UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE E INSOLVENCIA EMPRESARIAL EN LA EMPRESA LADRILLOS FUERTES Y DURABLES FORTALEZA S.A.C, EN LA CIUDAD DE PUCALLPA, DEPARTAMENTO UCAYALI, 2022.

Tesis para optar el título profesional de

CONTADOR PÚBLICO

YADIRA, PEREZ FERNANDEZ

PUCALLPA – PERÚ

2024

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
COMISION DE GRADOS Y TITULOS

""Año de la recuperación y consolidación de la economía peruana"

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE:

CONTADOR PÚBLICO

Siendo las 10:00 AM del día sábado 11 de enero del 2025, en los ambientes del Salón de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, en cumplimiento con lo señalado en los Artículos 17º y 18º del Reglamento General de Grado Académico de Bachiller, Título Profesional y Titulo de segunda Especialidad Profesional, se reunió el jurado integrado por los docentes: **Dra. Cheryl Ruiz Bartra (Presidente), Dr. Migues Arevalo Rios (Miembro) y Dr. Nelson Manuel Vasquez Saucedo (Miembro).**

Se realizó la sustentación de la tesis titulada: **"CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE E INSOIVENCIA EMPRESARIAL EN LA EMPRESA LADRILLOS FUERTES Y DURABLES FORTALEZA S.A.C, EN LA CIUDAD DE PUCALLPA, DEPARTAMENTO UCAYALI, 2022.",** por el/la/los Bachilleres en **Contabilidad: Yadira Perez Fernandez, EN FORMA PRESENCIAL:**

Qué; según el Artículo 21° del Reglamento General de Grado Académico de Bachiller, Título Profesional y Titulo de Segunda Especialidad Profesional, que a la letra dice:

"La evaluación se hará de acuerdo a la siguiente escala de calificaciones:

a) Sobresaliente con felicitación escrita y recomendaciones de publicación
b) Aprobado por unanimidad
c) Aprobado por mayoría
d) Desaprobado..."

El/la defensor(a) de la Tesis, ha obtenido la siguiente calificación;

APROBADO POR UNANIMIDAD

Siendo las 11:00 AM del mismo día, se dio por concluido el acto y luego de ser leído el acta, los miembros del Jurado Evaluador procedieron a suscribirlo.

Dra. Cheryl Ruiz Bartra
Presidente

Dr. Migues Arevalo Rios
Miembro

Dr. Nelson Manuel Vasquez Saucedo
Miembro

Universidad Nacional de Ucayali SECRETARIO PUCALLPA

Mg. Olmedo Pizango Isuiza
Secretario Académico

APROBACION Y FIRMA DEL JURADO DE LA TESIS

Esta tesis fue sometida a consideración para su APROBACIÓN ante el jurado de la Facultad de Ciencias Económica, Administrativas y Contables de la Universidad Nacional de Ucayali integrada por los siguientes docentes:

Dra. Cheryl Ruiz Bartra

Presidente

Dr. Migues Arevalo Rios

Miembro

Dr. Nelson Manuel Vasquez Saucedo

Miembro

Mg. Olmedo Pizango Isuiza

Asesor

Bach. Yadira Perez Fernandez

Tesista

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

DIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN INTELECTUAL

CONSTANCIA

ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Nº **V/0588-2024**.

La Dirección de Producción Intelectual de la Universidad Nacional de Ucayali, hace constar por la presente, que el trabajo académico de investigación, titulado:

"**CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE E INSOLVENCIA EMPRESARIAL EN LA EMPRESA LADRILLOS FUERTES Y DURABLES FORTALEZA S.A.C, EN LA CIUDAD DE PUCALLPA, DEPARTAMENTO UCAYALI, 2022**"

Autor(es)	:	**PÉREZ FERNÁNDEZ, YADIRA**
Facultad	:	**CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**
Escuela	:	**CONTABILIDAD**
Asesor(a)	:	**Mg. PIZANGO ISUIZA, OLMEDO**

Presenta un **porcentaje de similitud de 2%,** verificado en el Sistema Antiplagio COMPILATIO,

De acuerdo a los criterios de porcentaje establecidos en el artículo 9 de la DIRECTIVA DE USO DEL SISTEMA ANTIPLAGIO, el cual indica que todo trabajo de investigación no debe superar el 10%. **En tal sentido, se declara, que el presente trabajo de investigación: SI Contiene un porcentaje aceptable de similitud,** procediéndose a emitir la presente Constancia de Originalidad de Trabajo de Investigación (COTI) a solicitud del asesor.

En señal de conformidad se firma y sella el presente documento.

Fecha: 22/10/2024

Mg. JOSÉ MANUEL CÁRDENAS BERNAOLA
Director de Producción Intelectual

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

DIRECCIÓN DE PRODUCCIÓN INTELECTUAL

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Repositorio de la Universidad Nacional de Ucayali

Yo, Yadira Perez Fernandez

Autor de la tesis titulada : Calidad del servicio al cliente e insolvencia empresarial en la empresa Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza SAC, en la Ciudad de Pucallpa, Departamento Ucayali 2022

Sustentada el año: 2025

Asesor(a): Mg. Olmedo Pizango Isuiza

Facultad: Ciencias Económicas Administrativas y Contables

Escuela Profesional: Contabilidad

Autorizo la publicación:

PARCIAL [ ] TOTAL [X]

De mi trabajo de investigación en el Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Ucayali (www.repositorio.unu.edu.pe), bajo los siguientes términos:

Primero: Otorgo a la Universidad Nacional de Ucayali licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público en general mi tesis (incluido el resumen) a través del Repositorio Institucional de la UNU, en formato digital sin modificar su contenido, en el Perú y en el extranjero; por el tiempo y las veces que considere necesario y libre de remuneraciones.

Segundo: Declaro que la tesis es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, por tanto me encuentro facultado a conceder la presente autorización, garantizando que la tesis no infringe derechos de autor de terceras personas, caso contrario, me hago único(a) responsable de investigaciones y observaciones futuras, de acuerdo a lo establecido en el estatuto de la Universidad Nacional de Ucayali, la Superintendencia Nacional de Educación Superior Universitaria y el Ministerio de Educación.

En señal de conformidad firmo la presente autorización.

Fecha: 29 / 09 / 2025

Email: yepefer@gmail.com Firma: _____

Teléfono: 967309414 DNI: 00126548

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a DIOS, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación como profesional, por darme la fortaleza de seguir adelante con las metas que me he propuesto en el pasar de mi vida. En especial dedico mi trabajo, a mi adorada madre Claudia que siempre la considerare como un ejemplo y mi pilar.

AGRADECIMIENTO

A DIOS por darme la fuerza necesaria para salir adelante y cumplir con mi objetivo.

A mis hermanos, Wagner y Raquel, por el amor, apoyo y comprensión recibido de parte de ellos en todo este tiempo.

A la Universidad Nacional de Ucayali por brindarme la oportunidad de realizarme profesionalmente.

A mi asesor el Mg. Olmedo Pizango Isuiza, por el asesoramiento y su motivación que han sido fundamentales para poder desarrollar el trabajo de investigación, con miras a la obtención de mi título profesional.

A mi institución y las personas que me apoyaron, como:

- La empresa Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza, por permitirme laborar en sus instalaciones, y formar parte de su staff de profesionales.
- A la Sra. Saby Gonzales, en calidad de Gerente General, por su apoyo, ya que, con su ayuda, pude terminar la presente investigación.

Y a todas aquellas personas que, de una u otra forma, colaboraron o participaron en la realización de este trabajo, hago extensiva mi más sincero agradecimiento.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA iv

AGRADECIMIENTO vii

ÍNDICE DE TABLAS x

ÍNDICE DE FIGURAS xii

RESUMEN xiv

ABSTRACT xv

INTRODUCCIÓN xvi

I. CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN 18

1.1. Descripción del problema 18

1.2. Formulación del problema 19

1.2.1. Problema general 19

1.2.2. Problemas específicos 20

1.3. Objetivos 20

1.3.1. Objetivo general 20

1.3.2. Objetivos específicos 20

1.4. Hipótesis 20

1.4.1. Hipótesis general 20

1.4.2. Hipótesis especificas 21

1.5. Variables 21

1.6. Operacionalización de variables 22

1.7. Justificación 23

II. CAPÍTULO II: MARCO TEORICO 24

2.1. Antecedentes del problema 24

2.2. Bases teóricas del problema 27

2.3. Definición de términos básicos 37

III. CAPÍTULO III: MARCO TEORICO 39

3.1. Método de investigación 39

3.2. Población y muestra 39

3.3. Instrumentos de recolección de datos 40

3.4. Procedimiento de recolección de datos 40

3.5. Tratamiento de los datos 40

IV. CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN 41

CONCLUSIONES 67

SUGERENCIAS 68

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS 69

ANEXOS 73

ÍNDICE DE TABLAS

		Pg.
Tabla 1.	Operacionalización de variables……	22
Tabla 2.	¿Las instalaciones físicas, tuvieron apariencia agradable?……..	41
Tabla 3.	¿La limpieza de las instalaciones físicas y las sillas de la sala de espera fue agradable?……..	42
Tabla 4.	¿Los carteles, folletos, avisos de señalización, fueron visualmente atractivas?……..	43
Tabla 5.	¿Las sillas de las oficinas fueron cómodas?…….....	44
Tabla 6.	¿La presentación del personal de atención fue impecable?……..	45
Tabla 7.	¿Las instalaciones físicas contaban con cámaras y personal de seguridad?…….....	46
Tabla 8.	¿La información solicitada al momento de la compra se realizó sin errores?…….....	47
Tabla 9.	¿Pudo apreciar un botiquín para brindar primeros auxilios?……..	48
Tabla 10.	¿El tiempo de espera desde la llegada hasta que se compro fue razonable?…….....	49
Tabla 11.	¿El procedimiento para la compra del producto fue apropiado?……..	50
Tabla 12.	¿Los horarios de atención para la venta del producto fueron adecuados?……..	51

