



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

Just In Time y su efecto en el estado de resultados de las empresas de
publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, año 2016

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR
PÚBLICO

AUTORA:

DE LAMA DONAYRE, GABRIELA

ASESOR:

Mg. Díaz Díaz, Donato

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Sistema y Organización Contable

LIMA – PERÚ

2017 - I

PÁGINAS PRELIMINARES

Página del Jurado

Presidente

Secretario

Vocal

Dedicatoria

El presente trabajo de investigación está dedicado a las personas que más admiro, mis padres Celia Donayre Salinas y Orlando De Lama Herrera, quienes pese a todas las adversidades que han pasado en sus vidas han sabido educarme como una persona de bien y a quienes les debo todo lo que tengo y todo lo que voy a alcanzar, de igual manera, quiero dedicar este trabajo a mis hermanos: Isabel, Mariela, Alicia, Caren, Asttry, Cintia y Oswaldo quienes han contribuido con su apoyo a lo largo de estos cinco años de carrera y por siempre estar a mi lado para poder seguir adelante.

Agradecimiento

En primer lugar, agradecer a Dios por todo lo que me ha dado, a mis padres por el apoyo constante y agradecer a todas las personas que han contribuido con su granito de arena para que pueda presentar el día de hoy este trabajo de investigación.

Declaratoria de Autenticidad

Yo, De Lama Donayre Gabriela, con DNI N° 72145275, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académica Profesional de Contabilidad, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y autentica.

Además, declaro bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a los dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 04 de Julio de 2017

De Lama Donayre, Gabriela

DNI: 72145275

Presentación

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento de las disposiciones vigentes contenidas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, someto a su consideración y criterio la presente Tesis titulada: “Just In Time y su efecto en el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, año 2016”

El presente trabajo de investigación ha sido elaborado en base a información - obtenida de manera teórica – práctica, así como, de consultas bibliográficas y de conocimientos adquiridos durante los años de formación profesional.

El presente trabajo de investigación consta de siete capítulos y algunos anexos y está distribuido de la siguiente manera:

En el Capítulo I: Introducción de la Tesis

Capítulo II: Metodología

Capítulo III: Resultados finales de la Tesis

Capítulo IV: La Discusión

Capítulo V: Las Conclusiones

Capítulo VI: Las Recomendaciones finales de acuerdo a los resultados obtenidos

Capítulo VII: Las Referencias Bibliográficas y por último se encuentran los anexos

El objetivo principal de la presente Tesis es determinar cuál es el efecto del Just In Time en el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres.

De Lama Donayre, Gabriela

Resumen

La presente investigación titulada: “Just In Time y su efecto en el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, año 2016”, tiene como objetivo principal determinar el efecto del Just In Time en el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, año 2016.

La investigación tiene como diseño no experimental, debido a que ninguna de las dos variables será manipulada. Está conformada por una población de 50 personas que laboran en las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, la muestra está conformada por 44 personas de las áreas gerenciales. El instrumento que ha sido tomado es la encuesta, el cual ha sido validado por expertos de la Universidad César Vallejo y por el Alfa de Cronbach.

Para la comparación de hipótesis ha sido utilizada la prueba del Chi Cuadrado el cual muestra la relación entre ambas variables.

Al final de esta investigación se obtuvo que el Just In Time tiene un efecto significativo en el estado de resultados, debido a que los resultados benefician a las empresas ayudando en la reducción de los costos e incrementando los ingresos y a su vez maximizando las ganancias, así mismo si se implementan las recomendaciones se podrá mejorar la gestión de la compañía.

Palabras clave: Sistema de producción, estrategias de producción, valoración de resultados.

Abstract

The present research entitled " Just In Time and its effect on the income statement of textile advertising companies in the district of San Martín de Porres, year 2016", has as main objective to determine the effect of Just In Time in the income statement of textile advertising companies in the district of San Martín de Porres, year 2016.

The research has as transverse non-experimental design, because neither variable will be manipulated. It is made up of a population of 50 people who work in in the textile advertising companies of the district of San Martín de Porres, the sample is made up of 44 people from different areas. The instrument that has been taken is the one of survey, which has been validated by experts of the University Cesar Vallejo and by the Alpha of Cronbach.

For the comparison of hypotheses, the Chi square test has been used which shows the relationship between both variables.

At the end of this investigation it was obtained that the Just In Time has a significant effect on the income statement, so that the results benefit the companies helping in the reduction of costs and the increase of the income and in turn maximizing the Profits, and even if you implement the recommendations you can improve the management of the company.

Key words: Production system, Production strategies, Profit valuation.

INDICE

PAGINAS PRELIMINARES

Página del jurado.....	II
Dedicatoria.....	III
Agradecimiento.....	IV
Declaratoria de autenticidad.....	V
Presentación.....	VI
Resumen.....	VII
Abstract.....	VIII

CAPITULO 1: INTRODUCCION

1.1. Realidad Problemática.....	1
1.2. Trabajos previos.....	2
1.2.1. Trabajos Previos de la variable: Just In Time.....	2
1.2.2. Trabajos Previos de la variable: Estado de Resultados.....	4
1.3. Teorías Relacionadas al tema.....	6
1.3.1. Teorías Relacionada: Just In Time.....	6
1.3.2. Teoría Relacionadas de: Estado de Resultados.....	13
1.4. Formulación del Problema.....	21
1.4.1. Problema General.....	21
1.4.2. Problemas Específicos.....	21
1.5. Justificación del Estudio.....	21
1.5.1. Conveniencia.....	21
1.5.2. Relevancia Social.....	22
1.5.3. Implicancias.....	22
1.5.4. Valor Teórico.....	22

1.5.5. Utilidad Metodológica.....	22
1.5.6. Viabilidad.....	22
1.6. Hipótesis.....	23
1.6.1. Hipótesis General.....	23
1.6.2. Hipótesis Especificas.....	23
1.7. Objetivos.....	23
1.7.1. Objetivo General.....	23
1.7.2. Objetivos Específico.....	23

CAPITULO II: METODOLOGÍA

2.1. Diseño de Investigación.....	25
2.1.1. Tipo de Estudio.....	25
2.2. Variables y Operacionalización.....	25
2.2.1. Definición de la Variable 1: Just In Time.....	25
2.2.2. Definición de la Variable 2: Estado de Resultados.....	26
2.2.3. Cuadro de Operacionalización	27
2.3. Población y muestra.....	28
2.3.1. Población.....	28
2.3.2. Muestra.....	29
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	30
2.4.1. Técnicas e instrumentos de recopilación de datos.....	30
2.4.2. Validación y Confiabilidad.....	30
2.5. Métodos de Análisis de Datos.....	32
2.6. Aspecto Ético.....	32

CAPITULO III: RESULTADOS

3.1. Análisis de Resultado	34
3.1.1. Validación de Hipótesis.....	50
3.1.2. Comparación de Hipótesis general.....	50
3.1.3. Comparación de Hipótesis Específica 1.....	52
3.1.4. Comparación de Hipótesis Específica 2.....	53
3.1.5. Comparación de Hipótesis Específica 3.....	55

CAPITULO IV: DISCUSION

Discusión de Resultados.....	58
------------------------------	----

CAPITULO V: CONCLUSION

Conclusiones.....	63
-------------------	----

CAPITULO VI: RECOMENDACIONES

Recomendaciones.....	65
----------------------	----

CAPITULO VII: REFERENCIAS BILIOGRAFICAS

Referencias Bibliográficas.....	68
---------------------------------	----

ANEXOS

ANEXO 01: Matiz de Consistencia.....	73
--------------------------------------	----

ANEXO 02: Encuesta.....	74
-------------------------	----

ANEXO 03: Estadístico.....	75
----------------------------	----

INDICE DE FIGURAS

Figura 1.....	34
Figura 2.....	35
Figura 3.....	36
Figura 4.....	37
Figura 5.....	38
Figura 6.....	39
Figura 7.....	40
Figura 8.....	41
Figura 9.....	42
Figura 10.....	43
Figura 11.....	44
Figura 12.....	45
Figura 13.....	46
Figura 14.....	47
Figura 15.....	48
Figura 16.....	49

INDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	34
Tabla 2.....	35
Tabla 3.....	36
Tabla 4.....	37
Tabla 5.....	38
Tabla 6.....	39
Tabla 7.....	40
Tabla 8.....	41
Tabla 9.....	42
Tabla 10.....	43
Tabla 11.....	44
Tabla 12.....	45
Tabla 13.....	46
Tabla 14.....	47
Tabla 15.....	48
Tabla 16.....	49

CAPÍTULO I:
INTRODUCCIÓN

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

En muchas ocasiones, diversas empresas se veían afectadas económicamente debido a la poca importancia que se les daba a los controles dentro de toda la compañía, lo que ocasionaba problemas como la ineficiencia del personal, productos que no cumplían con los estándares de calidad solicitados o excesivas cantidades de stock de la materia prima.

Es así que el sistema Just In Time se originó en respuesta al descenso económico de esos años por causa de la segunda crisis mundial del petróleo en 1976, este sistema productivo nace de la empresa Toyota por el mismo año teniendo como finalidad de aumentar la flexibilidad de los procesos de fabricación.

El Just In Time es indispensable para reducir los costos y maximizar las utilidades, este método que permite producir justo lo requerido en el momento solicitado, detectar y eliminar los procesos obsoletos, con una excelencia en la calidad y sin malgastar los recursos de la compañía.

A lo largo de los años, la filosofía Just In Time ha sido utilizada por diversas empresas de distintos rubros con resultados positivos. En la actualidad nos encontramos en un mundo altamente competitivo, en el que se requiere tener un punto de diferenciación que agregue valor al producto para que pueda resaltar entre la competencia.

Sin embargo, en el Perú existen pocas empresas que han puesto en práctica la filosofía Just In Time, la mayoría son empresas trasnacionales que tienen sus sedes en otros países en los que está más marcado el JIT, pero en las pequeñas empresas no se ha puesto en práctica. Es importante resaltar que es más fácil poner en práctica los costos JIT en una empresa que tiene pocos procesos y la compañía está empezando a crecer, que cuando este posicionada, esto sería más complejo y costoso.

Con esta filosofía, los directores y socios de una compañía obtendrán una reducción en los costos de los productos, maximizarán la calidad de los

productos, y mantendrán un stock mínimo de su materia prima logrando obtener un beneficio económico positivo para la entidad.

La filosofía Just In Time podría ocasionar ciertos cambios en el área de producción, ya que, serán esta área donde se establecerá que el personal debe cumplir con los objetivos establecidos, permitiendo hacer una serie de cambios en la compañía que aseguren aumentar la calidad tanto en la mano de obra como en cada fase del proceso productivo.

No obstante, la empresa establece metas y funciones a cumplir, pero no se preocupa por capacitar a sus colaboradores, haciendo que el trabajador realice sus tareas con la experiencia de sus empleos previos y con la consigna de hacerlo de manera óptima, siendo este el punto donde se inicia los vacíos laborales; ya que, el personal está acostumbrado a cumplir con las metas y trabajos asignados, pero sin la calidad requerida.

Finalmente, por ser un problema significativo en las entidades el hecho de no contar con una plana de empleados debidamente capacitados, que elaboren los productos de calidad. Hacen que sea más importante y fundamental la aplicación de la filosofía Just In Time para cada entidad de nuestro país, esperando que se tomen conciencia de lo beneficioso que sería emplear esta filosofía de manera constante, además será un material de consultas para otros y la solución de problemas de las empresas.

1.2. Trabajos Previos

1.2.1. Antecedentes de la variable independiente: Just In Time

Castillejo (2015), Universidad César Vallejo. Tesis para obtener el Título Profesional de Ingeniero Industrial “Implementación del Just In Time para la mejora de la productividad en el área de corte manual en la línea de carteras en Renzo Costa S.A.C., Breña, 2015” indica:

Como objetivo determinar como la implementación del Just in Time mejora la productividad en el área de Corte Manual en Renzo Costa S.A.C. Metodológicamente en la investigación es de tipo explicativa. La autora concluyó

que la producción en la empresa Renzo Costa sin el Just in Time, es de 36,000 pie² generado en la empresa, mientras que después de la implementación del Just in Time es de 41,750 pie², por lo tanto, la producción en el área de corte manual aumento en un 5,750 pie². Esto demuestra que la implementación del Just in time, ayuda aumentar el cuero utilizado y así mismo la cantidad de productos en el área de corte manual en la empresa Renzo Costa.

Agurto (2012), Universidad César Vallejo. Tesis para obtener el título Profesional de Licenciado en Administración “La influencia de la metodología Just in time en el mejoramiento de la productividad en la empresa FAYCONAPI SRL año 2012”, señala:

Como objetivo describir de qué manera influye la productividad en el Just In Time en la empresa FAYCONAPI S.R.L. año 2012. Metodológicamente la investigación fue de tipo descriptivo – correlacional. El autor concluye que de acuerdo con investigaciones de campo y acciones realizadas se tiene que en el área de producción de la empresa FAYCONAPI el (70%) de las personas encuestadas indican que la incorporación del sistema Just In Time mejorará la productividad en la empresa. Por lo tanto, se concluye que las personas encuestadas indican que la implementación del Just in time si ayudará a la mejora de la productividad de la empresa FAYCONAPY.

Mendoza (2013), Universidad Rafael Landívar – Quetzaltenango. Tesis para optar el grado de licenciado de Administración de Empresas “Justo a Tiempo como herramienta para mejorar el servicio al cliente en empresas comercializadoras de equipo de cómputo de la ciudad de Quetzaltenango”, indica:

Como objetivo principal, establecer si la herramienta justo a tiempo incrementa el buen servicio al cliente en empresas que comercializan equipos de cómputo de la ciudad de Quetzaltenango. Metodológicamente la investigación es de tipo descriptiva. El autor citado llega a las conclusiones en el sentido que, la gran mayoría de empresas que comercializan equipos de cómputo, desconocen y no

aplican la herramienta Justo a Tiempo, sin embargo, se ha comprobado que el Justo a Tiempo es un mecanismo administrativo que consigue incrementar en un porcentaje mayor el buen servicio al cliente, debido a que reduce las pérdida de tiempo y dinero, por lo cual debe aplicarse en las empresas comercializadoras de equipo de cómputo de la ciudad de Quetzaltenango.

1.2.2. Antecedentes de la variable dependiente: Estado de resultados

Alvarado y Calderón (2013), Universidad Privada Antenor Orrego, Tesis para obtener el título Profesional de Contador Público “Los gastos no deducibles tributariamente y su incidencia en el estado de resultados de la distribuidora R&M E.I.R.L. La Libertad – Trujillo 2012” indica:

Como objetivo principal tiene que demostrar que los gastos no deducibles tributariamente inciden negativamente en el estado de resultados de la Distribuidora R&M E.I.R.L., de la ciudad de Trujillo en el año 2012. Metodológicamente la investigación fue de tipo descriptivo de diseño no experimental. Los autores llegaron a la conclusión que, de acuerdo al análisis de la ley del impuesto a la renta, en especial de los artículos 44^o, 37^o y su respectivo reglamento, se concluye que los gastos no deducibles tienen mayor incidencia en la presentación y preparación del estado de resultados del 2012 son: gastos realizados con comprobantes de pago, gastos de representación los cuales exceden el límite permitido por la ley y las multas impuestas por entidades del sector público.

Pérez (2014), Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Tesis para optar el Título Profesional de Contador Público “La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa Restaurante Campestre SAC – Chiclayo en el período Enero a Setiembre 2011 y 2012”, señala:

Como objetivo investigar la influencia que tiene la calidad del servicio al cliente en los resultados económicos y financieros de la empresa Restaurante Campestre. Metodológicamente la investigación es descriptiva – analítico. La autora llega a la conclusión que la evaluación financiera efectuada con respecto a la liquidez general de la empresa no es buena y suficiente para permitirle seguir con sus operaciones diarias, los ratios de gestión nos indican que la empresa está aprovechando todos sus recursos para poder mejorar esta situación, no hay una rentabilidad apropiada por ende la empresa es ineficiente, se encuentra debajo del promedio del sector y no ha generado los ingresos que debería, lo que indica que la empresa ha realizado una gestión empresarial deficiente.

Elizalde y Quizhpi (2013), Universidad de Cuenca – Azuay. Tesis para alcanzar el Título de Contador Público y Auditor “Estudio de la elaboración del estado de resultado integral y la incidencia de reformas tributarias y contables (NIIF) y su aplicación en las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de la Cuenca. Caso Ferretería Comercial Luna Pazmiño Cía. Ltda. año 2013”, indica:

Como objetivo determinar los Segmentos que intervienen para la elaboración del Estado de Resultado Integral y conocer la aplicación, así como sus efectos en la información financiera de las Pequeñas y Medianas Empresas de la Ciudad de Cuenca. Caso especial Ferretería Comercial Luna Pazmiño Cía. Ltda. Metodológicamente en la investigación es de tipo descriptiva. Las autoras concluyeron que el estado de resultado integral es una herramienta fundamental para evaluar la gestión de la administración y la eficiencia operativa que permite al usuario tomar medidas correctivas en búsqueda de la eficiencia.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Just In Time

Teoría científica Just In Time

La base científica del Just In Time es la siguiente:

Just in time, literalmente quiere decir “Justo a tiempo”. Es una filosofía que define la forma en que debería optimizarse un sistema de producción.

