



UNIVERSIDAD: F.A.S.T.A.

FACULTAD: CIENCIAS ECONOMICAS

CARRERA: LICENCIATURA EN COMERCIALIZACION

TEMA: "FORESTACION DE EUCALIPTO "

ALUMNO: HORACIO LAY GONZALEZ

TUTOR: LIC. SAMIR FERNANDEZ HACHIM.
DEPARTAMENTO DE METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.

FECHA: 17/02/2003



BIBLIOTECA
CASA
C-01

INDICE

TEMA	04
FUNDAMENTACION	04
PROBLEMA	05
OBJETIVO GENERAL	05
OBJETIVOS ESPECIFICOS	06
HIPÓTESIS	06
MARCO TEORICO	07
<u>CAPITULO 1</u>	08
Definición de Marketing	08
Ecología y Marketing Verde	10
<u>CAPITULO 2</u>	12
Plan de Negocios	12
Definición	12
Razones de un Plan de negocios	14
Características	16
Recomendaciones para la presentación escrita	17
Recomendaciones para la presentación oral	18
Herramientas para su presentación	19
<u>CAPITULO 3</u>	21
Forestación	21
Descripción del " <i>Eucaliptus Globulus</i> "	21
Madera de eucalipto	22
<u>CAPITULO 4</u>	23
Marco legal y Subsidios del Estado	23
Ámbito Nacional	23
Ámbito Provincial	25
<u>CAPITULO 5</u>	26
Características de Coronel Vidal	26
Clima y Suelo	26
<u>DESCRIPCION METODOLOGICA</u>	28
<u>CAPITULO 6</u>	29
Plan de Negocios	29

Introducción	30
Definición del objetivo	30
Descripción del negocio	31
Análisis Arco	33
Marco Jurídico	34
Elección de la Naturaleza Jurídica	34
Análisis de la demanda	35
Análisis del Sector Competitivo	37
Estrategia del negocio	41
Análisis financiero	42
Plan de marketing	47
Diagrama de Gantt	48
Plan de ventas	49
Plan operativo	50
Recursos humanos	52
Escenarios	53
CONCLUSION	55
BIBLIOGRAFIA	56
GLOSARIO	57
AGRADECIMIENTOS	58
ANEXOS	59
Licencias para la habilitación	59
Fotografías de Forestación	69

TEMA: Forestación de Eucalipto.

FUNDAMENTACIÓN:

La forestación es una actividad que se ha desarrollado durante centenares de años y se ha explotado en forma intensiva sin tener en cuenta su carácter de recurso agotable.

El incremento del consumo de madera en la Argentina y en el mundo no encuentra en los abastecedores tradicionales la suficiente respuesta a dicha demanda creciente. Este hecho garantiza un precio futuro estable y hasta creciente del producto.

La creciente necesidad de madera en el mundo y la imposibilidad de los tradicionales abastecedores de cubrirla, han motivado que regiones sin tradición productora forestal, hoy estén siendo tenidas en cuenta en el momento de dar respuesta a esa demanda.

La búsqueda de nuevos centros de producción no tradicionales apunta a regiones con las condiciones ambientales ideales, como lo es el sudeste bonaerense para el "*Eucalyptus globulus*", además de contar con un puerto de aguas profundas y una buena infraestructura de rutas y caminos.

Esta especie es una de las más demandadas para la fabricación de pasta de papel, debido fundamentalmente a sus condiciones de peso específico y color, que confieren un gran rendimiento en el proceso, y encuentra las mejores condiciones para su desarrollo en la zona a analizar en el presente trabajo.

Hoy vemos una tendencia favorable para realizar dicha actividad debido a una futura escasez de este recurso, particularmente el eucalipto. La dinámica de producción generada desde la región basada en este recurso, ha provocado la ininterrumpida exportación de madera desde el puerto de Necochea, desde el año 1986 hasta hoy superando los dos millones de toneladas embarcadas, de las cuales un 33 % corresponde a

astillas con destino a Japón y el resto es madera en rollo cuyo principal comprador es Europa.

Si bien el tema adquiere relevancia nacional e internacional (exportación), para esta Tesis de Graduación, el Plan de Negocios se ha desarrollado y estudia el plano nacional, pudiendo otros trabajos investigar otros aspectos.

Asimismo, desde los estados nacional y provincial se tomó la decisión de acompañar a los productores forestales, con herramientas promocionales que se detallan un poco más adelante, otorgando un importante marco jurídico/ legal de amparo a la actividad forestal.

La conjunción de estos elementos permite presentar a la forestación de eucalipto en esta región, como una inversión de alta rentabilidad y bajo riesgo.

PROBLEMA:

Factores que hacen viable la comercialización de madera de eucalipto producida en las forestaciones de Coronel Vidal.

OBJETIVO GENERAL:

Analizar los factores que deben considerarse para hacer viable la comercialización de eucalipto.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

1. - Determinar las condiciones climáticas para su plantación.
2. - Investigar los tipos de suelos necesarios para la forestación de eucalipto.
3. - Conocer el proceso de forestación de eucalipto.

Estos objetivos se incluyen aquí porque considero que son el soporte técnico previo necesario a la investigación de la comercialización, características y ventajas de la madera de eucalipto. Definición del producto: Madera de Eucalipto.

4. - Evaluar las inversiones necesarias
5. - Identificar los posibles compradores.
6. - Determinar el precio y las condiciones de venta.
7. - Analizar el rendimiento del eucalipto por hectárea.
8. - Determinar el punto de equilibrio en el cual se cubren los costos.
9. - Determinar la rentabilidad de una plantación tipo de eucalipto.
10. - Determinar la viabilidad de esta actividad.

HIPOTESIS:

¿Es la forestación de eucalipto una actividad económicamente viable para la provincia de Buenos Aires?

MARCO TEORICO

CAPITULO 1

Definición de Marketing:

“El Marketing o también llamado mercadotecnia esta relacionado con la existencia de todos nosotros, es el medio para desarrollar un nivel de vida y para ofrecérselo a la gente”¹

Muchas personas confunden mercadotecnia con ventas, pero ésta se presenta de hecho, antes y después del acto de la venta; combina muchas actividades, las investigaciones de mercado, el desarrollo, la distribución, los precios, y la publicidad de los productos, las ventas personales y otras más diseñadas para pulsar, servir y satisfacer las metas de la organización. Por lo tanto podemos decir que es la actividad humana que pretende satisfacer las necesidades y deseos por medio de procesos de intercambio.

“Los conceptos centrales de la mercadotecnia son: necesidades, deseos, demandas, productos, intercambio, transacciones y mercados”²

El concepto de necesidades humanas es básico y fundamental para la mercadotecnia y, se define como aquella condición en que se percibe una carencia. Estas pueden ser, necesidades físicas básicas integradas por alimento, vestido, protección y seguridad; las necesidades sociales compuestas por la pertenencia y el afecto; y finalmente, las necesidades individuales como el conocimiento y la expresión del yo.

Ante una necesidad insatisfecha, el individuo optará por uno de dos caminos, buscar el objeto que lo satisface o tratar de disminuirla.

Cuando nos referimos a miembros de sociedades industriales, estos podrán optar por encontrar o inventar objetos que las satisfagan.

¹ Kotler, Philip-Armstrong, Gary, *Mercadotecnia; Parte 1; Cap. 1; pág. 11; México; 1997; Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana S.A.; Sexta Edición.*

² *Ibid. Ob. Cit., pág. 12.*

Distinto es el caso de los miembros de sociedades menos desarrolladas, que optarán por recortar sus deseos y, satisfacerlos con lo que tengan a su alcance.

Las personas satisfacen sus necesidades y anhelos por medio de los productos. Un producto es todo aquello se ofrece a la atención de un mercado para su adquisición, uso o consumo y que a su vez satisface una necesidad o un deseo. Incluye objetos materiales, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas.

Por regla general los consumidores tienen ante sí toda una gama de productos para satisfacer una necesidad dada. Deciden comprar basándose en la percepción que tienen del valor de un producto.

La mercadotecnia ocurre cuando las personas deciden satisfacer sus necesidades y sus anhelos por medio del intercambio. El intercambio es el acto mediante el cual se obtiene un objeto deseado perteneciente a otra persona, ofreciéndole algo a cambio.

Para que haya intercambio varias condiciones deben ser satisfechas. Debe haber por lo menos dos partes y, una de ellas debe contar con algo que tenga valor para la otra. Asimismo, una parte tiene que estar dispuesta a negociar con la otra y las dos deben sentirse en libertad para aceptar o rechazar lo que le ofrezca la parte contraria. Por último cada parte debe ser capaz de comunicar y entregar. Que el cambio tenga lugar en realidad depende de que las partes lleguen a un acuerdo, si lo hacen deben llegar a la conclusión de que el intercambio beneficio a ambas partes, o bien, que no perjudico a ninguno.

El concepto de intercambio conduce al de mercado. Un mercado consta de las personas que compran o, que podrían comprar un producto.

Si la cantidad de personas y de transacciones de una sociedad aumentan, la cantidad de comerciantes y de mercados también lo harán.

En las sociedades avanzadas, los mercados no son siempre lugares físicos donde interactúan compradores y vendedores, porque con las comunicaciones y los transportes modernos, un comerciante puede

anunciar un producto por televisión, en un horario nocturno, levantar pedidos de miles de clientes por teléfono y, al día siguiente, enviar los bienes a los compradores, sin haber tenido ningún contacto físico con ellos.

El mercado puede crearse alrededor de un producto, un servicio o cualquier cosa que entrañe valor.

La mercadotecnia sirve para formular planes estratégicos y los planes estratégicos globales definen el papel que desempeña esta en la empresa. No todas las empresas cuentan con planes formales o los usan debidamente. Los planes estratégicos son la base para el resto de los planes de la empresa. El proceso de la planeación estratégica comprende la definición de la misión de la empresa, de sus objetivos y metas, su cartera de negocios y sus planes de funciones. Es muy importante definir la misión de la empresa debidamente. La definición de la misión debe estar orientada al mercado y ser factible, motivante y específica para que la empresa pueda aprovechar sus mejores oportunidades.

Ecología y marketing verde:

Uno de los efectos del movimiento ecológico ha sido el de provocar el nacimiento de una nueva rama del marketing, "el marketing ambiental o marketing verde". Sus principios básicos son:

- La toma de conciencia de la escasez de los recursos naturales.
- El poner en evidencia el impacto del consumo y del marketing sobre el entorno.
- El manifestar la necesidad de considerar el costo social del consumo dentro del precio de los productos.
- La visión socio - ecológica del consumo por los balances ecológicos.

- La óptica de reparación o de prevención que consiste en el pago de ecotaxes o ecotasas para utilizar un determinado recurso agotable.

Existe un instrumento de base del marketing verde llamado ecobalance, que consiste en el análisis del impacto de un producto sobre el entorno, a lo largo de su vida. Su función es medir el impacto ecológico desde la adquisición de materias primas, su transformación, la producción, el embalaje, la distribución, las condiciones de uso y la eliminación después de su utilización.

