

**PLAN DE MERCADEO PHE COMERCIALIZADORA Y DISTRIBUIDORA DE
ROPA Y ACCESORIOS EVANGELIZADORES**

**PAOLA ANDREA ARCHILA BOADA
LYDA TATIANA GÁMEZ ROJAS
MARÍA ANGÉLICA MORA RONCACIO
LEIDY MARCELA PEREA INFANTE**



**UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS - ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE MERCADEO
BOGOTÁ D.C.,
2011**

**PLAN DE MERCADEO PHE COMERCIALIZADORA Y DISTRIBUIDORA DE
ROPA Y ACCESORIOS EVANGELIZADORES**

**PAOLA ANDREA ARCHILA BOADA
LYDA TATIANA GÁMEZ ROJAS
MARÍA ANGÉLICA MORA RONCACIO
LEIDY MARCELA PEREA INFANTE**

**Trabajo de grado para optar al título de
Especialista en Gerencia de Mercadeo**

**Asesor:
JHON MORALES NARANJO**



**UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ JORGE TADEO LOZANO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS - ADMINISTRATIVAS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE MERCADEO
BOGOTÁ D.C.,
2011**

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos de corazón a PHE que nos brindó la posibilidad de realizar este proyecto que llevamos a feliz término.

A Jhon Morales quien con su paciencia y valiosa asesoría nos permitió llevar a buen término este proyecto.

A todas y cada una de las personas que hicieron parte del desarrollo de este proyecto y que colaboraron de manera directa e indirecta.

Agradecemos a todos los profesores de la Universidad Jorge Tadeo Lozano que nos brindaron sus valiosos conocimientos y su tiempo durante esta especialización.

A todos y cada uno de ellos mil y mil gracias por su ayuda y apoyo durante el desarrollo de este proyecto de investigación.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	9
1 PHE RESEÑA HISTÓRICA	10
1.1 POLÍTICA DE CALIDAD	10
1.2 OBJETIVOS DE LA EMPRESA	11
1.2.1 Objetivo General	11
1.2.2 Objetivos Específicos	11
1.3 VENTAJA COMPETITIVA DE LA EMPRESA	11
2 PLAN DE MERCADEO PHE EMPRESA DE ROPA Y ACSESORIOS EVANGELIZADORA	12
2.1 PRESENTACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO	12
2.2 CARACTERÍSTICAS DE LA IDEA DE NEGOCIO	12
2.3 JUSTIFICACIÓN	12
2.3.1 Planteamiento del Problema	12
2.3.2 Solución	12
2.3.3 ¿Por qué esta idea sería irresistible en el mercado?	12
2.4 ANÁLISIS DEL ENTORNO	13
2.5 DOFA	19
2.6 COMPETENCIA	20
3 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO Y MIS CLIENTES	22
3.1 DESCRIPCIÓN DE LA SOLUCIÓN PLATEADA	22
3.2 CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES	22
3.3 MATERIAS PRIMAS A EMPLEAR	22
3.4 TECNOLOGÍA NECESARIA	22
3.5 MODO DE USO	22
3.6 CARACTERÍSTICAS INNOVADORAS	22
3.7 PRECIO DE LOS PRODUCTOS	22
3.8 DISTRIBUCIÓN	23
3.9 MEDIO PARA LLEGAR A LOS CLIENTES	23

4	CLIENTES	24
4.1	POBLACIÓN AFECTADA, SUS CARACTERÍSTICAS Y NECESIDADES	24
5	SEGMENTACIÓN	25
5.1	MERCADO OBJETIVO	25
5.2	POSIBLES CLIENTES	25
5.3	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	25
5.3.1	Objetivos de la Encuesta	25
5.3.2	Resultado de Análisis de Mercado	28
6	POSICIONAMIENTO	31
7	OBJETIVOS	32
7.1	OBJETIVO GENERAL	32
7.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	32
8	MARKETING MIX	33
8.1	MARCA	33
8.2	PRODUCTOS	33
8.3	ESTRATEGIA DE PRECIO	34
8.4	ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN	34
8.4.1	Medios a Utilizar.	34
8.4.2	Material de Promoción	35
8.5	DISTRIBUCIÓN	38
8.6	ESTRATEGIAS DE SERVICIO	38
8.7	CONSUMIDOR	39
8.8	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	39
9	TIPO DE NEGOCIO	40
10	FINANCIACIÓN	42
11	P & G	43
12	ESTRUCTURA PHE	48
12.1	ORGANIGRAMA	48
12.2	Perfiles de los cargos	48
	CONCLUSIONES	50
	BIBLIOGRAFÍA	51
	ANEXO	52

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Listado iglesias cristianas	16
Tabla 2. Inversión Inicial	42
Tabla 3. P&G 2010 y 2011	43
Tabla 4. Ventas por centro de Distribución 2010	43
Tabla 5. Proyección 2011	44
Tabla 6. Ventas por producto 2010	45
Tabla 7. Proyección 2011	45
Tabla 8. Punto de equilibrio	46
Tabla 9. Flujo de caja	47

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Logotipo	33
Figura 2. Empaque	35
Figura 3. Stands para feria	35
Figura 4. Botones	36
Figura 5. Catálogo	36
Figura 6. Separador de libros	37
Figura 7. Pagina Web	37
Figura 8. Participación centros de distribución 2010	44
Figura 9. Participacion centros de distribucion esperada 2011	44
Figura 10. Ventas por producto 2010	45
Figura 11. Ventas por producto proyectada 2011	46

RESUMEN EJECUTIVO

Conocer a Dios es estar seguro de su veracidad. Una vez convencido de que El es absolutamente real y confiable, no es difícil poner nuestra mutua confianza en El. Conocer a Dios es saber que su voluntad es completamente deseable. Conocer a Dios es pedir repetidamente, diariamente, a cada momento, su gloria¹.

Por esta razón se crea la empresa PHE, empresa dedicada a la venta de ropa y accesorios cristianos como alternativa para que cristianos y todos los que estén interesados en profesar sus creencias, lleven con ellos mensajes que den a conocer a Dios y satisfacer la necesidad de identidad.

Este texto presenta el plan de negocios de la empresa PHE, dedicada a la venta de ropa y accesorios cristianos. Este proyecto se orienta a posicionar a PHE como la mejor alternativa en moda para jóvenes y adultos que profesan sus creencias la religión cristiana, así mismo explorar nuevos mercados para PHE que permita la sostenibilidad de la empresa de forma rentable. Para la creación de este plan se aplicaron varias encuestas con el fin de conocer las características y tendencias del mercado. En el presente plan de negocios podrá encontrar todo el desarrollo de la estrategia creativa de la organización que le permitirá a PHE posicionarse de una manera fuerte, confiable y sólida.

¹ http://www.laiglesiacristiana.org/estudios/Dedicatoria_y_Introduccion.pdf

INTRODUCCIÓN

La razón principal de creación del negocio está fundamentada en el amplio crecimiento y reconocimiento de las iglesias cristianas y la necesidad de profesar sus creencias a otros a través de su vida cotidiana como lo son las prendas de vestir. La idea surge para ligar estas creencias religiosas con el modo de vestir de la población juvenil. Identificando así, mediante un análisis en el mercado que esta población se encuentra fuertemente entregada a sus creencias, no sienten vergüenza de profesar sus creencias y están en constante necesidad de llevar sus creencias a otros.

1 PHE RESEÑA HISTÓRICA

PHE Se conformó con capital privado y empezó sus operaciones en febrero del año 2010, con la fabricación y comercialización de camisetas, gorras y cinturones. Los accionistas Jimmy Rodríguez y Juan Carlos Ramírez, Inician el diseño y la contratación de una maquiladora colombiana necesaria para la elaboración del producto, en el mes de mayo la compañía se constituye legalmente como persona jurídica con dos socios en proporciones iguales 50 y 50, actualmente y más exactamente en el mes de octubre inician la producción a través una maquiladora en la ciudad de Lima - Perú. A partir de ese momento, dio marcha a la elaboración de camisetas y gorras en el país vecino contando inicialmente con un trabajador rotante y dos administrativos, los cuales se encargaron de dar a conocer la empresa y la calidad de su producto.

Misión. Evangelizar y llevar la palabra de Dios a través de prendas de vestir y accesorios.

Visión. Para el año 2015, llegaremos con nuestras prendas y accesorios a más de 15 países de Asia, América y Europa.

PHE, es una empresa dedicada a la evangelización a través de la ropa y accesorios, queriendo llegar a todos los sectores de nuestra sociedad.

Nuestros productos son fabricados con materias primas como algodón 100%, importado de Perú, de excelente calidad. Dentro de nuestros principales objetivos esta querer suplir una necesidad tan básica como el vestuario, mientras llevamos mensajes directos que cautiven la mente de las personas. Hemos experimentado un gran respaldo de la comunidad cristiana en diferentes iglesias en especial en nuestra congregación (CASA DE DIOS) lo cual nos ha motivado a sacar al mercado nuevas líneas de ropa y accesorios para este final de año.

1.1 POLÍTICA DE CALIDAD

La política de calidad de PHE, está definida por los altos estándares de cada uno de los materiales con los que diseñamos nuestra prendas y la excelencia en los acabados de las mismas, así como el control de calidad de las mismas, de tal manera que logremos satisfacer las expectativas de nuestros clientes, ofreciendo productos y servicios con calidad y oportunidad.

Es política de calidad de PHE, lograr la satisfacción del cliente, manteniendo precios coherentes con el mercado, implementando estrategias comerciales que

incluyan condiciones de venta flexibles, revisando el cumplimiento de las especificaciones de la materias primas, para alcanzar el mejoramiento continuo, mejorando continuamente la eficacia, eficiencia y efectividad; generando beneficios para la empresa y los clientes.

Componentes de Calidad

1. Lograr la satisfacción del cliente
2. Mantener precios coherentes con el mercado
3. Implementar estrategias comerciales que incluyan condiciones de venta flexibles
4. Revisar el cumplimiento de las especificaciones de la materia prima
5. Desarrollar el talento humano
6. Estandarizar procesos
7. Alcanzar el mejoramiento continuo.

1.2 OBJETIVOS DE LA EMPRESA

1.2.1 Objetivo General

A través de las prendas de vestir y accesorios, transmitir el mensaje de la palabra de Dios y hacerlo parte del diario vivir de las personas.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Dar a conocer la palabra de Dios por medio de los productos de PHE.
- Consolidar y posicionar a PHE como elemento fundamental para profesar la fe Cristiana.
- Lograr posicionar la marca a nivel nacional, luego en Centro América y Estados Unidos.

1.3 VENTAJA COMPETITIVA DE LA EMPRESA

Producto. Prendas de vestir y accesorios con diseños exclusivos y mensajes que cultiven y edifiquen la creencia en Dios.

Tecnología. Excelentes Materias primas desarrolladas con alta tecnología, Algodón 100%, importado de Perú, de fina calidad y especial textura, cuero colombiano de la más alta calidad.

Maquinaria traída del extranjero, para ser repotenciada.

2 PLAN DE MERCADEO PHE EMPRESA DE ROPA Y ACSESORIOS EVANGELIZADORA

2.1 PRESENTACIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

Creación del plan de mercadeo de una empresa de ropa evangelizadora

2.2 CARACTERÍSTICAS DE LA IDEA DE NEGOCIO

Se busca crear una moda a la vez evangelizadora
Tiene control de calidad
Rentabilidad a largo plazo.

2.3 JUSTIFICACIÓN

2.3.1 Planteamiento del Problema

En el país actualmente no existe ningún tipo de prenda o accesorio que les permita a los creyentes mostrar sus ideas y creencias en Dios, llevarlas consigo a todas partes y compartir con los otros sus mensajes.

2.3.2 Solución

Prendas y accesorios de uso cotidiano como **CAMISETAS CORREAS, GORRAS y BOLSOS** con un estilo moderno e innovador que además de evangelizar por medio de sus imágenes y frases, mantiene al cliente a la moda, elaborados con materiales de primera calidad, importados y nacionales con variedad de opciones y modelos. Diseños informales con novedosas imágenes que evocan el tema de la religiosidad y edifican la palabra de Dios, mensajes de amor y adoración.

2.3.3 ¿Por qué esta idea sería irresistible en el mercado?

Existe primero un mercado objetivo con la necesidad identificada, los cristianos viven con pasión sus creencias y disfrutan comunicarlas a los demás y llevar sus mensajes de Fé. Hasta ahora contaban con servicios de estampados para poder llevar sus mensajes en camisetos pero productos ya listos y variados no existían como alternativa. PHE comparte y vive sus creencias y trae al mercado camisetos, gorras, correas y bolsos novedosos que les permitirá identificarse y llevar a donde vaya sus creencias.

2.4 ANÁLISIS DEL ENTORNO

La industria de la moda en Colombia evoluciona constantemente al igual que la cantidad de creyentes y fieles a las iglesias cristianas, creando nuevas alternativas, de evangelización y prácticas religiosas.

Político. Colombia es un país cuya constitución establece a partir de 1991 la separación iglesia-estado ya que la libertad religiosa existe en Colombia desde el código de trabajo del indígena americano en tiempos de la colonia, sin embargo la Iglesia Católica Romana mantiene privilegios de facto ya que la mayoría de sus habitantes se declaran pertenecientes a dicha iglesia. Aunque el Estado no mantiene estadísticas oficiales al respecto una encuesta del 2001 revelada por el diario El Tiempo, que es el diario de mayor circulación del país, revela que un 80% de la población se declara católica, seguida por otros cultos de origen cristiano con un porcentaje cercano al 10% mientras que en menor medida otra porción de los habitantes se identifica con el judaísmo, el Rastafarismo, el islamismo y algunos otros no se identifican con religión alguna.