Tabla 13. ¿La tecnología utilizada para la emisión de boletas de ventas, fue apropiada?..... 52

Tabla 14. ¿Los trabajadores han contestado apropiadamente a sus preguntas?..... 53

Tabla 15. ¿El comportamiento de los colaboradores de la empresa le transmitió confianza?..... 54

Tabla 16. ¿Las transacciones con los trabajadores de la empresa le transmitió seguridad?..... 55

Tabla 17. ¿Los trabajadores de la empresa fueron amables?..... 56

Tabla 18. ¿El trato de los trabajadores de la empresa fue excelente?..... 57

Tabla 19. ¿Los colaboradores de la empresa se presentaron cortésmente?..... 58

Tabla 20. ¿La comprensión de los colaboradores de la empresa frente a sus necesidades y sentimientos fue excelente?.... 59

Tabla 21. Relación entre las instalaciones físicas (ambiente de oficina, servicios higiénicos, puertas y ventanas, entre otros), tuvieron apariencia agradable y la limpieza de las instalaciones físicas y las sillas de la sala de espera fue agradable..... 63

ÍNDICE DE FIGURAS

		Pg.
Figura 1.	Modelo SERVQUAL……	28
Figura 2.	Brechas Modelo SERVQUAL……	31
Figura 3.	¿Las instalaciones físicas, tuvieron apariencia agradable?……..	41
Figura 4.	¿La limpieza de las instalaciones físicas y las sillas de la sala de espera fue agradable?……..	42
Figura 5.	¿Los carteles, folletos, avisos de señalización, fueron visualmente atractivas?……..	43
Figura 6.	¿Las sillas de las oficinas fueron cómodas?……..	44
Figura 7.	¿La presentación del personal de atención fue impecable?……..	45
Figura 8.	¿Las instalaciones físicas contaban con cámaras y personal de seguridad?……..	46
Figura 9.	¿La información solicitada al momento de la compra se realizó sin errores?……..	47
Figura 10.	¿Pudo apreciar un botiquín para brindar primeros auxilios?……..	48
Figura 11.	¿El tiempo de espera desde la llegada hasta que se compro fue razonable?……..	49
Figura 12.	¿El procedimiento para la compra del producto fue apropiado?……..	50
Figura 13.	¿Los horarios de atención para la venta del producto fueron adecuados?……..	51

Figura 14. ¿La tecnología utilizada para la emisión de boletas de ventas, fue apropiada?..... 52

Figura 15. ¿Los trabajadores han contestado apropiadamente a sus preguntas?..... 53

Figura 16. ¿El comportamiento de los colaboradores de la empresa le transmitió confianza?..... 54

Figura 17. ¿Las transacciones con los trabajadores de la empresa le transmitió seguridad?..... 55

Figura 18. ¿Los trabajadores de la empresa fueron amables?..... 56

Figura 19. ¿El trato de los trabajadores de la empresa fue excelente?..... 57

Figura 20. ¿Los colaboradores de la empresa se presentaron cortésmente?..... 58

Figura 21. ¿La comprensión de los colaboradores de la empresa frente a sus necesidades y sentimientos fue excelente?... 59

Figura 22. Gráfico de dispersión entre las instalaciones físicas (ambiente de oficina, servicios higiénicos, puertas y ventanas, entre otros), tuvieron apariencia agradable y la limpieza de las instalaciones físicas y las sillas de la sala de espera fue agradable..... 63

RESUMEN

El presente estudio, titulado "Calidad del servicio al cliente e insolvencia empresarial en la empresa Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza SAC, en la ciudad de Pucallpa, Departamento Ucayali, 2022", tiene como objetivo principal determinar la influencia de la calidad del servicio al cliente. en la insolvencia empresarial de dicha empresa. El análisis se llevó a cabo utilizando el modelo SERVQUAL para medir la calidad del servicio en función de cinco dimensiones clave: elementos tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Asimismo, para medir el índice de insolvencia, se aplicó el modelo Razón Z de Altman, que permite predecir la probabilidad de insolvencia a través de indicadores financieros. Los resultados muestran que la percepción de los clientes sobre la calidad del servicio en general fue satisfactoria en aspectos como la atención del personal y la presentación física de las instalaciones. Sin embargo, también se identificaron áreas de mejora en la comodidad de las instalaciones y la limpieza, lo cual puede impactar en la satisfacción del cliente y, por consiguiente, en el desempeño financiero de la empresa. En conclusión, se encontró que una adecuada gestión de la calidad del servicio puede ser un factor clave para mejorar la estabilidad financiera de la empresa, y se recomienda implementar mejoras continuas en la atención al cliente, así como monitorear los indicadores financieros para evitar situaciones de insolvencia.

Palabras clave: calidad del servicio, insolvencia empresarial, modelo SERVQUAL, Razón Z de Altman.

ABSTRACT

The main objective of this study, entitled "Quality of customer service and business insolvency in the company Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza SAC, in the city of Pucallpa, Department of Ucayali, 2022", is to determine the influence of the quality of customer service . in the business insolvency of said company. The analysis was carried out using the SERVQUAL model to measure service quality based on five key dimensions: tangibles, reliability, responsiveness, assurance and empathy. Likewise, to measure the insolvency rate, the Altman Z Ratio model was applied, which allows predicting the probability of insolvency through financial indicators. The results show that customers' perception of the quality of the service in general was satisfactory in aspects such as the attention of the staff and the physical presentation of the facilities. However, areas for improvement were also identified in the comfort of the facilities and cleanliness, which can impact customer satisfaction and, consequently, the company's financial performance. In conclusion, it was found that adequate management of service quality can be a key factor to improve the financial stability of the company, and it is recommended to implement continuous improvements in customer service, as well as monitor financial indicators to avoid situations of insolvency.

Keywords: service quality, business insolvency, SERVQUAL model, Altman's Z Ratio.

INTRODUCCIÓN

El estudio constante sobre la calidad en el servicio que brinda una empresa a sus clientes en muy importante, ya que depende de ellos para que se mantenga en el tiempo y a la par se encuentre con un ambiente adecuado y competitivo en este mundo globalizado. El aspecto de calidad en una empresa está estrechamente ligado a sus ingresos, lo cual refiere la solvencia económica que posee.

La presente investigación busco determinar el nivel de apreciación que tiene el cliente que asiste a la empresa en relación a la calidad de atención que brinda, y de esta manera determinar la insolvencia empresarial en la empresa Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza S.A.C y de esta manera conocer en el rango de insolvencia se encuentra; para ello se aplicó la teórica de las brechas, el cual evalúa indicadores tales como la parte tangible, la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad y la empatía, esto refiere a la variable servicio de calidad. Así mismo, para encontrar a lo que llamamos índice de insolvencia, se aplicó el modelo de predicción Razón Z de Altman.

Considerando tales precedentes y con el objetivo de lograr todos los objetivos planteados, se ha visto adecuado dividir la investigación, de la siguiente manera:

En el Capítulo I: está comprendido por la fundamentación del problema; la enunciación del problema, los objetivos e hipótesis; clasificación y operacionalización de las variables y la justificación de la investigación.

En el Capítulo II: abarca todo lo relacionado con el contenido del marco teórico; los antecedentes; las bases teóricas del problema en relación a las variables y la definición de los términos básicos.

En el Capítulo III: comprende todo lo relacionado a la metodología de la investigación, tales como el método que se aplicó, la población la muestra; los instrumentos aplicados; los procedimientos que se siguieron y el tratamiento que se dio a los datos recolectados.

En el Capítulo IV: incorpora la presentación, análisis, interpretación y discusión de los resultados.

Finalmente, culminamos con las conclusiones y sugerencias de la investigación; y colocamos las referencias bibliográficas que sustentan en estudio.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción del problema

La investigación se centrará en dos factores: la calidad del servicio al cliente y la insolvencia empresarial. La insolvencia empresarial se refiere a la incapacidad de una empresa para cumplir con sus obligaciones financieras, mientras que la calidad del servicio está determinada por la evaluación subjetiva de los usuarios en función de un conjunto de características que satisfacen sus necesidades y expectativas.

