1895/2005 da Comisión, de 18 de novembro de 2005, relativo á restricción no uso de determinados derivados epoxídicos en materiais e obxectos destinados a entrar en contacto con produtos alimenticios. (DOUE n. 302 de 19 de novembro de 2005)
- Directiva 2002/32/CE do Parlamento Europeo e do Consello, de 7 de maio de 2002, sobre substancias indesexables na alimentación animal (DO L nº 140, de 30 de maio de 2002), Modificada pola Directiva 2006/77/CE da Comisión, de 29 de setembro de 2006.
- Directiva 2002/67/CE da Comisión, de 18 de xullo de 2002, relativa á etiquetaxe de produtos alimenticios que conteñen quinina e produtos alimenticios que conteñen cafeína (DO L nº 192, de 19 de xullo de 2002).
- Directiva 2002/72/CE da Comisión, de 6 de agosto de 2002, relativa ós materiais e obxectos plásticos destinados a entrar en contacto con produtos alimenticios (DO L nº 220, de 15 de agosto de 2002), modificada pola Directiva 2007/19/CE de la Comisión, de 30 de marzo de 2007.
- Regulamento (CE) nº 178/2002 do Parlamento Europeo e do Consello, de 28 de xaneiro, polo que se establecen os principios e os requisitos xerais da lexislación alimentaria, créase a Autoridade Europea de Seguridade Alimentaria e fíxanse procedementos relativos á seguridade alimentaria.
- RD 142/2002, de 1 de febreiro de 2002, polo que se aproba a lista positiva de aditivos distintos de colorantes e edulcorantes para o seu uso na elaboración de produtos alimenticios, así como as condicións de utilización (BOE nº 44, de 20 de febreiro de 2002), modificado polo RD 1118/2007, de 24 de agosto.
- RD 1219/2002, de 22 de novembro de 2002, polo que se modifica o Real Decreto 1521/1984, de 1 de agosto, polo que se aproba a Regulamentación técnico-sanitaria dos establecementos e produtos da pesca e a acuicultura con destino ó consumo humano (BOE nº 289, de 3 de decembro de 2002).
- RD 1324/2002, de 13 de decembro de 2002, polo que se modifica a norma xeral de etiquetaxe, presentación e publicidade dos produtos alimenticios, aprobada polo Real Decreto 1334/1999, de 31 de xullo (BOE nº 305, de 21 de decembro de 2002).
- RD 3484/2000, de 29 de decembro, polo que se establecen as normas de hixiene para a elaboración, distribución e comercio de comidas preparadas. (BOE nº 11, venres 12 de xaneiro de 2001).

- RD 202/2000, de 11 de febreiro, polo que se establecen as normas relativas ós manipuladores de alimentos.

b) Calidade dos alimentos:

- Manual de lexislación para a inspección da calidade de alimentos, editado polo Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. É un compendio de lexislación aplicable ó control de calidade de produtos agroalimentarios. Pódolo atopar na páxina do Ministerio ([www.mapya.es/alimentacion/pags/calidad/calidad.htm](http://www.mapya.es/alimentacion/pags/calidad/calidad.htm)).

c) Gandería, Agricultura e Pesca:

- Convenio para a Protección dos animais en Explotacións Gandeiras. Realizado en Estrasburgo o 10 de marzo de 1976. Firmado e ratificado por España. Entrou en vigor o 6 de novembro de 1988 (BOE nº 259 de 28 de outubro de 1988).
- Decisión da Comisión, de 8 de xuño de 2001, pola que se establecen normas para os controis regulares da hixiene realizados polos explotadores de establecementos, de conformidade ca Directiva 64/433/CE, relativa a problemas sanitarios en materia de intercambios de carne fresca, e coa Directiva 71/118/CEE, relativa a problemas sanitarios en materia de intercambios de carnes frescas de aves de curral.
- Regulamento 1494/2002 da Comisión de 21 de agosto de 2002 polo que se modifican os anexos III, VII e XI do Regulamento (CE) no 999/2001 do Parlamento Europeo e do Consello no relativo ó seguimento da encefalopatía esponxiforme bovina, a erradicación da encefalopatía esponxiforme transmisible, a eliminación dos materiais especificados de risco e a normativa para a importación de animais vivos e produtos de orixe animal (Diario Oficial das Comunidades Europeas L 225/3 de 22 de Agosto de 2002).
- Lei 8/2003, de 24 de abril, de sanidade animal. Modificada pola Lei 32/2007, do 7 de novembro, para o cuidado dos animais, na súa explotación, transporte, experimentación e sacrificio.
- RD 328/2003, de 14 de marzo, polo que se establece e regula o plano sanitario avícola.
- RD 709/2002, de 19 de xullo, polo que se aproba o Estatuto da Axencia Española de Seguridade Alimentaria.
- RD 348/2000, de 10 de marzo, polo que se incorpora ó ordenamento xurídico a Directiva 98/58/CE, relativa á protección dos animais nas explotacións gandeiras (BOE de 11 de marzo), modificado polo RD 441/01 de 27 de abril (BOE de 12 de maio).

- RD 1749/1998, de 31 de xullo, polo que se establecen as medidas de control aplicables a determinadas substancias e os seus residuos nos animais vivos e os seus produtos. Modificada posteriormente polo RD 731/2007, de 8 de junio.
- RD 640/2006, de 26 de mayo, por el que se regulan determinadas condiciones de aplicación de las disposiciones comunitarias en materia de higiene, de la producción y comercialización de los productos alimenticios.
- RD 1041/1997, de 27 de xuño, polo que se establecen as normas relativas á protección dos animais durante o seu transporte.
- RD 1888/2000, de 22 de novembro, polo que se establecen as condicións de sanidade animal aplicables ós intercambios intracomunitarios e as importacións de aves de curral e de ovos para incubar, procedentes de países terceiros.
- Orde APA/2405/2002, de 27 de setembro, pola que se crea o Comité Español de Identificación Electrónica dos Animais.
- Orde de 16 de agosto de 2001, pola que se establecen as condicións de movemento de ganado porcino para o control da peste porcina clásica en España.
- Orde APA/1556/2002, de 21 de xuño, pola que se derroga a orde APA/67/2002, de 18 de xaneiro, e se establece un novo sistema de control do destino dos subproductos xerados na cadea alimentaria cárnica.
- Orde APA/212/2003, de 5 de febreiro, pola que se modifican determinados anexos do RD 2459/1996, de 2 de decembro, polo que se establece a lista de enfermidades de animais de declaración obrigatoria e se dá a normativa para a súa notificación.
- Resolución de 16 de febreiro de 2001, da Dirección Xeral de Gandería, pola que se dá publicidade ó convenio de colaboración, entre o Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación e a Comunidade Autónoma de Galicia para o financiamento do Plan Coordinado de actuación e loita contra a Encefalopatía Esponxiforme Bovina e medidas colaterais.
- RD 56/2002, de 18 de xaneiro, pola que se regulan a circulación e utilización de materias primas para a alimentación animal e a circulación de pensos compostos, modificado polo RD 254/2003, de 28 de febreiro.
- Lei 43/2002, de 20 de novembro de 2002, de sanidade vexetal (BOE nº 279, de 21 de novembro de 2002). Modificada pola Ley 4/2004, de 29 de diciembre
- RD 1201/2002, de 20 de novembro de 2002, polo que se regula a produción integrada de produtos agrícolas (BOE nº 287, de 2 de decembro de 2002).
- Lei 3/2001, de 26 de marzo, de Pesca Marítima do Estado.

- Decreto 282/2002, do 6 de setembro, polo que se establece o réxime xurídico das licencias que habilitan para o exercicio da pesca nas augas de competencia da Comunidade Autónoma de Galicia.
- Lei 6/1993, do 11 de maio, de pesca de Galicia.
- Orde do 15 de novembro de 1992, pola que se regulan os tamaños mínimos de extracción e comercialización de diversas especies de peixes, moluscos, crustáceos e equinodermos.

Os establecementos relacionados con actividades do sector primario e coa industria alimentaria, ó igual que calquera outra empresa, están obrigados a cumprir a lexislación existente en materia de Prevención de Riscos Laborais. A seguir, 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, de 8 de novembro, modificada recentemente pola Lei 54/2003 de 12 de decembro, de reforma do marco normativo da prevención de riscos laborais.
- RD 39/1997, de 17 de xaneiro, polo que se aproba o Regulamento dos Servicios de Prevención. Modificación posterior RD 604/2006, de 19 de maio.
- RD 486/1997, de 14 de abril, polo que se establecen as disposicións mínimas de seguridade e saúde nos lugares de traballo. Modificación posterior RD 2177/2004, de 12 de novembro.
- RD 485/1997, de 14 de abril, sobre disposicións mínimas en materia de sinalización de seguridade e saúde no traballo.
- RD 314/2006, de 17 de marzo, por el que se aprueba el Código Técnico de la Edificación.

Así mesmo, en función do número de traballadores, a lei pode obrigarche 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.

Outro tipo de axudas dirixidas ó sector agropecuario son as que poden derivar da aplicación dalgunha das iniciativas comunitarias con presenza na nosa comunidade: EQUAL, INTERREG III, LEADER + e URBAN. Ademais, pódeste acoller a axudas procedentes dos fondos europeos AGADER e PRODER II. Para informarte sobre esta cuestión podes dirixirte á Axencia Galega de Desenvolvemento Rural (AGADER), ós Grupos de Acción Local ou á Fundación para o Desenvolvemento da súa comarca.

Ademais das anteriores, a Consellería do Medio Rural, ten na súa páxina web: [www.mediorural.xunta.es/](http://www.mediorural.xunta.es/) a táboa que che mostramos a continuación, na que podes ver as axudas actualizadas que podes solicitar.