El artículo 19 de la Constitución de Colombia de 1991 garantiza la libertad de cultos y dice además que "Toda persona tiene derecho a profesar libremente su religión y a difundirla en forma individual o colectiva". El artículo 19 aclara también que "Todas las confesiones religiosas e iglesias son igualmente libres ante la ley". De esta manera, el Estado Colombiano en lo que respecta a su credo político, entra en pleno tono con el desarrollo democrático y da participación libre y activa a todos los credos religiosos presentes en Colombia de acuerdo con la ley civil y los deberes y derechos del ciudadano común. Por otra parte, los grupos religiosos pueden determinar la forma de participación política de acuerdo a la ley dentro de sus propios esquemas orgánicos.

Esto dio pie a que a partir de 1991 se diera una activa participación política de parte de grupos evangélicos, que llegaron a poner a varios de sus pastores en cargos de representación en instituciones como El Congreso de la República o los consejos municipales. Quienes han analizado dicha participación se refieren a la reproducción de los antiguos lazos clientelares que antes utilizaban con frecuencia en ciertas zonas rurales de Colombia, por parte del clero católico para promover el voto hacia ciertos candidatos que decían ofrece garantías a la Iglesia Católica. Entre el protestantismo evangélico se ha promovido, así la organización de partidos confesionales que basan su éxito en el clientelismo religioso, combinando efectivamente la predicación religiosa con la propaganda política.

Cultural. Eran múltiples las expresiones religiosas de los amerindios de la actual Colombia antes de la llegada de los españoles. Los hallazgos arqueológicos muestran una gran riqueza cultural, especialmente en la zona andina asociada a los pueblos de la familia Chibcha o Muisca. Los relatos de corte sagrado dejados por los ancestros y que sobrevivieron a la implantación de la cultura española

evidencian una cosmología variada y la búsqueda afanada del hombre americano ancestral por encontrar el sentido a la existencia.

La preponderancia del catolicismo romano tiene hondas raíces en los procesos de conquista y colonización por parte de España después de 1492. En dicho proceso, la imposición de una cultura europea de corte católico determinó la exclusión de cualquier otra manifestación religiosa en el suelo colombiano. El siglo XVI fue además un tiempo de profundas convulsiones socio-políticas en Europa con el enfrentamiento entre los católicos fieles al Romano Pontífice y los seguidores de la Reforma Protestante iniciada por Lutero y Calvino. Ello no sólo influyó en la actitud de los conquistadores españoles en sus nuevos dominios de ultramar, provocando además el establecimiento en Cartagena de Indias de la Inquisición Española, con el fin de salvaguardar la ortodoxia religiosa - cultural. Por otra parte, las influencias tridentinas y barrocas dieron un sello particular al catolicismo establecido en el país, presente todavía en tiempos contemporáneos.

Durante el proceso de independencia iniciados a principios del siglo XIX, varios clérigos criollos simpatizaron con la causa patriota y participaron activamente como agitadores, capellanes y aún soldados. Varios de ellos incluso llegaron a ingresar a la masonería cuyas logias se establecieron por esos años con gran aceptación de parte de las elites locales. Luego de un proceso dubitativo, el Vaticano reconoció en 1835 al nuevo estado independiente y estableció relaciones formales con este, iniciando además un proceso de romanización eclesiástica. Al tiempo, las elites liberales en el poder presionaron por el establecimiento de un estado cada vez más libre del influjo eclesiástico, lo que provocó choques de poder con la institución clerical que no estaba dispuesta a ceder su espacio en la sociedad.

En este conflicto se destacan episodios como la expropiación de bienes eclesiásticos, llevada a cabo por Tomás Cipriano de Mosquera en 1861-63, la declaratoria de tuición de cultos (1861) extrañamientos de obispos, supresión de comunidades religiosas (1861) o la expulsión de los Jesuitas (en dos oportunidades: 1851 y 1861). Finalmente, los intentos del gobierno radical por establecer un sistema educativo "neutro" en materia religiosa generaron en una guerra civil (1877) donde participaron activamente varios obispos y clérigos. A partir de 1886 las relaciones entre ambas potestades se regularizaron de nuevo con el establecimiento de una nueva constitución centralista, que reconocía a la Iglesia Católica como fundamento de unidad nacional. En 1887 se firmó un concordato con la Santa Sede, en el cual se le otorgaba a la institución eclesiástica el control del sistema educativo colombiano, privilegio que mantuvo hasta la reforma concordataria de 1973.

El quiebre a la hegemonía total del catolicismo comenzó a darse tímidamente con la llegada -auspiciada por los liberales- a mediados del siglo XIX de la Iglesia Presbiteriana, que actuaba fundamentalmente entre sectores urbanos

acomodados. A comienzos del siglo XX llegan otras iglesias protestantes históricas, como los bautistas, menonitas y evangélicos. Pero es a partir de los años 60, gracias a cambios sociales, económicos y culturales que se dan en el país -modernización, urbanización, alfabetización, etc. que el panorama religioso comienza a cambiar visiblemente. De Estados Unidos arriba el pentecostalismo, de corte fundamentalista y proselitista, con creciente aceptación, especialmente entre los grupos populares.

También hacen su aparición otras iglesias y sectas de origen cristiano, como **los Adventistas, La Iglesia de Jesucristo de los Santos de los Últimos Días, Testigos de Jehová**. Avanzado el siglo XX irrumpen con fuerza otras iglesias cristianas en Colombia como la **Iglesia de Dios Ministerial de Jesucristo Internacional**; si a ello se añaden otros grupos religiosos minoritarios, como el **Judaísmo**, el **Islam**, el **Hinduismo** se obtiene una creciente diversidad del panorama religioso en el país, manteniéndose el predominio del catolicismo. Tal diversidad fue reconocida en 1991 en la nueva Constitución de Colombia, que declara al país plural en los ámbitos cultural, étnico y religioso.

Educativo. La educación religiosa en Colombia estuvo, desde la época de la conquista y colonia principalmente bajo la dirección de la Iglesia Católica, aunque actualmente otras confesiones en desarrollo de la Ley 133 de Libertad de Cultos han creado otras instituciones de carácter cristiano, entre las que se destacan la **Escuela Superior de Teología, Corporación Latinoamericana de Estudios Bíblicos**, ubicada en la ciudad de Santa Marta, fundadas y presididas por el Pastor Cristiano Ricardo Londoño, la **Iglesia Misión Cristiana Internacional Casa de Dios**, y el **Instituto Bíblico Central de las Asambleas de Dios** en la ciudad de Bogotá.

Muchas de las diferentes denominaciones que conforman la Iglesia Cristiana Evangélica y otras ramas del cristianismo tienen al interior de sus organizaciones diversos cursos y seminarios de Teología en los cuales se instruye a los creyentes en los fundamentos bíblicos.

Social. El secularismo es en general un fenómeno común en todas las naciones occidentales de corte cristiano. El desarrollo de los estados laicos y la separación Iglesia/Estado generada por la Revolución francesa, trajo como consecuencia la creación de una sociedad que en su base se hace "menos religiosa" y que circunscribe la esfera religiosa a la privacidad del individuo o del grupo. Esta separación no es para nada pacífica: aquello que antes era considerado dominio de la religión, es tomado por el Estado civil que regula la vida del ciudadano y hace entrar en crisis lo que la religión considera su esfera. Discusiones como el aborto, la eutanasia y otros temas de actualidad, son los campos de batalla entre un Estado civil y arreligioso y entre grupos que se rigen por normas teológicas.

Las sectas: Si bien nacen los movimientos ecuménicos principalmente entre los grandes grupos y movimientos religiosos de las Iglesias cristianas, la proliferación de las Sectas sobre todo a partir de 1991 hace que se presenten conflictos de convivencia. La organización de las Iglesias cristianas históricas se basa en una autoridad más elaborada e identificable, mientras las sectas poseen una nota más informal cuyos límites pueden incluso llegar al Sincretismo religioso.

Las persecuciones políticas: Los conflictos socio-políticos en Colombia no han dejado por fuera el tema religioso. La presencia de las formas organizadas de religión en aquellas zonas en donde el Estado no llega (zonas marginadas, poblaciones olvidadas, etc.), hace que los grupos y líderes religiosos se encuentren con frecuencia con los actores del conflicto armado en Colombia y que muchos pastores, clérigos y religiosos sufran las consecuencias de la guerra².

Tabla 1. Listado iglesias cristianas

IGLESIA	DIRECCIÓN Y TELEFONO	CANTIDAD
Asoc De Iglesias Evangélicas Interamericanas De Colombia	Cl 66 sur # 20a-19 Teléfono: (57) (1) 7155007	1
Video Express Org E.u.	Cr 7b # 151-97 Teléfono: (57) (1) 5269007	2
Centro Misionero Bethesda	Cl 2 # 9-67	3
Escuela De La Biblia	Cr 68 # 8-72 P- 2 Teléfono: (57) (1) 2610672	4
Gaitán Pablo	Cl 52 # 25-09 Of 101 Teléfono: (57) (1) 2100259	5
Iglecreacol-universal	Cl 98 # 22-64 Of 603 Teléfono: (57) (1) 6105814	6
Iglesia Cristiana Filadelfia Central	Cl 62 # 7-63	7
La Biblia Dice	Dg 111 # 53-96 Teléfono: (57) (1) 2532380	8
Rodríguez Josué	Cr 11b E # 42a-56 Sur Teléfono: (57) (1) 2075470	9
Centro Cristiano De Amor Y Fé	Av 68 # 9-40 Sur Teléfono: (57) (1) 2600212	10
Centro Cristiano Voz De Salvación	Cr 8 # 13-83 Of 702 Teléfono: (57) (1) 3521533	11

² Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Religi%C3%B3n_en_Colombia

IGLESIA	DIRECCIÓN Y TELEFONO	CANTIDAD
Centro De Desarrollo Cristiano I.c.c.	Cr 50 # 102-12 Teléfono: (57) (1) 2185225	12
Centro Mundial De Avivamiento	Cr 68 # 13-80 Teléfono: (57) (1) 4173333	13
Congregación Cristiana Del Centro	Cr 3 # 2a-48 Teléfono: (57) (1) 2335801	14
Creciendo En Gracia	Av Caracas # 63-23 Teléfono: (57) (1) 2556054	15
Góngora De Cristina	Cr 9 # 67a-19 Of 2024 Teléfono: (57) (1) 3134739	16
Gutiérrez Misael	Av Boyacá # 75a-53 Teléfono: (57) (1) 4913123	17
Iglesia Bautista Misionera	Cl 33 # 20-08 Sur Teléfono: (57) (1) 2784093	18
Iglesia Bautista Del Norte	Av 45 # 101-33 Teléfono: (57) (1) 6105404	19
Iglesia Bautista La Serena	Cl 91 # 76-39 Teléfono: (57) (1) 5359543	20
Iglesia Cristiana Presbiteriana	Cr 107 # 23-41 Teléfono: (57) (1) 2982148	21
Iglesia Manantial Venecia	Dg 46a Sur # 52-30 Teléfono: (57) (1) 2042819	22
Hermanos De Las Escuelas Cristianas - La Salle	Dg 46 # 19-11 Teléfono: (57) (1) 3434300	23
Comunidad Internacional De Ayuda Mutua	Cr 80b # 25c-81 Teléfono: (57) (1) 2635950	24
Fundación Cristiana Jesucristo Es Mi Luz Y Salvación	Cl 93 # 14-20 Of 513 Teléfono: (57) (1) 2575415	25
Iglesia Cristiana Carismática Cuadrangular	Av 19 # 102-90 Teléfono: (57) (1) 5202515	23
Iglesia Cristiana Cruzada Estudiantil	Cr 36a # 57a-15 Teléfono: (57) (1) 2216084	27
Iglesia Cristiana Internacional En Tu Presencia	Cr 15 # 32-88 Teléfono: (57) (1) 2875638	28
Iglesia Cristiana Manada Del Señor	Cr 25 # 70-18 Teléfono: (57) (1) 6304911	29

IGLESIA	DIRECCIÓN Y TELEFONO	CANTIDAD
Iglesia Cristiana Palabra Viva	Cl 137 # 52a-25 Teléfono: (57) (1) 6271693	30
Iglesia Cristiana Rosa De Sarón	Cr 80a # 69a-09 Teléfono: (57) (1) 2232864	31
Iglesia Cristiana Verdad Y Vida	Cr 23 # 142-26 Teléfono: (57) (1) 5204793	32
Iglesia Cristiana Vida Nueva	Cl 82 # 92-43 Teléfono: (57) (1) 2518089	33
Iglesia Cruzada Cristiana El Jazmín	Cr 44 # 2b-25 Teléfono: (57) (1) 2023708	34
Iglesia Evangélica Luterana De Colombia	Cl 75 # 20-54 Teléfono: (57) (1) 2125735	35
Iglesia Evangélica Wesleyana	Cl 8sur # 29b-50 Teléfono: (57) (1) 3710727	36
Iglesia Pentecostés Unida Internacional	Cl 81a # 90-27 Teléfono: (57) (1) 4304584	37
Iglesia Shalom	Cl 68sur # 45d-09 Apto 301 Teléfono: (57) (1) 7184085	38
Iglesia Templo Del Avivamiento Cristiano	Cr 27 # 49-78 Teléfono: (57) (1) 2322696	39
Proyecto Un Millón De Líderes	Cl 80bis # 21a-78 Teléfono: (57) (1) 6160606	40
Centro De Fe Y Esperanza	Cl 71 # 72-50 Teléfono: (57) (1) 4361664	41
Comunidad Cristiana El Renuevo Iglesia Del Nazareno	Cr 70g # 117-63 Teléfono: (57) (1) 2534312	42
Iglesia Cristiana Bendición Y Vida Eterna	Cl 63 # 21-48 Teléfono: (57) (1) 3457216	43
Iglesia Cristiana Cuerpo De Cristo	Cl 28sur # 27a-46 Teléfono: (57) (1) 2032120	44
Iglesia Cristiana De Puente Largo	Cl 100 # 69b-67	45
Iglesia Cristiana De Restauración Misionera Internacional	Cl 48 # 72a-24 Teléfono: (57) (1) 5497252	46
Casa Sobre La Roca - Iglesia Cristiana Integral	Cl 102 # 14-64 Teléfono: (57) (1) 6346100	47
Denominación Bautista Colombiana	Cl 39 # 20-10 Teléfono: (57) (1) 2879611	48

IGLESIA	DIRECCIÓN Y TELEFONO	CANTIDAD
Iglesia Adventista Del Séptimo Día Movimiento De Reforma	Cl 36sur # 30-48 Teléfono: (57) (1) 7303410	49
Iglesia Cristiana Misionera El Sol	Cr 50 # 1d-65 Teléfono: (57) (1) 2032821	50
Iglesia Cruzada Cristiana	Tr 2a # 69d-04 Sur Teléfono: (57) (1) 7615828	51
Iglesia Integral De Restauración	Cr 16 # 136-76 Teléfono: (57) (1) 2580724	52
Iglesia Misión Nueva Vida En Cristo	Cr 72mbis # 37b-63 Sur Teléfono: (57) (1) 4506469	53
Librería Cristiana La Nueva Jerusalén	Av cl 72 70d-25 L-118 Teléfono: (57) (1) 4309686	54
Iglesia Movimiento Misionero Mundial	Cr7 57-05 Of 14-1 Teléfono: (57) (1) 6061411	55
Iglesia Universal Del Reino De Dios	Av Caracas # 19a-90 Sur Teléfono: (57) (1) 3616363	56
Sin Muros	Teléfono: (57) (1) 2360187	57
Fundación El Pacto	Cl 63 # 36-20	58
Casa de Dios Bogotá	Cra 22 No. 168 -69	59
El lugar de su Presencia	Calle 95 bis No 50-36	60

Fuente: elaboración propia.

