INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICO PRIVADO JOHN VON NEUMANN

CARRERA PROFESIONAL TÉCNICA DE CONTABILIDAD

"PROPUESTA DE MEJORA FINANCIERA Y ECONOMICA DE LA COMERCIALIZADORA NOVEDAD TEXTIL E.I.R.L, TACNA 2016"

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO A NOMBRE DE LA NACIÓN DE:

PROFESIONAL TÉCNICO EN CONTABILIDAD

ALUMNOS:

JHON WILLY GUERRA ALANGUIA
BRAYAN CHUQUITAIPE CASTRO
MONICA RAMOS MONTORA

PROFESOR GUÍA:
MBA ERNESTO LEO ROSSI

TACNA – PERÚ

2016

AGRADECIMIENTO

A nuestro profesor guía MBA ERNESTO LEO ROSSI, por orientarnos en la elaboración de la tesis para obtener el título de Técnico en Contabilidad, a nuestra familia por su apoyo durante todo el periodo de estudios y a nuestros profesores que durante todos los años nos dieron nuevos conocimientos para nuestro crecimiento personal y profesional.

Contenido

RESUMEN: 1

ABSTRACT 2

INTRODUCCION 3

CAPITULO I 5

1.1. TITULO 6

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 6

1.2.1 DIAGNOSTICO: 6

1.2.2 PRONOSTICO: 6

1.2.3 CONTROL: 6

1.3. OBJETIVOS: 7

1.3.1 OBJETIVO GENERAL 7

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS 7

1.4. JUSTIFICACION 7

1.4.1 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA: 7

1.4.2 JUSTIFICACIÓN DE METODOLOGÍA 8

1.4.3 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA 8

1.5. DEFINICIONES OPERACIONALES: 9

1.5.1 SITUACION ECONOMICA 9

1.5.2 SITUACION FINANCIERA 9

1.5.3 PROPUESTA 9

1.5.4 ANALISIS 9

1.5.5 MEJORA 9

1.6. METODOLOGIA 10

1.7. ALCANCES: 11

CAPITULO II 12

2.1 PRESENTACION DE LAS BASES TEÓRICAS 13

2.1.1 CLAVES DEL ANÁLISIS DE EMPRESAS 13

2.1.2 ANÁLISIS DE ESTADOS FINANCIEROS 14

2.1.3 ANÁLISIS PATRIMONIAL Y FINANCIERO 14

2.1.4 CAPITALIZACIÓN Y ENDEUDAMIENTO 14

2.1.5 LIQUIDEZ 15

2.1.6 ROTACIÓN 15

2.1.7 PLAZOS 16

2.1.8 ANÁLISIS ECONÓMICO 16

2.1.9 RENTABILIDAD 19

2.2 EL ANALISIS ECONOMICO-FINANCIERO DE LA EMPRESA 19

2.2.1BASES PARA EL ANALISIS FINANCIERO 19

2.3 INTRODUCCION AL ANALISIS FINANCIERO 23

2.3.1 FASES DEL PROCESO DE ANÁLISIS 23

2.3.2 Usuarios De Los Informes Financieros....24
2.3.3FUENTES DE INFORMACION PARA EL ANALISTA....24
2.4 ANALISIS COMPARATIVOS DE BASES TEORICAS....25
2.3 ANALISIS CRÍTICO DE LAS BASES TEORICAS....27
CAPITULO III....29
3.1NFORMACION GENERAL DE LA ORGANIZACION....30
3.1.1DATOS GENERALES....30
3.1.2 HISTORIA:....31
3.1.3 DESCRIPCION DE LA EMPRESA:....34
3.1.4.- GIRO:....35
3.1.5.- NUMERO DE TRABAJADORES:....35
3.1.6VALORES:....35
3.1.7ORGANIGRAMA....36
3.1.8FILOSOFIA EMPRESARIAL:....37
3.1.9.-MISION:....38
3.1.10.- VISION:....39
3.1.11 OBJETIVOS:....39
3.1.12 POLITICAS DE CALIDAD:....40
3.1.13PRODUCTOS QUE OFRECEMOS:....40
3.2DIAGNOSTICO ORGANIZACIONAL....45

3.2.1FODA....45
3.3ANALISIS CRÍTICO REFERENCIAL....47
CAPITULO IV....48
PROPUESTA DE MEJORA FINANCIERA COMERCIALIZADORA NOVEDAD TEXTIL E.I.R.L....49
4.1 IDENTIFICACION DE AREA O VARIABLES A MEJORAR....50
4.1.1 IDENTIFICACION DEL AREA A MEJORAR....50
4.1.2 VARIABLE A MEJORAR....50
4.2 DIAGNOSTICO DEL PROBLEMA....51
4.2.1DIAGNOSTICO DEL PROBLEMA....51
4.2.2 ESTADO DE SITUACION FINANCIERA....51
4.2.3 ESTADO DE RESULTADO....51
4.2.4 ANALISIS DE RATIOS....51
4.3 DEFINICION DE PROPUESTAS Y PLANES DE ACCION....55
4.3.1 ANALISIS MEDIDAS DE LIQUIDEZ....55
4.3.2 RATIOS DE ENDEUDAMIENTO....56
4.3.3 RATIOS DE ROTACION....57
4.3.4 RATIOS DE RENTABILIDAD....57
4.3.5RECOMENDACIÓN SOBRE EL ANALISIS DE LOS RATIOS....58
4.3.6 PRECIO DE ADQUISICION Y VENTA DE PRODUCTOS EN VENTA....59

CAPITULO V 60

5.1 CONCLUSIONES FINALES 61

5.2 SUGERENCIAS 62

5.3 BIBLIOGRAFIA 63

Bibliografía 63

5.3 ANEXOS 1 68

INDICE DE FIGURAS

Ilustración 1 (ALMACEN).....31

Ilustración 2(ALMACEN2).....32

Ilustración 3(ALMACEN3).....32

Ilustración 4(CAJA) 33

Ilustración 5(ATENCION CLIENTE) 33

Ilustración 6(ATENCION CLIENTE) 33

Ilustración 7(CAJA 2) 34

RESUMEN:

El presente trabajo es un proyecto de mejora económica y financiera de la empresa Comercializadora Novedad Textil E.I.R.L, nuestro proyecto fue elaborado con la idea de conocer a profundidad los problemas los cuales encontraremos en la empresa.

Uno de los motivos principales del trabajo fue como nosotros al visitar la empresa nos dimos con la sorpresa de que tal empresa no tiene controles de forma adecuada y varias áreas donde se Trabaja bien pero se podría perfeccionar para que al final el cliente se sienta feliz y regrese en una compra futura y también nos podría hacer recomendaciones con otros compradores.

La empresa Comercializadora Novedad Textil se caracteriza por tener variedad de telas de diferentes tamaños y diseños y a un precio razonable donde el cliente se sienta espléndido.

Primeramente analizaremos sus estados financieros, posteriormente sus áreas funcionales y también estableceremos controles en la Empresa para finalmente llegar a la toma de decisiones económicas y financieras con ellas esperamos una mejora financiera y económica en la empresa con el transcurso del tiempo para que tenga estabilidad económica y un buen crecimiento o estabilidad en el margen de las ventas.

Las ventas en el principal factor con que la empresa perdurar en el tiempo ya que con esos ingresos se pueden pagar a los trabajadores y cumplir con la obligaciones tributario y por supuesto finalmente terminar con nuestro porcentaje de utilidades proyectadas a un inicio de periodo.

ABSTRACT

The present work is a project of economic and financial improvement of the Company Marketing Textile E.I.R.L, Our Project FUE Elaborated with the idea of knowing a depth of the Problems which we will find in the Company.

One of the Main Reasons of the Work FUE How We Visit the Company we were surprised that such a Company has No Controls Adequately and Several areas Where it works Well but could be perfected So that at the end of the Customer Feels happy And return on a future purchase and we could also make recommendations with other buyers.

The Textile Trader Company Marketing Textile E.I.R.L was characterized by having a variety of different fabrics SIZES AND DESIGNS AND a reasonable price UN Where the customer feels splendid.

Firstly, we will analyze YOUR Financial Statements, and then their Functional Areas and we will also establish Controls in the Company, finally, to make Economic and Financial Decisions with them. WE EXPECT A Financial and Economic Improvement in the Company over time to have Economic Stability and Good Growth or Stability in the Sales Margin.

The sales in the main factor With the company to endure in time that already with European standardization organizations income can be paid the workers and a fulfillment with the tributary obligations and of course finally to end our of the projected profits percentage of a un start Of period.

INTRODUCCION

Comercializadora Novedad Textil E.I.R.L es una empresa en el rubro de textiles, una empresa que tiene clientes estables que recurren frecuentemente a nuestra tienda a hacer sus compras.

El siguiente trabajo tendrá varios puntos donde se tendrá que profundizar y en algunos solo un temas más que en otros.

En la actualidad las empresas buscan estabilidad en el tiempo, no ser temporales para ellos es necesario tener un mercado especifico de cartera de clientes, para tener estabilidad en el tiempo primeramente necesitamos ingresos y tener unas ventas estables promedias desde cuando se inicia las operaciones.

El presente Proyecto es una Propuesta de mejora financiera y económica, se elaborara análisis y evaluaciones para lograr proyectar su situación actual y finalmente la toma de decisiones.

Actualmente la Eficiencia y Eficacia son puntos clave para el crecimiento y estabilidad de una empresa, también tenemos la innovación el cual atrae a nuevos consumidores adquirir el producto.

Para elaborar el presente trabajo aplicaremos los siguientes libros los cuales nos darán conocimientos y pautas para lograr un buen análisis y sea beneficioso para la empresa en el presente y en el futuro.

Contabilidad y dirección:

a. Claves para Análisis de Empresas (ORIOL AMAT)

b. Introducción al Análisis financiero (Ana Álvarez)

c. El análisis económico financiero (Álvaro Cuervo- Pedro Rivero)

En la actualidad pocas empresas tienen su manual de control interno, el cual es necesario para la buena ejecución de los procesos de la empresa y llegar a las metas establecidas

El manual de control interno es un documento donde se encuentran las políticas, responsabilidades, instrucciones y procedimiento de todas las actividades relacionadas a la empresa en común.

Los clientes buscan buen precio y buena calidad el cual razonable por ello nuestra empresa Comercializadora Novedad Textil E.I.R.L los da pero nosotros queremos perfeccionarlos buscando nuevos proveedores y por consecuente ahorrando costos y gastos.

CAPITULO I

ANTEDECENTES DE ESTUDIO

1.1. TITULO

"**PROPUESTA DE MEJORA FINANCIERA Y ECONOMICA DE LA COMERCIALIZADORA NOVEDAD TEXTIL E.I.R.L TACNA 2016**."

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1 DIAGNOSTICO:

De acuerdo a información tomada de la empresa comercializadora novedad textil E.I R.L en 2015 los principales compradores fueron los comerciantes de Tacna centro con el (60%) y además el (30 %) fueron Chilenos, y con un (10 %) el departamento de Puno. Observamos que la empresa no lleva un control de su información financiera.

1.2.2 PRONOSTICO:

La empresa comercializadora novedad textil al no tener un control total de la empresa financieramente no tiene pautas para tomar decisiones para el futuro al no saber con precisión cual es la situación del negocio. Muchos empresarios no tienen conocimiento de la situación actual de su empresa. Muchos de los problemas de la empresa anticipar y proveer interpretando la información contable, ya que refleja lo positivo o negativo.

1.2.3 CONTROL:

El estudio que se hará a la empresa es para poder tener el control total de la empresa necesita mejoramiento financieramente para que siga creciendo, ya que financieramente no está asesorado y necesita urgente de nuevas

propuestas para seguir creciendo y así pueda seguir proyectándose hacia el futuro. Y ver su estabilidad en el tiempo.

1.3. OBJETIVOS:

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

Proponer una mejora financiera y económica de la empresa Comercializadora Novedad Textil E.I.R.L.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar los recursos financieros.
- Conocer el entorno económico externo.
- Analizar sus áreas funcionales por las cuales está teniendo problemas.
- Formular las soluciones en el corto y largo plazo de los problemas económicos y financieros.
- Establecer los controles para el cumplimiento de la Propuesta de mejora.

.

1.4. JUSTIFICACION

1.4.1 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA:

Esta propuesta se basara en diversas leyes, normal, teorías con las cuales se trabajara.

- Ley del Impuesto a la Renta.
- Ley de planillas de pago y beneficios sociales.
- Ley del IGV.

- Conformidad de Estados Financieros Adecuados a las NIIF.
- Contabilidad y dirección: Claves para Análisis de Empresas (ORIOL AMAT).
- Introducción al Análisis financiero (Ana Álvarez).
- El análisis económico financiero (Álvaro Cuervo- Pedro Rivero).

1.4.2 JUSTIFICACIÓN DE METODOLOGÍA

Para llegar a las propuestas se tendrá que acudir a la comercializadora novedad Textil EIRL para poder ver los diversos problemas o inconformidades y también verificar sus estados financieros y llegar a posibles conclusiones y mejoras para el crecimiento de la empresa.

1.4.3 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

Se aplicara diversos métodos para análisis de sus estados financieros en los cuales tenemos el método de análisis vertical, análisis horizontal y los ratios financieros, también se usara el método Altman Z- Score para predecir futuras quiebras, también usaremos el índice DuPont para lograr ver la rentabilidad del negocios en los últimos años.

1.5. DEFINICIONES OPERACIONALES:

1.5.1 SITUACION ECONOMICA

Hace referencia al patrimonio de la persona, empresa o sociedad en su conjunto, es decir, a la cantidad de bienes y activos que posee y que les pertenecen. (NEGOCIOS).

1.5.2 SITUACION FINANCIERA

Se refiere a la capacidad que poseen esas personas, empresas o sociedad de poder hacer frente a las deudas que tienen o, lo que es lo mismo, de la liquidez de la que disponen para poder pagar sus deudas. (NEGOCIOS).

1.5.3 PROPUESTA

Idea o proyecto sobre un asunto o negocio que se presenta ante una o varias personas que tienen autoridad para aprobarlo o rechazarlo (FREEDICTIONARY, 2013).

1.5.4 ANALISIS

Un Análisis es un estudio profundo de un sujeto, objeto o situación con el fin de conocer sus fundamentos, sus bases y motivos de su surgimiento, creación o causas originarias (CONCEPTODEFINICION, 2011).

1.5.5 MEJORA

Cambio o progreso de una cosa hacia un estado mejor. Mejoramiento, mejoría (FREEDICTIONARY, 2013).

