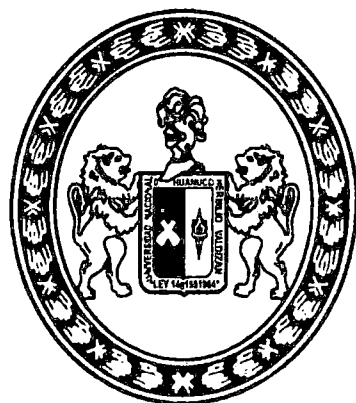


**UNIVERSIDAD NACIONAL "HERMILIO VALDIZÁN"**  
**HUÁNUCO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS**



---

---

**LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE Y SU INFLUENCIA  
EN LA SITUACIÓN FINANCIERA Y ECONÓMICA DE LA  
EMPRESA CONSTRUCTORA AZD ARCHITECTURE  
DESING E.I.R.L. - PERIODO 2014**

---

---

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**  
**CONTADOR PÚBLICO**

**TESISTAS:**

**Eduardo Cesar FERNANDEZ HERRERA**

**Deysi Tatiana HUAMAN SANCHEZ**

**Ángel Humberto DOMINGUEZ MALPARTIDA**

**HUÁNUCO-PERÚ**  
**2015**

## **DEDICATORIA**

La presente investigación es dedicada a Dios, por brindarme el don de vida, por concederme el conocimiento de poder ver lo bello de su servicio a través de esta profesión; dedico a mi madre y a mi profesores en agradecimiento a quienes me apoyaron en el camino y por haber me brindado su paciencia y apoyo moral para poder cumplir con mis metas y objetivos trazados.

### **Eduardo Cesar**

La presente tesis la dedico a Dios por concederme la gracia de tener una maravillosa familia, a mis adorados y abnegados padres y a mis amados hermanos, la gran fuerza que me impulsa a seguir adelante y con su confianza han hecho de mí una persona responsable, con visión de futuro para el servicio de la sociedad.

### **Deysi Tatiana**

La presente investigación la dedico a mis Padres, agradecido por todo el sacrificio que hicieron, A mis hermanos que con sacrificio y confianza han hecho de mí una persona responsable y con gran convicción para poder forjar un futuro mejor. Agradezco a Dios por muchas bendiciones en el camino.

### **Ángel Humberto**

## **AGRADECIMIENTO**

A la Facultad de Ciencias Contables y Financieras de la Universidad Nacional "Hermilio Valdizán" Huánuco, por constituir una gran oportunidad de superación y en el logro de nuestra profesionalización.

A los docentes de la Facultad, que nos brindaron sus conocimientos y experiencias durante el desarrollo de la Tesis, de manera especial al Mg. Eudosio RAMIREZ TABRAJ, Mg. Zenón CIELO MALPARTIDA y Dr. Hermilio A. TRUJILLO MARTINEZ por brindarnos su asesoramiento en el proceso de nuestra formación académica y en el campo de la investigación. Por sus críticas y orientación en el desarrollo del presente trabajo de investigación.

A los trabajadores de la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L. por brindarnos las facilidades e informaciones necesarias para ser plasmadas en el presente trabajo de investigación.

**LOS AUTORES**

## RESUMEN

La presente investigación se llevó a cabo en la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L que es una empresa establecida en la Región, Distrito de Huánuco, dedicado al giro de Ingeniería y Arquitectura. El tema a investigar es La influencia de la calidad del servicio al cliente en la situación financiera y económica. Para alcanzar este fin se efectuó un estudio profundo de la situación financiera de la empresa con el objeto de una idea clara sobre el manejo y evolución de los mismos.

Igualmente se utilizaron las técnicas de investigación llevadas a cabo en dicha empresa, lo que permitió determinar las fallas existentes en la misma, en tal sentido se aplicó una investigación de campo y con un nivel descriptivo en la que se emplearon las siguientes técnicas de estudio: la encuesta, el fichaje y el análisis horizontal y vertical. Una vez obtenida la información fue reflejada, analizada e interpretada, las cuales permitieron contrastar la influencia de la calidad del servicio al cliente en la situación financiera y económica en la empresa, por lo que se llegó a la siguiente conclusión: la mala calidad de servicio al cliente influye de manera negativa en la situación financiera y económica de la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L. del Distrito de Huánuco-2014.

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación es importante porque nos permitió conocer el estado actual de la situación financiera y económica de la empresa. De acuerdo con los objetivos de la investigación, los resultados proponen soluciones y estrategias concretas que permitan mejorar el bienestar de la empresa.

El mundo económico y empresarial está sometido a constantes cambios, debido a que cada día surgen nuevas tecnologías, métodos y normas reguladoras, dejando poco tiempo para adaptarse a tales condiciones; las empresas de hoy deben afrontar grandes retos por la presión del cambio y más aun con las competencias en el mercado por ganar a los usuarios y clientes, siendo esto una difícil competencia de estrategias entre empresas y para superarlos han de fijarse metas factibles, contando con sus recursos disponible. La presente investigación enfoca en contrastar la calidad de servicio al cliente y su influencia en la situación financiera y económica de la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L. del Distrito de Huánuco-2014.

El Análisis del efecto de la calidad de servicio al cliente y su influencia en la situación financiera y económica de la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L. del Distrito de Huánuco. En tanto el efecto económico se aprecia en la reducción de las utilidades de la empresa por la mala calidad de servicio ofrecido al cliente; debido a esto la liquidez de la

empresa disminuye y no pudiendo cumplir con sus obligaciones con terceros.

El presente trabajo está estructurado por cinco (5) capítulos que se describen a continuación:

**CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.** Descripción del problema, formulación del problema, objetivo general, objetivos específicos, la justificación, la delimitación, hipótesis general, y específicas, variables, dimensiones e indicadores.

**CAPITULO II. MARCO TEÓRICO.** En este capítulo se presentan los antecedentes y las bases teóricas.

**CAPITULO III. MARCO METODOLÓGICO.** Se presenta el tipo de investigación, método, población y muestra, técnicas e instrumentos

**CAPITULO IV.** Se presentan los resultados del trabajo de campo, análisis e interpretación de los resultados.

**CAPITULO V.** Se presenta la discusión de resultados, la contratación de los resultados y la prueba de hipótesis.

## INDICE

<b>Dedicatoria</b>	<b>ii</b>
<b>Agradecimiento</b>	<b>iii</b>
<b>Resumen</b>	<b>iv</b>
<b>Introducción</b>	<b>v</b>
<b>Índice</b>	<b>vii</b>
<b>CAPITULO I</b>	
<b>PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	
1.1 Descripción del problema	9
1.2 Formulación del problema	12
1.2.1 Problema General	12
1.2.2 Problemas específicos	12
1.3 Objetivos	13
1.3.1 Objetivo general	13
1.3.2 Objetivos específicos	13
1.4 Justificación e importancia	13
1.4.1 Justificación	13
1.4.2 Importancia	15
1.5 Delimitaciones	16
1.6 Hipótesis general y específicos	16
1.6.1 Hipótesis general	16
1.6.2 Hipótesis específicos	17
1.7 Variables, dimensiones e indicadores	17
<b>CAPITULO II</b>	
<b>MARCO TEÓRICO</b>	
2.1 Antecedentes de Estudios Realizados	18
2.2 Bases Teóricas	23
<b>CAPITULO III</b>	
<b>MARCO METODOLÓGICO</b>	
3.1 Tipo de investigación	41

3.2	Método de investigación	42
3.3	Diseño de investigación	42
3.4	Población y muestra	43
	3.4.1 Población	43
	3.4.2 Muestra	43
3.5	Técnicas de Recolección y Tratamiento de Datos	45
3.6	Instrumentos de Recolección de Datos	46
3.7	Procesamiento y Presentación de datos	47

#### **CAPITULO IV**

#### **RESULTADOS**

4.1	Resultados de la aplicación de los instrumentos de investigación	49
4.2	Análisis e interpretación de la situación financiera y económica de la empresa	72

#### **CAPITULO V**

#### **DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

5.1	Contrastación de resultados con las referencias bibliográficas	84
5.2	Contrastación de hipótesis general y específicos	94

#### **CONCLUSIONES**

#### **RECOMENDACIONES**

#### **BIBLIOGRAFÍA**

#### **ANEXOS.**



# CAPITULO I

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Los esfuerzos de las empresas constructoras han estado dirigidos hacia las actividades de dirección y administración de los recursos económicos, humanos y materiales, para cumplir sus objetivos financieros y económicos. Actualmente, en un mercado tan competitivo, las constructoras reconocen la dificultad que encuentran para cumplir sus metas y diferenciarse de sus competidores.

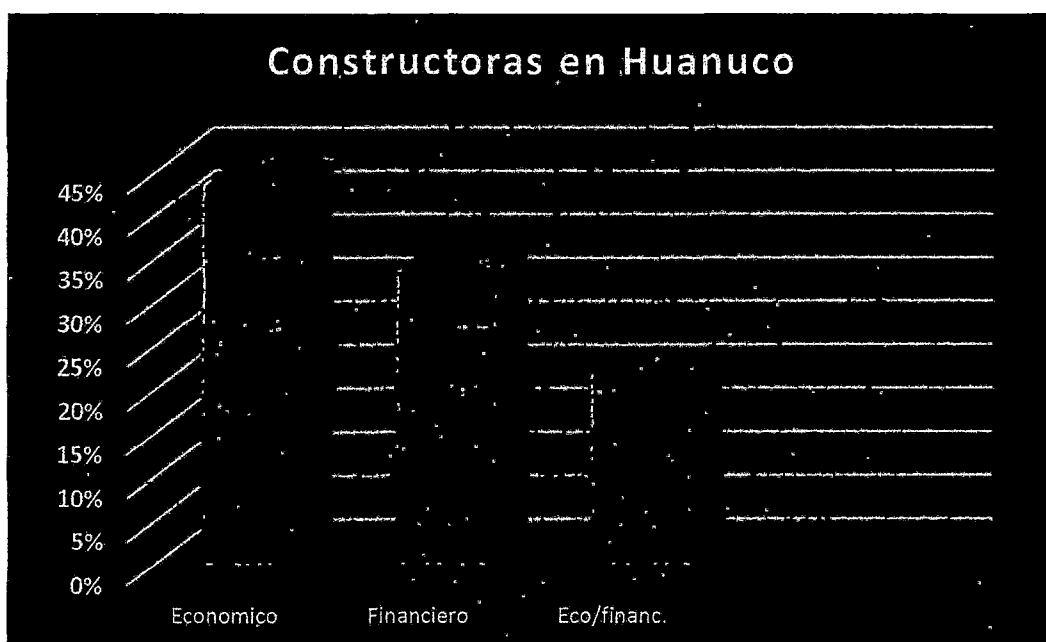
En muchos sectores, los productos y servicios son tan similares que los clientes tienen dificultad para distinguir a que empresa pertenecen. La competencia que caracteriza a los mercados dificulta que los consumidores puedan establecer diferencias entre los numerosos productos ofrecidos. Así, la única manera de encontrar que los clientes sigan consumiendo los productos y servicios ofrecidos por las empresas constructoras reside en presentarles algo más, relacionado con la atención brindada.

Las empresas constructoras del distrito de Huánuco, en investigación atraviesan por una dificultad de migración de sus clientes y que fue incrementando conforme pasa el tiempo, no ha podido posicionar aun la imagen de la empresa y por consiguiente sus resultados económicos y financieros demuestran los efectos de esta influencia.

En el distrito de Huánuco del total de 61 constructoras, un promedio del 44% presentan problemas en la situación económica, el 34% problemas financieros y el 22% ambos problemas, esto debido a muchos factores. Una de esta situación es el reflejo de una deficiente calidad de servicio brindado al cliente, y sobre la marcha de los acontecimientos sin un previo análisis de las variables internas o externas que afectan. Y con consigo trae el efecto en la reducción de ventas.

### Constructoras en el Distrito de Huánuco

ALTERNATIVA	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Problema económico	27	44.00%
Problema Financiero	21	34.00%
Financiero y Económico	13	22.00%
<b>Total</b>	<b>61</b>	<b>100.00%</b>



**Fuente:** Rodríguez, M. (2010). En su trabajo de investigación: *Calidad en el Servicio de Atención al Cliente en las Mypes de Huánuco*.

Esto obedece a factores como la falta de orientación en calidad de servicio al cliente, en los resultados financieros y económicos, la tendencia a la obtención de resultados a corto y largo plazo, la dificultad financiera por la falta de liquidez y la solvencia inmediata.

La empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L. del distrito de Huánuco, no mantiene una política de mejora en la atención al cliente, desconocen los componentes para desarrollar sus estrategias que conlleven a mejorar el servicio, ya que en la mayoría de los casos, el cliente de un servicio no puede expresar su grado de satisfacción hasta que lo consume. Así, el servicio recibido se convierte en el elemento diferenciador de las empresas con respecto a su competencia.

Con las condiciones actuales de la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L del distrito de Huánuco, al no aplicar estrategias de mejora de la calidad de atención al cliente se avizora un futuro incierto, ya sus clientes continuaran migrando a otras constructoras que les brinden las exigencias que solicitan y su imagen continuara decayendo ,disminuyendo sus ingresos los cuales se verán reflejadas en la situación económicos y financieros de la empresa , y que de continuar así corra el riesgo de resultados negativos y perjudiciales para la constructora.

Una forma de poder revertir este futuro incierto es la toma de conciencia en la mejora de la calidad de servicio al cliente, ya que es un factor vinculado directamente con el incremento en las ventas y de esta

manera las empresas constructoras pueda frenar la migración de sus clientes y pueda captar nuevos clientes ,mejorando su imagen que le permita posicionarse en el mercado , el cual quedara demostrado en la investigación que la buena o mala calidad en el servicio afectan directamente a la situación económica y financiera de la empresa.

Estas razones motivan que dentro de nuestra investigación, nuestro tema central este limitado a conocer la calidad de servicio al cliente y su influencia en la situación financiera y económica de la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L. del Distrito de Huánuco-2014.

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.2.1 Problema General**

¿De qué manera influyela calidad de servicio al cliente en la situación financiera y económica de la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L. del distrito de Huánuco?

### **1.2.2 Problemas Específicos:**

- a) ¿Cuál es la calidad de servicio al cliente que brinda la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L.?
- b) ¿Cuál es nivel de rentabilidad económica y financiera de la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L.?
- c) ¿Cuál es la relación que existe entre la calidad de servicio al cliente y el nivel de rentabilidad económica y financiera de la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L. del distrito de Huánuco?

## 1.3 OBJETIVOS

### 1.3.1 Objetivo General

Demostrar que la **calidad de servicio** al cliente influye de manera significativa en la **situación financiera** y económica de la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L. del distrito de Huánuco.

### 1.3.2 Objetivos Específicos

- a) Conocer la calidad de servicio al cliente que brinda la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L. del distrito de Huánuco.
- b) Determinar el nivel de rentabilidad económica y financiera en la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L. de Huánuco.
- c) Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio al cliente y la rentabilidad económica y financiera de la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L. de Huánuco.

## 1.4 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

### 1.4.1 Justificación

Esta investigación se justifica en los siguientes aspectos importantes:

- **Justificación Teórica.** La investigación se realiza con la finalidad de dar un valor agregado a la profesión contable y conllevar con ello el desarrollo de las microempresas de

nuestra región, cumpliendo de tal forma con el objetivo principal sobre el cual fueron fundadas las universidades la cual es el de generar conocimientos para el desarrollo de la sociedad, enfocándonos en las raíz de sus problemas, proponiendo una solución en un lenguaje claro y sencillo que permita al empresario entender de una manera fácil basándonos en la realidad misma y logre mejorar el servicio al cliente, para mejorar sus resultados financieros, de esta forma reducir la brecha de armonía que debería existir entre los universitarios y el empresario.

El presente trabajo busca demostrar que la deficiente calidad de servicio al cliente afectan la situación financiera y económica dela empresa AZD Architecture Desing E.I.R.L.

Desde el punto de vista decisivo, permitirá a la gerencia general, al área contable y demás personal Administrativo, conocer el grado de influencia de la calidad de servicio al cliente.

- **Justificación práctica.** La investigación se justifica, porque describimos y analizamos un problema, y planteamos estrategias enmarcadas a la búsqueda de soluciones.
- **Justificación metodológica.-** Por que utiliza los procedimientos contables aprobados científicamente para la

búsqueda de la verdad con la posibilidad de que se logren los objetivos planteados.

Porque los resultados de la presente investigación tendrá una aplicación que mostrará resultados de análisis de los procedimientos administrativos y contables teniendo en consideración que la información que se presenta en este trabajo ayudará a resolver problemas financieros y aportará alternativas de solución para resolver problemas de esta naturaleza.

#### **1.4.2 Importancia**

- La presente investigación es importante para todos los empresarios de servicio en la ciudad de Huánuco, ya que los resultados de la misma permitirá comprender y conocer aún más a través de apreciaciones, conclusiones y recomendaciones, los efectos que trae consigo el servicio de calidad al cliente.
- El presente trabajo contribuirá con el fortalecimiento de la conciencia y una cultura de buen trato en la calidad de servicio al cliente vista como una fuente de ingresos en las empresas y de la mano de un adecuado planeamiento financiero.
- Permitirá elevar el nivel teórico-práctico en el campo contable, financiero y marketing de los estudiantes y/o profesionales de la ciencia contable, ya que despertará en ellos el nivel

descriptivo y analítico, que servirá para medir la magnitud de los efectos de la calidad de servicio al cliente.

## 1.5 DELIMITACIONES.

La presente investigación se ajusta al campo de la investigación contable y financiero, ya que enmarca el análisis de la calidad de servicio al cliente y su influencia en la situación financiera y económica de la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L. del Distrito de Huánuco-2014. Esta investigación se ha delimitado en los siguientes aspectos:

- **Delimitación Temporal.**

El presente estudio es de tipo **transversal**. Por qué se estudiará el evento (causa-efecto) en el Periodo 2014.

- **Delimitación Espacial.**

La presente investigación se llevará a cabo en la región de Huánuco y estará representada por la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L.

- **Delimitación Teórico**

El campo teórico está delimitado por investigaciones nacionales, para que se generen un análisis de nuestra realidad.

## 1.6 HIPÓTESIS

### 1.6.1 Hipótesis general

Si se ofrece una buena calidad del servicio al cliente, esta influirá de manera significativa en la Situación Financiera y Económica de



la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L. del distrito de Huánuco.

### 1.6.2 Hipótesis específicas

- a. La calidad de servicio al cliente de la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L. de Huánuco es deficiente.
- b. La rentabilidad económica y financiera de la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L. de Huánuco se encuentra dentro de lo normal.
- c. La buena calidad de servicio al cliente afecta de manera positiva los resultados de la situación económica y financiera de la empresa de la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L. de Huánuco.