<b>POLITICA AGROALIMENTARIA COMÚN (PAC)</b>		
<b>PRODUCCIÓN AGRÍCOLA</b>	<b>PRODUCCIÓN GANDEIRA</b>	<b>FORMACIÓN, INVESTIGACIÓN E EMPREGO</b>
<b>SANIDADE ANIMAL</b>	<b>MELLORAS ESTRUCTURAI S E MODERNIZACIÓN DE EXPLOTACIÓNS</b>	<b>SANIDADE VEXETAL</b>
<b>COOPERATIVAS ,SAT E AGRUPACIÓNS DE SERVICIOS Ó AGRICULTOR</b>	<b>INDUSTRIALIZACIÓN E COMERCIALIZACIÓN AGROALIMENTARIA</b>	<b>OUTRAS AXUDAS</b>

Na Orde do 10 de marzo de 2003 establécese o desenvolvemento dos requisitos agroambientais para a percepción de axudas da Política Agrícola Común. Pódense solicitar, entre outras, axudas por cultivos herbáceos, por cultivos de leguminosas en gran, por superficies forraxeiras, por vacas nodrizas e por ovino-caprún.

## 7.4. Organismos

### 7.4.1. Organismos oficiais e institucións

A continuación, facilitamosche un listado de directorios dos organismos públicos e privados vinculados ó sector:

#### **CONSELLERÍA DO MEDIO RURAL**

Edificios administrativos San Caetano, s/n  
15704 Santiago de Compostela  
Tel.: 981 54 54 00  
Fax: 981 54 57 59  
E-mail: [gabinete.agri@xunta.es](mailto:gabinete.agri@xunta.es)  
Páxina web: <http://mediorural.xunta.es/>

#### **Delegación da Coruña:**

Praza Luís Seoane, s/n  
15008 A Coruña  
Tel.: 981 18 45 33  
Fax: 981 18 46 51

#### **Delegación de Lugo:**

Ronda da Muralla 70  
27004 Lugo  
Tel.: 982 29 45 27  
Fax: 982 29 44 52

#### **Delegación de Ourense:**

Rúa Florentino López Cuevillas 4-6  
32003 Ourense  
Tel.: 988 38 64 55  
Fax: 988 38 64 64

#### **Delegación de Pontevedra:**

Benito Corbal 47  
36071 Pontevedra  
Tel.: 986 80 54 58  
Fax: 986 80 54 85

#### **CONSELLERÍA DE PESCA E ASUNTOS MARÍTIMOS**

Edificios Administrativos San Caetano, s/n  
15704 Santiago de Compostela  
Tel.: 981 54 54 00  
Fax: 981 54 40 37  
E-mail: [pesca@xunta.es](mailto:pesca@xunta.es)  
Páxina web: [www.xunta.es/conselle/pe](http://www.xunta.es/conselle/pe)

#### **CONSELLERÍA DE SANIDADE**

San Lázaro, s/n  
15703 Santiago de Compostela  
Tel.: 981 54 27 12  
Fax.: 981 54 27 22  
E-mail: [gabinete.sanidade@sergas.es](mailto:gabinete.sanidade@sergas.es)



**CONSELLERÍA DE INNOVACIÓN E INDUSTRIA**

Edificios Administrativos San Caetano, s/n  
15704 Santiago de Compostela  
Tel.: 981 54 54 00  
Fax: 981 54 49 49  
E-mail: [prensa.industria@xunta.es](mailto:prensa.industria@xunta.es)  
Páxina web: <http://www.conselloriaiei.org/ga/web/index.php>

**CONSELLERÍA DE TRABALLO**

Dirección Xeral de Promoción do Emprego  
San Caetano, s/n  
15004 Santiago de Compostela  
Tel.: 981 54 46 12  
Fax: 981 54 46 78  
E-mail: [web.cas@xunta.es](mailto:web.cas@xunta.es)  
Páxina web: <http://traballo.xunta.es/>

**CONSELLERÍA DE MEDIO AMBIENTE E DESENVOLVEMENTO SOSTIBLE**

Dirección Xeral de Calidade e Avaliación Ambiental  
Complexo Administrativo San Lázaro, s/n  
15781 Santiago de Compostela  
Tel.: 981 54 10 55  
Fax: 981 54 11 00  
E-mail: [conselleria.medio.ambiente@xunta.es](mailto:conselleria.medio.ambiente@xunta.es)  
Páxina web: [www.medioambiente.xunta.es](http://www.medioambiente.xunta.es)

**INSTITUTO GALEGO DE PROMOCIÓN ECONÓMICA (IGAPE)**

Complexo Administrativo Barrio de San Lázaro, s/n  
15703 Santiago de Compostela  
Tel.: 981 54 11 75  
Fax: 981 55 88 44  
E-mail: [igape@igape.es](mailto:igape@igape.es)  
Páxina web: [www.igape.es](http://www.igape.es)

**FONDO GALEGO DE GARANTÍA AGRARIA (FOGGA)**

Rúa dos Irmandiños, s/n  
15704 Santiago de Compostela  
Tel.: 981 54 00 94  
Fax: 981 54 61 91  
E-mail: [inali.agri@xunta.es](mailto:inali.agri@xunta.es)  
Páxina web: [www.xunta.es/conselle/ag/organica/index.htm](http://www.xunta.es/conselle/ag/organica/index.htm)

**CONSEJO SUPERIOR DE CÁMARAS DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE ESPAÑA**

Velázquez 157, 1º  
28002 Madrid  
Tel.: 91 590 69 00  
Fax: 91 590 69 08  
E-mail: [csc@cscamaras.es](mailto:csc@cscamaras.es)  
Páxina web: [www.cscamaras.org](http://www.cscamaras.org)

**MINISTERIO DE AGRICULTURA PESCA Y ALIMENTACIÓN**

Paseo Infanta Isabel 1  
28014 Madrid  
Tel.: 91 347 50 00  
Fax: 91 347 56 18  
E-mail: [informc@mapa.es](mailto:informc@mapa.es)  
Página web: [www.mapa.es](http://www.mapa.es)

**MINISTERIO DE MEDIOAMBIENTE**

Pl. San Juan de Cruz, s/n  
28071 Madrid  
Tel.: 91 597 60 00  
Fax: 91 597 63 49  
Página web: [www.mma.es](http://www.mma.es)

**MINISTERIO DE SANIDAD Y CONSUMO**

Paseo del Prado 18-20  
28071 Madrid  
Tel.: 91 596 15 19  
Fax: 91 429 35 25  
Página web: [www.msc.es](http://www.msc.es)

**MINISTERIO DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

Paseo de La Castellana 160  
28071 Madrid  
Tel.: 91 349 40 00  
Fax: 91 457 80 66  
E-mail: [info@mcyt.es](mailto:info@mcyt.es)  
Página web: [www.mityc.es](http://www.mityc.es)

### 7.4.2. Asociacións profesionais

Neste apartado facilitámosche unha listaxe das distintas asociacións relacionadas co sector da alimentación que hai en España e na comunidade galega:

#### **FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE INDUSTRIAS DE LA ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS (FIAB)**

Diego de León 44  
28006 Madrid  
Tel.: 91 411 72 11  
Fax: 91 411 73 44  
E-mail: [fiab@fiab.es](mailto:fiab@fiab.es)  
Páxina web: [www.fiab.es](http://www.fiab.es)

#### **ASOCIACIÓN DE INDUSTRIAS DE LA CARNE DE ESPAÑA (AICE)**

General Rodrigo 6  
28003 Madrid  
Tel.: 91 554 70 45  
Fax: 91 554 78 49  
E-mail: [aice@aice.es](mailto:aice@aice.es)  
Páxina web: [www.aice.es](http://www.aice.es)

#### **ASOCIACIÓN GALEGA DA CARNE**

Pol. Elviña 2ª fase, edificio a granxa 1C  
15008 A Coruña  
Tel.: 981 24 55 00  
Fax: 981 16 91 84  
E-mail: [asogacarne@asogacarne.com](mailto:asogacarne@asogacarne.com)  
Páxina web: [www.asogacarne.com](http://www.asogacarne.com)

#### **FEDERACIÓN NACIONAL DE ASOCIACIONES DE FABRICANTES DE CONSERVAS, SEMICONSERVAS Y SALAZONES DE PESCADOS Y MARISCOS (ANFACO)**

Apartado 258  
36200 Vigo  
Tel.: 986 46 93 01  
Fax: 986 46 92 69  
E-mail: [anfaco@anfaco.es](mailto:anfaco@anfaco.es)  
Páxina web: [www.anfaco.es](http://www.anfaco.es)

#### **FEDERACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIAS LÁCTEAS (FENIL)**

Ayala 10  
28001 Madrid  
Tel.: 91 576 21 00  
Fax: 91 576 21 17  
E-mail: [info@fenil.org](mailto:info@fenil.org)  
Páxina web: [www.fenil.org](http://www.fenil.org)

#### **ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DE PRODUCTOS LÁCTEOS DE GALICIA**

Viladavil  
15810 Arzúa  
Tel.: 981 50 03 43  
Fax: 981 50 03 43

**ASOCIACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIAS DE ELABORACIÓN DE PRODUCTOS DEL MAR**

Alcalá 76  
28009 Madrid  
Tel.: 91 435 20 81  
Fax: 91 578 12 60  
E-mail: [prodmar@fiab.es](mailto:prodmar@fiab.es)

**ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE FABRICANTES DE PLATOS PREPARADOS**

Pío XII 96, Portal A, baixo esq.  
28036 Madrid  
Tel.: 91 384 40 09  
Fax: 91 766 33 56  
E-mail: [asevec@infonegocio.com](mailto:asevec@infonegocio.com)

**FEDERACIÓN NACIONAL DE ASOCIACIONES DE LA INDUSTRIA DE CONSERVAS VEGETALES (FNACV)**

Princesa 24  
28008 Madrid  
Tel.: 91 547 57 14  
Fax: 91 540 02 23  
E-mail: [fnacv01@fnacv.es](mailto:fnacv01@fnacv.es)  
Páxina web: [www.fnacv.es](http://www.fnacv.es)

**CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ORGANIZACIONES DE PANADERÍA (CEOPAN)**

Raimundo Fernández Villaverde 61, 6º esq.  
28003 Madrid  
Tel.: 91 534 69 96  
Fax: 91 533 72 67  
E-mail: [ceopan@ceopan.es](mailto:ceopan@ceopan.es)  
Páxina web: [www.ceopan.es](http://www.ceopan.es)

**FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ASOCIACIONES DEL DULCE (FEAD)**

Bonmacor 286  
08037 Barcelona  
Tel.: 93 207 25 16  
Fax: 93 207 16 11  
E-mail: [fead@bonmacor.es](mailto:fead@bonmacor.es)  
Páxina web: [www.fead.es](http://www.fead.es)

**ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE MAYORISTAS, TRANSFORMADORES, IMPORTADORES Y EXPORTADORES DE PRODUCTOS DE LA PESCA Y LA ACUICULTURA (CONXEMAR)**

Paza de Compostela 23  
36201 Vigo  
Tel.: 986 43 33 51  
Fax: 986 22 11 74  
E-mail: [conxemar@conxemar.com](mailto:conxemar@conxemar.com)  
Páxina web: [www.conxemar.com](http://www.conxemar.com)

**ASOCIACIÓN NACIONAL DE FABRICANTES DE PRODUCTOS DE LA PESCA AHUMADOS (ANAPA)**

Paseo de La Castellana 223, 5º I  
28046 Madrid  
Tel.: 91 314 22 80  
Fax: 91 314 22 80  
E-mail: [caros\\_abaos@hotmail.com](mailto:caros_abaos@hotmail.com)

**ASOCIACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIAS DEL ARROZ (ANFA)**

Real 43  
41920 San Juan de Aznalfarache (Sevilla)  
Tel.: 95 476 02 50  
Fax: 95 476 02 60  
E-mail: [extranjero@herba.es](mailto:extranjero@herba.es)

**ASOCIACIÓN AGRARIA DE JÓVENES AGRICULTORES (ASAJA)**

Agustín de Bethencourt 17, 2º  
28003 Madrid  
Tel.: 91 533 67 64  
Fax: 91 535 11 02  
E-mail: [asaja@asaja.net](mailto:asaja@asaja.net)  
Páxina web: [www.asajanet.com](http://www.asajanet.com)

**Delegación da Coruña:**

Avenida de Lugo 217  
15703 Santiago de Compostela  
Tel.: 981 55 24 70  
Fax: 981 55 43 23  
E-mail: [xxaa@xovenagricultor.org](mailto:xxaa@xovenagricultor.org)  
Páxina web: [www.xovenagricultor.org](http://www.xovenagricultor.org)

**Delegación de Lugo:**

Avenida Marqués de Ombreiro 116  
27004 Lugo  
Tel.: 982 26 51 75  
Fax: 982 20 37 95

**Delegación de Ourense:**

Rodríguez Valcarcel 123  
32400 Ribadavia

**Delegación de Pontevedra:**

Wenceslao Calvo Garra Edificio Europa  
36500 Lalín

**FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ASOCIACIONES PROVINCIALES DE PRODUCTORES EXPORTADORES DE FRUTAS, HORTALIZAS, FLORES Y PLANTAS VIVAS (FEPEX)**

Miguel Ángel 13, 4  
28010 Madrid  
Tel.: 91 319 78 94  
E-mail: [fepex@fepex.es](mailto:fepex@fepex.es)  
Páxina web: [www.fepex.es](http://www.fepex.es)

**ASOCIACIÓN NACIONAL DE PRODUCTORES DE CARNE DE VACUNO (APROVAC)**

Panamá 2  
45004 Toledo  
Tel.: 925 28 55 23

**ASOCIACIÓN NACIONAL DE COMERCIANTES DE GANADO PORCINO (ANCOPORC)**

Santísima Trinidad 30, 1º  
28010 Madrid  
Tel.: 91 444 33 52

**ASOCIACIÓN SECTORIAL DE CRIADORES AVÍCOLAS DE GALICIA**

Avda. Romero Donallo 17, 2º  
15706 Santiago de Compostela  
Tel.: 981 52 43 29  
Fax: 981 52 08 62  
E-mail: [unions.agrarias@upa.es](mailto:unions.agrarias@upa.es)

**ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE PRODUCTORES DE HUEVOS (ASEPRHU)**

Juan Montalvo 5, 1º D  
28040 Madrid  
Tel.: 91 533 19 69  
Fax: 91 456 05 32  
E-mail: [aseprhu@aseprhu.com](mailto:aseprhu@aseprhu.com)  
Página web: [www.aseprhu.com](http://www.aseprhu.com)

**FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ORGANIZACIONES PESQUERAS (FEOPE)**

Comandante Zorita 12  
28020 Madrid  
Tel.: 91 533 38 84  
Fax: 91 534 37 18  
E-mail: [feope@feope.com](mailto:feope@feope.com)  
Página web: [www.feope.com](http://www.feope.com)

**ASOCIACIÓN GALEGA DE ARMADORES DE BUQUES DE PESCA**

Porto Pesqueiro, Apdo. 1.078  
36200 Vigo  
Tel.: 986 43 38 44  
Fax: 986 43 92 18

### **7.4.3. Centros de formación**

Aquí ofrecémosche unha relación dalgúns dos centros de Galicia nos que se poden cursar estudos relacionados co sector da alimentación:

#### **UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA**

Pazo de San Xerome  
15782 Santiago de Compostela  
Tel.: 981 56 31 00  
E-mail: [web@usc.es](mailto:web@usc.es)  
Páxina web: [www.usc.es](http://www.usc.es)

#### **Centros:**

Facultade de Ciencias  
Avda. de Alfonso X "O Sabio", s/n  
27002 Lugo  
Tel.: 982 25 30 11  
Fax: 982 22 49 04  
E-mail: [fcdeca@lugo.usc.es](mailto:fcdeca@lugo.usc.es)

#### **Escola Politécnica Superior**

Bernardino Pardo Ouro, s/n  
27002 Lugo  
Tel.: 982 22 33 25  
Fax: 982 24 18 35  
E-mail: [psdeca@lugo.usc.es](mailto:psdeca@lugo.usc.es)

#### **Institutos Universitarios:**

Instituto de Alimentación e Análises Alimentarias  
Campus universitario sur, bloque B  
15782 Santiago de Compostela  
Tel.: 981 56 31 00  
Fax: 981 54 71 71  
E-mail: [iaadir@usc.es](mailto:iaadir@usc.es)

#### **Aula de Productos Lácteos**

Fundación Feiras e Exposicións de Lugo  
O Palomar, s/n  
Tel.: 982 28 52 00.

**UNIVERSIDADE DA CORUÑA**

Maestranza, s/n  
15001 A Coruña  
Tel.: 981 16 70 00  
Fax: 981 16 70 41  
Páxina web: [www.udc.es](http://www.udc.es)

**Centros:****Escola Superior da Mariña Civil**

Campus de Riazor  
15011 A Coruña  
Tel.: 981 16 70 00  
Fax: 981 16 71 01

**Escola Politécnica Superior**

Campus de Esteiro  
15405 Ferrol  
Tel.: 981 33 74 00  
Fax: 981 33 74 10

**Escola Universitaria Politécnica**

Campus de Serantes  
15405 Ferrol  
Tel.: 981 33 74 00  
Fax: 981 33 74 01

**UNIVERSIDADE DE VIGO**

Edificio Rectorado  
Oporto 1  
36200 Vigo  
Tel.: 986 81 20 00  
E-mail: [saum@uvigo.es](mailto:saum@uvigo.es)  
Páxina web: [www.uvigo.es](http://www.uvigo.es)

**Centros:****Facultade De Ciencias**

Campus de Vigo, Lagoas-Marcosende  
36200 Vigo  
Tel.: 986 81 25 50  
Fax: 986 81 25 56  
E-mail: [sdfcv@uvigo.es](mailto:sdfcv@uvigo.es)

**Facultade de Ciencias**

Campus de Ourense, As Lagoas, s/n  
32004 Ourense  
Tel.: 988 38 70 00  
Fax: 988 38 70 01  
E-mail: [fcou@uvigo.es](mailto:fcou@uvigo.es)  
Páxina web: [sdefco@uvigo.es](mailto:sdefco@uvigo.es)



## CENTROS DE FORMACIÓN PROFESIONAL

En relación con estas actividades, en Galicia dispéñanse os ciclos formativos de:

GRAO SUPERIOR	GRAO MEDIO
Xestión e organización de empresas agropecuarias.	Explotacións agrícolas intensivas.
Navegación, pesca e transporte marítimo.	Explotacións agrícolas extensivas.
	Conserveira vexetal, cárnica e de peixe.
	Elaboración de produtos lácteos.
	Pesca e transporte marítimo.

Para obter máis información podes consultar as seguintes páxinas web:

Consellería de Educación e Ordenación  
Universitaria: <http://www.edu.xunta.es/portal/>

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte: [www.mec.es](http://www.mec.es)

## 7.5. Páxinas útiles en Internet

No apartado 8.6 Anexo de Páxinas Web de Interese ofrecémosche unha relación das páxinas web que se vinculan de maneira directa ou indirecta co sector da alimentación.

## 7.6. Bibliografía

- Directorio Instituto Galego de Estatística (xullo 2003), [www.ige.xunta.es](http://www.ige.xunta.es).
- Directorio Central de Empresas (DIRCE- INE) (xullo 2003), [www.ine.es](http://www.ine.es).
- Directorio Cámaras de Comercio (xullo 2003), [www.cscamaras.es](http://www.cscamaras.es).
- Directorio de Schober empresas (xullo 2003), [www.schoberonline.com](http://www.schoberonline.com).
- Sector de alimentación y bebidas (2000), *Prospección empresarial*, Ayuntamiento de Bilbao.
- Fira de Barcelona (2002), *El sector agropecuario español*, Departamento de estudios económicos.- Ministerio de Agricultura, Pesca y alimentación (1999-2001), "La alimentación en España".
- Ministerio de Agricultura, Pesca y alimentación (2002), *Hechos y cifras del sector agroalimentario y del medio rural español*. Secretaría general técnica.
- Consellería de Política Agroalimentaria e Desenvolvemento Rural (1998), *Anuario de estadística Agraria*, Servicio de Estudios e Publicacións.
- Consello Económico e Social (2003), *O Subsector Agrogandeiro e Forestal en Galicia*.
- Consello Económico e Social (2001), *O Sector primario e industrias reacionadas*.
- Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (2001), *Una aproximación a la industria española de la alimentación y bebidas*.
- Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas (2002), *Informe económico 2002*.