Se trata de incluir materia primas o componentes a la línea de fabricación de tal forma que lleguen “justo a tiempo” a medida que son requeridos.

El Jit no se trata de un medio para conseguir que los proveedores hagan diversas entregas con mucha puntualidad para no tener que controlar grandes cantidades de existencia o componentes comprados, sino que es una filosofía de producción que se inclina a la demanda.

La ventaja competitiva ganada se desprende de la capacidad que adquiere la empresa para entregar al mercado el producto solicitado, en corto tiempo y en la cantidad solicitada. Evitando los sobre costos que no añaden valor también se adquieren precios competitivos. (Atencia, 2002, p.89).

a) Definición de Just In Time

Según del Río (2012):

JIT (Just in Time) pretende alcanzar el mayor aprovechamiento del tiempo en toda la industria (disminuir el tiempo de entrega del material por parte de los proveedores, los procesos de fabricación, y de la distribución a los clientes). Trata de fabricar el producto solo cuando se necesita y en las cantidades exactamente requeridas, suprimir los desperdicios, los defectos, y los llamados cuellos de botella. Además, procura llegar a la Calidad Total mediante la reducción de los inventarios de materiales, de productos semielaborados, terminados, y otros que hubiese para alcanzar ventajas competitivas, mayor calidad, costos inferiores, mejores servicios (aun cuando no siempre es posible), obtener un menor precio de venta basado en la mayor calidad, menores costos, servicio superior, y aprovechamiento máximo. (p. XII-8 y XII-9)

El JIT se basa en la fabricación del producto justo cuando el cliente realiza el requerimiento, con el apoyo del proveedor en la reducción del tiempo para la

entrega de materia prima y el apoyo de los empleados que realizan la elaboración del productivo con la máxima calidad y aminorando los costos.

Por otro lado, Marion (2017) indica:

The Just In Time method helps minimize the amount of inventory along the supply chain, so it helps considerably in cost savings. However, in order to apply the Jit optimally, you have to synchronize operations within a manufacturing and supply chain process, as well as accurately predicting customer demand.

In other systems similar to Just In Time, increases that aren't anticipated in customer demand are covered by the security stock. But with Just In Time, security stocks are often not used, since the synchronization of operations is meant to prevent the need for additional inventory. Security stocks also provide insurance against production failures or quality problems.

The Just In Time theory is appealing to many in the supply chain and financier, but the practice is somewhat difficult to implement, To have an optimal supply chain, a Company must provide its customers with what they want, and spend as little money as possible. (p. 28)

El método Just In Time ayuda a minimizar la cantidad de inventario a lo largo de la cadena de suministro, por lo que es ayuda considerablemente en el ahorro de costos. Sin embargo, para aplicar el JIT de manera óptima, se tiene que sincronizar las operaciones dentro de un proceso de fabricación y de cadena de suministro, al igual que, se debe pronosticar la demanda de los clientes con precisión.

En los otros sistemas similares al Just In Time, los incrementos que no están previstos en la demanda de los clientes se cubren con el stock de seguridad. Pero con Just In Time, las existencias de seguridad a menudo no se utilizan, ya que la sincronización de las operaciones tiene por objeto impedir la necesidad de inventario adicional. Las existencias de seguridad también proporcionan un seguro contra fallas en la producción o problemas de calidad.

La teoría de Just In Time es atractiva para muchos en la cadena de suministro y las finanzas, pero la práctica es un tanto difícil de implementar. Para tener una cadena de suministro óptima, una compañía debe proporcionar a sus clientes lo que quieren, cuando quieren, y gastar el menor dinero posible. (p.28)

b) Objetivos principales del Just In Time

Los cuatro principales objetivos del JIT son:

i) Poner en evidencia los problemas esenciales

Según Atencia (2002):

Para explicar el objetivo número uno de la filosofía JIT los japoneses tienden a utilizar la analogía del "río de las existencias".

Los movimientos de la empresa son representados por un barco y el nivel del río simboliza la mercadería. Cuando una compañía quiere bajar el nivel del río, esto es, disminuir el nivel de las mercaderías, se topa con rocas, ellas representan problemas.

Hace poco, cuando estos inconvenientes o problemas surgían en algunas empresas, la solución que se les daba era incrementar las existencias para tapar los problemas. (p. 90)

En cuanto a la evidencia de problemas esenciales, podemos decir que la mayoría de las empresas piensan que al tener una gran cantidad de stock están a salvo, ya que, lo pueden vender en cualquier momento y tener hacer efectivo el dinero de su mercadería, pero eso no es del todo cierto, puesto que, cantidades excesivas de stock hacen que tengan su dinero estancado mientras que de no hacerlo lo podrían utilizar para invertirlo en otra cosa y generar mayor rentabilidad.

ii) Eliminar desperdicios

Según Atencia (2002):

Se requiere suprimir todas las tareas que no agreguen valor al producto generando una mejora en la calidad, disminución en los costos, una mejora en el nivel de servicio al cliente y una reducción de los tiempos de fabricación.

El enfoque JIT en estas situaciones consiste en:

a) Estar capacitado para trabajar eficientemente a la primera.

- b) El trabajador se responsabiliza de controlar, quiere decir que, el operario trabaja en auto-control.
- c) Asegurar la evolución mediante el control estadístico.
- d) Evitar y estudiar los posibles problemas que se puedan presentar en un proceso.
- e) Disminuir las mercaderías en lo mayor posible. (p. 91 y 92)

De acuerdo a la eliminación de desperdicios, se infiere que se debe eliminar los posibles errores en el proceso productivo, se debe empoderar al operario, quién debe estar capacitado adecuadamente, para que tenga como objetivo realizar productos de calidad, detectar procesos innecesarios y poder producir solo lo requerido. Así mismo, se debe implementar métodos para predecir los problemas y presentar soluciones al respecto, no obstante, no se debe olvidar calcular el stock mínimo que debe mantener la compañía para que no afecte la liquidez de la compañía.

iii) En busca de la simplicidad

Según Atencia (2002):

El JIT se enfatiza en buscar la simplicidad, tomando en cuenta el hecho de que tener una gestión más eficaz se alcanza con un enfoque simplificado. El primer paso del camino hacia la simplicidad cubre dos sectores:

- a) Flujo de los suministros
- b) Control de las líneas de flujo

Desde un punto de vista simple respecto al flujo de suministros es eliminar los procedimientos complejos y buscar líneas de flujo más directas, si es posible unidireccionales. Otro es organizar los productos en familias que se fabrican en una línea de flujo, con lo que se facilita la gestión en células de producción o “mini fábricas”. La simplicidad del JIT también se aplica al manejo de estas líneas de flujo. Un ejemplo es el sistema Kanban, en el que se arrastra el trabajo. (p. 92)

De acuerdo al párrafo anterior de búsqueda de la simplicidad, es importante rescatar que para realizar un trabajo eficiente se tiene que simplificar todos los procesos de fabricación, establecer procedimientos unidireccionales para las tareas y utilizar herramientas de guía que no tengan complejidad para que todos los colaboradores la puedan seguir sin problemas una opción sería trabajando con los tableros visuales.

iv) Establecer sistemas para identificar los problemas

Según Atencia (2002):

Con los sistemas de arrastre / Kanban se pueden sacar a la luz los problemas. Con el JIT cualquier sistema que identifique los problemas se considera beneficioso y cualquier sistema que los encubra es dañino. Un ejemplo, es el uso del control de calidad estadístico que ayuda a identificar el origen del problema.

Si realmente se requiere aplicar el JIT se tiene que considerar realizar dos cosas:

- a) Establecer sistemas para identificar los problemas.
- b) Estar listos para aceptar una disminución de la eficiencia en un corto plazo con la finalidad de obtener una ventaja a largo plazo. (p.92)

Los sistemas para identificar los problemas son instrumentos beneficiosos para la compañía, pero en un corto plazo, como todo sistema existe un período de puesta en marcha en el que se tiene que adecuar a la compañía y los usuarios puedan familiarizarse con los controles para poder detectar los problemas y trabajar en una solución concreta.

c) Implementación del Just In Time

Según Atencia (2002): Justo a tiempo (JIT), indica:

La implementación del Just In Time se divide en cinco frases.

a) Primera frase: de qué manera echar a andar el sistema. Se debe establecer los cimientos sobre la cual se edificará su aplicación. La aplicación JIT requiere de una transformación en la actitud de la entidad, y esta frase número un será primordial para alcanzarlo. Para ello, se requerirá cumplir con estos pasos: Análisis de costo – beneficio, comprensión básica, estar comprometidos, estar decididos a poner en práctica el JIT, selección del equipo de proyecto para el JIT, identificación del área de prueba.

b) Segunda frase: mentalización, esta es la clave del éxito. En esta segunda frase se requiere la educación de todo el personal. Es llamada la clave del éxito. En esta segunda frase se requiere la educación de todo el personal. Es llamada la clave del éxito porque si la empresa se limita en los recursos en esta frase, la aplicación resultante podrá tener muchas dificultades. Un programa de educación debe consistir en dos propósitos: Debe suministrar una comprensión de la filosofía del JIT y su aplicación en la industria, el programa debe establecerse de tal manera que se empiece a aplicar la filosofía JIT en el trabajo por cada uno de los empleados. No se debe confundir esta etapa de la educación con la formación, describir cómo encajan los elementos entre sí es la educación, significa ofrecer una visión más amplia. La

formación, en cambio, se tiene que ofrecer un conocimiento determinado de un aspecto específico.

c) Tercera frase: mejora de los procesos. El objetivo de las dos frases anteriores es preparar un ambiente propicio para una puesta en práctica satisfactoria del JIT. En la tercera frase se debe mejorar el dinamismo del trabajo mediante cambios físicos del proceso de fabricación. Existen tres formas principales de cambiar los procesos: disminuir el tiempo para el prendido de la maquinaria, mantenimiento preventivo y cambiar a líneas de flujo.

d) Cuarta frase: mejorar los controles. La forma en que se controla el sistema de fabricación determinará los resultados globales de la aplicación del JIT. La base del esfuerzo por mejorar el mecanismo del control de fabricación es otorgada por el principio de la búsqueda de la simplicidad: Sistema tipo arrastre, control local en vez de centralizado, control estadístico del proceso, calidad en el origen (autocontrol, programas de sugerencia, etc.).

e) Quinta frase: relación cliente – proveedor. Es la última fase de la aplicación del JIT. En los puntos previos se han tratado de cambios dentro de la compañía cuya finalidad es mejorar el proceso de fabricación. Para poder seguir con el proceso de mejora se debe integrar a los proveedores y a los clientes que son agentes externos. En esta quinta fase se debe iniciar en paralelo con parte de la fase 2 y con las fases 3 y 4, ya que se requiere tiempo para discutir los requisitos del JIT con los proveedores y clientes, y los cambios que hay que realizar requieren tiempo. Con el JIT, se evidencia un aumento en la calidad, los materiales a un bajo costo, entregas de mercadería a tiempo, con una mayor seguridad tanto para el proveedor como para el cliente. (p. 94 y 95)

Según el texto expuesto para la implantación de la filosofía Just In Time se tiene que establecer cinco fases de las cuales la segunda fase sería la más compleja, ya que, la mayoría de “buenos trabajadores” son los trabajadores más antiguos que son considerados especialistas en sus respectivos puestos y al implantar esta nueva filosofía se corre el riesgo del rechazo de éstos por la experiencia que tienen y que sus métodos los llevan a obtener buenos resultados es ahí donde entra a tallar el equipo de proyecto del JIT quiénes tendrán que detallarles los beneficios de la nueva filosofía y cómo su correcta aplicación puede conllevar a realizar las tareas de manera óptima.

d) Calidad Total:

Según Deulofeu (2012):

No hay un concepto claro de lo que significa la calidad en relación a la gestión empresarial. Cuando hablamos de calidad, se tiende siempre a pensar en la calidad del producto, pero en un sentido amplio se refiere a la mejora continua, a la búsqueda de la excelencia, a atender a los ceros defectos, o a dar la mayor importancia a la calidad de las personas. Cabe destacar en esta última apreciación la estrategia japonesa basada en el término Kaizen, que aplicado al lugar de trabajo significa mejoramiento continuo que involucra a gerente y trabajadores por igual. Esta mejora está enfocada hacia la satisfacción de la calidad, el costo, la programación, el desarrollo del potencial humano y de los nuevos productos, y todas estas actividades dirigidas a su vez hacia la satisfacción del cliente. (p. 32)

Se puede inferir que la Calidad Total es un proceso de mejora continua en el que se tiene como objetivo la satisfacción del cliente, la excelencia en una compañía puede ser un término utópico por la cantidad de contingencias que se presentan en el día a día, pero lo que busca la calidad total es tratar de estar preparados para contrarrestar estos inconvenientes y siempre tener la visión de cero defectos.

e) Ventajas Competitivas:

Según Betancourt (2014), señala:

El conocimiento de las capacidades o puntos fuertes que pueden proporcionar a una empresa una ventaja por encima de sus competidores constituye uno de los elementos centrales para la elaboración de las modernas estrategias de empresas. La importancia de la ventaja competitiva reside en que constituye el ingrediente principal para obtener un promedio de beneficio superior a la media. Son las características diferenciadoras sobre la competencia las que reducen los costos de los productos que se van a vender, posicionan favorablemente a la empresa y hacen que obtenga márgenes o excedentes superiores con relación a los otros competidores actuales o potenciales.

El concepto de ventaja competitiva sugiere que los elementos de producción no son solamente tierra, capital y trabajo, como original y tradicionalmente se ha considerado. Actualmente, la información, infraestructura, tecnología, conocimiento y la estrategia constituyen verdaderos elementos productivos en los cuales descansa, finalmente, la diferencia de una y otra empresa o sector. (p. 37)

El término ventaja competitiva se entiende como el valor agregado que posee una compañía con la que se diferencia de sus competidores, ya sea, por una diferenciación en el producto o en el capital humano que engrandecen a la compañía de tal manera que los consumidores del producto o servicio prefieren a la empresa entre las demás.

1.3.2. Estado de resultados

Teoría científica Estado de Resultados

Al respecto, Córdoba (2014) indica:

El estado de resultados o estado de pérdidas y ganancias nos brinda un resultado de las operaciones obtenido por la empresa en un lapso de tiempo específico. Este estado financiero nos muestra el camino para obtener la utilidad o pérdida en un ejercicio determinado, pasado, presente o futuro. Las características son: muestra la utilidad o pérdida neta y la manera en la que se llega a ella, forma parte de los estados financieros, la información que proporciona corresponde a un ejercicio determinado y se confecciona con base en los ingresos y se le va descontando y/o agregando los movimientos de las cuentas del estado de resultados.

Este estado financiero muestra detallada y ordenadamente cómo se obtuvo la utilidad o pérdida en un determinado periodo de tiempo. Es una forma analítica de mostrar todas las operaciones que, en un determinado periodo, afectan la cuenta resultados del ejercicio. Es, por ende, un resumen de todos los ingresos y gastos (costos) del periodo. Si los ingresos son mayores que los gastos, el resultado será positivo, y la empresa habrá obtenido utilidades (ganancias); de lo contrario habrá registrado pérdidas. Es decir, sirve para medir el desempeño de una empresa durante un periodo contable. (p. 108)

a) Definición del estado de resultados

Según Rivero (2014):

Antes conocido como estado de ganancias y pérdidas, presenta un solo resultado económico para la compañía. Este resultado puede ser pérdida cuando los gastos son mayores que los ingresos; o una utilidad cuando los ingresos son mayores que los gastos.

Además, otra característica de este estado financiero es su elaboración por un período determinado. Los períodos normalmente utilizados son: como mínimo un mes y como período máximo un año. (p.24)

Así mismo, Estupiñán (2008) define al estado de resultados:

El estado de resultados incorpora todas las cuentas de ingresos, costos y gastos que son consideradas en el período, conocidas como operativas del ejercicio, que determinan la pérdida neta o la ganancia del mismo, aislando aquellos ingresos o egresos que datan de ejercicios anteriores, de carácter extraordinario o algunas generadas por estimaciones de cambios contables, ajustes por determinación de valores y otras no operativas, las cuales deben ser registradas directamente al patrimonio de manera retrospectiva. (p.56)

De los dos conceptos señalados se puede concluir que el estado de resultados es normalmente utilizado en un período como máximo de un año y como mínimo de un mes. Además, incluye todos los ingresos, costos y gastos comprendidos en estos períodos y nos da como resultado la utilidad o pérdida del ejercicio económico.

Según Shaun (2015):

The income statement shows the income and expenses for a specific period of time. In terms of time periods these could be monthly, quarterly, semi-annual or annual. In a January income statement, for example, it would show all income and expenses for the month. In addition, it would show the net result at the end of January. Income statements created for management evaluate the performance of the company. The quarterly and annual income statements are most used by investors and creditors to keep track of the company's overall performance.