La industria de la moda en Colombia evoluciona constantemente al igual que la cantidad de creyentes y fieles a las iglesias cristianas, creando nuevas alternativas, de evangelización y prácticas religiosas. PHE busca llegar a todos aquellos que profesan la palabra de Dios y buscan llevar su sello propio por medio de la evangelización marcada en sus prendas de vestir. Correos, bolsos, gorras y camisetas en diseños y presentaciones que hacen que pueda ser utilizado en la vida diaria de aquel que cree fervientemente en Dios.

2.5 DOFA

Debilidades. La proliferación de iglesias pequeñas hace más difícil poder acceder o tener una base de datos del grupo objetivo potencial.

Oportunidades. En Colombia se ofrece servicio de estampado donde las personas llevan sus mensajes y se estampa, pero no existe una empresa como

PHE que ofrece productos de alta calidad y permite a las personas llevar su fe y sus creencias no solo en camisetas sino también en correas, gorras y bolsos.

Los cristianos son hasta ahora un grupo cerrado que permiten el acercamiento y ayudan a personas de sus misma religión preferiblemente, al ser los socios de PHE cristianos es más fácil llegar con sus productos al grupo objetivo.

La funcionalidad y conservación de estos productos hacen que sea llevado en diferentes opciones como bolsos, correas, camisetas y gorras, para que el consumidor pueda estar en contacto con la Fe por medio de estos productos.

Fortalezas. Los puede conseguir en puntos de venta en Iglesias y librerías Cristianas de Bogotá. Los materiales de elaboración de nuestros productos son naturales 100 % algodón y materiales sintéticos. Las técnicas utilizadas no ofrecen ningún daño al medio ambiente.

Amenazas. La tendencia de algunos colombianos a la imitación y piratería, que al momento en que nuestras prendas y accesorios empiecen a ser reconocidos tratarán de imitarlos.

2.6 COMPETENCIA

Como competencia directa están estos competidores que ofrecen camisetas con mensajes cristianos. Son competencia directa en la venta de camisetas pero no de los demás accesorios que ofrece PHE de manera exclusiva:

Streams and Springs. Comercialización de camisetas para jóvenes, mujeres y hombre, con diseños cristianos. Distribución de todo tipo de prendas de vestir. Los diseños estampados se acomodan a tu necesidad. Calle 9 No. 36^a-38 entro.

DesigningforGOD. (<http://www.quebarato.com.co/camisetas-con-mensajes-cristianos-disenos-exclusivos-1D45E0.html>). Un grupo de jóvenes **Cristianos**, los cuales han puesto su creatividad, talento y conocimiento que Dios les ha permitido desarrollar para el Servicio de El. Siendo un placer para ellos el poder compartir por este medio con todos, su PRIMERA propuesta de Diseños la cual han querido plasmar en Camisetas, porque creen que es una excelente forma de llevar el mensaje y una herramienta para compartir a otros del Amor de Dios.

Busos Camibusos Camisetas Blusas Cristianas Estampadas. \$ 24.500 c/u. (<http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-15880285-busos-camibusos-camisetas-blusas-cristianas-estampadas-JM>)

(<http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-15945846-camisetas-cristianas-JM>)
Excelentes diseños de camisetas cristianas pintadas a Mano. No se desgasta el

color, Perdura la calidad de la camiseta es en algodón se hacen los diseños que quieras. Te la llevamos a tu casa El costo de las camisetas depende del diseño, pero oscila entre 12 y 25 mil pesos. El costo de llevarla a tu casa es de 3000 pesos.

Camisetas Cristianas Blusas ropa Estampados. \$ 22.000 c/u.

(<http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-15880287-camisetas-cristianas-blusasropa-estampados-JM>). Expresa al mundo tu Amor a Dios y tu Libertad espiritual con estas espectaculares camisetas estampadas femeninas y masculinas Hechas con transfers Americanos UNICOS y en telas de excelente calidad en algodón, en Todas las tallas y colores en cuello V y redondo, También manejamos Camibuses, femeninos y masculinos en cuello V.

Algunas son imágenes Grandes que ocupan el área de la espalda, media espalda y otras cuentan con sistema de alto Relieve al estamparlas en la prenda para reconocer su originalidad. Valor camiseta Femenina O masculina estampada: \$ 22.000 Precio por mayor después de 6 unidades: \$ 17000.

Camisetas Cristianas Shalom.

(<http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-15753666-camisetas-cristianas-shalom-JM>). Las camisetas son 100% algodón, tipo exportación, algodón fino peinado, telas importadas. Para hombre tela especial térmico y para dama Lycra Stretch. Las de hombre vienen en cuello V y redondo, las de dama vienen en cuello redondo. Para niño viene en talla 8 -12. Cada camiseta viene con su debido empaque en estuche de lujo, coleccionable y personalizada. Cada camiseta tiene un costo de \$25.000 Manga corta y \$28.500 Manga larga.

Camisetas Cristianas \$ 20.000 c/u.

(<http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-15597248-camisetas-cristianas-JM>). Vendo camisetas con modernos diseños cristianos. También tenemos busos, gorras, chaquetas y todo lo que Usted necesite. Todas las Tallas, Todos los colores, Todos los diseños. Distribuimos a nivel Nacional e Internacional.

Venta de camisetas cristianas. Ubicación: San Gil, Santander, Colombia
Teléfono: 3168913613, Precio: Col\$25.000. Se vende camisetas con logotipos y mensajes cristianos, diseños juveniles, telas de algodón, para hombres y algodón licrado para blusas de damas. A través de estas camisetas puedes compartir a tus amigos acerca de Jesucristo y de la oferta de salvación. Te las enviamos a domicilio a cualquier lugar del país. Precios especiales por compras al por mayor.

Como sustitutos encontramos el resto de marcas de ropa y accesorios que no tienen mensajes cristianos pero cumplen la función de satisfacer de la necesidad de vestir, estar cómodo y verse bien.

3 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO Y MIS CLIENTES

3.1 DESCRIPCIÓN DE LA SOLUCIÓN PLATEADA

Diseño e innovación en prendas y accesorios como camisetas, correas, gorras y bolsos con mensajes evangelizadores.

3.2 CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES

Ropa y accesorios con diseños exclusivos 100 % algodón.
Empacados en Bolsa en tela.
Diseño y mensajes de Dios.

3.3 MATERIAS PRIMAS A EMPLEAR

100 % algodón
Cuero y sintético
Plata ley 30

3.4 TECNOLOGÍA NECESARIA

Maquila
Platería
Trabajo de curtiembre

3.5 MODO DE USO

Proceso manual
Proceso tecnificado

3.6 CARACTERÍSTICAS INNOVADORAS

Cuatro diseños, camisetas, gorras, bolsos y correas.
Empaque especial.
Estampados con mensaje de Dios y que simbolizan sus creencias.
PHE es una combinación de color, estilo, moda en innovación que evangeliza y lleva la palabra de Dios.

3.7 PRECIO DE LOS PRODUCTOS

Camiseta Importada: \$ 25.000

Camiseta Nacional: \$ 14.000

Correas: \$ 20.000

Gorra: \$ 20.000

Bolso: \$ 30.000

3.8 DISTRIBUCIÓN

Principales Iglesias Cristianas como Casa de Dios, Manantial de Vida, terna, Avivamiento, Casa Roca, Lugar de tu Presencia, Centro de Literatura Cristiana.

Canal Directo. Punto de venta en la iglesia casa de Dios los días jueves y domingos.

Canal Moderno. Pagina Web con la opción de realizar pedidos. En nuestra página de internet el cliente nacional e internacional contará con la opción de realizar compras, para ello tendrá el catalogo virtual, con el detalle de referencias y precios.

3.9 MEDIO PARA LLEGAR A LOS CLIENTES

Por medio de las mismas Iglesias y librerías, con punto de venta directa, en donde los posibles clientes pueden apreciar los productos y adquirirlos inmediatamente o por encargo.

4 CLIENTES

4.1 POBLACIÓN AFECTADA, SUS CARACTERÍSTICAS Y NECESIDADES

Grupo Objetivo. Hombres y mujeres entre los 18 y 45 años que habiten en la ciudad de Bogotá, de estratos 4 y 5 y de un nivel socio económico medio y alto que asisten de manera espontanea y participan activamente de cultos y ritos acordes con la religión cristiana y evangélica, que les gusta la moda y que piensan que su religión no se involucra con su estilo de vida en cuanto a moda y tendencias. Leen revistas y escuchan radio de forma constante etc.

Iglesias Cristianas, Librerías Cristianas, Jóvenes entre los 18 y 30 años y adultos de 30 a 45 años de estratos 4 y 5 miembros de Iglesias Cristianas interesados en la moda y la innovación.

5 SEGMENTACIÓN

5.1 MERCADO OBJETIVO

Jóvenes entre los 18 y 30 años de edad y adultos de 30 a 45 años, de estratos 4 y 5 que quieran encontrar una nueva opción para vestir. En un principio el acercamiento se dará a través de Iglesias y librerías Cristianas

5.2 POSIBLES CLIENTES

Iglesias Cristianas
Librerías Cristianas
Jóvenes entre 18 y 30 años
Adultos entre 30 y 45 años

5.3 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

5.3.1 Objetivos de la Encuesta

General. Conocer el mercado y los posibles consumidores para poder saber si nuestros productos pueden llegar a tener una gran participación en el mercado.

Específicos:

- Analizar el mercado de la venta de accesorios para personas pertenecientes a la religión Cristiana.
- Conocer los clientes potenciales con sus diferentes características como estrato, sexo, edad y creencias.
- Saber si nuestros productos pueden ser aceptados y posteriormente comprados por los consumidores.
- Conocer el costo que están dispuestos a pagar los clientes por nuestros productos.

Diseño de la Encuesta

Iglesia a la que pertenece: _____ Fecha: _____

Sexo:

a. F b. M

Edad

20 a 25 ____ 26 a 30 ____ 31 a 35 ____
36 a 40 ____ 41 a 50 ____ 51 a 55 ____
56 a 60 ____ 61 a 65 ____ mayor 65 ____

Estrato

2 ____ 3 ____ 4 ____ 5 ____ 6 ____

Cuántos miembros de su familia pertenecen a la iglesia: _____

MEDICION CUALITATIVA DE PHE

A través de qué elementos vive usted sus creencias?

Le gustaría que existieran productos que permitieran manifestar su fe?

Si

No

Compraría usted productos que profesen sus creencias?

Si No

Qué productos considera serían adecuados para profesar sus creencias?

Considera que la forma de profesar sus creencias en artículos de uso diario es:

Práctica

Novedosa

Genera pertenencia

Habla de quien eres

Es indiferente

En que prendas le gustaría encontrar plasmado sus creencias

Camisetas

Bolsos

Correas

Gorras

Todos

Ninguna

Otros Cual _____

A través de qué colores le gustaría ver plasmado sus creencias en estas prendas

Blanco
Azul
Rosado
Verde
Negro
Cualquiera

Donde espera usted encontrar este tipo de producto:

Iglesias.
Librerías especializadas.
Ferias.
Domicilio.
Punto de venta.
Sitios web.

Compraría estas prendas para otra persona:

Hermano (a)
Esposo (a)
Hijos
Amigos
Ninguna
Otros Familiar cual? _____

Que prenda le gustaría regalar a esa personas (s)

Camiseta
Bolso
Gorra
Otra Cual _____

MEDICION CUANTITATIVA DE PHE

Con qué frecuencia utilizaría usted camisetas que profese sus creencias:

1 vez a la semana
2 veces a la semana
3 veces a la semana
4 veces a la semana
5 veces por semana
Todos los días

Cuanto estaría dispuesto a pagar por una camiseta:

De \$ 20.000 a \$ 30.000

De \$ 30.000 a \$ 40.000

De \$ 40.000 a \$ 50.000

Con qué frecuencia utilizaría usted bolsos que profese sus creencias:

1 vez a la semana

2 veces a la semana

3 veces a la semana

4 veces a la semana

5 veces por semana

Todos los días

Cuanto estaría dispuesto a pagar por un bolso:

De \$ 20.000 a \$ 30.000

De \$ 30.000 a \$ 40.000

De \$ 40.000 a \$ 50.000

Con qué frecuencia utilizaría usted gorras que profese sus creencias:

1 vez a la semana

2 veces a la semana

3 veces a la semana

4 veces a la semana

5 veces por semana

Todos los días

Cuanto estaría dispuesto a pagar por una gorra:

De \$ 10.000 a \$ 15.000

De \$ 15.000 a \$ 20.000

De \$ 20.000 a \$ 25.000

5.3.2 Resultado de Análisis de Mercado

Perfil de los Encuestados

- En la encuesta se tomó una muestra de **130** personas, de las cuales **92** son mujeres y **38** son hombres, una población representativa de la comunidad cristiana
- De los **130** El **38%** representa el mayor rango de edad de los 31 a 35 años.