## 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.

**Autoservicios e supermercados:** Establecementos que se dedican á venda de alimentos e outros produtos de uso no fogar e se caracterizan polo acceso directo ós produtos, dispostos en andeis, que se pagan á saída da tenda. A súa superficie de venda é menor de 2.500  $m^2$  e ten entre 1 e 15 caixas rexistradoras.

**Autosubministro:** Denótase así cando o produto é de “colleita propia”, do campo, da horta, da granxa, da caza e da pesca.

**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.

**Cash&Carry:** Modalidade de venda polo xunto na que se vende exclusivamente a puntos de venda.

**Compra directa de produtos:** Alimentos comprados directamente ó propietario dunha granxa, explotación agrícola, e en xeral, sen ser adquiridos a través dun establecemento.

**Comerciante polo xunto:** Comerciante ou empresa que vende, compra ou contrata polo xunto.

**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.

**Distribuidor:** Figura que canaliza o produto ata chegar ó consumidor final. Neste apartado encontramos os comerciantes polo xunto e o seu equipo de vendas, e os detallistas cos seus vendedores.

**Economatos e cooperativas de consumo:** Son establecementos destinados á venda de alimentación e doutro tipo de produtos e que non están abertos ó público en xeral xa que se necesita ser empregado dunha empresa ou entidade á que está vinculado o Economato.

**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.

**Hipermercados:** Caracterízanse, ó igual que os supermercados, polo acceso directo ós produtos dispostos en andeis, onde se recollen para logo pagalos á saída. Diferéncianse deles en que son grandes superficies con máis de 2.500 m<sup>2</sup> destinados á venda de alimentación e doutro tipo de produtos e en que teñen máis de 15 caixas rexistradoras.

**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.

**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.

**Mercadiño:** Os mercadiños e as feiras, son lugares onde se poden adquirir alimentos e outros produtos en puntos de venda de carácter non fixo (desmontable) e organizados colectivamente.

**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 servicios: 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.

**Tendas Tradicionais.** Este tipo de establecementos engloban:

- As tendas tradicionais de alimentación de carácter xeral e independentes, tendas de comestibles, ultramariños, etc.
- As tendas de alimentación especializadas: pescaderías, carnicerías, froiterías, etc.
- As tendas descritas en parágrafos anteriores incluídas dentro de mercados de abastos, galerías comerciais, etc.

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

**Venda a domicilio:** É a que se realiza no domicilio dos consumidores, é dicir, o vendedor ofrece e entrega o seu produto na casa do cliente.

**Venda na rúa:** É a realizada en posto de carácter non (desmontable) establecidas de forma illada (non organizadas colectivamente) e sen regularidade nin periodicidade na súa instalación.

**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 estatística de interese

#### 0511 Tamaño do mercado

Nas seguintes táboas móstranse as exportacións e importacións do sector galego da alimentación, clasificadas polo seu destino e pola súa procedencia.

**Cadro 0511.1: Exportacións do sector alimentario de Galicia, 1998 (miles de euros)**

	Exportacións			Total
	Co resto de España	Co resto da UE	Co resto do mundo	
<b>Productos agrícolas</b>	46.518,30	37.213,10	491,30	84.222,70
<b>Productos gandeiros</b>	303.922,60	28.524,70	47,30	332.494,60
<b>Carne fresca, refrixerada ou conxelada</b>	104.771,50	86.148,00	245,80	191.165,30
<b>Productos cárnicos</b>	17.638,50	3.958,80	4.751,60	26.348,90
<b>Leite de consumo</b>	319.200,10	14.410,50	1.942,40	335.553,00
<b>Derivados lácteos e xeados</b>	100.991,20	46.348,20	20.643,00	167.982,40
<b>Froitas e hortalizas, prep. e en conserva</b>	7.262,80	1.806,10	616,60	9.685,50
<b>Prod. do muíño, amidóns e amiláceos</b>	3.403,50	795,30	93,20	4.292,00
<b>Outros produtos alimenticios</b>	297.568,50	57.277,50	12.563,80	367.409,80
<b>Sector alimentación</b>	1.201.277,00	276.482,20	41.395,00	1.519.154,20
<b>Exportacións galegas</b>	8.444.186,90	3.277.516,70	1.006.471,10	12.728.174,70
<b>Sector alimentación / export galegas</b>	14,23%	8,44%	4,11%	11,94%

Fonte: O Subsector Agrogandeiro. Ces-Galicia

Como se pode observar, o 11,94% do total das exportacións galegas corresponden ó sector da alimentación.

**Cadro 0511.2: Importacións do sector alimentario de Galicia, 1998 (miles de euros)**

	Importacións			
	Co resto de España	Co resto da UE	Co resto do mundo	Total
<b>Productos agrícolas</b>	234.451,70	48.272,00	100.501,30	383.225,00
<b>Productos gandeiros</b>	2.746,80	9.906,50	35,60	12.688,90
<b>Carne fresca, refrixerada ou conxelada</b>	245.976,70	4.034,50	1.616,10	251.627,30
<b>Productos cárnicos</b>	116.024,90	586,60	0,00	116.611,50
<b>Leite de consumo</b>	26.864,40	0,00	0,00	26.864,40
<b>Derivados lácteos e xeados</b>	51.264,70	21.902,70	0,00	73.167,40
<b>Froitas e hortalizas, prep. e en conserva</b>	16.434,00	4.371,50	912,50	21.718,00
<b>Prod. do muíño, amidóns e amiláceos</b>	108.306,70	3.471,20	47,00	111.824,90
<b>Outros produtos alimenticios</b>	559.036,20	26.463,60	93.103,70	678.603,50
<b>Sector alimentación</b>	1.361.106,10	119.008,60	196.216,20	1.676.330,90
<b>Importacións galegas</b>	11.169.778,40	2.781.461,80	1.290.657,00	15.241.897,20
<b>Sector alimentación / import. galegas</b>	12,19%	4,28%	15,20%	11,00%

Fonte: O Subsector Agrogandeiro. Ces-Galicia

Como se pode ver, o sector da alimentación representa o 11% do total das importacións galegas.



Na seguinte táboa amosamos cómo se desagrega o total da demanda en demanda intermedia e demanda final, e qué parte da final se consome en Galicia.

**Cadro 0511.3: Táboa da demanda intermedia e vendas finais das ramas productivas pertencentes ó sector alimentario, Galicia, 1998 (miles de euros)**

	Total demanda	Total demanda intermedia	Total demanda final	Gasto en consumo final
<b>Agricultura, gandería, caza e actividades dos servicios relacionados</b>	2.237.341	1.311.702	925.639	537.035
<b>Productos agrícolas</b>	936.065	408.631	527.434	450.609
<b>Productos gandeiros</b>	1.273.423	882.776	390.647	78.868
<b>Servicios agrícolas e gandeiros</b>	27.853	20.295	7.558	7.558
<b>Industria alimentaria</b>	4.679.709	1.210.060	3.469.649	2.360.171
<b>Carne fresca, refrixerada ou conxelada</b>	1.032.082	153.348	878.734	687.119
<b>Productos cárnicos</b>	268.550	55.325	213.225	186.722
<b>Leite de consumo</b>	571.795	36.117	535.678	195.684
<b>Derivados lácteos e xelados</b>	370.161	22.131	348.030	177.900
<b>Froitas e hortalizas, prep. e conservas</b>	59.953	3.090	56.863	47.200
<b>Prod. do muíño, amidóns e amiláceos</b>	140.585	78.609	61.976	57.692
<b>Outros produtos alimenticios</b>	2.236.583	861.440	1.375.143	1.007.854
<b>Total sector alimentación</b>	6.917.050	2.521.762	4.395.288	2.897.206

Fonte: O Subsector Agrogandeiro. Ces-Galicia

A parte da demanda final que non se consome en Galicia diríxese á exportación, xa sexa ó resto de España, da UE ou do mundo.

Na seguinte táboa pódese observar o gasto medio en alimentación por persoa en cada comunidade autónoma. Os datos pertencen ó último trimestre do ano 2005, que son os últimos publicados, e comparáronse cos do mesmo trimestre do ano anterior.

Cadro 0511.4: Gasto total por persoa e gasto medio en alimentación por comunidades, 2002-2005 (euros)

	Gasto total 1ro trimestre 02	Gasto total 1ro trimestre 03	Gasto total 1ro trimestre 04	Gasto total 1ro trimestre 05	Gasto en alimentos e bebidas 1ro trimestre 02	Gasto en alimentos e bebidas 1ro trimestre 03	Gasto en alimentos e bebidas 1ro trimestre 04	Gasto en alimentos e bebidas 1ro trimestre 05	Gto alim/Gto tot. 1ro trimestre 02	Gto alim/Gto tot. 1ro trimestre 03	Gto alim/Gto tot. 1ro trimestre 04	Gto alim/Gto tot. 1ro trimestre 05
<b>Ceuta e Melilla</b>	1.743	1.708	1990	2.312	328	451	431	496	18,8%	26,4%	21,6%	21,45%
<b>Extremadura</b>	1.298	1.490	1406	1.411	301	346	364	342	23,2%	23,2%	25,89%	24,24%
<b>Castela León</b>	1.575	1.736	1827	1.953	344	403	405	420	21,8%	23,2%	22,17%	21,51%
<b>Galicia</b>	1.545	1.667	1780	1.887	370	380	422	458	23,9%	22,8%	23,71%	24,27%
<b>Castela- A Mancha</b>	1.464	1.476	1501	1.702	324	329	311	376	22,1%	22,3%	20,72%	22,08%
<b>Aragón</b>	1.711	1.904	1866	1.932	346	417	413	404	20,2%	21,9%	22,13%	20,90%
<b>Comunidade Valenciana</b>	1.662	1.668	1880	2.170	320	365	380	385	19,3%	21,9%	20,21%	17,74%
<b>Murcia</b>	1.609	1.769	1659	1.668	370	381	400	383	23,0%	21,5%	24,11%	22,96%
<b>Asturias</b>	1.666	1.681	1889	2.024	334	356	391	369	20,0%	21,2%	20,17%	18,23%
<b>Cantabria</b>	1.928	2.059	1943	2.082	416	434	418	469	21,6%	21,1%	21,51%	22,53%
<b>Andalucía</b>	1.629	1.564	1648	1.819	310	328	333	367	19,0%	21,0%	20,21%	20,16%
<b>Cataluña</b>	1.900	1.927	2097	2.180	406	401	425	442	21,4%	20,8%	20,27%	20,28%
<b>Canarias</b>	1.631	1.587	1773	1.904	296	329	321	378	18,1%	20,7%	18,10%	19,85%