The income statements usually include a heading with the title of the statement, the name of the company and the time period. Depending on the size and complexity of the company. A well-prepared statement of income will have three main categories: income, expense and net profit or loss. (p. 31)

El estado de resultados muestra los ingresos y gastos por un período de tiempo específico. En cuanto a períodos de tiempo estos podrían ser mensuales, trimestrales, semestrales o anuales. En un estado de resultados de enero, por ejemplo, mostraría todos los ingresos y gastos del mes. Además, mostraría el resultado neto a fines de enero. Los estados de resultados creados para la administración son más cortos en el tiempo. Estos estados de resultados semanales o mensuales ayudan a la gerencia a evaluar el rendimiento de la empresa. Los estados de resultados trimestrales y anuales son más utilizados

por los inversionistas y acreedores para hacer un seguimiento del desempeño general de la compañía.

Los estados de resultados suelen incluir un encabezado con el título de la declaración, el nombre de la empresa y el período de tiempo. Dependiendo del tamaño y la complejidad de la compañía. Un estado de resultados bien elaborado tendrá tres categorías principales: ingresos, gastos y utilidad o pérdida neta. (p. 31)

b) Información a revelar en el Estado de Resultados

El párrafo 81 de la NIC 1 (Modificada en 2003) nos habla de la inclusión como mínimo de los siguientes conceptos en el estado de resultados:

- i) Ingresos propios del giro del negocio.
- ii) Gastos financieros.
- iii) Participación en el resultado del período de las asociadas y negocios conjuntos que se contabilicen según el método de la participación.
- iv) Impuesto a la renta.
- v) Un único importe que comprenda el total de: (a) el resultado después de impuestos procedentes de las actividades discontinuadas, (b) el resultado después de impuestos que se haya reconocido por la medida a valor razonable menos los costos de venta o por causa de la venta o disposición por otra vía de los activos o grupos en desaprobación de elementos que constituyan la actividad en discontinuación
- vi) Resultado del periodo. Como distribuciones del resultado del ejercicio, se requiere que se revele en el estado de resultados del período.
 1. El resultado del período atribuido a los intereses minoritarios.
 2. El resultado del periodo atribuido a los tenedores de instrumentos de patrimonio neto de la controladora.

En conclusión, cuando las partidas de ingresos y gastos sean significativas o tengan importancia relativa, su naturaleza e importe se revelará por separado. (p.899)

De las partidas expuestas se puede ver que al empezar a construir el estado de resultados se toma como base los ingresos operativos que tuvo la compañía y a esta base se le deben restar los costos y gastos y sumar otros ingresos extraordinarios que se hayan obtenido dentro del ejercicio económico.

c) Forma de presentación

Calderón (2013), señala:

Así como el balance general, consta de encabezamiento y cuerpo del informe. El encabezamiento con mucha similitud al de Situación Financiera en cuanto a los datos cambiando únicamente el nombre del estado y; el cuerpo, que compromete las partidas de gestión, es decir, ingresos y gastos, ordenados según se trate de ordinarios o los originados por otros conceptos. (p.103)

En el estado de resultados como en los otros estados financieros se tiene que considerar los datos de cabecera en las que se identifica a la compañía, se indica el ejercicio que se está presentando, así como, el nombre del estado y las partidas que lo conforman.

d) Consideraciones de la presentación del estado de resultados

Según Calderón (2013), expone:

Así como el estado de situación financiera, bajo tres consideraciones, a saber:

1. De conformidad con el Reglamento de Información Financiera – Manual para la elaboración de Información Financiera, de la Comisión Nacional Supervisora de la SMV
2. Utilizando el esquema del PDT que proporciona la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), para los contribuyentes del impuesto a la renta.
3. En forma de reporte, llamado también de uso interno; puede ser por función y/o por naturaleza. (p.104)

Dentro de las principales consideraciones para la presentación del estado de resultados existen tres que son las principales: El reglamento de Información financiera de la SMV, el formato del PDT establecido en SUNAT que cada año lo van cambiando y, por último, pero no menos importante el reporte por función y/o por naturaleza.

e) Ingresos:

Según Stickney, Weil, Schipper y Francis (2013), indican:

Los ingresos son los aumentos en las cuentas de activos que se dan como resultado de la venta de productos, la prestación de servicios, u otras actividades que aumente la participación de los propietarios (a través de un aumento en las utilidades). En el

caso de empresas de servicios, los ingresos se originan de los honorarios o las comisiones cobradas, por otro lado, en el caso de empresas comerciales o industriales, los ingresos se originan principalmente de las ventas generadas. Para las instituciones financieras, sus principales ingresos provienen de los "ingresos financieros", es decir, de las tasas de interés cobradas por las colocaciones realizadas. (p.165)

Por otro lado, Bravo, Lambretón y Márquez (2007), exponen:

Son los recursos que obtiene la empresa por los servicios prestados o por la comercialización de sus productos. Se ven reflejados en un incremento de sus activos o una disminución de sus pasivos. En sentido contable, el termino ingreso no necesariamente equivale a entradas de dinero; por ejemplo, las ventas que se realizan a crédito generan un incremento en las cuentas por cobrar sin que el efectivo que posee la compañía sea alterado.

Los ingresos originariamente pueden ser:

- i) Ventas al contado: se recibe una contraprestación monetaria por el despacho de mercadería al cliente.
- ii) Ventas al crédito: se recibe una promesa de pago por parte del cliente, lo cual provoca un aumento en las cuentas por cobrar.
- iii) Ingresos por servicios al contado: se recibe una contraprestación monetaria por la prestación de un servicio.
- iv) Ingresos por servicios a crédito: se origina un aumento en las cuentas por cobrar por la prestación de un servicio.
- v) Ingresos por intereses: se originan por las inversiones o documentos por cobrar como resultado de los intereses ganados.
- vi) Ingresos por dividendos: se genera este ingreso por las utilidades que generan una empresa en la que se tenga acciones.
- vii) Otros ingresos: la compañía puede obtener ingresos por actividades que no son propias del rubro se hacen llamar ingresos extraordinarios, los cuales se pueden cobrar al contado o al crédito, según sea el caso. (p.140)

En conclusión, los ingresos son incrementos en los activos y pueden provenir de cuatro tipos de ingresos: ingresos operacionales (propios del rubro de la compañía), Ingresos por intereses (tasas de intereses ganadas), Ingresos por dividendos (participaciones de otras empresas) e Ingresos extraordinarios (que no son propios del rubro).

f) Resultado:

Según Stickney, Weil, Schipper y Francis (2013):

En el estado de resultados se desglosan distintos tipos de resultados:

- i) Utilidad o pérdida bruta: los ingresos por ventas menos el costo de ventas es la ganancia bruta o margen bruto. Refleja el margen que obtiene la empresa del precio de venta respecto al costo directo de la venta. Se le llama bruta porque a este margen aún no se le ha descontado todo lo que cuesta operar el negocio en términos comerciales ni administrativos, ni los aspectos financieros ni menos aún, los aspectos tributarios.
- ii) Utilidad o pérdida operativa: es aquella que resulta de disminuir los gastos operativos y gastos de ventas de la ganancia bruta. Refleja el margen del negocio antes de ingresos y gastos financieros e impuestos.
- iii) Utilidad o pérdida antes de impuesto a la ganancia: es aquella que resulta de disminuir los gastos e ingresos financieros de la utilidad operativa. Refleja el margen de los negocios antes del efecto tributario.
- iv) Utilidad o pérdida neta: es el resultado obtenido luego de que a la utilidad antes de impuestos se le descuenten las participaciones y el impuesto a la renta. (p. 169)

Al igual que los ingresos también existen tipos de resultados, estos dependen de lo que se esté descontando. El primer resultado es el la utilidad o pérdida bruta, que es la diferencia de los ingresos y los costos operacionales. El segundo resultado es la utilidad o pérdida operativa, en la que se descuentan al primer resultado los gastos que fueron necesarios para continuar la fuente generadora de ingresos, o sea, los gastos administrativos y de ventas. El tercer resultado es la utilidad o pérdida antes de impuestos, en la que se descuenta a la utilidad o pérdida operativa los gastos financieros y los ingresos financieros que obtuvo la compañía. Por último, el cuarto y último resultado es la utilidad o pérdida neta, que es la diferencia del tercer resultado con el impuesto a la renta y la participación de los trabajadores, es el resultado final obtenido por la compañía, sirve para medir el desempeño del ejercicio.

Definición Conceptual de Términos:

- a) *Ingresos*: Son los incrementos en el activo que se generan por la venta de un bien o la prestación de un servicio y generan un beneficio económico.
- b) *Costo*: Es el elemento que sirve para medir la utilidad que se ha generado por la elaboración de un producto o también de la mano de obra. Es la base para determinar el precio de venta.
- c) *Gastos*: Son los egresos de dinero en los que se ha incurrido para poder mantener la fuente generadora de ingresos de la compañía.
- d) *Just In Time*: Es una filosofía japonesa que se basa en detectar y eliminar los procesos obsoletos, reducir los costos de los productos y mejorar la eficiencia de los trabajadores teniendo como objetivo la calidad del producto.
- e) *Utilidad neta*: Es el resultado final que se obtiene después de restar los costos, gastos e impuestos a los ingresos. Además, sirve para medir la gestión de la empresa y se puede comparar con los resultados de ejercicios anteriores.
- f) *Control interno*: Opera dentro de las entidades públicas y privadas, se caracteriza por asegurar el cumplimiento de las políticas, al igual que, los sistemas establecidos por la plana jerárquica mayor.
- g) *Estados financieros*: Son informes contables que proporcionan información relevante a la compañía respecto a la gestión de la misma, es elaborada en base a hechos pasados.
- h) *Estado de resultados*: Es uno de los estados financieros, proporciona información referente al resultado de un ejercicio determinado.

- i) *Inventarios*: Se encargan del control de los productos terminados, así como, de los insumos y materiales en proceso que son destinados para la producción.
- j) *Impuesto a la renta*: Toda empresa formal dentro del territorio peruano tiene que pagar un impuesto a la renta por tener su fuente generadora de ingresos dentro del país.
- k) *Rentabilidad*: Es un porcentaje que se determina en base a la utilidad y costo de la empresa y que puede servir como base de medición para su comparación con otras entidades.
- l) *Sistema Kanban*: Es un sistema que mediante diversas herramientas ayuda a evidenciar y organizar el trabajo en una compañía.
- m) *Liquidez*: Es la parte del activo que se puede volver efectivo en un período de tiempo corto.
- n) *Desperdicios*: Son los productos que se haya caído en algún tipo de falla que hacen inservibles para un lote de venta y que pueden ser desechados o vendidos por un precio inferior al establecido.
- o) *Rotación de inventarios*: Es un ratio que sirve para precisar en número promedio de días en los que los inventarios tardan en venderse. Y se calcula con la división del saldo de los inventarios y el costo de ventas para que luego se divida el resultado entre 360.
- p) *Rubro*: Es el giro del negocio al que se dedica la compañía. Puede ser: comercial, industrial o de servicios.
- q) *Capacitación*: Es el adiestramiento que se les da a los trabajadores para poder mejorar la eficiencia en sus tareas y alcanzar el objetivo de la entidad.

- r) *Valor agregado*: Es punto de diferenciación que posee el producto o servicio que hace que resalte entre los competidores.

1.4. Formulación del problema

1.4.1. Problema general

¿Cuál es el efecto del Just In en el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, año 2016?

1.4.2. Problemas específicos

¿De qué manera las ventajas competitivas afectan el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, año 2016?

¿Cuál es el efecto del Just In Time en los ingresos de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, año 2016?

¿Cómo afecta la Calidad Total en el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, año 2016?

1.5. Justificación del estudio

1.5.1. Conveniencia

La presente investigación nos ayudará a evidenciar la importancia del Just In Time y su efecto en el estado de resultados de las empresas de publicidad textil y el incremento de su rentabilidad brindándoles beneficio económico a las compañías.

Con el diagnóstico obtenido se plantearán alternativas de mejora que eliminen los procesos obsoletos, reducción de desperdicios, un óptimo posicionamiento de las máquinas de manera que simplifiquen el proceso productivo. Darles voz a los empleados para que de acuerdo a sus vivencias diarias identifiquen los problemas que se presenten y brinden alternativas de solución potenciando un buen clima laboral y obteniendo productos de calidad que contribuyan con la generación de utilidades.

1.5.2. Relevancia social

Los resultados de la investigación ayudaran a exponer las estrategias del Just In Time en las pequeñas empresas del sector publicitario textil ya que por falta de conocimiento no lo utilizan. Además, su correcta implementación creará un ambiente laboral óptimo y ayudará a incrementar la eficiencia de los trabajadores al igual que la disminución de los desperdicios dando como resultado beneficios económicos para la empresa y contribuyendo al crecimiento de la misma teniendo como finalidad crear más puestos de trabajo y beneficiar a la sociedad.

1.5.3. Implicaciones prácticas

Informar a las empresas de publicidad textil del distrito de San Martin de Porres, que esta investigación cuenta con información importante y no tiene mucha complejidad su puesta en marcha, les permitirá disminuir sus costos, tener productos de calidad y personal eficiente, así mismo, podrá ser usada como referencia para futuras investigaciones.

1.5.4. Valor teórico

Los resultados de esta investigación proporcionarán elementos teóricos suficientes a todos aquellos que se interesen en conocer el efecto del Just In Time en las empresas de publicidad textil.

1.5.5. Utilidad Metodológica

Metodológicamente la presente investigación es no experimental, el tipo de estudio es descriptivo correlacional, y la técnica a utilizarse es la encuesta.

1.5.6. Viabilidad

La elaboración de la investigación sobre el Just In Time es viable, debido a que es un tema relevante para las empresas de publicidad textil del distrito de San Martin de Porres, puesto que en la actualidad no hay muchas de estas empresas que utilizan el sistema Just In Time y por lo tanto no están optimizando los recursos de su compañía, existe mucha información, como otras investigaciones que facilita la obtención de información y datos aplicados al estudio de esta tesis.

1.6. Hipótesis

1.6.1. Hipótesis general

El Just In Time tiene efecto significativo en el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, año 2016.

1.6.2. Hipótesis específicas

Las ventajas competitivas afectan positivamente el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, año 2016.

El Just In Time tiene un efecto significativo en los ingresos de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, año 2016.

La Calidad Total afecta significativamente en el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, año 2016.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo general

Determinar cuál es el efecto del Just In Time en el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, año 2016.

1.7.2. Objetivos específicos

Analizar de qué manera las ventajas competitivas afectan el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, año 2016.

Determinar cuál es el efecto del Just In Time en los ingresos de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, año 2016.

Determinar cómo afecta la Calidad Total en el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, año 2016.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2. METODOLOGÍA

2.1. Diseño de Investigación

Los autores explican de la siguiente manera:

Descriptiva

[...] Los estudios descriptivos tienen como finalidad especificar las características importantes de personas, comunidades, grupo o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Estos estudios pueden otorgar la posibilidad de realizar predicciones, aunque éstas sean rudimentarias. El principal interés de este estudio es medir con la mayor precisión posible. (Fernández y Baptista, 2014, p.80)

Correlacional

Al respecto, Hernández, Fernández y Baptista (2014) refieren que “los estudios correlacionales tienen la utilidad y el propósito principal de saber cómo se puede comportar un concepto o variable conociendo el comportamiento de otras variables relacionadas.” (p. 81)

Por las definiciones dadas anteriormente la presente investigación será descriptiva – correlacional – no experimental.