### 1.7 VARIABLES, DIMENSIONES E INDICADORES

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
VARIABLE INDEPENDIENTE  SERVICIO AL CLIENTE	Fiabilidad  Características del personal  Elementos tangibles  Ofertas	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Prestación de servicio.</li> <li>➤ Solución de problemas.</li> <li>➤ Servicios sin errores.</li> <li>➤ Trato cordial.</li> <li>➤ Atención personalizada.</li> <li>➤ Profesionalidad.</li> <li>➤ Nivel de confort</li> <li>➤ Seguridad.</li> </ul>
VARIABLE DEPENDIENTE  SITUACIÓN FINANCIERA Y ECONOMICA	Estado de situación financiera.  Estado de resultados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Razón de liquidez.</li> <li>➤ Capital de trabajo.</li> <li>➤ Rentabilidad económica.</li> </ul>

## CAPITULO II

### MARCO TEÓRICO

#### 2.1 ANTECEDENTES DE ESTUDIOS REALIZADOS

Se realizó un monitoreo a nivel nacional para ver si existen estudios afines a la presente investigación, encontrándose los siguientes antecedentes:

- ❖ Rodríguez, M. (2010). En su trabajo de investigación titulado: *"Calidad en el Servicio de Atención al Cliente en una Empresa Química Industrial"* Universidad Veracruzana de Minatitlán.

**Concluye:** Se puede consumir este trabajo, mencionando algo nada espectacular en qué todos sabemos que la calidad en el servicio a los clientes es indispensable y es necesario medirla, ya que lo que no se puede medir, no se puede controlar, también es imprescindible recalcar que la calidad si bien no es fácil obtenerla tampoco es difícil, y que ciertamente el no tenerla es pérdida cuantiosa de dinero, y obviamente esto va en contra de los objetivos de cualquier organización y afectando el patrimonio de la empresa.

Se puede finalizar este trabajo haciendo algunas observaciones sobre el procedimiento de aplicación utilizado en Cydsa para la evaluación del servicio al cliente, que en juicio están bien elaborados, pero que sin embargo podrían tener algunas áreas de mejora:

Los cuestionarios se aplican actualmente de forma anual, lo cual parece que es un tiempo muy espaciado, por tanto se sugiere realizarlas cada mes para evitar acumular problemas y detectarlos a tiempo de forma rápida y oportuna, cumpliendo con los lineamientos de la mejora continua.

Aplicarlos de una forma personal, ya que en dos departamentos (compras, llenado y embarques) se envían por e-mail y esto no permite tener un control de respuesta. Además, en el departamento de producción son aplicados cada vez que se realizan cursos de calidad, lo cual no permite medir de forma constante las evaluaciones. Los jefes de departamento deben tomar conciencia en para fomentar la ética y profesionalismo en el momento de contestar los cuestionarios, para evitar el involucramiento de motivos personales que solo distorsionan las respuestas.

- ❖ **Moya, M.** (2004). En su trabajo de investigación titulado: *"Modelo de Servicio de Atención al Cliente con Apoyo Tecnológico"* Universidad de Chile.

**Concluye:** En la actualidad con los cambios vertiginosos que día a día se viven, la gran competitividad y la globalización de los mercados, las exigencias de los clientes por mejores productos y servicios van en constante aumento lo que junto con el crecimiento de las empresas, hace que esta relación casi familiar de la empresa-cliente se haya perdido o se haga cada vez más difícil o utópica. (...)

Lo relevante de todo esto es que la atención de la empresa debe estar centrada finalmente en el cliente, en como satisfacerlo y retenerlo. Es en este "cómo", donde la Tecnologías de Información e Internet, juegan un papel importantísimo ya que constituyen la herramienta para lograr este objetivo. Obviamente este camino debe ser evaluado y para ello se ha presentado un cuestionario que permite de manera global diagnosticar si la empresa está manejando cada uno de estos componentes y sus relaciones. El punto central de esta investigación es entregar las pautas generales, para que de acuerdo a las características particulares de cada empresa, pueda evaluar su situación y de esta manera pueda entregar una atención al cliente de la calidad que ellos esperan recibir.

- ❖ Illia, Y. (2007). En su trabajo de investigación titulado: *"Propuesta para la Implementación del Sistema de Calidad ISO 9001 y su relación con la Gestión Estratégica por indicadores Balanced Scorecard Aplicado un operador logístico"* Universidad Católica del Perú.

**Concluye:** Con la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad, la certificación traerá en la empresa una serie de beneficios entre los cuales pueden mencionarse: Estandarización de procesos. Se tendrán todos los procesos documentados y estandarizados, se contarán con procedimientos de trabajo y manuales, además de llevar un control parejo sobre el funcionamiento de los mismos.

Incremento de la productividad. En esta empresa de servicio, la productividad se mide por el tiempo de entrega del pedido, al reducirse éste, se está reduciendo el tiempo de procesamiento del pedido que originado por diferentes factores como el personal, el método, el control sobre los procesos logísticos, hacen que la productividad se incremente. Promoción de la mejora continúa; a través de un mejor manejo de los recursos mediante el control de los indicadores, los índices establecidos originalmente pueden ser restablecidos, fijándose metas continuamente en pro de la mejora continua, manteniendo un control sobre los índices de reclamos, costos de re-despachos. Incremento de la confianza de clientes internos y externos; motivando a través de la Certificación el ingreso de nuevos clientes y nuevos proveedores por la garantía de un servicio que cumple con estándares de Calidad. No sólo asegurando la permanencia de la empresa en el mercado sino sobresaliendo entre las empresas del sector. Incrementando la confianza en el cumplimiento de los requisitos para la calidad, se asegura la continuidad en la satisfacción de los clientes. La toma de decisiones se cuenta con indicadores de medición de procesos en tiempo real, las gerencias pueden contar con información mucho más precisa para de esta manera, lograr una mejor toma de decisiones.

- ❖ Pérez, V. (2006: 26-29). *“Calidad Total en la Atención al Cliente”*. España. Ideas Propias.

**Sostiene:** Todo sistema de calidad en la atención al cliente se implanta para asegurar que se cumplan las políticas de calidad total de la organización y debe tener en cuenta el servicio que se va a suministrar al cliente y el proceso de entrega del servicio al cliente (...). Esta retroalimentación viene proporcionada por los proveedores, por los clientes, por los controles de calidad y por las auditorías de calidad de servicio. Además, para lograr la calidad en la atención al cliente se debe tener en cuenta la prestación que busca el cliente y la experiencia que vive en el momento que hace uso del servicio. Una de las claves que asegura una buena calidad en el servicio consiste en satisfacer o sobrepasar las expectativas que tienen los clientes respecto a la organización, enfatizando la determinación de cuál es el problema que el cliente espera que le resuelvan y cuál es el nivel de bienestar que espera que le proporcionen. (Pérez, 2006, pg. 29).

- ❖ **Fernández, A.** (2000). *“Calidad en las empresas de Servicios”*. Asturias. Instituto del Fomento Regional

**Comenta:** Que “toda la empresa está o debería dedicarse al servicio del cliente, convirtiendo este concepto en sinónimo de la calidad total, pero en realidad el consumidor de nuestros productos o servicios no puede apreciar, ni por otra parte le interesa, lo que ocurre en el interior de nuestro establecimiento. Podemos tener unos procesos de producción impecables y fallar en entrega de los artículos o viceversa. En realidad el cliente sólo puede juzgarnos en el momento en que toma contacto con algo de nuestra empresa. Solamente este

momento le interesa y justamente estas situaciones son las que vamos a incluir en el amplio concepto de "servicio al cliente": cuando se produce un contacto físico de la empresa con el cliente" (Fernández, 2000, pg. 21).

## 2.2 BASES TEÓRICAS

### EL SERVICIO A LOS CLIENTES

**Según Stanton, Etzel & Walker.** (2000: Pág. 6). "Calidad Total en los Clientes", definen los servicios "como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades".

En la Norma ISO 9000:2000 comenta que "un servicio es el resultado de llevar a cabo necesariamente al menos una actividad en la interfaz entre el proveedor y el cliente, generalmente es intangible. La prestación de un servicio puede implicar, por ejemplo:

- ❖ Una actividad realizada sobre un producto tangible suministrado por el cliente (por ejemplo, reparación de un automóvil).
- ❖ Una actividad realizada sobre un producto intangible suministrado por el cliente (por ejemplo, la declaración de ingresos necesaria para preparar la devolución de los impuestos)
- ❖ La entrega de un producto intangible (por ejemplo, la entrega de información en el contexto de la transmisión de conocimiento)

- ❖ La creación de una ambientación para el cliente (por ejemplo, en hoteles y restaurantes)". En resumen el servicio es el conjunto de actividades que se relacionan entre si y de actitudes que se diseñan para satisfacer las necesidades de los usuarios, el servicio viene del verbo servir que se encuentra el encontrarse a disposición del otro, también el servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a una o más necesidades de un cliente.
  
- ❖ Se define un marco en donde las actividades se desarrollarán con la idea de fijar una expectativa en el resultado de éstas La presentación de un servicio no resulta en posesión, y así es como un servicio se diferencia de proveer un bien físico. Al proveer algún nivel de habilidad, ingenio y experiencia, los proveedores de un servicio participan en una economía sin las restricciones de llevar inventario pesado o preocuparse por voluminosas materias primas. Por otro lado, su inversión en experiencia requiere constante inversión en mercadotecnia y actualización de cara a la competencia, la cual tiene igualmente pocas restricciones físicas.

## **CARACTERISTICAS DEL SERVICIO**

La característica básica de los servicios, consiste en que estos no pueden verse, probarse, sentirse, oírse ni olerse antes de la compra.

**Berry, Bennet& Brown (2003).** Detallan que el servicio tiene cuatro características:



a) Intangibilidad. Los servicios son intangibles. Al contrario de los artículos, no se le puede tocar, probar, oler o ver. Los consumidores que van a comprar servicios, generalmente no tienen nada tangible que colocar en la bolsa de la compra. Cosas tangibles como las tarjetas de

Crédito plásticas o los cheques pueden representar el servicio, pero no son el servicio en sí mismas.

b) Heterogeneidad. Los servicios varían. Al tratarse de una actuación normalmente llevada a cabo por seres humanos – los servicios son difíciles de generalizar, incluso los cajeros más corteses y competentes pueden tener días malos por muchas razones, e inadvertidamente pasar malas vibraciones al cliente o cometer errores.

c) Inseparabilidad de producción y consumo. Un servicio generalmente se consume mientras se realiza, con el cliente implicado a menudo en el proceso. Una deliciosa comida de restaurante puede estropearla un servicio lento o malhumorado, y una transacción financiera rutinaria puede echarse a perder por una cola de espera inacabable o un personal sin preparación.

d) Caducidad. La mayoría de los servicios no se pueden almacenar. Si un servicio no se usa cuando está disponible, la capacidad del servicio se pierde. (p.25).

Esta característica dificulta una serie de acciones que pudieran ser deseables de hacer: los servicios no se pueden inventariar ni patentar, explicados o representados fácilmente, etc., o incluso medir su calidad antes de la prestación.

Intangibles: no se conoce su calidad y resultado hasta que se recibe, no se pueden sentir, percibir, oler y oírse. Esta es la característica más básica de los servicios. Consiste en que estos no pueden verse, probarse, sentirse, oírse, ni olerse antes de la compra. Esta característica dificulta una serie de acciones que pudieran ser deseables de hacer: los servicios no se pueden inventariar ni patentar, ser explicados o representados fácilmente, etc. incluso medir su calidad antes de la prestación.

- Simultaneidad: se consumen en el mismo momento en que se producen.
- Personales: lo que genera que ningún servicio prestado es exactamente igual, depende de su emisor como de su receptor, y de las necesidades de cada uno, el servicio no siempre es diferente conforme se encuentre el estado de la persona que lo percibe o la que se dirige.
- Intransferibles: un servicio prestado no permite ser transferido a otro.

- Heterogeneidad (o variedad): Dos servicios similares nunca serán idénticos o iguales. Esto por varios motivos: Las entregas de un mismo servicio son realizadas por diferentes personas a otras personas, en momentos y lugares distintos. Cambiando uno solo de estos factores, el servicio ya no es el mismo, incluso cambiando sólo el estado de ánimo de la persona que entrega o la que recibe el servicio. Por esto es necesario prestar atención a las personas que prestarán los servicios a nombre de la empresa.
  
- Inseparabilidad: En la producción y el consumo son parcial o totalmente simultáneos. A estas funciones muchas veces se puede agregar la función de venta. Esta inseparabilidad también se da con la persona que presta el servicio. No se pueden separar los servicios de los mismos servicios. En los servicios la producción y el consumo son parcial o totalmente simultáneos. A estas funciones muchas veces se puede agregar la función de venta. Esta inseparabilidad también se da con la persona que presta el servicio.

## **LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE**

### **Definición**

De acuerdo a lo señalado por Rey, M. (1999). Comenta que” el análisis de este concepto lo iniciamos con el desglose de los dos elementos que lo integran: calidad y servicio. Entendemos necesario, sin

embargo, realizar algunas matizaciones al término calidad que nos ayudaran en nuestro propósito.

Para proceder a su definición hay que señalar inicialmente la diferencia entre calidad percibida y calidad objetiva. La primera es juicio del consumidor sobre la excelencia o superioridad de un producto o marca sobre otros desde una óptica global. Es una actitud relacionada pero no equivalente a la satisfacción y resulta de la comparación de las expectativas con la percepción de desempeño, por su parte, la calidad objetiva se refiere a la superioridad medible y verificable de un producto o servicio sobre otro, tomando como base algún estándar preestablecido.

Suele relacionarse con conceptos usados para describir la superioridad técnica de un producto. De la dualidad planteada, será la calidad percibida el objeto de nuestro estudio". (p.25).

Considerando los anteriores conceptos, podemos decir que cuando hablamos de servicio al cliente nos referimos al conjunto de servicios y/o productos que una empresa, marca o institución le ofrece a una persona interesada en adquirirlos, con el interés completo de generar una relación directa con los consumidores y clientes, que les permita conocer sus necesidades y sus expectativas, de tal manera que la empresa puede satisfacerlos y superar las expectativas que ellos tienen.

## Características

Larrea, P. (1991) comenta acerca de las características que tiene la calidad del servicio al cliente.

Conocimiento de las necesidades y expectativas del cliente. Antes de diseñar cualquier política de atención al cliente es necesario Conocer a profundidad las necesidades de los diferentes segmentos de clientes para poder satisfacer sus expectativas.

- Flexibilidad y mejora continua, Las empresas han de estar preparadas para adaptarse a posibles cambios en su sector y a las necesidades crecientes de los clientes. Para ello, el personal que está en contacto directo con el cliente a detener la formación y capacitación adecuadas para tomar decisiones y satisfacer las necesidades de los clientes incluso en los casos más inverosímiles.
- Orientación al trabajo y al cliente, Los trabajos que implican atención directa al cliente integran dos componentes: el técnico propio del trabajo desempeñado y el humano, derivado del trato directo con personas.
- Plantearse como meta de la atención al cliente la fidelización, Considerando que la satisfacción del consumidor es el objetivo final de cualquier empresa, es necesario conocer las características que ésta presenta.

- Es subjetiva. Al cliente le mueven las razones y las emociones al mismo tiempo, por lo que la atención al cliente a de ser cerebral y emocional.
- Es una variable compleja difícilmente medible dada su subjetividad.
- No es fácilmente modificable, Para conseguir un cambio de actitud en un cliente son necesarias sucesivas experiencias que el cliente perciba como exitosas.
- El cliente no necesariamente se siente satisfecho por una buena relación calidad/precio.

La dirección debe segmentar a los clientes para poder lograr la satisfacción de los mismos. No todos los clientes son iguales, ya que cada uno llega al mercado motivado por unas necesidades diferentes, por lo que hemos de ofertar a cada grupo homogéneo de clientes lo que desea y necesita.

La satisfacción de un cliente no está exclusivamente determinada por factores humanos. Es un error pensar que la gestión de la atención al cliente debe centrarse de forma exclusiva en el componente humano de la venta, ya que toda venta personal está integrada en un contexto comercial cuyos componentes físicos deben ayudar a ofrecer un mayor y mejor servicio al cliente. (p.41).

## LA SITUACIÓN FINANCIERA

La situación financiera es la representación en moneda del valor de la empresa o sea la valuación de la empresa, a través de la unidad de medida que se denomina dinero. A través de la valuación de la empresa con la moneda, nos situamos en la posición de poder analizar los factores determinantes que nos indicaran si la situación financiera de la empresa, es buena o mala. De ahí desprendemos las siguientes situaciones que nos representan la condición patrimonial a corto y largo plazo. **“Once Conferencias de Contabilidad”, Ricardo Mora Montes.**

Un sistema financiero estable es aquel en el que los intermediarios, los proveedores y los clientes de mercado facilitan un flujo suavizado de liquidez. Haciendo esto, contribuyen a promover el crecimiento de la actividad económica.

La Situación financiera está en un rango de estabilidad cuando es capaz de facilitar (en lugar de impedir) el desempeño de una economía, y de disipar desequilibrios financieros que surgen en forma endógena o como resultado de serios eventos adversos no anticipados. **Situaciones Financieras Schinasi (2004, p. 8)**

**Definición:**El significado de las palabras que la componen para poder llegar a establecer la definición correspondiente y en este aspecto nos dicen la Enciclopedia Académica de la U.T.EH.A.

**Situación:** (de situar) – Acción y efecto de situar. Disposición de una cosa respecto del lugar que ocupa. Estado o constitución de las cosas o personas.

**Finanzas:** Hacienda, negocios, banca, asuntos económicos; el fisco, el erario perteneciente o relativo a la hacienda pública, a las cuestiones bancarias y bursátiles o las grandes negocios mercantiles.

Los recursos que maneja una empresa pueden provenir de dos fuentes distintas: de los propietarios o de personas ajenas a la empresa misma, por lo tanto es conveniente estudiar y analizar la proporción que guardan entre sí estas dos fuentes de recursos, ya que el equilibrio de la situación financiera de una compañía depende de la proporcionalidad de sus elementos integrantes.

La estabilidad financiera se refiere a cuantificar la proporción que la empresa ha sido financiada por medio de pasivos y con qué efectividad está utilizando sus recursos.

Nos permite conocer con qué grado de eficiencia la empresa emplea los recursos que tiene a su disposición. Los factores que influyen en la estabilidad financiera de una compañía son los siguientes:

## **ANALISIS DE RENTABILIDAD**

### **CONCEPTUALIZACIÓN DE RENTABILIDAD**

Según Sánchez, B. (2000) opina que la rentabilidad es una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan unos



medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener unos resultados. En la literatura económica, aunque el término rentabilidad se utiliza de forma muy variada y son muchas las aproximaciones doctrinales que inciden en una u otra faceta de la misma, en sentido general se denomina rentabilidad a la medida del rendimiento que en un determinado periodo de tiempo producen los capitales utilizados en el mismo.

Esto supone la comparación entre la renta generada y los medios utilizados para obtenerla con el fin de permitir la elección entre alternativas o juzgar la eficiencia de las acciones realizadas, según que el análisis realizado sea a priori o a posteriori. (p.4)

Por otro lado para Bravo S. (2002) el índice de rentabilidad económica a de medir el retorno que proporciona el negocio independientemente de cómo ha sido financiado éste, mientras el índice de rentabilidad financiera a de medir el retorno de los accionistas después del pago de la deuda. En ambos casos, algo importante por tener en cuenta es que ulteriormente lo que genera el negocio se transforma en utilidad y ésta es la ganancia que tendrá el negocio, punto de vista económico o el accionista punto de vista financiero. Las utilidades son lo que finalmente interesa porque se convertirán en dividendos (ganancia de liquidez inmediata). (p.35).