Cadro 0511.4: Gasto total por persoa e gasto medio en alimentación por comunidades, 2002-2005 (euros)

	Gasto total 1ro trimestre 02	Gasto total 1ro trimestre 03	Gasto total 1ro trimestre 04	Gasto total 1ro trimestre 05	Gasto en alimentos e bebidas 1ro trimestre 02	Gasto en alimentos e bebidas 1ro trimestre 03	Gasto en alimentos e bebidas 1ro trimestre 04	Gasto en alimentos e bebidas 1ro trimestre 05	Gto alim/Gto tot. 1ro trimestre 02	Gto alim/Gto tot. 1ro trimestre 03	Gto alim/Gto tot. 1ro trimestre 04	Gto alim/Gto tot. 1ro trimestre 05
<b>País Basco</b>	1.991	2.153	2045	2.321	395	437	419	455	19,8%	20,3%	20,01%	19,60%
<b>Rioxa</b>	1.866	1.867	2094	2.018	378	371	380	397	20,3%	19,9%	18,15%	19,67%
<b>Baleares</b>	1.880	2.025	2283	2.397	319	362	319	396	17,0%	17,9%	13,97%	16,52%
<b>Madrid</b>	2.177	2.162	2333	2.580	387	365	387	431	17,8%	16,9%	16,59%	16,71%
<b>Navarra</b>	1.873	2.173	2234	2.295	334	362	380	360	17,8%	16,7%	17,01%	15,69%

Fonte: Notas de prensa. Instituto Nacional de Estadística

## 0600 Canles de comercialización

Na seguinte táboa pódese ver a distribución do número de establecementos comerciais e a superficie comercial nas provincias galegas.

**Cadro 0600.1: Número de establecementos comerciais e superficie comercial, España-Galicia, 2006 (unidades)**

	A Coruña	Lugo	Ourense	Pontevedra	Galicia	España	Gal/Esp %
<b>Número de establecementos</b>	29.484	8.869	7.515	21.362	67.230	994.210	6,76%
<b>Superficie comercial</b>	2.711.715	994.528	736.863	2.121.283	6.564.389	108.056.837	6,07%

Fonte: Anuario Económico de España 2007. La Caixa

A continuación, mostramos o número de establecementos comerciais de alimentación existentes en Galicia e a súa distribución por provincias.

**Cadro 0600.2: Número de establecementos de alimentación, Galicia, 2006 (unidades, %)**

<b>A Coruña</b>	9.542	44,53%
<b>Lugo</b>	2.555	11,92%
<b>Ourense</b>	2.474	11,54%
<b>Pontevedra</b>	6.859	32,01%
<b>Galicia</b>	21.430	

Fonte: Anuario Económico de España 2007. La Caixa

Na seguinte táboa pódese observar o peso dos locais de alimentación sobre o total do comercio polo miúdo.

**Cadro 0600.3: Distribución dos locais comerciais por tipoloxía, España-Galicia, 2006 (unidades, %)**

	Galicia		España	
	Número	%	Número	%
<b>Activ. comerciais alimentación</b>	21.430	31,88%	343.369	34,54%
<b>Activ. comerciais non alimentación</b>	40.193	59,78%	570.058	57,34%
<b>Grandes almacéns</b>	3	0,00%	127	0,01%
<b>Hipermercados</b>	55	0,08%	616	0,06%
<b>Almacéns populares</b>	115	0,17%	2.695	0,27%
<b>Comercio ambulante e mercadillos</b>	2.708	4,03%	25.729	2,59%
<b>Outros</b>	2.726	4,05%	51.616	5,19%
	67.230		994.210	

*Fonte: Anuario Económico de España 2007. La Caixa*

## 8.2. Anexo de feiras

Neste apartado inclúese unha lista dos eventos nacionais máis significativos nacional relacionados co sector alimentario.

LOCALIDADE	NOME	DESCRIPCIÓN
<b>SALIMAT</b>	Silleda	Salón da alimentación do Atlántico.
<b>ALIMENTARIA</b>	Barcelona	Salón internacional da alimentación e bebidas.
<b>EUROAGRO</b>	Valencia	Agroquímicos, invernadoiros, froiteiras e produtos, hortalizas e sementes, etc., salón de froitas e hortalizas, salón post-colleita, salón da auga.
<b>CONXEMAR</b>	Vigo	Feira internacional de produtos do mar, conxelados e preparados.
<b>INTERALIMED</b>	Valencia	Feira Internacional da Alimentación Mediterránea.
<b>SEMANA VERDE</b>	Silleda	Certame internacional de maquinaria agrícola.
<b>PROGALTER</b>	Barcelona	Mostra internacional da tecnoloxía para as producións gandeiras alternativas.
<b>GANASEL</b>	Barcelona	Mostra internacional de gando selecto.
<b>TECNOGA</b>	Barcelona	Mostra internacional de tecnoloxía e medios de produción gandeiros.
<b>EXPOAVIGA</b>	Barcelona	Salón internacional da técnica avícola e gandeira.
<b>AGROPEC</b>	Asturias	Feira do campo e das industrias agrícolas, gandeiras, forestais e pesqueiras.

Para obter información sobre feiras internacionais, pódese consultar, entre outros, o portal de Internet [www.expo24-7.com](http://www.expo24-7.com).

### 8.3. Anexo de formación

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

A Subdirección Xeral de Formación Ocupacional e Continua, dentro da Dirección Xeral de Formación e Colocación, dependente da Consellería de Traballo, é a responsable da xestión do Plan Nacional da Formación e Inserción Profesional (Plan FIP). O obxectivo da formación profesional ocupacional, que vai dirixida aos desempregados, é cualificalos para a súa integración no mercado laboral. En relación coa actividade a que se refire esta guía.

#### Plan FIP

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

CODIGO	NOME DO CURSO
AGAF10	FRUTICULTOR
AGAP20	PORCINOCULTOR DE INTENSIVO
AGAV10	GANDEIRO DE VACUN
AGAV20	GANDEIRO DE OVINO-CABRUN
AGAH10	HORTICULTOR
AGAH30	PRODUCTOR DE PLANTAS HORTICOLAS
AGAH40	MANIPULADOR DE FROITAS E HORTALIZAS
INAO30	ELABORADOR DE CAMELOS E DOCES
INAS10	CONSERVAS DE PRODUCTOS DA PESCA
INAS13	TÉCNICO CONSERVAS DE PEIXES E MARISCOS
INAS2006	ELABORADOR DE CONSERVAS VEXETAIS
INAC30	ELABORADOR DE PRODUCTOS CARNICOS
INAN10	AUXILIAR DE INDUSTRIAS ALIMENTARIAS
INAN40	ENVASADOR DE PRODUCTOS ALIMENTARIOS
INAN6006	ENCARGADO DE INDUSTRIAS ALIMENTARIAS
MAPM40	MARISCADOR
MAPL10	PESCADOR DE BAI XURA
MAPL20	PESCADOR DE LITORAL
MAPS10	PESCADOR DE ALTURA Y GRAN ALTURA

## 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.

## 8.4. 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](http://www.inem.es):

TIPO DE CONTRATO	CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES	NORMATIVA
<b>CONTRATO A TEMPO PARCIAL</b>	Cando a prestación de servizos se realiza durante un número de hora ao día, á semana, ao mes ou o ano inferior á xornada de traballo dun traballador a tempo completo comparable.	Art. 12 do Estatuto dos Traballadores segundo DL 15/1998 modificado polo Art. 1º da Lei 12/2001, de 9 de xullo. Lei 12/2001 de 9 de xullo. Lei 43/2006 de 29 de decembro.
<b>CONTRATO DE INTERINIDADE</b>	Ten por obxecto substituír a traballadores con dereito a reserva do posto de traballo para cubrir temporalmente un posto de traballo durante o proceso de selección ou promoción para a súa cobertura definitiva.	Art. 15 do Estatuto dos Traballadores, segundo Lei 63/97 de 26 de decembro, ampliado polo apartado 10 do Art. 1º da Lei 12/2001 de 9 de xullo. RD 2720/98 de 18 de decembro, modificado polo apartado 2 da Disposición Final 1º do RD 1251/2001 de 21 de novembro.
<b>CONTRATO DE OBRA OU SERVIZO</b>	Ten por obxecto a realización de obras ou servizos con autonomía e sustantividade propias dentro da actividade da empresa e cuxa execución é nun principio de duración incerta. A xornada poderás concertarse a tempo completo ou parcial.	Art. 15 do Estatuto dos Traballadores segundo a lei 63/97 de 26 de decembro, ampliado polo apartado 10 do art. 1º da Lei 12/2001 de 9 de xullo. RD 2720/98 de 18 de decembro. Art. 3º da Lei 12/2001 de 9 de xullo. Lei 43/2006 de 29 de decembro.
<b>CONTRATO DE RELEVO</b>	Concertase cun traballador, inscrito como desempleado na correspondente oficina de emprego ou que tuvese concertado coa empresa un contrato de duración determinada, para substituír ao traballador da empresa que accede á jubilación parcial. Celebrarase simultaneamente co contrato a tempo parcial que se pacte con este último. Poderá celebrarse en xornada completa ou parcial.	Real Decreto Lei 15/1998 de 27 de novembro. Lei 12/2001 de 9 de xullo. RD 1132/2002 de 31 de outubro de desenvolvemento de determinados preceptos da Lei 32/2002 de 12 de xullo de medidas para o establecemento dun sistema de xubilación gradual e flexible. Lei 43/2006 de 29 de decembro.