CAPITULO 2

Plan de negocios:

Definición

"Es un documento formal elaborado por escrito que sigue un proceso lógico progresista, realista, coherente, y orientado a la acción en el que se incluyen en detalle las acciones futuras que habrán de ejecutar los responsables de la organización formuladora y sus colaboradores, utilizando los recursos que disponga para procurar el logro de determinados resultados, objetivos y metas; y que al mismo tiempo establezca los mecanismos que permitirán controlar dicho logro"³.

En el se reúne toda la información necesaria para evaluar un negocio y, los lineamientos generales para ponerlo en marcha.

Presentar el plan de negocios es fundamental para buscar créditos, socios o inversores, y es una guía para quienes estarán al frente de la empresa.

En el proceso de realización de este documento, se interpreta el entorno de la actividad empresarial y se evalúan los resultados que se obtendrán al accionar sobre esta de una determinada manera. Se identifican las variables involucradas en el proyecto y, se decide la asignación óptima de recursos para ponerlo en marcha.

Según la magnitud del proyecto, la realización del plan puede llevar unos días o varios meses, ya que no se trata sólo de redactar un documento sino, de imaginar y poner a prueba toda una estructura lógica.

Es importante destacar que, si bien los aspectos financieros y económicos son fundamentales en un plan de negocios, este no debe limitarse sólo a planillas de cálculo y números. La información cuantitativa

³ Lambin, Jean Jacques, *Marketing estratégico*, Cap. 2; pág. 33; Madrid, 1996, Editorial Mc Graw-Gil
Horacio Lay González

debe estar sustentada en propuestas estratégicas, comerciales, de operaciones y de recursos humanos.

“El plan de negocios posibilita a través de un documento reunir toda la información necesaria para valorar un negocio y establecer los parámetros generales para ponerlo en marcha.

En el documento se establece la naturaleza del negocio, los objetivos del empresario y las acciones que se requieren para alcanzar dichos objetivos. Es similar a un mapa de "rutas"⁴

La implementación de un proyecto no depende sólo de una "buena idea", también es necesario demostrar que es viable desde el punto de vista económico y financiero.

“El plan de negocios es un documento fundamental para el empresario, tanto para una gran compañía como para una pyme. En distintas situaciones de la vida de una empresa se hace necesario mostrar en un documento único todos los aspectos de un proyecto: para su aprobación por superiores dentro de la organización, para convencer a un inversionista, para respaldar un pedido de crédito, para presentar una oferta de compraventa, para conseguir una licencia o una franquicia de una compañía local o extranjera, o para interesar a un potencial socio.”⁵

“El plan de negocios es un documento que se utiliza para analizar, evaluar y presentar un proyecto comercial. Con él se examinan las alternativas para llevar adelante un negocio, evaluando la factibilidad técnica (¿puede hacerse?), económica (¿dará los resultados esperados?) y financiera (¿existen los recursos necesarios?).

El plan de negocios resume las variables producto o servicio, producción, comercialización, recursos humanos, costos y resultados, finanzas.”⁶

⁴ Danila Terragno y Marta Laura Lecuona. *Cómo armar un plan de negocios.* (Mercado/DINERO)

⁵ *Ibid Op. Cit. Pág. 33*

⁶ *Página de Internet: <http://www.dinero.com.ve/plandenegocios.html>.*

El plan de negocios es la base para alcanzar el éxito. Establece sus propósitos para el negocio, analiza la viabilidad del nuevo negocio, explora la expansión de un negocio ya existente, define a los competidores y a los clientes, y señala sus puntos fuertes y débiles.

En lo que respecta a los objetivos por los que se realiza un plan de negocios difiere según el momento de la empresa y el tipo de negocio que se planifique. El plan se utiliza tanto para una gran empresa como para un pequeño emprendimiento.

Razones de un Plan de negocios

En general, las razones por las que se decide realizar un plan de negocios son:

- Tener un documento de presentación de un proyecto a potenciales inversores, socios o compradores.
- Asegurarse de que un negocio tenga sentido financiera y operativamente, previamente a su puesta en marcha.
- Buscar la forma más eficiente de llevar a cabo un proyecto.
- Prever necesidades de recursos y su asignación en el tiempo.
- Evaluar el desempeño de un negocio en marcha.
- Valuar una empresa para una fusión o venta.
- Guiar la puesta en marcha de un emprendimiento o lanzamiento.
- Respaldar la solicitud de crédito a una entidad financiera.

La ventaja de un plan de negocios es que facilita la interpretación de las distintas circunstancias donde se van a desarrollar las actividades

de la empresa. Teniendo en cuenta la complejidad y dinámica de los mercados actuales, ninguna empresa puede crecer y competir sin tener en cuenta las variables que intervienen y realizar un análisis integral para verificar si el emprendimiento es o no factible. Por otra parte es necesario señalar que siempre está presente en todo negocio el riesgo y la incertidumbre asociados con el éxito o fracaso del mismo. La planificación contribuye a resolver un número importante de problemas que tienen las pequeñas y medianas empresas, como por ejemplo:

- Falta de capital de inversión y acceso a las fuentes de financiamiento.
- Prever situaciones que afectan la rentabilidad.
- Introducir en forma eficaz nuevos productos y servicios al mercado.
- Establecer y aplicar normas de producción y control de calidad.
- Falta de estrategias de marketing.

El plan de negocios es una herramienta de gestión sujeta a una revisión permanente, porque la realidad donde actúa la empresa tiene la particularidad de ser por naturaleza, dinámica y cambiante.

El plan de negocios recorre todos los aspectos relevantes de un proyecto, pero no hay una forma única de encararlo. Cada empresa tiene sus prácticas y sus tiempos, y sobre todo, cada plan debe formularse en función de los objetivos planteados.

Las partes básicas en las que suele organizarse todo plan son:

- **Carátula:** nombre del proyecto, fecha, a quiénes y por quiénes es presentado el plan.
- **Cuerpo principal:** la información relevante para evaluar el proyecto, organizada por temas o capítulos, en los que se aborda el proyecto desde distintas perspectivas.

- **Anexos:** información complementaria, gráficos, documentos, planos, folletos.

La realización de un plan de negocios no se limita a una tarea de redacción. No es un proceso lineal. Por lo tanto, suele resultar necesario volver a analizar cada punto frente a cada avance. Por esto, es recomendable utilizar una computadora que permita ir recolectando la información y modificándola, antes de llegar a la versión final.

Cada punto debe tener sentido en su relación con los demás, y debe surgir de un análisis en profundidad, que suele llevar tiempo.

Si bien el tiempo invertido puede significar costos, en realidad, se trata de una inversión. Un plan de negocios bien realizado indica qué hacer y cómo hacerlo, lo que permite ahorrar tiempo y evitar contratiempos posteriores.

Antes de comenzar su elaboración, es bueno organizar la información disponible, detectar cuál es la información faltante y determinar cómo se conseguirá, además de pensar si se está en condiciones de realizarlo solo, o si se necesitará la participación de otras personas o equipos (responsables de áreas, abogados, contadores, ingenieros forestales, etc.).

Características de un Plan de Negocios

- **Eficaz:** Debe contener, ni más ni menos, todo aquello que un eventual inversor espera conocer.
- **Estructurado:** Debe tener una estructura simple y clara que permita ser seguido fácilmente.
- **Comprensible:** Debe estar escrito con claridad, con vocabulario preciso y evitando jergas y conceptos muy técnicos. Las cifras y tablas deben ser simples y de fácil comprensión.
- **Breve:** No debe superar, en conjunto, las 35 páginas.

- **Cómodo:** Debe ser fácil de leer. Tamaño de la letra igual o superior a 11 puntos, interlineado igual o superior a 1,5 y márgenes iguales o superiores a 2,5 cm.

Durante la elaboración del plan debe tenerse en cuenta qué se quiere lograr con él (¿conseguir dinero?, ¿aprobación de una idea?, ¿un buen análisis para uno mismo?), considerando cuál es la información que le interesa a quien lo recibirá y de qué se le intenta convencer, pero cuidando también que la visión personal no quite a la información presentada el sustento objetivo.

Recomendaciones para la presentación escrita del Plan de Negocios.

Es imprescindible que la presentación del plan de negocios sea cuidadosa y atractiva, ya que es la imagen del proyecto frente al potencial socio o inversor. Una presentación realizada con computadora es la mejor forma de lograr este objetivo, además de facilitar los cambios a medida que se elabora el plan. Algunos puntos a tener en cuenta para la redacción y presentación del Plan de Negocios:

- No debe ser un volumen de enciclopedia. Una extensión de 25 a 35 páginas, incluyendo los anexos, es adecuada.
- Es aconsejable encuadernar el plan en una carpeta, preferiblemente con tapa transparente para incluir una carátula de presentación.
- Se recomienda la utilización de márgenes amplios, ya que ayudan a no saturar de información cada página y permiten al lector hacer anotaciones durante la lectura.
- Incluir un índice para facilitar al lector la búsqueda de los capítulos o secciones del plan.
- Comenzar cada sección en una nueva página, ya que mejora la presentación y facilita la búsqueda de temas.

- Utilizar ilustraciones y gráficos, pero sin abusar de este recurso. Los gráficos ayudan a la mejor comprensión de la información, pero en exceso pueden dificultar la lectura del plan.

- Las hojas que se utilicen para la presentación deben llevar membrete. Por un lado, es bueno reforzar la presencia del emisor en cada página. Por el otro, esto permite identificar las hojas si éstas se desprendieran de la carpeta.

- Es necesario "explicitar" todos los supuestos sobre los que basa el análisis. Esto puede hacerse en el texto principal, cada vez que corresponda, o al inicio de cada capítulo en forma de listado.

Recomendaciones para la presentación oral del Plan de Negocios.

La mejor manera de vender una propuesta es una presentación oral con soporte multimediático. El Plan de Negocios, en palabras de su autor, es más convincente y permite el agregado de información en caso de ser requerido. Para la presentación oral vale la pena tener en cuenta los siguientes puntos:

- Evalúe previamente a la presentación quiénes formarán su audiencia, qué grado de interés tendrán en el proyecto y cuánto tiempo tendrá disponible para exponer. Estas variables son claves para la organización de una presentación eficaz.

- En la mayoría de los casos, quien hace la presentación es uno de los interesados en que el proyecto sea aceptado, o incluso es quien lo llevará adelante. La audiencia evaluará a la persona e incluirá esa evaluación como factor de decisión. Por esa razón, es importante tener como objetivo cautivar a la audiencia, mostrando conocimiento, entusiasmo y confianza.

- La presentación debe durar el tiempo justo: el suficiente para exponer todo lo importante sin aburrir a la audiencia.

- Maneje la presentación de acuerdo con el público. Si hay participación, utilícela para introducir los temas. Si no hay, mantenga un

ritmo andante. El público aprecia este ritmo mucho más que el largo. Si hay desacuerdo, no intente la defensa inmediata. Escuche y encuentre el momento oportuno para refutarlo con datos concretos.

- Al igual que las conclusiones del plan escrito, los últimos cinco minutos de la presentación son claves. Es el momento para utilizar la pasión y poner las cartas sobre la mesa.

Herramientas para la presentación.

Existen numerosos recursos de presentación para acompañar la exposición oral que permiten un despliegue multimedia que ayudará a impactar a la audiencia.