En conclusión con las ideas señaladas de ambos autores y teniendo en cuenta que el objetivo de toda empresa es maximizar el rendimiento

para sus propietarios, la rentabilidad más interesante para el inversor es la rentabilidad financiera, puesto que nos compara el beneficio que queda para el propietario con los recursos financieros arriesgados por el mismo. Una rentabilidad financiera inferior o poco superior, a la que podría obtenerse en el mercado financiero, cierra las posibilidades de expansión de la empresa, pues no habría inversores dispuestos a invertir sus fondos en la misma, debido a que el riesgo que asumen sería mayor que la rentabilidad percibida.

La rentabilidad económica coincidirá con la rentabilidad financiera cuando la empresa se financie únicamente con fondos propios. De la misma forma que la rentabilidad económica, la rentabilidad financiera se puede descomponer como producto de diversos factores, con la particularidad de que entre los mismos podemos incluir a la rentabilidad económica. No obstante, si se quiere introducir como factor la rentabilidad económica, la descomposición de la rentabilidad financiera no sólo dependerá de cómo se ha definido el propio indicador que se descompone, sino también de cómo se haya definido la propia rentabilidad económica.

## **LA RENTABILIDAD FINANCIERA**

**De Acuerdo a lo señalado por Bravo Orellana (2008);** La rentabilidad financiera o de los fondos propios, denominada en la literatura anglosajona *returnonequity* (ROE), es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento obtenido por esos

capitales propios, generalmente con independencia de la distribución del resultado. La rentabilidad financiera puede considerarse así una medida de rentabilidad más cercana a los accionistas o propietarios que la rentabilidad económica, y de ahí que teóricamente, y según la opinión más extendida, sea el indicador de rentabilidad que los directivos buscan maximizar en interés de los propietarios.

En este sentido, la rentabilidad financiera debería estar en consonancia con lo que el inversor puede obtener en el mercado más una prima de riesgo como accionista.

Sin embargo, esto admite ciertas matizaciones, puesto que la rentabilidad financiera sigue siendo una rentabilidad referida a la empresa y no al accionista, ya que aunque los fondos propios representen la participación de los socios en la empresa, en sentido estricto el cálculo de la rentabilidad del accionista debería realizarse incluyendo en el numerador magnitudes tales como beneficio distribuible, dividendos, variación de las cotizaciones, etc., y en el denominador la inversión que corresponde a esa remuneración, lo que no es el caso de la rentabilidad financiera, que, por tanto, es una rentabilidad de la empresa.

## **CONCEPTUALIZACION DE LA RENTABILIDAD ECONÓMICA**

Ballesta define a la rentabilidad económica o de la inversión es una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación de los mismos. De aquí que, según la opinión más extendida, la rentabilidad

económica sea considerada como una medida de la capacidad de los activos de una empresa para generar valor con independencia de cómo han sido financiados, lo que permite la comparación de la rentabilidad entre empresas sin que la diferencia en las distintas estructuras financieras, puesta de manifiesto en el pago de intereses, afecte al valor de la rentabilidad.

La rentabilidad económica se erige así en indicador básico para juzgar la eficiencia en la gestión empresarial, pues es precisamente el comportamiento de los activos, con independencia de su financiación, el que determina con carácter general que una empresa sea o no rentable en términos económicos. Además, el no tener en cuenta la forma en que han sido financiados los activos permitirá determinar si una empresa no rentable lo es por problemas en el desarrollo de su actividad económica o por una deficiente política de financiación.

### **El Flujo de Efectivo**

El Flujo de Efectivo llamado también Presupuesto de Caja o Cash Flow, es una proyección de entradas y salidas de efectivo de una empresa, útil para estimar sus requerimientos de efectivo a corto plazo. La empresa presta particular atención a la planeación del excedente y déficit de efectivo. Una empresa que espera un excedente de efectivo puede planear inversiones a corto plazo (Valores Negociables), mientras que la que espera déficit de efectivo debe obtener financiamiento a corto plazo (Documentos por Pagos). El presupuesto de caja le ofrece al

Administrador Financiero una visión clara del ritmo de las entradas y salidas de efectivo esperadas de la empresa en un período determinado. Es común que el presupuesto de caja sea diseñado para abarcar un período de un año, aunque cualquier período sería aceptable. El período cubierto se divide normalmente en intervalos más breves. El número y tipo de intervalos depende de la naturaleza de la empresa. Cuanto más estacionales e inciertos sean los flujos de efectivo de una compañía, mayor será el número de intervalos. Puesto que muchas empresas disponen de un patrón estacional de flujo de efectivo, se acostumbra presentar el presupuesto de caja sobre una base mensual. No obstante, las empresas con patrones estables de flujo de efectivo pueden aplicar intervalos trimestrales o anuales. Los presupuestos de caja que cubren períodos mayores de un año suelen contar con pocos intervalos, debido a la dificultad e incertidumbre en los pronósticos de ventas y conceptos de efectivo afines.

### **Ingresos en Efectivo**

Los ingresos en efectivo incluyen todos los flujos positivos de efectivo de una empresa de un período financiero dado. Los componentes más comunes de los ingresos en efectivo son ventas en efectivo, cobranza de cuentas pendientes y otras entradas en efectivo.

### **Egresos en Efectivo**

Los egresos en efectivo incluyen todos los egresos de efectivo de la empresa durante un período financiero dado. Los egresos en efectivo más comunes son:

## RATIO, ÍNDICES O RAZONES FINANCIEROS

Conocidos también como ratios o indicadores económicos financieros, son cocientes numéricos que miden la relación que existe entre determinadas cuentas de los estados financieros.

Estos índices nos permiten evaluar la situación financiera de las empresas por analizar.

### a. RATIO DE LIQUIDEZ GENERAL O RAZÓN CORRIENTE

**Liquidez general:** Cuyo objetivo es establecer la capacidad de pago de las obligaciones corrientes, utilizando sus propios recursos en un plazo determinado. Paralelamente permite medir las variaciones producidas por el capital de trabajo (cuando se tiene estados comparativos).

$$\text{Liquidez General} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

**Prueba defensiva o liquidez absoluta:** Permite establecer la capacidad de pago de las obligaciones corrientes de las empresas con sus recursos corrientes integrados únicamente por el efectivo y por las cuentas por cobrar. En esta relación no se consideran los inventarios, los gastos anticipados.

$$\text{Prueba Defensiva} = \frac{\text{Efectivo y Equivalente de Efectivo}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

**Ratio de capital de trabajo:** La administración del capital de trabajo tiene como objetivo manejar cada uno de los elementos de los

activos y pasivos circulantes, basándose en la correcta administración de dichos componentes. **Según Eimyn Rizo Lorenzo**

$$\text{Capital de Trabajo} = \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente}$$

#### **b. RATIO, INDICE O RAZONES DE SOLVENCIA**

La Razón de Endeudamiento mide la intensidad de toda la deuda de la empresa con relación a sus fondos, mide el porcentaje de fondos totales proporcionado por los acreedores.

$$\text{Endeudamiento Total} = \frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo total}}$$

#### **c. ANÁLISIS DE LOS RATIOS DE RENTABILIDAD**

La rentabilidad es la capacidad de producir o generar un beneficio adicional sobre la inversión o esfuerzo realizado. El concepto de rentabilidad puede hacer referencia.

##### **Ratio de rentabilidad del Activo Total**

Esta rentabilidad, utilizada frecuentemente en la comparación de resultados de las entidades que resulta de dividir los resultados antes de impuestos por el activo total medio que en algunas publicaciones se denomina balance total medio.

$$\text{R.O.A} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}}$$

### **Rentabilidad Neta sobre Ventas**

Este indicador, conocido también como el ratio de rentabilidad de las ventas, mide la eficiencia de la elaboración y distribución que alcanza una empresa durante sus operaciones. Se calcula dividiendo el resultado o utilidad bruta del negocio por el monto total de ventas.

$$\frac{\textit{Utilidad Neta}}{\textit{Ventas}}$$

### **Rentabilidad sobre los capitales propios**

Ratio que mide la rentabilidad de los capitales propios invertidos en la empresa en relación con el beneficio neto obtenido.

$$\frac{\textit{Utilidad neta}}{\textit{Patrimonio neto}}$$



# CAPITULO III

## MARCO METODOLÓGICO

### 3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

#### 3.1.1 Tipo de investigación

Por el tipo de investigación, el presente estudio reúne las condiciones metodológicas de una investigación de tipo "**Aplicada**"; conocida como práctica o empírica y que por su profundidad responde a dos estudios que son: estudio **Correlacional**: Porque mide el grado de correlación entre las variables estudiadas (Independiente –Dependiente). Y **Transversal**: Es un tipo temporal, que mide a la vez la prevalencia de la exposición y del efecto en una muestra poblacional en un solo momento y proporcionan estimadores de prevalencia.

En el presente trabajo de investigación se encuentra circunscrito dentro del enfoque cuantitativo porque permite examinar los datos de manera científica, o más específicamente en forma numérica, generalmente con ayuda de herramientas del campo de la estadística y del enfoque cualitativo porque se realiza un análisis del comportamiento humano y las razones de los diferentes aspectos de tal comportamiento de los clientes. (Según Roberto Hernández Sampieri).

### 3.2 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

El método es el modo de conducir una investigación, el cual puede encerrar una serie de procedimientos (Según Fernando Hernández). En la presente investigación se aplicará los métodos:

**Método Analítico:** El método analítico consiste en la separación de las partes de un todo para estudiarlas en forma individual, por separado, así como las relaciones que las une. Método que va de lo compuesto a lo simple. **Según el Muñoz Razo**

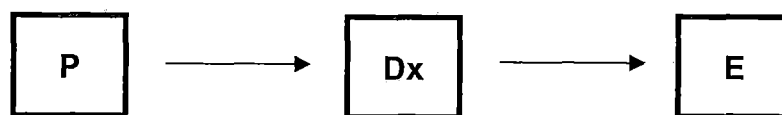
**Método comparativo:** El método comparativo es un procedimiento de búsqueda sistemática de similitudes léxicas y fonéticas en las lenguas con el objeto de estudiar su parentesco y eventualmente reconstruir la investigación.

**Método deductivo.** Será utilizado teniendo en cuenta su carácter integracional y dialéctico de la inducción – deducción al proponer la hipótesis del conjunto de datos empíricos que constituirán la investigación.

### 3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de investigación corresponde a la Investigación **Descriptivo– Correlacional** (Según Roberto Hernández Sampieri), porque los hechos, variables ya ocurrieron y se observa la relación entre estas en su contexto natural y las asociaciones entre variables nos dan pistas para suponer influencias y relaciones causa-efecto.

El esquema desarrollado fue el siguiente:



LEYENDA DEL ESQUEMA	
P:	Diagnóstico de la realidad
Dx	Estudios teóricos
E	Resultados

### 3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

#### 3.4.1 Población.

La población estuvo constituida por un promedio de 78 usuarios que acuden mensualmente a la empresa constructora "AZD Architecture Desing E.I.R.L."

**NUMERO PROMEDIO DE USUARIOSQUE ACUDIERON EN LA EMPRESA CONSTRUCTORA AZD. Marco Poblacional:**

MESES	USUARIOS	PROMEDIO MENSUAL
JULIO	48	78
AGOSTO	55	
SETIEMBRE	71	
OCTUBRE	104	
NOVIEMBRE	85	
DICEIMBRE	106	
<b>TOTAL</b>	<b>469</b>	

#### 3.4.2 Muestra.

Para la investigación se ha tomado como muestra **probabilística a50 usuarios** de la empresa constructora como parte del problema latente y presente, a interés de los investigadores. Para la selección de la muestra se utilizó la técnica del **muestreo aleatorio simple**.

Se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{E^2(N-1) + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

DONDE:

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza 95% =1,96=2

N= Población = 78

P= Probabilidad de éxito = 90%

Q= Probabilidad de no éxito = 10%

E= Error a aceptar = 5%

Dando valores tenemos:

n= ?

Z= 1.96

N= 78Usuarios

P= 0.90

Q= 0.10

E= 0.05

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.90) (0.10) (78)}{(0.05)^2 (78-1) + (1.96)^2 (0.90) (0.10)}$$

$$n = \frac{26.9680}{0.5382}$$

**n = 50**

La muestra en estudio está conformada por 50 usuarios que acuden a la empresa constructora "AZD Architecture Desing E.I.R.L." del distrito de Huanuco-2014.

### 3.5 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN Y TRATAMIENTO DE DATOS

#### Técnicas De recolección

- a) **La encuesta:** Permitirá la exploración, indagación y recolección de datos mediante preguntas formuladas a los sujetos que constituyen la unidad de análisis.
- b) **Fichaje:** Se utilizara el fichaje para registrar y ordenar los datos que se obtendrán en el desarrollo de la investigación, para lo cual se utilizaran las fichas tanto de información bibliográfica como de campo.

#### Técnica De procesamiento

##### a. Análisis Horizontal

Muestra el aumento o disminución expresado tanto en cifras absolutas como en porcentajes de cada una de las partidas de los Estados Financieros.

##### b. Análisis Vertical

Consiste en trabajar en base 100 o porcentajes integrados porque, se toma como referencia las partidas más importantes de los Estados Financieros.

##### c. Ratios Financieros

Para el procesamiento de datos, así como para la presentación de los resultados.

### 3.6. INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, FUENTES

Los instrumentos de recolección de datos nos permitió extraer información respecto a las variables de estudio, a través de ellos se sintetizará toda la labor previa a la investigación. Se resumió todos los aportes del marco teórico al seleccionar los datos que corresponden a los indicadores y, por lo tanto a las variables o conceptos utilizados.

#### **Instrumentos:**

##### ➤ **Fichas de investigación:**

Permitirá anexar los aspectos más importantes del contenido de un libro, de una revista o de un artículo periodístico tales como: conceptos, definiciones, comentarios, etc.

##### ➤ **Cuestionario:**

Se utilizará el cuestionario de preguntas cerradas de **tipo Likert** en el que se formularan interrogantes con límite el cual el entrevistado responderá en forma clara y precisa.

##### ➤ **Estados Financieros**

Aplicaremos como instrumentos de recolección de información principalmente el Balance General y el Estado de Ganancias y Pérdidas.

#### **Fuentes:**

- **Fuentes primarias.**- Con la finalidad de acopiar los datos que nos servirá para elaborar nuestro informe final, hemos programado visitas a la empresa "AZD Architecture Desing E.I.R.L.", que ha sido seleccionado como muestra intencional para la presente

investigación, en el cual se aplicó la técnica de la entrevista, encuesta y el análisis documental, previamente elaboradas para éste fin, luego se analizó y se evaluó todos los datos obtenidos en comparación a los objetivos e hipótesis planteados.

- **Fuentes Secundarias.**- La Información secundaria lo constituyen las referencias bibliográficas clasificadas como sigue: Bibliografía Básica: Conteniendo informaciones de Análisis de estados financieros, revistas electrónicas, Libros virtuales y buscadores electrónicos.

### **3.7 PROCESAMIENTO Y PRESENTACIÓN DE DATOS**

#### **Procesamiento de datos:**

Una vez obtenido las informaciones, a través de las encuestas y la entrevista realizada, se ha efectuado el análisis de los datos con el objeto de conocer si La calidad del servicio al cliente influye de manera significativa en los resultados financieros y económicos de la empresa AZD Architecture Desing E.I.R.L. de Huánuco, para ello se procedió a realizar el procesamiento de los datos para los cuales se utilizaron herramientas informáticas como: MS EXCEL y MS WORD, presentándose los datos en gráficos y cuadros de doble entrada, teniendo en cuenta las variables de la investigación.

**Presentación de datos:**

Luego de haber procesado la información y después de haber rescatado los datos más relevantes y significativos para dar luz a nuestra proposición hipotética, se hará la presentación de la información a nivel descriptivo, analítico y explicativo, con los datos recopilados durante la investigación para la elaboración del proyecto.

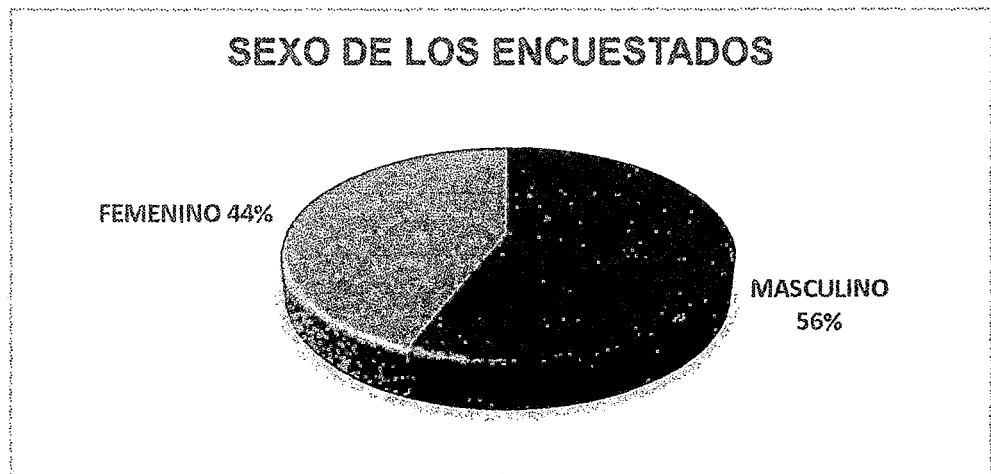


## IV RESULTADOS

### 4.1 RESULTADOS DE LA APLICACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.

LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE QUE BRINDA LA EMPRESA CONSTRUCTORA AZD ARCHITECTURE DESING E.I.R.L. DEL DISTRITO DE HUÁNUCO.

Para evaluar la calidad del servicio al cliente se utilizó una encuesta donde se aplicaron los factores que determinar el nivel de satisfacción de los clientes, para la encuesta se obtuvo una muestra de 50 clientes que usualmente acuden a la constructora AZD ARCHITECTUR DESING E.I.R.L. La encuesta fue aplicada y se encontró conformada por el 56% de sexo masculino 44% de sexo femenino.



#### 4.1.1 LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE Y LA PRESTACION DE SERVICIO AL CLIENTE.

##### Interrogante:

¿Qué tan satisfecho se encuentra Ud. con nuestra Calidad de prestación de servicio y la atención al Cliente?

**CUADRO N° 01**

ALTERNATIVA	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	22	44.00%
Satisfecho	17	34.00%
Ni satisfecho/Ni Insatisfecho	0	0.00%
Insatisfecho	9	18.00%
Total Insatisfecho	2	0.04%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L.