- El **16%** tiene entre 20 a 25 años
- El **13%** tiene entre 36 a 40 años
- El **11%** tiene entre 41 a 50 años
- El **8%** tiene entre 51 a 55 años
- El **4%** tiene entre 56 a 60 años
- El **1%** tiene entre 61 a 65 años
- El **0%** tiene 65 años
- Analizando estas cifras podemos notar que la mayoría de personas entrevistadas corresponden a personas de edad madura algo que se debe tener en cuenta a la hora de analizar el resultado de las preguntas al hablar del gran total de la población encuestada.
- De la población en general **130** encuestados el **84 %** son estrato 4, el **14 %** estrato 3, el **1 %** corresponde a estratos 5 y 1 respectivamente y el **0 %** estrato 6.
- De este gran total la cantidad de miembros de la iglesia por familia es de 4 con un **31 %**
- De la población total el **56%** vive sus creencias a través de la Biblia
- El **18%** a través de la oración y la predicación respectivamente
- El **4%** a través de música y libros respectivamente.
- El **88%** está de acuerdo con tener productos que le permitan manifestar su fé, el **12%** no está de acuerdo con tener productos que le permitan manifestar su fé.
- El **87%** compraría productos que profesen sus creencias, el **13 %** No compraría productos que profesen sus creencias.
- De la muestra de 130 encuestados los productos más adecuados para profesar sus creencias son los libros **45%** y la Biblia **33%**.
- El **42%** considera que la forma de profesar sus creencias es **Novedosa**, el **24%** la considera que es **Práctica**, el **14%** considera que **Habla de Quién Es**, y el **10%** considera que **Genera Pertenencia** y es **Indiferente**.

- La prenda en la que más les gustaría plasmar sus creencias es en **Camisetas 41%**, le siguen **Bolsos** con un **17%**, **Correas** con el **9%**, y **Gorras** el **7%**.
- Los colores que más se ajustan son el Blanco 47%, le sigue Cualquiera con el 22%, Azul 9%, Negro 13%, Rosado 5% y Verde 4%.
- El lugar donde esperan encontrar estos productos son 78% Iglesia, 18% Librerías Especializadas, 3% Punto de Venta y 1 % Sitios Web.
- De 130 personas encuestadas, compraría estos productos para regalar a 50 % Amigos, 28% Hijos, 8% Esposo y Hermano, 5% Ninguna y 1% Otro Familiar.
- Del gran total encuestado el producto que regalaría es **Camiseta 59%**, **Bolso 21%**, **Gorra 19%** y **Otro 1%**.
- Del gran total encuestado la frecuencia con la que utilizaría **Camiseta** es: **1** vez a la semana **45%**, **2** veces a la semana **28%**, **3** veces a la semana **5%**, **4** veces a la semana **18%**, **5** veces a la semana **0%**, **Todos los días 4%**.
- Del gran total encuestado pagaría por una Camiseta 74% De \$ 20.000 a \$ 30.000, 25% De \$ 30.000 a \$ 40.000, y 1% de \$ 40.000 a \$ 50.000.
- Del gran total encuestado la frecuencia con la que utilizaría **Bolso** es: **1** vez a la semana **41%**, **2** veces a la semana **10%**, **3** veces a la semana **11%**, **4** veces a la semana **23%**, **5** veces a la semana **2%**, **Todos los días 13%**.
- Del gran total encuestado pagaría por Bolso 58% De \$ 20.000 a \$ 30.000, 40% De \$ 30.000 a \$ 40.000, y 2% de \$ 40.000 a \$ 50.000.
- Del gran total encuestado la frecuencia con la que utilizaría **Gorra** es: **1** vez a la semana **48%**, **2** veces a la semana **26%**, **3** veces a la semana **8%**, **4** veces a la semana **16%**, **5** veces a la semana **0%**, **Todos los días 2%**.
- Del gran total encuestado pagaría por Gorra 48% De \$ 10.000 a \$ 15.000, 46% De \$ 15.000 a \$ 20.000, y 6% de \$ 20.000 a \$ 25.000.

6 POSICIONAMIENTO

PHE lo que todo Cristiano estaba esperando para llevar la palabra de Dios a donde vaya, con diseños exclusivos y materiales de excelente de calidad a un precio razonable

RACIONAL DE LA MARCA

PHE PADRE, HIJO Y ESPIRITU SANTO, es un nombre de fácil recordación entre la comunidad cristiana, ya que todos saben que son PADRE, HIJO Y ESPIRITU SANTO; que significa en nombre de DIOS PADRE, DIOS HIJO Y DIOS ESPIRITU SANTO.

PHE es una combinación de color, estilo, moda en innovación por medio su comercialización además de posicionar una marca, se evangeliza y se lleva la palabra de Dios.

7 OBJETIVOS

7.1 OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un plan de negocios genere un posicionamiento de la ropa informal casual PHE en el público objetivo al que va dirigido, personas practicantes de la religión cristiana en la ciudad de Bogotá.

7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Posicionar a PHE como parte de la identidad de las personas que practican la religión cristiana, que utilizan la ropa y los accesorios como medio para profesar sus creencias, a través de la comunicación y difusión en el grupo objetivo.
- Realizar estudios de mercado que permita analizar el entorno, las creencias y costumbres del público objetivo para poder llegarle de una mejor manera.
- Incrementar el cubrimiento de la población cristiana en un 12% a través de nuevos puntos de venta y comunicación en las iglesias cristianas, librerías y eventos cristianos.
- Aumentar las ventas de PHE en un 100% como resultado de las estrategias que se desarrollen en el plan de negocios.
- Comercializar PHE en mercados de las principales ciudades del país empezando específicamente en Bogotá.
- Crear estrategias de mix de marketing que cumplan con las exigencias de la marca.
- Comercializar PHE, a partir de recursos como: Iglesias Cristianas, Librerías Cristianas, Ferias, Pagina Web, entre otros.

8 MARKETING MIX

8.1 MARCA

Nombre.

PADRE, HIJO Y ESPIRITU SANTO que representan las doctrinas de la Iglesia.

Figura 1. Logotipo



Fuente: elaboración propia.

Racional Creativo. Las iniciales de estas tres palabras, Padre, Hijo y Espíritu Santo, forman la cruz que representa a Cristo, con las alas de la luz divina que es el Espíritu Santo y la santidad del Todo Poderoso.

Slogan. "PHE LLEVA LA PALABRA DE DIOS A DONDE VAYAS"

8.2 PRODUCTOS

Accesorios y prendas de vestir de uso diario, como camisetas nacionales e importadas 100% algodón, gorras, correas, bolsos y llaveros innovadores y de la mejor calidad. Cada prenda o accesorio llevará de forma creativa mensajes evangelizadores que identifiquen a la comunidad cristiana y demás personas interesadas.

8.3 ESTRATEGIA DE PRECIO

Como estrategia de precios se define a partir de los costos de los productos pero sin descuidar los precios que actualmente tiene la competencia. Los precios que actualmente tienen nuestros productos son similares a los de la competencia y en la encuesta realizada la muestra seleccionada nos indicó los rangos de los precios que estarían dispuestos a pagar por los productos, rangos en los que se encuentran nuestros productos.

Precios de los productos

Camiseta Importada: \$ 25.000

Camiseta Nacional: \$14.000

Correas: \$ 20.000

Gorra: \$ 20.000

Bolso: \$ 30.000

8.4 ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

Posicionamiento de la marca PHE dentro de las iglesias y librerías Cristianas.

8.4.1 Medios a Utilizar.

Impresos, Broshures, Botones, Stand, Audiovisuales, Página WEB como medio de difusión para clientes y potenciales con información de nuestros productos y con la opción de adquirir nuestros productos desde Internet, Presencia en Feria Expolit – USA.

El propósito de Expolit es promover el desarrollo y crecimiento de la industria cristiana a nivel mundial. Creemos en llevar la palabra de Dios a todas partes del mundo a través de la página impresa, la música y de cualquier producto que lleve el mensaje transformador de Dios. Para ello motivamos a las casas editoriales, casas disqueras, ministerios, distribuidores, etc. Para que tanto los libros como la música y sus productos relacionados se puedan poner al alcance del pueblo.

Con este propósito, todos los años se desarrolla en Miami este magno encuentro internacional con exhibiciones, seminarios de capacitación, talleres diversos, conferencias generales y conciertos. En ellos participan destacados oradores-autores y músicos cristianos.

Todo un ministerio al servicio del pueblo hispano. Expolit es un evento innovador... Es una experiencia transformadora para toda persona que está involucrada con el medio cristiano. El polifacético Hotel y Centro de Convenciones Double Tree Miami

Mart Plaza será una vez más la sede de Expolit 2011, este año será del 19 al 24 de mayo del 2011. Estamos seguros que participar le dará la oportunidad de conocer nuevos mercados y sobre todo reafirmar la meta de su organización y ministerio. (Fuente: www.expolit.com)

Alianza con el centro de literatura Cristiana para insertar separadores de libros con la imagen de PHE y un mensaje religioso en los libros que se venden en la librería.

8.4.2 Material de Promoción

Figura 2. Empaque



Fuente: elaboración propia.

Figura 3. Stands para feria



Fuente: elaboración propia.

Figura 4. Botones



Fuente: elaboración propia.

Figura 5. Catálogo



Fuente: elaboración propia.

Figura 6. Separador de libros



Fuente: elaboración propia.

Figura 7. Pagina Web



Fuente: elaboración propia.



Fuente: elaboración propia.

8.5 DISTRIBUCIÓN

PHE recibe el productos directamente de los fabricantes y realiza la Distribución a las Principales Iglesias Cristianas como: Casa de Dios, Manantial de Vida Eterna, Avivamiento, Casa Roca, Lugar de tu Presencia, Centro de Literatura Cristiana, quienes ofrecen el producto directamente al usuario final.

Canal Directo: Lo días jueves y domingos, días de culto en la iglesia Casa de Dios se ubica un Stand - Punto de venta en donde se ofrecen directamente los productos a los asistentes.

Canal Moderno: Pagina Web con la opción de realizar pedidos. En nuestra página de internet el cliente nacional e internacional contará con la opción de realizar compras, para ello tendrá el catalogo virtual, con el detalle de referencias y precios.

8.6 ESTRATEGIAS DE SERVICIO

Una vez se concluya la venta se da inicio a una relación comercial con cada uno de nuestros clientes, se construye una base de datos que nos permita mantener

comunicación constante con ellos a través de mensajes en el celular y mensajes en el correo electrónico con información de nuevos productos, promociones y mensajes religiosos.

8.7 CONSUMIDOR

Población afectada, sus características y necesidades. Hombres y mujeres entre los 18 y 45 años que habiten en la ciudad de Bogotá, de estratos 4 y 5 y de un nivel socio económico medio y alto que asisten de manera espontánea y participan activamente de cultos y ritos acordes con la religión cristiana y evangélica, que les gusta la moda y que piensan que su religión no se involucra con su estilo de vida en cuanto a moda y tendencias. Leen revistas y escuchan radio de forma constante etc.

Iglesias Cristianas, Librerías Cristianas, Jóvenes entre los 18 y 30 años y adultos de 30 a 45 años de estratos 4 y 5 miembros de Iglesias Cristianas interesados en la moda y la innovación.

8.8 ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Objetivos

General. El principal objetivo de nuestra comunicación estratégica pretende que la marca “PHE” logre alcanzar en el corto plazo un nivel de posicionamiento alto en mercado de accesorios para creyentes cristianos, siendo reconocidos por los clientes como un producto “revolucionario” por sus diseños, por la calidad y características de sus tejidos y materiales.

Específicos:

- El mensaje que queremos transmitir es claro; “PHE” es una marca que llegó a Colombia a decirle al cristiano que puede profesar su fe abiertamente y que todo el mundo lo aprecie.
- Lograr llegar al grupo objetivo con el mensaje adecuado.
- Poder conocer en un 80% a nuestros clientes desde sus gustos, deseos, necesidades y características en general de tal forma que podamos cumplir con sus expectativas y lograr su fidelización.

9 TIPO DE NEGOCIO

Con la globalización que actualmente estamos viviendo, la maquila se ha convertido en el prototipo de un sistema mundial de producción.

Maquila Colombiana.

Utilizada para la elaboración de las camisetas nacionales, gorras y riatas. Es una excelente alternativa que permite reducir los costos de producción, la compra de maquinaria y depreciación de la maquinaria. Contamos con mano de obra calificada que se dedica a la fabricación de estos productos con excelente calidad y a precios razonables.

Maquila de Perú.

Utilizada para la elaboración de camisetas debido a la calidad del algodón Peruano y excelentes costos de producción.

(Fuente: sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/ingenie/angulo_lm/cap4.pdf)

Análisis de la Maquila en el Perú

- Mejoramiento de la imagen del Perú a nivel internacional basado en la estabilidad y crecimiento de la economía con respecto a sus países vecinos.
- Cercanía al mercado americano, a los países que conforman la Comunidad Andina Chile. La rapidez de aprovisionamiento del producto es un factor apreciado por los importadores para decidir de donde comprar. En este sentido, los productores de textiles y prendas de vestir nacionales pueden competir mejor con los países asiáticos que se encuentran más alejados.
- El Perú tiene un prestigio internacional como productor de algodón de fibras de buena calidad (pimay tangüis); este es un factor básico que coloca al Perú en una posición ventajosa respecto a otros países productores de textiles de algodón.
- En la costa existen regiones apropiadas para el cultivo del algodón por sus condiciones de calor, temperatura y luminosidad (Ica, Piura, Lima, etc.); pudiéndose aprovechar las zonas áridas porque el cultivo requiere poca agua y no es muy exigente en calidad de suelos. Además del agricultor nacional ha cultivado algodón desde tiempos ancestrales, por lo que se encuentra debidamente capacitado en el manejo agronómico de este cultivo.
- En el mercado internacional, los precios de los algodones de fibra larga y extra larga están mucho mejor cotizados que los algodones de fibra corta. El 90% del comercio del algodón mundial corresponde a algodones de fibra corta y media;

sin embargo el Perú produce dos variedades que son de mejor calidad, de fibra larga y extra larga que son el tangüis y el pima respectivamente.