El objetivo del estudio es examinar el impacto de la calidad del servicio al cliente en la tasa de insolvencia empresarial. La evaluación de la satisfacción del cliente con la calidad del servicio se realizará mediante el prototipo SERVQUAL, mientras que para evaluar el nivel de insolvencia empresarial se utilizará el modelo de predicción Altman Z Ratio. La investigación se realizará en Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza SAC

La empresa, no ha utilizado ningún medio (instrumento) para evaluar la percepción de los clientes sobre la calidad del servicio, dejando en la incertidumbre aspectos tangibles como imagen, higiene, comodidad y confiabilidad. Del mismo modo, se mantiene en secreto la capacidad de la empresa para responder y brindar seguridad, empatía y cortesía a sus trabajadores.

Cuando una empresa enfrenta el riesgo de insolvencia, a menudo puede atribuirse a factores internos como deuda excesiva, capital de trabajo insuficiente, disminución de las ventas, elevados costos operativos y de ventas, aumento de los gastos y una disminución del desempeño general.

La información proporcionada en los párrafos anteriores resalta las posibles consecuencias de que los propietarios ignoren la calidad del servicio que brinda su empresa. Cuando una empresa no ofrece un servicio de alta calidad, esto afecta directamente las ventas, lo que en última instancia puede conducir a la insolvencia y la quiebra. Para evitar una situación tan grave, es fundamental que la empresa evalúe la calidad de su servicio, analice la tasa de insolvencia empresarial y comprenda el impacto que tiene la calidad del servicio al cliente en la determinación de esta tasa.

Según Brachfield (2005), las crisis empresariales son provocadas principalmente por los propios empresarios o líderes que, por su incompetencia, falta de experiencia o formación inadecuada, provocan un estado de insolvencia. Silva, et al., (2021) afirman que la calidad del servicio tiene un doble impacto en las ventas: mejora directamente la confiabilidad de la colocación del producto e indirectamente amplifica la prioridad del cliente.

El objetivo principal del estudio fue evaluar el impacto de la calidad de atención al cliente en el índice de insolvencia empresarial de la empresa Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza S.A.C.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

- ¿Cómo influye la calidad del servicio al cliente en la determinación de la insolvencia empresarial en la empresa Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza S.A.C?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cuál es el grado de percepción del cliente con respecto a la calidad del servicio en la empresa Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza S.A.C?
- ¿En qué intervalo de insolvencia se encuentra la empresa Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza S.A.C?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

- Determinar la influencia de la calidad del servicio al cliente en la determinación de la insolvencia empresarial en la empresa Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza S.A.C.

1.3.2. Objetivos específicos

- Determinar el grado de percepción del cliente con respecto a la calidad del servicio en la empresa Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza S.A.C.
- Determinar en qué intervalo de insolvencia se encuentra la empresa Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza S.A.C.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis general

- La calidad del servicio al cliente influye en la determinación de la insolvencia empresarial en la empresa Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza S.A.C.

1.4.2. Hipótesis especificas

- El grado de percepción de los clientes con respecto a la calidad del servicio en la empresa Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza S.A.C es muy bueno.
- La empresa Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza S.A.C, se encuentra en el intervalo $Z \geq 2.60$.

1.5. Variables

1.5.1. Variable independiente

Calidad del servicio al cliente

Arellano (2017) refiere que se considera parte de la ventaja competitiva de una organización y una herramienta eficaz que permite gestionar la fidelización del cliente.

En ese sentido, Riccio *et al.* (2019) atribuye que un sistema de calidad eficiente en términos empresariales constituye un medio que permite controlar una relación estable con los consumidores.

1.5.2. Variable dependiente

Insolvencia empresarial

Estrada, et al. (2021), refiere que se la puede definir de dos formas, cuando la empresa es incapaz de generar beneficios a largo plazo y cuando se tienen la falta de liquidez para cumplir los compromisos en el corto plazo.

1.6. Operacionalización de variables

Tabla 1.

Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADOR	INSTRUMENTO
VARIABLE INDEPENDIENTE				
Calidad del servicio al cliente	Arellano (2017) refiere que se considera parte de la ventaja competitiva de una organización y una herramienta eficaz que permite gestionar la fidelización del cliente.	Operacionalmente se midió en base a la teoría de las brechas.	Elementos tangibles Fiabilidad Capacidad de respuesta Profesionalidad Empatía	Cuestionario, con escala tipo linket
VARIABLES DEPENDIENTE				
Insolvencia empresarial	Estrada, et al. (2021), refiere que se la puede definir de dos formas, cuando la empresa es incapaz de generar beneficios a largo plazo y cuando se tienen la falta de liquidez para cumplir los compromisos en el corto plazo.	Operacionalmente se midió en base al modelo de predicción Razón Z de Altman.	Capital de trabajo (CT) Activo total (AT) Utilidades retenidas (UR) Utilidades ates de intereses e impuestos (UAII) Capital contable (CC) Pasivos totales (PT)	Recopilación de la base contable de la empresa.

1.7. Justificación e importancia

1.7.1. Justificación teórica

En este estudio en particular, la teoría de la insolvencia se desarrolla aún más incorporando, más aún si se incorpora la revisión de la teoría de la calidad del servicio al cliente; y el modelo de predicción, Razón Z de Altman, que guarda relación con el índice de insolvencia empresarial.

1.7.2. Justificación practica

Al realizar el análisis de los resultados obtenidos, los responsables de la toma de decisiones dentro de la empresa pueden identificar eficazmente los factores clave que pueden contribuir a la insolvencia empresarial, permitiéndoles tomar decisiones informadas para una prevención proactiva.

1.7.3. Justificación metodológica

La aplicación consistente de técnicas apropiadas a lo largo de todo el proceso de investigación hace de este método un recurso valioso para la comunidad académica e investigadora, proporcionando un marco para el desarrollo de tesis no experimentales.

1.7.4. Importancia

La investigación es importante ya que, permitirá a la empresa conocer sobre la situación real de insolvencia de la empresa y cuál es el grado de acuerdo o desacuerdo de sus clientes con respecto a la calidad del servicio que brinda. Además, la investigación valdrá como arquetipo para las otras empresas del sector.

CAPÍTULO II

MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes del problema

Aykas y Garcia (2018) en su investigación busco determinar la influencia de la calidad del servicio al cliente en la determinación de la insolvencia en la empresa Nacional EIRL de la provincia de Huancayo. La investigación realizada en este estudio se adhiere a los principios del método científico, empleando un enfoque aplicado y descriptivo. Utiliza un diseño no experimental, transaccional y descriptivo. Al analizar una muestra de 385, los hallazgos revelan una clara correlación entre la calidad del servicio y la tasa de insolvencia empresarial. Una importante mayoría (64,90%) de los clientes perciben la calidad del servicio al cliente como satisfactoria. El índice de insolvencia, calculado en Z=4.092, indica que la empresa Nacional EIRL en la provincia de Huancayo se encuentra financieramente estable y no corre riesgo de insolvencia.

Pozuelo, Martínez y Carmona (2012) en su artículo científico desarrollado en España, refiere a la insolvencia empresarial en las cooperativas mediante técnicas multivariantes, desarrollado en Valladolid. Tuvieron como muestra a 20 empresas que se encontraban en el sistema de análisis de balances ibéricos, utilizaron un modelo de predicción del fracaso basado en la Regresión Logística Binaria. Los resultados sugieren que las normas contables están alineando progresivamente la preparación de sus estados financieros con los estándares globalizados seguidos por otras empresas; esto nos permite incorporarlos en diversos estudios y análisis con fines comparativos, reconociendo al mismo tiempo sus características únicas. El producto de los modelos estimados en el estudio obtiene porcentajes de acierto admisibles, desde el 85% del año previo

al fracaso, al 72,5% del tercer año. Un año antes del fracaso en el modelo de predicción la variable de solvencia a largo plazo fue determinante frente a una variable de rentabilidad que no fue tan determinante. En el segundo y tercer año previo a la caída el modelo presenta una gran importancia la estructura financiera, de modo que la existencia mayor de gastos financieros o un menor monto de utilizable pueden originar la situación concursal de la cooperativa.

Urdaneta, Monasterio y Peña (2011) publicaron un artículo sobre la calidad del servicio de taxis del municipio de Maracaibo - Venezuela; cuyo objetivo fue describir la calidad del servicio de los taxis en el municipio de Maracaibo. Utilizaron el modelo SERVPERF, y aplicaron el cuestionario con escala de Likert, el cual estuvo constituido por 6 dimensiones y un total de 36 items. Con base en los resultados que obtuvieron en su investigación, concluyeron que el servicio de taxi obtuvo una calificación de promedio en términos de calidad; esto refiere que existe un margen de mejora en todos los aspectos examinados, particularmente en términos de confiabilidad del servicio, incluidos factores como el precio, el tiempo de transferencia y la disponibilidad tanto en términos de tiempo como de distancia. En particular, la confiabilidad del servicio es fundamental tanto para los técnicos como para los usuarios porque afecta directamente la prestación del servicio en sí. Para abordar esta problemática es necesario incrementar la socialización y la responsabilidad y promover la comprensión de la importancia del servicio a través de iniciativas educativas específicas para taxistas y usuarios.