1.6. METODOLOGIA

A. ANALÍTICO:

Es un método fundamental en el anteproyecto porque se hará un análisis detallado de calidad del producto mediante comparaciones con los productos de otras empresas del mismo rubro, y además cotizara la adquisición de los insumos de los proveedores y ver cual será el mejor esto con la finalidad se superar los estándares de calidad que exige el mercado y mantenernos vigentes.

Asimismo, se realizara una reunión con el personal tanto empleados como directivos para realizar un FODA y determinar porque se está dando un trato inadecuado al consumidor final y poder solucionar.

B. DEDUCTIVO:

Este método será de mayor aplicación dentro del análisis, ya que se harán deducciones lógicas de cómo prevenir la compra de materia prima de baja calidad y la mejora en el trato a los clientes de la empresa.

C. NORMATIVO:

En la normatividad se aplicación el método normativo al conjunto de las leyes, decretos, resoluciones, reglamentos internos, etc.

D. OBSERVACIÓN:

La observación es sustancial, pues nos permitirá obtener unas visión de lo debemos mejorar en cuanto a nuestros productos finales y la atención a los clientes. y con ello dar un buene producto a un buen costo y lograr utilidades deseadas.

1.7. ALCANCES:

La investigación abarca únicamente la empresa COMERCIALIZADORA NOVEDAD TEXTIL E.I.R.L ubicada en el Pasaje Bacigalupo N° 175 (Frente a Tacna Centro por Avenida Leguía –Tacna-Tacna-Tacna) y tendrá una duración de 1 mes y 3 semanas.

CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1 PRESENTACION DE LAS BASES TEÓRICAS

A continuación, se desarrollara conceptos, teorías, modelos y metodologías de autores que desarrollan el tema de mejora financiera de la empresa como son: Álvaro cuervo pedro Rivero, Ana Gil Álvarez, Oriol Amat.

2.1.1 CLAVES DEL ANÁLISIS DE EMPRESAS

Oriol Amat en su libro claves del análisis de empresa (Amat, 2005) En la medida que la empresa disponga de un informe de auditoría sin salvedades las cuentas serán más fiables. Si en el informe de auditoría se incluyen: El análisis económico ayuda a verificar cómo genera resultados una empresa y cómo mejorarlos. Para ello, los datos de base están en las cuentas de resultados. El análisis de la empresa aporta información muy útil para poder conocer mejor sus fortalezas y debilidades. De esta forma, los directivos pueden tener un diagnóstico que les ayuda a tomar decisiones que contribuyan a que la empresa alcance sus objetivos. Al mismo tiempo, otras partes interesadas como accionistas, bancos, inversores, o empleados, por ejemplo, pueden tomar decisiones con más conocimiento de causa.

La información disponible de la mayoría de empresas tiene algunas limitaciones que conviene señalar:

• Los datos existentes pueden ser insuficientes para poder hacer un análisis completo. En este sentido, cabe recordar que normalmente es difícil disponer de previsiones fiables sobre el futuro de la empresa.

• La información puede llevar un retraso significativo. Es habitual que las cuentas disponibles tengan una antigüedad de alrededor de doce meses, con lo que el diagnóstico pierde actualidad.

• Los datos pueden no ser totalmente fiables. En los últimos años se ha puesto de manifiesto que algunas empresas maquillan sus cuentas anuales ofreciendo una imagen distorsionada de su patrimonio y sus resultados.

2.1.2 ANÁLISIS DE ESTADOS FINANCIEROS

También oriol Amat nos da a conocer sobre su libro de claves análisis financiero (Amat, 2005) Una vez realizado el análisis estratégico y el operativo, ya podemos iniciar la revisión de los estados financieros. Este análisis se divide en análisis patrimonial y financiero, análisis de la gestión de los activos, análisis económico y análisis de la rentabilidad.

2.1.3 ANÁLISIS PATRIMONIAL Y FINANCIERO

El análisis patrimonial y financiero es el primer paso del análisis de los estados financieros y permite evaluar aspectos tales como la capacidad de pago de deudas, la independencia financiera, la capitalización y la utilización de los activos.

2.1.4 CAPITALIZACIÓN Y ENDEUDAMIENTO

Los capitales propios han de ser los adecuados para que la empresa no tenga un exceso de deudas y disponga de la suficiente autonomía ante terceros. En términos generales, que dependen obviamente de las características del sector, los capitales propios son razonables que asciendan, aproximadamente entre el 35% y el 50% del total del pasivo.

• Ratio de calidad de la deuda: Se calcula dividiendo el exigible a corto plazo por el total de las deudas.

• Ratio de capacidad de devolución de los préstamos: Se calcula dividiendo el beneficio neto más las amortizaciones por el total de los préstamos recibidos pendientes de devolución.

• Ratio de gastos financieros sobre ventas: Hay varios ratios que, a pesar de que requieren datos de la cuenta de resultados, permiten comprobar si la empresa puede soportar el endeudamiento que tiene.

• Análisis discriminante: Múltiples estudios demuestran que los ratios tienen un gran potencial para predecir suspensiones de pagos y quiebras de empresas.

2.1.5 LIQUIDEZ

El análisis de la liquidez requiere utilizar técnicas como las que siguen:

• Estado de flujos de tesorería. Para evaluar la liquidez es conveniente calcular el estado de flujos de tesorería del periodo recién terminado y también, a nivel previsional, para los próximos doce meses.

2.1.6 ROTACIÓN

Permite estudiar el rendimiento que se obtiene de los activos. Los ratios de rotación se calculan dividiendo las ventas por el activo correspondiente.

El valor ideal de los ratios de rotación es que sean lo más elevados posible. Veamos los más usados:

• Rotación del activo fijo: Se obtiene dividiendo las ventas por el activo fijo:

Cuanto mayor sea el valor de este ratio quiere decir que se generan más ventas con el activo fijo.

Al igual que los ratios anteriores, cuanta mayor sea la rotación de las existencias, significa que se generan más ventas con menos inversión.

2.1.7 PLAZOS

Estos ratios sirven para comprobar la evolución de la política de cobro y pago de clientes y a proveedores, y los días de existencias.

2.1.8 ANÁLISIS ECONÓMICO

Uno de los objetivos de cualquier empresa lucrativa es ganar dinero. Inclusive en las empresas no lucrativas, o en las empresas públicas, no existe la posibilidad de perder demasiado dinero, por lo que también tienen objetivos relacionados con los resultados mínimos a conseguir.

El análisis económico ayuda a verificar cómo genera resultados una empresa y cómo mejorarlos. Para ello, los datos de base están en las cuentas de resultados.

El análisis de los resultados ordinarios permite evaluar cuestiones como las siguientes:

- Evolución de la cifra de ventas global y por productos.
- Evolución del margen bruto global y por productos.
- Evolución de los gastos de estructura.

Seguidamente, se estudian las técnicas más útiles para la realización de un análisis económico.

A) VENTAS

La evolución de las ventas es una variable clave para el diagnóstico económico de una empresa. De todas formas, puede ser erróneo considerarla como la única variable

importante a seguir, que es lo que a veces ocurre en algunas empresas, ya que impide detectar a tiempo otros problemas importantes.

Las ventas pueden analizarse a través de ratios como los siguientes:

• Ratio de expansión de ventas: Se calcula dividiendo las ventas de un año por las del año anterior.

Cuanto mayor sea este ratio mejor. Si se hace en unidades monetarias, en caso de que sea menor que más el porcentaje de inflación, significa que las ventas decrecen. Por ejemplo, si el porcentaje de inflación es del 5 % anual para que las ventas crezcan, el ratio de expansión de ventas habrá de ser superior a 1,05. En este punto hay que tener en cuenta que la inflación no afecta por igual a todos los sectores. Por tanto se deberá conocer cuál es la inflación del sector al que pertenece la empresa a analizar. También es útil comparar el valor de este ratio con el incremento de precios de venta que ha realizado la empresa durante el ejercicio correspondiente.

• Ratio de ventas por empleado: Divide las ventas en unidades monetarias, o en unidades de producto, por el número medio de empleados; Y ha de ser lo más elevado posible.

• Ratio de cuota de mercado: Este ratio refleja la parte del mercado, en que opera una empresa, que es atendida por ésta. Se obtiene dividiendo la cifra de ventas de la empresa por la del sector en el mismo periodo.

Este ratio al igual que el anterior se puede calcular en unidades físicas o en unidades monetarias. Asimismo, ambos se pueden obtener para las ventas globales de la

empresa o para cada uno de los productos o familias de productos. La evolución de la cuota de mercado que consigue una empresa es uno de los indicadores que mejor informa del crecimiento que está experimentando en relación con la marcha de su sector.

B) GASTOS

Cualquier tipo de gasto puede compararse con las ventas, y lógicamente lo que interesa es que el valor del ratio se mantenga o se reduzca con el paso de los años:

Si se pueden distribuir todos los gastos entre fijos y variables, es conveniente calcular el umbral de rentabilidad, que es aquella cifra de ventas que permite cubrir la totalidad de los gastos y, por tanto, tener un resultado cero:

Si la cifra de ventas real de la empresa es muy superior al umbral de rentabilidad el diagnóstico será más favorable.

El análisis de la rentabilidad permite relacionar lo que se genera a través de la cuenta de pérdidas y ganancias con lo que se precisa, de activos y capitales propios, por ejemplo, para poder desarrollar la actividad empresarial.

2.1.9 RENTABILIDAD

La rentabilidad compara los beneficios con la inversión precisa para obtenerlos.

A.)Rentabilidad económica

La rentabilidad económica, o rendimiento, es la relación entre el beneficio antes de intereses e impuestos y el activo total. Se toma el BAII para evaluar el beneficio generado por el activo independientemente de cómo se financia el mismo, y por tanto, sin tener en cuenta los gastos financieros.

2.2 EL ANALISIS ECONOMICO-FINANCIERO DE LA EMPRESA

Álvaro Cuervo Pedro Rivero en su libro análisis económico-financiero de la empresa (Rivero, 1986),señala: Todo el análisis económico-financiero debe plantearse sobre la base de considerar la empresa como una «unidad de producción en funcionamiento», lo cual lleva a su vez a la necesidad de tener presente de forma explícita o implícita el flujo de valores correspondientes a la actividad que realiza y esto sea cual fuere el método de análisis que se utilice, ya que, en definitiva, lo único que no puede nunca perderse de vista es el hecho de que se estará analizando la «gestión» y sus «resultados», correspondientes a un ente en continua actividad.

2.2.1BASES PARA EL ANALISIS FINANCIERO

La base del análisis económico-financiero está en la cuantificación del binomio rentabilidad-riesgo, por lo que el mismo se presenta con una triple funcionalidad:

a) análisis de la rentabilidad de la empresa.

b) estudio de la solvencia de la empresa, es decir, la capacidad de la empresa para hacer frente a sus obligaciones financieras.

c) análisis de la estructura financiera de la empresa con la finalidad de comprobar su adecuación para mantener un desarrollo estable de la misma.

Estudio de la rentabilidad

La rentabilidad mide la relación entre los resultados monetarios de una actividad (reales o esperados) y los medios empleados para obtenerlos.

La rotación mide la eficacia en el uso de los activos. Puede dividirse en rotación de activos inmovilizados y circulantes. La rotación del circulante puede expresarse a partir de los períodos de maduración de sus componentes; así, el período de maduración de las existencias o tiempo medio de permanencia de las mismas en almacén, el período medio de pago a los proveedores, el período medio de cobro a los clientes y el período medio de maduración del efectivo en caja y bancos son indicadores de la gestión del circulante y permiten determinar sus efectos sobre la rentabilidad económica a través de su repercusión en la rotación.

El empleo de deuda permite a la empresa financiar su expansión sin esperar hasta haber generado los medios propios necesarios para ello y puede dar lugar a un aumento de la remuneración de los fondos propios a través del efecto de apalancamiento financiero. No obstante, esta forma de financiación no puede revestir un carácter permanente, porque el riesgo de la empresa -liquidez y solvencia- se encuentra sistemáticamente aumentado.

La rentabilidad de los fondos propios es, pues, consecuencia de la eficiencia operativa de la empresa y del grado de libertad en la fijación de precios que determina la rentabilidad económica, así como de las decisiones financieras consecuencia de que los fondos ajenos, el capital deuda, es empleado con unas tasas de rentabilidad superiores o inferiores a los intereses pagados.

El objetivo de la empresa: maximización del valor de la misma en el mercado, depende de:

a) variables internas o de la empresa: los beneficios futuros, más que de los actuales y las expectativas de ganancias de capital.

b) el riesgo asociado con dichos beneficios, dado que un alto grado de incertidumbre sobre los beneficios puede anular su valoración, en función de la tasa de actualización de dichos beneficios que tiene en cuenta el grado de riesgo de las corrientes de beneficios esperados.

c) de un conjunto de variables o factores externos a la empresa más vinculados al entorno económico, socio-político, que a la propia empresa.

El problema surge en la determinación de la rentabilidad de los fondos propios, definida como el cociente entre el beneficio o ganancias de la empresa y el valor contable de los fondos propios.

Con base a dicha definición, el ratio de rentabilidad de los fondos al ser asumido como indicador del objetivo de la empresa no puede olvidar sus limitaciones en cuanto:

a) El ratio refleja en un momento la rentabilidad de los fondos propios, y puede implicar que se maximice a corto en contra de la maximización a medio y largo. Es por ello que su análisis no puede olvidar los hechos circunstanciales o programados que pudieran implicar, por ejemplo, una caída a corto (proyectos en curso, sin maduración), y que hacen posible una maximización a medio y largo.

b) La maximización de dicho índice no presenta información sobre el riesgo asociado al mismo, es decir, que aumentos en el mismo pueden motivar aumentos en el riesgo económico o financiero de la empresa que no se valoran en el cálculo de dicho ratio.

c) En la determinación del ratio de rentabilidad de los fondos propios se parte del valor en libros de los fondos propios, no de su valor de mercado, ello hace que en la mayoría de los casos de implica maximizar la rentabilidad de los fondos propios para los accionistas, dado que partimos de un valor histórico en libros, no de un valor de realización o valor de la auténtica inversión de los accionistas que vendría recogido por el valor de mercado.

En el corto plazo o análisis de la liquidez, se diferencian dos métodos, basados en los ratios, para analizar el riesgo de insolvencia. En una primera aproximación se utilizan ratios de balance como indicadores del potencial de liquidez de la empresa. El índice de disponible más realizable con relación al pasivo circulante o, de forma más estricta, el disponible con relación al exigible o pasivo a corto, pretenden indicar el potencial de liquidez de la empresa. Una segunda forma de, medida viene planteada con base en los flujos financieros. Con relación a las deudas a corto, nos indica la capacidad de generar fondos para amortizar la deuda a corto.

