

Ciencias Contables y Administrativas

**BEL S.R.L.
Victorias's Secret**

María Belén Lajarthe Martínez

**Asunción - Paraguay
2018**

INDICE

CAPITULO 1

Introducción.....	5
Resumen Ejecutivo.....	6
Descripción de la Empresa.....	8
Visión, Misión y Valores de la Empresa.....	9
Objetivo General.....	10
Objetivo Especifico.....	10
Localización.....	11
Método de Factores Ponderados.....	12
Ventaja Competitiva.....	13

CAPITULO 2

Apertura de la Sociedad	16
Ley del Comerciante.....	22
Código Civil.....	24
Pasos para la creación de una S.R.L.....	30
Plan Fiscal.....	31
Contrato de Alquiler.....	32

CAPITULO 3

Aspectos Económicos.....	36
Microeconomía.....	37

CAPITULO 4

Organización de la Empresa.....	44
Organigrama General.....	45
Organigrama de Mintzberg.....	46
Estrategia de Recursos Humanos.....	49
Manual de Funciones.....	50
Esquemas de Procedimientos.....	68
Layout – Local.....	71

CAPITULO 5

Objetivo General.....	76
Objetivos Específicos.....	76
Metodología.....	77
La Encuesta.....	78
Estrategia de Porter.....	84
Estrategia de Ansoff.....	85

CAPITULO 6

Plan de Marketing.....	91
Matriz FODA.....	92
Mix de Marketing.....	95

CAPITULO 7

Plan Operacional.....	102
-----------------------	-----

CAPITULO 8

Responsabilidad Social.....	105
-----------------------------	-----

Mundo Interno.....	107
Mundo Exterior.....	108
CAPITULO 9	
Plan de Expansi3n.....	111
CAPITULO 10	
Aspectos Financieros.....	114
CAPITULO 11	
Plan de Cuentas.....	134
Manual de Cuentas.....	137
CONCLUSION	155
BIBLIOGRAFIA	156

RESUMEN

La marca **Victoria's Secret** nace en 1977 en San Francisco, Estados Unidos, fue la genial idea de Roy Raymond, un joven estudiante de la escuela de negocios de Stanford, quien avergonzado por tener que entrar a una tienda a comprar ropa interior para su pareja decidió fundar un local donde los hombres se sintieran cómodos al elegir lencería para sus compañeras.

El ambiente agradable de las tiendas y los exclusivos conjuntos expuestos en unos marcos en las paredes para ser observados sin incomodidades atrajo a cientos de clientes. Después de cinco años desde su fundación, **Victoria's Secret** contaba con seis almacenes, disponía de un catálogo de 42 páginas, y según diversas fuentes tenía ingresos de USD 6 millones al año. Pero en 1982, Raymond decidió vender la marca por USD 4 millones a la firma The Limited.

El nuevo propietario no cambió la imagen que tenía Victoria's Secret, sino que logró difundirla por los Estados Unidos, abrió tiendas en diversos centros comerciales del país y también comenzó a producir perfumes, zapatos y otro tipo de prendas. En menos de una década, Victoria's Secret se convirtió en la marca más exitosa de ropa interior en los Estados Unidos de América.