- **El documento escrito:** la versión escrita del plan de negocios puede ser entregada al comienzo o al final de la presentación oral. Debe asegurarse de tener suficientes copias para todos los presentes. El documento puede consistir en una carpeta o puede estar encuadernado con anillado.

- **Diapositivas:** las diapositivas son una forma clásica y efectiva de realizar una presentación visual. Las imágenes son de calidad fotográfica. La regulación de tiempos se logra mediante control remoto.

- **Retroproyector con transparencias:** es una alternativa a las diapositivas, que se ha generalizado por la facilidad para producir las transparencias con una computadora personal y una impresora a inyección de tinta. Las imágenes son de menor calidad, pero este sistema tiene la ventaja de que se puede escribir sobre las transparencias.

- **Proyecciones multimedia:** es la última tendencia en presentaciones. Permite la ampliación de imágenes de la computadora y, además, incorpora animación y sonido. Las presentaciones pueden contratarse a especialistas o prepararse con la ayuda de un software de presentaciones.

- **Video:** algunas imágenes, como paisajes, animación, instalaciones y procesos productivos, se entienden mejor con video. Un

televisor y un video son suficientes, aunque si la audiencia supera las 25 personas, quizá sea necesario alquilar varios monitores o un videowall. El video debería ser utilizado como soporte para lograr mayor comprensión por parte de la audiencia. Sin embargo, resulta muy difícil que el video mantenga el hilo de la conferencia del modo en que sí lo hacen las proyecciones, diapositivas o presentación computadorizada.

CAPITULO 3

FORESTACION:

La forestación, como lo establece la mayoría de los glosarios y diccionarios forestales, es *“el establecimiento o recuperación de bosques, ayudando a la regeneración natural de montes ya existentes, o creándolos directamente el hombre en terrenos donde no los había antes o eran insuficientes”*.⁷

“En la Terminología Forestal de la Comunidad Británica figura como una cosecha o masa forestal producida artificialmente, sea por siembra o plantación”.⁸

Para el consenso común, forestación es hacer bosques, incluye tanto la formación de un nuevo bosque, donde antes no lo había, como la repoblación o reforestación que es la restitución del bosque en terrenos donde ya existía o aun persiste en parte.

En un sentido más estricto y especulativo, se define a la forestación como *“el bosque implantado por el hombre con una concepción básica o exclusivamente económica y para un aprovechamiento industrial más bien inmediato”*.⁹

Descripción del género y la especie "eucalyptus globulus":

Es una de las especies más difundidas en nuestro suelo, es un árbol, elegante que se desarrolla en el Norte y Centro del país, como así también a lo largo de toda nuestra costa atlántica hasta Bahía Blanca. En nuestro territorio se han hecho plantaciones en terrenos húmedos, teniendo en cuenta su extraordinario poder absorbente de la humedad, es una especie muy rústica, propagándose con mucha facilidad y su plantación no requiere de mayores cuidados, no es exigente en cuanto a

⁷Cozzo, Domingo, *Tecnología de la forestación en la Argentina y América Latina*, Cap. 1, pág. 2, Bs.As., 1991, Editorial Hemisferio Sur.

⁸Ibid. Op. Cit. Pág. 3.

⁹Ibid. Op. Cit. Pag. 4

la calidad del suelo, soporta perfectamente las heladas. Esto nos revela la posibilidad de que esta especie tendría para el Partido de Coronel Vidal un área de difusión dada la adaptabilidad que presenta, crece bien en terrenos bajos.

Sin ningún temor se puede confirmar que las esperanzas depositadas en el eucalyptus para el futuro, dadas que sus cualidades empiezan a ser justamente valoradas, reforestando nuestras tierras con ellos, contribuiremos a la obtención de elementos indispensables a la vida y a las actividades que se desarrollan en ella.

El género eucalyptus es extremadamente polimórfico, con unas 500 especies y más de 100 variedades, pertenece a la familia de las Mitáceas, tribu leptospermae. El "*eucalyptus globulus*", goza de múltiples cualidades como: rápido crecimiento, follaje persistente, fácil crianza, fuerza arraigante, relativa sobriedad respecto a suelos, una gran estatura y hermoso porte.

Madera de Eucalipto:

La madera de Eucalipto se caracteriza por tener numerosas y diversas utilidades. Al ser un insumo, se comercializa con empresas dedicadas a la producción de ciertos bienes donde interviene su madera:

- Madereras
- Constructoras
- Papeleras
- Empresas industriales
- Otras empresas interesadas.

CAPITULO 4

Marco Legal y Subsidios del estado.

Ámbito Nacional

La Ley Número 25.080 es la que rige en materia de Inversiones para Bosques Cultivados.

Esta norma sancionada en Diciembre del año 1998 y con decreto reglamentario a partir de Febrero del 1999, se constituye en una muy importante herramienta de promoción para la actividad, otorgando importantes incentivos a la actividad forestal, es decir a nuevos emprendimientos forestales y ampliación de los existentes, y foresto-industriales cuando estos incluyan la generación de nuevos bosques. A continuación se enumeran los aspectos sobresalientes de la misma:

Estabilidad tributaria por 30 años. Esto significa que durante ese período las inversiones dentro del marco de la ley, no podrán ver aumentada la carga tributaria total que afecta al proyecto a partir de la presentación del estudio de factibilidad. Dentro de la determinación de la carga tributaria total se incluyen las jurisdicciones nacional, provincial y municipal.

Se podrá incrementar el valor de inventario de las plantaciones, mediante al avalúo del crecimiento anual, que servirá a los efectos contables, pero sin incidencia tributaria.

Las empresas están exentas de todo tipo de impuesto patrimonial existente o a crearse sobre las existencias forestales.

Es posible optar por un régimen especial de amortización del impuesto a las ganancias, en las inversiones en bienes de capital. El equipamiento, las obras civiles y construcciones para la infraestructura del emprendimiento, se pueden amortizar en 60% en el ejercicio en que se produce la inversión y el 40% restante en dos partes iguales los años siguientes.

Las inversiones en maquinarias, equipos, unidades de transporte, etc., se podrán amortizar un tercio por año.

La administración federal de ingresos públicos efectuará la devolución anticipada del impuesto al valor agregado que corresponda a la compra o importación definitiva de bienes, locaciones o prestaciones de servicios destinados a los nuevos emprendimientos amparados por esta ley, dentro de los 365 días de la fecha de factura de los mismos. De esta manera se reduce la carga financiera del largo plazo de recuperación de la inversión.

Se exime del pago de impuestos nacionales y provinciales la aprobación de estatutos, celebración de contrato y otros elementos constitutivos y su inscripción de cualquier forma jurídica adoptada para la organización del emprendimiento, así como también las modificaciones, ampliaciones de capital, emisión de acciones, etc.

Prosiguiendo con la línea de los anteriores planes de promoción, durante el término de 10 años se brindará apoyo económico no imponible ni reintegrable, que consiste en un pago único al año de haberse efectuado la plantación o luego de realizados los tratamientos silviculturales. El monto a otorgar es de \$390 por hectárea forestada (para la provincia de Buenos Aires) en emprendimientos que no superen las 300 hectáreas anuales. El pago se efectuará luego de verificar la existencia real de la actividad certificada.

Se deja sin efecto la limitación temporal de 30 años prevista por la Ley número 24.441 para la celebración de contratos de fideicomiso, cuando con estos se constituyan fondos forestales de inversión directa.

Esta ley le da al inversor forestal las seguridades jurídicas e impositivas necesarias para una inversión a mediano plazo.

Ámbito provincial

Ley número 5699 del año 1952. Esta exime de la obligación del pago de impuesto inmobiliario, a toda aquella superficie ocupada efectivamente por forestación. La forma de acceder a este beneficio es presentando una solicitud en la delegación de Rentas local (Formulario R-248) y luego que se concrete la verificación respectiva, se hace la extensión a esa superficie. Es una medida complementaria de la anterior.

Plan de incentivo a la actividad forestal.

Por resolución del Ministerio de Agricultura de la Provincia de Buenos Aires, a partir del año 2000, se implementó un plan de promoción a la forestación que consiste en la entrega gratuita de plantines a inversores de la actividad. Esta entrega es por cupos y por zona, determinados en función de la disponibilidad de plantas licitadas.

CAPITULO 5

Características de Coronel Vidal

Coronel Vidal es un pueblo situado a unos 60 Km. de la ciudad de Mar del Plata, rodeado de una inmensa extensión de tierras verdes y montes forestados. Esta zona de la provincia de Buenos Aires es adecuada para la plantación, forestación y cultivos de todo tipo ya que es muy rica en sus propiedades de tierra y el clima de esta zona aporta moderadas temperaturas tanto en las estaciones frías como en las cálidas.

Cabe destacar que por Coronel Vidal atraviesa la reciente moderna autovía 2, muy importante en la provincia, comunicando zonas urbanas del interior con ciudades como la de Buenos Aires y las balnearias como Mar del Plata, etc. También tiene acceso a la ruta 55 que la une con la ciudad de Necochea.

Esta comunicación vial, facilita el acceso fácil y rápido no sólo de los transportes de carga de la madera sino también para los empleados que participan en la tala de los eucaliptos.

Clima y suelo:

Teniendo en cuenta el relieve del suelo en general de este Partido, comprende a la Región Pampa Deprimida.-

La mayoría de este Partido se diferencia por ser llanuras de baja pendiente y/o cuencas cerradas, con escurrimiento y desagüe superficial lento a muy lento y además alternan irregularmente períodos muy lluviosos que provocan inundaciones y anegamientos generalizados, con ciclos de precipitaciones que determinan sequías.

El régimen predominante es el de tipo ecuatorial, lluvias frecuentes y abundantes todos los meses del año con 800 mm. promedio.

La geomorfología de estas planicies son combinaciones de diversos orígenes y se le atribuye a procesos que afectaron al planeta por los efectos de fenómenos tales como ingresión marina, glaciación, etc. y procesos aluvionales y eólicos.

La formación de estas llanuras es el resultado del proceso de acumulación de sedimentos, por la deposición de materiales sueltos y livianos, procedentes de otras áreas donde actuaron procesos de denudación en las cuales fueron agentes principales el agua y el viento.

Estas tierras se caracterizan además por su vegetación gramínea que cubre la superficie casi llana, sin árboles por lo que se las denomina "pampa".

Un conocido principio establece que los suelos de un lugar son el resultado de la acción de un factor activo que es el clima.

Este Partido tiene como componentes los sectores de "loma", "media loma alta", "media loma baja", "bajos tendidos", "bajos de acumulación", prolongándose generalmente en "lagunas cañadas y cauces", esto es el relieve generalizado, en que su forma superficial no presenta regularidad. Es un suelo de drenaje imperfecto de lenta permeabilidad, el agua escurre despaciosamente generando encharcamientos periódicos, y el suelo permanece cierto tiempo con agua superficial, hay ciertos lugares que es poco anegable según la intensidad de las lluvias.

El suelo se presenta con un componente sódico o alcalino de 15-20 cm. de profundidad, la presencia de lagunas es debido a la recepción de las aguas de escurrimiento para una acumulación temporaria o permanente.