El análisis financiero actual de la solvencia centra, pues, la atención sobre los recursos generados por la empresa como variable explicativa de su capacidad de endeudamiento y, por tanto, de la expansión (la financiación a corto plazo refleja meros anticipos de las ventas y los préstamos y créditos a medio y largo plazo son anticipos esperados del cash-flow de la inversión). Las variables significativas son, pues, expectativas y estabilidad de los beneficios futuros, los costes financieros de la deuda y/o las disponibilidades de medios, en parte vinculadas a las políticas monetarias.

2.2.2 ANÁLISIS DE LA ESTABILIDAD DE LA ESTRUCTURA FINANCIERA

También Álvaro Cuervo, Pedro Rivero en su libro el análisis económico-financiero (Rivero, 1986)Estructuralmente, el equilibrio financiero debe de partir del análisis temporal y la incidencia implícita de los flujos de inversión-financiación, teniendo como horizonte la rotación entre los flujos de disponibilidad y exigibilidad, en su sentido más amplio, que los une a través del concepto de cash-flow en su acepción pura de tesorería.

Es conveniente, pues, enmarcar todos los ratios o relaciones que tiendan a medir estos equilibrios dentro de un marco adecuado estructural y funcional. Ello se consigue realizando esta parte del análisis, puramente financiero, en el marco del llamado ((coeficiente básico de financiación».

Por todo ello se establece, en sentido estructural, que este coeficiente debe reflejar resultados en torno a 1 para indicar estabilidad financiera, en el sentido de que las inversiones deben, ajustarse a procesos de financiación en ros que la vida media 'de la

transformación en disponibilidad de las primeras se ajuste en el tiempo al período medio de exigibilidad en las segundas, incluida la no exigibilidad de los recursos propios.

Ello implica, por tanto, el perseguir el objetivo de estabilidad financiera atendiendo a tres factores fundamentales:

a) Capacidad de funcionamiento.

b) Capacidad de financiación.

c) Nivel de actividad óptimo en base a las rotaciones sostenibles en el tiempo.

2.3 INTRODUCCION AL ANALISIS FINANCIERO

EL autor Ana gil Álvarez en su libro introducción al análisis financiero nos dice: (Álvarez, 2004)" Que el análisis financiero es como un complemento tanto de la teoría de las finanzas como de la practica contable. en la realidad resulta difícil evaluar o juzgar el proceso contable sin conocer los posibles usos que se le pueden dar a la información que sirve de base para la toma de decisiones financieras . El analista financiero proporciona como resultado análisis información generada por la contabilidad y de los modelos teóricos que nos brindan las finanzas.

2.3.1 FASES DEL PROCESO DE ANÁLISIS

Son muchas las variables para realizar el diagnostico de una empresa a los que el analista se enfrentara a lo largo de su investigación a continuación se diferencia las fases.

1) Identificación de la empresa objeto de estudio: son datos relativos a la distribución industrial y geográfica de las actividades desempeñadas, estructura de la propiedad, etc.
2) Selección de las variables que van a ser utilizadas en el análisis. El analista debe de seleccionar minuciosamente las variables que midan mejor al aspecto empresarial que pretende analizar.

2.3.2 Usuarios De Los Informes Financieros

Los distintos agentes interesados, directa o indirectamente, en la actividad económica desarrollada por las empresas, demandaran información sobre estas entidades en función de sus intereses y necesidades. De esta manera, dispondrán de información útil para evaluar su actividad y la actuación de sus directivos, evaluación que les facilitara tomar decisiones de una manera razonable.

Diferentes categorías:

a) usuarios internos: las decisiones que se toman desde el seno de la empresa tienen como protagonista a los usuarios internos de la información financiera, es decir directivos y mandos intermedios de la empresa.

b) usuarios externos: estos toman decisiones desde fuera de la empresa .así distinguimos entre accionistas, obligacionistas, bancos, proveedores, clientes, gobierno, analistas financieros, etc.

2.3.3FUENTES DE INFORMACION PARA EL ANALISTA

(Álvarez, Introduccion al Analisis financiero, 2004) El analista necesita información acerca de la empresa objeto de estudio .en cuanto más información disponga sobre el aspecto a investigar, más datos podrá analizar y poder obtener una visión más certera.

2.3.4Información financiera:

a) información anual: las cuentas anuales de un grupo de un grupo empresarial o de una empresa individual constituyen la fuente de información contables básicas para el analista financiero.

b) información intermedia: con una frecuencia semestral y trimestral las empresas que cotizan. Esta desempeña un papel importante ya que permite al analista ajustar sus expectativas a bases más regulares.

C) hechos relevantes: es el a acontecimiento o decisión que puede influir de manera sensible al valor de la empresa como son datos relativos a la eficiencia

económica de la entidad o su grupo, datos relacionados con la política de inversión o financiación, a la estructura jurídica de empresa, etc.

2.4 ANALISIS COMPARATIVOS DE BASES TEORICAS

Álvaro cuervo, Pedro Rivero	Ana Gil Álvarez,	Oriol Amat
EL ANALISIS ECONOMICO – FINANCIERO DE LA EMPRESA	**INTRODUCCION AL ANALISIS DE EMPRESAS**	**CLAVES PARA ANALISIS DE EMPRESAS**
*El Éxito de la empresa se encuentra en un análisis económico – financiero mediantes estudio de rentabilidad e inversiones , liquidez para un retorno *La estabilidad económica es la principal punto donde	*El análisis financiero va relacionado con lo que es finanzas que en un final buscamos apreciar la situación actual que se encuentra la empresa para proponer las ideas de mejora. *Los tipos de análisis	* Guardar la información histórica es necesario para futuros análisis, porque dicha información nos dará un mayor valor al crear conclusiones finales viendo su crecimiento y mejoras financieras y económicas en el tiempo.

se puede observar si la empresa se mantendrá en el tiempo *Las técnicas estadísticas nos ayudaran a ver los puntos críticos, áreas que no funcionan correctamente y lograr toma de decisiones de mejora financiera y económica. *Una empresa siempre debe tener sus objetivos a corto y largo plazo. Para tener un motivo y meta para laborar en el tiempo.	financieros más conocidos son los análisis horizontal vertical y los ratios financieros *Para elaborar un análisis financiero y económico existe una variedad de pasos los cuales tenemos que cumplirlos para lograr un buen análisis para que les sirva a los usuarios para posibles inversiones futuras. *Una empresa opera para obtener ganancias para una reinversión y crecimiento constante	* Análisis cualitativo Análisis de estados financieros Análisis económico *Los diagnósticos y medidas finales para obtener las propuestas de mejora financiera económica. *buscar las debilidades de la empresa en las cuales se generara propuestas correctivas viables las que servirán para el mejoramiento económica financiero de la empresa.

	en el tiempo	

2.3 ANALISIS CRÍTICO DE LAS BASES TEORICAS

Posteriormente haber expresado las ideas de los autores respecto al de una propuesta de mejora financiera – económica mediante análisis económico- financiera.

Una empresa debe elaborar su análisis económico - financiero mediante datos históricos para así poder tener una mayor relevancia y coherencia, elaborando lo dicho obtendremos la rentabilidad y posicionamiento en el mercado en el tiempo que ha transcurrido desde la creación de la empresa.

Las técnicas estadísticas son muy necesarias porque colaborara en la elaboración de los análisis y dará un mejor perspectiva de ver la actualidad de la empresa para llegar a las propuestas de mejora financiera económica para el crecimiento y sostenibilidad de la empresa.

Oriol Amat nos informa de lo tan relevante que es guardar la información histórica de la empresa, mediante con ellos son un gran sustento para dar razonabilidad a los

análisis hechos posteriormente y lograr una buena toma decisiones para llegar a elaborar la propuestas de mejora.

La tres teorías en si nos detallan sobre los análisis financieros económicos ya sea los análisis vertical, horizontal y los análisis de ratios para poder elaborar sus posibles futuras interpretaciones.

La estabilidad, rentabilidad, el crecimiento y la reinversión de utilidades son los puntos más necesarios para una empresa que quiere continuar con el tiempo, con expansiones futuras, sucursales y más.

CAPITULO III

MARCO REFERENCIAL

3.1NFORMACION GENERAL DE LA ORGANIZACION

3.1.1DATOS GENERALES

Numero de RUC: 20532928444 – Comercializadora Novedad Textil E.I.R.L

Tipo de contribuyente: Empresa individual de Responsabilidad Limitada

Fecha de Inscripción: 25/07/2012

Fecha de Inicio de Actividades: 01/08/2012

Estado de contribuyente: ACTIVO

Condición de contribuyente: HABIDO

Domicilio Fiscal: PJ. BACIGALUPO NRO. 175 (FRENTE A TACNA CENTRO POR AV. LEGUIA TACNA - TACNA - TACNA

Sistema de Contabilidad: Manual / Computarizado

Actividad Económica: Venta de Productos Textiles prenda de vestir, calzados.

Comprobantes de pago: Boleta de Venta – Factura – Guía de Remisión

Actividad de Comercio Exterior: importador /exportador.

3.1.2 HISTORIA:

Comercializadora novedad textil en un principio fue una empresa familiar que al empezar tenía el nombre de comercial luisa donde se dedicaba a la venta de telas al por mayor y menor, esto por los años 2003 donde el señor Tomas Huanchi y su esposa eran el dueño de la empresa y trabajaron mucho conjuntamente con sus hijos tiempo después cada uno de sus hijos con el pasar de los años con la ayuda de su padre pudieron tener independiente mente sus empresas y así es como nace en año 2009 la empresa comercializadora novedad textil hoy en día es una empresa que abastece a muchos centros comerciales de la ciudad de Tacna para la confección de prendas deportivas.

Ilustración 1 (ALMACEN)



Ilustración 2(ALMACEN2)



Ilustración 3(ALMACEN3)



Ilustración 4(CAJA)



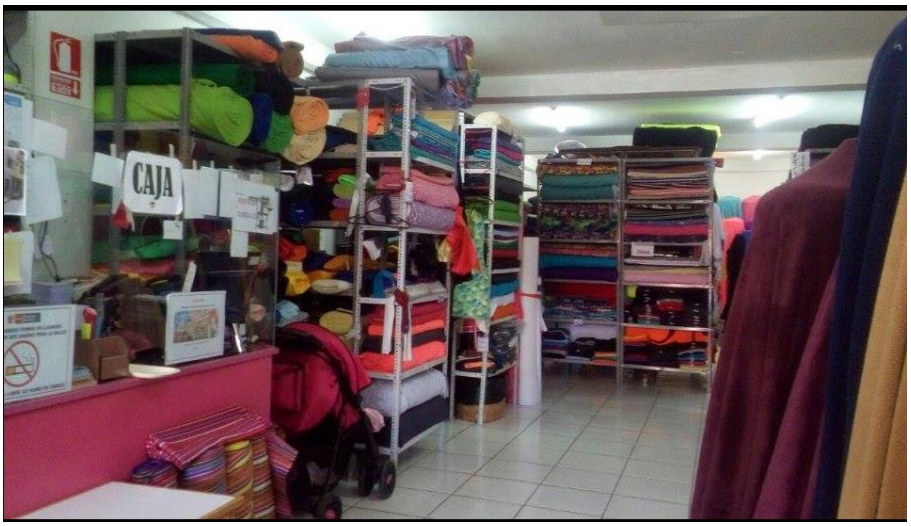
Ilustración 5(ATENCION CLIENTE)



Ilustración 6(ATENCION CLIENTE)



Ilustración 7(CAJA 2)



3.1.3 DESCRIPCION DE LA EMPRESA:

Comercializadora novedad textil es una empresa que se encuentra en la ciudad de Tacna en el PJ. Bacigalupo nro. 175 (frente a Tacna centro). Se dedica a la venta de telas deportivas. Se caracteriza por cumplir los más altos estándares de calidad exigidos en el mercado de Tacna, Ilo, Moquegua, Puno respectivamente nuestro propósito es tener un crecimiento contantemente para ello contamos con vendedores con amplia experiencia en el rubro textil para siempre abastecer el mercado con telas de calidad y es por eso que también importamos telas buscando siempre que el cliente se sienta satisfecho con el precio y la calidad de telas.

3.1.4.- GIRO:

La empresa se dedica a la comercializadora, es decir a la venta y compra de telas deportivas ya tenemos 7 años.

Con nuestro negocio queremos que los clientes se sientan satisfechos con los productos que ofrecemos para así poder crecer y además contamos con clientes desde Chile, Moquegua, Ilo y puno nos interesa que los clientes vean la diferencia entre otras tiendas ya que ofrecemos telas de calidad y además somos una empresa innovadora.