2.2. Variable, operacionalización

2.2.1. Variables:

Definición de la Variable Independiente: Just In Time

JIT (Just in Time) procura el máximo aprovechamiento del tiempo en toda la industria (reducir el tiempo de entrega del material por parte de los proveedores, las etapas de fabricación, y de la distribución a los clientes). Trata de elaborar el producto sólo cuando se lo necesita y en las cantidades estrictamente requeridas, eliminan los desperdicios, los defectos, y los llamados cuellos de botella. Además, tiende a llegar a la Calidad Total mediante la minimización de los inventarios de materiales, de productos semielaborados, terminados, y otros que hubiese para alcanzar ventajas competitivas, mayor calidad, costos inferiores, mejores servicios (aun cuando no siempre es posible), obtener un menor precio de venta basado en la mayor calidad, menores costos, servicio superior, y aprovechamiento máximo. (del Río, 2012, p. XII-8)

Definición de la Variable dependiente: Estado de Resultados

Este estado financiero muestra detallada y ordenadamente cómo se obtuvo la utilidad o pérdida en un determinado periodo de tiempo. Es una forma analítica de mostrar todas las operaciones que, en un determinado periodo, afectan la cuenta resultados del ejercicio. Es, por ende, un resumen de todos los ingresos y gastos (costos) del periodo. Si los ingresos son mayores que los gastos, el resultado será positivo, y la empresa habrá obtenido utilidades (ganancias); de lo contrario habrá registrado pérdidas. Es decir, sirve para medir el desempeño de una empresa durante un periodo contable. (Córdoba, 2014, p.108)

2.2.2. Cuadro de Operacionalización de las Variables

HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA		
Just In Time tiene efecto significativo en el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, año 2016.	Just In Time	JIT procura el máximo aprovechamiento del tiempo en toda la industria. Trata de elaborar el producto sólo cuando se lo necesita y en las cantidades estrictamente requeridas, eliminan los desperdicios, los defectos, y los llamados cuellos de botella. Además, tiende a llegar a la Calidad Total mediante la minimización de los inventarios de materiales, de productos semielaborados, terminados, y otros que hubiese para alcanzar ventajas competitivas, mayor calidad, costos inferiores, mejores servicios, obtener un menor precio de venta basado en la mayor calidad, menores costos, servicio superior, y aprovechamiento máximo.	El JIT se basa en la fabricación del producto justo cuando el cliente realiza el requerimiento, con el apoyo del proveedor en la reducción del tiempo para la entrega de materia prima y el apoyo de los empleados que realizan la elaboración del productivo con la máxima calidad y aminorando los costos.	Calidad Total	Capacitación del personal Calidad en procesos Entregas oportunas Optimización de la materia prima	ORDINAL		
				Ventaja Competitiva	Producto de calidad Precio justo Capacidad instalada Pedidos a gran escala	ORDINAL		
	Estados de resultados			Ingresos	Ingresos operacionales Ingresos financieros Ingresos extraordinarios Ingresos por ganancia de capital	ORDINAL		
				Resultado	Utilidad operativa Utilidad neta Rentabilidad operativa Rentabilidad neta	ORDINAL		
	Estados de resultados			Este estado financiero muestra detallada y ordenadamente cómo se obtuvo la utilidad o pérdida en un determinado periodo de tiempo. Es una forma analítica de mostrar todas las operaciones que, en un determinado periodo, afectan la cuenta resultados del ejercicio. Es, por ende, un resumen de todos los ingresos y gastos (costos) del periodo. Si los ingresos son mayores que los gastos, el resultado será positivo, y la empresa habrá obtenido utilidades (ganancias); de lo contrario habrá registrado pérdidas. Es decir, sirve para medir el desempeño de una empresa durante un periodo contable.	El estado de resultados es normalmente utilizado en un período como máximo de un año y como mínimo de un mes. Además, incluye todos los ingresos, costos y gastos comprendidos en estos períodos y nos da como resultado la utilidad o pérdida del ejercicio económico.	Ingresos	Ingresos operacionales Ingresos financieros Ingresos extraordinarios Ingresos por ganancia de capital	ORDINAL

2.3. Población y muestra

2.3.1. Población:

La población de estudio lo conforma el área de la Gerencia de Administración y Finanzas de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres en el año 2016, que en total son 50 ejecutivos, tal como se presenta en la siguiente lista:

EMPRESAS	JEFATURAS Y GERENCIA DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS
AGAMA GONZALES DOMINGO	3
ARTE Y PUBLICIDAD TEXTIL SAKURA S.A.C.	2
CELLY COLOR'S E.I.R.L.	1
CIA. IMPORT. EXPORT. T.M.K. E.I.R.L.	1
CINTAS GENERALES S.A.	3
CORPORACION RODMAR S.A.C.	5
COTTON TRADE S.A.C.	5
GARCIA VALDEZ NANCY DOLORES	3
HUAMANI GARCIA FELICIANO	3
MANHATTAN CHEMICAL S.A.C.	5
MENDOZA VILCAROMERO ANGEL RUPERTO	3
MERINO LOPEZ EMIGIDIO / CARPIO BARZOLA GLORIA ELVIRA	3
POLYCHEMICAL COMPANY S.A.C.	4
PUBLIFELIX S.A.C.	5
TEXTILES IMJ SOCIEDAD ANONIMA CERRADA TEXTILES IMJ SAC.	2
ULLOA VELASQUEZ LUIS ESTIVENS	2
	50

Fuente: Municipalidad de San Martín de Porres

2.3.2. Muestra

Tamayo (2004) menciona que las muestras son: “Los procedimientos para determinar la representatividad de la muestra [...] el tamaño de la muestra” (p.105)

Se obtuvo la muestra mediante la aplicación de la fórmula para problemas fortuitos la cual sirvió para determinar el número de trabajadores que serán encuestados.

Para que sea posible hallar la muestra de nuestra población se realiza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{E^2 * (N-1) + z^2 * p * q}$$

Definición de términos:

n: es el tamaño de la muestra

N: es el tamaño de la población.

Z: es el valor de la distribución normal estandarizado correspondiente al nivel de confianza (1.96)

E: es el máximo error permisible (5% = 0.05)

P: es la proporción de la población que tiene la característica que nos interesa medir. (50% = 0.50)

Q: es la proporción de la población que no tiene la característica que nos interesa medir. (50% = 0.50)

Reemplazando valores en la fórmula, tenemos:

$$n = \frac{(1.96^2) * (0.50 * 0.50) * 50}{(0.05)^2 * (50-1) + (1.96^2) * (0.50 * 0.50)}$$

$$n = 44$$

La muestra final, según la aplicación de la fórmula fue de 44 ejecutivos que reúnen las características para aplicar el instrumento.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica a utilizar en esta investigación será a través de la encuesta y el instrumento es el cuestionario. De manera que se realizarán preguntas a una población determinada en base al objeto de estudio, con el fin de recabar información útil para la investigación.

Validez y confiabilidad

La confiabilidad se realizará con el coeficiente Alfa de Cronbach, el cual medirá la fiabilidad lógica- estadística del instrumento de medición de las variables de estudio. La fórmula es la siguiente:

$$\alpha = \left[\frac{K}{K - 1} \right] \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^K S_i^2}{S_t^2} \right]$$

Donde:

K: El número de ítems

S_i^2 : Sumatoria de varianzas de los ítems

S_t^2 : Varianza de la suma de los ítems

La validez de un instrumento se refiere al grado en que el instrumento mide aquello que pretende medir. Y la fiabilidad de la consistencia interna del instrumento se puede estimar con el alfa de Cronbach. La medida de la fiabilidad mediante el alfa de Cronbach asume que los ítems (medidos en escala tipo Likert) miden un mismo constructo y que están altamente correlacionados. Cuanto más cerca se encuentre el valor del alfa a 1 mayor es la consistencia interna de los ítems analizados. La fiabilidad de la escala debe obtenerse siempre con los datos de cada muestra para garantizar la medida fiable del constructo en la muestra concreta de investigación. (Welch & Comer, 1988, p.142).

Como criterio general, George y Mallery (2003, p. 231) sugieren las recomendaciones siguientes para evaluar los coeficientes de alfa de Cronbach:

Coeficiente alfa >0.9 es excelente

Coeficiente alfa >0.8 es bueno

Coeficiente alfa >0.7 es aceptable

Coeficiente alfa >0.6 es cuestionable

Coeficiente alfa >0.5 es pobre

Coeficiente alfa <0.5 es inaceptable

Estadísticos de fiabilidad
Just In Time

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,768	8

Del programa SPSS se obtuvo un alfa de Cronbach de 0.768, según George y Mallery (2003), nos señala que cuando el Coeficiente alfa es >0.7 es aceptable, por tal motivo el instrumento es confiable y valido.

Estadísticos de fiabilidad
Estado de Resultados

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,767	8

Del programa SPSS se obtuvo un alfa de Cronbach de 0.767, según George y Mallery (2003), nos señala que cuando el Coeficiente alfa es >0.7 es aceptable, por tal motivo el instrumento es confiable y valido.

2.5. Métodos de análisis de datos

La información obtenida una vez realizada las encuestas serán procesada y analizada con la ayuda del SPSS, y con ello se reflejará los resultados en gráficos de barra, gráficos lineales, etcétera, de esta manera observaremos que tanta relación existe entre las variables.

2.6. Aspectos éticos

La presente investigación es realizada por autoría propia, se ha cumplido con respetar la información bibliográfica de otros autores, así como también se ha cumplido con los criterios puestos por la Universidad.

CAPÍTULO III:
RESULTADO

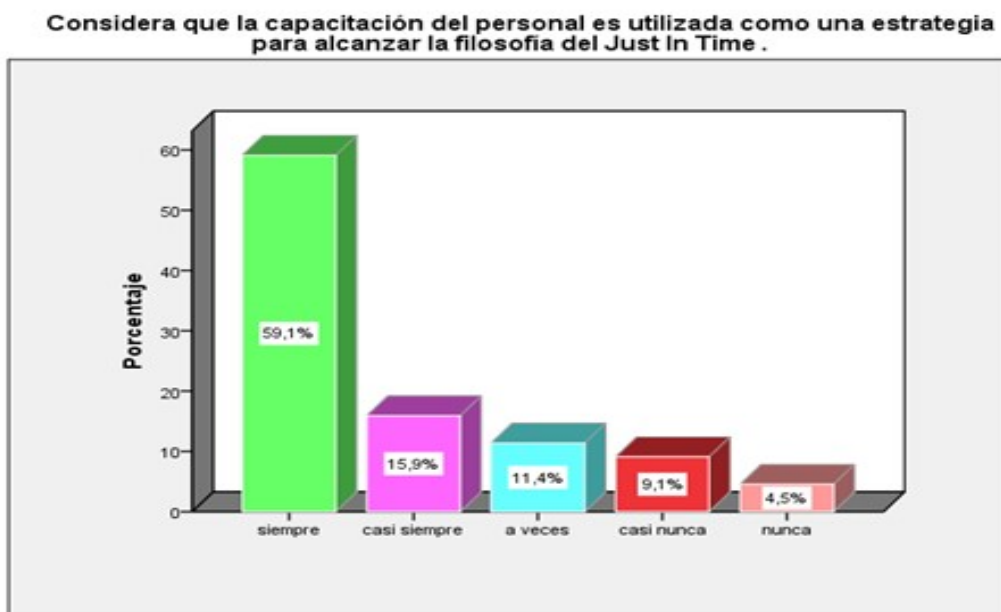
3. RESULTADOS

3.1. Análisis de Resultados

Tabla N° 1: Considera que la capacitación del personal es utilizada como una estrategia para alcanzar la filosofía del Just In Time.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SIEMPRE	26	59,1	59,1	59,1
CASI SIEMPRE	7	15,9	15,9	75,0
A VECES	5	11,4	11,4	86,4
CASI NUNCA	4	9,1	9,1	95,5
NUNCA	2	4,5	4,5	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Figura N° 1: Datos obtenidos de la encuesta



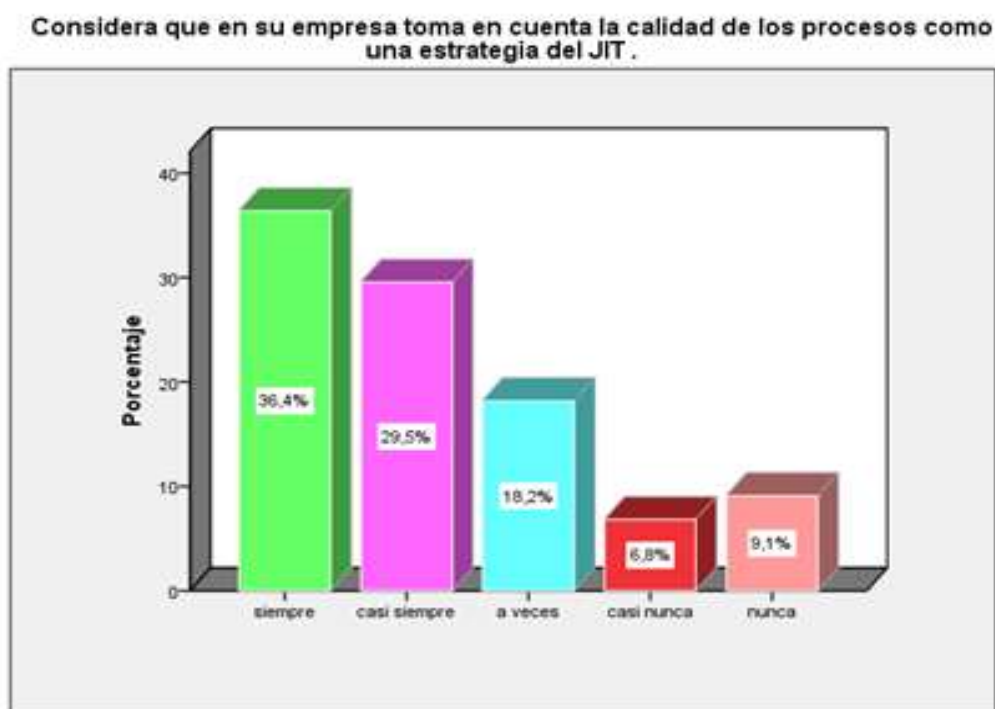
Interpretación:

Como lo indica la Tabla N° 1 y Figura N° 1 la mayoría de ejecutivos considera que es importante capacitar al personal para poder aplicar la filosofía del Just In Time. Pues, para la aplicación de esta filosofía se necesita apoyo del capital humano y éstos tienen que estar constantemente capacitándose para poder elaborar un producto de calidad.

Tabla N° 2: Considera que en su empresa toma en cuenta la calidad de los procesos como una estrategia del JIT.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SIEMPRE	16	36,4	36,4	36,4
CASI SIEMPRE	13	29,5	29,5	65,9
A VECES	8	18,2	18,2	84,1
CASI NUNCA	3	6,8	6,8	90,9
NUNCA	4	9,1	9,1	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Figura N° 2: Datos obtenidos de la encuesta



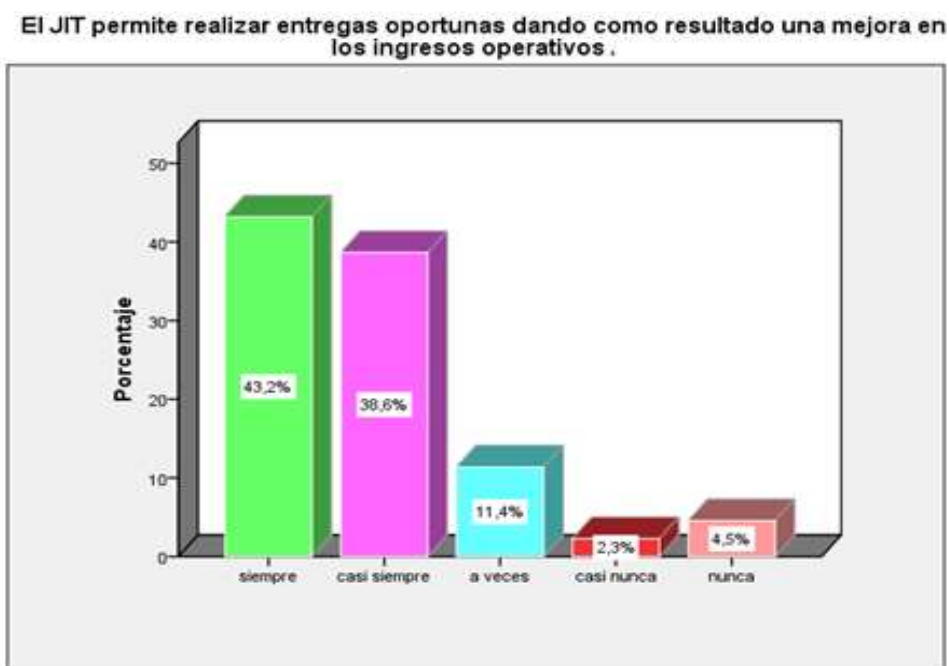
Interpretación:

Como lo señala la Tabla N° 2 y Figura N° 2, la mayoría de los ejecutivos con un porcentaje del 36.4% manifiestan que la calidad de los procesos es importante como una estrategia del JIT. Esto implica que todas las áreas cumplan con las políticas de calidad, control de los inventarios y optimización en los tiempos de producción teniendo como objetivo seguir la filosofía del JIT.

Tabla N° 3: El JIT permite realizar entregas oportunas dando como resultado una mejora en los ingresos operativos.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SIEMPRE	19	43,2	43,2	43,2
CASI SIEMPRE	17	38,6	38,6	81,8
A VECES	5	11,4	11,4	93,2
CASI NUNCA	1	2,3	2,3	95,5
NUNCA	2	4,5	4,5	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Figura N° 3: Datos obtenidos de la encuesta



Interpretación:

Los resultados demuestran que el 43.2 % de las personas encuestadas respondieron que el JIT siempre permite realizar entregas oportunas dando como resultado una mejora en los ingresos operativos; al reducir los tiempos de producción disminuye el tiempo de entrega de la mercadería lo que genera un impacto directo en los ingresos operativos puesto que al entregar la mercadería se genera un ingreso por el nacimiento del hecho económico.

