

**Administración de Empresas**

***LINGERIE CITY S.R.L***

**Gabriela Eliane Rodas Rolón**

**Asunción – Paraguay  
2015**

## ÍNDICE

Dedicatoria.....	2
Agradecimiento.....	3
Resumen Ejecutivo del Proyecto.....	4
Introducción.....	8
<b>Capítulo I - Antecedentes del Proyecto.....</b>	<b>9</b>
1.1 Introducción a la idea del proyecto.....	10
1.2 Requerimientos jurídicos.....	10
1.2.1 NOMBRE.....	10
1.2.2 TIPO DE SOCIEDAD.....	10
1.2.3 CONSTITUCIÓN JURIDICA.....	10
1.3 Localización de la empresa.....	20
<b>Capítulo II - Investigación de Mercado.....</b>	<b>23</b>
2.1 Análisis situacional FODA.....	24
2.2 Objetivos de la investigación.....	33
2.3 Definir los tipos de investigación a utilizarse.....	35
2.4 Procedimiento de recolección de datos.....	36
2.5 Determinación del plan y tamaño de la muestra.....	38
2.6. Recolección de datos.....	41
2.7 Análisis de los datos.....	45
2.8 Resultado de la investigación.....	60
<b>Capítulo III - Plan de Marketing.....</b>	<b>61</b>
3.1 Análisis de la Macrosegmentación.....	65
3.2 Análisis de la microsegmentación.....	65
3.3 Análisis de la Demanda.....	68
3.4 Plan de Marketing.....	71
3.4.1 Análisis Situacional.....	71
3.4.2 Objetivos.....	77
<b>Capítulo IV – Administración.....</b>	<b>81</b>
4.1 Lineamiento estratégico.....	82
4.2 Visión y Misión de la empresa.....	83
4.2.1 Visión.....	82
4.2.2 Misión.....	83
4.2.3 Análisis de la estructura Competitiva del sector (Porter) .....	84
4.2.4 Análisis Situacional – Matriz FODA.....	87
4.3 Plan de Administración.....	92
4.4 Estructura Organizacional.....	98
4.4.1 Organigrama.....	101
4.4.2 Manual de Funciones.....	102
4.4.3 Fluxogramas.....	116
4.5 Recursos Humanos.....	117
4.6 Plan de cuentas.....	127

<b>Capítulo V – Aspecto Económico.....</b>	<b>136</b>
5.1 Desempleo.....	137
5.2 Población Económicamente Activa.....	138
5.3 Variación del Dólar Americano.....	173
5.4 Tasa de Inflación.....	137
5.5 Variación del Salario Mínimo.....	144
5.6 Balanza Comercial.....	147
5.7 Fluctuación del tipo de cambio.....	148
5.8 Comportamiento de la reserva monetaria.....	148
5.9 Superávit o déficit Fiscal.....	149
<b>Capítulo VI – Cuadros Financieros.....</b>	<b>150</b>
<b>Capítulo VII – Responsabilidad Social.....</b>	<b>171</b>
7.1 Impacto ambiental.....	172
7.2 Impacto Socio-Económico.....	175
7.3 Impacto Cultural.....	175
7.4 Aspectos Éticos de la Sustentabilidad del proyecto.....	175
7.5 Plan de expansión.....	177
<b>Conclusión.....</b>	<b>180</b>
<b>Anexos.....</b>	<b>181</b>
<b>Bibliografía.....</b>	<b>203</b>

## RESUMEN

El trabajo de investigación que se presenta aborda lo que implica la producción y venta de lencería fina con materiales nacionales, está dirigido principalmente al mercado del sexo femenino a satisfacer las necesidades de las clientas más exigentes que este dentro del segmento joven-adulto cuya necesidad sea la de utilizar prendas íntimas tales como lencerías básicas, trajes de baño y ropas de cama que brinden confort, calidad y diseño diferenciado.

Debido al aumento poblacional que existe en Asunción, se ha decidido crear esta empresa, la cual brinda una oportunidad de negocio muy buena porque se diferencia de la competencia en cuanto a diseños, calidad y buena atención.

El estudio de mercado se ha centrado en lo que realmente quieren los clientes, como también en las ventajas que ofrece el producto y de esta manera satisfacer a un determinado público que busca productos de calidad sin descuidar el precio.

La estrategia de penetración de mercado se basa en la fijación de precio inicial relativamente baja en relación con el nivel de precio esperado en el mercado. De esta manera se espera lograr una penetración inmediata en el mercado y al hacerlo, generar un importante volumen de ventas, obteniendo con ello una gran participación en el mercado. La empresa se dedicará al rubro de la industria textil, en el sector de la lencería, ayudando así a las mujeres de dicha ciudad a que encuentren en un solo lugar productos de calidad contando con toda una diversificada gama de productos de gestión orientados al mercado de nuestro país y ser reconocidos por la seriedad y excelencia de nuestro trabajo.

En cuanto al espacio físico no necesitaremos de uno muy amplio para la comercialización, la tecnología necesitada no será muy sofisticada, si será necesaria mejor tecnología. En cuanto al personal requerido, se buscará el mejor perfil para los diferentes cargos, siempre supervisado por un personal de superior capacidad.

El lugar elegido facilitará que el producto sea comercializado sin ningún inconveniente ya que con esto proyectamos algo innovador. El área que se estableció como alternativa para la ubicación de la empresa será sobre la Avenida España casi Senador Long.

Es difícil estimar la demanda total que podemos tener ya que la misma depende de varios factores como ser, la oferta, la demanda, la situación económica y el precio. Sin embargo, por las evaluaciones realizadas en el mercado meta nos permite asegurar las ventas proyectadas, según las informaciones recabadas.