3.1.5.- NUMERO DE TRABAJADORES:

La empresa Novedad Textil cuenta:

Contador

Gerente o representante de la empresa

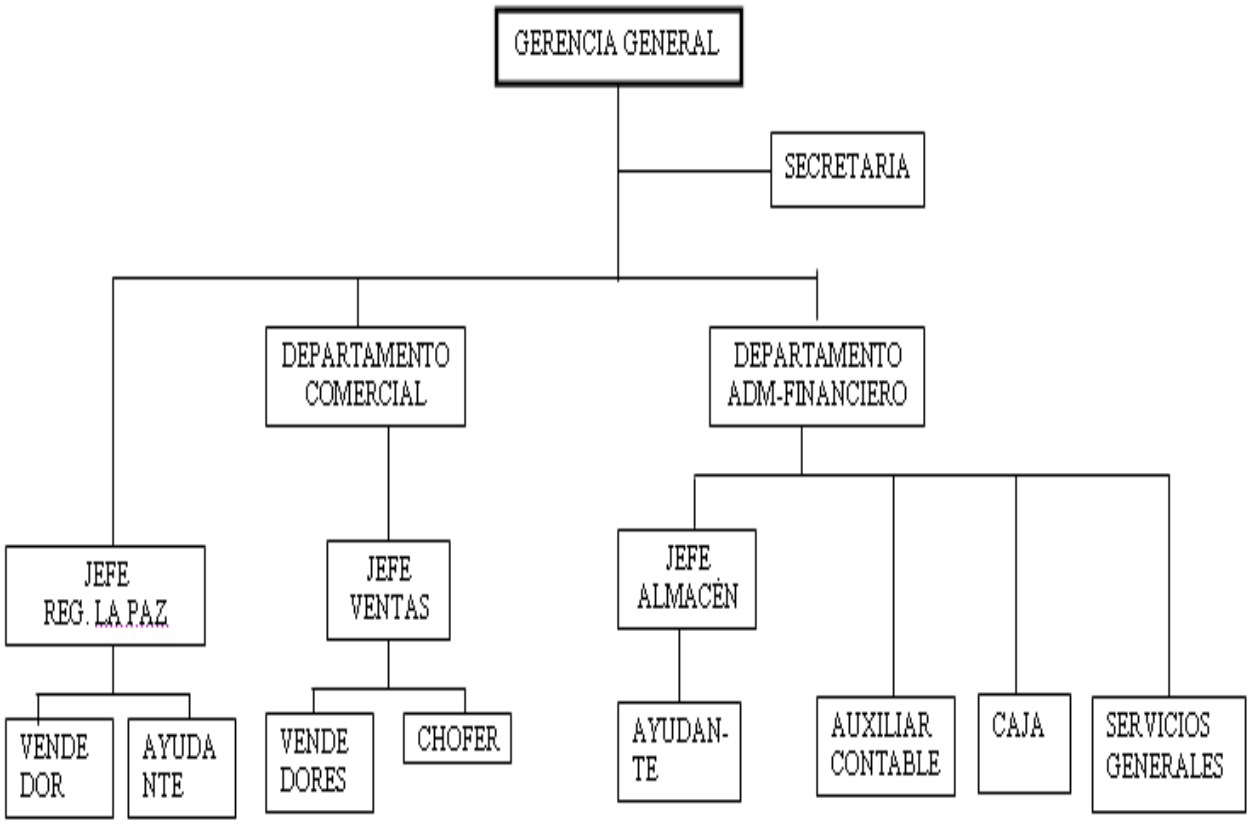
Cuatro vendedores y cajera.

3.1.6VALORES:

- Ética profesional
- Compromiso
- Confianza
- Lealtad
- Creatividad
- Responsabilidad
- Honradez

3.1.7ORGANIGRAMA

Ilustración 8 (organigrama)



3.1.8FILOSOFIA EMPRESARIAL:

Ser una empresa comercial textil en Tacna con presencia en Chile Comercializar y vender telas de alta calidad para que cada vez sea más competitivo y diversificado el mercado textil, para que cada día sea requerido por nuestros clientes y así poder innovar con nuevas telas para que el cliente se sienta satisfecho.

Principios que nos guían:

- **Cuidar a nuestros clientes :**

Nos guiamos por el intenso y competitivo espíritu del mercado, pero dirigimos este espíritu hacia soluciones que beneficien a nuestra empresa y a las personas. Concebimos nuestro éxito como un elemento inexorablemente vinculado al de nuestros clientes y consumidores.

- **Comunicación siempre clara y sincera:**

Lo decimos todo, no solo lo que nos conviene para lograr nuestros propios objetivos. Además de ser claros, honestos y precisos, asumimos la responsabilidad de garantizar que nuestras comunidades se entiendan.

- **Respeto a los demás y tener éxitos juntos:**

Nuestro éxito mutuo depende del respeto mutuo, dentro y fuera de la empresa. Requiere personas que sean capaces de trabajar juntos en equipo o en una colaboración informal. Aunque nuestra empresa está basada en la excelencia individual, también reconocemos la importancia y el valor del trabajo en equipo convierte nuestros objetivos en logros.

- **Vender solo productos que nos hagan sentir orgullosos:**

La mejor forma de comprobar nuestra calidad es nuestro propio consumo y aprobación de los productos que vendemos. Nuestra seguridad ayuda a garantizar la calidad de nuestros productos, desde que compramos los productos y estos pasen y lleguen al consumidor.

- **Ganar con la diversidad y la inclusión:**

Damos la bienvenida a personas de diversos orígenes, características y formas de pensar. Nuestra diversidad aporta nuevas perspectivas en el lugar de trabajo y fomenta la innovación, así como la capacidad para identificar nuevas oportunidades en el mercado de Tacna.

- **Lograr un equilibrio entre corto y largo plazo:**

En cada decisión sopesamos los riesgos y beneficios a corto y largo plazo. Mantener este equilibrio ayuda a sostener nuestro crecimiento y asegura que nuestras ideas y soluciones sean relevantes en el presente y en el futuro.

3.1.9.-MISION:

Es ofrecer telas deportivas como tejidos de punto textil y de excelente calidad para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, con agilidad y eficacia en la operación, logrando así el crecimiento y desarrollo económico de la empresa.

3.1.10.- VISION:

Ser una de las empresas comercializadoras de Tacna en la comercialización de productos textil, que se designa por la calidad, confiabilidad y actualidad de nuestros productos; para crecer de manera sostenible en base a la satisfacción de las expectativas de nuestros clientes, manteniendo siempre un espíritu de responsabilidad social y respeto al medio ambiente.

3.1.11 OBJETIVOS:

- Ser una empresa comercial exitosa generadora de empleos.
- Ser la organización más importante en todas las áreas que conforman.
- Obtener un número importante de clientes cautivos.
- Posicionarnos en el rango textil como una de las 10 empresas importantes de Tacna.
- Estar abiertos y atentos a las tendencias de la moda y necesidades de la sociedad, para asimilar y responder en forma proactiva y práctica, manteniendo así la vigencia de la filosofía de la empresa.
- Cubrir al máximo la demanda de nuestros clientes para brindar una satisfacción total.
- Mantener siempre los precios más bajos a comparación de nuestra competencia directa.
- Brindar elegancia, comodidad y estilo a nuestro cliente.

3.1.12 POLITICAS DE CALIDAD:

Atender y satisfacer de manera oportuna las necesidades de nuestros clientes respetando la identidad de cada uno de ellos mostrando flexibilidad r innovación para lograr el cumplimiento de objetivos empresariales manteniendo un comportamiento ético, moral, honesto y ejemplar.

3.1.13PRODUCTOS QUE OFRECEMOS:

Productos de algodón:

Pique la coste 24/1 peinado tejido de punto, algodón 100%

Ancho: 1.77 m

Densidad: 208 gr/m2

Rendimiento: 2.72 m/kg

Color: blanco y mas

Productos de algodón pima:

Jersey 40/1 pima sanforizado tejido de punto, algodón 100%. Pima

Ancho: 1.50 m

Densidad: 109 gr/m2

Rendimiento: 6.12 m/kg

Color: blanco y más.

Tela microfibra:

El término “microfibra “es usado para las fibras, esta tela tiene una importancia de gran variedad.

Generalmente está compuesta por el 80% de poliéster y d 20% de poliamida.

Las microfibras tienen el diámetro medio de una fibra seda, un tercio del diámetro de una fibra algodonera, un cuarto del diámetro de una fibra de lana y un céntimo del diámetro del cabello humano.

- Tienen una gran capacidad de absorción.
- Poseen una gran capacidad de limpieza.
- Ropa funcional (por ejemplo, ropa de deporte o ropa de lluvia) de poliéster o poliamida con características como permeabilidad de vapor de agua.

Tela fey lee:

Tela deportiva para camisetas de similares características al poliestrech recomendada especialmente para acabados de sublimación.

Tela franela:

El grado de perchado puede variar, si el grado de perchado es alto la trama no será visible. El perchado de franela se realiza después de que el tejido es blanqueado y secado. Franela es suave debido a su tejido suelto por lo que puede ser utilizado en la confección de dormir, sabanas, camisas, piyamas y otras prendas de vestir.

Características de la franela:

- la franela es suave y afelpada, elástica y durable.
- Este tipo de tejido es grueso y cálido.
- Es voluminoso y sirve para cubiertas.
- Absorbe y libera el sudor rápidamente.

Parámetros de la franela:

Ingredientes: lana y tejido de lana _ Peso (g): 300-450 g/m

Tela terciopelo:

Terciopelo se fabrica a partir de algodón, lana, o rayón hilado. Es usado principalmente en la confección, el terciopelo 100% poliéster crea bolsas de aire en la tela. El terciopelo es suave y a la vez resistente.

Características:

- Tejido que está cubierto por ambos lados.
- Pelo relativamente corto, tupido y perpendicular a la superficie del tejido.
- Es un tejido grueso y afelpado.
- Es muy suave al tacto y elástico y conserva el calor.

Tela gabardina:

El hilo de la lana para la gabardina se compone de 48 a 64 ramas de lana, con más del 80% compuesto de lana de nivel uno a cuatro y lana corta por debajo de un 20%.

Características:

- Varios colores (teñidos), cuida el medio ambiente, suave y liso al tacto.
- Se utiliza para fabricar prendas de primera calidad.

Tela – tejidos de espiga:

Suele ser de lana y algodón es utilizado para la confección de prendas deportivas.

Características:

- Conservación de la temperatura
- No se arruga fácilmente y se ve a la moda
- Cumple todos los estándares y requisitos

  Muchos colores y estilos para que usted pueda elegir.

Tela French Terry:

Usos: chamarra, sudadera, pantalón, short, panta, pesquero.

Composición: 96% algodón, 4% spandex

Ancho: 1.60 MTS - Rendimiento: 2.80 MTS por 1 kg.

Tela pana:

Tejido de algodón muy resistente. Está fabricado mostrando un cordoncillo por una cara, el cordoncillo puede variar de grosor. Pantalones, camisas, cazadoras, ropa sport.

Tela felpa:

Tejido en forma de rizo sin cortar, si es de buena calidad lleva el rizo por ambas partes se usa sobre todo para toallas o albornoces.

Tela polar:

Tela polar 100% poliéster (fleece) imitación de lana, pero tela sintética cuya relación es muy favorable es liviana y abriga mucho.

3.2DIAGNOSTICO ORGANIZACIONAL

3.2.1FODA

FOTALEZAS	BEBILIDADES
➢ Comercializadora novedad textil se especializa cada vez más en el segmento de ventas de telas deportivas. ➢ Innovación tecnológica que hace más eficiente a la organización. ➢ Se enfoca en las actividades de atención al cliente. ➢ Gran experiencia empresarial gerencial se sus directivos en las negociaciones con las entidades financieras y organizaciones. ➢ Buenas relaciones con el sistemas financiero ➢ Cuenta con planes de inversión para aumentar su capacidad de ventas. ➢ Posicionamiento en segmento de alta calidad.	➢ Comercializadora novedad textil solo importa. ➢ No es muy conocida en el mercado de Tacna ya que trabaja con clientes específicos. ➢ Desde unos años atrás la empresa tiene problemas financieros. ➢ Falta de investigación y desarrollo de nuevas fibras. ➢ Insuficiencia capacidad de desarrollo de moda. ➢ Déficit de formación de técnicos y operarios. ➢ Mayores costos de mercado. ➢ Mercado local muy pequeño. ➢ La poca aceptación de sus productos en el mercado interno debido a diferentes factores: precio, etc.

- Tradición y capacidades textiles.
- Productos diferenciados, gran consumo y participación que tiene las telas y prendas en el mercado de Tacna.
- Sus estándares de calidad, sistemas de trabajo y atención personalizada.
- La implementación de nuevas unidades de negocio.

- Saturación y confusión en algunas partes de la empresa la unión de áreas.
- Falta y control con respecto a la comunicación y toma de decisiones.

OPORTUNIDADES

- Buena acogida con los clientes de diferentes sectores de Tacna.
- La expansión de la tienda en Tacna.
- Mayor demanda telas por el crecimiento de la actividad comercial.
- Sustitución de las que algunas empresas maquillan.
- Contar con clientes desde Chile.

AMENAZAS

- Existen empresas Tacneñas de la competencia que también importan.
- Nuevos participantes en el mercado de Tacna.
- Precisión por el precio competitivo.
- Alto precio de los insumos, haciendo que la competencia traiga telas más baratas pero similares.

3.3ANALISIS CRÍTICO REFERENCIAL

La Comercializadora novedad textil E.I.R.L se encuentra en una etapa de estabilidad económica en ventas y en crecimiento en valor como empresa pero la empresa no debería conformarse con ellos ya que la meta final sería buscar la perfección y la estabilidad.

Tenemos una cartera de clientes los cuales retornan porque saben de nuestra calidad como empresa y también nuestra calidad de nuestros productos y además de nuestros buenos precios para empresarios minoristas y mayoristas.

El primer objetivo de largo plazo es que nuestra empresa sea líder en el mercado tacneño y posteriormente abrir sucursales en el ámbito nacional y posteriormente iniciar las exportaciones y ser reconocida como la mejor empresa de venta de telas y la buen atención al cliente trabajando con personal calificado para que el cliente se sienta conforme.

CAPITULO IV

DESARROLLO DEL TEMA

PROPUESTA DE MEJORA FINANCIERA COMERCIALIZADORA NOVEDAD TEXTIL E.I.R.L

A continuación analizaremos los estados financieros básicos con los que cuenta la empresa Comercializadora Novedad Textil y con ellos evaluaremos la situación económica y financiera actual mediantes ratios financieros, análisis para poder hallar posibles quiebras y finalmente el análisis DuPont para poder determinar la eficiencia con la cual la empresa está actualmente, todo estará en Base de lo planteado en el CAPITULO I.

Nuestra empresa luego de ir a visitarla nuestras primeras conclusiones antes de empezar el análisis financiero y económico podemos concluir que:

- Está muy desordenada y solo hay un pequeño espacio donde el público pueda caminar, (Amplía miento y crear un mayor orden en los mostradores y almacenes de mercadería)
- Tiene un manual de control interno , pero la cual no es usado de manera efectiva, (Activar el manual en la empresa y hacerlo funcionar y posteriormente agregar nuevas reglas e instrucciones dentro del manual de control interno)
- La vista desde punto de vista de un cliente desde afuera en las calles no es llamativa.
- (Implementar un gran letrero luminoso y gigantografias en las paredes de afuera de lo que nuestra empresa ofrece al público en general.
- Se puede obtener nuevos clientes mediante la publicidad mediante las redes sociales por lo que son gratuitas y no generaran ningún gasto.
- Mejorar en la atención del personal, dar capacitaciones constantes de motivación y liderazgo y trabajo en equipo para que nuestro personal transmita al cliente esa motivación y nos reconozca por la forma de atención el cual nos ayudara a futuras recomendación y ventas para mayores ingresos.

4.1 IDENTIFICACION DE AREA O VARIABLES A MEJORAR

4.1.1 IDENTIFICACION DEL AREA A MEJORAR

La empresa COMERCIALIZADORA NOVEDAD TEXTIL es una empresa solo con la que cuenta con 2 áreas de cajas y un área de atención al cliente que al mismo tiempo se encarga del almacén.