En síntesis corresponde a llanura sedimentaria con clima húmedo.

En general podemos destacar que es frecuente encontrar suelos con problemas de drenaje con capas, seguramente, freáticas altas, ricas en sales que al ascender hacia la superficie producen su salinización.

DESCRIPCION METODOLOGICA:

Trabajo de campo:

Desarrollo de un plan de negocios de forestación de eucalipto, en la localidad de Coronel Vidal; se llevará a cabo a efectos de comprobar la hipótesis y viabilizar su realización.

CAPITULO 6

***PLAN DE
NEGOCIOS***





Introducción

El presente trabajo tiene como propósito la obtención de fondos necesarios por \$60.000, para la constitución de **FORESTAL SRL**. Esta nueva empresa operará en el sector agropecuario, en el segmento de forestación de eucalipto.

El estudio abarcará temas como el análisis del producto, su oferta, demanda y el desarrollo de los detalles operativos de la gestión.

Este plan tiene como objeto convencer al grupo de interés de la validez de la iniciativa, tanto desde el punto de vista económico, como financiero, garantizando el manejo profesional, serio y responsable por una empresa como **FORESTAL SRL**, empeñada al máximo en superar los desafíos del mercado, explotando las óptimas perspectivas del negocio, es decir, asegurando el capital de quienes financien la operación, como también la tasa de retorno del mismo; mediante la construcción de un éxito empresarial estable y duradero.



Definición del Objetivo

FORESTAL SRL tiene por objetivo constituirse en catalizadora e impulsora del desarrollo de la actividad forestal, como un medio adecuado para mejorar la calidad de vida de sus asociados y, de la población regional en general, sobre la base de la generación de un recurso productivo renovable, económicamente rentable y ambientalmente sostenible.



Descripción del Negocio

FORESTAL SRL es una nueva iniciativa que se desarrollará en la ciudad de Coronel Vidal. Nacerá fundamentalmente como una empresa de inversión y asesoría de la actividad forestal.

Los pasos iniciales, se dirigen a lograr impulsar exitosamente el desarrollo forestal regional, para la creación de una superficie de plantaciones de dimensiones y calidades suficientes, para poder, a mediano plazo, atraer la inversión de otras fuentes hacia la actividad, a través de la venta anticipada de parte de los beneficios económicos futuros de las mismas. Dichos capitales serán reinvertidos en el proyecto, posibilitando de esta forma un flujo de fondos ordenado que le permita alcanzar las etapas de recupero de la inversión, con un adecuado manejo de la plantación.

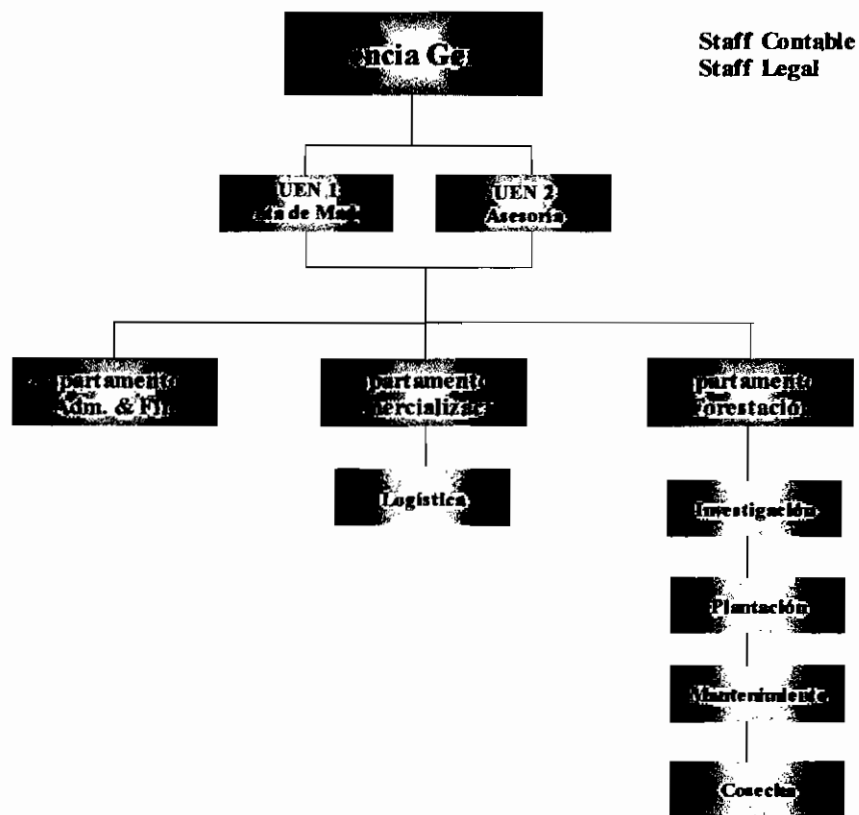
Por otra parte, se busca promover esta iniciativa en el resto de la población interesada en el desarrollo forestal, brindando así, a través de un servicio de estudio de factibilidad técnica y económica/ financiera de Proyectos Forestales, un conocimiento específico del tema, de tal manera que haya suficientes elementos como para que el cliente tome una decisión exitosa.

Consciente de las enormes ventajas económicas, sociales y ambientales, que la promoción de la actividad forestal puede representar para la solución de la problemática del deterioro que la actividad del hombre y sus emprendimientos producen a la naturaleza, se desarrollará este proyecto comercial, que ayuda a recuperar el medio ambiente en nuestra comunidad, a la par de embellecer el entorno y mejorar la calidad de vida de nuestra gente.

Asimismo, el relativamente escaso desarrollo privado regional en inversiones forestales a largo plazo, pese a los múltiples incentivos puestos a disposición a través del tiempo por diferentes administraciones nacionales y provinciales, en total concordancia con su permanente inquietud por el bienestar de sus asociados y demás habitantes del área de influencia y la búsqueda de actividades alternativas de producción, o

servicios económicamente interesantes, se creará **FORESTAL SRL** como una empresa rentable económicamente y colaboradora en la restauración de esta temática.

La sociedad se constituirá en la forma de Sociedad de Responsabilidad Limitada, estará integrada por socios y, los futuros inversores. Sus oficinas de Gerencia Gral., el Dpto. de Administración y Finanzas, el Dpto. de Comercialización, estarán situados en la ciudad de Mar del Plata y, el Dpto. de Forestación, en la ciudad de Coronel Vidal, por ser sus tierras óptimas (costo / calidad) para el desarrollo de dicha actividad. El organigrama adjunto presenta los principales departamentos establecidos.



ASPIRACIONES

- Ser reconocidos por la calidad en la producción de madera.
- Crear valores para clientes, ayudándoles a tomar decisiones acertadas para su negocio y generar lazos sólidos.
- Colaborar en el desarrollo de la actividad forestal.
- Contribuir en la manutención del medio ambiente.

RESTRICCIONES

Situación económica en recesión.

Estar fuera del negocio en caso que se derogue o cambie sustancialmente la Ley 25.080, lo que impedirá seguir asesorando para encarar futuros proyectos de forestación.

CAPACIDADES

Contar con personal calificado en cada una de las áreas que conforman FORESTAL SRL.

Alianza estratégica creada para la distribución de la madera, con el fin de otorgarle valor agregado a la venta y calidad de entrega del producto.

Tener conciencia hacia el cuidado y mantenimiento del paisaje forestal.

OPORTUNIDADES

La creciente demanda de madera.

La imposibilidad de los abastecedores tradicionales en cubrir la demanda de madera.

El eucalipto es la especie más demandada para la fabricación de pasta de papel.



Marco Jurídico

Elección de la Naturaleza Jurídica

Se constituye **FORESTAL SRL** como una SRL conforme el Art. 146 de la Ley de Sociedades Comerciales (L. 19551), la Sociedad de Responsabilidad Limitada es aquella en la cual *“el capital se divide en cuotas; los socios limitan su responsabilidad a la integración de los que suscriben o adquieren, sin perjuicio de la garantía a la que se refiere el art. 150. El máximo de socios no excederá a los 50”*. Tanto en el acto de constitución como durante su posterior funcionamiento.



Análisis de la Demanda

Unidad Estratégica de Negocios (UEN) Comercialización de la Madera de Eucalipto

Esta empresa se dedicará a la forestación de eucalipto, obteniendo como producto la "madera de eucalipto" que será el producto final al que nos dedicaremos a comercializar. Al ser un insumo, este producto se comercializa para empresas, dedicadas a la producción de ciertos bienes donde interviene la madera:

- Madereras
- Constructoras
- Papeleras
- Empresas industriales
- Otras empresas interesadas.

Unidad Estratégica de Negocios (UEN) Asesoría

El *Servicio de Asesoría* se basará en, el completo estudio de factibilidad técnica y económica / financiera del Proyecto Forestal, de tal manera, que haya suficientes elementos, como para tomar una decisión acerca de la forestación, superficie, y producto que se desea ofrecer a un potencial mercado.

La asesoría para forestación en nuestro país, a nivel nacional e internacional, contempla los siguientes trabajos:

- Visita al campo o lugar determinado, en la cual se recopilarán datos del suelo y, se determinarán los factores climáticos que lo afectan. Se tomarán muestras del suelo a efectos de analizarlas en el laboratorio para conocer el perfil del mismo.
- Sobre la base de esos elementos se determinará la mejor especie o, conjuntos de especies aconsejables.

Una vez definida la especie forestal, más conveniente, desde el punto de vista del clima y del suelo, se desarrollarán las siguientes tareas o informes sobre la especie elegida:

- 1) El cultivo comercial en Argentina.
- 2) Usos y demanda de su madera.
- 3) Balance oferta / demanda en el mercado interno.
- 4) Productos a obtener primarios y semi-elaborados.
- 5) Caracterización y prefactibilidad técnica y económica.
- 6) Costo de implantación y cuidado de todo el ciclo.
- 7) Costo de tala preparación, extracción, y transporte.
- 8) Determinación de la rentabilidad: flujo de fondos, cálculo de la Tasa Interna de Retorno (en adelante T.I.R.) y, Valor Actual Neto (en adelante V.A.N.).



Análisis del Sector Competitivo

Sector de venta de madera de eucalipto en la provincia de Buenos Aires.

Es un sector en crecimiento, en el cual, el consumo, ha superado al abastecimiento, generando una demanda insatisfecha. En primer lugar, se debe considerar, el crecimiento en el consumo en más del 2% anual, debido al aumento demográfico de la población, y aparición de nuevos productos de este origen, tanto en usos domésticos como en la industria de los tableros.

La aparición del plástico, pareció al comienzo, hacer peligrar a la madera, pero está siendo desplazado, por las dificultades que presenta para su reciclaje, convirtiéndose en un contaminante, contra la facilidad que tienen los productos leñosos para una nueva utilización.

Por otro lado, la foresto-industria se ha perfeccionado, teniendo menos residuos, y al mismo tiempo la escala industrial se ha ampliado, es decir, que las plantas industriales consumen mayores cantidades de materias primas, para lograr la rentabilidad esperada. Las forestaciones de cultivo con especies de rápido crecimiento, como lo es el eucalipto, en zonas como Coronel Vidal, donde es posible realizarla en forma sustentable, sin dañar los bosques nativos, es una de las soluciones para disminuir dicho déficit.