Tabla N° 4: La optimización de la materia prima en el proceso productivo permite obtener una mayor utilidad neta.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SIEMPRE	20	45,5	45,5	45,5
CASI SIEMPRE	11	25,0	25,0	70,5
A VECES	9	20,5	20,5	90,9
CASI NUNCA	2	4,5	4,5	95,5
NUNCA	2	4,5	4,5	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Figura N° 4: Datos obtenidos de la encuesta



Interpretación:

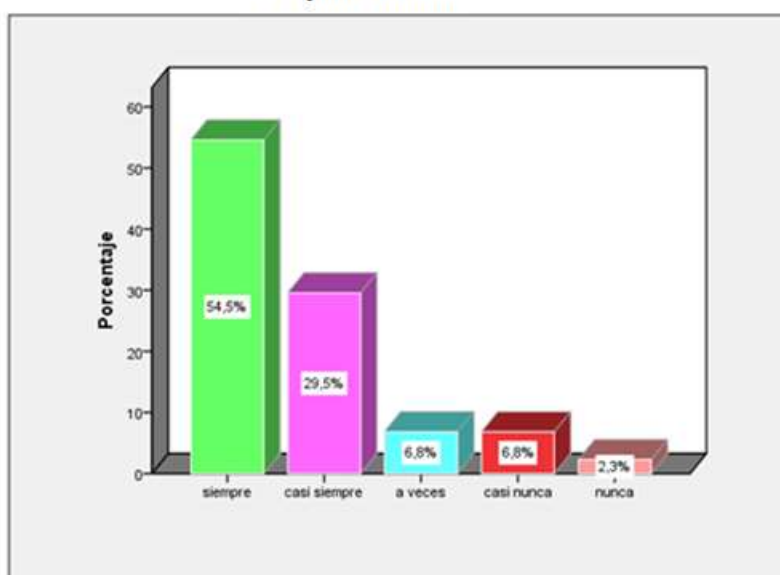
Los resultados indican que los ejecutivos encuestados respondieron que la optimización de la materia prima en el proceso productivo siempre permite obtener una mayor utilidad neta; para alcanzar esto los empleados tienen que pedir la materia prima justa para realizar el lote de producción y en el área de corte se tiene que tener un personal eficiente que realice un patronaje preciso para la confección de las prendas publicitarias todo ello conlleva a la reducción de los costos de producción e impactando directamente en la utilidad neta.

Tabla N° 5: Considera que fabricar un producto de calidad le genera a su empresa un mayor beneficio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SIEMPRE	24	54,5	54,5	54,5
CASI SIEMPRE	13	29,5	29,5	84,1
A VECES	3	6,8	6,8	90,9
CASI NUNCA	3	6,8	6,8	97,7
NUNCA	1	2,3	2,3	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Figura N° 5: Datos obtenidos de la encuesta

Considera que fabricar un producto de calidad le genera a su empresa un mayor beneficio.



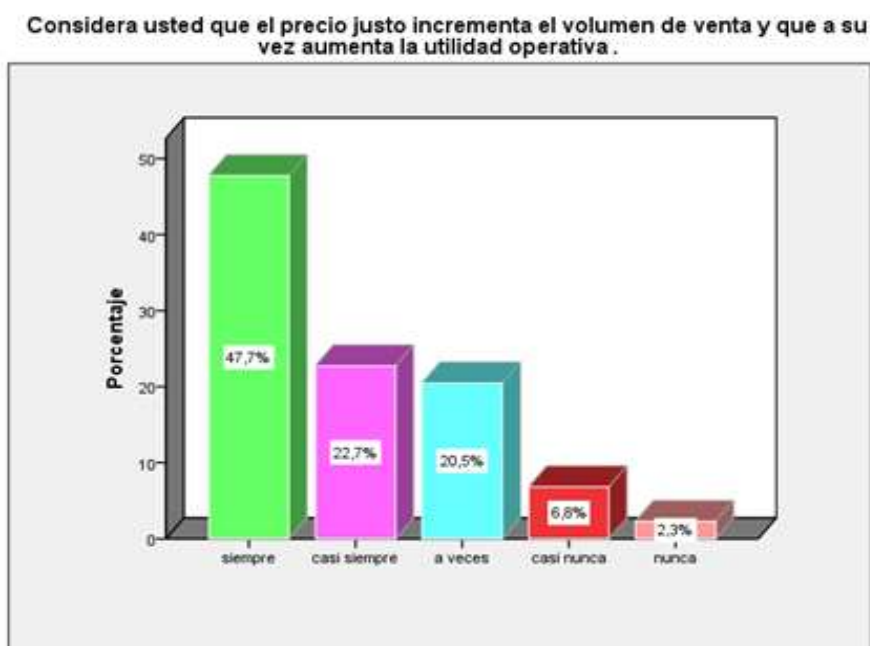
Interpretación:

Como lo indican los resultados, la mayoría de los encuestados muestran su conformidad en que producir un producto de calidad le genera a su empresa un mayor beneficio; ya que se reduce la probabilidad de que los clientes devuelvan la mercadería o se encuentren productos fallados en el área de control de calidad afectando directamente al resultado.

Tabla N° 6: Considera usted que el precio justo incrementa el volumen de venta y que a su vez aumenta la utilidad operativa.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SIEMPRE	21	47,7	47,7	47,7
CASI SIEMPRE	10	22,7	22,7	70,5
A VECES	9	20,5	20,5	90,9
CASI NUNCA	3	6,8	6,8	97,7
NUNCA	1	2,3	2,3	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Figura N° 6: Datos obtenidos de la encuesta



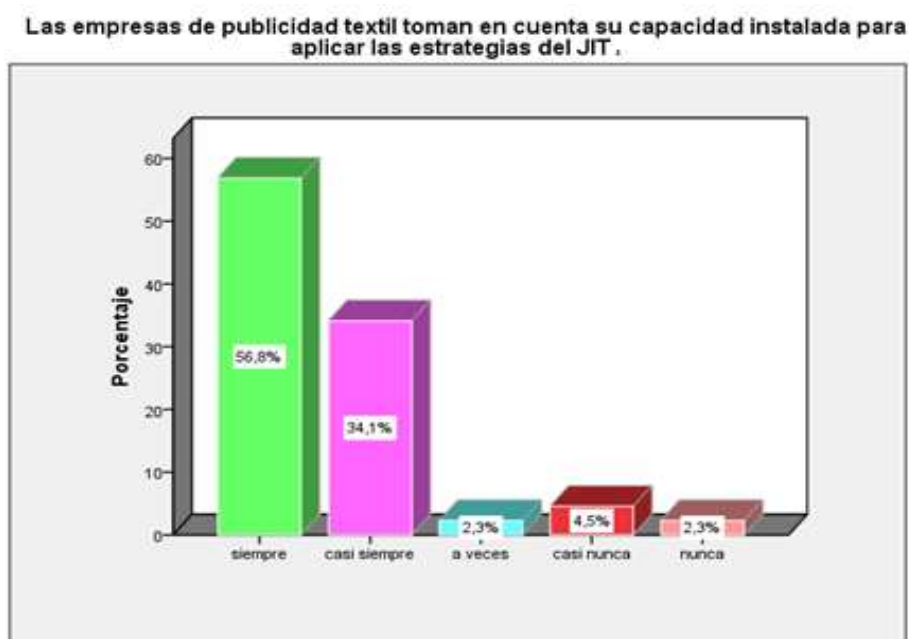
Interpretación:

Los resultados demuestran que en su mayoría los ejecutivos consideran que el precio justo incrementa el volumen de venta y que a su vez aumenta la utilidad operativa; al establecer un precio económico a los productos se incrementa el volumen de la demanda compensando la reducción del porcentaje de utilidad del precio unitario con el incremento de la rentabilidad.

Tabla N° 7: Las empresas de publicidad textil toman en cuenta su capacidad instalada para aplicar las estrategias del JIT.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SIEMPRE	25	56,8	56,8	56,8
CASI SIEMPRE	15	34,1	34,1	90,9
A VECES	1	2,3	2,3	93,2
CASI NUNCA	2	4,5	4,5	97,7
NUNCA	1	2,3	2,3	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Figura N° 7: Datos obtenidos de la encuesta



Interpretación:

Los encuestados en su mayoría consideran que, las empresas de publicidad textil siempre toman en cuenta su capacidad instalada para aplicar las estrategias del JIT; ya que es necesario conocer su techo productivo para poder ofertar su mercadería y poder realizar los requerimientos a sus proveedores de la materia prima justa para evitar inconvenientes con las existencias y sobrecostos de almacenamiento.

Tabla N° 8: Estima que los pedidos a gran escala disminuyen los costos y aumentan el beneficio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SIEMPRE	18	40,9	40,9	40,9
CASI SIEMPRE	13	29,5	29,5	70,5
A VECES	5	11,4	11,4	81,8
CASI NUNCA	4	9,1	9,1	90,9
NUNCA	4	9,1	9,1	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Figura N° 8: Datos obtenidos de la encuesta



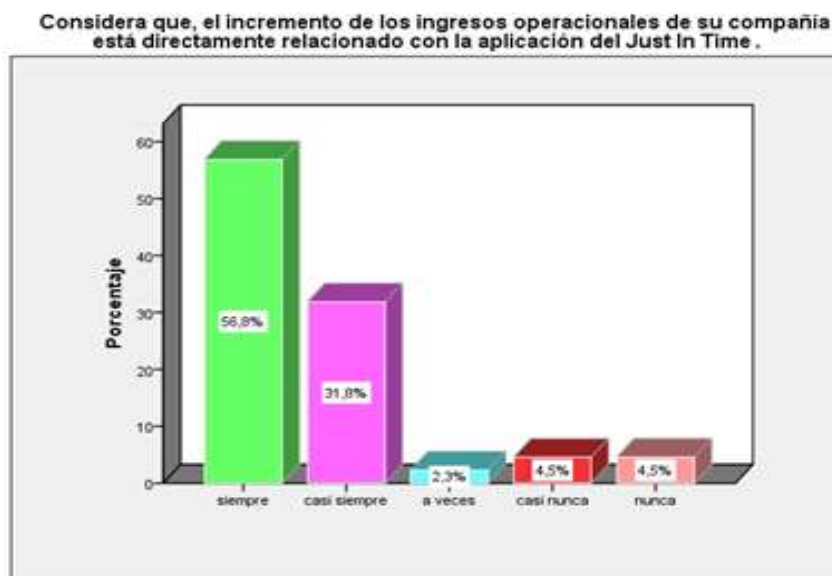
Interpretación:

Los resultados demuestran que en su mayoría los ejecutivos consideran que siempre los pedidos a gran escala disminuyen los costos y aumentan el beneficio; queda demostrado que al aplicar los pedidos a gran escala se eliminan los costos fijos y generan un impacto positivo en el resultado. Esto demuestra que esta estrategia del JIT contribuye en la disminución de costos y en el aumento de la utilidad.

Tabla N° 9: Considera que el incremento de los ingresos operacionales de su compañía está directamente relacionado con la aplicación del Just In Time.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SIEMPRE	25	56,8	56,8	56,8
CASI SIEMPRE	14	31,8	31,8	88,6
A VECES	1	2,3	2,3	90,9
CASI NUNCA	2	4,5	4,5	95,5
NUNCA	2	4,5	4,5	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Figura N° 9: Datos obtenidos de la encuesta



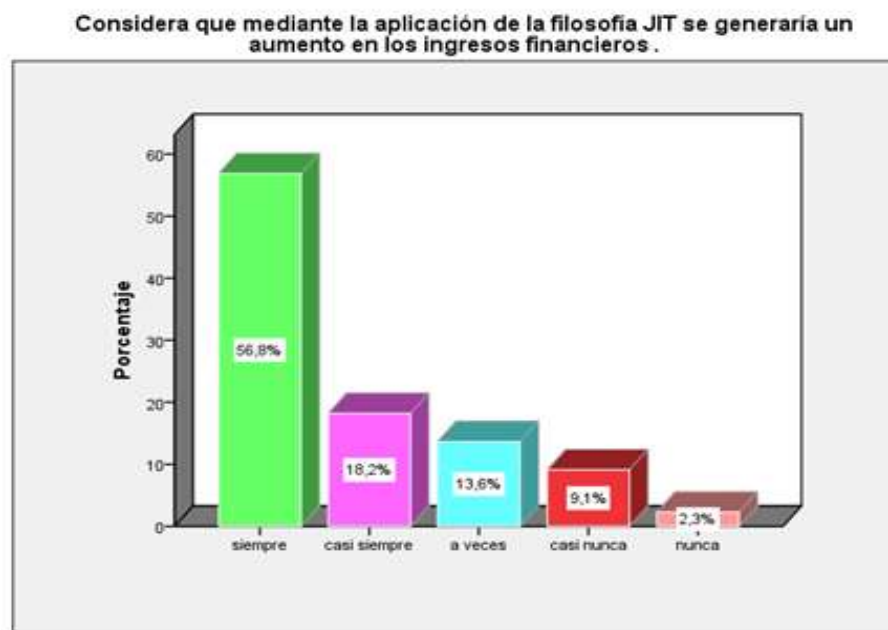
Interpretación:

Como lo indican los resultados un buen sector de los encuestados señaló estar de acuerdo en que el incremento de los ingresos operacionales de las compañías está directamente relacionado con la aplicación del Just In Time; las estrategias del JIT aumentan el volumen de ventas y contribuyen en el incremento de los ingresos generando resultados positivos en la compañía. Esto es un indicador que se debe tener en cuenta por parte de las empresas para sus sistemas de gestión.

Tabla N° 10: Considera que mediante la aplicación de la filosofía JIT se generaría un aumento en los ingresos financieros.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SIEMPRE	25	56,8	56,8	56,8
CASI SIEMPRE	8	18,2	18,2	75,0
A VECES	6	13,6	13,6	88,6
CASI NUNCA	4	9,1	9,1	97,7
NUNCA	1	2,3	2,3	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Figura N° 10: Datos obtenidos de la encuesta



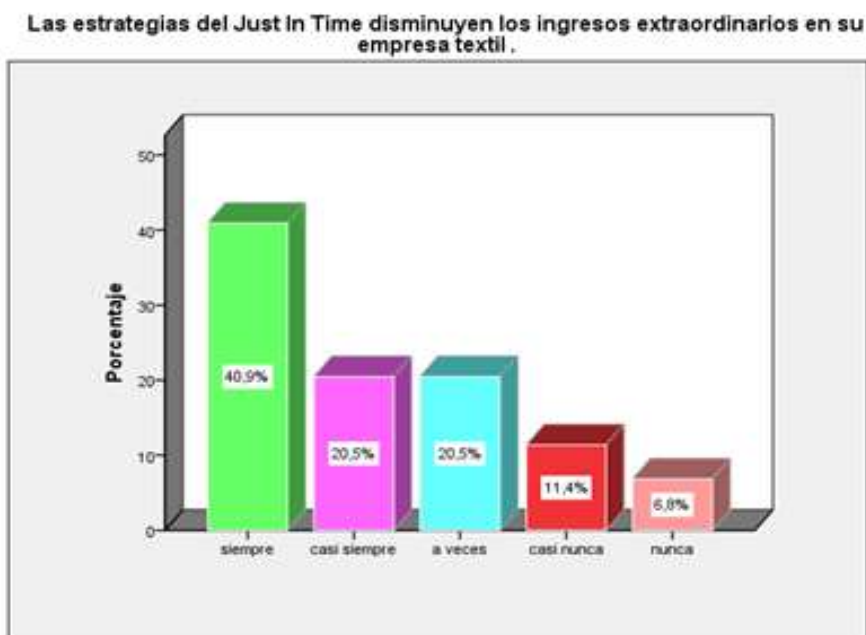
Interpretación:

Como lo indica la tabla y figura la gran mayoría de ejecutivos consideran que mediante la aplicación de la filosofía JIT se generaría un aumento en los ingresos financieros; puesto que la filosofía JIT aumenta los ingresos y reduce la cantidad de veces que se compra materia prima se genera un incremento en la liquidez de la compañía lo que le da la opción a la empresa de realizar operaciones financieras que dan como resultado un incremento en los ingresos financieros.

Tabla N° 11: Las estrategias del Just In Time disminuyen los ingresos extraordinarios en su empresa textil.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SIEMPRE	18	40,9	40,9	40,9
CASI SIEMPRE	9	20,5	20,5	61,4
A VECES	9	20,5	20,5	81,8
CASI NUNCA	5	11,4	11,4	93,2
NUNCA	3	6,8	6,8	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Figura N° 11: Datos obtenidos de la encuesta



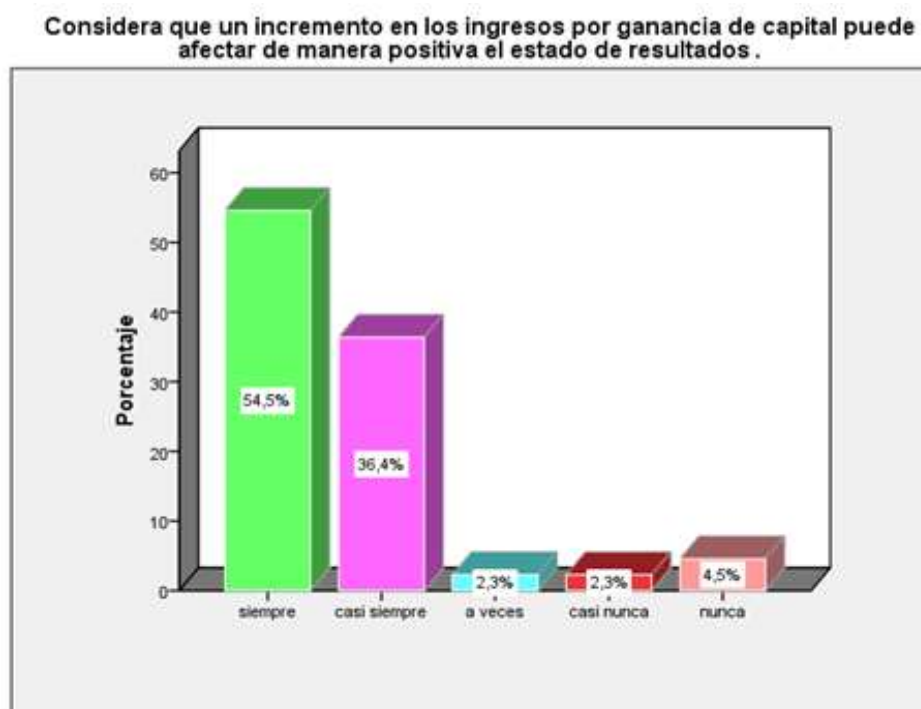
Interpretación:

Los resultados obtenidos indican que la mayoría de ejecutivos consideran que las estrategias del Just In Time siempre disminuyen los ingresos extraordinarios en su empresa textil; al optimizar los procesos de la compañía, reducir las mermas y realizar los requerimientos justos de materia prima se aminoran los ingresos extraordinarios por los ingresos que no son propios de giro del negocio como la venta de mermas o retazos de tela.