Lo que buscamos es una mejora en todas las áreas mediante el uso del manual del control interno y mejorarlo donde nuestro clientes se llevaran mejores expectativas deseadas de nuestra empresa.

4.1.2 VARIABLE A MEJORAR

Nuestra empresa no está obligada a llevar libros y registros contables solo un control con el cual nosotros elaboraremos los estados financieros para poder lograr en análisis económico y financiero que es el resultado final de nuestro proyecto.

Mediante la elaboración podremos hallar otro punto en diferentes áreas más críticas en las cuales se tendrá que ver que estaría pasando área de caja, área de almacén, área de atención al cliente, área de ventas.

4.2 DIAGNOSTICO DEL PROBLEMA

4.2.1DIAGNOSTICO DEL PROBLEMA

Después de haber hecho una visita inesperada a la empresa concluimos en varios aspectos de la empresa como publicidad, manual de control interno. orden en el local de atención, variedad de mercadería, iluminación del local, a los cuales se compararan con los resultados de los análisis económico y financiero a los estados financieros.

Para la elaboración de los estados financiero nos guiamos de la declaración de activos la cual si está obligada y también de la información que nos brindó el contador el cual hace las declaraciones mensuales de la empresa .

A continuación se verán los estados financieros más recientes que serían del mes de noviembre:

4.2.2 ESTADO DE SITUACION FINANCIERA

4.2.3 ESTADO DE RESULTADO

4.2.4 ANALISIS DE RATIOS

TODOS DICHOS ESTADOS FINANCIEROS SON CORRESPONDIENTES AL PERIODO 2016.

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA

AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2016

COMERCIALIZADORA NOVEDAD TEXTIL E.I.R.L (EXPRESADO EN SOLES)

ACTIVO	
ACTIVO CORRIENTE	
Efectivo y equivalente a efectivo	S/. 2,752.00
Valores Negociables	
Cuentas por Cobrar Comerciales	S/. 5,200.00
Cuentas por Cobrar a Vinculadas	
Otras Cuentas por Cobrar	S/. 500.00
Existencias	S/. 47,000.00
Gastos Pagados por Anticipado	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	S/. 55,452.00
ACTIVO NO CORRIENTE	
Cuentas por Cobrar a Largo Plazo	
Cuentas por Cobrar a Vinculadas a Largo Plazo	
Otras Cuentas por Cobrar a Largo Plazo	
Inversiones Permanentes	
Inmuebles, Maquinaria y Equipo (neto de depreciación acumulada)	S/. 52,000.00
Activos Intangibles (neto de amortización acumulado)	
Impuesto a la Renta y Participaciones Diferidos Activo	
Otros Activos	
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	
TOTAL ACTIVO	S/. 107,452.00

PASIVO Y PATRIMONIO	
PASIVO CORRIENTE	
Sobregiros y Pagarés Bancarios	
Cuentas por Pagar Comerciales	S/. 4,000.00
Cuentas por Pagar a Vinculadas	
Otras Cuentas por Pagar	S/. 2,500.00
Parte Corriente de las Deudas a Largo Plazo	
TOTAL PASIVO CORRIENTE	S/. 6,500.00
PASIVO NO CORRIENTE	
Deudas a Largo Plazo	S/. 5,000.00
Cuentas por Pagar a Vinculadas	
Ingresos Diferidos	
Impuesto a la Renta y Participaciones Diferidos Pasivo	
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	S/. 5,000.00
TOTAL PASIVO	S/. 11,500.00
Contingencias	
Interés minoritario	
PATRIMONIO NETO	
Capital	S/. 92,000.00
Capital Adicional	
Acciones de Inversión	
Excedentes de Revaluación	
Reservas Legales	S/. 952.00
Otras Reservas	
Resultados Acumulados	S/. 3,000.00
TOTAL PATRIMONIO NETO	S/. 95,952.00
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	S/. 107,452.00

ESTADO DE RESULTADO

AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2016

COMERCIALIZADORA NOVEDAD TEXTIL E.I.R.L

DESCRIPCIÓN	EJERCICIO O PERIODO
Ventas Netas (ingresos operacionales)	S/. 877990
Otros Ingresos Operacionales	
Total de Ingresos Brutos	
Costo de ventas	S/. 789699
Utilidad Bruta	S/. 88291
Gastos Operacionales	
Gastos de Administración	S/. 10200
Gastos de Venta	S/. 30600
Utilidad Operativa	S/. 47491
Otros Ingresos (gastos)	
Ingresos Financieros	
Gastos Financieros	
Otros Ingresos	
Otros Gastos	S/. 15600
Resultados por Exposición a la Inflación	
Resultados antes de Participaciones,	S/. 31891
Impuesto a la Renta y Partidas Extraordinarias	
Participaciones	
Impuesto a la Renta	S/. 8929
Resultados antes de Partidas Extraordinarias	S/. 22962
Ingresos Extraordinarios	
Gastos Extraordinarios	
Resultado Antes de Interés Minoritario	
Interés Minoritario	
Utilidad (Pérdida) Neta del Ejercicio	S/. 22962

RATIOS FINANCIEROS

MEDIDAS DE LIQUIDEZ

Razón corriente	Activo Corriente/Pasivo Corriente	8.53
prueba acida	Activo Corriente-Inventario/Pasivo Corriente	1.30
prueba defensiva	caja bancos efectivo y equivalente de efectivo/pasivo corriente	0.42

RATIOS DE ENDEUDAMIENTO

endeudamiento total	pasivo total/activo total	10.70%
deuda a patrimonio	pasivo total/patrimonio	11.99%

RATIOS DE ROTACION O GESTION O OPERATIVOS

rotación de inventario	Costo de ventas/Existencias	16.80
rotación de cuentas por cobrar	Ventas Netas/cuentas por cobrar a comerciales	168.84
rotación de cuentas por pagar	costo de ventas/cuentas por pagar	151.87

RATIOS DE RENTABILIDAD

margen de utilidad	utilidad neta/ventas netas	2.62%

4.3 DEFINICION DE PROPUESTAS Y PLANES DE ACCION

Posteriormente concluido los análisis llegamos a conclusión que la empresa tiene buena utilidad un buen porcentaje pero dicho es porque ahorrar muchos costos y gastos que vendrían a ser necesarios para que el cliente se sienta motivado de visitar nuestra empresa.

4.3.1 ANALISIS MEDIDAS DE LIQUIDEZ

En el ratio de Razon Corriente La Empresa Comercializadora textil se encuentra en una estabilidad economica y financiera que cualquier empresa deseria, analizando obtenemos que por cada sol de deuda corriente, tiene 8.53 soles para poder cubrirla.

Ello se debe a que hay variedad de productos en que algunos hay mayores ingresos en comparacion de otro, el credito en la empresa solo se da a cliente antiguos por los cuales son pocos creditos.

La prueba Acida es como la empresa puede cubrir sus pasivos corrientes sin acudir al uso de la liquidacion de los inventarios , el cual nos dio el resultado de 1.30, es decir que por cada sol de deuda tiene 1.30 soles para cubrirlo , por conclusion la empresa si esta en capacidad de cubrirlas.

El resultado de la prueba defensiva es de 0.42 soles que tiene la empresa disponible por cada sol de deuda esto nos indica que no podemos cubrir nuestras deudas a costo plazo con el efectivo disponible que tenenmos y tambien que la empresa tiene mas dinero invertido en mercaderia que el cualnos ocasionaria problemas en las deudas a costo plazo sien el caso posterior las mercaderias en el almacen no fueran vendidas y las cuentas por cobrar no fueran cobradas en su plazo o que en todo caso no se puedan cobrar.

4.3.2 RATIOS DE ENDEUDAMIENTO

Solo el 10.70 % del activo total es financiado por el pasivo total de la empresa.

La Empresa está financiada en un gran porcentaje por el capital aportado por accionistas, aunque es solvencia pero, por ello representa un mayor riesgo para ellos.

En Conclusión la empresa solo trabaja con el dinero apostado por accionistas o aportantes porque los pasivos son mínimos.

4.3.3 RATIOS DE ROTACION

Rotacion de Inventarios el resultado es 16.80 el cual nos indica que nuestro inventario tiene una rotacion de 17 veces durante todo el año, en si la rotacion seria cada 21 a 22 dias aproximadamente durante el periodo anual .

El cobro de las cuentas por cobrar y tambien nuestros los hacen en un periodo maximo de 2 meses en relacion de las cuentas por pagar se hacen aproximadamente del 2 meses y medio. Por consecuente se hace el cobro y posteriomente se cubre las cuentas por pagar con dichos cobros.

4.3.4 RATIOS DE RENTABILIDAD

La rentabilidad de la empresa es de 2.62 % anual el cual es un índice muy bajo, para ellos deberíamos reducir costos y gastos para que ese porcentaje aumente y sea una mayor utilidad en promedio a las ventas obtenidas durante el periodo.

4.3.5RECOMENDACIÓN SOBRE EL ANALISIS DE LOS RATIOS

Se recomendaria que no llene su alamcen de demasiada mercaderia porque es un riesgo no contar con efectivo para cubrir sus obligaciones en largo plazo, como sabemos puede ocurrir una temporada donde las ventas serian bajas y como las cubriria, lo mejor seria tener caja donde vea dinero suficiente para cubrir las deudas a corto plazo.

Sobre la rentabilidad es muy baja porque no llegamos a una una rentabilidad de mercado de nuestro mismo rubro.

Sobre las cuentas por cobrar es un buen indice en cual nos indica que nuestros clientes los cuales se les da creditos nos pagan con eficacia y por ellos nunca hemos tenido perdidas por cuentas, se deberia acelerar el cobro de las cuentas por cobrar para asi poder pagar mas rapido a nuestros proveedores.

Las mercaderias si tienen una buena rotacion durante el periodo anual por ellos deberia mentener igual para no stokearse con la mercaderia que un futuro cercano podria convertirse en perdida en comparacion de la utilidad neta apenas cubriria ello hasta podriamos generar perdida durante el periodo.

4.3.6 PRECIO DE ADQUISICION Y VENTA DE PRODUCTOS EN VENTA

(ANEXO 1)

Nuestra propuesta seria que se compre menos mercaderias de los productos complentarios y se dediquen mayor inversion a los que es telas por lo que es el producto que mayor demanda tienen los clientes en nuestra tienda y porque los demas productos nos dan menos ingresos en comparacion de las telas que en comparacion por cantidades grandes dan mas ingresos.

Se propone tambien que como se dijo anteriormente se use el manual de control interno y los demas puntos explicados anteriomente los cuales ayudarian mucho en la eficacia de las ventas e incrementaria nuestra nombre como empresa y tambien las ventas con el cual cumpliariamos las metas de incremento de valor en el tiempo siendo una empresa lider en el mercado tacneño y tambien atencion a los clientes extranjeros y peruanos de otras regiones que nos visitan.

CAPITULO V

SUGERENCIAS

5.1 CONCLUSIONES FINALES

- Para finalizar después de haber hecho todos los análisis correspondientes y haber complicado con las diferentes objetivo llegamos a la conclusiones que

  La empresa Comercializadora textil se encuentra bien como Negocio que son las ventas pero la utilidad neta final que es de un 2.62 % es muy baja en comparación de otras empresas, se debería buscar nuevos proveedores que nos den las mercaderías con mismas facilidades y a un mejor precio, reducir costos y gastos en la empresa como se vio hay gastos que se hacen de más en la empresa.

  Es lo que es como empresa debería tener un poco más cuidado y debería pensar en futuro como mantener esas ventas y lograr el crecimiento como empresa abriendo sucursales u otros ya sea en la ciudad de Tacna en puntos estratégicos u otras regiones del Perú.

  - Tiene demasiada mercadería en el almacén

  -Tiene una buena cartera de clientes y proveedores puntuales y nunca ha ocurrido problemas de cobros y de pagos.

  -En el local de la empresa es muy pequeño para la visita del público y consumidores. Y no tiene publicidad necesaria como para el cliente se interese.

5.2 SUGERENCIAS

- Crear un mayor énfasis en la publicidad, mediante carteles luminosos LED y otros carteles dentro del local, publicidad mediante redes sociales y tener una página web donde se ofrezca la variedad de productos que la empresa ofrece al cliente.

-Poner en práctica el manual interno de la empresa para las diferentes áreas y actualizarlo.

-Aumentar el número de trabajadores pero siempre en base del incremento de ventas por el pasar del tiempo.

-Dar Capacitaciones y charlas a diferentes áreas para que cumplan su labor con mayor eficacia especialmente en el área de caja que tarda mucho en la atención.

-Solo comprar mercaderías necesarias para ventas, no llenarnos de mercadería el cual nos podría ocasionar perdida por diversos factores.

-Dar promociones especiales a los clientes que tienen mayo recurrencia como precios especiales al por mayor.

-Buscar nuevos proveedores a mejores precios, calidad y disponibilidad para tener una mayor rentabilidad finalmente.

-Ampliar la cartera de clientes mediante sorteos, vales u otros.

-Ampliar la variedad de telas para que el cliente no tenga que recurrir a otras tiendas.

5.3 BIBLIOGRAFIA

Bibliografía

ÁLVAREZ, A. G. (2004). *INTRODUCCION AL ANALISIS FINANCIERO.* SAN VICENTE: CLUB UNIVERSITARIO.

-ÁLVAREZ, A. G. (2004). INTRODUCCION AL ANALISIS FINANCIERO. EN A. G. ÁLVAREZ, *INTRODUCCION AL ANALISIS FINANCIERO* (PÁGS. 10-19). SAN VICENTE: CLUB UNIVERSITARIO.

ÁLVAREZ, A. G. (2004). INTRODUCCION AL ANALISIS FINANCIERO. EN A. G. ÁLVAREZ, *INTRODUCCION AL ANALISIS FINANCIERO* (PÁGS. 25-27). SAN VICENTE: CLUB UNIVERSITARIO.

AMAT, O. (2005). CLAVES DE ANALISIS DE EMPRESA. EN O. AMAT, *CLAVES DE ANALISIS DE EMPRESA* (PÁGS. 13-14). REVISTA DE CONTABLIDAD Y DIRECCION.

AMAT, O. (2005). CLAVES DE ANALISIS DE EMPRESA. EN O. AMT, *CLAVES DE ANALISIS DE EMPRESA* (PÁGS. 13-14). REVISTA DE CONTABILIDAD Y DIRECCION.