##### Interpretación:

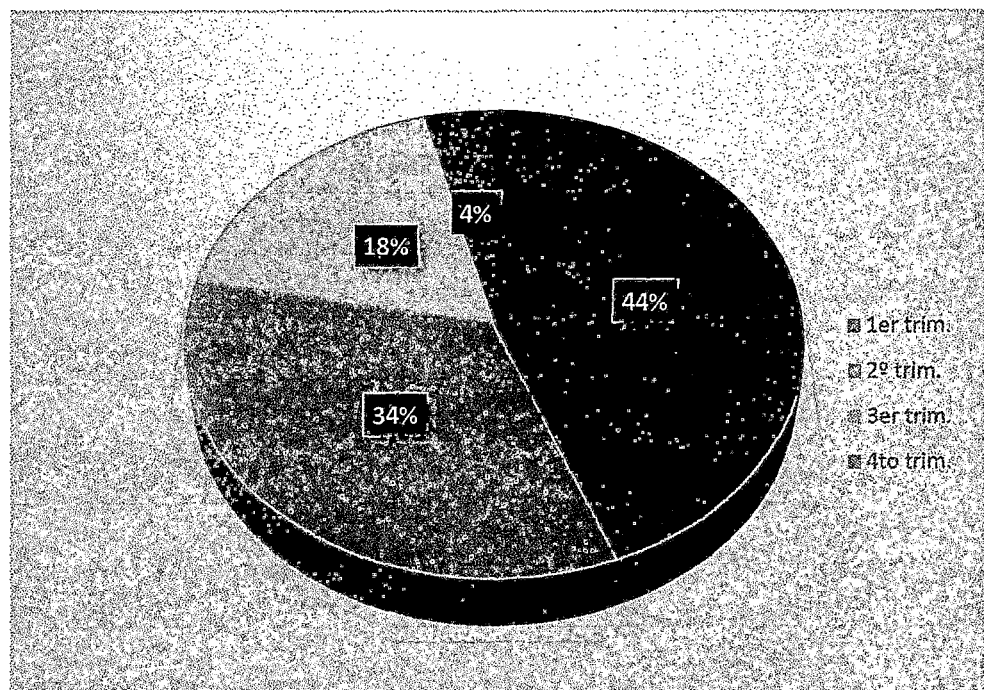
Del total de personal encuestado, 50 personas respondieron y se obtuvo los siguientes resultados:

- 22 estuvieron Muy satisfecho, sumando ellos el 44.00% del total de personas que intervinieron.
- 17 dijeron estar "Satisfecho", quienes alcanzaron el 34.00% del total encuestado.

- 0 Respondieron que no se siente Ni satisfecho/ Ni Insatisfecho con la prestación del Servicio.
- 9 dijeron "Insatisfecho", sumando ellos el 18.00% del total de personas que intervinieron.
- 2 dijeron "Total Insatisfecho", sumando ellos el 4.00% del total de personas que intervinieron.

Con relación al ítem anterior, observamos los resultados obtenidos y notamos claramente que el 44% del total de encuestados estuvieron Muy satisfecho. Al analizar el Nivel de satisfacción de nuestra calidad de servicio y atención al cliente.

**GRÁFICO N° 01**



#### 4.1.2 LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE Y LA CAPACIDAD PARA OFRECER ATENCION PERSONALIZADO.

##### Interrogante:

De nuestros diseños arquitectónicos¿el modelo de diseño personalizado para usted le satisfacio sus expectativas?

**CUADRO N° 02**

ALTERNATIVA	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	18	36.00%
Satisfecho	22	44.00%
Ni satisfecho/Ni Insatisfecho	3	6.00%
Insatisfecho	5	10.00%
Total Insatisfecho	2	4.00%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L.

##### Interpretación:

De todos los encuestados, 50 personas, se dieron como resultados los siguientes:

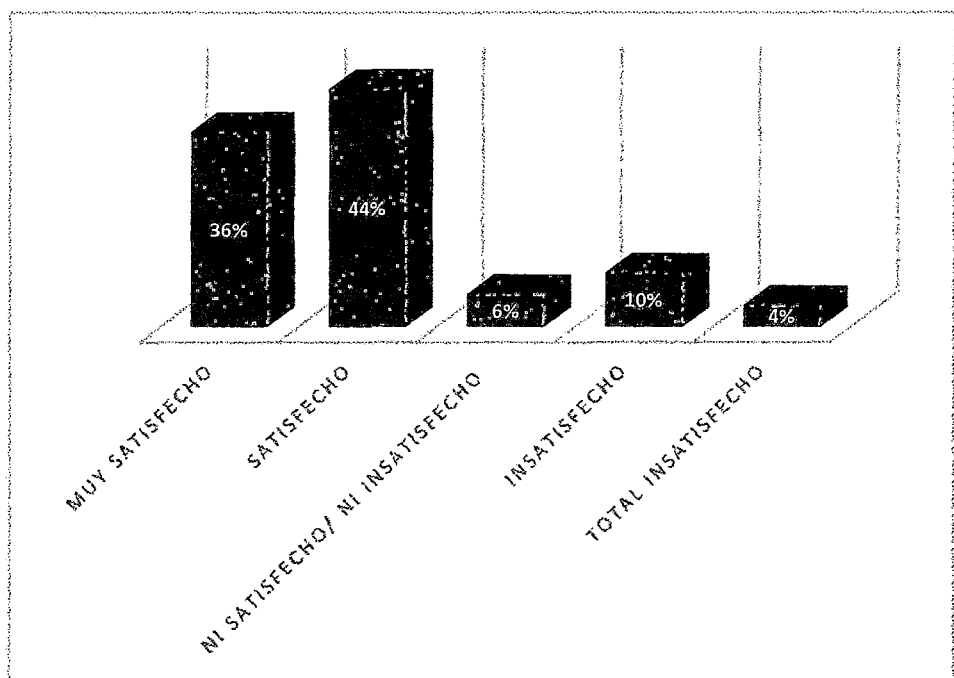
- 18 estuvieron Muy satisfecho, sumando ellos el 36.00% del total de personas que intervinieron.
- 22 dijeron estar "Satisfecho", quienes alcanzaron el 44.00% del total encuestado.
- 3 Respondieron que no se siente Ni satisfecho/ Ni Insatisfecho con la los diseños arquitectónicos personalizados.

- 5 dijeron “Insatisfecho”, sumando ellos el 10.00% del total de personas que intervinieron.
- 2 dijeron “Total Insatisfecho”, sumando ellos el 4.00% del total de personas que intervinieron.

Con respecto a la interrogante planteada, del total de 50 participantes, 18 adujeron que están Muy satisfecho de los diseños arquitectónicos personalizados y que solo 2 de 50 encuestados estaban insatisfecho.

### GRÁFICO N° 02

#### LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE Y LA CAPACIDAD PARA OFRECER ATENCION PERSONALIZADA.



#### 4.1.3 LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE Y EL TRATO CORDIAL.

##### Interrogante:

¿Se siente satisfecho usted con el trato cordial que le brinda el personal de recepción de la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L?

**CUADRO N° 03**

ALTERNATIVA	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Muy Satisfecho	12	24.00%
Satisfecho	15	30.00%
Ni satisfecho/Ni Insatisfecho	12	24.00%
Insatisfecho	8	16.00%
Total Insatisfecho	3	6.00%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L.

##### Interpretación:

De todos los encuestados, 50 personas, se dieron como resultados los siguientes:

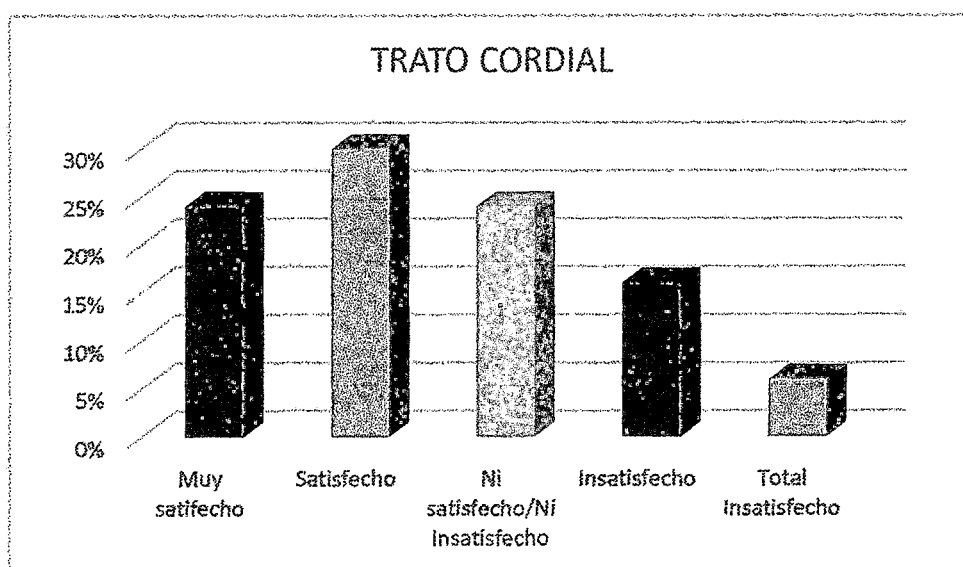
- 12 estuvieron Muy satisfecho, sumando ellos el 24.00% del total de personas que intervinieron.
- 15 dijeron estar "Satisfecho", quienes alcanzaron el 30.00% del total encuestado.

- 12 Respondieron que no se siente Ni satisfecho/ Ni Insatisfecho con la los diseños arquitectónicos personalizados.
- 8 dijeron "Insatisfecho", sumando ellos el 16.00% del total de personas que intervinieron.
- 3 dijeron "Total Insatisfecho", sumando ellos el 6.00% del total de personas que intervinieron

Con respecto a la interrogante planteada, del total de 50 participantes, 12 adujeron que están Muy satisfecho con el trato cordial q les brinda el personal de recepción y que solo 8 de 50 encuestados estaban insatisfecho. Lo que significa que hay un déficit en la atención.

### GRÁFICO N° 03

#### LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE Y EL TRATO CORDIAL.



#### 4.1.4 LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE Y LA ATENCIÓN PERSONALIZADA.

##### Interrogante:

¿Qué tan Bueno le parece a usted la atención personalizada que le brinda el arquitecto promotor de la empresa?

**CUADRO N° 04**

ALTERNATIVA	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Muy Bueno	10	20.00%
Bueno	13	26.00%
Ni Bueno/Ni Malo	15	30.00%
Malo	10	20.00%
Muy Malo	2	4.00%
TOTAL	50	100.00%

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L.

##### Interpretación:

De todos los encuestados, 50 personas, se dieron como resultados los siguientes:

- 10 estuvieron Muy Bueno, sumando ellos el 20.00% del total de personas que intervinieron.
- 13 dijeron estar "Bueno", quienes alcanzaron el 26.00% del total encuestado.
- 15 Respondieron que no se siente Ni Bueno/ Ni Malo, lo cual representa el 30% del total de encuestados.

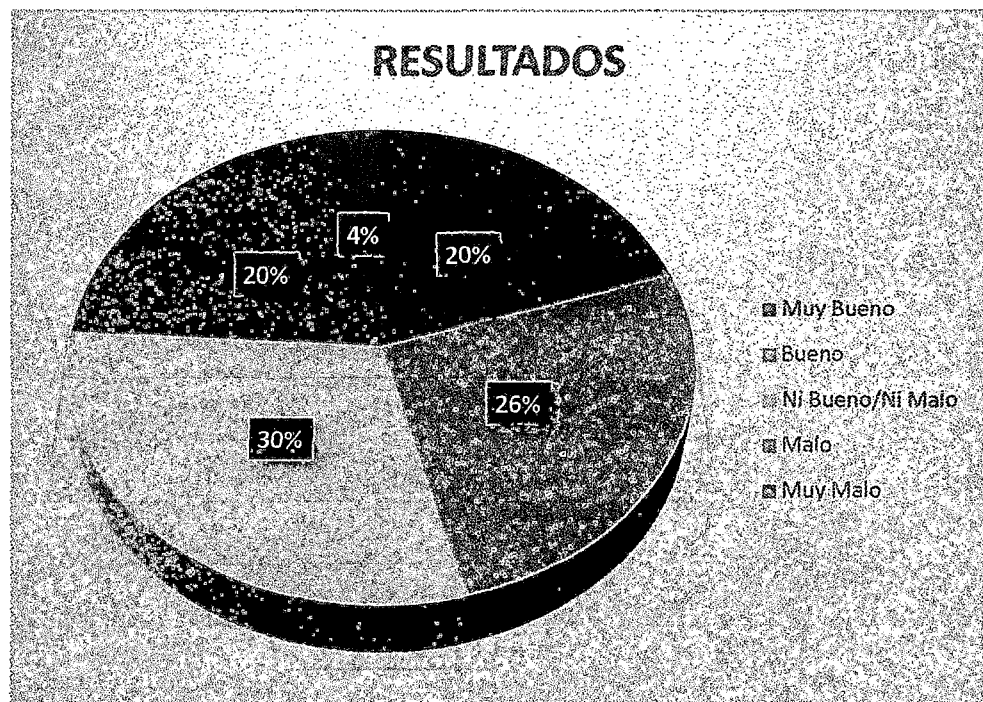


- 10 dijeron "Malo", sumando ellos el 20.00% del total de personas que intervinieron.
- 2 dijeron "Muy Malo", sumando ellos el 4.00% del total de personas que intervinieron.

Con respecto a la interrogante planteada, del 100% de participantes, el 20 % adujeron que está Muy Buena la atención personalizada por parte del arquitecto y que el 30% de los encuestados estaban Ni Bueno/ Ni Malo. Lo que significa que hay una gran incertidumbre en la atención personalizada.

#### GRAFICO N° 04

### LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE Y LA ATENCION PERSONALIZADA



#### 4.1.5 LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE Y LA PROFESIONALIDAD DEL PERSONAL.

##### Interrogante:

¿Cree Ud. Que en la práctica la profesionalidad del personal influye en la calidad del servicio en la empresa?

**CUADRO N°05**

ALTERNATIVA	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Completamente	27	54.00%
Medianamente	18	36.00%
No conoce	4	8.00%
No influye	1	2%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L.

##### Interpretación:

De todos los encuestados, 50 personas, se dieron como resultados los siguientes:

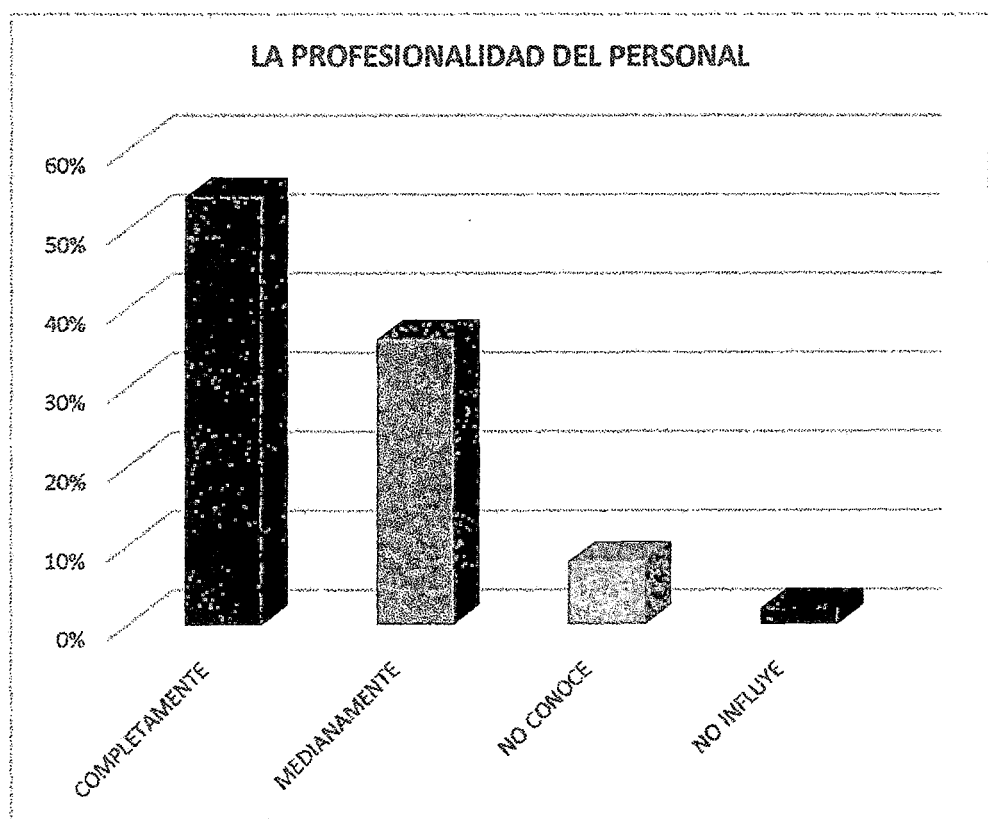
- 27 respondieron "completamente", los cuales alcanzaron el 54.00% del total.
- 18 respondieron "medianamente", siendo el 36.00%.
- 4 respondieron "no conoce", y fueron el 8.00% del total.
- 1 respondieron "no influye", y fueron el 2.00% del total

En este ítem de los resultados nos muestran que el 54% del 100% equivalente al 27 de 50 encuestados respondieron

completamente. La mayoría de las personas encuestadas están de acuerdo que en la práctica la profesionalidad del personal influye en la calidad del servicio de la empresa, trayendo consigo resultados negativos.

### GRÁFICO N° 05

#### LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE Y LA PROFESIONALIDAD DEL PERSONAL



#### 4.1.6 LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE Y LAS INSTALACIONES.

##### Interrogante:

¿Considera Ud. que las instalaciones de nuestra recepción influyen en la comodidad de nuestros servicios de calidad al cliente?

**CUADRO N° 06**

<b>ALTERNATIVA</b>	<b>TOTAL PARCIAL</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Si	32	64.00%
No	16	32.00%
No sabe / No opina	2	4.00%
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100.00%</b>

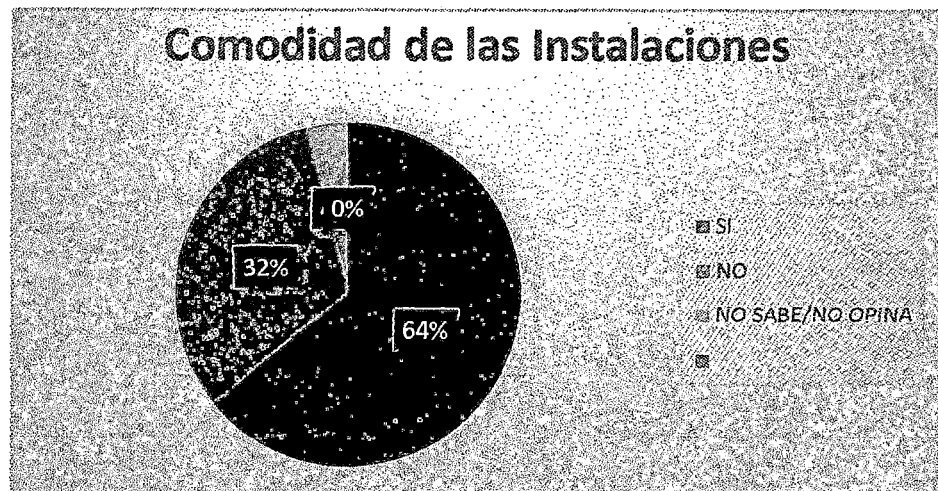
**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L.

**Interpretación:**

Del total de personal encuestado, 50 personas respondieron y obtuvimos:

- 32 respondieron “definitivamente sí”, los cuales alcanzaron el 64.00% del total.
- 66 respondieron “definitivamente no”, quienes fueron el 32.00% del total encuestado.
- 2 respondieron “no sabe / no opina”, que sumaron el 4.00%.

La mayoría de los participantes respondieron “sí”, que las instalaciones de nuestra recepción influyen en la comodidad de nuestros servicios de calidad al cliente. Esto corresponde que el 64% de los encuestados están de acuerdo con la influencia.

**GRÁFICO N° 06**

#### 4.1.7 LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE: LA CORTESIA Y LA AMABILIDAD.

**Interrogante:**

¿Considera que la Cortesía y la Amabilidad son brindadas de manera positivas en nuestros servicios en la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L.?