Tabla N° 12: Considera que un incremento en los ingresos por ganancia de capital puede afectar de manera positiva el estado de resultados.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SIEMPRE	24	54,5	54,5	54,5
CASI SIEMPRE	16	36,4	36,4	90,9
A VECES	1	2,3	2,3	93,2
CASI NUNCA	1	2,3	2,3	95,5
NUNCA	2	4,5	4,5	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Figura N° 12: Datos obtenidos de la encuesta



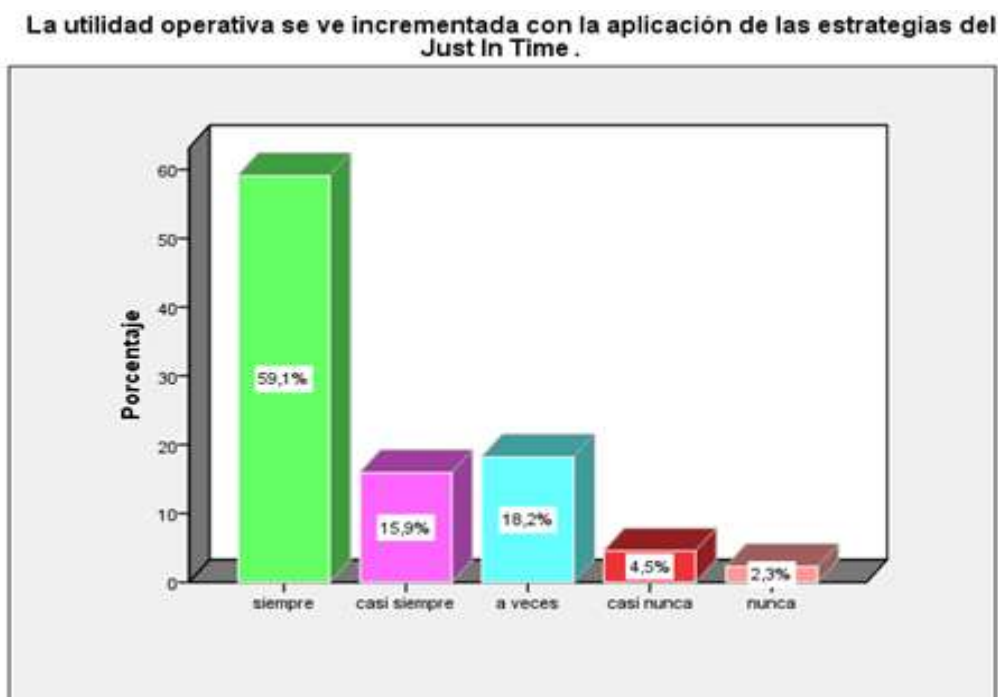
Interpretación:

Los resultados indican que la mayoría de los encuestados consideran que un incremento en los ingresos por ganancia de capital puede afectar de manera positiva el estado de resultados; ya que la filosofía JIT contribuye a mejorar la liquidez a la empresa algunos de los encuestados indican que invierten en la compra de acciones o adquisición de inmuebles para el alquiler de los mismos lo que da como resultado el aumento de los ingresos por ganancia de capital.

Tabla N° 13: La utilidad operativa se ve incrementada con la aplicación de las estrategias del Just In Time.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SIEMPRE	26	59,1	59,1	59,1
CASI SIEMPRE	7	15,9	15,9	75,0
A VECES	8	18,2	18,2	93,2
CASI NUNCA	2	4,5	4,5	97,7
NUNCA	1	2,3	2,3	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Figura N° 13: Datos obtenidos de la encuesta



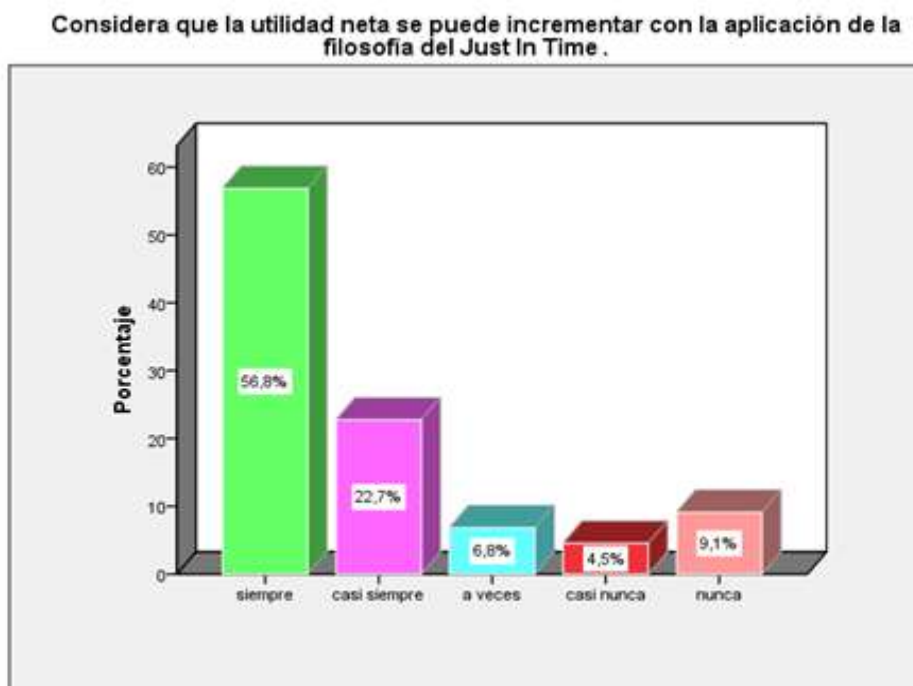
Interpretación:

En la Tabla N° 13 y Figura N° 13 muestra que la mayoría de los ejecutivos considera que la utilidad operativa se ve incrementada con la aplicación de las estrategias del Just In Time. Ya que los costos y gastos operacionales son reducidos por la aplicación de las estrategias del Just In Time generando un impacto positivo en la utilidad operativa.

Tabla N° 14: Considera que la utilidad neta se puede incrementar con la aplicación de la filosofía del Just In Time.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SIEMPRE	25	56,8	56,8	56,8
CASI SIEMPRE	10	22,7	22,7	79,5
A VECES	3	6,8	6,8	86,4
CASI NUNCA	2	4,5	4,5	90,9
NUNCA	4	9,1	9,1	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Figura N° 14: Datos obtenidos de la encuesta



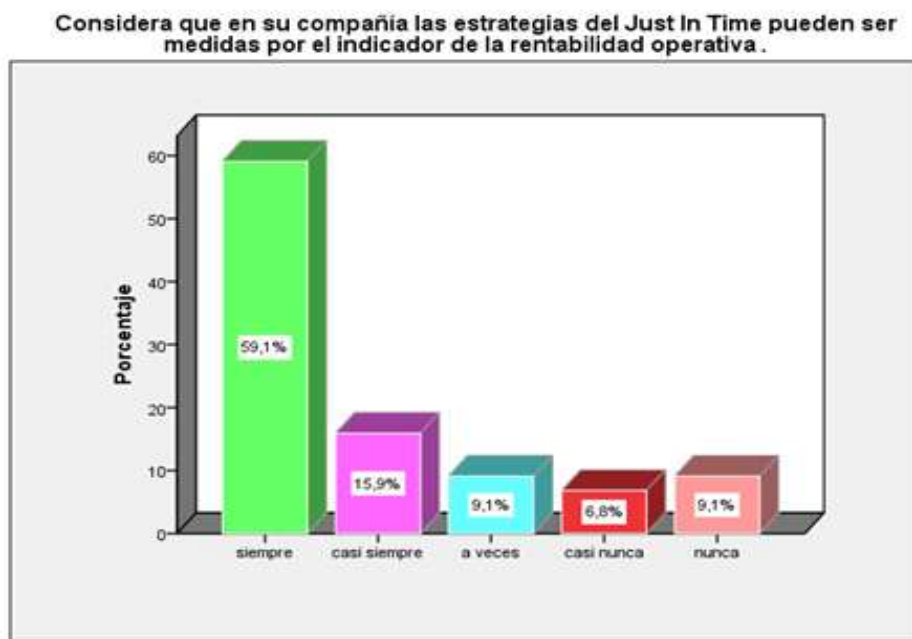
Interpretación:

Los resultados estadísticos muestran que la mayoría de los encuestados, consideran que, la utilidad neta se puede incrementar con la aplicación de la filosofía del Just In Time. Ya que la filosofía del Just In Time ayuda a reducir los costos y aumenta los ingresos operacionales, ingresos financieros, ingresos por ganancia de capital dando como resultado un incremento en la utilidad neta.

Tabla N° 15: Considera que en su compañía las estrategias del Just In Time pueden ser medidas por el indicador de la rentabilidad operativa.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SIEMPRE	26	59,1	59,1	59,1
CASI SIEMPRE	7	15,9	15,9	75,0
A VECES	4	9,1	9,1	84,1
CASI NUNCA	3	6,8	6,8	90,9
NUNCA	4	9,1	9,1	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Figura N° 15: Datos obtenidos de la encuesta



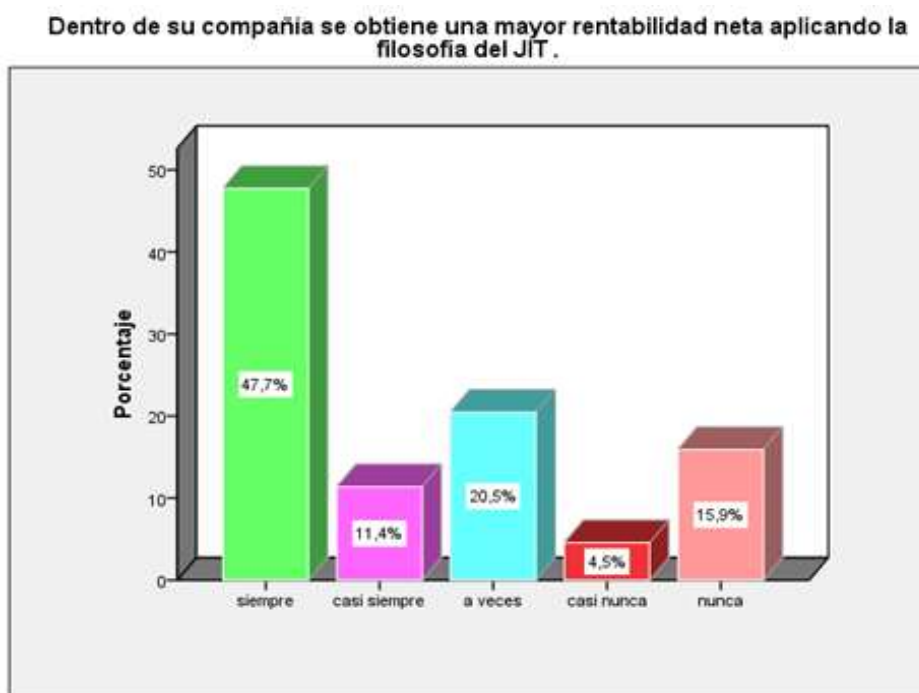
Interpretación:

Los encuestados señalaron en su mayoría, que las estrategias del Just In Time pueden ser medidas por el indicador de la rentabilidad operativa; los resultados de Just In Time son reflejados en el estado de resultados y el indicador de rentabilidad operativa mide los resultados operativos propios de giro del negocio obtenidos gracias a la filosofía JIT.

Tabla N° 16: Dentro de su compañía se obtiene una mayor rentabilidad neta aplicando la filosofía del JIT.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SIEMPRE	21	47,7	47,7	47,7
CASI SIEMPRE	5	11,4	11,4	59,1
A VECES	9	20,5	20,5	79,5
CASI NUNCA	2	4,5	4,5	84,1
NUNCA	7	15,9	15,9	100,0
Total	44	100,0	100,0	

Figura N° 16: Datos obtenidos de la encuesta



Interpretación:

Los resultados muestran que la mayoría de los encuestados señalaron estar de acuerdo en que se obtiene una mayor rentabilidad neta aplicando la filosofía del JIT; debido a que se las estrategias del JIT generan un incremento en los ingresos de la compañía y una reducción de los costos y gastos se evidencia que hay un mayor porcentaje de rentabilidad neta.

3.2. Validación de Hipótesis:

Esta prueba apoya a adoptar una mejor decisión con respecto a las hipótesis. Sus fórmulas tienen algunos cambios según los datos que se desee estudiar, pero siempre se requiere que los datos se presenten en forma de frecuencia. (Ñaupas, Mejía, Novoa y Villagómez, 2013, p. 291)

Para que la hipótesis alterna sea aceptada debe estar por debajo del 0.05, y se rechaza la hipótesis nula.

El valor de Chi cuadrado se calcula a través de la fórmula siguiente:

$$X^2 = \frac{\sum (O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Donde:

X^2 = Chi cuadrado

O_i = Frecuencia observada (respuesta obtenidas del instrumento)

E_i = Frecuencia esperada (respuestas que se esperaban)

El criterio para la comprobación de la hipótesis se define así:

Si el X^2_c es mayor que el X^2_t se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, en caso contrario se acepta la hipótesis nula y se rechaza la alterna.

3.2.1. Comparación de Hipótesis General:

Paso 1: Planteamiento de Hipótesis

Hipótesis nula (H_0): El Just In Time no tiene efecto significativo en el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, año 2016.

Hipótesis alterna (H_1): El Just In Time sí tiene efecto significativo en el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, año 2016.

Paso 2: Seleccionando el nivel de significancia $\alpha=0.05$

Paso 3: Análisis de la tabla de contingencia:

Tabla de contingencia

		Considera que un incremento en los ingresos por ganancia de capital puede afectar de manera positiva el estado de resultados.					Total
		siempre	casi siempre	a veces	casi nunca	nunca	
La optimización de la materia prima en el proceso productivo permite obtener una mayor utilidad neta.	siempre	12	6	1	0	1	20
	casi siempre	6	5	0	0	0	11
	a veces	6	3	0	0	0	9
	casi nunca	0	1	0	1	0	2
	nunca	0	1	0	0	1	2
Total		24	16	1	1	2	44

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	35,533 ^a	16	0,003
Razón de verosimilitudes	18,116	16	0,317
Asociación lineal por lineal	4,013	1	0,045
N de casos válidos	44		

Como $p = 0.003 < 0.05$; entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Paso 4: Conclusión: Con un nivel de significancia (error) del 5%, existe suficiente evidencia estadística para afirmar que el Just In Time si tiene efecto significativo en el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, año 2016.

3.2.2. Hipótesis Específica 1:

Paso 1: Planteamiento de Hipótesis

Hipótesis nula (H_0): Las ventajas competitivas no afectan positivamente el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, año 2016.

Hipótesis alterna (H_1): Las ventajas competitivas si afectan positivamente el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, año 2016.

Paso 2: Seleccionando el nivel de significancia $\alpha=0.05$

Paso 3: Análisis de la tabla de contingencia:

Tabla de contingencia

		Considera que un incremento en los ingresos por ganancia de capital puede afectar de manera positiva el estado de resultados.					Total
		siempre	casi siempre	a veces	casi nunca	nunca	
Las estrategias del Just In Time disminuyen los ingresos extraordinarios en su empresa textil.	siempre	11	7	0	0	0	18
	casi siempre	3	5	1	0	0	9
	a veces	7	2	0	0	0	9
	casi nunca	1	2	0	0	2	5
	nunca	2	0	0	1	0	3
Total		24	16	1	1	2	44

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	38,653 ^a	16	0,001
Razón de verosimilitudes	24,143	16	0,086
Asociación lineal por lineal	4,338	1	0,037
N de casos válidos	44		

Como $p = 0.001 < 0.05$; entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Paso 4: Conclusión: Con un nivel de significancia (error) del 5%, existe suficiente evidencia estadística para afirmar que las ventajas competitivas si afectan positivamente el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martin de Porres, año 2016.

3.2.3. Hipótesis Específica 2:

Paso 1: Planteamiento de Hipótesis

Hipótesis nula (H_0): El Just In Time no tiene un efecto significativo en los ingresos de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martin de Porres, año 2016.

Hipótesis alterna (H_1): El Just In Time si tiene un efecto significativo en los ingresos de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martin de Porres, año 2016.