AMAT, O. (2005). *CLAVES DE ANALISIS DE EMPRESA.* REVISTA DE CONTABILIDAD Y DIRECCION.

AMAT, O. (2005). CLAVES DE ANALISIS DE EMPRESA. EN O. AMAT, *CLAVES DE ANALISIS DE EMPRESA* (PÁGS. 13-14). REVISTA DE CONTABILIDAD Y DIRECCION.

AMAT, O. (2005). *CLAVES DEL ANALISIS DE EMPRESA.* BARCELONA: EDICIONES GESTION 2000.

O. (2005). CLAVES DEL ANALISIS DE EMPRESAS. EN O. AMAT, *CLAVES DEL ANALISIS DE EMPRESAS* (PÁGS. 13-14). BARCELONA: EDICIONES GESTION 2000.

AMAT, O. (2005). CLAVES DEL ANALISIS DE LA EMPRESA. EN O. AMAT, *CLAVES DEL ANALISIS DE LA EMPRESA* (PÁGS. 13-14). REVISTA DE CONTABILIDAD Y DIRECCION.

AMAT, O. (2005). CLAVES DEL ANALISIS FINANCIERO. EN O. AMAT, *CLAVES DEL ANALISIS FINANCIERO* (PÁGS. 17-36). BARCELONA: GESTION 2000.

AMAT, O. (2012). ANALISIS DE EMPRESA. EN O. AMAT, *ANALISIS DE EMPRESA* (PÁGS. 1-4). LIMA.

AMT, O. (2005). CLAVES DE ANALISIS DE EMPRESA. EN O. AMAT, *CLAVES DE ANALISIS DE EMPRESA* (PÁGS. 13-14). REVISTA DE CONTABILIDAD Y DIRECCION.

CLAVES PARA ANALISIS DE EMPRESAS. (2005). OBTENIDO DE HTTP://WWW.ACCID.ORG/REVISTA/DOCUMENTS/ANALISIS_CASTELLANO_013-051.PDF

CLAVES PARA GESTION FINANCIERA. (4 DE AGOSTO DE 2009). OBTENIDO DE HTTP://WWW.MUYPYMES.COM/2009/08/04/DIEZ-CLAVES-PARA-MEJORAR-TU-GESTION-FINANCIERA

CONCEPTODEFINICION. (13 DE SETIEMBRE DE 2011). OBTENIDO DE HTTP://CONCEPTODEFINICION.DE/ANALISIS/

EL ANALISIS ECONOMICO-FINANCIERO. (S.F.). OBTENIDO DE HTTP://AECA.ES/OLD/REFC_1972-2013/1986/49-1.PDF

ESTRATEGIAS FINANCIERAS. (17 DE OCTUBRE DE 2008). OBTENIDO DE HTTP://WWW.GESTIOPOLIS.COM/PRINCIPALES-ESTRATEGIAS-FINANCIERAS-DE-LAS-EMPRESAS/

FREEDICTIONARY. (2013). OBTENIDO DE HTTP://ES.THEFREEDICTIONARY.COM/PROPUESTA

FREEDICTIONARY. (2013). OBTENIDO DE HTTP://ES.THEFREEDICTIONARY.COM/MEJORA

INDUSTRIA TEXTIL. (2015). OBTENIDO DE HTTP://APTTPERU.COM/WEB2/LA-INDUSTRIA-TEXTIL-Y-CONFECCIONES/

INTRODUCCION ANALISIS FINANCIERO. (2004). OBTENIDO DE HTTP://WWW.EDITORIAL-CLUB-UNIVERSITARIO.ES/PDF/342.PDF

LEY IMPUESTO A LA RENTA. (8 DE DICIEMBRE DE 2004). OBTENIDO DE HTTP://WWW.PERUPETRO.COM.PE/WPS/WCM/CONNECT/C84AB07A-919F-4C5E-8085-BDE262A6E1E8/3_DECRETO_LEGISLATIVO_774.PDF?MOD=AJPERES

LIQUIDEZ DE LA EMPRESA. (25 DE OCTUBRE DE 2015). OBTENIDO DE HTTP://WWW.EMPRENDEDORES.ES/GESTION/COMO-CONSEGUIR-LIQUIDEZ-PARA-TU-NEGOCIO

MANUAL DE ELABORACION DE ESTADOS FINANCIEROS. (S.F.). OBTENIDO DE HTTP://WWW.SMV.GOB.PE/UPLOADS/MIF_2008.PDF

MEJORAMIENTO FINANZAS EMPRESA. (10 DE AGOSTO DE 2015). OBTENIDO DE HTTP://FINANZASYPROYECTOS.NET/COMO-MEJORAR-LAS-FINANZAS-EN-LA-EMPRESA/

NEGOCIOS. (S.F.). OBTENIDO DE HTTP://NEGOCIOS.UNCOMO.COM/ARTICULO/DIFERENCIA-ENTRE-SITUACION-ECONOMICA-Y-SITUACION-FINANCIERA-27003.HTML

NORMAS INTERNACIONALES DE INFORMACION FINANCIERA. (2009). OBTENIDO DE HTTPS://WWW.MEF.GOB.PE/CONTENIDOS/CONTA_PUBL/CON_NOR_CO/VIGENTES/NIIF/NIIF_PYMES.PDF

OT. (S.F.).

PLANILLAS. (2004). OBTENIDO DE HTTP://WWW.MINTRA.GOB.PE/CONTENIDOS/ARCHIVOS/PRODLAB/D.S.NO.%20001-98-TR%2022-01-98.PDF

QUIEBRAS. (10 DE SETIEMBRE DE 2013). OBTENIDO DE HTTP://WWW.ACADEMIADEINVERSION.COM/ALTMAN-Z-SCORE-FORMULA-PREDECIR-QUIEBRAS/

RAZONES FINANCIERAS. (15 DE MARZO DE 2011). OBTENIDO DE HTTPS://WWW.ENTREPRENEUR.COM/ARTICLE/264076

RENTABILIDAD FINANCIERA. (25 DE MARZO DE 2011). OBTENIDO DE HTTPS://RAIMON.SERRAHIMA.COM/LA-RENTABILIDAD-FINANCIERA-ROE-CONCEPTO-Y-CALCULO/

RIVERO, A. C. (1986). ANALISIS ECONOMICO FINANCIERO DE LA EMPRESA. EN A. C. RIVERO, *ANALISIS ECONOMICO FINANCIERO DE LA EMPRESA* (PÁGS. 15-19). MADRID: REVISTA ESPANOLA DE FINANCIACIÓN Y CONTABILIDAD.

RIVERO, A. C. (1986). *ANALISIS ECONOMICO-FINANCIERO DE LA EMPRESA.* MADRID: REVISTA ESPAÑOLA DE FINANCIACION Y CONTABILIDAD.

RIVERO, A. C. (1986). EL ANALISIS ECONOMICO-FINANCIERO. EN A. C. RIVERO, *EL ANALISIS ECONOMICO-FINANCIERO* (PÁGS. 29-31). MADRID: REVISTA ESPANOLA DE FINANCIACIÓN Y CONTABILIDAD.

SUPERACION DE CRISIS FINANCIERA. (6 DE ABRIL DE 2015). OBTENIDO DE HTTP://WWW.EMPRENDEDORESYNEGOCIOS.ES/10-MEDIDAS-PARA-SUPERAR-UNA-CRISIS-ECONOMICA-EN-UNA-EMPRESA/

5.4 ANEXOS 1

COMERCIALIZADORA NOVEDAD TEXTIL E.I.R.L (COSTOS, PRODUCTOS, VENTA)

CODIGO	DETALLE	COSTO	PRECIO_1
30/1 BLANCO KG	30/1 BLANCO (KG)	18	20
30/1 COLOR KG	30/1 COLORES (KG)	23	26.5
30/1 MTR	30/1 (MTR)	5.8	10
30/1 NEGRO KG	30/1 NEGRO (KG)	20	23.5
ABREOJAL GRANDE	ABREOJAL GRANDE (UND)	1	2
ABREOJAL PEQUEÑ	ABREOJAL PEQUEÑO (UND)	0.6	1
ACEITE LITRO	ACEITE (LITRO)	8	12
ACEITE SINGER	ACEITE SINGER (UND)	2.4	5
ACEITERA	ACEITERA	3	5
AGUAYO MTR	AGUAYO (MTR)	10	14
AGUJA CIEGO	AGUJA PARA CIEGO (PAQ)	1	2
AGUJA DOTEC	AGUJA DOTEC (PAQ)	2.6	5
AGUJA GROZBECKE	AGUJA GROZBECKERT (PAQ)	5	7
AGUJA MANO	AGUJA DE MANO (PAQ)	0.6	1
AGUJA POR UNID.	AGUJA POR UNID. ORANGE	0.3	1
AGUJA RECTA ORA	AGUJA RECTA ORANGE (PAQ)	2.7	5
AGUJA RECUBRE	AGUJA RECUBIERTO ORANGE (PAQ)	4.7	7
AGUJA REMALLE	AGUJA REMALLE ORANGE (PAQ)	4.7	7
AGUJA SINGER	AGUJA SINGER (SOBRE)	3	5
ALFILER GRANDE	ALFILER GRANDE (RUEDA)	1.2	2
ALFILER PEQUEÑO	ALFILER PEQUEÑO (RUEDA)	0.5	1

ALGODON BCO KG	ALGODON BLANCO (KG)	22	25
ALGODON COL KG	ALGODON COLOR (KG)	26.5	30
ALGODON LIST	ALGODON LISTADO (MTR)	16	20
ALGODON MTR	ALGODON (MTR	10.6	15
ALGODON RAYAS	ALGODON RAYAS (MTR)	12	15
ALMOHADA	ALMOHADA	7	9
ANTILOPE KG	ANTILOPE (KG)	20	23
ANTILOPE MTR	ANTILOPE (MTR)	5.3	10
BALINES	BALINES (CAJA 5 MILLARES)	5	8
BARBILLA PAR	BARBILLA (PAR)	0.3	0.5
BASE EMBUDO	BASE DE EMBUDO	3	8
BISAGRA	BISAGRA (CIENTO)	50	60
BOBINA BORDAR	BOBINA DE BORDADORA (UND)	6	8
BOBINA IND	BOBINA INDUSTRIAL (UND)	3.5	5
BOBINA SEMI	BOBINA SEMI-INDUSTRIAL (UND)	3.5	5
BOLSA CUADRILE1	BOLSA CUADRILE	1	3
BOLSA CUADRILE2	BOLSA CUADRILE PEQUEÑO	1	2.5
BOLSA PLAST BAS	BOLSA PLASTICA DE BASURA (PAQ)	9	11
BOLSA PLAST10K	BOLSA PLASTICA 10K (PAQ)	2.8	3.5
BOLSA PLAST5K	BOLSA PLASTICA 5K (PAQ)	2.8	3.5
BORLON	BORLON (MTR)	6	8
BOTELLITA CIEN	BOTELLITA (CIENTO)	1.6	4
BOTELLITA MIL	BOTELLITA (MILLAR)	16	28
BOTON 18 CIEN	BOTON #18 (CIENTO)	1.1	1.5
BOTON 18 DOC	BOTON #18 (DOCENA)	0.15	1
BOTON 18 MAZO	BOTON #18 (MAZO)	19	22
BOTON 22 CIEN	BOTON #22 (CIENTO)	1.65	2.5
BOTON 22 DOC	BOTON #22 (DOCENA)	0.2	1
BOTON 22 MAZO	BOTON #22 (MAZO)	27.5	32
BOTON 28 CIEN	BOTON #28 (CIENTO)	2.45	4
BOTON 28 DOC	BOTON #28 (DOCENA)	0.3	1
BOTON 28 MAZO	BOTON #28 (MAZO)	41	46
BOTON 34 DOC	BOTON #34 (DOCENA)	2	3
BOTON 34 GRUESA	BOTON #34 (GRUESA)	6.7	17.5
BOTON 40 DOC	BOTON #40 (DOCENA)	1.2	4
BOTON 40 GRUESA	BOTON #40 (GRUESA)	11.5	30
BOTON 44 DOC	BOTON #44 (DOCENA)	1.4	4
BOTON 44 GRUESA	BOTON #44 (GRUESA)	16	40
BOTON CLAU40DOC	BOTON CLAUDIA #40 (DOC)	2.2	4.5
BOTON CLAU40GRU	BOTON CLAUDIA #40 (GRUESA)	26	45
BOTON CLAU44DOC	BOTON CLAUDIA #44 (DOC)	2.5	5

BOTON CLAU44GRU	BOTON CLAUDIA #44 (GRUESA)	30	50
BOTON DISEÑ GRA	BOTON DISEÑO GRANDE (DOC)	5	8
BOTON DISEÑ PEQ	BOTON DISEÑO PEQUEÑO (DOC)	3.5	5
BRAMANTE	BRAMANTE (MTR)	10	13
BROCHE METAL	BROCHE METAL (CIENTO)	5.1	7
BROCHE PLASTICO	BROCHE PLASTICO (CIENTO)	2.5	3
CAMBREL	CAMBREL (MTR)	1.5	3
CAN CAN	CAN CAN (MTR)	3.5	4.5
CARNERO	CARNERO (MTR)	7	10
CARRETEL IND	CARRETEL INDUSTRIAL (UND)	0.3	0.5
CARRETEL SEMI	CARRETEL SEMI-INDUSTRIAL (UND)	0.3	0.5
CASQUILLO24CIEN	CASQUILLO #24 (CIENTO)	3	5
CASQUILLO36CIEN	CASQUILLO #36 (CIENTO)	4	6
CHANCHITO CIEN	CHANCHITO (CIENTO)	2.6	5
CHANCHITO MIL	CHANCHITO (MILLAR)	26	35
CIERRE 25CM	CIERRE 25CM (UND)	0.27	0.5
CIERRE 25CM PAQ	CIERRE 25CM (PAQUETE)	32	40
CIERRE 3 -LLAVE	CIERRE #3 (MTR) SIN LLAVE	0.25	0.4
CIERRE 3 MTR	CIERRE #3 (MTR) + 2 LLAVES	0.26	0.5
CIERRE 5 -LLAVE	CIERRE #5 (MTR) SIN LLAVE	0.25	0.4
CIERRE 5 MTR	CIERRE #5 (MTR) + 2 LLAVES	0.27	0.5
CIERRE 75CM PAQ	CIERRE 75CM (PAQUETE)	50	60
CIERRE 75CM UND	CIERRE 75CM TRACTOR O NYLON (UND)	0.42	0.5
CIERRE EKA	CIERRE EKA 15CM (CIENTO)	10	15
CIERRE EKA DOC	CIERRE EKA 15CM (DOC)	2	3
CIERRE EKA15MET	CIERRE EKA 15CM METAL (CIENTO)	28	35
CIERRE EKA15PAQ	CIERRE EKA 15CM (PAQ)	12	15
CINTA BUZO DIEG	CINTA DE BUZO DIEGO (CONO)	2.9	3.5
CINTA BUZO MTR	CINTA DE BUZO DIEGO (MTR)	0.06	0.3
CINTA CORT ALG	CINTA CORTADA ALGODON	33	35
CINTA CORT POLY	CINTA CORTADA POLYESTER (KG)	24	28
CINTA EMBALAJE	CINTA EMBALAJE (UND)	5	7.5
CINTA METRICA	CINTA METRICA (UND)	0.6	1
CINTA METRICA M	CINTA METRICA MEXICANO (UND)	1.5	2.5
CINTA REF5.0MTR	CINTA REFLECTIVA 5.0 IMPORT (MTR)	0.55	1.5
CINTA REF5.0PAQ	CINTA REFLECTIVA 5.0 IMPORT (PAQ)	55	70
CINTA SCOTCH 1	CINTA SCOTCH (UND)	0.3	0.5
CINTA SCOTCH 2	CINTA SCOTCH 2 (UND)	0.7	1
CINTA TWIL	CINTA TWIL (CONO)	8	10
COLA RATA DELGA	COLA DE RATA DELGADO	1.8	2
COLA RATA GRUES	COLA DE RATA GRUESO	2	2.5