**CUADRO N° 07**

ALTERNATIVA	TOTAL PARCIAL	PORCENTAJE
Totalmente De acuerdo	23	46.00%
De acuerdo	19	38.00%
Ni de acuerdo / Ni en desacuerdo	5	10.00%
En desacuerdo	2	4.00%
Totalmente en desacuerdo	1	2.00%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100.00%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los clientes de la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L.

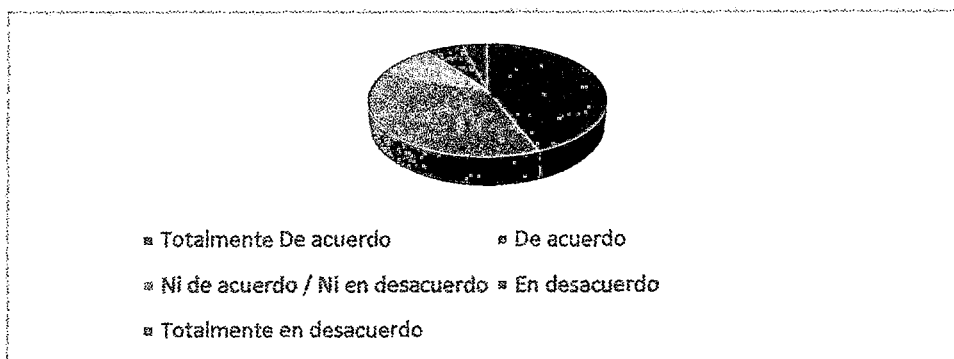
### **Interpretación:**

De todos los encuestados, 50 personas respondieron y se muestra los resultados siguientes:

- 23 respondieron “Totalmente de acuerdo”, y sumaron el 46.00% del total.
- 19 respondieron “De acuerdo”, y fueron el 38% del total.
- 5 respondieron “Ni de acuerdo/ Ni en desacuerdo”, y fueron el 10% del total.
- 2 respondieron “En desacuerdo”, y fueron el 4% del total.
- 1 respondieron “Totalmente en desacuerdo”, y fueron el 2% del total.

En concordancia con el ítem anterior, se tienen resultados adversos, toda vez de que la mayoría de los encuestados lo cual fueron el 46%, manifestaron que la Cortesía y la Amabilidadson brindadas de manera positivasen nuestros servicios en la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L.

**GRÁFICO N° 07**



## 4.1.8. DETERMINAR EL NIVEL DE RENTABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA EN LA EMPRESA CONSTRUCTORA AZD ARCHITECTURE DESING E.I.R.L. DE HUÁNUCO.

### 4.1.8.1. ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

		Estado de Situación Financiera			
		Al 31 de Diciembre del año 2014 y 31 de Diciembre del año 2013			
		(En miles de nuevos soles)			
<b>Activos</b>				<b>Pasivos y Patrimonio</b>	
<b>Activos Corrientes</b>				<b>Activos Corrientes</b>	
Efectivo y Equivalentes al Efectivo		132,771	68,749	Otros Pasivos Financieros	0
Otros Activos Financieros		0	0	Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	148,783
Cuentas por cobrar comerciales y otras cuentas por cobrar		88,978	154,688	Cuentas por Pagar Comerciales	137,941
Cuentas por Cobrar Comerciales (neto)		81,356	149,827	Otras Cuentas por Pagar	2574
Otras Cuentas por Cobrar (neto)		7,612	15,561	Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas	5541
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas		0	0	Ingresos diferidos	0
Anticipos		0	0	Provision por Retenciones a los Empleados	0
Inventarios		0	0	Otros provisiones	0
Activos Biológicos		0	0	Provision por Impuestos a las Ganancias	0
Activos por Impuestos a las Ganancias		0	0	Otros Pasivos no Financieros	0
Otros Activos no Financieros		0	0	Total de Pasivos Corrientes de grupos de Pasivos Incluidos en Grupos de Activos para su Disposición o Clasificados como Mantenedos para la Venta	148,783
Total Activos Corrientes Disponibles de los Activos o Grupos de Activos para su Disposición, Clasificados como Mantenedos para la Venta o para Distribuir a los Propietarios		231,749	233,417	Pasivos Incluidos en Grupos de Activos para su Disposición, Clasificados como Mantenedos para la Venta	0
Activos no Corrientes o Grupos de Activos para su Disposición Clasificados como Mantenedos para la Venta		0	0	Total Pasivos Corrientes	148,783
Activos no Corrientes o Grupos de Activos para su Disposición Clasificados como Mantenedos para Distribuir a los Propietarios		0	0		
Activos no Corrientes o Grupos de Activos para su Disposición Clasificados como Mantenedos para la Venta o como Mantenedos para Distribuir a los Propietarios		0	0	<b>Pasivos No Corrientes</b>	
Total Activos Corrientes		231,749	233,417	Otros Pasivos Financieros	0
<b>Activos No Corrientes</b>				Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	170,688
Otros Activos Financieros		0	0	Cuentas por Pagar Comerciales	0
Inversiones en Asociadas, negocios conjuntos y sociedades		0	0	Otras Cuentas por Pagar	170,688
Cuentas por cobrar comerciales y otras cuentas por cobrar		0	0	Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas	0
Cuentas por Cobrar Comerciales		0	0	Ingresos diferidos	0
Otras Cuentas por Cobrar		0	0	Provision por Retenciones a los Empleados	0
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas		0	0	Otras provisiones	0
Anticipos		0	0	Pasivos por impuestos diferidos	0
Activos Biológicos		0	0	Otros pasivos no financieros	0
Provisiones de Eversión		0	0	Total Pasivos No Corrientes	170,688
Provisiones, Planos y compromisos		157,277	174,355	Total Pasivos	319,471
Activos intangibles diferidos de la plusvalía		0	0		
Activos por impuestos diferidos		0	0	<b>Patrimonio</b>	
Plusvalía		0	0	Capital Entero	6,025
Otros Activos no Financieros		0	0	Primas de Eversión	0
Total Activos No Corrientes		157,277	174,355	Acciones de Inversión	0
				Acciones Puestas en Cartera	0
				Otros Reservas de Capital	0
				Reservas Acumuladas	20,769
				Otras Reservas de Patrimonio	42,541
				Total Patrimonio	69,335
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>		<b>389,026</b>	<b>407,772</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>389,026</b>
					<b>407,772</b>

FUENTE: Estados financieros proporcionados por la empresa constructora AZD ARCHITECTURE DESING E.I.R.L. DE HUÁNUCO.

#### 4.1.8.2. ESTADO DE RESULTADOS

ANALISIS VERTICAL		
2014		
<b>Ventas</b>	743,331.15	100.00%
Costo de Venta	-579,798.19	78.00%
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>163,532.96</b>	22.00%
Gastos de Operación		
Gastos de Administración	-72,414.05	9.74%
<b>Utilidad de Operación</b>	<b>91,118.92</b>	12.26%
Otros Ingresos y Egresos		
Ingresos Financieros	52.57	0.01%
Gastos Financieros	-27,569.70	3.71%
Ingresos Excepcionales	1464.32	0.20%
Cargas Excepcionales	4,221.93	0.56%
<b>Utilidad antes de Part. e Imp.</b>	<b>60,772.18</b>	8.18%
Participación de los trabajadores	00.0	
<b>Utilidad antes del Impuesto</b>	<b>60,772.18</b>	8.18%
Impuesto a la Renta	-18,231.65	2.45%
<b>Utilidad del Ejercicio</b>	<b>42,540.53</b>	5.72%

**FUENTE:** estados financieros proporcionados por la empresa constructora AZD ARCHITECTURE DESING E.I.R.L. DE HUÁNUCO.

#### ANÁLISIS DE LOS RATIOS DE RENTABILIDAD

##### Ratio de rentabilidad del Activo Total (ROA)

los resultados vemos que en el año 2014 se encuentra dentro de lo normal pues está generando utilidad.

➤ Para el Año 2014

$$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}} = \frac{42,540.53}{389,026.00} = 0.1094$$

Durante el 2014, cada nuevo sol del activo total produjo una utilidad neta de S/0.11.



Este índice (utilidad neta /activos totales), establece la efectividad total de la administración para producir utilidades sobre los activos totales disponibles de la empresa.

Indica que por cada cien soles invertidos en el 2014 produjeron s/.10.90 nuevos soles.

#### **4.1.9. DETERMINAR LA RELACIÓN QUE EXISTE ENTRE LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE Y RENTABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA DE LA EMPRESA CONSTRUCTORA AZD ARCHITECTURE DESING E.I.R.L. DE HUÁNUCO.**

##### **4.1.9.1. ANÁLISIS DE LA SITUACION FINANCIERA Y ECONOMICA**

En los últimos tiempos, especialmente haciendo alusión a la crisis económica y financiera que se ha hecho patente, hemos escuchado y leído en las noticias en muchas ocasiones los conceptos de situación económica y financiera. Sin embargo, en un primer momento estos conceptos pueden parecer confusos y muy similares, te explicaremos la diferencia entre situación económica y situación financiera.

Situación económica hace referencia al patrimonio de la persona, empresa o sociedad en su conjunto, es decir, a la cantidad de bienes y activos que posee y que les pertenecen.

Mientras tanto, la situación financiera se refiere a la capacidad que poseen esas personas, empresas o sociedad de poder hacer frente a las deudas que tienen o, lo que es lo mismo, de la liquidez de la que disponen para poder pagar sus deudas.

Por lo tanto, alguien puede tener una buena situación económica y mala financiera, si no tiene efectivo suficiente para pagar sus deudas. Así como buena financiera si dispone de efectivo, pero mala económicamente si estas deudas superan el total de su patrimonio.

Las principales diferencias entre situación económica y situación financiera que podemos destacar son:

- La situación económica se mide por el total del patrimonio.
- La situación financiera se mide por la capacidad de hacer frente a sus deudas.
- A pesar de que ambas están estrechamente relacionadas, no tienen por qué ir en la misma dirección.
- Para tener una buena situación económica, es importante que nuestro patrimonio no esté comprometido por deudas.
- Para tener una buena situación financiera, es necesario tener el efectivo suficiente para pagarlas sin problemas.

## **ANÁLISIS DE LA SITUACION FINANCIERA**

Interpretando a Bellido (2013)[14], la situación financiera de la empresa se analiza a través del estudio de la información

financiera de la empresa, la misma que se expresa en el estado financiero denominado el Estado de Situación Financiera. El Estado de Situación Financiera de la empresa comprende las cuentas del activo, pasivo y patrimonio neto. Las cuentas del activo deben ser presentadas en orden decreciente de liquidez y las del pasivo según la exigibilidad de pago decreciente, reconocidas en forma tal que presenten razonablemente la situación financiera de la empresa a una fecha dada.

El activo son los recursos controlados por la empresa, como resultado de transacciones y otros eventos pasados, de cuya utilización se espera que fluyan beneficios económicos a la empresa. El pasivo son las obligaciones presentes como resultado de hechos pasados, previéndose que su liquidación produzca para la empresa una salida de recursos.

El patrimonio neto está constituido por las partidas que representan recursos aportados por los socios o accionistas, los excedentes generados por las operaciones que realiza la empresa y otras partidas que señalen las disposiciones legales, estatutarias y contractuales, debiéndose indicar claramente el total de esta cuenta.

La información financiera también se detalla en el estado de cambios en el patrimonio neto. El Estado de Cambios en el Patrimonio Neto de las empresas muestra las variaciones ocurridas en el capital, capital adicional, acciones de inversión,

excedente de revaluación, reservas y resultados acumulados durante un período determinado.

Otro estado que presenta la información financiera es el estado de flujos en efectivo.

El Estado de Flujos de Efectivo muestra el efecto de los cambios de efectivo y equivalentes de efectivo en un período determinado, generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiamiento. El Estado de Flujos de Efectivo debe mostrar separadamente lo siguiente:

Los flujos de efectivo y equivalentes de efectivo de las actividades de operación. Las actividades de operación se derivan fundamentalmente de las principales actividades productoras de ingresos y distribución de bienes o servicios de la empresa. Los flujos de efectivo de esta actividad son generalmente consecuencia de las transacciones y otros eventos en efectivo que entran en la determinación de la utilidad (pérdida) neta del ejercicio. Los flujos de efectivo y equivalentes de efectivo de las actividades de inversión. Las actividades de inversión incluyen el otorgamiento y cobro de préstamos, la adquisición o venta de instrumentos de deuda o accionarios y la disposición que pueda darse a instrumentos de inversión, inmuebles, maquinaria y equipo y otros activos productivos que son utilizados por la empresa en la producción de bienes y servicios. Los flujos de

efectivo y equivalentes de efectivo de las actividades de financiamiento.

Las actividades de financiamiento incluyen la obtención de recursos de los accionistas o de terceros y el retorno de los beneficios producidos por los mismos, así como el reembolso de los montos prestados, o la cancelación de obligaciones, obtención y pago de otros recursos de los acreedores y crédito a largo plazo.

Bernstein (2013)[15], también está de acuerdo que el análisis de la gestión financiera de la empresa se realiza mediante el estudio de la información financiera y que la va más allá del proceso de creación de registros e informes contables. El objetivo final de la es la utilización de esta información, su análisis e interpretación. Si los gerentes inversionistas, acreedores o empleados gubernamentales van a dar uso eficaz a la información contable, también deben tener conocimiento acerca de cómo se obtuvieron estas cifras y lo que ellas significan.

Una parte importante de esta comprensión es el reconocimiento claro de las limitaciones de los informes de contabilidad. Un gerente comercial y otra persona que esté en posición de tomar decisiones y que carezca de conocimientos de contabilidad, probablemente no apreciara hasta qué punto la información contable se basa en estimativos más que en mediciones precisas y exactas.

## **ANÁLISIS DE LA SITUACION ECONOMICA**

Interpretando a Flores (2013)[16], el análisis de la Situación financiera involucra el análisis de la información económica, la que contablemente, se expresa en el denominado Estado de Resultados.

El Estado de Resultados comprenden las cuentas de ingresos, costos y gastos, presentados según el método de función de gasto. En su formulación se debe observar lo siguiente:

- a) Debe incluirse todas las partidas que representen ingresos o ganancias y gastos o pérdidas originados durante el período.
- b) Sólo debe incluirse las partidas que afecten la determinación de los resultados netos.

Los ingresos representan entrada de recursos en forma de incrementos del activo o disminuciones del pasivo o una combinación de ambos, que generan incrementos en el patrimonio neto, devengados por la venta de bienes, por la prestación de servicios o por la ejecución de otras actividades realizadas durante el período, que no provienen de los aportes de capital.

Los gastos representan flujos de salida de recursos en forma de disminuciones del activo o incrementos del pasivo o una combinación de ambos, que generan disminuciones del patrimonio neto, producto del desarrollo de actividades

como administración, comercialización, investigación, financiación y otros realizadas durante el período, que no provienen de los retiros de capital o de utilidades.

En Contabilidad el Estado de resultados, es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado. El estado financiero es dinámico, ya que abarca un período durante el cual deben identificarse perfectamente los costos y gastos que dieron origen al ingreso del mismo.

Por lo tanto debe aplicarse perfectamente al principio del periodo contable para que la información que presenta sea útil y confiable para la toma de decisiones. El estado de resultados incluye en primer lugar el total de ingresos provenientes de las actividades principales del ente y el costo incurrido para lograrlos. La diferencia entre ambas cifras indica el resultado bruto o margen bruto sobre ventas que constituye un indicador clásico de la información contable. Habitualmente se calcula el resultado bruto como porcentaje de las ventas, lo que indica el margen de rentabilidad bruta con que operó la compañía al vender sus productos.

Luego se restan todos los gastos de venta, administración. A este sub total se lo denomina Resultado de las operaciones ordinarias. Finalmente se restan los gastos financieros y se le

suman los productos financieros, el impuesto a las ganancias o a la renta y la participación de los trabajadores en las utilidades

## 4.2. ANALISIS E INTERPRETACION DE LA SITUACION FINANCIERA Y ECONOMICA DE LA EMPRESA.

### EMPRESA CONSTRUCTORA "AZD ARCHITECTRUE DESING E.I.R.L." ESTADO DE SITUACION FINANCIERA Al 31 de diciembre del 2014

Estado de Situación Financiera		Al 31 de Diciembre del año 2014 y 31 de Diciembre del año 2013		(En miles de nuevos soles)	
<b>Activos</b>					
<b>Activos Corrientes</b>					
<b>Efectivo y Equivalentes al Efectivo</b>					
		132,771	68,749		
<b>Otros Activos Financieros</b>					
		0	0		
<b>Cuentas por cobrar comerciales y otras cuentas por cobrar</b>					
		98,978	164,668		
<b>Cuentas por Cobrar Comerciales (neto)</b>					
		91,366	149,087		
<b>Otras Cuentas por Cobrar (neto)</b>					
		7,612	15,581		
<b>Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas</b>					
		0	0		
<b>Anticipos</b>					
		0	0		
<b>Inventarios</b>					
		0	0		
<b>Activos Biológicos</b>					
		0	0		
<b>Activos por Impagos a las Ganancias</b>					
		0	0		
<b>Otros Activos no Corrientes</b>					
		0	0		
<b>Total Activos Corrientes Distintos de los Activos o Grupos de Activos para su Disposición Clasi...</b>					
		231,749	233,417		
<b>Activos no Corrientes o Grupos de Activos para su Disposición Clasi...</b>					
		0	0		
<b>Activos no Corrientes o Grupos de Activos para su Disposición Clasi...</b>					
		0	0		
<b>Activos no Corrientes o Grupos de Activos para su Disposición Clasi...</b>					
		0	0		
<b>Total Activos Corrientes</b>					
		231,749	233,417		
<b>Activos No Corrientes</b>					
<b>Otros Activos Financieros</b>					
		0	0		
<b>Inversiones en subsidiarias, negocios conjuntos y asociadas</b>					
		0	0		
<b>Cuentas por cobrar comerciales y otras cuentas por cobrar</b>					
		0	0		
<b>Cuentas por Cobrar Comerciales</b>					
		0	0		
<b>Otras Cuentas por Cobrar</b>					
		0	0		
<b>Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas</b>					
		0	0		
<b>Anticipos</b>					
		0	0		
<b>Activos Biológicos</b>					
		0	0		
<b>Propiedades de Inversión</b>					
		0	0		
<b>Propiedades, Planta y Equipo (neto)</b>					
		157,277	174,365		
<b>Activos intangibles distintos de la plusvalía</b>					
		0	0		
<b>Activos por impagos diferidos</b>					
		0	0		
<b>Plusvalía</b>					
		0	0		
<b>Otros Activos no Corrientes</b>					
		0	0		
<b>Total Activos No Corrientes</b>					
		157,277	174,365		
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>					
		389,026	407,782		
<b>Pasivos y Patrimonio</b>					
<b>Pasivos Corrientes</b>					
<b>Otros Pasivos Financieros</b>					
		0	0		
<b>Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar</b>					
		148,783	173,288		
<b>Cuentas por Pagar Comerciales</b>					
		137,941	155,338		
<b>Otras Cuentas por Pagar</b>					
		2574	10,842		
<b>Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas</b>					
		5541	0		
<b>Ingresos diferidos</b>					
		0	0		
<b>Provisión por Beneficios a los Empleados</b>					
		0	0		
<b>Otros pasivos</b>					
		0	0		
<b>Pasivos por Impuestos a las Ganancias</b>					
		0	0		
<b>Otros Pasivos no Financieros</b>					
		0	0		
<b>Total de Pasivos Corrientes distintos de Pasivos Incluidos en Grupos de Activos para su Disposición Clasi...</b>					
		148,783	173,288		
<b>Pasivos incluidos en Grupos de Activos para su Disposición Clasi...</b>					
		0	0		
<b>Total Pasivos Corrientes</b>					
		148,783	173,288		
<b>Pasivos No Corrientes</b>					
<b>Otros Pasivos Financieros</b>					
		0	0		
<b>Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar</b>					
		170,888	207,680		
<b>Cuentas por Pagar Comerciales</b>					
		0	0		
<b>Otras Cuentas por Pagar</b>					
		170,888	207,680		
<b>Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas</b>					
		0	0		
<b>Ingresos diferidos</b>					
		0	0		
<b>Provisión por Beneficios a los Empleados</b>					
		0	0		
<b>Otros pasivos</b>					
		0	0		
<b>Pasivos por Impuestos a las Ganancias</b>					
		0	0		
<b>Otros Pasivos no Corrientes</b>					
		0	0		
<b>Total Pasivos No Corrientes</b>					
		170,888	207,680		
<b>Total Pasivos</b>					
		319,671	380,968		
<b>Patrimonio</b>					
<b>Capital Emisivo</b>					
		6,025	6,025		
<b>Reservas de Emisión</b>					
		0	0		
<b>Acciones de Inversión</b>					
		0	0		
<b>Acciones Propias en Cartera</b>					
		0	0		
<b>Otras Reservas de Capital</b>					
		0	0		
<b>Resultados Acumulados</b>					
		20,789	76		
<b>Otras Reservas de Patrimonio</b>					
		42,541	20,713		
<b>Total Patrimonio</b>					
		69,355	26,814		
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>					
		389,026	407,782		

**FUENTE:** Estados financieros proporcionados por la empresa constructora AZD ARCHITECTURE DESING E.I.R.L. DE HUÁNUCO.



Para realizar el Análisis financiero hemos utilizado el Estado de Situación Financiera Comparativo de los años 2013 y 2014; como herramienta de recolección de información y hemos aplicado los Análisis Vertical y Horizontal como instrumento de procesamiento de información.