## TIPO DE CONTRATO

## CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES

## NORMATIVA

### CONTRATO DE TRABAJO A DOMICILIO

Aquel no que a prestación da actividade laboral se realiza no propio domicilio do traballador ou en calquera outro lugar libremente elixido por éste. Poderá ser por tempo indefinido como por unha duración determinada, xa sexa a xornada completa ou parcial. Deberá fixarse o lugar onde se realicen os servizos. A empresa estará obrigada a entregar a estes traballadores un documento onde se conteñan as particularidades e características básicas desta relación.

RD. Lexislativo 1/1995 de 24 de marzo polo que se aproba o Texto Refundido de Lei do Estatuto dos Traballadores.

### CONTRATO DE TRABAJO DE INSERCIÓN

Para participar en programas públicos de realización de obras e servizos de interese xeral esocial. Un dos rasgos principais é a temporalidade destes contratos, pois se concertan por un periodo de tempo determinado, e sempre entre Administración ou entidade sen ánimo de lucro e un desempleado para a realización de servizo de interese xeral ou social. Os traballadores contratados baixo esta modalidade, non poden repetir a súa participación ata pasados tres anos.

Apartado 1d) do artigo 15 do Estatuto dos Traballadores, segundo redación dada polo apartado nove do artigo 1º da Lei 12/2001 de 9 de xullo.

### CONTRATO DE TRABAJO EN GRUPO

Caracterízase por acordarse entre un empresario e o xefe dun grupo de traballadores considerado en global, non tendo o empresario dereitos e deberes, sobre cada un dos membros, xa que o Xefe de Grupo ten a representación destes traballadores, respondendo das obrigacións de dita representación. Pode ser un contrato verbal ou escrito e a súa duración poderá ser indefinida ou determinada.

RD. Lexislativo 1/1995 de 24 de marzo, polo que se aproba o Texto Refundido da Lei do Estatuto dos Traballadores.

TIPO DE CONTRATO	CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES	NORMATIVA
<b>CONTRATO EN PRÁCTICAS</b>	<p>Son títulos habilitantes para celebrar o contrato en prácticas dos Diplomados Universitarios, Inxeñeiro Técnico, Arquitecto Técnico, Licenciado Universitario, Inxeñeiro, Arquitecto e Técnico ou Técnico Superior da Formación Profesional específica, así como os títulos oficialmente recoñecidos como equivalentes que habiliten para o exercicio profesional. Non poden haber transcurridos máis de catro anos dende a terminación dos estudos. A duración do contrato non pode ser inferior a seis meses nin maior de dous anos.</p>	<p>Art. 11 do Estatuto dos Traballadores segundo redación dada pola Lei 63/97 de 26 de decembro. RD 488/98 de 27 de marzo, polo que se desenvolve o art. 11 do Estatuto dos Traballadores en materia de contratos formativos.</p>
<b>CONTRATO EVENTUAL POR CIRCUNSTANCIAS DA PRODUCCIÓN</b>	<p>Concertase para atender exigencias do mercado, acumulación de tarefas ou exceso de pedidos, aínda tratándose da actividade normal da empresa. Poderá concertarse a tempo completo ou parcial. A duración máxima deste contrato será de seis meses dentro dun período de doce meses.</p>	<p>Art. 15 do Estatuto dos Traballadores, segundo redación dada polos apartados 8 e 10 do art. 1º da Lei 12/2001 de 9 de decembro. Art. 3º la Lei 12/2001 de 9 de xullo. Lei 43/2006 de 29 de decembro.</p>
<b>CONTRATO INDEFINIDO</b>	<p>É aquel que se concerta sen establecer límites de tempo na prestación dos servizos, en canto á duración do contrato. O contrato de traballo pode ser verbal ou escrito.</p>	<p>Art. 15 del RD Lexislativo 1/1995 de 21 de marzo, polo que se aproba o Texto Refundido da Lei do Estatuto dos Traballadores, modificado pola Lei 12/2001.</p>

TIPO DE CONTRATO	CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES	NORMATIVA
<b>CONTRATO INDEFINIDO DE FIXOS DISCONTINUOS</b>	<p>Concertarase para realizar traballos que teñan o carácter de fixos- discontinuos e non se repitan en datas certas, dentro do volume normal da actividade da empresa. Os traballadores fixos-discontinuos serán chamados en orden e forma que se estableza, nel deberá figurar a indicación sobre a duración estimada da actividade, así como sobre a forma e a orde de chamamento que estableza o Convenio Colectivo aplicable, facendo constar igualmente, de xeito orientativo, a xornada laboral estimada e a súa distribución diaria.</p>	<p>Art. 15.8 do Estatuto dos Traballadores segundo redación dada polo artigo 1º. 10 da Lei 12/2001 de 9 de xullo. Lei 43/2006 de 29 de decembro.</p>
<b>CONTRATO INDEFINIDO PARA PERSOAS CON DISCAPACIDADE</b>	<p>Para traballadores con discapacidade con igual grao ou superior ao 33% recoñecido polo organismo competente, ou pensionistas da Seguridade Social que teñan recoñecida unha pensión de incapacidade permanente no grao de total, absoluta ou gran invalidez, ou pensionistas de clases pasivas que teñan recoñecida unha pensión de xubilación ou de retiro por incapacidade permanente para o servizo ou inutilidade. O traballador non pode estar estado vinculado á empresa, grupo de empresas ou entidade nos 24 meses anteriores á contratación mediante un contrato por tempo indefinido. A xornada poderá ser completa ou parcial.</p>	<p>RD 1451/83 de 11 de maio, que regula o emprego selectivo e as medidas de fomento do emprego de traballadores con discapacidade. Art 50.7 do Capítulo II da Lei 46/2002 de 18 de decembro. RD 170/2004 de 30 de xaneiro, polo que se modifica o RD 1451/83 de 11 de maio. Lei 43/2006 de 29 de decembro.</p>

**TIPO DE  
CONTRATO****CARACTERÍSTICAS  
PRINCIPALES****NORMATIVA****CONTRATO PARA A  
FORMACIÓN**

Poderase realizar con traballadores maiores de 16 anos e menores de 21 que carezan da titulación requerida para realizar un contrato en prácticas. O límite máximo de idade será de 24 anos cando o contrato se concerte con desempregados que se incorporen como alumnos traballadores aos programas de Escolas Taller e Casas de Oficio. O límite máximo de idade, non será de aplicación cando o contrato se concerte con desempregados que se incorporen como alumnos traballadores ós Programas de Talleres de Emprego ou se trate de persoas con discapacidade. Deberá formalizarse por escrito. A duración non poderá ser inferior a seis meses nin exceder de dous anos.

Art. 11 do Estatuto dos Traballadores segundo redación dada pola Lei 63/97 de 26 de decembro modificado polo art. 1º.2 da Lei 12/2001 de 9 de xullo. RD 488/98 de 27 de marzo polo que se desenvolve o art. 11 do Estatuto dos Traballadores en materia de contratos formativos. Orde de 14 de xullo de 1998. Resolución de 26 de outubro de 1998. Lei 43/2006 de 29 de decembro.

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, vítima de violencia doméstica etc... Mostráanse no seguinte cadro:

<b>TIPO DE CONTRATO</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>NORMATIVA</b>
<b>CONTRATO PARA MAIORES DE 45 ANOS</b>	Será necesario estar desempleado e inscrito no Servizo Público de Emprego e ser maior de 45 anos. O traballador non terá relación de parentesco por consanguinidade ou afinidade ata o 2º grao, inclusive co empresario ou de quen os ostenten cargos de dirección ou sexan membros dos órganos de administración das sociedades, así como das contratacións que reproduzan con estes últimos. A xornada pode ser a tempo completo ou parcial.	Lei 43/2006 de 29 de decembro.
<b>CONTRATO PARA TRABALLADORES QUE SE ATOPAN EN SITUACIÓN DE EXCLUSIÓN SOCIAL</b>	Para traballadores desempletados en situación de exclusión social acreditarase polos correspondentes servizos sociais competentes.	Lei 30/2005 de 29 de decembro de Presupostos Xerais do Estado para 2006.
<b>CONTRATO PARA TRABALLADORES VÍCTIMAS DE VIOLENCIA DOMÉSTICA</b>	Persoas que teñan acreditada pola Administración competente a condición de vítima de violencia de xénero ou vítima de violencia doméstica por parte dalgún membro da unidade familiar de convivencia, sen que sexa necesaria a condición de estar en desemprego.	Lei 43/2006 de 29 de decembro.

## 8.5. Anexo de axudas

### Fomento da contratación por conta allea

#### 1. Programa de incentivos á contratación indefinida das mulleres como medida para lograr un mercado de traballo igualitario

O obxecto deste programa é favorecer o emprego estable e facilitar a inserción laboral das mulleres traballadoras que presentan desvantaxes e dificultades particulares para acceder ou permanecer no mercado de traballo, a través dos seguintes tipos de incentivos:

- Axudas ás contratacións indefinidas iniciais que se realicen con traballadoras desempregadas inscritas como demandantes de emprego no Servizo Público de Emprego e pertencentes a algún dos colectivos relacionados no artigo 3º.
- Axudas ás transformacións en indefinidos de contratos para a formación, en prácticas, de revezamento, de substitución por anticipación da idade de xubilación e de interinidade, calquera que sexa a data da súa celebración, sempre que no momento da contratación temporal a muller fose maior de 31 anos.

