INTRODUCCION. -

Debido a su importancia económica, a su atractiva rentabilidad financiera y su amplio potencial de desarrollo e inversión en nuestro país, se pretende llevar a cabo el plan de negocios de una "Planta Productora y Comercializadora de Champiñones", para una decisión estratégica, ya que los hongos comestibles son un producto que tiene una gran demanda considerable en el mercado mundial, pues su uso va desde el punto de vista gastronómico, nutricional y hasta medicinal.

Sin embargo, la razón por la cual es recomendable invertir en este negocio no está limitada solamente a las cuestiones de mercado únicamente. Esto se debe a que la producción de hongos comestibles es una actividad agrícola que presenta grandes oportunidades de negocio, pues el cultivo de hongos es un cultivo especializado que puede hacerse accesible sin la necesidad técnicas estériles, o utilizando tecnología de última generación, empleando solo técnicas sencillas, sin invertir una gran fortuna en equipo y medios, a la vez que permite liberar el recurso tierra ya que permite obtener grandes producciones en relativamente poco espacio.

En consecuencia a lo anterior se elaboró el presente plan de negocios, previo análisis del entorno identificando los factores más importantes que favorecerán a la producción de champiñones.

La investigación de mercado identifico que el 34% de las familias tarijeñas si consumen hongos comestibles, siendo los champiñones los más consumidos en un 89%; estos champiñones son consumidos en su mayoría en restaurantes. Por otro lado, las familias que no lo consumen argumentaron tener falta de conocimiento acerca del producto, además un factor importante a tomar en cuenta es la falta de acceso al producto, ya que solo se lo puede encontrar en algunos supermercados de Tarija, siendo estos productos en su mayoría de origen chino.

Dentro del plan de marketing se contempla la participación en el mercado en el segmento de los restaurantes, hoteles y de clientes en general mediante los diferentes supermercados que existen en la ciudad. Se pretende utilizar una estrategia de diferenciación basada en la tecnología a emplear, una marca única, servicio postventa y también contar con personal altamente capacitado para la producción y comercialización de los champiñones los cuales

serán de calidad reconocida, dando como resultado un producto diferenciado con relación a los que actualmente se comercializa en la ciudad de Tarija. La empresa también desarrollara un posicionamiento competitivo a través de la mezcla de marketing táctico enfocado en el producto, precio plaza y promoción.

En el plan de operaciones, se determinó que la planta productora se localizara en la provincia Méndez, además se detalla los procesos productivos a establecer para el cultivo y comercialización de los champiñones, cuya capacidad productiva anual estimada para el primer año será de 4.536 Kg. De champiñón, que estarán disponibles en dos presentaciones frescos y deshidratados.

En la evaluación financiera se obtuvieron los siguientes resultados: la inversión total ascenderá a 167.017 Bs. Los cuáles serán financiados el 38,96% por medio de un financiamiento externo y el 61,04% restante por aportaciones de los socios. Los principales indicadores financieros revelaron que el VAN asciende a 54193,02 Bs. La TIR es de 16% a lo largo de 6 años de vida útil del proyecto. Se tomó en cuenta también un análisis de sensibilidad acerca de los posibles cambios de precios que se originen en el producto, teniendo para ello en cuenta escenarios pesimistas. Probables y optimistas. Este análisis permitirá conocer las unidades mínimas de producción requerida como así también el incremento de ventas necesarios que se precisaran para hacer frente a las posibles variaciones de precio que existan.

Por último se realizó algunas conclusiones y recomendaciones a tener en cuenta en la puesta en marcha el presente plan de negocios.