La empresa al 31 de diciembre del 2014 mantiene una inversión total neta de S/. 389,026.00, conformada por partidas corrientes y no corrientes en un 58% y 42% respectivamente; financiada con recursos propios en un 27% y con recursos de terceros en un 73%; cuya mayor parte corresponde a obligaciones no corrientes con un 46%.

Los rubros más significativos del **ACTIVO CORRIENTE** están dados por los saldos de las cuentas **Efectivo y equivalente de efectivo y Clientes** que representan un 36% y 24% respectivamente del total activo para el año 2014; la primera contiene el saldo del efectivo, dinero en cuenta corriente en un banco local.

En comparación con el año 2013; el saldo de la cuenta **Efectivo y Equivalente de efectivo** ha aumentado en un 48% debido principalmente a la buena Calidad de servicio brindado a los clientes potenciales. El rubro **Clientes** ha disminuido en un 39%; lo cual refleja que se han mejorado las políticas de cobranzas con los clientes potenciales.

En relación al **ACTIVO NO CORRIENTE** destaca el rubro **Inmueblesmaquinaria y equipo** con un importe neto que representa un 42% del total activo lo cual es muy positivo tratándose de una empresa dedicada al rubro Arquitectura e Ingeniería, y teniendo como potenciales clientes del sector Construcción.

El pasivo presenta en el último año variaciones significativas: Con respecto al total **PASIVO Y PATRIMONIO**, las obligaciones con los **Proveedores** representan un importe significativo de 36%, el mismo que ha sufrido una disminución respecto al año 2013 en un 11%.

Las **Obligaciones a largo plazo** representan un 44% del total **PASIVO Y PATRIMONIO** para el año 2014, el cual está compuesto por el capital e intereses del contrato Leasing. En relación al año anterior ha disminuido en un 17% debido a que se ha amortizado el préstamo del contrato leasing.

En el 2014 la cuenta de **Tributos por pagar** nos indica que la empresa es acreedora del fisco, cuyo importe representa un 1.93% del **TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO**, la misma que ha disminuido en relación al año 2013 que fue de 51.15%; esto se debe a que la empresa arrastra crédito a favor del IGV.

El **PATRIMONIO NETO** pasó de S/. 26,814.00 en el año 2013 a S/. 69,814.00 en el año 2014 lo que significó para el último

año un aumento de 49% debido a los resultados acumulados. El **Capital social** continúa invariable para el año 2014, con una participación estructural de 2% del total **PASIVO Y PATRIMONIO**; mientras que la **Utilidad** obtenida ha disminuido considerablemente en relación al periodo 2013 en 45% del total **PASIVO Y PATRIMONIO**; debido principalmente a la disminución de los ingresos por las ventas de los minerales.

## ANÁLISIS E INTERPRETACION DEL ESTADO DE RESULTADOS

**EMPRESA CONSTRUCTORA "AZD ARCHITECTURE DESING E.I.R.L."**  
**ESTADO DE RESULTADOS COMPARATIVO**  
 Al 31 de Diciembre del 2014  
 (Expresado en Nuevos Soles)

	ANALISIS VERTICAL				ANALISIS HORIZONTAL
	2014		2013		
<b>Ventas</b>	743,331.15	100.00%	434,313.58	100.00%	71.15%
Costo de Venta	-579,798.19	78.00%	-337,584.78	77.73%	71.75%
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>163,532.96</b>	<b>22.00%</b>	<b>96,728.80</b>	<b>22.27%</b>	<b>69.06%</b>
Gastos de Operación					
Gastos de Administración	-72,414.05	9.74%	-46,298.68	10.66%	56.41%
<b>Utilidad de Operación</b>	<b>91,118.92</b>	<b>12.26%</b>	<b>50,430.13</b>	<b>11.61%</b>	<b>80.68%</b>
Otros Ingresos y Egresos					
Ingresos Financieros	52.57	0.01%	150.67	0.03%	-65.11%
Gastos Financieros	-27,569.70	3.71%	-19,872.70	4.58%	38.73%
Ingresos Excepcionales	1464.32	0.20%			-100.00%
Cargas Excepcionales	4,298.98	0.58%	1,117.76	0.26%	234.15%
<b>Utilidad antes de Part. e Imp.</b>	<b>60,772.18</b>	<b>8.18%</b>	<b>29,590.34</b>	<b>6.81%</b>	<b>105.38%</b>
Participación de los trabajadores	00.0		0.00		
<b>Utilidad antes del Impuesto</b>	<b>60,772.18</b>	<b>8.18%</b>	<b>29,590.34</b>	<b>6.81%</b>	<b>105.38%</b>
Impuesto a la Renta	-18,231.65	2.45%	-8,877.10	2.04%	105.38%
<b>Utilidad del Ejercicio</b>	<b>42,540.53</b>	<b>5.72%</b>	<b>20,713.23</b>	<b>4.77%</b>	<b>105.38%</b>

**FUENTE:** Estados financieros proporcionados por la empresa CONSTRUCTORA "AZD ARCHITECTURE DESING E.I.R.L."

Para realizar el análisis Económico hemos utilizado al Estado de Resultados Comparativo de los años 2014 y

2013; como herramienta de recolección de información.

Los ingresos por **Ventas** han Crecido significativamente para el año 2014 en un 71.15% en relación al año anterior, debido a que se plantearon políticas para una buena atención al cliente, debido a la aparición en el mercado de nuevos competidores en el rubro de construcción.

El rubro **Costo de ventas**, ha crecido en un 71.75% en la proporción de las ventas, así mismo la **Utilidad bruta** para el año 2014 ha crecido significativamente en un **69.06%** en relación al año anterior debido a la antes mencionado crecimiento de los ingresos por la venta del servicio.

En cuanto a los **Gastos operativos** para el año 2014 han aumentado en un **56.41%** en relación al año anterior; lo cual no guarda relación con la las ventas que es de **71.15%**, por lo tanto el **14.74%** de diferencia refleja que se ha realizado un buen manejo financiero de los gastos administrativos que es beneficio para la empresa. Esta situación ha traído como consecuencia que la **Utilidad operativa** crezca en **80.68%** mayor proporción que las ventas en un **9.53%**.

Con respecto a los **Gastos financieros**; éstos fueron tan sólo de 3.71% y 4.58% para el año 2014 y 2013 respectivamente, sin embargo el aumento del 38.73% es

debido al aumento de los intereses en las cuotas de pago del contrato leasing. **La Utilidad del ejercicio** para el año 2014 estuvo representada por un 5.72% de las ventas y en un 4.77% para el año 2013, sufriendo una **variación positiva de 105.38%** debido principalmente al crecimiento de las ventas, políticas de un buen servicio al cliente y la disminución de los gastos administrativos.

## ANÁLISIS E INTERPRETACION DE LOS RATIOS

### RATIO, INDICE O RAZONES DE LIQUIDEZ

#### Ratio de liquidez general o razón corriente

En los resultados que se muestran a continuación vemos que la Posición de liquidez de la empresa ha mejorado en el año 2014 con respecto al año anterior.

➤ Para el Año 2014

$$\text{Liquidez General} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}} = \frac{231,749.00}{148,783.00} = 1.56 = 156\%$$

El activo corriente excede al pasivo corriente en 0.59%.

➤ Para el Año 2013

$$\text{Liquidez General} = \frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}} = \frac{233,417.00}{173,288.00} = 1.35 = 135\%$$

El activo corriente excedió al pasivo corriente en 0.38%.

La liquidez corriente, para el año 2014 lo cual indica que

la empresa cuenta con s/.1.50 céntimos de nuevo sol para cubrir cada un nuevo sol de deuda; en tanto que para el año 2013 cuenta con s/.1.30 céntimos de sol por cada un nuevo sol de deuda. Lo cual refleja que la empresa tiene buena capacidad de pago.

### **Prueba defensiva o liquidez absoluta**

Comparando los resultados vemos que en el año 2014 la empresa ha mejorado en su posición de liquidez de muy corto plazo.

#### ➤ Para el Año 2014

$$\text{Prueba Defensiva} = \frac{\text{Efectivo y Equivalente de Efectivo}}{\text{Pasivo Corriente}} = \frac{132771.34}{148,783.00} = 0.89 = 89\%$$

Los recursos más líquidos (el dinero, los depósitos y otros activos considerados por la gerencia como equivalentes de efectivo) podrían ser usados para cancelar de inmediato, lo cual para un s/.1.00 de pasivos corrientes hay un s/. 0.90 de céntimos para el año 2014.

#### ➤ Para el Año 2013

$$\text{Prueba Defensiva} = \frac{\text{Efectivo y Equivalente de Efectivo}}{\text{Pasivo Corriente}} = \frac{68749.30}{173,288.00} = 0.40 = 40\%$$

Los recursos más líquidos (el dinero, los depósitos y otros activos considerados por la gerencia

como equivalentes de efectivo) podrían ser usados para cancelar de inmediato, el 59% de los pasivos corrientes en el año 2013. La liquidez absoluta real de la empresa; es para el año 2014 es s/.0.90; lo cual indica que la empresa cuenta con 0.90 céntimos de nuevo sol para cubrir cada un nuevo sol de deuda, situación que se repite para el año 2013, Lo cual refleja que con la aplicación de las políticas de calidad de servicio en el 2014.

### **Ratio de capital de trabajo**

Comparando los resultados vemos que en el año 2014 el Capital de Trabajo ha mejorado (aumentado) con respecto al año anterior.

➤ Para el Año 2014

$$\begin{aligned} \text{Capital de Trabajo} &= \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente} \\ &= 231,749.00 - 148,783.00 = 82,966.00 \end{aligned}$$

➤ Para el Año 2013

$$\begin{aligned} \text{Capital de Trabajo} &= \text{Activo Corriente} - \text{Pasivo Corriente} = \\ &233,417.00 - 173,288.00 = 60,129.00 \end{aligned}$$

En cuanto al capital de trabajo real, la empresa cuenta con capital de trabajo tanto para el año 2014 como para el 2013, lo cual le permite operar ya que dispone de la herramienta necesaria para cubrir el costo de operación diaria.

## RATIO, INDICE O RAZONES DE SOLVENCIA

### Endeudamiento Total

➤ Para el Año 2014

$$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo total}} = \frac{319,671.00}{389,026.00} = 0.8217 = 82.17\%$$

El pasivo total alcanza el 82% de los activos o inversiones, de lo que se deduce que solamente el 18% de las inversiones está financiado por capitales propios (patrimonio neto) del año 2014.

➤ Para el Año 2013

$$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Activo total}} = \frac{380,968.00}{407,782.00} = 0.9342 = 93.42\%$$

El pasivo total alcanza el 93.42% de los activos o inversiones, de lo que se deduce que solamente el 6.58% de las inversiones fue financiado por capitales propios en el año 2013.

## ANÁLISIS DE LOS RATIOS DE RENTABILIDAD

### Ratio de rentabilidad del Activo Total (ROA)

Comparando los resultados vemos que en el año 2010 la rentabilidad fue ligeramente mayor.

➤ Para el Año 2014



$$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}} = \frac{42,540.53}{389,026.00} = 0.1094$$

Durante el 2014, cada nuevo sol del activo total produjo una utilidad neta de S/0.11.

➤ Para el Año 2013

$$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Activo Total}} = \frac{20,713.23}{407,782.00} = 0.0508$$

Durante el 2013, cada nuevo sol del activo total produjo una utilidad neta de S/0.05.

Este índice (utilidad neta /activos totales), establece la efectividad total de la administración para producir utilidades sobre los activos totales disponibles de la empresa.

Indica que por cada cien soles invertidos en el 2014 produjeron s/.11.00 nuevos soles y s/.5.00 nuevos soles para el 2013 o que el activo tuvo un rendimiento de 10.94% para el 2014 y 5.08% para el 2013 respectivamente.

### **Rentabilidad Neta sobre Ventas**

Comparando los resultados vemos que en el año 2014 la rentabilidad fue ligeramente mayor.

➤ Para el Año 2014

$$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} = \frac{42,540.53}{743,331.15} = 0.0572 = 5.72\%$$

Durante el 2014, por cada nuevo sol de ventas, la empresa genera S/0.06 de utilidad neta.

Para el Año 2013

$$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas}} = \frac{20,713.23}{434,313.58} = 0.0477 = 4.77\%$$

Durante el 2013, cada nuevo sol de ventas que genera la empresa, S/0.05 se queda finalmente con la utilidad neta.

La utilidad neta obtenida después de cubrir los costos, gastos, intereses, participaciones e impuestos (Utilidad neta / ventas) fue de 5.72 y 4.77 por cada 100 nuevos soles de ventas para los años 2014 y 2013 respectivamente.

### **Rentabilidad sobre los capitales propios**

Comparando los resultados vemos que en el año 2014 la rentabilidad fue mayor. 2014

➤ Para el Año 2014

$$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio Neto}} = \frac{42,540.53}{69,355.00} = 0.6134 = 61.34\%$$

Durante el 2014, el patrimonio neto produjo una rentabilidad de 61.34%.

➤ Para el Año 2013

$$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Patrimonio Neto}} = \frac{20,713.23}{26,814.00} = 0.7725 = 77.25\%$$

Durante el 2013, el patrimonio neto produjo una rentabilidad de 77.25%.

## CAPITULO V

### DISCUSIÓN DE RESULTADOS

#### 5.1. CONTRASTACIÓN DE RESULTADOS CON LAS REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.

##### **La Calidad de Servicio al Cliente y su Influencia en la situación financiera y Económica**

En la presente tesis se investigó la influencia que tiene la Calidad del Servicio al Cliente en la Situación económica y financiera de la empresa constructora **AZD Architecture Desing E.I.R.L.**; para medir la calidad del Servicio al Cliente se deben considerar las siguientes dimensiones: la Fiabilidad, la capacidad del personal, Elementos tangibles y la credibilidad, todos estos puntos fueron considerados en el cuestionario que se aplicó a los clientes de la empresa, la muestra estuvo conformada equitativamente por personas del sexo masculino y femenino, estos respondieron que su preferencia se debía que al servicio brindado por la empresa, llenaba sus expectativas en el término de la construcción.

De la encuesta aplicada a los clientes, se obtuvo los siguientes resultados: que el 46% de los clientes se encontraron totalmente satisfechos con la Cortesía y La amabilidad que ofrece la empresa, el 38% se encontraron satisfechos con el servicio brindado (ver gráfico N°8), se consideró que el 16% influiría negativamente en los Resultados Económicos y financieros, además al irse indeciso

ydescontentos no recomendarían a otras personas acudir a la empresa; con los resultados obtenido se puede observar que hubo un progreso en el 2014 por el buen servicio al cliente.

Mediante la utilización de los Estados Financieros como principal herramienta de recolección de información y los análisis financieros: horizontal, vertical, además de los ratios de liquidez, Solvencia y rentabilidad aplicados como instrumentos de investigación, hemos determinado que la empresa al 31 de diciembre del 2014 mantiene una inversión total neta de **S/.389,026.00** , representada por un 34.81% en efectivo y equivalente de efectivo; el cual aumento de **68,749.30** el 2013 a **132,771.34** al 2014 lo que significa que **al mejorar la Calidad de Servicio al Clientese** ha obtenido mayor liquidez, asimismo la Inversión total está financiada con recursos propios en un 18.18% y con recursos de terceros en un 81.82%.

Para poder mantenerse al margen de lo solicitado por los clientes y defenderse frente a la competencia, el incremento en los ingresos incurridos por la empresa produjo mayor utilidad para el 2014 en un 105.38% del año anterior, y realice una mejor gestión de sus recursos, tras la inversión en su infraestructura podemos observar que realizó un financiamiento por terceros por los cuales se encuentra devolviendo el dinero y mejorando su estructura patrimonial.

El Servicio al cliente tiene influencia proporcionalmente directa con los ingresos generados por la empresa, los clientes deciden comprar o no los servicios por la indiferencia y la mala atención del personal. Son estos los que se encuentran en contacto con los clientes, son quienes transmiten su interés por realizar adecuadamente su trabajo expresando su mayor cortesía con el cliente, otro motivo del rechazo de los clientes por la empresa es la incomodidad de los ambientes dentro de la empresa, al ser una empresa constructora dedicado también al diseño de interiores, los clientes y usuarios pueden percibir un ambiente confortable, siempre la empresa debe tener la capacidad para escuchar y responder de manera oportuna y sincera a los usuarios que adquieren el servicio.

En el Estado de Situación Financiera y el Estado de Resultados del periodo 2014, reflejan que la empresa al mejorar la calidad del servicio al cliente obtiene mayores beneficios económicos y financieros. Para poder mantenerse al margen de lo solicitado por los clientes y defenderse frente a la competencia, el incremento en los ingresos incurridos por la empresa produjo mayor utilidad, y realice una mejor gestión de sus recursos, al mejorar la calidad conlleva a que la empresa primero tenga que realizar inversiones para luego recibir los resultados.

Por ello se asumió que así como incrementarían las ventas por mejoras la calidad del servicio al cliente se iban a incrementar los

gastos por mercaderías, suministros, personal, infraestructura a pesar de esos gastos adicionales que se encuentran relacionados al incremento de los ingresos y **la utilidad razonable de S/. 42,540.53**, demuestra que al realizar una mayor inversión en mejorar los aspectos más importantes de la calidad del servicio al cliente se logra un mayor incremento en los resultados económicos y financieros de la empresa.