Otra de las ventajas que **FORESTAL SRL** garantizará es, la promoción forestal oficial. Se ha promulgado en el país una legislación actualizada para realzar inversiones en el sector. La ley 25.080 para bosques cultivados, que otorga subsidios, no imponibles, ni reintegrables, y beneficios impositivos y fiscales. Básicamente esta ley, garantiza estabilidad fiscal por 30 años para todos los forestadores y prolonga por 10 años, un programa de subsidios, con monto que cubren hasta el 80% de los costos de implantación.

Un análisis del sector forestal argentino, manifiesta que en la última mitad de los noventa, el consumo per cápita, tuvo un comportamiento diferente de acuerdo con el tipo de producto forestal que se tratare. Por

ejemplo: los papeles y cartones registraron un crecimiento del 5% promedio anual; el consumo de tableros (partículas, fibra y compensados), creció en promedio, el 9% anual.

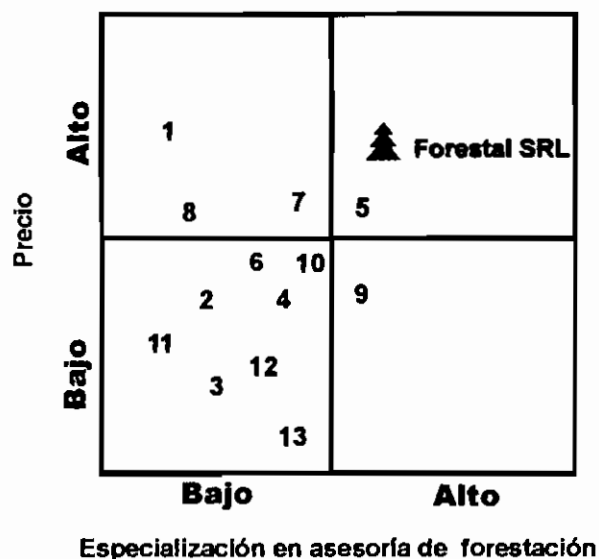
De todos modos, los niveles de consumo per cápita, de productos de origen forestal, continúan siendo bajos, quedando claro que en el mercado interno existe un importante camino para recorrer. En la medida, en que se reactive el consumo en general y se modifiquen conductas en relación a la utilización de los productos de origen forestal, el mercado interno seguirá siendo un destino importante para estos productos. Se mencionan a continuación, algunos de los competidores que venden en la Provincia de Buenos Aires. Entre otros, son:

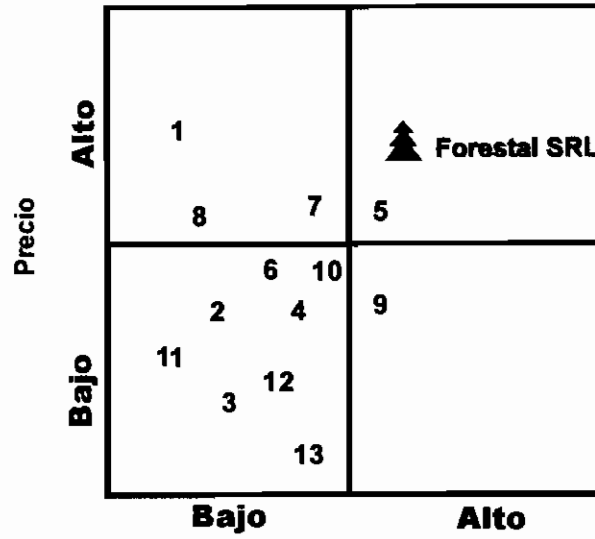
- *Desarrollos Forestales SA*
- *Dpf*
- *Establecimiento Metalu*
- *Estación Forestal Inta*
- *Faplac SA*
- *Forestal El Sol SRL*
- *Forestal Net SA*
- *Foreste SA*
- *Islas Volcán SRL*
- *Jopeco SRL*
- *Los Leños SRL*
- *Nuestra Señora Del Milagro*
- *Punta Moran SA*
- *Saviar SA*
- *Vivero Las Dalías*
- *Vivero Necochea Yamamoto E Hijos*
- *Vivero Tío Otto*

Análisis de la competencia de la provincia de Buenos Aires.

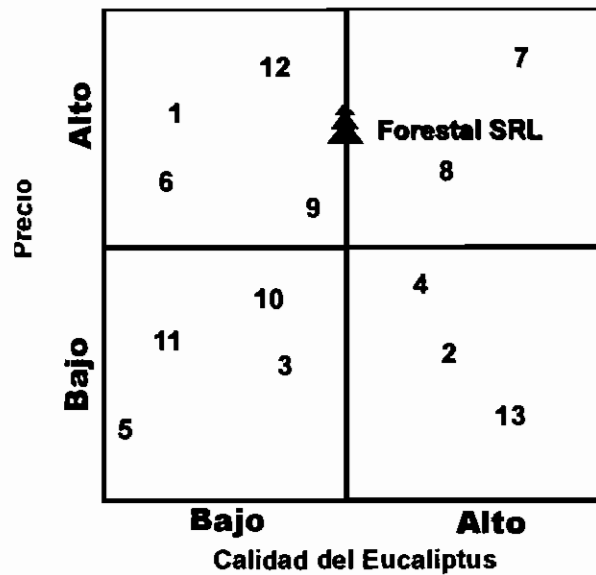
1	Desarrollos Forestales S.A.
2	Vivero Tío Otto
3	Establecimiento Metalu
4	Los Leños S.R.L.
5	Nuestra Señora del Milagro
6	Vivero Las Dalias
7	Forestal Net S.A.
8	Jopeco S.R.L.
9	Faplac S.A.
10	Vivero Tío Otto
11	Punta Moran S.A.
12	Islas Volcán S.R.L.
13	Vivero Necochea Yamamoto e hijos

El siguiente cuadro, son las referencias de la competencia. Los gráficos que se encuentran a continuación, comparan a **FORESTAL SRL** con el resto de sus competidores, en sus principales actividades a destacar:





Sistema de Distribución & Logística



Calidad del Eucaliptus



Estrategia de Negocio

Estrategia General del Negocio

Nuestra empresa busca, a través de su capacidad técnica y calidad en sus productos, crear valor para nuestros clientes trabajando en forma personal y directa.

UEN 1 de Comercialización de la Madera

FORESTAL SRL, no solamente vende calidad en su producto, sino que brinda una solución integral, creando un vínculo confiable y a largo plazo con sus clientes, generando, a través de su sistema de distribución, la garantía de un envío seguro.

Objetivos Específicos:

Asegurar la venta total de la capacidad forestada, (100 ha.).

Mejorar, la productividad media por hectárea, regularmente en un 3% acumulativo anual.

Mejorar rápidamente la tecnología de producción primaria.

Aumentar la escala de los bosques, a partir del 1º corte de 100 hectáreas y avanzar hacia la mejor oferta.

Acortar los ciclos de corte en un 10%.

UEN 2 de Asesoramiento

Ser el medio por el cual, las personas y las organizaciones, no vinculadas tradicionalmente al sector forestal, puedan canalizar su capacidad de ahorro, hacia proyectos de inversión altamente rentables y sustentables, asegurando mediante una gestión profesional, el éxito de los mismos.

Objetivos Específicos:

Aumentar en un 20% la cantidad de estudios de asesoría, sobre los resultados anteriores.

Lograr un posicionamiento, basado en la especialización de los estudios.



Análisis Financiero

Terrenos	80000	———	0	0	80000
Edificios	33000	50	660	660	26400
Muebles y Útiles	5500	10	550	550	0
Instalaciones	350	10	35	35	0
Organización de la empresa	2000	0	0	0	0
TOTAL	120850		1245	1245	106400

Inversión: \$120.850

Capital propio: \$60.850 / 50.5% participación (se aportan por el valor de \$35.000 una oficina / muebles y útiles)

Inversores: \$60.000 / 49.5% participación

COSTOS DEL PROYECTO (Año 1 al 2)			
	CONSTANTES	VARIABLES	TOTAL
COSTOS DE PRODUCCION			29878
Materias primas directas (*)	0	340	340
Mano de obra directa y cargas sociales(***)	0	20000	20000
Gastos de Forestación (**)	0	750	750
Amortizaciones	1245	0	1245
Insumos (***)	0	240	240
Seguros	1000	0	1000
Sueldo y cargas sociales Ingeniero	6000	0	6000
COSTOS DE ADMINISTRACION	2500	0	2500
COSTOS DE COMERCIALIZACION	2500	0	2500
COSTO TOTAL	13245	21330	34575
(*) Plantines: reposición por fallas.			
(**) Arado, desmalezado, preparación.			
(***) Fertilizantes e insecticidas.			
(****) 1° 20000 / 2° 10000			

COSTOS DEL PROYECTO (Año 3 al 8)			
	CONSTANTES	VARIABLES	TOTAL
COSTOS DE FORESTACION			9688
Gastos de Mantenimiento y Control	0	700	700
Amortizaciones	1245	0	1245
Insumos	0	120	120
Energía Electrica		600	600
Seguros	1000	0	1000
Sueldo y cargas sociales Ingeniero	6000	0	6000
COSTOS DE ADMINISTRACION	2500	0	2500
COSTOS DE COMERCIALIZACION	2500	0	2500
COSTO TOTAL	13245	1420	14665

Total Ingresos	30750	14400	56280	20736	24883,2	29859,8	35831,8	642998
ventas	12000	14400	17280	20736	24883,2	29859,8	35831,8	642998
reintegro Nación			39000					
subsidio plantines	18750							
<i>menos:</i>								
Costos de Producción	28575	18575	9665	9665	9665	9665	9665	9665
Costos de Administración	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500
Costos de Comercialización	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500
<i>Igual a:</i>								
Utilidad económica antes de impuestos	-3825	-10175	41615	6071	10218,2	15194,8	21166,8	628333
<i>menos:</i>								
Costos financieros	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>Igual a:</i>								
Utilidad antes de impuestos	-3825	-10175	41615	6071	10218,2	15194,8	21166,8	628333
<i>menos:</i>								
Impuesto a las ganancias	0	0	0	0	0	0	0	0
<i>Igual a:</i>								
Utilidad después de impuestos	-3825	-10175	41615	6071	10218,2	15194,8	21166,8	628333
(*) Ingresos reintegro Nación (año 3) / Ingresos por asesoría / Venta madera (año 0)								
	0	0	39000	0	0	0	0	600000
	12000	14400	17280	20736	24883	29860	35832	42998
	12000	14400	56280	20736	24883	29860	36832	842998

Disponibilidad mínima en caja y bancos	10000
TOTAL ACTIVO DE TRABAJO	10000
TOTAL PASIVO DE TRABAJO	2500

Costos Fijos Totales	13245	13245	13245
Costos Variables Totales	21330	11330	1420
Costos Totales Anuales	34575	24575	14665
Ventas del periodo	12000	14400	56280
Punto de equilibrio	-17035,37	62126,38	13587,83