- Los empresarios de textiles y prendas de vestir cuentan con 15 años de experiencia exportadora, por lo que han adquirido un nivel de “know-how” en la comercialización y producción, que les permite competir apropiadamente en el mercado internacional. Además existe toda una red de subcontratistas y proveedores de accesorios capaces de cubrir los aumentos de demanda.
- Se ha conformado el Instituto Peruano del Algodón (IPA), donde participan productores de algodón, desmotadoras, hilanderos, textiles y confeccionistas; es decir toda la cadena productiva, con el propósito de desarrollar activamente variedades de semilla de algodón competitivas internacionalmente en productividad y calidad de fibra.
- Los Acuerdos y Convenios con mercados internacionales regionales como la Comunidad Andina (CAN), MERCOSUR, representan mercados potenciales a aprovechar, dadas las ventajas arancelarias que ellos proveen. En la medida que se liberalicen los aranceles en América Latina, el Perú tiene ventajas comparativas para exportar prendas finas a prácticamente todos los países.
- Existen de algodón mejorado que ofrecen mayores rendimientos que el cultivo tradicional pero que todavía no han sido aprovechadas por los productores.
- Otros grandes competidores de los textiles y prendas de vestir peruanos son: México, los países caribeños y los países de Europa Oriental. México y los países caribeños han desarrollado velozmente su industria gracias a las ventajas de los acuerdos bilaterales con USA Y cercanía a ese mercado. Por su parte los países de Europa Oriental, se benefician de la cercanía del mercado Europeo.
- Existe capacidad instalada ociosa en las industrias de desmonte de algodón, hilado y tejido que podrían cubrir el aumento del consumo por parte de las empresas confeccionistas.

10 FINANCIACIÓN

La financiación de la empresa PHE, es con capital directo de sus propietarios ya que por ahora no es necesario acudir a ninguna entidad bancaria ni agentes externos para poder cubrir con los gastos y costos que se requieran en el negocio.

Tabla 2. Inversión Inicial

DISEÑO DE IMPRESOS	1.000.000,00
COMPUTADOR	1.000.000,00
MERCANCIA	3.000.000,00
STAND	15.000.000,00
TOTAL	20.000.000,00

Fuente: elaboración propia.

11 P & G

Tabla 3. P&G 2010 y 2011

		2010	2011
VENTAS BRUTAS		36.630.000	90.522.000
Devoluciones	2%	732.600	1.810.440
Descuentos Financieros	5%	1.831.500	4.526.100
VENTAS NETAS		34.065.900	84.185.460
Costos de productos		18.864.000	49.716.600
Gastos Administrativos	10%	3.406.590	8.418.546
UTILIDAD BRUTA		11.795.310	26.050.314
Impuestos	16%	1.887.250	4.168.050
UTILIDAD NETA		9.908.060	21.882.264
Reserva Legal	10%	990.806	2.188.226
TOTAL		8.917.254	19.694.037

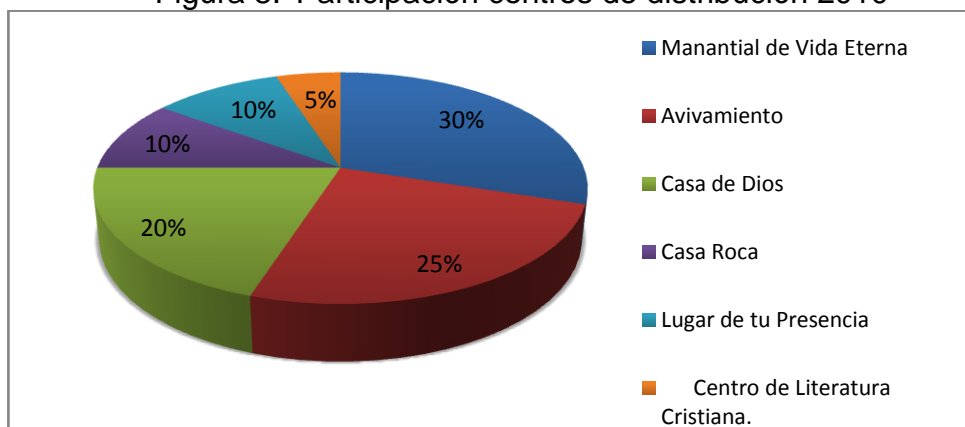
Fuente: elaboración propia.

Tabla 4. Ventas por centro de Distribución 2010

CENTRO DE DISTRIBUCION	%	TOTAL UN
Manantial de Vida Eterna	30%	701
Avivamiento	25%	584
Casa de Dios	20%	467
Casa Roca	10%	234
Lugar de tu Presencia	10%	234
Centro de Literatura Cristiana	5%	117
TOTAL	100%	2.335

Fuente: elaboración propia.

Figura 8. Participación centros de distribución 2010



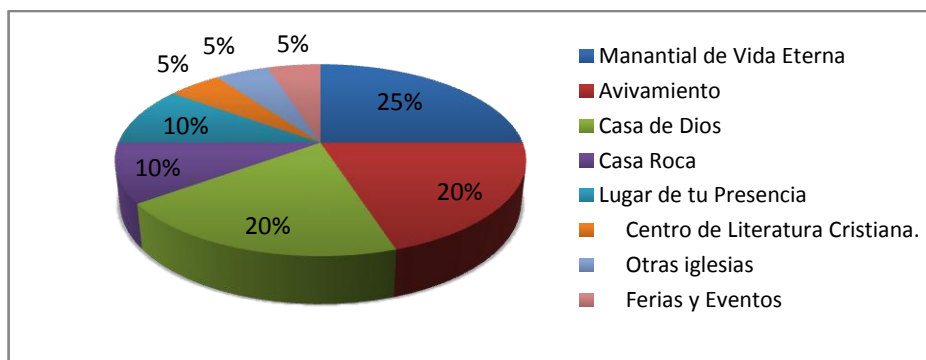
Fuente: elaboración propia.

Tabla 5. Proyección 2011

CENTRO DE DISTRIBUCION	%	TOTAL
Manantial de Vida Eterna	25%	1.175
Avivamiento	20%	940
Casa de Dios	20%	940
Casa Roca	10%	470
Lugar de tu Presencia	10%	470
Centro de Literatura Cristiana	5%	235
Otras iglesias	5%	235
Ferias y Eventos	5%	235
TOTAL		4.700

Fuente: elaboración propia.

Figura 9. Participación centros de distribución esperada 2011



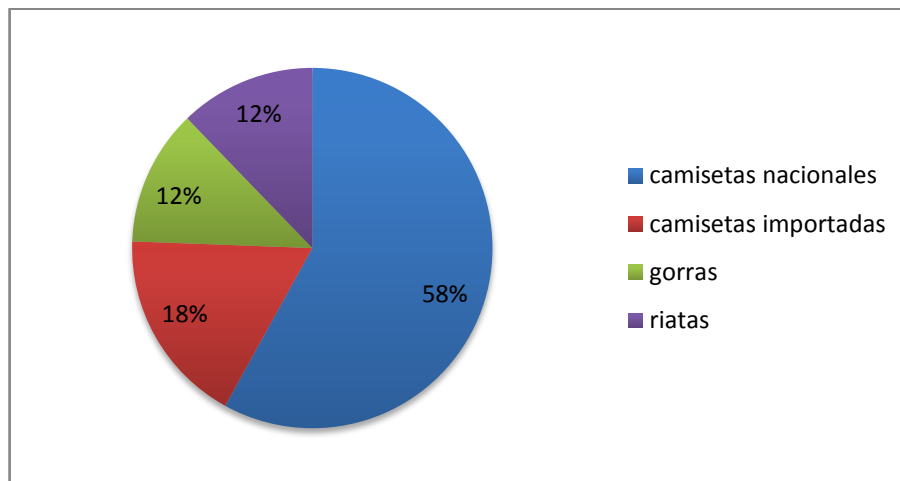
Fuente: elaboración propia.

Tabla 6. Ventas por producto 2010

PRODUCTO	TOTAL UN	%
Camisetas nacionales	1.355	58%
Camisetas importadas	410	18%
Gorras	285	12%
Riata	285	12%
TOTAL VENTAS 2010	2.335	100%

Fuente: elaboración propia.

Figura 10. Ventas por producto 2010



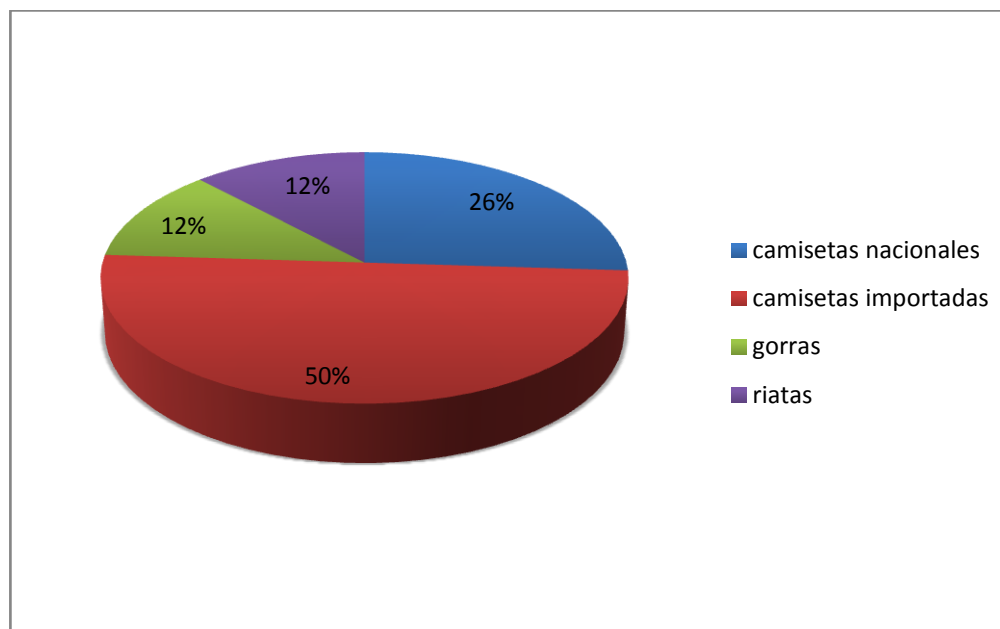
Fuente: elaboración propia.

Tabla 7. Proyección 2011

PRODUCTO	TOTAL UN	%
camisetas nacionales	1.222	26%
camisetas importadas	2.350	50%
Gorras	564	12%
Riata	564	12%
TOTAL VTAS PROYECTADAS 2011	4.700	100%

Fuente: elaboración propia.

Figura 11. Ventas por producto proyectada 2011



Fuente: elaboración propia.

Punto de Equilibrio. El punto de equilibrio se alcanza entre Julio y Agosto del 2010, a 5 meses de haber ingresado con la empresa con unas ventas de 3.020.000 pesos y 793 unidades vendidas.

Tabla 8. Punto de equilibrio

Costos fijos	Mes	Año
1 Empleado por prestación de servicios	240.000	2.880.000
Teléfono e internet	150.000	1.800.000
Hosting y dominio pagina web	100.000	1.200.000
Total	490.000	5.880.000

Costos Variables	Mes	Año
Gasolina	100.000	1.200.000
Productos	4.116.605	18.864.000
Total	4.216.605	20.064.000

Fuente: elaboración propia.

Flujo de Caja. El flujo de caja es favorable, no presenta periodos de iliquidez lo que permite mostrar un proyecto auto-sostenible durante el primer año y con muy buenas proyecciones en adelante.

Tabla 9. Flujo de caja

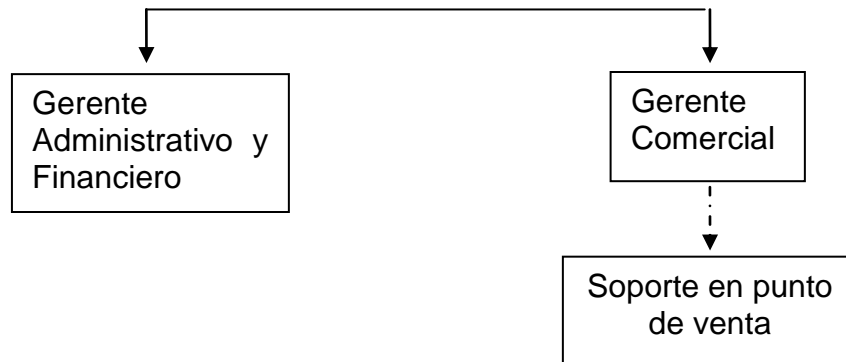
INGRESOS	JULIO	AGOSOTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Operacionales	0	0	0	0	0	0
Crédito	0	0	0	0	0	0
Saldo inicial (final mes anterior)	1.640.000	2.330.000	2.610.000	3.020.000	3.300.000	6.710.000
TOTAL	1640000	2330000	2610000	3020000	3300000	6710000

EGRESOS	JULIO	AGOSOTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Operacionales	0	0	0	0	0	0
Capital de trabajo	0	0	0	0	0	0
Pago de empleado	0	0	0	0	0	240
Servicios públicos	0	0	0	0	0	0
Gasolina	60.000	55.000	80.000	70.000	80.000	100.000
TOTAL	60.000	55.000	80.000	70.000	80.000	100.000

Fuente: elaboración propia.

12 ESTRUCTURA PHE

12.1 ORGANIGRAMA



Los cargos de Gerente Administrativo y el Gerente Comercial actualmente son cubiertos por los dueños por lo tanto no forman parte de ninguna nómina. El cargo de Soporte en punto de venta (stnad) es por prestación de servicios solamente para los días jueves y domingo, en la iglesia Casa de Dios.