#### 2. Programa de 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.

#### 3. Programas de incentivos á contratación por conta allea como medida para favorecer a inserción da mocidade:

- **Programa de fomento da contratación en prácticas de mozos e mozas con titulacións de difícil empregabilidade:** Proporcionar experiencia laboral a aqueles mozos e mozas desempregados/as, cuxas titulacións profesionais presentan especiais dificultades de acceso ao mercado de traballo.
- **Programa de fomento da contratación de mozos e mozas para substitución de traballadores/as que rematan a súa vida laboral:** Favorecer a substitución, nos cadros de persoal das empresas, de traballadores e traballadoras próximos/as á xubilación por mozos e mozas, 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 e mozas titulados/as nas empresas de menos de 30 persoas traballadoras:** Facilitar a incorporación en prácticas de mozos/as titulados/as a novos postos de traballo creados en pequenas empresas galegas co obxecto de mellorar os sistemas organizativos e produtivos das mesmas e/ou a innovación.
- **Programa de fomento da contratación indefinida inicial de mozos e mozas desempregados/as:** Fomentar a incorporación dun xeito estable no mercado de traballo dos mozos e mozas a través de dous medidas conxuntas: a subvención do período de proba e a subvención da contratación indefinida inicial.
- **Programa de incentivos á transformación en indefinidos de determinados contratos temporais celebrados con mozos e mozas:** Promover o acceso a un emprego estable a un colectivo, como a mocidade, que presenta en Galicia unha alta taxa de temporalidade, incentivando ás empresas que transformen os seus contratos temporais en indefinidos.

#### 4. Programa de incentivos á contratación por conta allea de persoas desempregadas pertencentes a colectivos en risco de exclusión social

O obxecto deste programa é favorecer o emprego estable e facilitar a inserción laboral dos traballadores e traballadoras que presentan desvantaxes e dificultades particulares para acceder e permanecer no mercado de traballo, a través dos seguintes tipos de incentivos:

- Axudas ás contratacións indefinidas iniciais que se realicen con persoas traballadoras desempregadas inscritas como demandantes de emprego no Servizo Público de Emprego e pertencentes a colectivos en risco de exclusión social.
- Axudas ás transformacións en indefinidos de contratos temporais de duración determinada celebrados con traballadores e traballadoras pertencentes a colectivos en risco de exclusión social, calquera que sexa a data de inicio do contrato temporal do que trae causa.
- Axudas ás contratacións temporais, sempre que teñan unha duración mínima de 6 meses, que se realicen con persoas traballadoras desempregadas inscritas como demandantes de emprego no Servizo Público de Emprego e pertencentes a colectivos en risco de exclusión social.

#### 5. 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 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:** Este programa ten por obxecto fomentar a estabilidade nas empresas por medio da transformación en indefinidos de contratos para a formación,

prácticas, de revezamento, de substitución por anticipación da idade de xubilación e de interinidade, celebrados con homes maiores de 31 anos no momento da contratación temporal.

- **Programa de axudas a empresarios sen asalariados pola contratación da súa primeira persoa traballadora fixa:** 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 fomento da contratación indefinida inicial vinculada a proxectos I+D:** Este programa ten por obxecto favorecer a inserción laboral con carácter estable dos mozos titulados mediante incentivos á contratación indefinida vinculada a proxectos I+D.
- **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.
- **Programa para o fomento das transformacións dos contratos temporais en indefinidos.** Promover o acceso a un emprego estable dos traballadores cun contrato de natureza temporal, incentivando ás empresas que transformen os seus contratos temporais en indefinidos.
- **Programa de fomento da 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.

## Autoemprego e economía social

### 1. 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**.

### 2. Iniciativas de emprego: ILES - IER. Procedemento de cualificación e inscrición rexistral

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**.

### 3. Programa de iniciativas de emprego: ILES - IER

Fomentar e promover a posta en marcha daqueles **proxectos empresariais innovadores**, previamente **calificados** 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.

### 4. 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.

### 5. 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.

### 6. Bases reguladoras do programa de subvencións ás unidades de apoio á actividade profesional no marco dos servizos de axuste persoal e social dos centros especiais de emprego

Subvencionar o desenvolvemento das funcións dos profesionais das unidades de apoio á actividade profesional, no marco dos servizos de axustamento persoal e social dos centros especiais de emprego, no proceso da incorporación a un posto de traballo, así como a permanencia e progresión no mesmo das persoas con discapacidade severa.

### 7. Iniciativas de emprego de base tecnolóxica (Iebts). Medidas de acompañamento e cualificación e inscrición

O programa de apoio ás IEBT vai encamiñado a fomentar e incrementar os sistemas de apoio á creación de novas empresas de base tecnolóxica, que constitúen un elemento clave para o desenvolvemento futuro da nosa comunidade como motores dinamizadores da sociedade do coñecemento e a xeración de emprego cualificado. Un dos obxectivos formulados é a necesidade de promover e fomentar actividades de investigación e desenvolvemento, que sexan máis eficaces e estean mellor coordinadas, debendo traballar xuntos a escala europea para garantir que a investigación dea lugar a produtos e servizos innovadores, que xeren crecemento e postos de traballo altamente cualificados.

### 8. Axudas e subvencións ás iniciativas de emprego de base tecnolóxica (Iebts)

Facilitar e impulsar a posta en marcha daqueles **proxectos empresariais innovadores de contido científico e/ou tecnolóxico**, previamente **calificados** como iniciativas de emprego de base tecnolóxica (IEBT) e

**inscritos no rexistro administrativo** habilitado para o efecto na Dirección Xeral de Promoción do Emprego, conforme ao disposto no Decreto do 15 de marzo de 2007, polo que se establece un programa de apoio ás iniciativas de emprego de base tecnolóxica (IEBT).

### **9. Programa de axudas á xeración da actividade no marco do proxecto europeo EQUAL Compostela Social**

Promover a creación de pequenas empresas ou a alta como traballadores autónomos, nos concellos participantes do Proxecto de Iniciativa Comunitaria EQUAL "Compostela Social, Obradoiros de Empresarios para a Inserción Sociolaboral" (Ames, Boqueixón, Brión, Santiago de Compostela, Val do Dubra, Vedra e Teo), como medio para a incorporación sociolaboral das persoas con máis dificultades de inserción no mercado de traballo.

## **LIÑAS AXUDA DO IGAPE**

### **CONVENIO IGAPE-SGR-EEFF: LIÑA PEME XOVE**

#### **Créditos para financiar investimentos en proxectos emprendedores galegos.**

Dirixense as PEMES que exerzan ou teñan intención de exercer a súa actividade económica en Galicia, sexa en forma de persoa física ou calquera forma de persoa xurídica de obxecto empresarial e que, ademais, non veñan desenvolvendo a mesma actividade para a que solicita o financiamento nun prazo superior a dous anos a contar dende a data de presentación no IGAPE, directamente ou mediante a súa participación no capital doutra sociedade que desenvolvese a mesma actividade.

#### **Liña Igape - ICO - Entidades para financiamento de investimentos.**

Os emprendedores ou as PEMES que impulsen investimentos contando con financiamento ao amparo dalgunha das liñas do Plan de Fomento empresarial 2007 do Instituto de Crédito Oficial ( ICO ) poderán obter subsidiación adicional do Igape, no marco dos convenios asinados polo Instituto co ICO e coas entidades financeiras galegas.

O Igape subsidiará préstamos ou contratos de leasing concedidos nas liñas habilitadas polo ICO por importe superior a 25.000 euros e destinados a financiar investimentos impulsados en Galicia por emprendedores con empresas constituídas a partir do 1 de xullo de 2006 ou por PEMES –liña Peme ou liña Crecemento-, ou tamén os investimentos impulsados por PEMES galegas fora do territorio do Estado español, no marco da liña para favorecer a internacionalización.

## Convenio Igape – ICO

### Liña para financiar investimentos de Pemes, emprendedores ou microempresas.

Facilitar ás Pemes, aos emprendedores e ás microempresas galegas o financiamento necesario para aposta en marcha dos seus proxectos de investimento, sexa para a creación de novas empresas ou para a mellora da competitividade de negocios ou sociedades xa existentes, é o obxectivo das liñas Peme competitiva, Peme Xove e Microempresas, habilitadas mediante o convenio asinado polo Igape coas Sociedades de Garantía Recíproca de Galicia e as entidades financeiras colaboradoras.

### Incentivos económicos do IGAPE para emprendedores.

A través da Base reguladora dos incentivos a proxectos de investimento empresarial, o Igape apoiará con subvencións a fondo perdido aos emprendedores que impulsen proxectos con investimentos de 50.000 a 600.000€.

O investimento subvencionado deberá dedicarse á adquisición de bens de equipo, activos inmateriais e outros gastos necesarios para a posta en marcha de novos negocios de carácter industrial, turístico, loxístico ou relacionados con novos xacementos de emprego ou con actividades de escasa implantación no territorio.

### Préstamos a emprendedores.

Préstamo directo para o financiamento de proxectos emprendedores e iniciativas innovadoras na Comunidade Autónoma de Galicia.

## LIÑA ICO EMPRENDEDORES 2007

**Liña ICO Emprendedores 2007**, o Instituto de Crédito Oficial apoia e financia, en condicións preferentes, a creación de novas empresas ou de novas actividades profesionais. Esta Liña ten unha dotación económica de 50 millóns de euros para emprendedores.

O prazo de amortización poderase elixir entre dúas opcións: 5 anos sen carencia ou cun período de carencia de 1 ano, ou 7 anos sen carencia ou cun período de carencia de 2 anos. O importe do préstamo máximo será de 100.000 euros por beneficiario e ano, xa sexa nunha operación ou en varias.

### Tipo de xuro:

Tipo fixo:

- Referencia ICO + 1 p.p sen aval SGR
- Referencia ICO + 0,75 p.p con aval SGR

**Tipo variable:**

- Euribor 6 meses + 1 p.p sen aval SGR
- Euribor 6 meses + 0,75 p.p con aval SGR

O ICO bonificará con 1 p.p. o tipo de xuro da operación, que será aplicado á amortización anticipada de capital. O importe correspondente desta bonificación, é de 30 euros por cada 1.000 euros de financiación.