Sánchez y Romero (2010) en su artículo científico refiere sobre los factores de calidad del servicio en el transporte público de pasajeros: estudio de caso de la ciudad de Toluca - México; analizaron la importancia a los diversos elementos que impactan la percepción de la calidad del transporte público dentro de un corredor urbano. Este corredor es único porque está administrado por una autoridad delegada, opera con un sistema de tarifa fija y fomenta la competencia basada en la calidad del servicio. Al utilizar un modelo *logit* con una especificación lineal de la función de utilidad, podemos estimar los coeficientes asociados con cada factor que contribuye a la calidad general del servicio. La calidad del servicio está determinada por diversos factores, los cuales se evalúan mediante estimación econométrica para determinar su importancia y valor en términos de utilidad. Estos factores incluyen la condición física de los autobuses, el comportamiento de conducción del conductor, la tarifa del viaje, la duración del viaje y el trato a los pasajeros. Esta evaluación ayuda a comprender la importancia de cada factor para brindar una experiencia de servicio satisfactoria para diferentes segmentos de la población.

Douglas, Toboada y Lima (2009) en su artículo científico desarrollado en Florianópolis - Brazil, tuvo como objetivo generar estimaciones que permitan identificar correlaciones significativas entre ratios financieros específicos y quiebras empresariales. La muestra está formada por empresas españolas que cotizan en Bolsa, excluidas las del sector financiero y asegurador. Los hallazgos revelan que varios índices contables poseen la capacidad de clasificar con precisión a las empresas como solventes o insolventes, logrando una tasa de precisión del 95% para el año anterior a la quiebra. Entre los indicadores, la rentabilidad de los activos, el margen de ganancia de los ingresos ordinarios y la

cobertura de gastos financieros demuestran el mayor poder discriminatorio. En consecuencia, se puede inferir que los modelos univariados exhiben una importante capacidad predictiva para evaluar el riesgo de insolvencia, al tiempo que ofrecen una mayor practicidad en términos de estimación e implementación en comparación con los modelos multivariados.

2.2. Bases teóricas del problema

2.2.1. Calidad del servicio al cliente

La capacidad de una organización para interpretar y satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes a través de servicios accesibles, adecuados, ágiles, flexibles, estimables, rentables, oportunos, seguros y confiables es un hábito que se desarrolla y práctica.

Según Zouari y Abdelhedi (2021), el logro de la satisfacción del cliente depende en gran medida de la prestación de un servicio de calidad. La satisfacción del cliente sirve como una evaluación interna de un individuo sobre si sus necesidades fueron satisfechas a través del servicio que recibió. Está estrechamente relacionado con el nivel de calidad del servicio y sirve como un indicador confiable de si los clientes elegirán participar en transacciones futuras o buscarán servicios adicionales de la organización o entidad.

2.2.2. Características del servicio de calidad

La calidad del servicio depende de los elementos tangibles, intangibles y de las personas que trabajan en la entidad. Según Solórzano y Aceves, 2013, tiene las siguientes características: la formalidad (están la honradez y el compromiso); la iniciativa (ser activo y también dinámico); la ambición (el querer mejorar, crecer y superarse); el autodominio (control de

las emociones); la disposición de servicio (el atender, ayudar y servir al cliente); la colaboración (trabajo en equipo); el enfoque positivo (ser optimista); la observación (ser muy detallista); la habilidad analítica (fijarse en lo importante) y la imaginación (generar nuevas ideas)

2.2.3. Teoría de las brechas

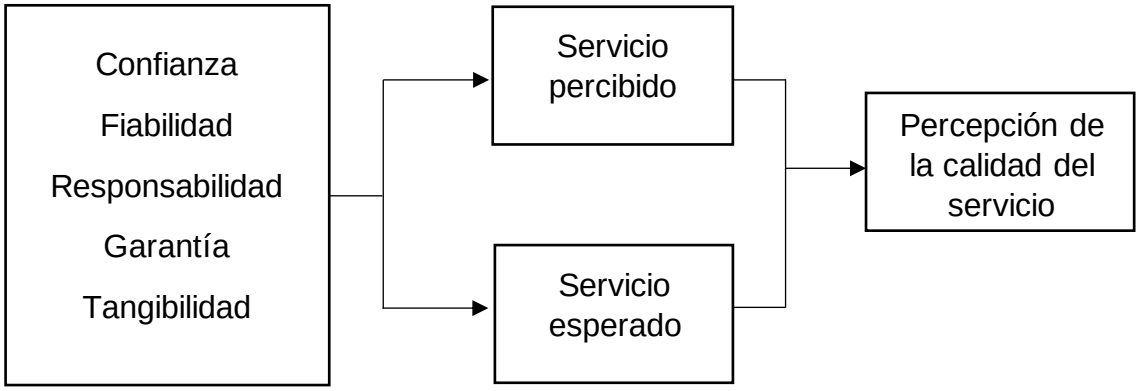
La teoría que examina la calidad del servicio al cliente abarca cinco dimensiones; estas proporcionan un medio para evaluar las expectativas y percepciones de los clientes con respecto a la calidad del servicio prestado. Y son: los elementos tangibles, la confiabilidad, la capacidad de respuesta, el profesionalismo y la empatía. (Vargas y Aldana, 2011)

2.2.4. Dimensiones de la calidad del servicio al cliente

Los estudios de Parasuraman, Zeithaml y Berry, inicialmente refieren que existieron 10 dimensiones tales como la comunicación, cortesía, comprensión al cliente, seguridad, elementos tangibles, credibilidad, fiabilidad, accesibilidad, profesionalidad y capacidad de respuesta. Pero con estudios correlacionales posteriores se logró reducir a 5 dimensiones como se muestra en la figura 1, las cuales son: confianza, fiabilidad, responsabilidad, garantía y tangibilidad. (Tschohl, 2014)

Figura 1.

Modelo SERVQUAL



- Confianza: se le brinda al cliente atención individualizada para de ello es impartir mecanismos de buena comunicación, y que el cliente siempre quiere ser escuchado.
- Fiabilidad: el servicio brindado debe fiable.
- Responsabilidad: el cuerpo humano que brinda la atención debe de demostrar cortesía, profesionalismo al impartir el servicio.
- Capacidad de respuesta: los trabajadores deben estar preparados para actuar de forma rápida ante un caso que lo requiera.
- Tangibilidad: el ambiente del lugar de trabajo debe estar debidamente limpios.

2.2.5. Medición de la calidad del servicio al cliente

Para medir la calidad del servicio al cliente, existe un instrumento llamado SERVQUAL, dicho instrumento permite medir por separado las expectativas y las percepciones de los clientes con respecto a la calidad del servicio. Para medir la calidad percibida consideran las cinco dimensiones que son: elementos tangibles, fiabilidad, responsabilidad, capacidad de respuesta y empatía.

Así mismo, plantean también que existe vacíos, desajustes o gaps en el desarrollo de las actividades de la empresa.

La figura 2 muestra los cinco gaps del modelo SERVQUAL, estos vacíos a los que hace mención el modelo se pueden resumir de la siguiente manera:

Vacío 1: Diferencia entre las expectativas de los usuarios y las percepciones de los directivos.

Vacío 2: Diferencia entre las percepciones de los directivos y las especificaciones o normas de calidad.

Vacío 3: Diferencia entre las especificaciones de la calidad del servicio y la prestación del servicio.

Vacío 4: Diferencia entre la prestación del servicio y la comunicación externa.

Vacío 5: Diferencia entre las expectativas del consumidor sobre la calidad del servicio y las percepciones que tiene del servicio.