(A) TOTAL DE FUENTES	120,85	41,46	12,52	45,47	52,78	64,25	80,68	103,10	732,68
Capital propio	120,85	10,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Inversores	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Subsidios	0,00	18,75	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Reintegró	0,00	0,00	0,00	39,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ventas netas	0,00	12,00	14,40	17,28	20,74	24,88	29,86	35,83	643,00
Saldo de ejercicio anterior	0,00	0,00	-1,88	-10,81	32,05	39,37	50,83	67,27	89,68
(B) TOTAL DE USOS	120,85	44,58	24,58	14,67	14,67	14,67	14,67	14,67	14,67
Activo Fijo	120,85	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Activo de Trabajo	0,00	10,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Costo Anual	0,00	34,68	24,58	14,67	14,67	14,67	14,67	14,67	14,67
(C) SALDO: (A)-(B)	0,00	-3,13	-12,06	30,81	38,12	49,58	66,02	88,44	718,01
Mas : Amort. inc. en costos	0,00	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25	1,25
Saldo para el próximo ejercicio	0,000	-1,880	-10,810	32,050	39,368	50,829	67,269	89,681	719,259

0	120.850,00	0,00	0,00	120.850,00	0,00	0,00	0,00	-120.850,00
1	0,00	10.000,00	0,00	10.000,00	-3.825,00	1.245,00	-2.580,00	-12.580,00
2	0,00	0,00	0,00	0,00	-10.175,00	1.245,00	-8.930,00	-8.930,00
3	0,00	0,00	0,00	0,00	41.815,00	1.245,00	42.860,00	42.860,00
4	0,00	0,00	0,00	0,00	6.071,00	1.245,00	7.316,00	7.316,00
5	0,00	0,00	0,00	0,00	10.218,20	1.245,00	11.463,20	11.463,20
6	0,00	0,00	0,00	0,00	15.184,84	1.245,00	16.439,84	16.439,84
7	0,00	0,00	0,00	0,00	21.168,81	1.245,00	22.411,81	22.411,81
8	0,00	0,00	0,00	0,00	628.333,17	1.245,00	629.578,17	629.578,17

T.I.R. = 26%
V.A.N. al 11% 178.851,14

T.I.R FINANCIERA

Año	Inversión en Capital propio	Saldo de caja del período	Flujo de Ingresos	Diferencia
0	85,85	-	-	85,85
1	10,00	- 1,88	- 1,88	11,88
2	-	- 8,93	- 8,93	8,93
3	-	42,86	42,86	42,86
4	-	7,32	7,32	7,32
5	-	11,46	11,46	11,46
6	-	16,44	16,44	16,44
7	-	22,41	22,41	22,41
8	-	629,58	629,58	629,58

T.I.R = 32%



Plan de Marketing

UEN de Comercialización de Eucalipto

• **Producto:** de la forestación de eucalipto, se obtiene como producto la "madera de eucalipto". Esta es, de alta calidad, y no presenta nudos, es decir, que ha sido completada la poda en todo su ciclo. Al ser un insumo, este producto se comercializa para empresas, dedicadas a la producción de ciertos bienes donde interviene la madera.

• **Política de precios:** el precio de madera es de \$20 la tonelada.

• **Comunicación:** Publicaciones, en revistas especializadas del sector. También se habilitará un sitio en Internet **www.FORESTAL.com.ar**

• **Distribución:** los clientes serán quienes se acerquen al campo, ya que la venta, se realizará en pie, pero en un futuro se tercerizará la distribución, mediante una alianza estratégica con una empresa de transporte. Esto nos permitirá adecuar la venta y darle valor de acuerdo al tipo de cliente.

UEN de Asesoría

• **Producto:** servicio de todo tipo de asesoría, en forestación. Se le hace llegar al cliente un informe detallado, garantizando una respuesta integral a sus necesidades.

• **Política de precios:** el importe a cobrar será de \$2.000, destinados a honorarios correspondientes.

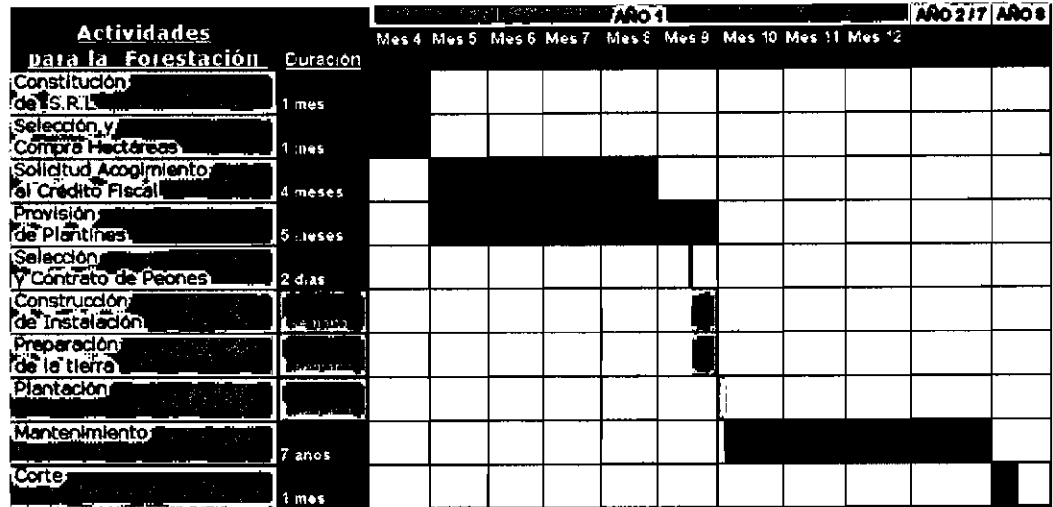
• **Comunicación:** se habilitará un sitio en Internet **www.FORESTAL.com.ar** y se realizarán publicaciones en revistas especializadas del sector. Se considera, que se establecerá, una cadena de recomendaciones, lograda, por la excelente gestión que se realizará con los clientes potenciales. Este proceso se denomina comunicación "boca en boca".

Participación en exposiciones y ferias.

• **Distribución:** el contacto con nuestros clientes es directo, sin intermediarios.



Diagrama de Gantt





Plan de Ventas

Unidad Estratégica de Negocios (UEN) de Comercialización de Eucalipto

Se estima la venta total de la forestación, en el año 8, respectivo al corte. El proceso de venta se realiza durante los 7 años previos al corte.

Por lo tanto, cada tonelada se vende a \$20, por cada hectárea son 300 toneladas aproximadamente.

$$20 \times 300 = 6000 \times 100 = \$600.000$$

La venta se realiza, monte en pie. De la siguiente manera, se percibe, el 70 % adelantado del valor medido previamente. A partir de allí, se sigue adelantando el pago del remanente, hasta completar la extracción total del monte y su peso final.

Unidad Estratégica de Negocios (UEN) de Asesoría

Se estiman, seis trabajos de asesoría, en el primer año, uno por bimestre. Aumentado a partir de allí, en un 20% sobre el resultado anterior.

$$1^\circ \text{ año } 6 \times 2000 = \$ 12.000.$$

$$2^\circ \text{ año } \$12.000. \times 20 \% = \$ 14.400.$$



Plan Operativo

FORESTAL SRL desempeña sus actividades, en un ambiente de trabajo, conformado por especialistas altamente capacitados, haciendo las gestiones correspondientes, en la oficina de la ciudad de Mar del Plata.

Mientras que, las actividades de Forestación, así como la actividad de logística, se realizará, en la ciudad de Coronel Vidal.

Actividad Productiva

- Selección de 100 hectáreas (con un total de 1250 árboles por ha.) a disposición.
- Provisión de plantines, que se encuentran subsidiados por el Estado, producidos en viveros de alta calidad y fiscalizados por nuestros propios ingenieros.
- Adecuada preparación del terreno y descomposición de malezas, mediante el uso, de tecnologías químicas y mecánicas en forma combinadas.
- Plantación: la colocación de los plantines, se puede realizar en forma manual (cuando el tipo de terreno así lo requiera), o mecanizado con plantadoras, para lograr, de esta manera, calidad y homogeneidad en la plantación. Si las condiciones climáticas lo requieren, realizamos un riego de asiento para garantizar un prendimiento óptimo de los plantines. Según las características específicas de cada campo, se determina, la posibilidad de realizar, una fertilización para lograr un mejor rendimiento inicial.
- El mantenimiento, comprende dos acciones principales, que son:
 1. El control de hormigas: tarea que realiza una persona de la empresa, en forma permanente, mientras existe riesgo de daño a la plantación. La tarea, se desarrolla en forma localizada, con insecticidas de baja toxicidad, provistos por la empresa.

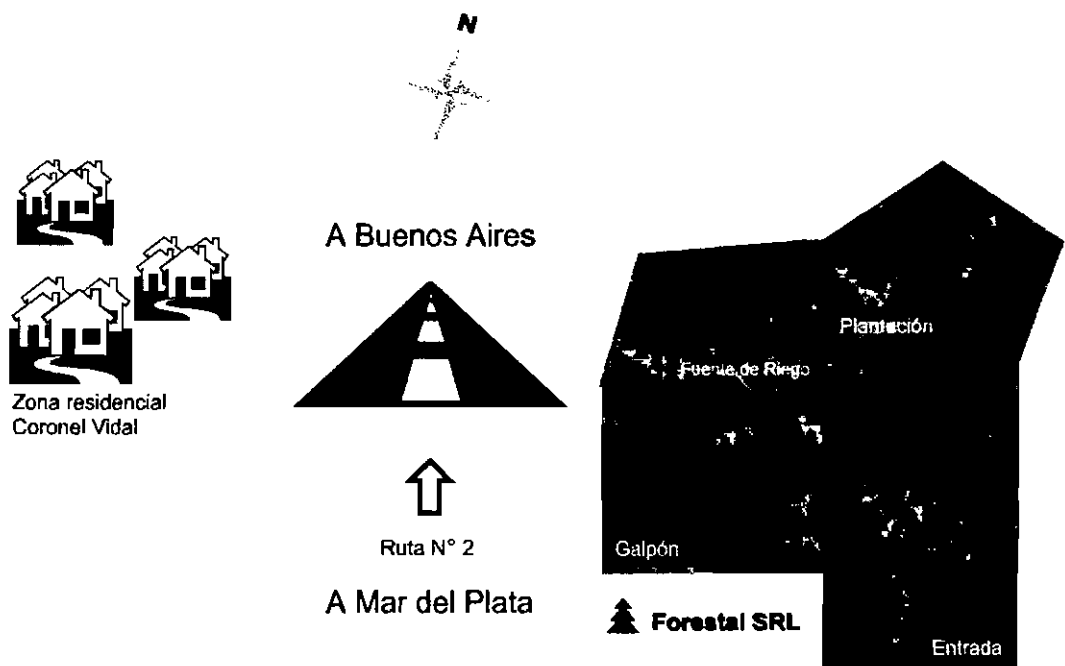
2. Control de malezas: las acciones en este sentido, tienen como objetivo principal, potenciar el desarrollo de los plantines, libres de competencia con las malezas, por los nutrientes y el agua, que naturalmente tiene la tierra. La combinación de técnicas, elegidas para cada situación particular, comprenden métodos químicos (uso de herbicidas aplicados responsablemente).