Paso 2: Seleccionando el nivel de significancia $\alpha=0.05$

Paso 3: Análisis de la tabla de contingencia:

Tabla de contingencia

		Las estrategias del Just In Time disminuyen los ingresos extraordinarios en su empresa textil.					Total
		siempre	casi siempre	a veces	casi nunca	nunca	
Considera que la capacitación del personal es utilizada como una estrategia para alcanzar la filosofía del Just In Time.	siempre	13	3	8	0	2	26
	casi siempre	2	4	1	0	0	7
	a veces	3	0	0	1	1	5
	casi nunca	0	1	0	3	0	4
	nunca	0	1	0	1	0	2
Total		18	9	9	5	3	44

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	38,102 ^a	16	,001
Razón de verosimilitudes	36,918	16	,002
Asociación lineal por lineal	3,979	1	,046
N de casos válidos	44		

Como $p = 0.001 < 0.05$; entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Paso 4: Conclusión: Con un nivel de significancia (error) del 5%, existe suficiente evidencia estadística para afirmar que el Just In Time si tiene un efecto significativo en los ingresos de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, año 2016.

3.2.3. Hipótesis Especifica 3:

Paso 1: Planteamiento de Hipótesis

Hipótesis nula (H_0): La Calidad Total no afecta significativamente en el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, año 2016.

Hipótesis alterna (H_1): La Calidad Total sí afecta significativamente en el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, año 2016.

Paso 2: Seleccionando el nivel de significancia $\alpha=0.05$

Paso 3: Análisis de la tabla de contingencia:

Tabla de contingencia:

		Considera que un incremento en los ingresos por ganancia de capital puede afectar de manera positiva el estado de resultados.					Total
		siempre	casi siempre	a veces	casi nunca	nunca	
Considera que	siempre	19	4	1	0	0	24
fabricar un	casi siempre	5	8	0	0	0	13
producto de calidad	a veces	0	2	0	0	1	3
le genera a su	casi nunca	0	1	0	1	1	3
empresa un mayor	nunca	0	1	0	0	0	1
beneficio.							
Total		24	16	1	1	2	44

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	40,974 ^a	16	,001
Razón de verosimilitudes	31,665	16	,011
Asociación lineal por lineal	16,620	1	,000
N de casos válidos	44		

Como $p = 0,001 < 0.05$; entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa.

Paso 4: Conclusión: Con un nivel de significancia (error) del 5%, existe suficiente evidencia estadística para afirmar que la Calidad Total si afecta significativamente en el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martin de Porres, año 2016.

CAPÍTULO IV:
DISCUSIÓN

4. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal determinar cuál es el efecto del Just In Time en el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, año 2016.

En la validación de hipótesis se aplicó el Chi Cuadrado, el cual indica que si es menor a 0.05 se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la nula.

Para la hipótesis general, se evidencia el efecto entre el Just in time y el estado de resultados en las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, año 2016, se obtuvo como resultado 0.003 el cual indica la relación entre ambas variables.

En las tablas 13, 14, 15 y 16 se hace referencia a la importancia de la aplicación del Just In Time y como sus estrategias pueden ser medidas en el estado de resultados. Se muestra que cuando las estrategias del JIT son aplicadas de manera adecuada, los costos y gastos operacionales se reducen y nos da como resultado un incremento en la utilidad operativa. Además, las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres aumentan sus ingresos operacionales, financieros y por ganancia de capital lo que hace que se evidencie un aumento en la utilidad neta. De la misma forma el indicador de rentabilidad operativa y rentabilidad neta presentan un incremento porcentual con respecto a los ejercicios económicos anteriores en los que no se aplicaba la filosofía JIT, esto hace que se reafirme lo confirmado líneas arriba sobre la gran importancia que representa el Just In Time para las empresas de publicidad textil.

Los resultados obtenidos guardan relación con:

La opinión de Castillejo (2015): el cual concluye que la implementación del Just in time ayuda a aumentar el cuero utilizado y así mismo la cantidad de productos en el área de corte manual en la empresa Renzo Costa. Los resultados de la aplicación del JIT hacen que se reduzcan los desperdicios y se utilice el material justo para las cantidades solicitadas lo que nos evidencia un ahorro en la materia prima de esta manera se obtendrá una mayor utilidad neta en la empresa.

Para la hipótesis específica 1, se evidencia el efecto entre las ventajas competitivas y el estado de resultados en las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, año 2016, se obtuvo como resultado 0.001 el cual indica la relación entre ambas.

En las tablas 5, 6, 7 y 8, hace referencia a la importancia de la implementación de los productos de calidad, precio justo, capacidad instalada, pedidos a gran escala con relación al estado de resultado dando como resultado una mejora de la productividad. Los empresarios toman conciencia que al elaborar un producto de calidad le genera un mayor beneficio puesto que se reduce la probabilidad de que los clientes devuelvan la mercadería o que se encuentren productos fallados dentro del control de calidad afectando directamente a la utilidad. Los encuestados indican que al establecer un precio económico a los productos se incrementa el volumen de la demanda compensando la reducción del porcentaje de utilidad del precio unitario con el incremento de la rentabilidad total. Es necesario conocer el techo productivo de la empresa para poder ofertar la mercadería y poder realizar los requerimientos a los proveedores de la materia prima justa para evitar inconvenientes con las existencias y sobrecostos de almacenamiento. Por otro lado, queda demostrado que al aplicar los pedidos a gran escala se eliminan los costos fijos y generan un impacto positivo en el resultado. Todo lo mencionado anteriormente forma parte de las ventajas competitivas, quienes son parte de las estrategias del Just In Time.

Los resultados obtenidos concuerdan con el estudio realizado por Agurto (2012): en donde concluye que de acuerdo con investigaciones de campo y acciones realizadas se tiene que en el área de producción de la empresa FAYCONAPI el (70%) de las personas encuestadas indican que la incorporación del sistema Just in time mejora la productividad en la empresa.

Para la hipótesis específica 2, se evidencia el efecto entre el Just In Time y los ingresos en las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, año 2016, se obtuvo como resultado 0.001 el cual indica la relación entre ambas.

En las tablas 9, 10, 11 y 12, se hace referencia a la importancia del Just In Time para el aumento de los ingresos operacionales, ingresos financieros, ingresos por ganancia de capital y existe un efecto contrario con los ingresos extraordinarios. Las estrategias del JIT aumentan el volumen de ventas y contribuyen en el incremento de los ingresos generando resultados positivos en la compañía. Esto es un indicador que se debe tener en cuenta por parte de las empresas de publicidad textil para sus sistemas de gestión. Por ende, como la filosofía JIT aumenta los ingresos y reduce la cantidad de veces que se compra materia prima se genera un incremento en la liquidez de la compañía lo que le da la opción a la empresa de realizar operaciones financieras que dan como resultado un incremento en los ingresos financieros. Hay un efecto particular que causa el JIT en los ingresos extraordinarios puesto que al optimizar los procesos de la compañía. Reducir los desperdicios y realizar los requerimientos justos de materia prima se aminoran los ingresos que no son propios del giro del negocio como lo son la venta de mercadería fallada o retazos de tela. Ya que la filosofía JIT contribuye a mejorar la liquidez a la empresa, algunos de los encuestados indican que invierten en la compra de acciones o adquisición de inmuebles para el alquiler de los mismos lo que da como resultado el aumento de los ingresos por ganancia de capital.

Para lo cual los resultados de la presente investigación guardan relación con:

La conclusión final del estudio realizado por Pérez (2014), es que la empresa presenta problemas en cuanto a su liquidez esta conclusión se obtuvo en base a la evaluación financiera efectuada. Lo que genera que no pueda seguir con sus operaciones diarias, la empresa es ineficiente porque está agotando los últimos recursos que tiene para tratar de mejorar su situación, pero no genera ningún cambio en la gestión lo que nos indica que estas deficiencias están presentes debido que no se ha implementado el sistema Justo a Tiempo, lo que indica que la empresa ha realizado una deficiente gestión empresarial.

Para la hipótesis específica 3, se evidencia el efecto entre la Calidad Total y el estado de resultados en las empresas de publicidad textil del distrito de San

Martin de Porres, año 2016, se obtuvo como resultado 0.001 el cual indica la relación entre ambas.

En las tablas 1, 2, 3 y 4, hacen referencia sobre la importancia de la aplicación de la constante capacitación del personal, la calidad de los procesos, mejora en las entregas de los productos y la optimización de la materia prima para generar un impacto positivo que se vea reflejado en el estado de resultados.

Los empresarios con la constante capacitación del personal podrán recibir el respaldo de un capital humano eficiente y productivo que pueda elaborar productos de calidad. Así mismo, la calidad en los procesos es importante como una estrategia del JIT puesto que compromete a todas las áreas a que cumplan con las políticas de calidad, control de inventarios y optimización en los tiempos de producción teniendo como objetivo seguir la filosofía del JIT. Los ingresos operativos, por otro lado, presentan una mejora al realizar entregas oportunas de la mercadería, al reducir los tiempos de producción se disminuye el tiempo de entrega de la mercadería lo que genera un impacto directo en los ingresos operativos puesto que al entregar la mercadería se genera una contraprestación económica dando origen al hecho económico. Para alcanzar una mayor utilidad neta los empleados tienen que pedir la materia prima justa para realizar el lote de producción y en el área de corte se tiene que tener un personal eficiente que realice un patronaje preciso para la confección de las prendas publicitarias todo ello conlleva a la reducción de los costos de producción e impactando directamente en la utilidad neta.

Los resultados obtenidos concuerdan con el autor:

Como Mendoza (2013), concluye que la mayoría que comercializan equipos de cómputo desconocen los beneficios que generaría la aplicación de la herramienta Justo a Tiempo, sin embargo, se ha comprobado que el Justo a Tiempo es una herramienta administrativa que logra mejorar en un gran porcentaje el servicio al cliente, debido a que minimiza el desperdicio en tiempo y dinero, por lo cual debe aplicarse en las empresas comercializadoras de equipo de cómputo de la ciudad.

**CAPÍTULO V:
CONCLUSIONES**

5. CONCLUSIONES

1. Luego de haber analizado los resultados de la presente investigación se concluye que los dueños de las empresas de publicidad textil de San Martín de Porres deben aplicar la filosofía Just In Time ya que los resultados benefician a las empresas ayudando en la reducción de los costos e incrementando los ingresos y a su vez maximizando las ganancias, así mismo si se implementan las recomendaciones se podrá mejorar la gestión de la compañía.
2. Al revisar los resultados se concluye que, las ventajas competitivas si tienen un efecto positivo en el estado de resultados, ya que, con la mejora de la calidad del producto, establecer un precio justo y competitivo, identificando la capacidad instalada de la compañía y trabajando con una producción a gran escala se va mejorar la productividad de la compañía generando un gran impacto dentro de toda la entidad.
3. Después de analizar los resultados se concluye que con la aplicación del JIT se genera un incremento en los ingresos operacionales, financieros, de ganancias de capital de la compañía con excepción de los ingresos extraordinarios. Lo que conlleva a que los empresarios se vean más afianzados al evidenciar el aumento del beneficio económico lo que los motivará a continuar aplicando las estrategias del Just In Time para continuar con este efecto y se origina un clima de estabilidad económica en la entidad.
4. Luego de haber analizado los resultados de la presente investigación se concluye que es importante que los empresarios del rubro de la publicidad textil de San Martín de Porres, tengan implementado todas las estrategias de la Calidad Total en la compañía para elaborar productos de calidad, además, para poder alcanzar la tan ansiada reducción de los costos el cual será medido en el estado de resultados, por ende, logrará resaltar entre sus competidores generando una imagen más competitiva y atractiva para los futuros clientes.

**CAPÍTULO VI:
RECOMENDACIONES**

6. RECOMIENDACIONES

1. Se recomienda a los empresarios implementar de manera constante la filosofía del Just In Time ya que podrán evidenciar la reducción de los costos de producción, mejoras en la calidad de los productos y les permitirá conocer las cantidades de stock mínimas recomendables que deben mantener, así mismo, si cumplen con todas las estrategias del JIT tendrán un incremento en sus ingresos y proyectaran una imagen más sólida para sus trabajadores, clientes y proveedores.
2. A los empresarios se les recomienda implementar políticas de calidad, así como, implantar tableros visuales en cada área de producción para que los trabajadores se identifiquen los trabajos que están pendientes, en proceso y terminados, además, se recomienda establecer fichas de producción para cada pedido con la finalidad de establecer los requerimientos de los clientes con las indicaciones precisas para su elaboración y a su vez esto nos servirá como guía para identificar si realmente se están utilizando las cantidades pre establecidas de material para la elaboración de los productos publicitarios.
3. Durante los procesos de producción es recomendable que los empresarios no se impacienten y tomen en cuenta que se están cumpliendo con las estrategias del Just In Time y que su implementación puede tomar un tiempo para que todos los trabajadores se acoplen a la filosofía, pero los resultados se apreciarán mejor al final del ejercicio económico.
4. Se recomienda a los empresarios crear programas de capacitación para que el personal mantenga la calidad de los productos, además, se recomienda contratar a un supervisor que certifique que la calidad de los procesos se mantenga en todo el recorrido del proceso productivo y a la vez cumpla con despachar los lotes de mercadería a tiempo para evitar posibles penalidades o devoluciones que no han

sido planeados. Por último, se debe implementar charlas semanales para crear un clima laboral en el que todos los trabajadores estén comprometidos con la compañía y compartan la filosofía de optimización de materia prima.

CAPÍTULO VII:
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agurto (2012), en su tesis: La influencia de la metodología just in time en el mejoramiento de la productividad en la empresa FAYCONAPI SRL año 2012 (Tesis para obtener el título Profesional de Licenciado en Administración) Universidad César Vallejo. Lima – Perú.

Alvarado y Calderón (2013), en su tesis: “Los gastos no deducibles tributariamente y su incidencia en el estado de resultados de la distribuidora R&M E.I.R.L. La Libertad – Trujillo 2012”. (Tesis para obtener el título Profesional de Contador Público). Universidad Privada Antenor Orrego. Trujillo – Perú.

Atanacio, H. (2010). *Diccionario Empresarial*. (1ra. ed.). Perú: Editora Fecat.

Atencia, J. (2002). *Justo a Tiempo (JIT)*. (1ra. ed.). España: Universidad de Barcelona.

Betancourt G., B. (2014). *Análisis Sectorial y Competitividad*. (1ra. ed.). Colombia: ECOE Ediciones.

Bravo, M., Lambretón, V. y Márquez, H. (2007). *Introducción a las Finanzas*. (3ra. ed.). México: Pearson Educación de México.

Calderón M., J. (2013). *Contabilidad General Básica II*. (8va. ed.). Perú: J.C.M. Editores.

Castillejo (2015), en su tesis: Implementación del Just in Time para la mejora de la productividad en el área de corte manual en la línea de carteras de Renzo Costa S.A.C., Breña, 2015 (Tesis para optar el Título de Ingeniero Industrial) Universidad César Vallejo. Lima – Perú.

Castro, J. (18 de febrero de 2015). ¿Qué es el estado de resultados y cuáles son sus objetivos? [Mensaje en un blog]. Recuperado de

<http://blog.corponet.com.mx/que-es-el-estado-de-resultados-y-cuales-son-sus-objetivos>

Confecciones y textiles caen y ponen en riesgo 400 mil empleos. (08 de agosto de 2016). El Comercio. Recuperado de http://elcomercio.pe/economia/negocios/confecciones-y-textiles-caen-y-ponen-riesgo-400-mil-empleos-noticia-1922738?ref=flujo_tags_349633&ft=nota_2&e=imagen#comentarios

Córdoba P., M. (2014). *Análisis financiero*. (1ra. ed.). Ecuador: Ecoe ediciones.

del Rio, C. y del Río R. (2012). *Manual de costos, presupuestos y adquisiciones y abastecimientos*. (1ra. ed.). México D.F., México: Cengage Learning Editores.

Deulofeu A., J. (2012). *Gestión de calidad total en el retail con la implicación de personas y la satisfacción del cliente y la sociedad*. (1ra. ed.). España: Ediciones Pirámide.

Elizalde Montalván, J. y Quizhpi Peñafiel P. (2013). Estudio de la elaboración del estado de resultado integral y la incidencia de reformas tributarias y contables (NIIF) y su aplicación en las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Cuenca. Caso Ferretería Comercial Luna Pazmiño Cía. Ltda. (Tesis para alcanzar el título de Contador Público y Auditor, Universidad de Cuenca). Recuperado de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/3696/1/TESIS.pdf>

Estupiñán G., R. (2008). *Estados financieros básicos bajo NIC/NIIF*. (1ra. ed.). Ecuador: Ecoe ediciones.

George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference*. 11.0 update (4th ed.). Boston: Allyn & Bacon.

Hernández R., Fernández C. y Baptista M. (2014). *Metodología de la investigación*. Ciudad de México, México: Interamericana Editores S.A. de C.V.

Hornigren, C., Foster, G. y Datar, S. (2002). *Contabilidad de Costos*. (10ma. ed.). México: Pearson Educación

Marion, G. (January 08, 2017). Logistics and Supply Chain Management [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://www.thebalance.com/just-in-time-jit-2221262>

Mendoza Mendoza, E. (2013). Justo a Tiempo como herramienta para mejorar el servicio al cliente en empresas comercializadoras de equipo de cómputo de la ciudad de Quetzaltenango. (Tesis para optar el grado académico de Licenciado de Administrador de Empresas, Universidad Rafael Landívar).