**Liña ICO PYME 2007**, o Instituto de Crédito Oficial apoia e financia, en condicións preferentes, o desenvolvemento de proxectos de inversión das pequenas e medianas empresas españolas, segundo definición adoptada pola Comisión Europea en maio de 2003:

- **MICROEMPRESAS:** empresas de menos de 10 empregados, con volume de negocio anual e/ou cifra de balance xeral non superior a 2 millóns de euros, e non estar participada nun 25% ou máis por empresa ou conxunto de empresas que non cumpran os criterios antes citados.
- **PYME:** empresas de menos de 250 empregados, volume de negocio anual non superior a 50 millóns de euros e/ou cifra de balance xeral non superior a 43 millóns de euros e que non esté participada nun 25% ou máis por unha empresa ou conxunto de empresas que non cumpran os criterios antes citados.

O importe máximo financiable será do 90% do proxecto de investimento neto para as microempresas e ata o 80% para o resto das PYMES, de acordo coas definicións antes citadas. En ambos casos se exclúe o IVE ou calquera outro imposto da financiación a obter.

**Tipo de xuro:**

- **Tipo Fixo:** segundo referencia ICO máis 0,65 puntos porcentuais.
- **Tipo Variable:** referenciado a EURIBOR a 6 meses máis 0,65 puntos porcentuais.

## 8.6. Anexo de páxinas web de interese

### Temáticas

- Reformas e revisións da política agroalimentaria común  
: [www.europa.eu.int](http://www.europa.eu.int)
- Buscador temático agrario: <http://agroline.usc.es/index.html>
- Portal de información agraria: [www.larural.es/servagro/framini.htm](http://www.larural.es/servagro/framini.htm)
- Portal especializado no mundo da gandería [www.eumedia.es](http://www.eumedia.es)
- Portal de información agropecuaria: [www.ergomix.com](http://www.ergomix.com)
- Portal especializado en agricultura e gandería: [www.terraagraria.es](http://www.terraagraria.es)
- Portal especializado no sector agrario galego: [www.agrogalego.com](http://www.agrogalego.com)
- Revista Seleccións Avícolas: [www.gamainternet.com](http://www.gamainternet.com)
- Revista Eurocarne: [www.eurocarne.com](http://www.eurocarne.com)
- Revista Alimarket: [www.alimarket.es](http://www.alimarket.es)
- Portal do sector pesqueiro: [www.pescalia.com](http://www.pescalia.com)
- Revista Pesqueira: [www.europa-azul.com](http://www.europa-azul.com)
- Revista do sector pesqueiro: [www.industriaspesqueras.com](http://www.industriaspesqueras.com)
- Portal do sector pesqueiro: [www.pesca2.com](http://www.pesca2.com)
- Fondo de Regulación y Organización del Mercado de Productos de la Pesca y Cultivos Marinos: [www.from.mapa.es](http://www.from.mapa.es)
- Portal de panadería e pastelería: [www.mundodulce.com](http://www.mundodulce.com)
- Portal do sector da alimentación: [www.vilbo.com](http://www.vilbo.com)
- Portal dedicado\_ós muíños e á panadería: [www.molineriaypanaderia.com](http://www.molineriaypanaderia.com)
- Organización das Nacións Unidas para a Agricultura e a Alimentación: [www.fao.org](http://www.fao.org)

## Institucións públicas

- Ministerio de Sanidad y Consumo: [www.msc.es](http://www.msc.es)
- Ministerio de Medio Ambiente: [www.mma.es](http://www.mma.es)
- Ministerio de Ciencia y Tecnología: [www.mcyt.es](http://www.mcyt.es)
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación: [www.mapa.es](http://www.mapa.es)
- Instituto Galego de Promoción Económica (IGAPE): [www.igape.es](http://www.igape.es)
- Consellería de Innovación e Industria: [www.conselleriaei.org/ga/web/index.php](http://www.conselleriaei.org/ga/web/index.php)
- Consellería do Medio Rural: [www.mediorural.xunta.es/](http://www.mediorural.xunta.es/)
- Consellería de Pesca e Asuntos Marítimos: [www.xunta.es/conselle/pe](http://www.xunta.es/conselle/pe)
- Consellería de Medio Ambiente: <http://medioambiente.xunta.es/>
- Axencia Galega de Desenvolvemento Rural (AGADER): <http://agader.xunta.es>
- Sociedade para o Desenvolvemento Comarcal: [www.comarcasdeg Galicia.com](http://www.comarcasdeg Galicia.com)

## Confederacións de empresarios e sindicato

- Confederación de Empresarios de Galicia: [www.ceg.es](http://www.ceg.es)
- Confederación de Empresarios da Coruña: [www.cec.es](http://www.cec.es)
- Confederación de Empresarios de Lugo: [www.celugo.es](http://www.celugo.es)
- Confederación de Empresarios de Pontevedra: [www.cep.es](http://www.cep.es)
- Confederación de Empresarios de Ourense: [www.ceo.es](http://www.ceo.es)
- Unión Xeral de Traballadores: [www.ugtgalicia.org](http://www.ugtgalicia.org)
- Comisións Obreiras: [www.galicia.ccoo.es](http://www.galicia.ccoo.es)
- Confederación Intersindical Galega: [www.galizacig.com](http://www.galizacig.com)
- Asociación de Mozos Empresarios de Vigo e Mancomunidade: [www.aje-vigo.es](http://www.aje-vigo.es)
- Asociación de Mozos Empresarios Marineda: [www.amje.org](http://www.amje.org)
- Asociación de Mozos Empresarios de Pontevedra: [www.adosnet.com/aje](http://www.adosnet.com/aje)



## Emprendedores

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

## Institutos

- Instituto Nacional de Consumo: [www.consumo-inc.es](http://www.consumo-inc.es)
- Instituto Galego de Consumo: [www.xunta.es/igc](http://www.xunta.es/igc)
- Instituto Nacional de Estadística: [www.ine.es](http://www.ine.es)
- Instituto Galego de Estatística: [www.ige.eu/ga/index.htm](http://www.ige.eu/ga/index.htm)
- Instituto de Comercio Exterior: [www.icex.es](http://www.icex.es)

## 8.7. Reflexións para facer o estudo 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 tes pensado dirixirte:

- ¿Decidiches o ámbito no que vas desenvolver a tua actividade (comarcal, provincial, autonómico, etc.)?, ¿cal é o tamaño do teu mercado?, ¿como o vas calcular?, ¿como vas facer a avaliación das vendas para o primeiro ano? (*Véxase o apartado 5.1.1 Tamaño do mercado*).
- ¿Existe algunha característica ou características que che permitan definir un cliente tipo?, ¿como vas segmentar o teu mercado? (*Véxase o apartado 5.1.1 Tamaño do Mercado*).
- ¿Que tipo de clientes (particulares, empresas, institucións) demandan os servicios/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 ós particulares ou tamén a empresas? (*Véxase o apartado 5.1.2 Hábitos de compra*).
- ¿Sabes cuántas empresas están operando na actualidade?, ¿onde están?, ¿que servicios 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 qué opcións teñen as empresas para o abandonar?, ¿que produtos substitutos identificas?, ¿como é o poder de negociación dos provedores e dos clientes? (*Véxase o apartado 5.2 Análise competitiva*).
- ¿Pensaches se debes comercializar os teus produtos baixo unha marca propia?, ¿por que? En caso afirmativo, ¿valoraches o que che vai custar en tempo e en diñeiro? (*O importe, os trámites e custos pódelos coñecer na Oficina Central de Patentes e Marcas en Madrid*).
- ¿Que canles vas utilizar para facer chegar o teu produto ó mercado?, ¿que características teñen os intermediarios?, ¿cales son os teus valores de compra?, ¿en qué condicións se realiza a distribución do produto?, ¿sabes cómo localizalos? (*Véxase o apartado 6 Canles de comercialización*).
- ¿Coñeces o prezo de venda co que o teu produto chega ó cliente final e a construción do prezo ó longo do proceso productivo? (*Entrevista a axentes comerciais, retallistas, asociacións sectoriais, etc.*).
- ¿Sabes qué 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*).

## 8.8. Métodos de cálculo do tamaño do mercado

A continuación, ofrécese información sobre unha serie de métodos que poden axudarche 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 x 0,25 = 1.500 persoas practican algún deporte**  
(aplicamos a porcentaxe do 10%)

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

**150 x 0,60 = 90 persoas practican artes marciais en centros privados**

## b. Método da construción do mercado:

Este outro 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 estación 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 doado resulta a aplicación de dito

método. Non obstante, sempre é posible ter en conta ás 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) como 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. Asimesmo, averiguou que as empresas máis importantes se levan o 60% dese mercado e deixan o 40% para as empresas máis pequenas.

**3.000 vivendas**

**0,60 x 3.000 = 1.800 vivendas**

**0,40 x 3.000 = 1.200 vivenda**

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 se extrae unha estimación media.

Provedores, clientes, técnicos de asociacións, etc. poden ser expertos. Asimesmo, os emprendedores que non son a túa competencia directa, por ter o negocio lonxe da túa área de influencia, poden proporcionarche 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 aproximarte á magnitude que pode representar o mercado. Esixe os seguintes pasos:

En primeiro lugar, tes que identificar ás empresas competidoras da túa área de influencia e informarte sobre as vendas dunha pequena mostra das mesmas, para o que podes recorrer ás bases de datos de ARDÁN ou do Rexistro Mercantil, por exemplo. A análise dos datos debe permitirche facer unha agrupación das empresas en función dos entornos 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 entornos de facturación, a estimación do tamaño do mercado podería xerar unha táboa como a seguinte:

Tipo	Número	Facturación/año	% 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 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 amosan no acto da compra.
- o coñecemento da afluencia de compradores a un establecemento comercial.

Para realizar a observación é necesario utilizar una plantilla e desplazarse 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 rendibilidade do mesmo. 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
			<b>496</b>	<b>3</b>	<b>1.488</b>	<b>114</b>

- 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 mercou, qué mercou, o importe gastado, etc.



## 8.9. 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 DOS AUTORES

As referencias nominais subministradas nesta Guía, tales como centros de estudio, asociacións, institucións, feiras, páxinas web, etcétera que o lector pode atopar ó longo da lectura deste documento non pretenden ser unha enumeración exhaustiva senón unha mostra orientativa das entidades detectadas durante a elaboración deste estudio. É posible que existan outras referencias, semellantes ás citadas, que non foron incluídas por non constituír 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, febrero de 2008