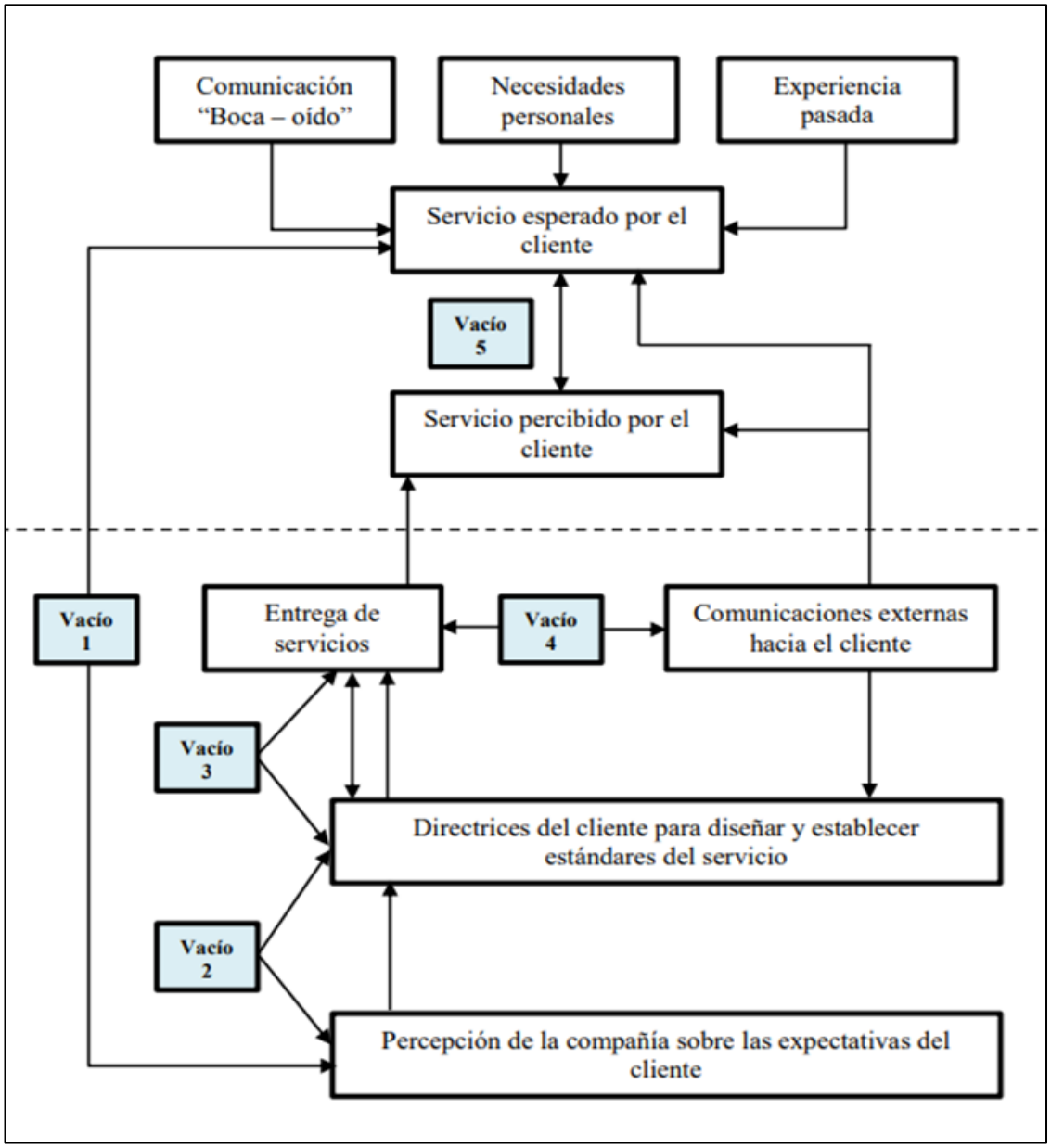
Vacío Nº5 = f (Vacío Nº1, Vacío Nº2, Vacío Nº3, Vacío Nº4)

Se puede inferir entonces que el vacío 5 es la consecuencia general de las evaluaciones particulares y su sensibilidad radica en las variaciones de los vacíos 1 a 4.

Una vez identificados estos en una determinada empresa se debe identificar las causas y seguidamente proponer las medidas correctivas que ayudaran en la mejora.

Figura 2.

Brechas Modelo SERVQUAL



2.2.6. Insolvencia empresarial

La insolvencia se define como la situación financiera de un deudor que no puede cumplir regularmente con sus obligaciones. Esto ocurre cuando no hay suficiente efectivo para cumplir con las fechas de pago correspondientes. En los casos de insolvencia, comúnmente denominada insolvencia técnica, la empresa no puede saldar sus deudas por falta de

liquidez, incluso si sus activos superan sus pasivos. Además, una empresa se considera insolvente cuando el valor de sus activos es inferior al de sus deudas, lo que da lugar a activos netos negativos. Básicamente, incluso si la empresa liquidara todos sus activos, seguiría sin poder pagar sus deudas. Este estado de insolvencia económica se conoce como quiebra.

2.2.7. Métodos de predicción de insolvencia empresarial

Dentro de los métodos de predicción podemos mencionar los siguientes:

- Modelo Elizabestky, desarrollado por Roberto Elizabestky en el año 1976, representado por el siguiente modelo matemático:

$$Z = 1.93x_{32} - 0.20x_{33} + 1.02x_{35} + 1.33x_{36} - 1.12x_{37}$$

Donde:

$$x_{32} = \frac{Lucro\ líquido}{Ventas}$$

$$x_{33} = \frac{Disponible}{Activo\ permanente}$$

$$x_{35} = \frac{Cuentas\ a\ cobrar}{Activo\ total}$$

$$x_{36} = \frac{Stock}{Activo\ total}$$

$$x_{37} = \frac{Pasivo\ circulante}{Activo\ total}$$

$$Si\ Z < 0.5\ presenta\ insolvencia, si\ Z > 0.5\ presenta\ solvencia$$

- Modelo Kanitz, desarrollado por Kanitz en el año 1978, representado por el siguiente modelo matemático:

$$FI = 0.05x_1 + 1.65x_2 + 3.55x_3 - 1.06x_4 - 0.33x_5$$

Donde:

$$FI = Factor\ de\ insolvencia$$

$$x_1 = \frac{Lucro\ líquido}{Patrimonio\ líquido}$$

$$x_2 = \frac{Activo\ circulante + Realizable\ a\ largo\ plazo}{Exigible\ total}$$

$$x_3 = \frac{Activo\ circulante - Stocks}{Pasivo\ circulante}$$

$$x_4 = \frac{Activo\ circulante}{Pasivo\ circulante}$$

$$x_5 = \frac{Exigible\ total}{Patrimonio\ líquido}$$

- Modelo Matías, desarrollado por Matías en el año 1978, representado por el siguiente modelo matemático:

$$Z = 23.792x_1 - 8.26x_2 - 9.868x_3 - 0.76x_4 - 0.535x_5 + 9.91x_6$$

Donde:

$$z = Total\ de\ los\ puntos\ obtenidos$$

$$x_1 = \frac{Patrimonio\ líquido}{Activo\ total}$$

$$x_2 = \frac{Financiamiento\ y\ prestamos\ bancarios}{Activo\ circulante}$$

$$x_3 = \frac{Proveedores}{Activo\ total}$$

$$x_4 = \frac{Activo\ circulante}{Pasivo\ circulante}$$

$$x_5 = \frac{Lucro\ operacional}{Lucro\ bruto}$$

$$x_6 = \frac{Disponible}{Activo\ total}$$

$El\ punto\ critico\ en\ este\ modelo\ es\ cero.$

- Modelo Altman, desarrollado por Altman en el año 1968, representado por el siguiente modelo matemático:

$$Z_1 = -1.44 + 4.03x_2 + 2.25x_3 + 0.14x_4 + 0.42x_5$$

$$Z_2 = -1.84 + 0.51x_2 + 6.32x_3 + 0.71x_4 + 0.53x_5$$

Donde:

$Z_1 = Factor\ de\ insolvencia\ del\ modelo\ 1$

$Z_2 = Factor\ de\ insolvencia\ del\ modelo\ 2$

$$x_1 = \frac{Activo\ circulante - Pasivo\ circulante}{Activo\ total}$$

$$x_2 = \frac{Reservas\ y\ lucros\ suspensos}{Activo\ total}$$

$$x_3 = Activo\ total$$

$$x_4 = \frac{Patrimonio\ líquido}{Activo\ total}$$

$$x_5 = \frac{Ventas}{Activo\ total}$$

2.2.8. Modelo de predicción razón Z de Altman

La investigación tendrá como soporte al modelo razón Z de Altman para predecir la insolvencia de la empresa Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza S.A.C.

$$Z = 6.56\,\frac{CT}{AT} + 3.26\,\frac{UR}{AT} + 6.72\,\frac{UAII}{AT} + 1.05\,\frac{CC}{PT}$$

Donde:

$CT = Capital\ de\ trabajo$

$AT = Activo\ total$

$UR = Utilidades\ retenidas$

$UAII = Utilidade\ antes\ de\ intereses\ e\ impuestos$

$CC = Capital\ contable$

$PT = Pasivo\ total$

- Si $Z \leq 1.10$, la empresa tiene una gran probabilidad de caer en insolvencia.
- Si $1.10 < Z < 2.60$, la empresa está en una zona gris. Se requiere de mayor análisis para determinar si cae en insolvencia. De no tomar medidas correctivas, existe gran probabilidad de caer en insolvencia.
- Si $Z \geq 2.60$, es una empresa sana.

2.2.9. Indicadores contables aplicados en la predicción de insolvencia empresarial

- **Capital de Trabajo (CT)**

Gitman y Zutter (2012) refieren que son los activos que se consideran corrientes porque simbolizan la parte de la inversión que sufre una transformación regular dentro de las operaciones comerciales, a acumular el flujo constante de efectivo a inventarios, cuentas por cobrar y, nuevamente, de regreso a efectivo. (p.146)

- **Activo Total (AT)**

Horngren, Harrison y Smith (2003) son los activos que contribuyen a la prosperidad financiera de la empresa y seguirán haciéndolo mientras el negocio esté operativo incluyen efectivo, documentos por cobrar, cuentas por cobrar, gastos prepagos, terrenos, edificios, muebles y equipos.

- **Utilidades Retenidas (UR)**

Son aquellos fondos que la empresa ha acumulado y no distribuye a los accionistas como dividendos. Más bien, estos se retienen y reinvierten dentro de la empresa, lo que le permite expandirse, girar o abordar obligaciones financieras imprevistas.

- **Utilidades Antes de Intereses e Impuestos (UAII)**

Es un indicador del resultado de explotación de una empresa sin tener en cuenta los intereses y costes financieros.