Ñaupas, H., Mejía, Es, Novoa, E. y Villagómez, A. (2013). Metodología de la Investigación Cuantitativa-Cualitativa y Redacción de la Tesis. (4ta.ed.). Pérez (2014), en su tesis: “La calidad del servicio al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa Restaurante Campestre SAC – Chiclayo en el período Enero a Septiembre 2011 y 2012”. (Tesis para obtener el título de Contador Público). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo – Perú.

Rivero P., E. (2014). *Contabilidad I*. (3ra. ed.). Perú: Universidad del Pacífico.

Rodríguez, J. (2009). *Control Interno*. (2da. ed.). México: Trillas.

Rodríguez, R., del Refugio, M. y Perales, M. (2013). *Normas de Información Financiera: una guía para su aplicación*. (2da. ed.). México: Tax Editores Unidos

Santa Cruz, A. y Torres, M. (2008). *Tratado de Contabilidad de Costos*. (1ra. ed.). Perú: Instituto Pacífico S.A.C.

Shaun, I. (07 April 2015). Income Statement [Mensaje en un blog]. Recuperado de <http://www.myaccountingcourse.com/accounting-dictionary/income-statement>

Stickney, C., Weil, R., Schipper, K. y Francis, J. (2013). *Contabilidad Financiera: Una introducción a conceptos, métodos y usos*. (1ra. ed.). Argentina: Cengage Learning Argentina.

Warren, C., Reeve, J. y Fess, P. (2005). *Contabilidad Financiera*. (9na. ed.). México: Thomson Editores

ANEXOS

ANEXO 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: Just In Time y su efecto en el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martin de Porres, año 2016					
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>Problema General</p> <p>¿Cuál es el efecto del Just In Time en el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martin de Porres, año 2016?</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar cuál es el efecto del Just In Time en el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martin de Porres, año 2016.</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>El Just In Time tiene efecto significativo en el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martin de Porres, año 2016.</p>	<p>Variable Independiente</p> <p>Just In Time</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitación del personal - Calidad en procesos - Entregas oportunas - Optimización de la materia prima - Producto de calidad - Precio justo - Capacidad instalada - Pedidos a gran escala 	<p>1. TIPO DE ESTUDIO</p> <p>El tipo de estudio a realizar es descriptivo correlacional, ya que se describirá la ocurrencia de un fenómeno, las condiciones en las que se manifiesta, así como, la relación que hay entre las dos variables.</p> <p>2. DISEÑO DE ESTUDIO. El diseño es no experimental, porque no manipularemos las variables.</p>
<p>Problemas Específicos</p> <p>¿De qué manera las ventajas competitivas afectan el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martin de Porres, año 2016?</p> <p>¿Cuál es el efecto del Just In Time en los ingresos de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martin de Porres, año 2016?</p> <p>¿Cómo afecta la Calidad Total en el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martin de Porres, año 2016?</p>	<p>Objetivos Específicos</p> <p>Analizar de qué manera las ventajas competitivas afecta el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martin de Porres, año 2016.</p> <p>Determinar cuál es el efecto del Just In Time en los ingresos de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martin de Porres, año 2016.</p> <p>Determinar cómo afecta la Calidad Total en el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martin de Porres, año 2016.</p>	<p>Hipótesis Especificas</p> <p>Las ventajas competitivas afectan positivamente el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martin de Porres, año 2016.</p> <p>El Just In Time tiene un efecto significativo en los ingresos de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martin de Porres, año 2016.</p> <p>La Calidad Total afecta significativamente en el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martin de Porres, año 2016.</p>	<p>Variable Dependiente</p> <p>Estado de resultados</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ingresos operacionales - Ingresos financieros - Ingresos extraordinarios - Ingresos por ganancia de capital - Utilidad operativa - Utilidad neta - Rentabilidad operativa - Rentabilidad neta 	<p>3. POBLACIÓN. La población de estudio lo conforman 50 trabajadores de las áreas de administración y finanzas de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martin de Porres en el año 2016.</p> <p>4. MUESTRA. La muestra final, quedo establecida en 44 ejecutivos.</p> <p>5. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN. Cuantitativo.</p> <p>6. TÉCNICA. La técnica a usar será la encuesta.</p> <p>7. INSTRUMENTO. Se utilizará el cuestionario que es de elaboración propia.</p>

ANEXO 02: Cuestionario

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS						
El Just In Time y su efecto en el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, año 2016						
GENERALIDADES: Marque con "X" la respuesta que considere conveniente Se requiere objetividad en las respuestas						
PREGUNTAS GENERALES: 1.- ¿Cuántos años de experiencia tiene en el rubro textil? 2.- ¿Qué especialidad tiene?						
Encuesta						
N°	ITEMS	VALORIZACIÓN DE LIKERT				
		5	4	3	2	1
		Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
1	Considera que la capacitación del personal es utilizada como una estrategia para alcanzar la filosofía del Just In Time.					
2	Considera que en su empresa toma en cuenta la calidad de los procesos como una estrategia del JIT.					
3	El JIT permite realizar entregas oportunas dando como resultado una mejora en los ingresos operativos.					
4	La optimización de la materia prima en el proceso productivo permite obtener una mayor utilidad neta.					
5	Considera que fabricar un producto de calidad le genera a su empresa un mayor beneficio.					
6	Considera usted que el precio justo incrementa el volumen de venta y que a su vez aumenta la utilidad operativa.					
7	Las empresas de publicidad textil toman en cuenta su capacidad instalada para aplicar las estrategias del JIT.					
8	Estima que los pedidos a gran escala disminuyen los costos y aumentan el beneficio.					
9	Considera que, el incremento de los ingresos operacionales de su compañía está directamente relacionado con la aplicación del Just In Time.					
10	Considera que mediante la aplicación de la filosofía JIT se generaría un aumento en los ingresos financieros.					
11	Las estrategias del Just In Time disminuyen los ingresos extraordinarios en su empresa textil.					
12	Considera que un incremento en los ingresos por ganancia de capital puede afectar de manera positiva el estado de resultados.					
13	La utilidad operativa se ve incrementada con la aplicación de las estrategias del Just In Time.					
14	Considera que la utilidad neta se puede incrementar con la aplicación de la filosofía del Just In Time.					
15	Considera que en su compañía las estrategias del Just In Time pueden ser medidas por el indicador de la rentabilidad operativa.					
16	Dentro de su compañía se obtiene una mayor rentabilidad neta aplicando la filosofía del JIT.					
Se le agradece por su amable colaboración.						

ANEXO 03: Estadístico

*SPSS.sav [Conjunto de datos] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	VI.1	Numérico	8	0	¿Considera que la capacitación del personal e...	{1, siempre}...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
2	VI.2	Numérico	8	0	¿Considera que en su empresa toma en cuent...	{1, siempre}...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
3	VI.3	Numérico	8	0	¿El JIT permite realizar entregas oportunas dan...	{1, siempre}...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
4	VI.4	Numérico	8	0	¿La optimización de la materia prima en el pro...	{1, siempre}...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
5	VI.5	Numérico	8	0	¿Considera que producir un producto de calida...	{1, siempre}...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
6	VI.6	Numérico	8	0	¿Considera usted que el precio justo incremen...	{1, siempre}...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
7	VI.7	Numérico	8	0	¿Las empresas de publicidad textil toman en c...	{1, siempre}...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
8	VI.8	Numérico	8	0	¿Estima que los pedidos a gran escala dismin...	{1, siempre}...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
9	VD.9	Numérico	8	0	¿Considera que, el incremento de los ingresos ...	{1, siempre}...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
10	VD.10	Numérico	8	0	¿Considera que mediante la aplicación de la fil...	{1, siempre}...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
11	VD.11	Numérico	8	0	¿Las estrategias del Just In Time disminuyen l...	{1, siempre}...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
12	VD.12	Numérico	8	0	¿Considera que un incremento en los ingresos ...	{1, siempre}...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
13	VD.13	Numérico	8	0	¿La utilidad operativa se ve incrementada con l...	{1, siempre}...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
14	VD.14	Numérico	8	0	¿Considera que la utilidad neta se puede incre...	{1, siempre}...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
15	VD.15	Numérico	8	0	¿Considera que en su compañía las estrategia...	{1, siempre}...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
16	VD.16	Numérico	8	0	¿Dentro de su compañía se obtiene una mayor...	{1, siempre}...	Ninguna	8	Derecha	Nominal	Entrada
17											
18											
19											
20											
21											
22											
23											
24											
nc											

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Considera que la capacitación del personal es utilizada como una estrategia para alcanzar la filosofía del Just In Time.	28,70	76,771	,638	,784
Considera que en su empresa toma en cuenta la calidad de los procesos como una estrategia del JIT.	28,32	79,478	,475	,796
El JIT permite realizar entregas oportunas dando como resultado una mejora en los ingresos operativos?	28,68	83,245	,406	,801
¿La optimización de la materia prima en el proceso productivo permite obtener una mayor utilidad neta.	28,57	83,274	,355	,804
Considera que fabricar un producto de calidad le genera a su empresa un mayor beneficio.	28,82	78,757	,668	,785
Considera usted que el precio justo incrementa el volumen de venta y que a su vez aumenta la utilidad operativa.	28,61	82,382	,422	,800
Las empresas de publicidad textil toman en cuenta su capacidad instalada para aplicar las estrategias del JIT.	28,93	83,460	,450	,799
Estima que los pedidos a gran escala disminuyen los costos y aumentan el beneficio.	28,39	82,754	,311	,808

Considera que, el incremento de los ingresos operacionales de su compañía está directamente relacionado con la aplicación del Just In Time.	28,86	80,074	,569	,791
Considera que mediante la aplicación de la filosofía JIT se generaría un aumento en los ingresos financieros.	28,73	90,249	,017	,824
Las estrategias del Just In Time disminuyen los ingresos extraordinarios en su empresa textil.	28,32	80,548	,417	,800
Considera que un incremento en los ingresos por ganancia de capital puede afectar de manera positiva el estado de resultados.	28,89	82,336	,479	,797
La utilidad operativa se ve incrementada con la aplicación de las estrategias del Just In Time.	28,80	90,818	-,003	,824
Considera que la utilidad neta se puede incrementar con la aplicación de la filosofía del Just In Time.	28,68	76,780	,596	,786
Considera que en su compañía las estrategias del Just In Time pueden ser medidas por el indicador de la rentabilidad operativa.	28,64	76,562	,575	,788
Dentro de su compañía se obtiene una mayor rentabilidad neta aplicando la filosofía del JIT.	28,25	80,936	,321	,809

ANEXO 4:

ENCUESTA	JUST IN TIME								ESTADO DE RESULTADO							
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16
1	1	3	2	2	1	2	1	1	2	4	5	1	1	1	1	2
2	1	3	2	3	1	3	1	1	2	4	5	5	1	1	1	3
3	1	3	2	2	1	2	1	1	2	4	1	1	1	1	1	2
4	1	3	2	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1
5	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
6	5	5	2	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1
7	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	3	2	1	2	1
8	1	2	1	3	1	3	1	2	1	1	3	2	3	1	2	5
9	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	3	1	3	2	1	1
10	1	1	2	2	1	2	1	1	1	2	3	1	1	2	1	5
11	1	1	2	2	1	2	1	3	1	1	1	2	4	1	1	5
12	1	3	2	3	1	3	1	3	1	1	1	2	4	1	1	3
13	1	1	1	3	1	3	1	1	1	3	3	1	3	1	1	3
14	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
15	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
16	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	5	5
17	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	5	5
18	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	5	5
19	2	2	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2	1	2	5	1
20	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
21	1	2	2	3	1	3	1	1	1	3	3	1	3	1	1	3
22	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1
23	2	1	1	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3
24	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
25	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2
26	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2
27	1	2	1	3	1	3	1	1	1	3	3	1	3	1	1	3
28	1	2	1	3	1	3	1	1	1	3	3	1	3	1	1	3
29	1	2	1	3	1	3	1	1	1	3	3	1	3	1	1	3
30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
31	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1
32	1	1	1	1	2	1	5	4	1	1	1	1	1	1	1	1
33	1	1	1	1	2	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1
34	1	1	1	1	2	1	2	4	2	1	1	1	1	1	1	1
35	4	5	3	2	2	4	2	5	2	1	2	1	1	5	1	3
36	4	5	4	1	2	4	2	5	2	1	4	1	1	4	3	1
37	5	5	3	5	2	1	2	2	2	1	4	2	1	4	3	1
38	4	1	3	5	3	1	2	2	1	1	4	5	1	3	3	1
39	4	4	3	1	4	1	2	3	1	1	4	5	1	3	3	1
40	3	4	3	1	3	1	2	5	5	1	4	2	5	3	2	1
41	3	4	5	1	3	1	4	5	4	1	1	2	1	2	2	1
42	3	3	5	1	5	4	4	2	4	5	5	2	5	2	4	4
43	3	3	1	4	4	1	2	3	5	1	5	2	5	2	4	4
44	3	3	1	4	4	5	3	3	3	5	5	4	5	2	4	5



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a) (ita): Patricia Padilla Vento
Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la Facultad de Ciencias Empresariales Escuela Académico Profesional de Contabilidad de la Universidad César Vallejo, en la sede Lima norte, requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el grado de Bachiller y Título Profesional de licenciado de Contabilidad.


El título nombre de mi proyecto de investigación es: **“Just In Time y su efecto en el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, año 2016”** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en las variables comprendida en mi investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma
DE LAMA DONAYRE, GABRIELA
D.N.I: 72145275



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad: Aplicable () Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y Nombres del juez validador: Dr. / Mg. PADILLA VENTO PADILLA DNI: 09402744

Especialidad del validador: DRA EN CONTABILIDAD FECHA: 03/11/2016

Pertinencia (1): El ítem corresponde al concepto teórico formulado

Relevancia (2): El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

Claridad (3): Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a) (ita): Ena Cuba Mayuri
Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la Facultad de Ciencias Empresariales Escuela Académico Profesional de Contabilidad de la Universidad César Vallejo, en la sede Lima norte, requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el grado de Bachiller y Título Profesional de licenciado de Contabilidad.

El título nombre de mi proyecto de investigación es: **“Just In Time y su efecto en el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, año 2016”** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en las variables comprendida en mi investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.


Firma
DE LAMA DONAYRE, GABRIELA
D.N.I: 72145275



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir () No aplicable ()Apellidos y Nombres del juez validador: Dr. / Mg. ENA CUSA MAYURI DNI: 08182084Especialidad del validador: ABOGADA FECHA: 08/11/2016

Pertinencia (1): El ítem corresponde al concepto teórico formulado

Relevancia (2): El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

Claridad (3): Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE



CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor(a) (ita): Dra. Fanny Zavala Alfaro
Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la Facultad de Ciencias Empresariales Escuela Académico Profesional de Contabilidad de la Universidad César Vallejo, en la sede Lima norte, requiero validar el instrumento con el cual recogeré la información necesaria para poder desarrollar mi investigación y con la cual optaré el grado de Bachiller y Título Profesional de licenciado de Contabilidad.


El título nombre de mi proyecto de investigación es: **“Just In Time y su efecto en el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres, año 2016”** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en las variables comprendida en mi investigación.

El expediente de validación, que le hago llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.



Firma
DE LAMA DONAYRE, GABRIELA
D.N.I: 72145275



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Hay Suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable () Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y Nombres del juez validador: Dr. / Mg. Fanny Zavala Alfaro DNI: 07356295

Especialidad del validador: Metodóloga. FECHA: 20-05-17

Pertinencia (1): El ítem corresponde al concepto teórico formulado

Relevancia (2): El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

Claridad (3): Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Fanny Zavala Alfaro
FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE

MUNICIPALIDAD DISTRITAL
DE SAN MARTIN DE PORRES

Nº de documento: **61068-16**
03 OCT 2016

Folios: *1*
Hora: *11:00*, Firma: *[Firma]*

SUB GERENCIA DE GESTIÓN DOCUMENTARIA Y ARCHIVO CENTRAL

"Año de la consolidación del Mar de Grau"

SOLICITO: LISTADO DE LAS EMPRESAS TEXTILES
DEL DISTRITO DE SAN MARTIN DE PORRES.

ING. ADOLFO MATTOS PIAGGIO
ALCALDE DEL DISTRITO DE SAN MARTIN DE PORRES

Yo, **GABRIELA DE LAMA DONAYRE**, identificada con DNI N° 72145275, con código universitario N° 6700257907, de la Escuela Profesional de Contabilidad; de la Universidad César Vallejo; ante Usted con el debido respeto me presento y expongo:

Que, deseando realizar mi proyecto de investigación para optar el grado de bachiller en contabilidad con el título de investigación: "El Just In Time y su efecto en el estado de resultados de las empresas de publicidad textil del distrito de San Martín de Porres en el año 2016", es por ello, que me presento ante usted para solicitar el listado de las empresas del rubro textil del distrito que representa y siendo requisito indispensable para poder medir la población de mi investigación.

Conociendo de su buena intención en pro del desarrollo del municipio; me despido de usted esperando una respuesta satisfactoria.

Lima, Octubre del 2016

Atentamente

Gabriela De Lama

GABRIELA DE LAMA DONAYRE
DNI N° 72145275

"Año de la consolidación del Mar de Grau"