Al analizar los Estados Financieros mediante el método de indicadores financieros observamos la diferencia en los resultados obtenidos en el 2013 y en el 2014 aplicando la calidad del servicio al cliente.

La Liquidez General de la empresa tiene la capacidad para afrontar sus deudas a corto plazo, comparando el periodo 2013, la liquidez general aumentó en 0.20céntimos en el 2014 esto refleja que la empresa tiene buena capacidad de pago.

Con respecto a su capital de trabajo la empresa cuenta con una estructura de capital más consistente, sus deudas a largo plazo como a corto plazo han disminuido, el grado de endeudamiento disminuyó conforme la empresa sigue mejorando su gestión e incrementando la Calidad del Servicio al Cliente y aumento la capacidad para afrontar sus obligaciones con terceros, a comparación del año 2013, y se encuentra con mayor capacidad para operar en el día a día.

La empresa ha generado una mayor utilidad en el 2014, con el aumento de la Calidad del Servicio al Cliente se puede apreciar que mejoran los resultados de la empresa y esto se refleja en el Rendimiento sobre el patrimonio. La efectividad de la administración es utilizar eficientemente sus recursos y generar con ellos la máxima utilidad, en el periodo 2014 se observó que la empresa aumentó su rendición sobre la inversión, lo que significa que utilizó adecuadamente el activo de la empresa para generar utilidades. La razón de la utilidad sobre ventas es de 5.72% para el 2014, a diferencia del 2013 que fue de 4.77%, el 2014 se demostró que se obtuvieron mejores ganancias, la generación de utilidades ayuda a optimizar los recursos y obtener mejores resultados económicos y financieros.

La empresa el periodo 2014 mejoró los puntos mencionados para incrementar sus ganancias y mantener a los clientes satisfechos, la relación que existe entre conservar a los clientes satisfechos y lo que origina obtener mayores utilidades es muy importante y se debe tener en cuenta que un clientes insatisfechos ya no regresaran a la empresa y además informaran a sus familiares más cercanos indicando el mal servicio, considerar que no se está perdiendo un cliente sino varios clientes potenciales futuros.



### **Conclusiones de los referentes bibliográficos**

Rodríguez, M. (2004). En su trabajo de investigación titulado: *“Calidad en el Servicio de Atención al Cliente en una Empresa Química Industrial”* Universidad Veracruzana de Minatitlán.

**Concluye:** Se puede consumir este trabajo, mencionando algo nada espectacular en qué todos sabemos que la calidad en el servicio a los clientes es indispensable y es necesario medirla, ya que lo que no se puede medir, no se puede controlar, también es imprescindible recalcar que la calidad si bien no es fácil obtenerla tampoco es difícil, y que ciertamente el no tenerla es pérdida cuantiosa de dinero, y obviamente esto va en contra de los objetivos de cualquier organización y afectando el patrimonio de la empresa.

Se puede finalizar este trabajo haciendo algunas observaciones sobre el procedimiento de aplicación utilizado en Cydsa para la evaluación del servicio al cliente, que en juicio están bien elaborados, pero que sin embargo podrían tener algunas áreas de mejora:

Los cuestionarios se aplican actualmente de forma anual, lo cual parece que es un tiempo muy espaciado, por tanto se sugiere realizarlas cada mes para evitar acumular problemas y detectarlos a tiempo de forma rápida y oportuna, cumpliendo con los lineamientos de la mejora continua.

Aplicarlos de una forma personal, ya que en dos departamentos (compras, llenado y embarques) se envían por e-mail y esto no

permite tener un control de respuesta. Además, en el departamento de producción son aplicados cada vez que se realizan cursos de calidad, lo cual no permite medir de forma constante las evaluaciones.

Los jefes de departamento deben tomar conciencia en para fomentar la ética y profesionalismo en el momento de contestar los cuestionarios, para evitar el involucramiento de motivos personales que solo distorsionan las respuestas.

**Moya, M.** (2004). En su trabajo de investigación titulado: *"Modelo de Servicio de Atención al Cliente con Apoyo Tecnológico"* Universidad de Chile.

**Concluye:** En la actualidad con los cambios vertiginosos que día a día se viven, la gran competitividad y la globalización de los mercados, las exigencias de los clientes por mejores productos y servicios van en constante aumento lo que junto con el crecimiento de las empresas, hace que esta relación casi familiar de la empresa-cliente se haya perdido o se haga cada vez más difícil o utópica. (...)

16

Lo relevante de todo esto es que la atención de la empresa debe estar centrada finalmente en el cliente, en como satisfacerlo y retenerlo. Es en este "cómo", donde la Tecnologías de Información e Internet, juegan un papel importantísimo ya que constituyen la herramienta para lograr este objetivo. Obviamente este camino debe ser evaluado y para ello se ha presentado un cuestionario que permite

de manera global diagnosticar si la empresa está manejando cada uno de estos componentes y sus relaciones.

**Illia, Y.** (2007). En su trabajo de investigación titulado: *“Propuesta para la Implementación del Sistema de Calidad ISO 9001 y su relación con la Gestión Estratégica por indicadores Balanced Scorecard Aplicado un operador logístico”* Universidad Católica del Perú.

**Concluye:** Con la implementación de un Sistema de Gestión de Calidad, la certificación traerá en la empresa una serie de beneficios entre los cuales pueden mencionarse: Estandarización de procesos. Se tendrán todos los procesos documentados y estandarizados, se contarán con procedimientos de trabajo y manuales, además de llevar un control parejo sobre el funcionamiento de los mismos.

Incremento de la productividad. En esta empresa de servicio, la productividad se mide por el tiempo de entrega del pedido, al reducirse éste, se está reduciendo el tiempo de procesamiento del pedido que originado por diferentes factores como el personal, el método, el control sobre los procesos logísticos, hacen que la productividad se incremente. Promoción de la mejora continua; a través de un mejor manejo de los recursos mediante el control de los indicadores, los índices establecidos originalmente pueden ser restablecidos, fijándose metas continuamente en pro de la mejora

continua, manteniendo un control sobre los índices de reclamos, costos de re-despachos.

Incremento de la confianza de clientes internos y externos; motivando a través de la Certificación el ingreso de nuevos clientes y nuevos proveedores por la garantía de un servicio que cumple con estándares de Calidad.

No sólo asegurando la permanencia de la empresa en el mercado sino sobresaliendo entre las empresas del sector. Incrementando la confianza en el cumplimiento de los requisitos para la calidad, se asegura la continuidad en la satisfacción de los clientes. La toma de decisiones se cuenta con indicadores de medición de procesos en tiempo real, las gerencias pueden contar con información mucho más precisa para de esta manera, lograr una mejor toma de decisiones.

**Pérez, V.** (2006: 26-29). *“Calidad Total en la Atención al Cliente”*. España. Ideas Propias.

**Sostiene:** Todo sistema de calidad en la atención al cliente se implanta para asegurar que se cumplan las políticas de calidad total de la organización y debe tener en cuenta el servicio que se va a suministrar al cliente y el proceso de entrega del servicio al cliente (...).Esta retroalimentación viene proporcionada por los proveedores, por los clientes, por los controles de calidad y por las auditorías de calidad de servicio.

Además, para lograr la calidad en la atención al cliente se debe tener en cuenta la prestación que busca el cliente y la experiencia que vive en el momento que hace uso del servicio. Una de las claves que asegura una buena calidad en el servicio consiste en satisfacer o superar las expectativas que tienen los clientes respecto a la organización, enfatizando la determinación de cuál es el problema que el cliente espera que le resuelvan y cuál es el nivel de bienestar que espera que le proporcionen. (Pérez, 2006, pg. 29).

**Fernández, A. (2000).** *“Calidad en las empresas de Servicios”*. Asturias. Instituto del Fomento Regional

**Comenta:** Que “toda la empresa está o debería dedicarse al servicio del cliente, convirtiendo este concepto en sinónimo de la calidad total, pero en realidad el consumidor de nuestros productos o servicios no puede apreciar, ni por otra parte le interesa, lo que ocurre en el interior de nuestro establecimiento.

Podemos tener unos procesos de producción impecables y fallar en entrega de los artículos o viceversa. En realidad el cliente sólo puede juzgarnos en el momento en que toma contacto con algo de nuestra empresa. Solamente este momento le interesa y justamente estas situaciones son las que vamos a incluir en el amplio concepto de “servicio al cliente”: cuando se produce un contacto físico de la empresa con el comprador” (Fernández, 2000, pg. 21).

## 5.2 CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS GENERAL Y ESPECÍFICAS

HIPOTESIS	RESULTADOS obtenidas	CONCLUSIONES Se acepta/ se rechaza
<p><b>Hipótesis General</b></p> <p>La calidad del servicio al cliente influye de manera significativa en la Situación Financiera y Económica de la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L. del distrito de Huánuco, periodo 2014.</p>	<p>Mediante el análisis de los Estados Financieros y obteniendo el diagnóstico de la empresa, se puede contrastar que La calidad del servicio al cliente influye de manera significativa en la situación financiera y económica. Siendo un resultado positivo al aplicar buen servicio al cliente.</p>	<p>La Hipótesis General <b>se aceptada</b>, Porque al contrastar con los resultados obtenidos se llega a la conclusión que La calidad del servicio al cliente influye de manera significativa en la Situación Financiera y Económica.</p>
<p><b>Hipótesis Específicas</b></p> <p>a. A Buena calidad de servicio al cliente, mejores son los resultados de solvencia y liquidez de la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L. de Huánuco.</p>	<p>Como observamos en el (EE.FF N°1), la Liquidez para la empresa aumento en 93.12% del 2013 al 2014 y es cada vez más positivo, debido aun buen servicio al cliente, y el índice solvencia o el ratio de endeudamiento cada vez va mejorando.</p>	<p><b>Se Acepta</b> la Hipótesis específico, porque a Buena calidad de servicio al cliente, mejores son los resultados de solvencia y liquidez.</p>

<p>b. La buena calidad de servicio al cliente influye de manera positiva en la rentabilidad en la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L. de Huánuco.</p>	<p>En el análisis de ratios de rentabilidad se observa que la <b>Rentabilidad sobre capitales propios</b> de la empresa es del 61.34% positivo a causa de una buena Calidad de servicio.</p>	<p><b>Se <u>          </u> Aceptala</b> Hipótesis, porque el resultado nos dice que a buena calidad de servicio al cliente, mejor son los resultados de Rentabilidad.</p>
<p>c. La deficiente calidad de servicio al cliente afecta de manera negativa en la situación económica de la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L. de Huánuco.</p>	<p>El resultado obtenido mediante el estado de Resultados, lo cual indica que la deficiente calidad de servicio al cliente afecta de manera negativa en la situación económica.</p>	<p><b>Se <u>          </u> Aceptala</b> Hipótesis específico, porque a deficiente calidad de servicio al cliente afecta de manera negativa en la situación económica.</p>

## CONCLUSIONES

1. Los resultados de la calidad del servicio revelan que la empresa ofrece un servicio bueno, atiende moderadamente las necesidades de sus clientes, sin embargo al contrastar con los resultados obtenidos se llega a la conclusión que La calidad del servicio al cliente influye de manera significativa en la Situación Financiera y Económica.
2. La evaluación financiera efectuada con respecto a la **Liquidez general** de la empresa, es buena ya que para el ejercicio aumento en un 93.12% y suficiente para permitirle seguir con sus operaciones diarias, los ratios de **Solvencia** nos indican que la empresa está aprovechando todos sus recursos para poder mejorar esta situación, lo que indica que la empresa ha realizado una buena gestión empresarial.
3. El servicio al cliente en la empresa se encuentra en un nivel aceptable de prestación de un servicio, debido a las mejoras que ha ido implementando de un periodo a otro, la empresa es consciente que los clientes de hoy son más exigentes, y se requiere de una mayor preparación para la atención al cliente personalizada, una excelente atención al público esto repercute en la rentabilidad de la empresa, y la **Rentabilidad sobre capitales propios** de la empresa es del 61.34% en el 2014.
4. Todos los factores que involucra la calidad del servicio al cliente son indispensable, porque si hay una deficiencia en la calidad de servicio al cliente esto afectara de manera negativa en la situación económica.



## RECOMENDACIONES

1. Para lograr una satisfacción completa de los clientes se recomienda a la empresa abarcar todos los puntos que implican lograr la calidad total del servicio al cliente, que no solo se centra en la atención directa del personal con el público sino también lo que percibe el cliente en la infraestructura del local, la implementación y el mantenimiento del inmueble, influyen de manera significativa en la Situación Financiera y Económica.
2. Una de las recomendación es de seguir con el buen manejo de la liquidez, por q la escasas de este recurso de la empresa conlleva a que esta se limite a realizar nuevas operaciones por falta de efectivo; por ello se le recomienda disminuir sus deudas a corto plazo para que tenga mayor capacidad para operar libremente, y así operar con mayor libertad.
3. Para mejorar la situación en la Rentabilidad de la empresa se plantea incrementar la calidad del servicio al cliente en todos sus ámbitos, por ello al analizar los principales puntos que inciden en la calidad del servicio al cliente se pronostica seguir unas políticas de lineamiento en la situación de la empresa y el principales puntos es la atención al cliente personalizada, una infraestructura cómoda y limpia.
4. Para que la empresa pueda seguir realizando sus operaciones diarias, ésta tiene que gestionar mayores ventas, reducir gastos, con la finalidad de disminuir costos y gastos, la cual tendrá resultados económicos positivos para la mejora de la situación en la empresa.

## BIBLIOGRAFIA

### DOCUMENTALES

1. **AMAT, O.** (2008). *"Análisis económico"*. Madrid. Gestión 2008.
2. **BOCANEGRA DÍAZ, Félix A:** Bases de la Metodología de la Investigación Científica, PublíCiencia, Trujillo, 2006.
3. **HERNANDEZ SAMPERTI, Roberto:** Metodología de la investigación Mc Graw Hill. Colombia. 2010.
4. **HERNÁNDEZ SAMPIERI Y OTROS,** "Metodología de la Investigación", Quinta Edición MACGRAW-HILL, Interamericana Editorial S.A-México 2010G.
5. **KOLER, E.:** Diccionario para Contadores. Año 2010
6. **REY MORENO, MANUEL** (2011). "Calidad del servicio al cliente y gestión de reclamaciones: teoría y casos". Sevilla: CEADE.
7. **RIBERA, J.; HUETE, L.M.** (2009). *"Empresa de Servicios: Un Mundo de Posibilidades"*. Barcelona: Ediciones Folio SA

### HEMEROGRÁFICAS

1. **Apaza Meza, M. (1999),**Análisis e interpretación de los estados financieros y gestión financiera, Lima - Perú
2. **Staff Tributario de la Revista Actualidad Empresarial (2011) Manual de estados financieros** Instituto Pacifico S.A.C.- Lima – Perú.
3. **WALTER ZANS, Enrique:** Análisis e interpretación de estados financieros. Estudio San marcos. Primera edición 2010.

## Direcciones electrónicas

1. <http://www.monografias.com/trabajos36/metodos-tesis/metodos-tesis2.shtml>.
2. [http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php?option=com\\_content&view=article&id=816&Itemid=183](http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=816&Itemid=183).
3. Wikipedia (2013) <http://es.wikipedia.org/wiki/Liquidez>.
4. <http://www.monografias.com/trabajos/sistributarios/sistributarios.shtml>
5. <http://www.monografias.com/trabajos98/analisis-situacion-financiera-y-economica-toma-decisiones-empresas-hoteleras-peru/analisis-situacion-financiera-y-economica-toma-decisiones-empresas-hoteleras-peru2.shtml#ixzz3QniLTbpB>.
6. [http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php?option=com\\_content&view=article&id=816&Itemid=183](http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=816&Itemid=183)


# **ANEXOS**

**Anexo N° 01:  
Matriz de consistencias**

**“LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE Y SU INFLUENCIA EN LA SITUACION FINANCIERA Y ECONOMICA DE LA EMPRESA AZD ARCHITECTURE DESIGN  
E.I.R.L DEL DISTRITO DE HUANUCO-2014.”**

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
<b>GENERAL:</b>	<b>GENERAL:</b>	<b>GENERAL:</b>				
¿De qué manera influye la calidad de servicio al cliente en la situación financiera y económica de la empresa AZD Architecture Desing E.I.R.L. del distrito de Huánuco-2014?	Demostrar que la calidad de servicio al cliente influye de manera significativa en la situación financiera y económica de la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L. del distrito de Huánuco-2014.	Si se ofrece buena calidad del servicio al cliente entonces influirá de manera significativa en la Situación Financiera y Económica de la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L. del distrito de Huánuco, periodo 2014.	<b>VI</b>  X Servicio al cliente	Dimensiones Fiabilidad  Características del personal  Elementos tangibles  Oferta complementaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Prestación de servicios</li> <li>· Solución de problemas rápidas</li> <li>· Servicios sin errores</li> <li>· Información puntual</li> <li>· Trato cordial</li> <li>· Aspecto cuidado</li> <li>· Atención personalizada</li> <li>· Profesionalidad</li> <li>· Instalaciones</li> <li>· Nivel de confort</li> <li>· Seguridad</li> <li>· Gama de servicios ofertados</li> <li>· Información de otras actividades</li> <li>· Tranquilidad en el lugar</li> </ul>	Cuestionario
<b>ESPECIFICAS</b>	<b>ESPECIFICAS</b>	<b>ESPECIFICAS</b>				
a) ¿Cuál es la calidad de servicio al cliente que brinda la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L. ?	a) Conocer la calidad de servicio al cliente que brinda la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L. del distrito de Huánuco.	a) La calidad de servicio al cliente de la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L. de Huánuco es deficiente.	<b>VD</b>			
b) ¿Cuál es nivel de rentabilidad económica y financiera de la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L. ?	b) Determinar el nivel de rentabilidad económica y financiera en la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L. de Huánuco.	b) La rentabilidad económica y financiera de la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L. de Huánuco se encuentra dentro de lo normal.	Y Situación Financiera y económica	Estado de situación financiera.  Estado de Resultados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>· Y1= Ratios de rentabilidad</li> </ul>	Análisis Documental
c) ¿Cuál es la relación que existe entre la calidad de servicio al cliente y el nivel de rentabilidad económica y financiera de la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L. del distrito de Huánuco?	c) Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio al cliente y rentabilidad económica y financiera de la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L. de Huánuco.	c) La buena calidad de servicio al cliente afecta de manera positiva los resultados de la situación económica y financiera de la empresa de la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L. de Huánuco.				