- **Capital Contable (CT)**

Horngren, Harrison y Smith, (2003) refieren que es el control y la propiedad de los activos comerciales que recae únicamente en el propietario. Cuando se trata de empresas unipersonales o sociedades, el capital de los accionistas se asigna en cuentas distintas, con una cuenta dedicada al saldo del capital contable y otra a los retiros realizados por el propietario

- **Pasivo Total (PT)**

Bonson, Cortijo y Flores (2009) indican que son las deudas de la empresa consisten en documentos por pagar, cuentas por pagar y pasivos acumulados; contablemente, los pasivos son obligaciones presentes que surgen de eventos pasados; en la que la empresa pretende liquidar estas obligaciones asignando recursos que puedan generar beneficios o retornos económicos futuros

2.3. Definición de términos básicos

- **Calidad**

La ISO 9000 define la calidad como el conjunto de atributos que posee una entidad, que le permiten cumplir requisitos tanto explícitos como implícitos. En su investigación, Gómez, Vilar y Tejero (2003) afirman que la calidad abarca todas las características de marketing, ingeniería, fabricación y mantenimiento de un producto o servicio, asegurando que se alinee con las expectativas del cliente (p. 14).

- **Servicio**

Según Tigani (2006), este tipo de trabajo implica que un individuo realice un esfuerzo en beneficio de otra persona. Sirve como un método para brindar valor a los clientes y ayudarlos a lograr los resultados deseados, evitando al mismo tiempo gastos o riesgos particulares (p. 26).

- **Calidad del servicio al cliente**

Israel (2011) refiere que es la calidad percibida que viene a ser la diferencia entre las expectativas y percepciones del cliente.

- **Insolvencia empresarial**

Incapacidad de una empresa para hacer frente a sus deudas.

- **Fiabilidad**

Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa.

- **Empatía**

Atención, consideración, respeto y amabilidad del personal de contacto.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLOGICO

3.1. Método de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

Este trabajo de investigación pertenece al tipo de investigación descriptiva ya que explica la influencia o relación entre las variables estudiadas en la realidad concreta del universo. (Bernal, 2016)

3.1.2. Nivel de la investigación

La presente investigación es de nivel descriptivo ya que incluye la descripción, registro, análisis y explicación de la naturaleza, componentes o procesos actuales de un fenómeno. La atención se centra en la conclusión principal del comportamiento o funcionamiento actual de una persona, grupo o cosa. (Bernal, 2016).

3.1.3. Diseño a utilizar en el estudio

La investigación corresponde a un nivel de investigación no experimental.

M − − − − O

M: muestra

O: observación de la variable

3.2. Población y muestra

3.2.1. Población

La población estuvo constituida por el 100% de los clientes de la Empresa Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza S.A.C.

3.2.2. Muestra

La muestra estuvo conformada por 74 clientes de la Empresa Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza S.A.C.

3.3. Instrumentos de recolección de datos

Las técnicas de recolección de datos serán:

Encuesta: permite la adquisición de datos de calidad de atención al cliente; compuesta por preguntas, la cual se aplica a un grupo de investigación.

Documentaria: permite recopilar información referente al estado financiero de la empresa de tal manera que nos permitirá determinar el grado de insolvencia empresarial.

3.4. Procedimiento de recolección de datos

El procesamiento para recolección de datos implica elaborar un plan detallado de procedimientos que nos llevará a reunir datos con un propósito específico (Vera, 2021). Para ello se siguieron los siguientes procedimientos:

- Trabajo de campo ordenamiento y codificación de datos.
- Matriz de resultados Tablas estadísticas.
- Análisis de datos Interpretación de datos.

3.5. Tratamiento de los datos

El análisis de los datos se realizó a través del software estadístico SPSS Statics v.25. y Microsoft Excel, el análisis de los datos se realizará teniendo en cuenta los procedimientos de la estadística descriptiva e inferencial, y serán representados en tablas y figuras.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Determinar el grado de percepción del cliente con respecto a la calidad del servicio en la empresa Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza S.A.C.

4.1.1. Elementos tangibles

Pregunta N°1

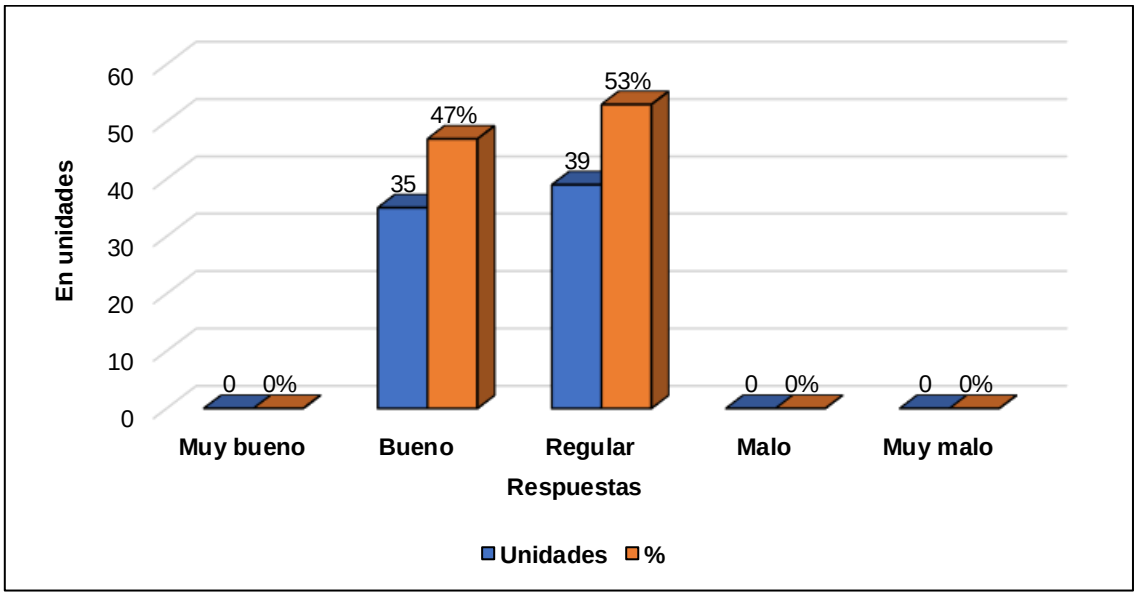
Tabla 2.

¿Las instalaciones físicas, tuvieron apariencia agradable?

Respuesta	Cantidad en unidades	Porcentaje (%)
Muy bueno	0	0
Bueno	35	47
Regular	39	53
Malo	0	0
Muy malo	0	0
Total	**74**	**100**

Figura 3.

¿Las instalaciones físicas, tuvieron apariencia agradable?



Interpretación:

En la tabla 2 y figura 3 se observa que la percepción de 35 cliente, que equivale al 47% fue bueno, es decir que las instalaciones físicas tuvieron una apariencia agradable y la percepción de 39 clientes que equivale al 53% fue regular.

Pregunta N°2

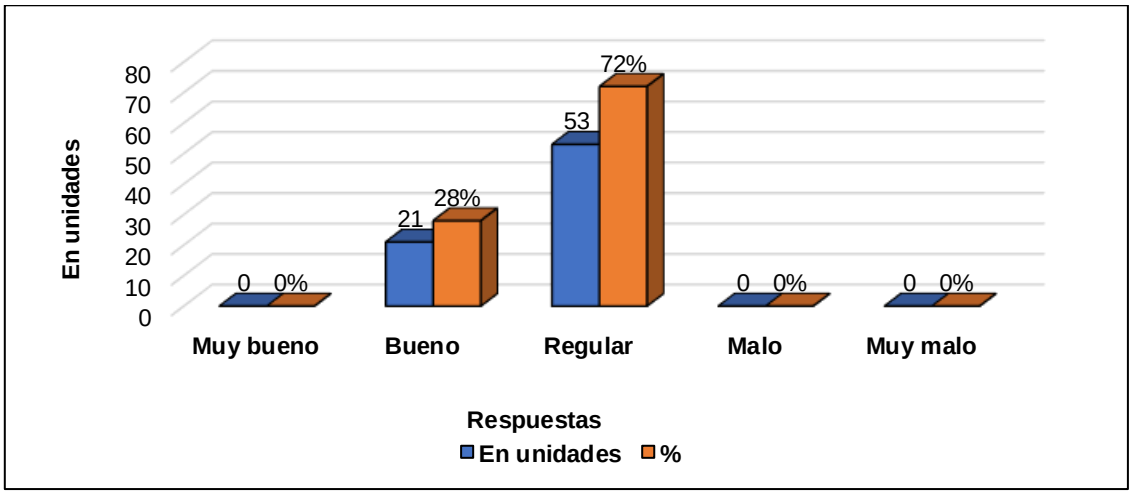
Tabla 3.

¿La limpieza de las instalaciones físicas y las sillas de la sala de espera fue agradable?

Respuesta	Cantidad en unidades	Porcentaje (%)
Muy bueno	0	0
Bueno	21	28
Regular	53	72
Malo	0	0
Muy malo	0	0
Total	**74**	**100**

Figura 4.

¿La limpieza de las instalaciones físicas y las sillas de la sala de espera fue agradable?