CORDERO KG	CORDERO (KG)	23	26.5
CORDERO MTR	CORDERO (MTR)	10.5	15
CORDON DIEG MTR	CORDON DIEGO (MTR)	0.09	0.5
CORDON DIEGO	CORDON DIEGO (MADEJA)	4.5	5
CORDON ELASTICA	CORDON ELASTICADO (CONO)	13	15
CORDON PILI	CORDON PILI (CONO)	9	11
CORDON TEXMOL	CORDON TEXMOL (MADEJA)	6	8
CORREA INDUST	CORREA INDUSTRIAL (UND)	4	8
CORREA SEMI	CORREA SEMI	2	4
CORTADORA DAYAN	CORTADORA CIRCULAR DAYANG RSD 100	250	380
CORTADORA LEJIA	CORTADORA CIRCULAR LEJIANG YJ 110	300	470
CORTADORA RC50	CORTADORA GOLDEN BIR RC50	120	170
CORTADORA RC70	CORTADORA GOLDEN BIR RC70	130	200
CUADRILE	CUADRILE (MTR)	3	4
CUCHILLA CIRCUL	CUCHILLA CIRCULAR (UND)	16	20
CUCHILLA REM1	CUCHILLA REMALLE KR35	6	10
CUCHILLA REM2	CUCHILLA REMALLE ARRIBA (UND)	10	15
CUCHILLA STRON1	CUCHILLA STRONG 10" (UND)	10	15
CUCHILLA STRON8	CUCHILLA STRON 8" (UND)	10	15
CUCHILLA USA 10	CUCHILLA EASTMAN 10" (UND)	22	25
CUCHILLA USA 8	CUCHILLA EASTMAN 8" (UND)	18	22
CUELLO RX	CUELLO RX ALGODON (UND)	1	1.5
CUTER	CUTER	0.6	1
DACRON	DACRON (MTR)	2.8	4
DACRON ESTAMPAD	DACRON ESTAMPADO (MTR)	3.5	6
DAKOTA	DAKOTA (MTR)	5.8	7
DAKOTA JASPEADO	DAKOTA JASPEADO (MTR)	7.5	9
DAKOTA NAVIDEÑO	DAKOTA NAVIDEÑO (MTR)	10.5	15
DEST HEXAGONAL	DESTORNILLADOR HEXAGONAL	4	6
DESTORNILLADOR	DESTORNILLADOR	4	6
DIENTE RECTA	DIENTE RECTA	5	10
DRIL	DRIL (MTR)	9.5	11.5
ELAST ESP1.5MTR	ELASTICO ESPECIAL 1.5 (MTR)	0.2	0.8
ELAST ESP1.5PAQ	ELASTICO ESPECIAL 1.5 (DISCO)	20	25
ELAST ESP2.0MTR	ELASTICO ESPECIAL 2.0 (MTR)	0.21	0.8
ELAST ESP2.0PAQ	ELASTICO ESPECIAL 2.0 (DISCO)	21	25
ELAST ESP2.5MTR	ELASTICO ESPECIAL 2.5 (MTR)	0.2	0.8
ELAST ESP2.5PAQ	ELASTICO ESPECIAL 2.5 (DISCO)	20	24
ELAST ESP3.0MTR	ELASTICO ESPECIAL 3.0 (MTR)	0.3	1
ELAST ESP3.0PAQ	ELASTICO ESPECIAL 3.0 (DISCO)	14	16
ELAST ESP3.5MTR	ELASTICO ESPECIAL 3.5 (MTR)	0.35	1

ELAST ESP3.5PAQ	ELASTICO ESPECIAL 3.5 (DISCO)	16	18
ELAST ESP4.0MTR	ELASTICO ESPECIAL 4.0 (MTR)	0.36	1
ELAST ESP4.0PAQ	ELASTICO ESPECIAL 4.0 (DISCO)	17	19
ELAST MER2.0MTR	ELASTICO MERCERIZADO 2.0 (MTR)	0.4	1
ELAST MER2.0PAQ	ELASTICO MERCERIZADO 2.0 (DISCO)	18	20
ELAST MER2.5MTR	ELASTICO MERCERIZADO 2.5 (MTR)	0.4	1
ELAST MER2.5PAQ	ELASTICO MERCERIZADO 2.5 (DISCO)	19	22
ELAST MER3.0MTR	ELASTICO MERCERIZADO 3.0 (MTR)	0.42	1
ELAST MER3.0PAQ	ELASTICO MERCERIZADO 3.0 (DISCO)	20	22
ELAST MER3.5MTR	ELASTICO MERCERIZADO 3.5 (MTR)	0.46	1.5
ELAST MER3.5PAQ	ELASTICO MERCERIZADO 3.5 (DISCO)	22	25
ELAST MER4.0MTR	ELASTICO MERCERIZADO 4.0 (MTR)	0.5	1.5
ELAST MER4.0PAQ	ELASTICO MERCERIZADO 4.0 (DISCO)	24	27
ELAST MER5.0MTR	ELASTICO MERCERIZADO 5.0 (MTR)	0.57	2
ELAST MER5.0PAQ	ELASTICO MERCERIZADO 5.0 (DISCO)	27	32
ELAST NEGRO 1	ELASTICO NEGRO MERCERIZADO 5CM (MTR)	1.5	2.5
ELAST NEGRO 2	ELASTICO NEGRO MERCERIZADO 4 Y 3.5 CM (M	1	2
EMBUDO + BASE	EMBUDO MAS BASE	15	30
EMBUDO 1	EMBUDO NORMAL	12.5	25
EMBUDO 2	EMBUDO IMP	15	28
EMBUDO 3	EMBUDO DOBLE	20	35
EMBUDO DOBLE	EMBUDO DOBLE	25	45
ENHEBRADOR	ENHEBRADOR	0.4	1
ESCUADRA	ESCUADRA (UND)	7	10
ESPONJA LAM BCO	ESPONJA LAMINADA BLANCO (MTR)	5.3	6
ESPONJA LAM COL	ESPONJA LAMINADA COLOR (MTR)	7.8	10
ETIQUETA BORDAD	ETIQUETA BORDADO (CIEN)	10	13
ETIQUETA CARTON	ETIQUETA CARTON (CIEN)	4	5
FELPA	FELPA (MTR)	8.5	10
FLECO 5 MTR	FLECO #5 (MTR)	1.6	2.5
FLECO 5 PAQ	FLECO #5 (PAQ)	16	18
FRANELA ESTAMPA	FRANELA ESTAMPADO (MTR)	17	20
FRANELA FLAM	FRANELA FLAME RX (MTR)	18	25
FRANELA FLAME	FRANELA FLAME RX (KG)	26	30
FRANELA IMPORTA	FRANELA IMPORTADO (MTR)	7.5	10
FRANELA LIMPIEZ	FRANELA LIMPIEZA (MTR)	3.7	5
FRANELA RX KG	FRANELA RX (KG)	22.5	25.5
FRANELA RX MTR	FRANELA RX (MTR)	15	20
FRESH T ESTAMP	FRESH TERRY ESTAMPADO (MTR)	13.5	17
FRESH T ESTAMPA	FRESH T ESTAMPADO (KG)	27	30
FRESH T PERCHA	FRESH TERRY PERCHADO (MTR)	13.5	17

FRESH T PERCHAD	FRESH TERRY PERCHADO (KG)	27	30
FRESH TERRY KG	FRESH TERRY (KG)	27	30
FRESH TERRY MTR	FRESH TERRY (MTR)	12.3	17
FULL LICRA KG	FULL LICRA (KG)	27	30
FULL LICRA MTR	FULL LICRA (MTR)	9	15
FUNDA LICUADORA	FUNDA LICUADORA	4.5	6
GABARDINA KG	GABARDINA (KG)	17	20
GABARDINA MTR	GABARDINA (MTR)	4.5	10
GAMUZA LLANA KG	GAMUZA LLANA (KG)	21	25
GAMUZA LLANA MT	GAMUZA LLANA (MTR)	7	15
GARFIO RECTA	GARFIO RECTA	25	45
GARFIO REM 1	GARFIO REMALLE	20	35
GARFIO REM 2	GARFIO REMALLE	20	50
GARFIO REM 3	GARFIO REMALLE	15	30
GARRAPATA CIEN	GARRAPATA (CIENTO)	1	4
GARRAPATA MIL	GARRAPATA NEGRO (MILLAR)	10	22
GARRAPATA TRANS	GARRAPATA TRANSPARENTE (MILLAR)	35	45
GASA NAVIDEÑO	GASA NAVIDEÑO (MTR)	6	8
GRECA REYNA	GRECA REYNA (PAQ)	3	3.5
GRECA REYNA MTR	GRECA REYNA (MTR)	0.3	0.5
GRECA REYNA PEQ	GRECA REYNA PEQUEÑA (PAQ)	2	2.5
HEBILLA CIEN	HEBILLA PLASTICA (CIENTO)	25	40
HEBILLA DOC	HEBILLA PLASTICA (DOC)	1.8	6
HIDROSEDAL KG	HIDROSEDAL (KG)	20	23
HIDROSEDAL MTR	HIDROSEDAL (MTR)	5.5	7.5
HILO ATX1000YDS	HILO ASATEX 1000 YDS (CONO)	0.85	1.5
HILO ATX500YDS	HILO ASATEX 500 YDS (CONO)	0.7	1
HILO BORD GRAND	HILO BORDADO A MANO GRANDE (UND)	3	5
HILO BORD PEQ	HILO BORDADO A MANO (UND)	1	1.5
HILO LUMINA	HILO LUMINA (CONO)	7	8
HILO REM BCO	HILO REMALLE BLANCO (KG)	10	14
HILO REM COLOR	HILO REMALLE COLOR (KG)	18	24
HILO REM NEGRO	HILO REMALLE NEGRO (KG)	13	18.5
HILO RIO	HILO RIO (UND)	3	3.5
HILO TREBOL	HILO TREBOL (CONO)	6.1	6.5
HIPORA	HIPORA (MTR)	6	8
HOJALILLO	HOJALILLO (MILLAR)	6	9
IMAN GRANDE	IMAN GRANDE	5	8
IMAN PEQUEÑO	IMAN PEQUEÑO	3	5
IMPALA KG	IMPALA (KG)	22.5	26.5
IMPALA MTR	IMPALA (MTR)	11.3	15

IMPERDIBLE 1	IMPERDIBLE (PAQ)	0.5	1
IMPERDIBLE 2	IMPERDIBLE (PAQ)	0.2	0.5
IMPERMEABLE	IMPERMEABLE (MTR)	2.5	4
INSERTADOR	INSERTADOR (UND)	0.5	1
INTERFIL KG	INTERFIL (KG)	22.5	26.5
INTERFIL MTR	INTERFIL (MTR)	10.3	15
LAME	LAME (MTR)	10.1	13
LAPIZ TIZA	LAPIZ TIZA (UND)	1.8	2.5
LATEX	LATEX (MTR)	10.1	14
LED	LED	20	30
LENTEJUELA	LENTEJUELA (MTR)	10.1	14
LICRA KOR ESTAM	LICRA KOREANA ESTAMPADA	26	32
LICRA KOREANA	LICRA KOREANA (MTR)	17	22
LIJA PAR	LIJA CORTADORA LINEAL (PAR)	1	1.5
LIJA PIEDRA	LIJA PIEDRA CORTADORA CIRCULAR (UND)	3	5
LLAVE (UND)	LLAVE (UND) #5 - #3	0.05	0.2
LLAVE 3	LLAVE #3 (CIENTO)	3.5	4
LLAVE 5	LLAVE #5 (CIENTO)	4.5	6
LLAVE 5 GARFIO	LLAVE GARFIO #5 (CIENTO)	16	20
LYCRA KOREANA	LYCRA KOREANA (MTR)	17	23
MALLA DEPOR KG	MALLA DEPORTIVA (KG)	20	25
MALLA DEPOR MTR	MALLA DEPORTIVA (MTR)	1.6	6
MALLA DISEÑ KG	MALLA DISEÑO (KG)	17	20
MALLA DISEÑ MTR	MALLA DISEÑO (MTR)	1.4	3
MALLA TUP KG	MALLA TUPIDA (KG)	18	20
MALLA TUP MTR	MALLA TUPIDA (MTR)	1.8	3
MALLA WAFER KG	MALLA WAFER (KG)	19	25
MALLA WAFER MTR	MALLA WAFER (MTR)	4.5	8
MANDIL DOC	MANDIL (DOCENA)	55	60
MANDIL UND	MANDIL (UND)	4.5	6
MANTEL 6 SILLAS	MANTEL 6 SILLAS	11	15
MANTEL 8 SILLAS	MANTEL 8 SILLAS	13	18
MANTEL OVALADO	MANTEL NAVIDEÑO OVALADO	20	28
MAQ TROQ	MAQUINA TROQUELERA	33	55
MELANCH	MELANCH (MTR)	6.5	8.5
METRO MADERA	METRO DE MADERA (UND)	5	8
MICROALGODON KG	MICROALGODON (KG)	23	26.5
MICROALGODON MT	MICROALGODON (MTR)	7.2	10
MICROF SUB KG	MICROFIBRA SUBLIMADO (KG)	25	30
MICROF SUB MT	MICROFIBRA SUBLIMADO (MTR)	7	15
MICROFIBRA KG	MICROFIBRA (KG)	19.5	21.5