## ANEXO 02 ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

Estado de Situación Financiera		Al 31 de Diciembre del año 2014 y 31 de Diciembre del año 2013		(En miles de nuevos soles)	
					
<b>Activos</b>				<b>Pasivos y Patrimonio</b>	
<b>Activos Corrientes</b>				<b>Pasivos Corrientes</b>	
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	132,771	68,749		Otros Pasivos Financieros	0
Otros Activos Financieros	0	0		Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	148,783
Cuentas por cobrar comerciales y otras cuentas por cobrar	98,978	164,668		Cuentas por Pagar Comerciales	137,941
Cuentas por Cobrar Comerciales (neto)	91,366	149,087		Otras Cuentas por Pagar	2574
Otras Cuentas por Cobrar (neto)	7,612	15,581		Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas	5541
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas	0	0		Ingresos diferidos	0
Anticipos	0	0		Provisión por Beneficios a los Empleados	0
Inventarios	0	0		Otras provisiones	0
Activos Biológicos	0	0		Pasivos por impuestos a las Ganancias	0
Activos por Impuestos a las Ganancias	0	0		Otros Pasivos no financieros	0
Otros Activos no financieros	0	0		<b>Total de Pasivos Corrientes distintos de Pasivos incluidos en Grupos de Activos para su Disposición Clasificados como Mantenedos para la Venta</b>	<b>148,783</b>
<b>Total Activos Corrientes Distintos de los Activos o Grupos de Activos para su Disposición Clasificados como Mantenedos para la Venta o para Distribuir a los Propietarios</b>	<b>231,749</b>	<b>233,417</b>		Pasivos incluidos en Grupos de Activos para su Disposición Clasificados como Mantenedos para la Venta	0
Activos no Corrientes o Grupos de Activos para su Disposición Clasificados como Mantenedos para la Venta	0	0		<b>Total Pasivos Corrientes</b>	<b>148,783</b>
Activos no Corrientes o Grupos de Activos para su Disposición Clasificados como Mantenedos para Distribuir a los Propietarios	0	0			
<b>Activos no Corrientes o Grupos de Activos para su Disposición Clasificados como Mantenedos para la Venta o como Mantenedos para Distribuir a los Propietarios</b>	<b>0</b>	<b>0</b>		<b>Pasivos No Corrientes</b>	<b>0</b>
<b>Total Activos Corrientes</b>	<b>231,749</b>	<b>233,417</b>		Otros Pasivos Financieros	0
				Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	170,688
<b>Activos No Corrientes</b>	<b>0</b>	<b>0</b>		Cuentas por Pagar Comerciales	0
Otros Activos Financieros	0	0		Otras Cuentas por Pagar	170,688
Inversiones en subsidiarias, negocios conjuntos y asociadas	0	0		Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas	0
Cuentas por cobrar comerciales y otras cuentas por cobrar	0	0		Ingresos diferidos	0
Cuentas por Cobrar Comerciales	0	0		Provisión por Beneficios a los Empleados	0
Otras Cuentas por Cobrar	0	0		Otras provisiones	0
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas	0	0		Pasivos por impuestos diferidos	0
Anticipos	0	0		Otros pasivos no financieros	0
Activos Biológicos	0	0		<b>Total Pasivos No Corrientes</b>	<b>170,688</b>
Propiedades de inversión	0	0		<b>Total Pasivos</b>	<b>319,671</b>
Propiedades, Planta y Equipo (neto)	157,277	174,365			
Activos intangibles distintos de la plusvalía	0	0		<b>Patrimonio</b>	<b>6,025</b>
Activos por impuestos diferidos	0	0		Capital Emitido	0
Plusvalía	0	0		Primas de Emisión	0
Otros Activos no financieros	0	0		Acciones de Inversión	0
<b>Total Activos No Corrientes</b>	<b>157,277</b>	<b>174,365</b>		Acciones Propias en Cartera	0
				Otras Reservas de Capital	0
				Resultados Acumulados	20,789
				Otras Reservas de Patrimonio	42,541
				<b>Total Patrimonio</b>	<b>69,355</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>389,026</b>	<b>407,782</b>		<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>389,026</b>
					<b>407,782</b>



**ANEXO 03:**  
**CUESTIONARIO**  
**UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN**  
**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES**  
**Y**  
**FINANCIERAS**

**ENCUESTA PARA CLIENTES DE LA EMPRESA**

**OBJETIVO:**

Recabar información referido a la calidad de servicio al cliente de la empresa.

La recopilación de la información va a permitir desarrollar propuestas para mejorar la organización de la empresa e incrementar los ingresos para ser más rentable. Agradezco su participación.

Se le recomienda leer detenidamente las preguntas y contestar las respuestas que Ud. crea conveniente con (X) si en caso tiene alguna duda preguntar al investigador.

01	¿Qué tan satisfecho se siente Ud. Con nuestra la Calidad de prestación de servicio y atención. al Cliente?	a) Muy Satisfecho b) Satisfecho c) Ni satisfecho/Ni Insatisfecho. d) Insatisfecho e) Total Insatisfecho
02	De nuestros diseños arquitectónicos ¿el modelo de diseño personalizado para usted supero sus expectativas?	a) Muy Satisfecho b) Satisfecho c) Ni satisfecho/Ni Insatisfecho. d) Insatisfecho e) Total Insatisfecho
03	¿Se siente satisfecho usted con el trato cordial que le brinda el personal de recepción de la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L?	a) Muy Satisfecho b) Satisfecho c) Ni satisfecho/Ni Insatisfecho. d) Insatisfecho e) Total Insatisfecho
04	¿Qué tan Bueno le parece a usted la atención personalizada que le brinda el arquitecto promotor de le empresa?	a) Muy Bueno b) Bueno c) Ni Bueno/Ni Malo d) Malo e) Muy Malo
05	¿Cree Ud. Que en la práctica la profesionalidad del personal influye en la calidad del servicio en la empresa?	a) Completamente b) Medianamente c) No conoce d) No influye
06	¿Considera Ud. que las instalaciones de nuestra recepción influyen en la comodidad de nuestros servicios de calidad al cliente?	a) Si b) No c) No sabe / No opina

07	¿Considera que la Cortesía y la Amabilidad son brindadas de manera positivas en nuestros servicios en la empresa constructora AZD Architecture Desing E.I.R.L.?	a) Totalmente De acuerdo b) De acuerdo c) Ni de acuerdo / Ni en desacuerdo d) En desacuerdo e) Totalmente en desacuerdo
----	---	---

**MUCHAS GRACIAS  
LOS TESISITAS**



## **NOTAS BIOGRAFICAS**

**Deysi Tatiana HUAMAN SANCHEZ**

### **INFORMACIÓN PERSONAL:**

NOMBRE : DEYSI TATIANA HUAMAN SANCHEZ  
LUGAR DE NACIMIENTO: HUANUCO - HUANUCO - HUANUCO  
FECHA DE NACIMIENTO : 27/06/1987  
DOCUMENTO DE IDENTIDAD : 44736655  
ESTADO CIVIL : SOLTERA  
DOMICILIO : Jr. INDEPENDIENCIA N° 1588 -  
HUANUCO  
E.MAIL : DEYSI2726@HOTMAIL.COM

### **INFORMACIÓN ACADÉMICA:**

1. ESTUDIOS PRIMARIOS: COLEGIOS: (I.E.P. HERMILIO VALDIZAN)
2. ESTUDIOS SECUNDARIOS: COLEGIOS (C.P SANTA ELIZABETH; SAN JUAN BOSCO)
3. ESTUDIOS UNIVERSITARIOS: (UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN - HUANUCO)
4. TESIS DE GRADO: LA CALIDAD DEL SERVIVIO AL CLIENTE Y SU INFLUENCIA E LA SITUACION FINANCIERA Y ECONOMICA DE LA E.I.R.L ARCHITECTURE DESING

### **EXPERIENCIA LABORAL:**

- DESDE : MARZO DEL 2010 HASTA MARZO DEL 2011  
BRINDE SERVICIOS A LA EMPRESA BURO OUTSUORCING EN LA ENTIDAD FINANCIERA SCOTIABANK EN CALIDAD DE ASESOR FINANCIERO.
- DESDE : JUNIO DEL 2011 HASTA JUNIO DEL 2012  
BRINDE SERVICIOS COMO TECNICA ESPECIALISTA EN LA OFICINA DE SUB DIRECCION DE PROMOCION DE PROMOCION DEL EMPLEO – DIRECCION REGIONAL DE TRABAJO Y PROMOCION DEL EMPLEO .
- DESDE: ENERO DEL 2014 HASTA JUNIO DEL 2014

- BRINDE SERVICIOS EN LA O.N.G – INSTITUTO DEL DESARROLLO DEL SECTOR INFORMAL - IDESI – HUANUCO; EN CALIDAD DE PLATAFORMA.

- DESDE: DICIEMBRE DEL 2014 HASTA JUNIO DEL 2015

BRINDE SERVICIOS A LA SUPERINTENDENCIA NACIONAL DE REGISTROS PUBLICOS (SUNARP ) - OFICINA RECEPTORA – AUCAYACU, EN CALIDAD DE AUXILIAR DE OFICINA RECEPTORA

- DESDE : JULIO DEL 2015 HASTA DICIEMBRE DEL 2015

BRINDE SERVICIOS A LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE HUACAR – PROVINCIA DE AMBO –REGION HUANUCO ; ENCARGADA DE LA OFICINA DE SECRETARIA GENERAL.

## **FERNANDEZ HERRERA EDUARDO CESAR**

Nació en el distrito de Huánuco, provincia de Huánuco, departamento de Huánuco, el 27 de agosto del año 1987. Culmino la secundaria en el Colegio Nacional de Aplicación UNHEVAL de Huánuco. Curso los estudios superiores en la Universidad Nacional Hermilio Valdizán donde obtuvo el grado de Bachiller en Ciencias Contables y Financieras, el año 2014.

- APELLIDOS** : FERNANDEZ HERRERA
- NOMBRES** : EDUARDO CESAR
- NACIONALIDAD** : PERUANO
- LUGAR DE NACIMIENTO** : DISTRITO – HUÁNUCO  
PROVINCIA – HUÁNUCO  
DEPARTAMENTO – HUÁNUCO
- FECHA DE NACIMIENTO** : 27 DE AGOSTO DE 1987
- DOCUMENTO DE IDENTIDAD** : N° 44468579
- ESTADO CIVIL** : SOLTERO
- R.U.C** : N° 10444685790
- DOMICILIO** : JR. PEDRO PUELLES N° 387 –  
HUÁNUCO
- TELÉFONO** : #978900088
- CORREO ELECTRÓNICO** : CEFH15@HOTMAIL.COM

### **02.- ESTUDIOS REALIZADOS**

- PRIMARIA** : “I.E.P. MARÍA DE LOS ÁNGELES” – HCO.

- SECUNDARIA : “COLEGIO NACIONAL DE APLICACIÓN  
UNHEVAL” – HCO.
- SUPERIOR : “UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN”
- ESPECIALIDAD : E.A.P. DE CIENCIAS CONTABLES Y  
FINANCIERAS.

### **03.- PRINCIPALES SERVICIOS PRESTADOS**

- SUPERVISOR ENCARGADO DE LA DEFENSORÍA DEL PUEBLO PARA LAS ELECCIONES DEL 2006.
- ASISTENTE DE LA OFICINA DE CONTABILIDAD Y PRESUPUESTO DE MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE COLPAS PROVINCIA DE AMBO - HUANUCO, DURANTE EL AÑO 2008 (01/01/2008 AL 31/12/2008).
- ENCARGADO DE LA OFICINA DE ABASTECIMIENTO DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE CHAGLLA – PROVINCIA DE PACHITEA – HUANUCO DURANTE EL AÑO 2010 (05/01/2009 AL 31/12/2010).
- ASISTENTE DE LA OFICINA DE CONTABILIDAD DE MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YANAS - PROVINCIA DE DOS DE MAYO - HUANUCO, DEL 01 DE ENERO DE 2011 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2012.
- ENCARGADO DEL AREA DE TESORERIA DE LA MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE YANAS - PROVINCIA DE DOS DE MAYO - HUANUCO, DESDE 01 DE ENERO DE 2013 AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014 .

## **DOMINGUEZ MALPARTIDA ANGEL HUMBERTO**

Nació en el distrito de Huánuco, provincia de Huánuco, departamento de Huánuco, el 29 de enero del año 1979:

- **APELLIDOS** : DOMINGUEZ MALPARTIDA
- **NOMBRES** : ANGEL HUMBERTO
- **NACIONALIDAD** : PERUANO
- **LUGAR DE NACIMIENTO** : DISTRITO – HUÁNUCO  
PROVINCIA – HUÁNUCO  
DEPARTAMENTO – HUÁNUCO
- **FECHA DE NACIMIENTO** : 29 DE ENERO DE 1979
- **DOCUMENTO DE IDENTIDAD** : N° 80321429
- **ESTADO CIVIL** : SOLTERO
- **R.U.C** : N° 10803214290
- **DOMICILIO** : JR. PROGRESO 525 - HUANUCO
- **TELÉFONO** : 998898259

### **02.- ESTUDIOS REALIZADOS**

- PRIMARIA : "I.E.P. SAN PEDRO" – HCO.
- SECUNDARIA : "COLEGIO NACIONAL LEONCIO PRADO" – HCO.
- SUPERIOR : "UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN"
- ESPECIALIDAD : E.A.P. DE CIENCIAS CONTABLES Y FINANCIERAS.

### **03.- EXPERIENCIA LABORAL**

- ASISTENTE CONTABLE EN EL ESTUDIO CONTABLE WILSON TUESTA.

- ASISTENTE DE CONTABILIDAD Y PRESUPUESTO DE MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE AMARILIS
- ASISTENTE DE CONTABILIDAD DE MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE OBAS
- AUXILIAR CONTABLE EN LA OFICINA DE CONTABILIDAD DE LA REGION DE AGRICULTURA HUANUCO



**DECANATO**

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO  
 PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO**

En la Ciudad Universitaria de Cayhuayna, a los 1294 días del mes de diciembre del 2015 a horas 3:00 p.m. se reunieron en la Sala de Grados de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras ubicada en el Pabellón N° 4, 3er. Piso UNHEVAL, los miembros del Jurado Calificador de la Tesis "**LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE Y SU INFLUENCIA EN LA SITUACION FINANCIERA Y ECONOMICA DE LA EMPRESA CONSTRUCTORA AZD ARCHITECTURE DESING E.I.R.L. - PERIODO 2014**", de la Bachiller en Ciencias Contables y Financieras, **Deysi Tatiana HUAMAN SANCHEZ**, designados con Resolución N° 0828-2015-UNHEVAL-FCCyF-D del 23-12-15 procedieron a dar inicio el acto de sustentación para obtener el Título Profesional de Contador Público, siendo los miembros del jurado los siguientes docentes:

Mg. Eudasio RAMIREZ TABRAJ	Presidente
Mg. Zenón CIELO MALPARTIDA	Secretario
CPC Esther ESPINOZA GUTIERREZ	Vocal

Finalizada la sustentación de la referida tesis se procedió a deliberar y verificar la calificación, habiendo obtenido el resultado siguiente:

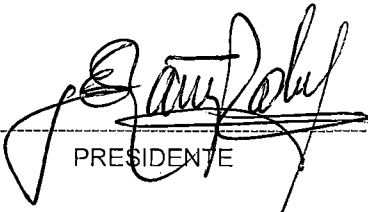
APROBADO POR	DESAPROBADO POR
<u>UNANIMIDAD</u> .....	_____

Que de acuerdo al Artículo 31° del Reglamento General de Grados y Títulos vigente, habiendo obtenido la nota de CATORCE (14), tiene el equivalente a: BUENO

**OBSERVACIONES:**

-----  
 -----

Se dio por concluido el acto de sustentación a horas 5:30 pm, firmando la presente en señal conformidad.

  
 \_\_\_\_\_  
 PRESIDENTE

  
 \_\_\_\_\_  
 SECRETARIO

  
 \_\_\_\_\_  
 VOCAL



**DECANATO**

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO  
 PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO**

En la Ciudad Universitaria de Cayhuayna, a los 1294 días del mes de diciembre del 2015 a horas 3:00 p.m. se reunieron en la Sala de Grados de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras ubicada en el Pabellón N° 4, 3er. Piso UNHEVAL, los miembros del Jurado Calificador de la Tesis "**LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE Y SU INFLUENCIA EN LA SITUACION FINANCIERA Y ECONOMICA DE LA EMPRESA CONSTRUCTORA AZD ARCHITECTURE DESING E.I.R.L. – PERIODO 2014**", del Bachiller en Ciencias Contables y Financieras **Ángel Humberto DOMINGUEZ MALPARTIDA**, designados con Resolución N° 0828-2015-UNHEVAL-FCCyF-D del 23-12-15 procedieron a dar inicio el acto de sustentación para obtener el Título Profesional de Contador Público, siendo los miembros del jurado los siguientes docentes:

Mg. Eudasio RAMIREZ TABRAJ	Presidente
Mg. Zenón CIELO MALPARTIDA	Secretario
CPC Esther ESPINOZA GUTIERREZ	Vocal

Finalizada la sustentación de la referida tesis se procedió a deliberar y verificar la calificación, habiendo obtenido el resultado siguiente:

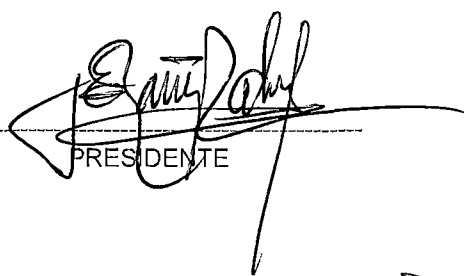

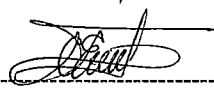
APROBADO POR	DESAPROBADO POR
<u>UNANIMIDAD</u>	_____

Que de acuerdo al Artículo 31° del Reglamento General de Grados y Títulos vigente, habiendo obtenido la nota de BUENO (15), tiene el equivalente a: BUENO

**OBSERVACIONES:**

-----  
 -----

Se dio por concluido el acto de sustentación a horas 5:30 pm, firmando la presente en señal conformidad.

 PRESIDENTE	 SECRETARIO
 VOCAL	





**DECANATO**

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO  
 PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO**

En la Ciudad Universitaria de Cayhuayna, a los 1294 días del mes de diciembre del 2015 a horas 3:00 p.m. se reunieron en la Sala de Grados de la Facultad de Ciencias Contables y Financieras ubicada en el Pabellón N° 4, 3er. Piso UNHEVAL, los miembros del Jurado Calificador de la Tesis "**LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE Y SU INFLUENCIA EN LA SITUACION FINANCIERA Y ECONOMICA DE LA EMPRESA CONSTRUCTORA AZD ARCHITECTURE DESING E.I.R.L. – PERIODO 2014**", del Bachiller en Ciencias Contables y Financieras **Eduardo Cesar FERNANDEZ HERRERA**, designados con Resolución N° 0828-2015-UNHEVAL-FCCyF-D del 23-12-15 procedieron a dar inicio el acto de sustentación para obtener el Título Profesional de Contador Público, siendo los miembros del jurado los siguientes docentes:

Mg. Eudasio RAMIREZ TABRAJ	Presidente
Mg. Zenón CIELO MALPARTIDA	Secretario
CPC Esther ESPINOZA GUTIERREZ	Vocal

Finalizada la sustentación de la referida tesis se procedió a deliberar y verificar la calificación, habiendo obtenido el resultado siguiente:

APROBADO POR

DESAPROBADO POR

UNANIMIDAD

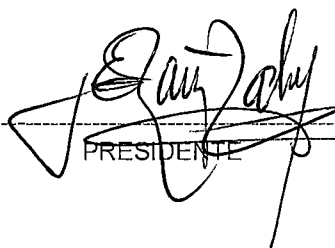
\_\_\_\_\_

Que de acuerdo al Artículo 31° del Reglamento General de Grados y Títulos vigente, habiendo obtenido la nota de QUINCE (15), tiene el equivalente a: BUENO

**OBSERVACIONES:**

-----  
 -----

Se dio por concluido el acto de sustentación a horas 3:30 PM, firmando la presente en señal conformidad.

  
 \_\_\_\_\_  
 PRESIDENTE

  
 \_\_\_\_\_  
 SECRETARIO

  
 \_\_\_\_\_  
 VOCAL