Interpretación:

En la tabla 3 y figura 4 se observa que la percepción de 21 cliente, que equivale al 28% fue buena, es decir que la limpieza de las instalaciones físicas y las sillas de la sala de espera fue agradable y la percepción de 53 clientes que equivale al 72% fue regular.

Pregunta N°3

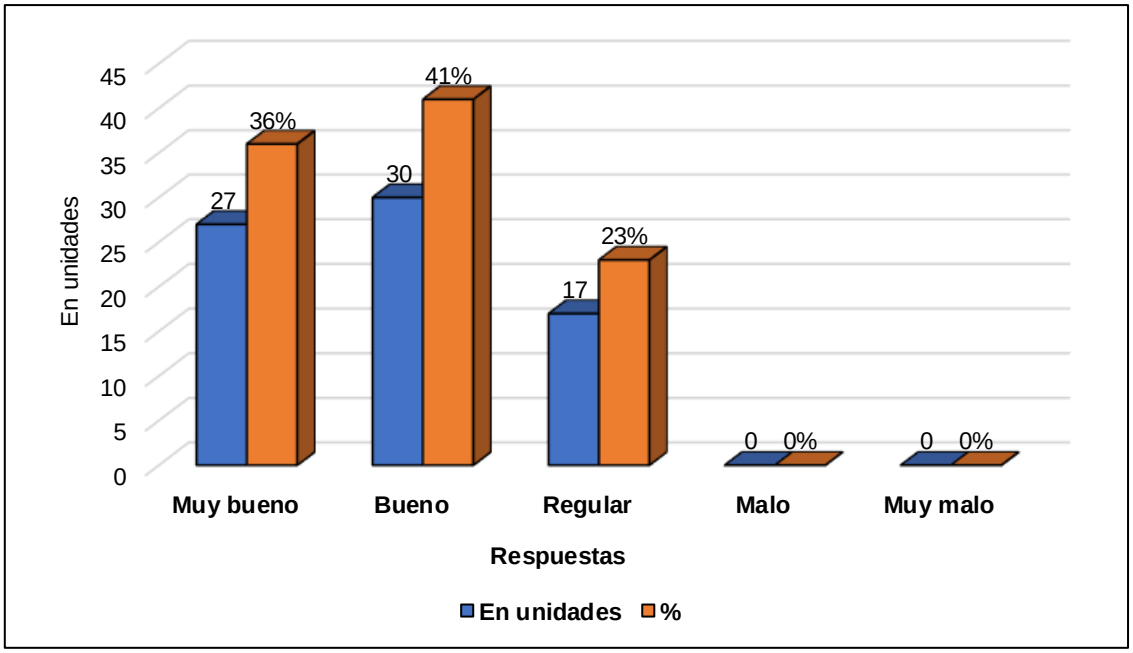
Tabla 4.

¿Los carteles, folletos, avisos de señalización, fueron visualmente atractivas?

Respuesta	Cantidad en unidades	Porcentaje (%)
Muy bueno	27	36
Bueno	30	41
Regular	17	23
Malo	0	0
Muy malo	0	0
Total	**74**	**100**

Figura 5.

¿Los carteles, folletos, avisos de señalización, fueron visualmente atractivas?



Interpretación:

En la tabla 4 y figura 5 se observa que la percepción de 27 y 30 cliente, que equivale al 36% y 41% respectivamente fue muy bueno y bueno, es decir que los carteles, folletos, avisos de señalización, fueron visualmente atractivas y para 17 clientes que equivale al 23% fue regular.

Pregunta N°4

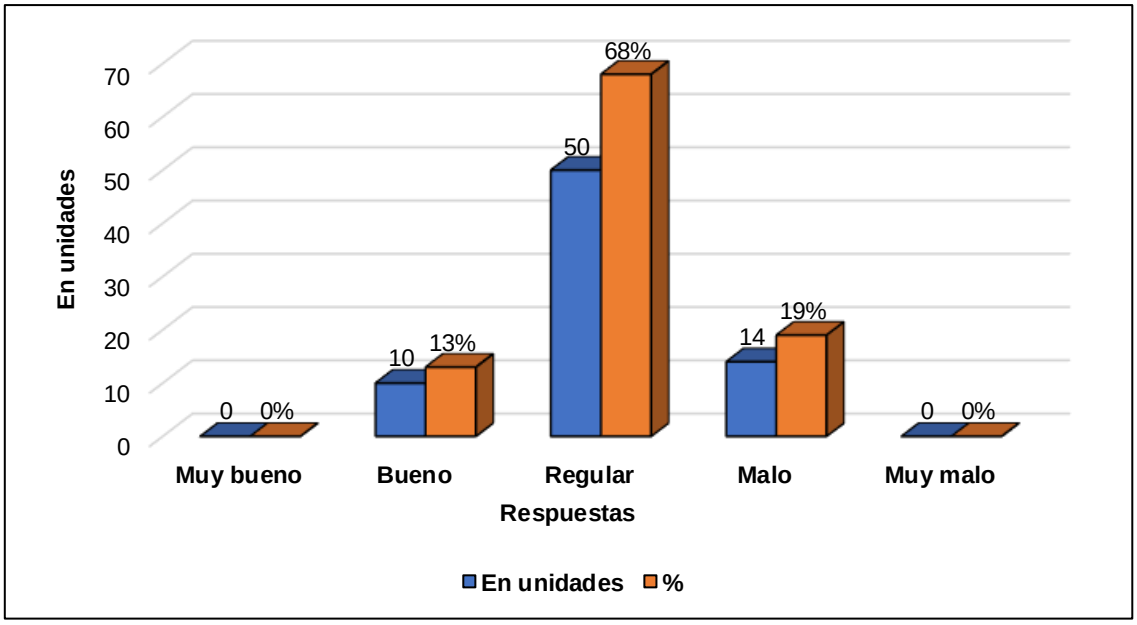
Tabla 5.

¿Las sillas de las oficinas fueron cómodas?

Respuesta	Cantidad en unidades	Porcentaje (%)
Muy bueno	0	0
Bueno	10	13
Regular	50	68
Malo	14	19
Muy malo	0	0
Total	**74**	**100**

Figura 6.

¿Las sillas de las oficinas fueron cómodas?



Interpretación:

En la tabla 5 y figura 6 se observa que la percepción de 10 cliente, que equivale al 13% fue bueno, es decir que las sillas de las instalaciones no fueron muy cómodas; 50 clientes que equivalen al 68% refieren que estuvieron regulares y para 14 clientes que equivale al 19% fue malo.

Pregunta N°5

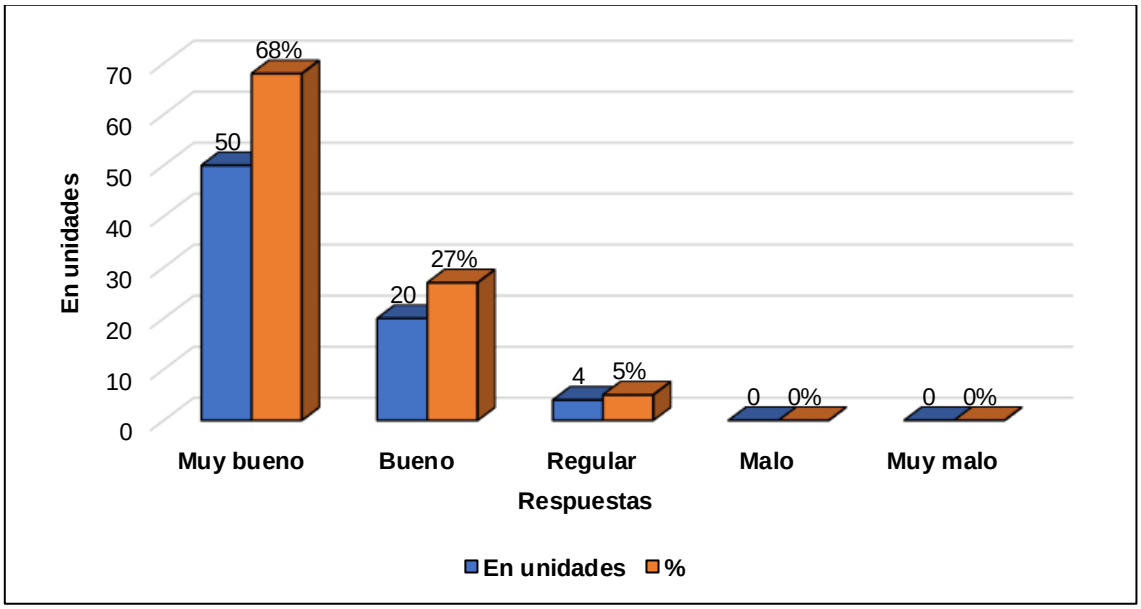
Tabla 6.

¿La presentación del personal de atención fue impecable?

Respuesta	Cantidad en unidades	Porcentaje (%)
Muy bueno	50	68
Bueno	20	27
Regular	4	5
Malo	0	0
Muy malo	0	0
Total	**74**	**100**

Figura 7.

¿La presentación del personal de atención fue impecable?