12.2 Perfiles de los cargos

Gerente Administrativo y Financiero. Nivel de Educación: Profesional en áreas Administrativas con especialización en Finanzas o afines.

Experiencia: En cargos como Gerente Administrativo o Financiero en los últimos 5 años.

Conocimientos específicos: En Administración y Finanzas.

Responsabilidades y Funciones. Cumplir con el correcto funcionamiento de la compañía, el oportuno abastecimiento de los productos, vela por el mejoramiento continuo y la reducción de costos para una mayor rentabilidad, garantizar el flujo de caja y la recuperación de cartera. Tener conocimiento completo del entorno que le facilite la toma de decisiones. Participar en los procesos de selección de personal. Velar por el cumplimiento de las normas y políticas de la compañía. Velar por un ambiente agradable y activo en la compañía. Diseñar estrategias de reducción de costos y mayor flujo de caja que nos permita ser más competitivos en el mercado. Brindar los recursos necesarios para el buen funcionamiento de la compañía.

Gerente Comercial. Nivel de Educación: Profesional en áreas Administrativas con especialización en Mercadeo y Ventas.

Experiencia: En cargos como Gerente Comercial en los últimos 5 años.

Conocimientos específicos: En Administración, Finanzas, Servicio, Mercadeo y Ventas.

Responsabilidades y Funciones. Cumplir con los volúmenes de ventas establecidos, diseñar estrategias para un mayor cubrimiento, establecer alianzas a largo plazo con iglesias o librerías cristianas para la distribución de los productos. Entregar al gerente informes constantes acerca de las ventas de la compañía. Velar por el mantenimiento de las relaciones con los distribuidores. Diseñar programa de actividades en los puntos de venta – distribuidores. Velar por la rotación adecuada de los productos. Estar al tanto de las tendencias del mercado que nos permitan ser cada vez más competitivos.

CONCLUSIONES

Las creencias hacen que el consumidor busque nuevas opciones para estar en contacto con la Fé, por ello PHE busca crear diseños y productos indicados que llenen las expectativas de quienes profesan esta religión. Por las características de estos productos, los clientes los pueden llevar a diario convirtiéndose en una alternativa más para reafirman sus creencias, al hacerlos parte de su cotidianidad y llevar su sello propio por medio de la evangelización marcada en sus prendas de vestir.

Las manifestaciones de fe hacen parte del ser humano y siempre que se presente una necesidad o problema el ser humano busca a Dios, por lo tanto la fe en Dios es algo que nunca se perderá por el contrario hay una tendencia a volverse más solida, y las personas cada vez más han perdido el temor y la vergüenza de llevar consigo artículos que representen su fe.

PHE tiene claro esta oportunidad y va a seguir consolidándose con sus productos no sólo a nivel Bogotá sino a nivel nacional, porque cuenta con los conocimientos, las herramientas y las posibilidades para lograrlo.

BIBLIOGRAFÍA

http://www.laiglesiacristiana.org/estudios/Dedicatoria_y_Introduccion.pdf

http://es.wikipedia.org/wiki/Religi%C3%B3n_en_Colombia

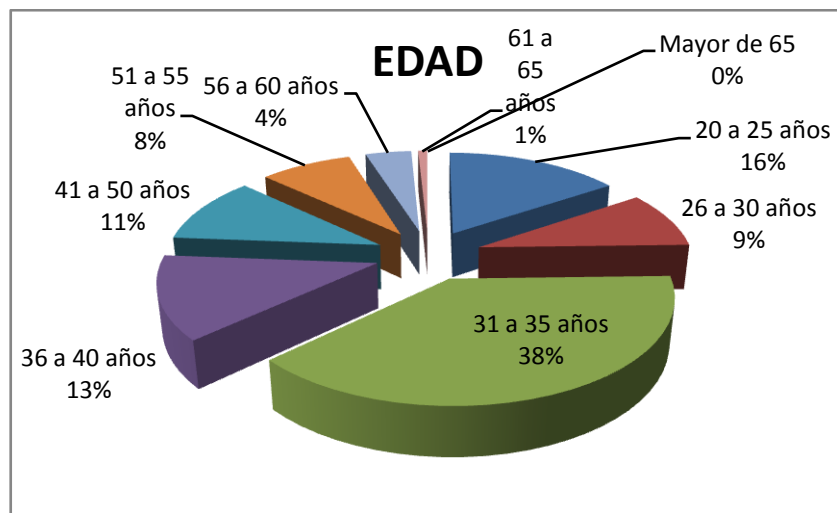
ANEXO

Tabulación

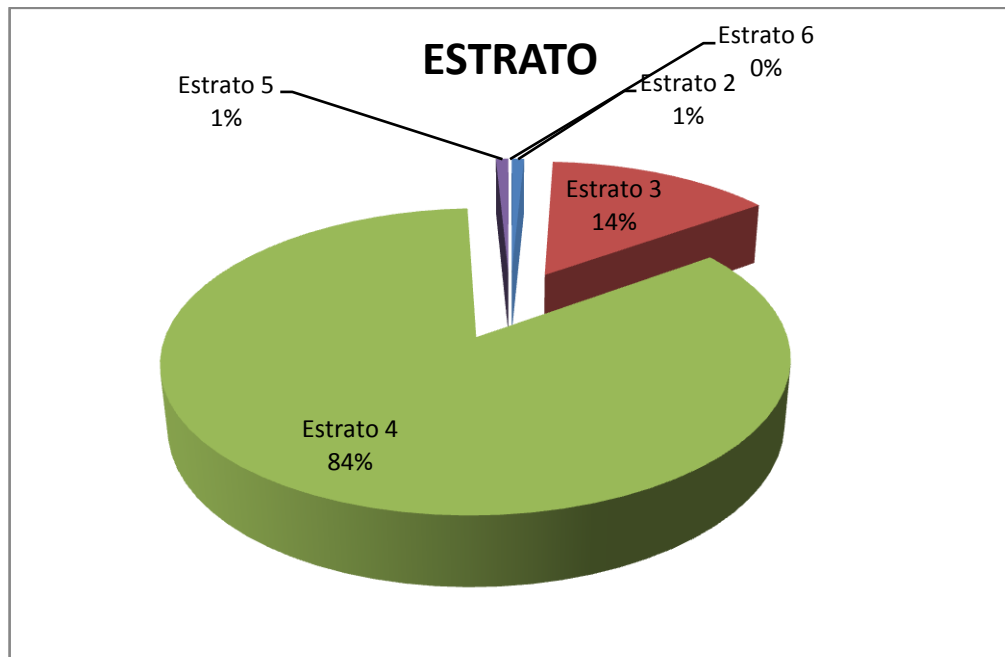
MUESTRA 130



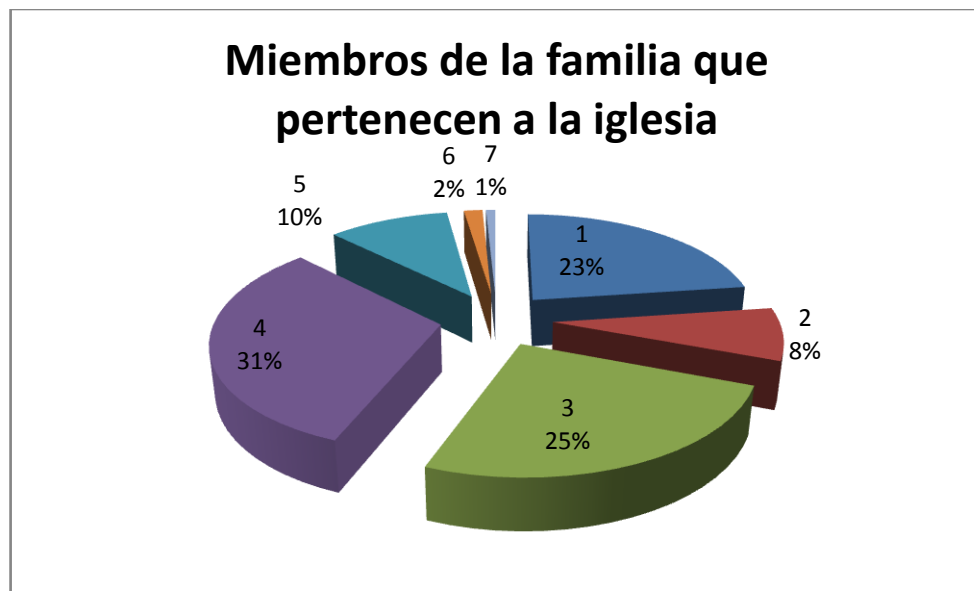
La mayoría de encuestados son mujeres (71%)



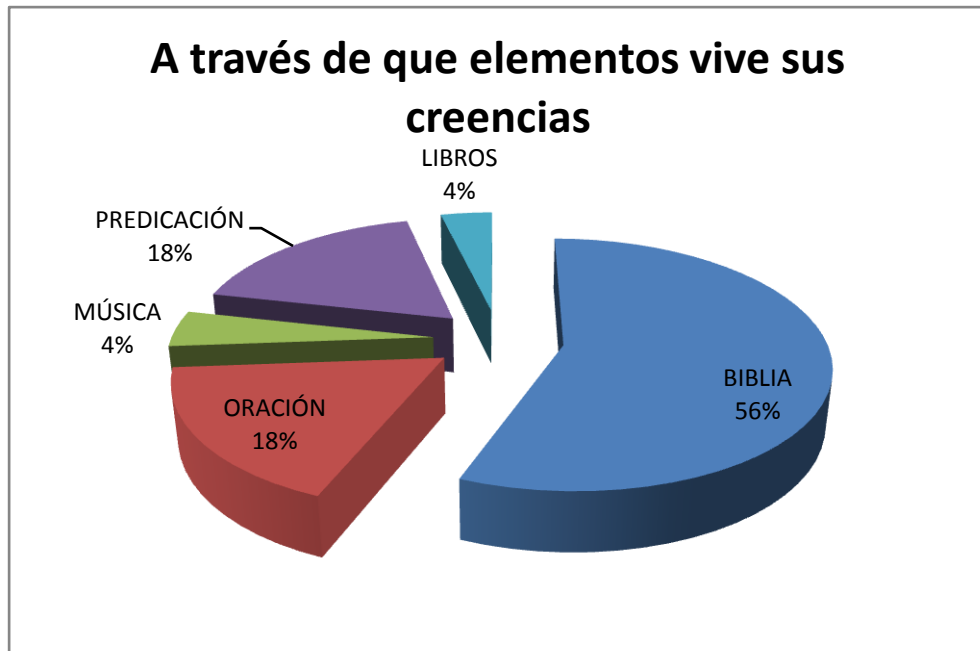
El mayor rango de edad está en 31 a 35 años (38%)



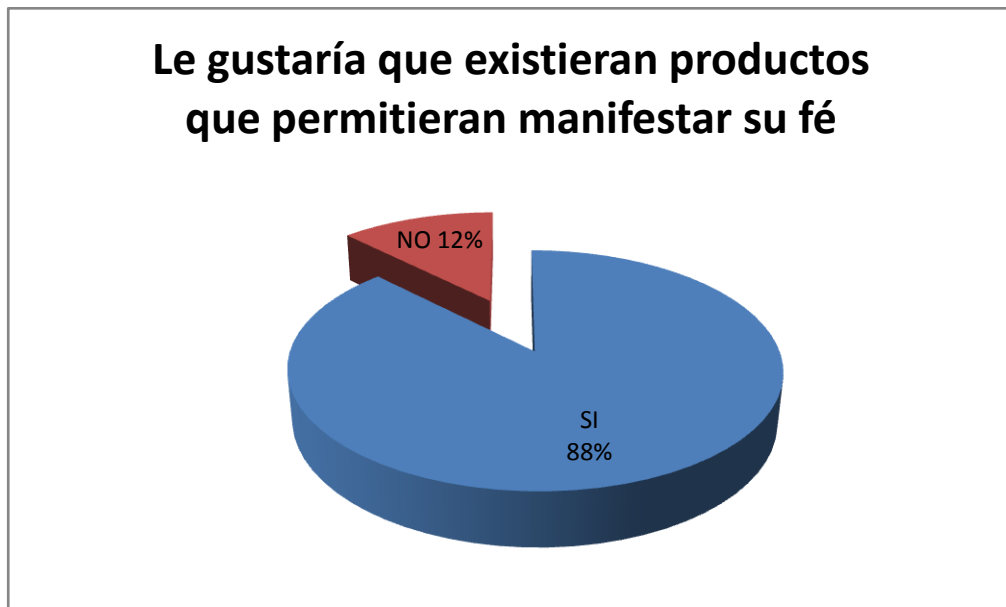
La mayoría de cristianos encuestados son de estrato 4 (84%)



La cantidad de miembros de la Iglesia por familia es de 4 (31%)

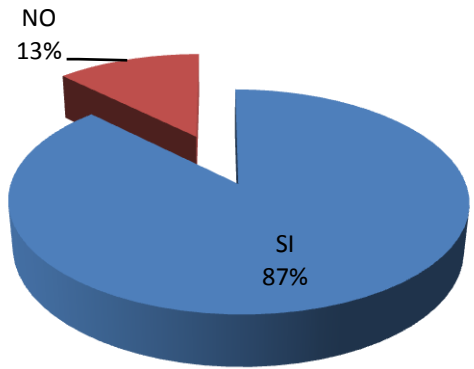


La biblia (56 %) es el elemento que más utilizan para profesar su creencia.