A partir del 3° año, el nivel mantenimiento disminuye, siendo este, un mínimo control cada 6 meses.

Comercialización de la madera

Se produce, una vez desarrollada la plantación y cuando alcanza el tiempo de corte (periodo de tiempo en el que logra la aptitud para ser comercializada).

A continuación, se presenta, un croquis del campo, (100 hectáreas aprox.), situado en las inmediaciones, de la ciudad de Coronel Vidal.



Mano de Obra

El personal de la empresa será contratado, para trabajos temporarios, según la actividad lo requiera. Se contratarán, en la fase de plantación, 10 peones, se calcula 1 peón cada 10 ha. aproximadamente, durante el primer año. Luego en el 2° año, se reduce a 5 peones, para el control y mantenimiento, y a partir del 3° año, como no se necesitan cuidados personalizados ,no dispondremos de personal.

Fuerza de Venta

Tanto en la UEN 1, como en la UEN 2, el proceso de venta se realizará a través de personal idóneo.

La remuneración asignada al Ingeniero Agrónomo que trabaja en **FORESTAL SRL** será, un sueldo fijo de \$500, más un porcentaje sobre cada trabajo en que se asesore, dependiendo si los clientes surgen por contactos directos, del mismo.

Escenario Optimista

Se produce una baja importante en las tasas de interés, la tasa de crecimiento del país va en aumento, el riesgo país comienza a decrecer, permitiendo, una confianza en la gente para invertir.

Con respecto a las microvariables, nuestro VAN y TIR, son más que interesantes, tentando al inversor, y dándole la seguridad y respaldo que necesita. Además, la mala experiencia sufrida por los ahorristas con el Sistema Bancario (Corralito), es favorable, ya que la gente, al recuperar su dinero busca otras opciones y destinos para el mismo.

Los subsidios del Estado, no sólo se mantienen, sino que los mecanismos implementados son complementarios, o sea que se puede acceder a ambos, tanto Provincial como Nacional, en forma simultánea y de manera muy sencilla, ya que sólo se necesita presentar los formularios que estas instituciones habilitan al efecto, sin demora alguna por parte de los mismos.

La clase política, demuestra consenso y unidad, y comienza a trabajar seriamente, para el crecimiento del país.

El Gobierno, cumple con todas las obligaciones, tanto internas como externas.

Escenario Pesimista

El gobierno, no tiene intención, de cumplir con sus obligaciones, ya sean internas o externas.

Debido a la baja tasa de crecimiento del país, a un riesgo país cada vez mayor y con altas tasas de interés, es muy difícil conseguir inversores, o gente que quiera participar en nuestro negocio de forestación.

Con respecto a las microvariables del proyecto, la burocracia en la Argentina, es cada vez mayor, y consideramos que es muy difícil que se cumpla, con la fecha de entrega de los plantines y menos aún, con la

aprobación de los planes de forestación. Somos conscientes que nuestro período de recupero es muy largo con respecto a los que nuestros inversores nos demandan.

Muchos posibles inversores potenciales, no han podido todavía recuperar la totalidad de su dinero del Sistema Bancario.

En cuanto a lo político, el panorama cada vez peor y la gente no quiere realizar nada hasta después de las elecciones nacionales.

CONCLUSIÓN

En un mercado tan complejo como el actual, globalización mediante, idea y visión exigen un enfoque sistémico y racional, que analice las variables internas y externas.

Es muy difícil que un emprendimiento sobresalga o sea viable sin planeamiento o estudio previo. De un plan consistente, claro y bien presentado puede depender el futuro de un negocio.

El plan de negocios es un documento estratégico fundamental, tanto para una gran compañía como para una Pyme. En distintas situaciones de la vida de una empresa, se hace necesario mostrar en un documento único, todas las variables de un proyecto, para orientar la puesta en marcha de un negocio, para convencer a un inversor, para sustentar un pedido de crédito, para realizar una oferta de compra o de venta, para presentar un negocio a un potencial socio, etc.

En el presente trabajo se ha desarrollado, en profundidad el tema de forestación de eucalipto. Se han planteado diversos objetivos y se ha formulado una hipótesis.

En su primera parte se realizó un marco teórico completo y detallado que abarca toda la información necesaria para la comprensión del tema.

Los objetivos han sido cumplidos, en su totalidad, mediante la confección del plan de negocios desarrollado. El mismo sirve para analizar, evaluar y presentar este proyecto forestal. En él se han examinado las alternativas para llevar adelante la comercialización de eucalipto, evaluando su factibilidad técnica, es decir, comprobando que puede hacerse; económica, dando los resultados esperados; financiera, determinando que existen los recursos necesarios y, por último legal, cumpliendo con la normativa vigente y haciendo uso de los beneficios fiscales e impositivos.

Por todo lo anteriormente expuesto, y desarrollado, se puede concluir que la hipótesis de forestación de eucalipto es una actividad económicamente viable para la región de Coronel Vidal.

Por último, se quiere resaltar que, existen muchas opciones de inversión, pero pocas brindan la seguridad en el retorno de su atractiva rentabilidad, como la inversión forestal.

BIBLIOGRAFIA

Blanco, J. B.-Fernández Caso, V.-Gurevich R., Geografía Argentina y del Mercosur, Madrid, 2000, Editorial Aique.

Cozzo, Domingo, Tecnología de la forestación en la Argentina y América Latina, 1991, Editorial Hemisferio Sur.

Cozzo, Domingo, Eucalyptus y Eucaliptotecnia, Buenos Aires, 1981, Editorial El Ateneo.

Farinella, Fabio; Derecho y Ambiente, Mar del Plata, 1993, Edición Suarez.

Kotler, Philip-Armstrong, Gary, Mercadotecnia; México; 1997; Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana S.A.; Sexta Edición.

Lambin, Jean Jacques, Marketing estratégico, Madrid, 1996, Editorial Mc Graw-Gil.

Legislación nacional Ley 25.080, Inversiones para Bosques Cultivados.

Legislación provincial Ley 5699.

Morrisey, George L. Pensamiento estratégico, México, 1998, Editorial Prentice Hall Hispanoamericana S.A..

Terragno, Daniela, y Lecuona, María Laura. Cómo armar un plan de negocios. (Mercado / dinero).

Velarde, Marta Silvia, Derecho Agrario, Buenos Aires, 1988, Editorial Alacode Rodolfo Depalma.

Direcciones de Internet consultadas

<http://www.dinero.com.va/plandenegocios.html>

<http://www.SAGPYA.mecon.gov.ar>

GLOSARIO

UEN: unidad estratégica de negocios, es una unidad operativa o un foco de planificación, que agrupa productos o servicios diferenciados, vendidos a un conjunto uniforme de clientes, enfrentando al mismo tiempo un grupo definido de competidores.

TIR: tasa interna de retorno, es la tasa de interés efectiva que da la inversión en el negocio en evaluación. Es la máxima tasa que es posible pagar por el financiamiento de un proyecto, ya que devolviendo un préstamo con esa tasa, con los ingresos generados, el proyecto no daría ganancia ni pérdida. La fórmula para calcular este indicador es algo compleja, pero con una calculadora financiera o una planilla de cálculo resulta muy simple de obtener: solo se necesita cargar los datos del flujo de fondos, y la fórmula financiera que ya está cargada se aplica con solo presionar enter.

VAN: valor actual neto, es el valor de la inversión en el momento cero, descontados todos sus ingresos y egresos a una determinada tasa, que refleja las expectativas de retorno depositadas en el proyecto. Indica un monto en bolívares que representa la ganancia que se podría tomar por adelantado al comenzar un proyecto, considerando la "tasa de corte" establecida.

AGRADECIMIENTOS

-A Dios, por iluminarme y por fortalecerme espiritualmente.

-A mi mujer Carolina, por compartir día a día mis logros y fracasos, por su amor y comprensión.

-A la Dra. Laura Cipriano, por su predisposición y ayuda para el desarrollo de este trabajo.

-Al Licenciado en Economía, Samir Fernández Hachim, por su colaboración y apoyo en este plan de negocios.

-A la Ingeniera Forestal, Adriana Di Blasi de Etchegaray, por toda la información brindada y su valioso tiempo.

-Al Ingeniero Agrónomo, Domingo Abel Moray, por haber compartido conmigo su vasta experiencia.

-Al Capitán (RE) Álvaro Leguizamón por haberme iniciado en el tema.

-A mis compañeros Maria Laura Introcaso, María Jack, Ariel Sucar Jozami y, a todos los que compartieron estos años de Universidad.

-Al CPN Diego Giannetti, al Sr. Marcelo Cortinez Quiroga y a todos aquellos que de una forma u otra me apoyaron.



Licencias para la habilitación

IFONA 3698	SOLICITUD DE ACOGIMIENTO AL CREDITO FISCAL LEY NRO. 21.695	EXPEDIENTE				Noj.
		Pais	Dist	Piso	Año	

Lugar y Fecha:

Señor Interventor del
INSTITUTO FORESTAL NACIONAL
S / / D

Titular/es: Apellido y nombres o Razón Social

Represent. legal: Apellido y nombres

TITULAR			TITULAR		
Estado civil			Estado civil		
Nombre y apellido del cónyuge:			Nombre y apellido del cónyuge		
Nombre del padre.			Nombre del padre		
Nombre y apellido de la madre:			Nombre y Apellido de la madre		
CI:	LE/LC:		CI:	LE/LC:	
DMI:	PASAP:		DMI:	PASAP:	
Domicilio real Calle: Nº: Piso Dto: Tel: C. Pos: Loc CP (2):			Domicilio real Calle: Nº: Piso Dto: Tel: C. Pos: Loc CP (2):		
NUMERO DE INSCRIPCIÓN EN EL REG. DE PLANTADORES DEL IFONA			NUMERO DE INSCRIPCIÓN EN EL REG. DE PLANTADORES DEL IFONA		

El solicitante constituye domicilio legal en:

Domicilio legal - calle Nº Pso. Dto. Localidad C.Pos. CPo: \$ Dto

Domicilio que se considerará subsistente para todos los efectos legales mientras el interesado no entifique fehacientemente su cambio.

Presentar al Señor Interventor los beneficiarios del Crédito Fiscal instituido por la Ley 21.695 para la ejecución del plan adjunto, que cumple con los parámetros ecológicos, técnicos y de zonificación establecidos por resoluciones vigentes que declararon conocer.

La documentación legal y técnica que fijan dichos resoluciones son presentados conjuntamente con esta solicitud.

El plan forestal adjunto ha sido elaborado como responsable técnico por el Ingeniero Agrónomo o Forestal

Domicilio legal - calle Nº Pso. Dto. Localidad C.Pos. CPo: \$ Dto. Tel.

NUMERO DE INSCRIPCIÓN EN EL
REG. DE PROFESIONALES DEL IFONA

Firma del técnico responsable: _____

Se deja constancia en carácter de DECLARACION JURADA que los datos consignados en los formularios adjuntos son correctos y completos y que no ha sido confeccionados sin omitir nada alguno que deban constar.