MICROFIBRA MTR	MICROFIBRA (MTR)	4.9	7
MICRONIKE KG	MICRONIKE (KG)	20.5	22.5
MICRONIKE MTR	MICRONIKE (MTR)	5.2	8
MICROPOLAR	MICROPOLAR (MTR)	5.6	6.5
MICROPOLAR FLAM	MICROPOLAR FLAME	7.8	9
MICROPOLAR GRUE	MICROPOLAR GRUESO (MTR)	7	8.5
MICROPOLAR JASP	MICROPOLAR JASPEADO (MTR)	7.1	8.5
NAPA DELGAD MTR	NAPA DELGADO (MTR)	1.6	3
NAPA DELGAD ROL	NAPA DELGADO (ROLLO)	80	110
NAPA GRUESO MTR	NAPA GRUESO (MTR)	3.2	5
NAPA GRUESO ROL	NAPA GRUESO (ROLLO)	110	140
OJALILLO	OJALILLO (MILLAR)	5	9
OXFORD	OXFORD (MTR)	6	7
PANA	PANA (MTR)	5.8	9
PAÑAL F ESTAMPA	PAÑAL FRANELA ESTAMPADO (MTR)	5	6
PAÑAL FRANELA	PAÑAL FRANELA (MTR)	4	5
PAÑAL GASA	PAÑAL GASA (MTR)	3	5
PAÑO ABSORVENTE	PAÑO ABSORVENTE (MTR)	6	10
PAÑO ESCARCHADO	PAÑO LENCY ESCARCHADO (MTR)	18	23
PAÑO LENCY	PAÑO LENCY (MTR)	10	14
PAÑUELOS POLYSE	PAÑUELO POLYSEDA	0.4	2
PASADOR1.2PLANO	PASADOR 1.2CM PLANO (PAQ)	14	17
PASADOR1.2REDON	PASADOR 1.2CM REDONDO (PAQ)	13	15
PASADOR70REDOND	PASADOR 70CM REDONDO (PAQ)	5	7.5
PASADOR90PLANO	PASADOR 90CM PLANO (PAQ)	12	14
PASADOR90REDOND	PASADOR 90CM REDONDO (PAQ)	10	12
PATA BASTERA	PATA BASTERA	4	8
PATA CIERRE INV	PATA CIERRE INVISIBLE	3.5	8
PATA COMPENSACI	PATA COMPENSACION	2.5	6
PATA ENCARRUJAR	PATA ENCARRUJAR	4	8
PATA GUIADOR	PATA GUIADOR	3.5	7
PATA NORMAL	PATA NORMAL	2	5
PATA RECUBRE	PATA RECUBRE	12.5	25
PEGA PEGA 2PAQ	PEGA PEGA PAR (PAQUETES)	7	10
PEGA PEGA MTR	PEGA PEGA PAR (MTR)	0.28	1
PELON ADHESIVO	PELON ADHESIVO (MTR)	2.7	3.5
PELON BORDAR	PELON BORDAR (MTR)	2.4	3.5
PELON CORT MTR	PELON PARA CORTINA (MTR)	0.23	0.5
PELON CORT PAQ	PELON PARA CORTINA (PAQUETE)	22	25
PELUCHE CORTO	PELUCHE PELO CORTO (MTR)	20	30
PELUCHE CRESPO	PELUCHE PELO CRESPO (MTR)	20	30

PELUCHE LARGO	PELUCHE PELO LARGO (MTR)	30	40
PERNO	PERNO	0.5	1.5
PERNO AGUJA	PERNO AGUJA (UND)	0.5	1.5
PILAS 1	PILAS 1 (PAR)	1	1.5
PILAS 2	PILAS 2 (PAR)	0.7	1
PIMA KG	PIMA RX (KG)	30	35
PIMA MTR	PIMA RX (MTR)	7.9	15
PINZA	PINZA (UND)	2.5	3.5
PIQUET BCO KG	PIQUET RX BLANCO (KG)	22	25
PIQUET COL KG	PIQUET RX COLOR (KG)	27	30
PIQUET MTR	PIQUET RX (MTR)	10.8	15
PIQUETERA BBB	PIQUETERA BBB (UND)	1.2	2
PIQUETERA CHINA	PIQUETERA CHINA	1	2
PISTOLA ETIQ	PISTOLA ETIQUETERA (UND)	5	12
PLANCH+DIENTE	PLANCHUELA + DIENTE	5	15
PLANCHA VAPOR	PLANCHA VAPOR	300	399.99
PLANCHUELA RECT	PLANCHUELA RECTA	5	10
PLANCHUELA REMA	PLANCHUELA REMALLE	12	25
PLASTICO	PLASTICO (MTR)	2	3
PLIZADORA	PLIZADORA	120	170
PLUMON	PLUMON (UND)	2.5	3.5
PLUSH	PLUSH (MTR)	13	15
PLUSH ALTO	PLUSH ALTO (MTR)	17	22
POLAR	POLAR (MTR)	5.5	6.5
POLAR ACANALADO	POLAR ACANALADO (MTR)	9	10
POLAR CORTE	POLAR CORTE	1	2
POLAR ESTAMPADO	POLAR ESTAMPADO (MTR)	6.5	8.5
POLAR NAVIDEÑO	POLAR NAVIDEÑO (MTR)	9	13
POLAR ZERPA	POLAR ZERPA (MTR)	15	20
POLIBRILLO	POLIBRILLO (MTR)	4	6
POLYADIDAS KG	POLYADIDAS (KG)	19	22.5
POLYADIDAS MTR	POLYADIDAS (MTR)	4.8	8
POLYALGODON KG	POLYALGODON (KG)	21.5	24
POLYALGODON MTR	POLYALGODON (MTR)	10.8	15
POLYESTRECH KG	POLYESTRECH (KG)	16.5	20
POLYESTRECH MTR	POLYESTRECH (MTR)	3.3	6
POLYNAN	POLYNAN (MTR)	5	6
POLYSEDA MTR	POLYSEDA (MTR)	2.4	3
POLYSEDA ROLLO	POLYSEDA (ROLLO)	110	120
POPELINA	POPELINA (MTR)	3.7	5
POPELINA ESTAMP	POPELINA ESTAMPADO (MTR)	8.1	10

PORTACINTA AERE	PORTACINTA AEREO	25	45
PORTACINTA COST	PORTACINTA COSTADO	12	30
PORTACONO MADER	PORTACONO MADERA	35	55
PRADA	PRADA (MTR)	5.5	6.5
PUNZON	PUNZON	4	6
RAZO	RAZO (MTR)	2.7	4
RAZO ESTAMPADO	RAZO ESTAMPADO (MTR)	4.5	7
RAZO FRANCES	RAZO FRANCES (MTR)	5.6	7
REGLA 5°MEDIDA	REGLA MILIMETRADA (UND)	1.5	3.5
REGLA CUADERNO	REGLA CUADERNO 1/4, 1/5 (PAQ)	2	4
REGLA FRANCESA	REGLA FRANCESA (PAQ)	15	20
REGLA SASTRE	REGLA SASTRE	12	15
REGLA TRUPAN	REGLA FRANCESA DE TRUPAN	10	15
REGULADOR 5CIEN	REGULADOR 5 (CIENTO)	7	10
REGULADOR25CIEN	REGULADOR 2.5 (CIENTO)	1.2	5
RESORTE	RESORTE	1	2
RIB ALG DEL KG	RIB ALGODON DELGADO (KG)	26.5	30
RIB ALG DEL MTR	RIB ALGODON DELGADO (MTR)	9	20
RIB ALG GRU KG	RIB ALGODON GRUESO (KG)	25.5	35
RIB ALG GRU MTR	RIB ALGODON GRUESO (MTR)	12.8	28
RIB SINT DEL KG	RIB SINTETICO DELGADO (KG)	18.5	22
RIB SINT DEL MT	RIB SINTETICO DELGADO (MTR)	3.7	7
RIB SINT GRU KG	RIB SINTETICO GRUESO (KG)	18.5	21.5
RIB SINT GRU MT	RIB SINTETICO GRUESO (MTR)	6.2	10
SECADORES	SECADORES	2	3
SERVICIO	SERVICIO DE FACTURAS	1	1
SESGO 80MTR	SESGO GORRO 80M (CONO)	6.5	7.5
SESGO PEQ	SESGO PEQUEÑO (DISCO)	2.5	3
SILICONA	SILICONA	3	5
SILICONA 2	SILICONA GRANDE	5	10
SOFT BOLSA 5K	SOFT BOLSA DE (5KG)	50	60
SOFT KG	SOFT (KG)	10	14
SOFTSHELL	SOFTSHELL (MTR)	15	17
SUPLEX ESTAMPAD	SUPLEX ESTAMPADO (MTR)	12.5	15
SUPLEX KG	SUPLEX (KG)	22.5	26.5
SUPLEX MTR	SUPLEX (MTR)	10.2	17
SUPLEX SUB KG	SUPLEX SUBLIMADO (KG)	27	35
SUPLEX SUB MTR	SUPLEX SUBLIMADO (MTR)	12.3	20
TAFETA LABRADO	TAFETA LABRADO (MTR)	1.3	2.5
TALLA BORD CIEN	TALLA BORDADO (CIENTO)	0.6	1
TALLA BORD MIL	TALLA BORDADO (MILLAR)	6	8

TALLA ESTAMPADO	TALLA ESTAMPADO (PAQ)	1	1.5
TALLAS PEGA	TALLAS PEGA x MILLAR	3	4
TAPANUDO CIEN	TAPANUDO (CIENTO)	0.6	1
TAPANUDO MIL	TAPANUDO (MILLAR)	6	8
TARLATANA	TARLATANA (MTR)	3.5	5
TASLAN ESTAMPAD	TASLAN ESTAMPADO (MTR)	5.5	6.5
TASLAN GAMUZADO	TASLAN GAMUZADO (MTR)	3	4
TASLAN TEJIDO	TASLAN TEJIDO (MTR)	4.5	6.5
TASLAN TEJIDO G	TASLAN TEJIDO GOMADO (MTR)	5.8	7.5
TASLAN WAFER	TASLAN WAFER (MTR)	3.3	4.5
TEFLON PATA	TEFLON PARA PATA	1	2
TELA ADHESIVA	TELA ADHESIVA (MTR)	5	7
TELA MOJADA	TELA MOJADA (MTR)	2.5	4
TENSOR 1	TENSOR 1	1	2
TENSOR RECTA 1	TENSOR RECTA 1	6	10
TENSOR RECTA 2	TENSOR RECTA 2	10	15
TERCIOPELO	TERCIOPELO (MTR)	10	13
TIJ CLA INOX 8	TIJERA 3 CLAVELES INOX 8"	25	38
TIJ CLA INOX 9	TIJERA 3 CLAVELES INOX 9"	30	45
TIJ CLA PROF7	TIJERA 3 CLAVELES PROFESIONAL 7"	30	40
TIJ CLA PROF8	TIJERA 3 CLAVELES PROFESIONAL 8"	35	50
TIJ CLA SAST 10	TIJERA 3 CLAVELES SASTRE 10"	60	75
TIJ CLA SAST 12	TIJERA 3 CLAVELES SATRE 12"	70	85
TIJ CLA SAST 9	TIJERA 3 CLAVELES SASTRE 9"	50	65
TIJ CLA UÑA 3.5	TIJERA 3 CLAVELES 3.5" PARA BORDADO	12.5	20
TIJ CLA UÑA 4.0	TIJERA 3 CLAVELES 4.0" PARA BORDADO	15.5	25
TIJ MUN PROF8	TIJERA MUNDIAL PROFESIONAL 8"	50	65
TIJ MUN SAST 10	TIJERA MUNDIAL SASTRE 10"	90	110
TIJ MUN SAST 12	TIJERA MUNDIAL SATRE 12"	90	120
TIJ MUN SAST 8	TIJERA MUNDIAL SASTRE 8"	65	85
TIJ MUN SAST 9	TIJERA MUNDIAL SASTRE 9"	80	95
TIJERA CHINA 1	TIJERA IMPORTADA 1	5	10
TIJERA CHINA 2	TIJERA IMPORTADA 2	6	15
TIJERA ZIGZAG	TIJERA ZIGZAG	14	20
TINTE ESTREL	TINTE ESTRELLITA (SOBRE)	3	3.5
TIPTOP 2.5 CIEN	TIP TOP 2.5 (CIENTO)	8	12
TIPTOP 5.0 CIEN	TIP TOP 5.0 (CIENTO)	12	15
TIRA HILO	TIRA HILO	1	2
TIRAS RX	TIRAS RX ALGODON (UND)	1.1	1.5
TIZA TAPER	TIZA (TAPER)	15	18
TIZA UND	TIZA (UND)	0.3	0.5

TOCUYO DELG	TOCUYO DELGADO (MTR)	4.5	6.5
TOCUYO GRUESO	TOCUYO GRUESO (MTR)	6.5	10
TOPES	TOPES (CIENTO)	3	5
TROQUEL	TROQUEL 1	10	13
TROQUEL 1	TROQUEL	10	15
TUL	TUL (MTR)	2.3	4
TUL CORTINA	TUL CORTINA (MTR)	8	10
TUL CORTINA BOR	TUL CORTINA BORDADO (MTR)	12.5	15
TUL LAGRIMAS	TUL CON LAGRIMAS (MTR)	6.1	9
VISCOSA	VISCOSA (MTR)	6	7.5
VISCOSA ESTAMPA	VISCOSA ESTAMPADO (MTR)	7	10
WAFER	WAFER (MTR)	13	17
WIN FRESH KG	WIN FRESH (KG)	19	22.5
WIN FRESH MTR	WIN FRESH (MTR)	4.8	8
YACKAR	YACKAR (MTR)	12.7	15
YAURI GRANDE	YAURI GRANDE (UND)	1	1.5
YAURI PEQUEÑO	YAURI PEQUEÑO (UND)	0.5	1
YERSIN KG	YERSIN (KG)	28	32
YERSIN MTR	YERSIN (MTR)	7	15
YUTE	YUTE (MTR)	4	5
ZERPA	ZERPA	12	15