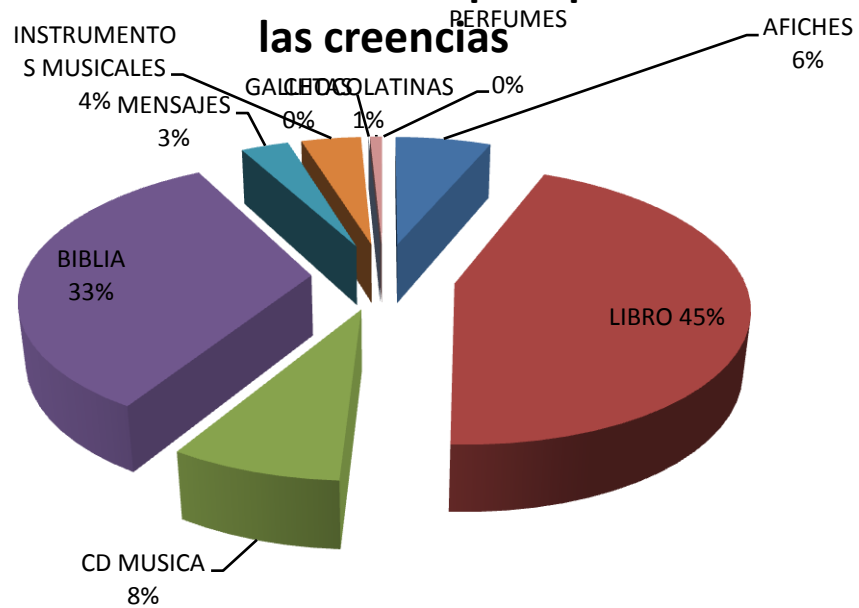
La mayoría (88 %) está de acuerdo con que existan elementos de uso diario que profesen su fé.

Compraría productos que profesen sus creencias

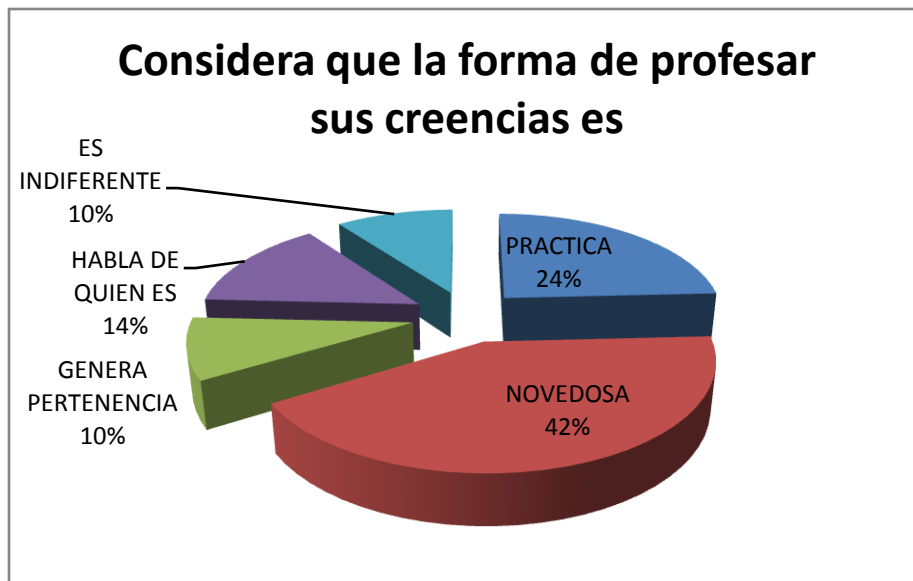


La mayoría (87%) compraría productos que profesen sus creencias

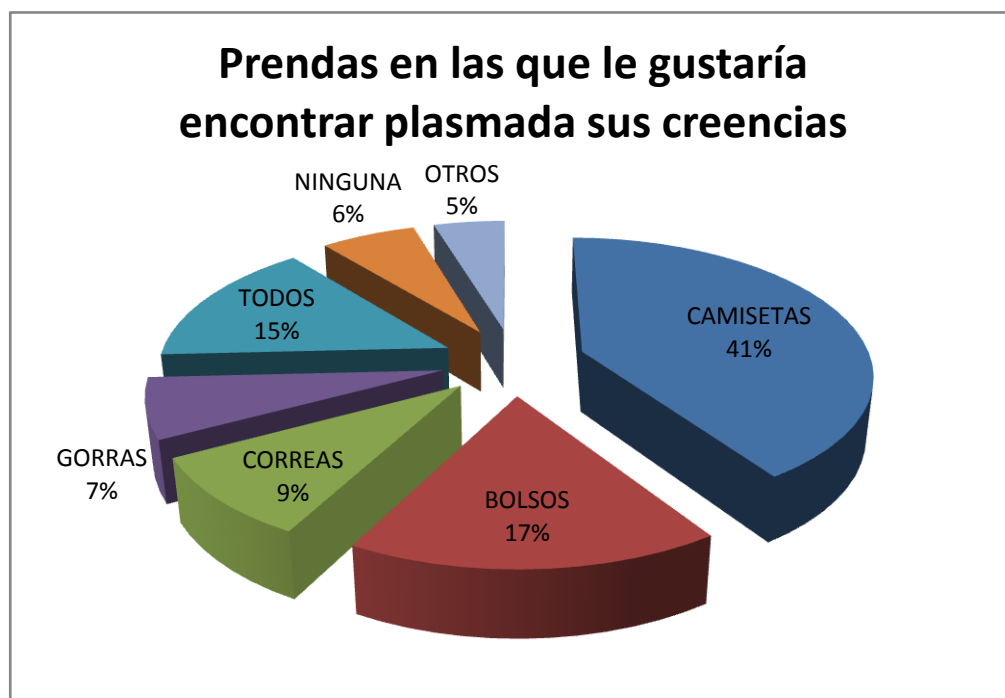
Productos adecuados para profesar las creencias



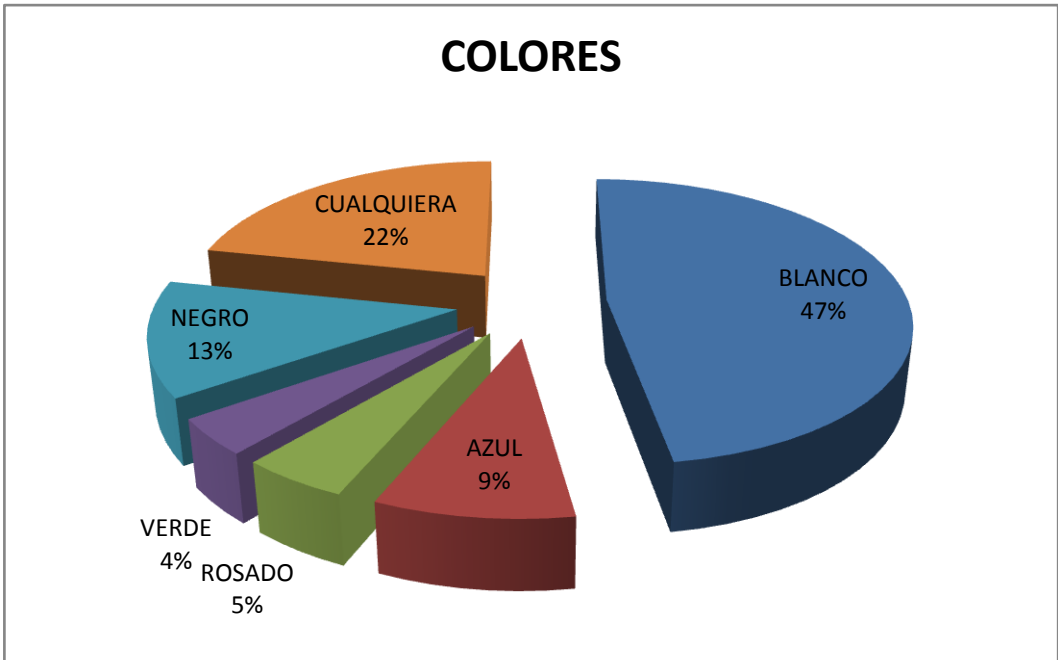
Los productos más adecuados son los libros (45%) y la Biblia (33%)



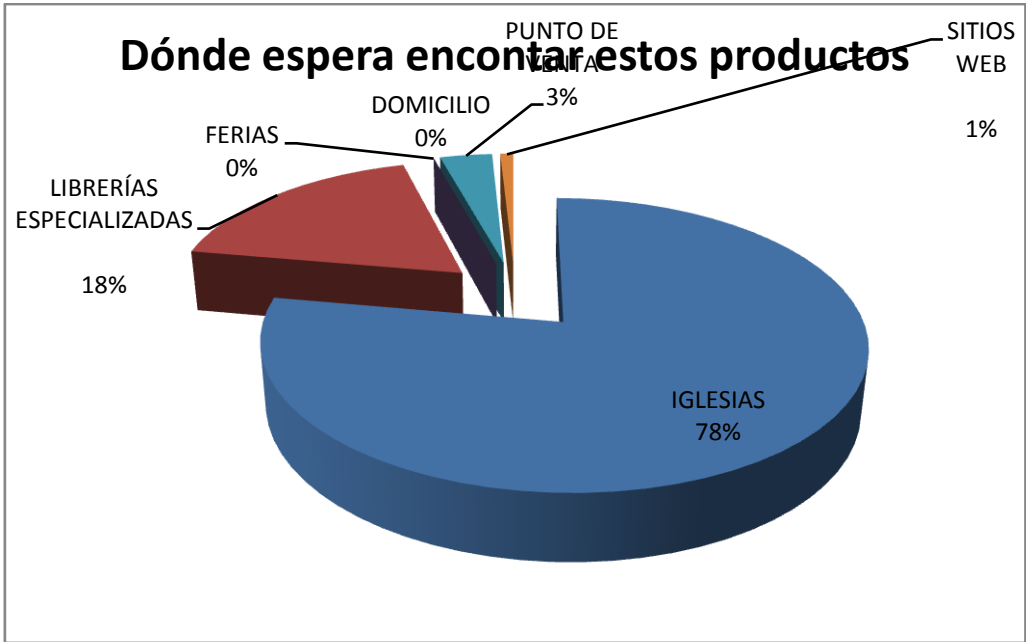
El (42 %) considera que la forma de profesar sus creencias es novedosa



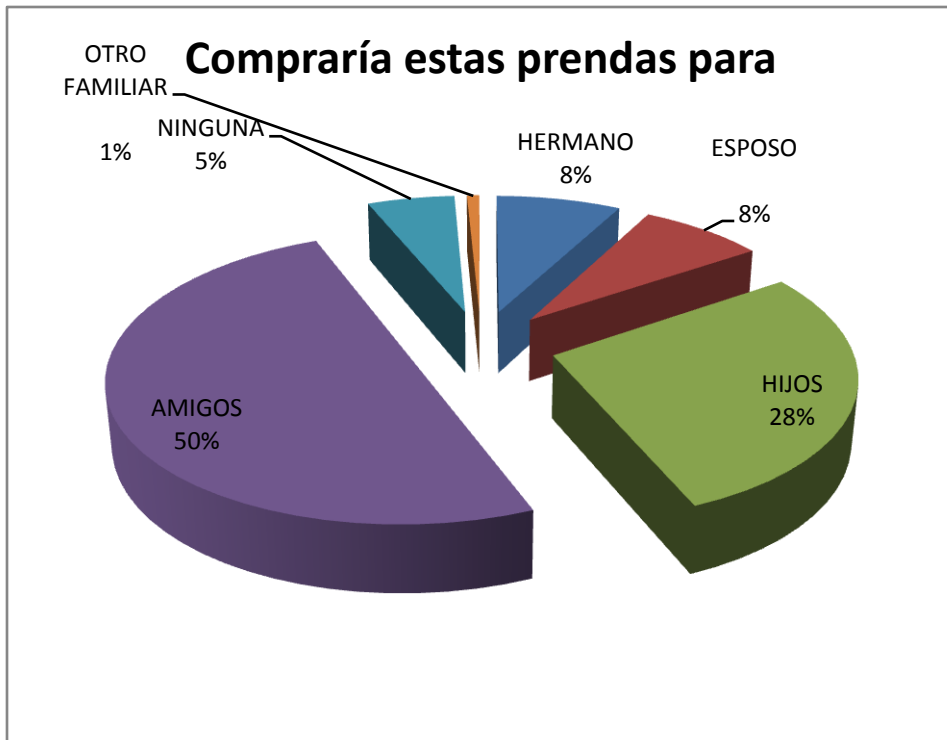
La prenda en la que más les gustaría plasmar sus creencias es en las camisetas (41%), le siguen los bolsos con el (17%), las correas con el (9%) y las gorras (7%).