Firma titular (es) _____
 Legenda Firma _____
 Cargo _____

I F O N A	SOLICITUD DE ACOGIMIENTO A CREDITO-FISCAL	Expediente			
		Pág.	Depto	Plan	Año
	LEY NRO. 21.695				

UBICACION DEL INMUEBLE

DATOS DE INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE LA PROPIEDAD :	
NOMENCLATURA CATASTRAL:	
PROVINCIA:	CO
DEPARTAMENTO O PARTIDO:	COCHILE
DISTRITO O CIRCUNSCRIPCIÓN:	
LOCALIDAD:	
PEDANÍA:	
COLONIA:	
PARAJE:	
FRACCIÓN:	
SECCIÓN:	
LOTE/MANZANA:	
PARCELA:	
CON FRENTE A RUTA:	
CON FRENTE AL RIO O ARROYO:	
DISTANCIA RESPECTO A ESTABLECIMIENTOS INSTALADOS QUE CONSUMEN MADERA:	
Denominación del predio :	
Nombre y apellido del encargado :	
Domicilio: Dirección postal: C. Pos	

DEL DOMINIO U OCUPACION DEL PREDIO

PROPIETARIO	<input type="checkbox"/>	ARRENDATARIO	<input type="checkbox"/>	DUPLICANTE DE TERRA FISCAL	<input type="checkbox"/>	OTRAS FORMAS DE TENENCIA	<input type="checkbox"/>
Superficie en hectáreas	<input type="text"/>	Superficie en hectáreas	<input type="text"/>	Superficie en hectáreas	<input type="text"/>	Superficie en hectáreas	<input type="text"/>
				hectáreas			

F O N A

SOLICITUD DE ACOGIMIENTO AL CREDITO FISCAL
LEY NRO. 21.695

Expediente

Folio	Fecha	Plan	Año

Hoja

3

DE LA PLANTACION

CODIGO DE ESPECIE	(1) A A A A A	DESCRIPCION NUMERO DE PLANTAS POR HECTAREA	(2) A A A A A	(3) A A A A A	DISTANCIA ENTRE FILAS	DISTRIBUCION ENTRE PLANTAS	ESPESOR DE FILAS	DISTRIBUCION ENTRE DIRECTORIAS	LONGITUD EN METROS	SUPERFICIE NETA A TRABAJAR Y/O DE-REPOSITAR DIRECTORIAS	TIPO DE TERRENO PARA SIEMBRAR (VALOR)	TIPO DE SIEMBRAS (VALOR)	(4) A A A A A

DESCRIPCION DE LA ESPECIE

DESCRIPCION DE LA ESPECIE

DESCRIPCION DE LA ESPECIE

DESCRIPCION DE LA ESPECIE

DESCRIPCION DE LA ESPECIE

DESCRIPCION DE LA ESPECIE

DESCRIPCION DE LA ESPECIE

DESCRIPCION DE LA ESPECIE

SUPERFICIE DESTINADA A CANCHOS Y PORTAFRUTOS (DIRECTORIAS)

PROCEDENCIA DE LOS PLANTINES Y/O ESTACAS

Denominación del Vivero/ Producción propia	Localidad-Provincia

PLAN DE OBRAS - Habilitación de tierras

TAREAS	Año de realización de la obra				
	19...	19...	19...	19...	19...
DESMONTE Superficie en hectáreas.	Liviano				
	Pesado				
NIVELACION O EMPAREJAMIENTO Superficie en has.	Nivelación				
	Emparaj.				
OBRAS PARA RIEGO					
C A	De Riego	Longitud (m)			

CODIGOS DE LAS PROVINCIAS

00	Capital Federal	12	Mendoza
01	Buenos Aires	13	Misiones
02	Catamarca	14	Nouquén
03	Córdoba	15	Río Negro
04	Corrientes	16	Salta
05	Chaco	17	San Juan
06	Chubut	18	San Luis
07	Entre Ríos	19	Santa Cruz
08	Formosa	20	Santa Fe
09	Jujuy	21	Santiago del Estero
10	La Pampa	22	Tucumán
11	La Rioja	23	Tierra del Fuego

1 TAREAS

INDICAR EL CODIGO QUE CORRESPONDA

FORESTACION 1 REFORESTACION 2 TALLAR 2
FUSTAR 3

2 SISTEMA DE PLANTACION

INDICAR EL CODIGO QUE CORRESPONDA

CORTINA 1 TRINCHERA 2 MACIZO 3 BAJO CUBIERTA 4

PARA TRINCHERAS INDICAR: NUMERO DE FILAS, DISTANCIA ENTRE FILAS, DISTANCIA ENTRE PLANTAS Y DISTANCIA ENTRE TRINCHERAS

PARA MACIZOS INDICAR: DISTANCIA ENTRE FILAS Y DISTANCIA ENTRE PLANTAS

3 MODO INDICAR EL CODIGO QUE CORRESPONDA

1: plantación a raíz libre	4: plantación con barbedos
2: " con envase	5: " /esquejes
3: " con astacas	6: siembra directa

4 AÑO

INDICAR EL AÑO EN QUE SE CONCRETARA LA SIEMBRAS O PLANTACION PROPIAMENTE DICHAS
EN LOS CASOS DE REFORESTACION POR ATENCION DE REBROTES, INDICAR EL AÑO DE INICIACION DE LOS TRABAJOS.

IFONA		SOLICITUD DE ACOGIMIENTO AL CREDITO FISCAL				EXPEDIENTE			
		LEY NRO. 21.695				Acta	Boletín	Plan	Año
Sistema de Riego									
Perforación	Caudal previsto por poza (m ³ /hora)	pozo1	pozo2	pozo3	Número de pozos previstos para satisfacer la				
		pozo4	pozo5	pozo6		Número de pozos existentes a tal fin			
Tema de curso de agua de caudal permanente		Capacidad de bombeo (m ³ /hora)			Caudal de agua disponible (m ³ /ha/año)				
Zona con derecho a riego		Adjunta certificado oficial de derecho de agua			Cantidad de hectáreas a regar.				
Tipo de riego: Indicar con 'x'		Por surco		Por manto		Por aspersión			
ENDICAMIENTO Y ATAJA REPUNTES				Endicamiento		Ataja Repuntes Colectivo			
Área a endicar (hectáreas)									
Movimiento de tierra por Endicamiento (m ³ /año)									
Cota de coronamiento según M.O.P (metros sobre '0' Riachuelo)									
Altura promedio sobre terreno (metros)									
Ancho de corona (metros)									
Taludes	Interno								
	Externo								
Ancho de banquina (metros)									
Sección promedio (m ²)									
Longitud de endicamiento (metros)									
Movimiento total de tierra (m ³)									
Movimiento de tierra (m ³ /ha a habilitar)									
En caso de planes plurianuales, indicar 3 a realizar por año.									
Canales		Sección Prom. (m ²)	Longitud (m)		Nov. Tot. Tierra (m ³)	Nov. tierra a habilitar entre sanas e sangrias			
Primarios									
Secundarios (Zanjas colect.)									
Terciarios (sangrias)									
Compuertas (cant.)		Sección tot. (m ²)			Bombas (cant.)	Caudal tot. (m ³ /hora)			
FORESTACION DE DUNAS				La duna se encuentra fijada		Área a fijar (has.)			
La fijación es por vegetación:				Natural (has.)		Implantada (has.)		Año de iniciac. (plant. herbácea)	
ALAMBRADOS				Long. perimetral (m)		Superficie a alambrar (has.)			
MONITORIO DE LA PLANTACION				Edades del:					
Código de la especie		1er raleo	2do raleo	3er raleo	4to raleo	corta final			

TRABAJOS DE LA PLANTACION	BIMESTRE		AÑO		AÑO		AÑO		PERSONAL		MAQUIN		
	I	II	I	II	I	II	I	II	PERMANENTE		TRANSITORIO		
									Cont.	% de Atac. desde inicio	Cont.	% de Atac. desde inicio	
HABILITACION DE TIERRAS	DESMOCHTE												
	INTELACION												
	ENDREAJAMIENTO												
	OBRAS DE REGO												
	ENDREAJAMIENTO												
	ATAJAMIENTO												
	ZANADO												
	OTROS (definir)												
	APLASTADO DE PASCUAL												
	ARADA												
TRABAJOS DE LA PLANTACION	PREPARACION DEL CAMPO												
	SUB-SALADA												
	OTROS (definir)												
	SIEMBRA Y HOYADO												
PLANTACION													
CONTROL DE PLAGAS													
REPOSICION % DE FALLAS													

* Apertura de ruidos - Hechizo del tabaco
 * Vides - Apes - Ruidos - Escudando y queso.

CRONOGRAMA DE TRABAJO (CONTINUACION)

TAREAS	BIMESTRE			AÑO			AÑO			PERSONAL			MAG	
	AÑO			AÑO			PERSONAL							
	I	II	III	I	II	III	Com.	% de Abs.	FECHA	Com.	% de Abs.	FECHA		
CUIDADOS CULTURALES	MASTIEROS													
	CARPINAS													
	MACHETEZADAS													
	POSA DE FORMACION													
	DESCERPAJO													
ZANJAS	OTROS (Amarr)													
	LIMPieza													
ALIEGO	PROFUNIZACION													
CONSERVACION DE CAMINOS Y CONTRA-FUEGO	OTROS (Amarr)													
	FIJACION													
FIJACION DE DUMAS	CONTROL DE PLAGAS													
	CONSTRUCCION DE CAMINOS													
	CONSOLIDACION													
	FORRESTACION													
	REPOSICION													

- ANTECEDENTES FORESTALES -

PLANES PRESENTADOS ANTE EL I.F.O.N.A.

Se deberá hacer constar número de expediente y a qué régimen de promoción corresponde (Crédito Bancario, Desgravación Impositiva o Crédito Fiscal)

- OTROS

Si se tratare de algún régimen de promoción provincial, deberá constar número de expediente y la provincia correspondiente. En caso de forestaciones realizadas con aportes totalmente privados, se acompañarán datos sobre superficie, especie, año de plantación, ubicación (provincia, departamento y referencias catastrales). Si fuera necesario se deberán anexar nuevas fojas para cumplimentar este requisito.

Lugar y Fecha

(Nombre y apellido con todos los apellidos)

A los efectos de toda responsabilidad que me corresponda asumir por eventuales operaciones que realice en este ámbito de mi concepto declaro bajo juramento que mi patrimonio consiste en los bienes raíces, mercaderías, automotores, etc. que según detallo en los cuadros que son de mi exclusiva propiedad y no tienen otros gravámenes que los que indico ni existe otra obligación a mi cargo, que las que a- vincio.

ACTIVO

VALORES DE INMUEBLES

Ubicación y Descripción	Fecha Cesión/Recepción	Superficie		Destino	Compra	Valor	
		Celular	Total			Presencial	Estimado

de origen provenientes de mi actividad como:

Cliente	Operación y fecha respectiva	Forma y fecha de cancelación	Importe

de origen mobiliarios y/o participaciones en sociedades:

Empresa	Ramo	V. \$ M	Cantidad	Importe

de origen muebles (muebles, maquinarias, etc):

Detalle marca modelo	Fecha	Valor de adquisición	Valor estimado

de origen otros bienes del Activo:

Detalle	Fecha	Valor de adquisición	Valor estimado

Fotografías de forestación