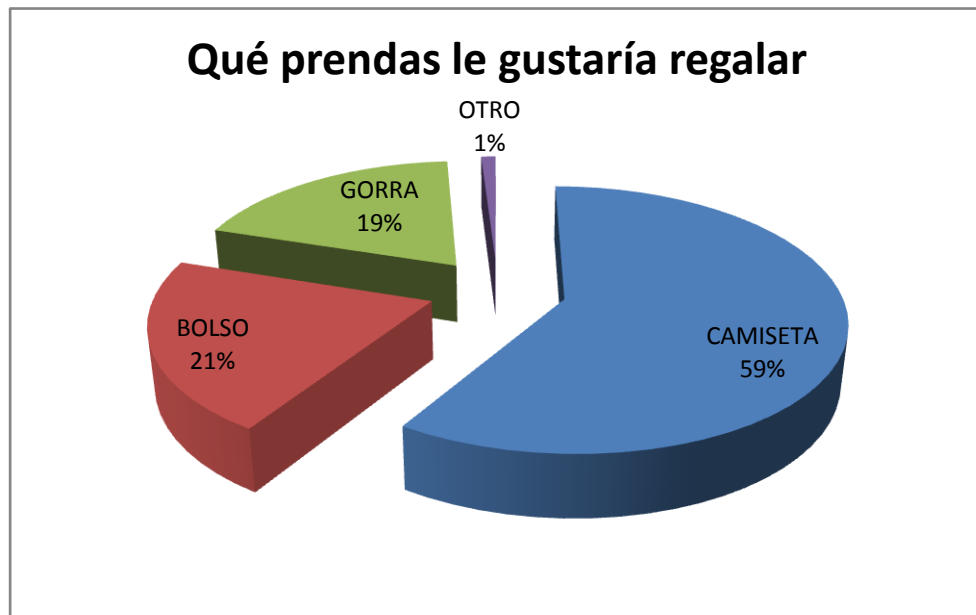
Lo colores que más se ajustan son el blanco (47%) y cualquier color (22%)



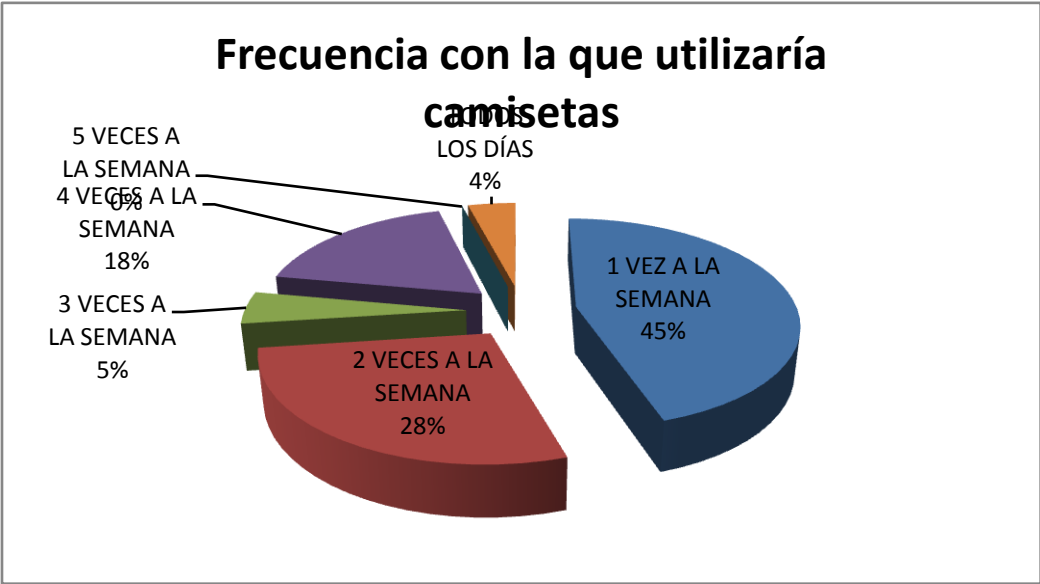
El lugar más adecuado es la iglesia (78%)



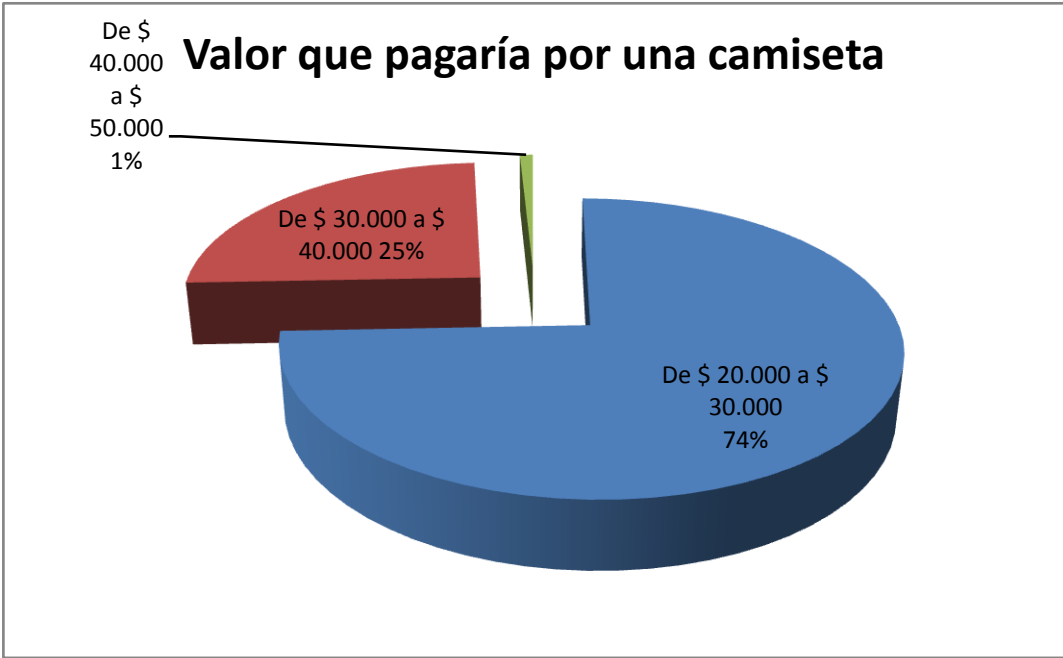
El (50 %) compraría para los amigos y el (28 %) para los hijos.



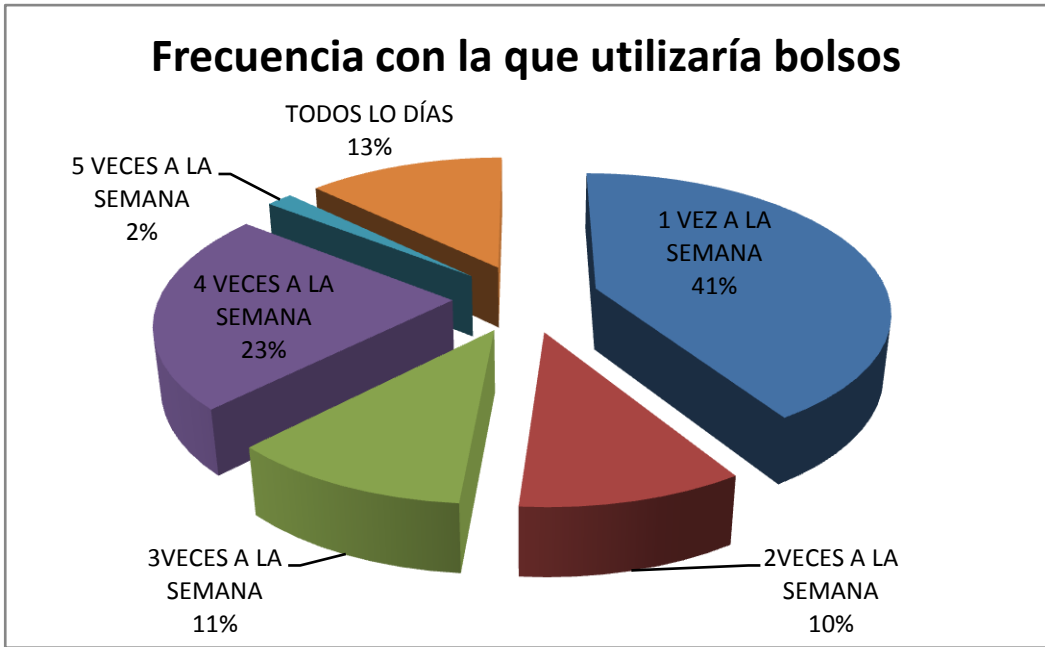
El (59%) regalaría camisetas.



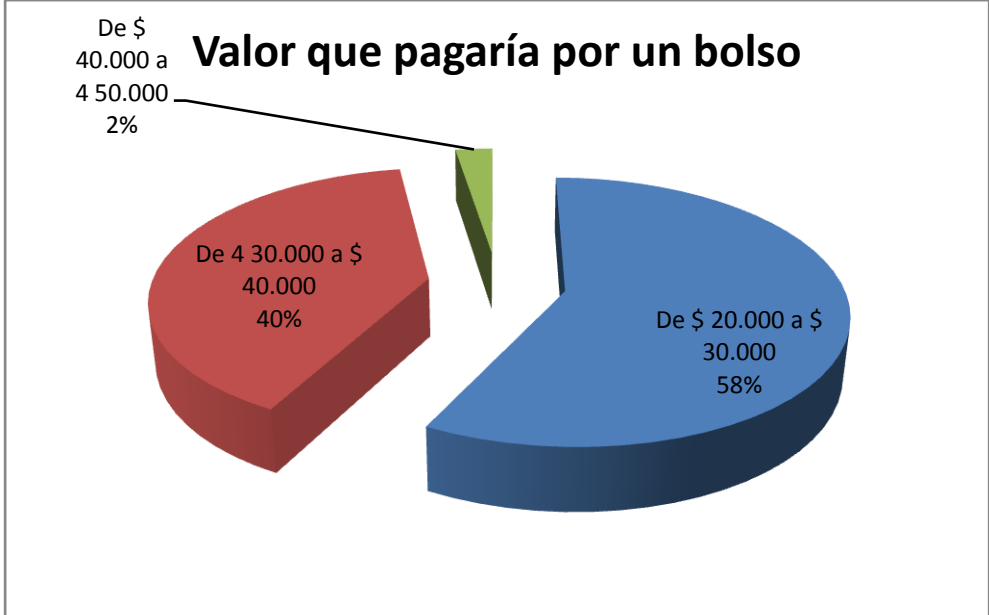
El 45 % utilizaría camisetas 1 vez a la semana y el (28%) 2 veces a la semana.



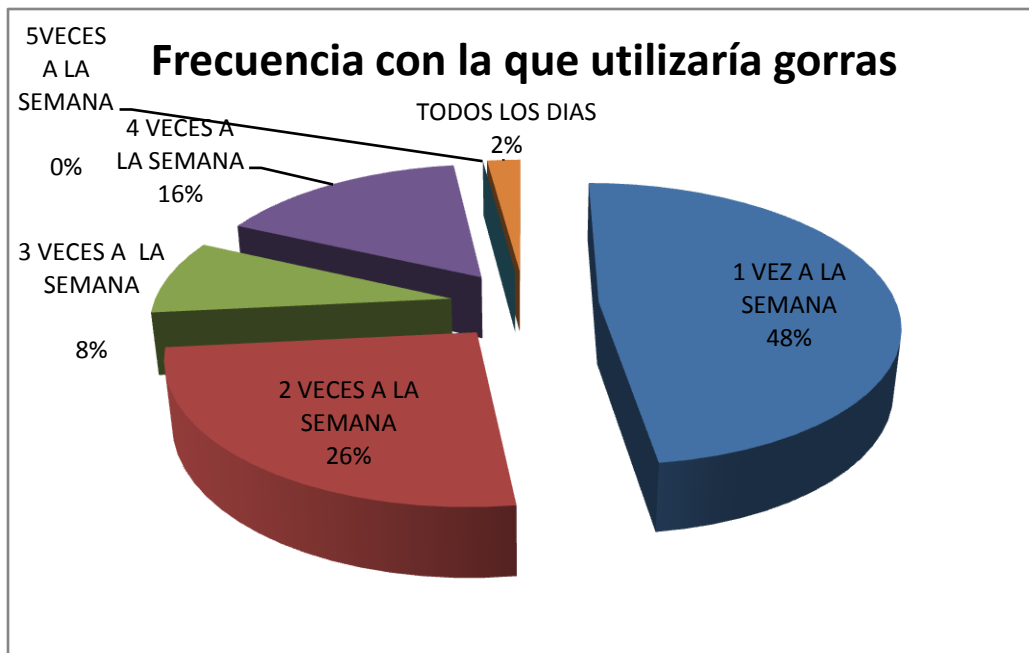
El valor que pagarían por una camiseta es de \$ 20.000 a \$ 30.000 con el (74%)



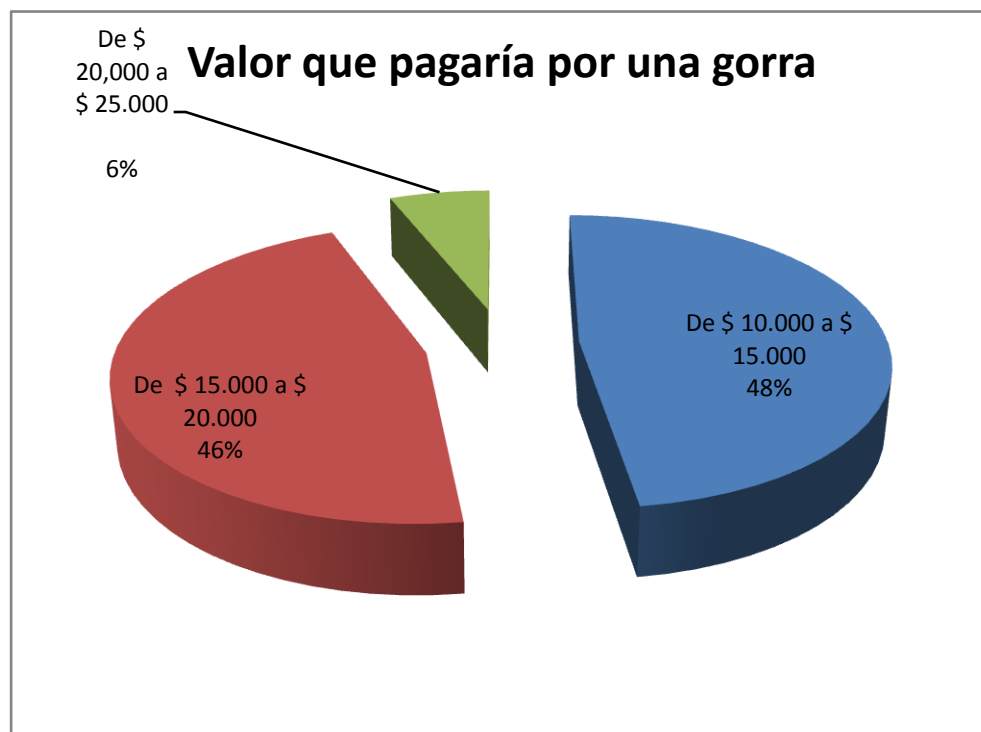
La frecuencia con la que utilizarían bolsos es 1 vez a la semana (41%) y 4 veces a la semana (23%)



El valor que pagaría por un bolso de \$ 20.000 a \$ 30.000 el (58%)



El (48%) utilizaría gorra 1 vez a la semana, el 26 % 2 veces a la semana.



El (48 %) pagaría de \$ 10.000 a \$ 15.000