Interpretación:

En la tabla 6 y figura 7 se observa que la percepción de 50 y 20 cliente, que equivale al 68% y 27% respectivamente fue muy bueno y bueno, es decir que la presentación del personal de atención fue impecable; y 4 clientes que equivalen al 5% refieren que estuvieron regulares.

4.1.2. Fiabilidad

Pregunta N°6

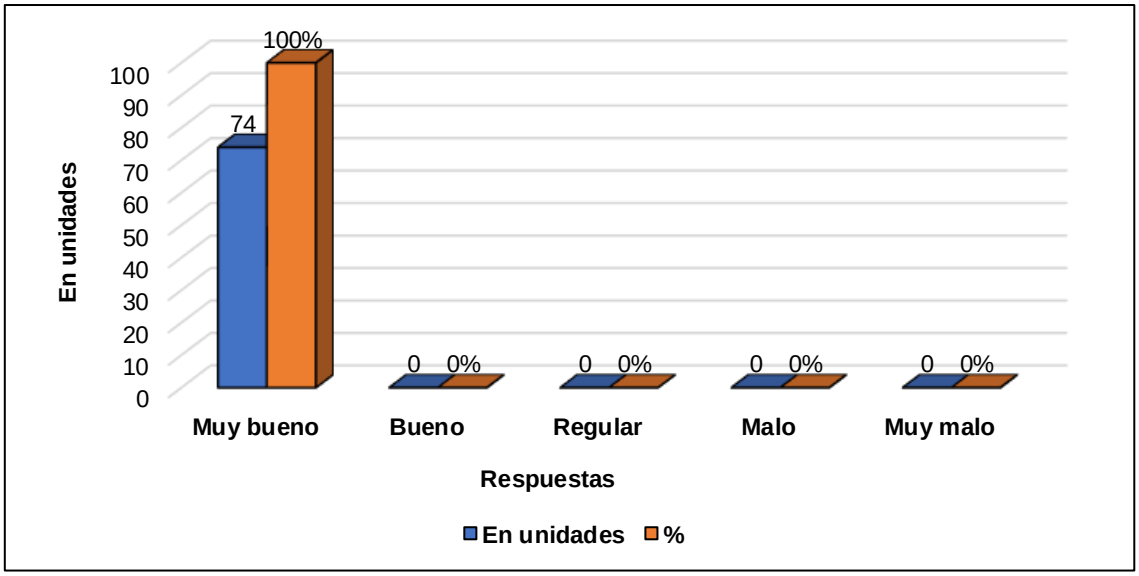
Tabla 7.

¿Las instalaciones físicas contaban con cámaras y personal de seguridad?

Respuesta	Cantidad en unidades	Porcentaje (%)
Muy bueno	74	100
Bueno	0	0
Regular	0	0
Malo	0	0
Muy malo	0	0
Total	**74**	**100**

Figura 8.

¿Las instalaciones físicas contaban con cámaras y personal de seguridad?



Interpretación:

En la tabla 7 y figura 8 se observa que la percepción de 74 cliente, que equivale al 100% fue muy bueno, es decir que las instalaciones si contaba con las medidas de seguridad necesarias.

Pregunta N°7

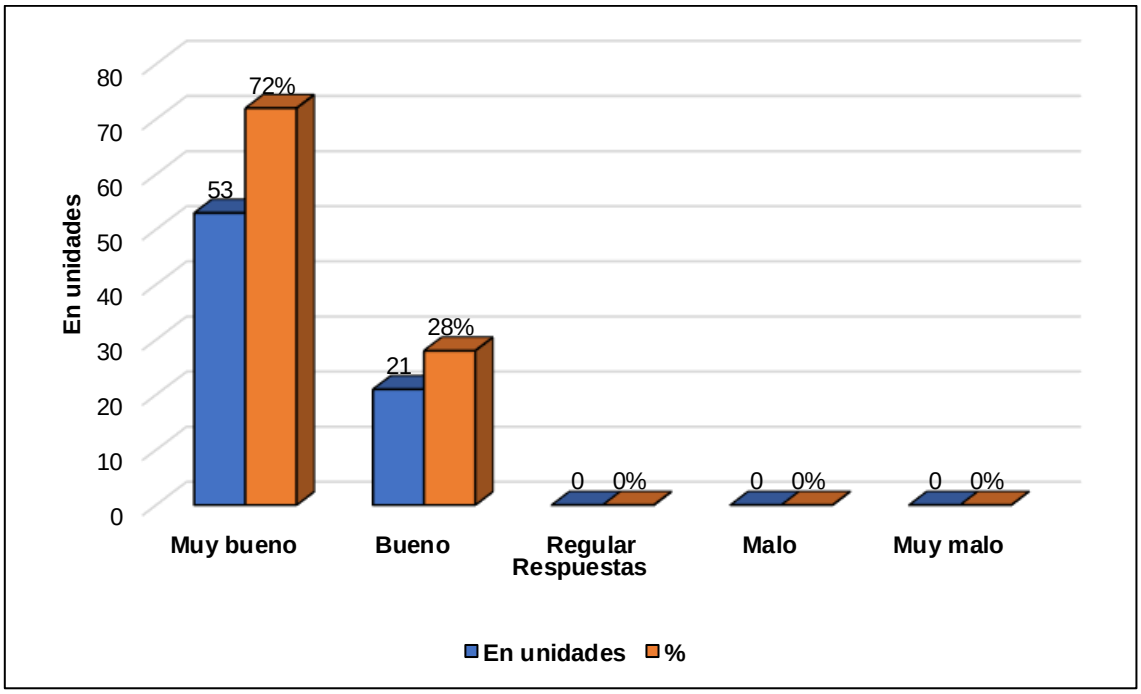
Tabla 8.

¿La información solicitada al momento de la compra se realizó sin errores?

Respuesta	Cantidad en unidades	Porcentaje (%)
Muy bueno	53	72
Bueno	21	28
Regular	0	0
Malo	0	0
Muy malo	0	0
Total	**74**	**100**

Figura 9.

¿La información solicitada al momento de la compra se realizó sin errores?



Interpretación:

En la tabla 8 y figura 9 se observa que la percepción de 53 y 21 cliente, que equivale al 72% y 28% fue muy bueno y bueno, es decir que la información solicitada durante la compra fue adecuada.

Pregunta N°8

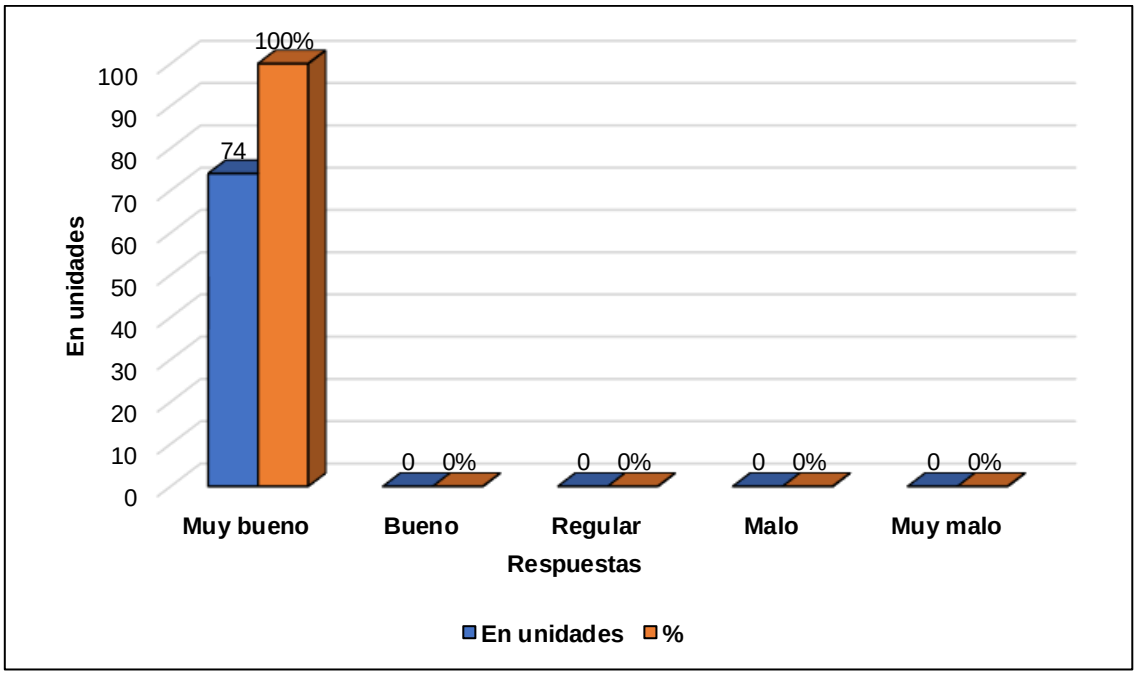
Tabla 9.

¿Pudo apreciar un botiquín para brindar primeros auxilios?

Respuesta	Cantidad en unidades	Porcentaje (%)
Muy bueno	74	100
Bueno	0	0
Regular	0	0
Malo	0	0
Muy malo	0	0
Total	**74**	**100**

Figura 10.

¿Pudo apreciar un botiquín para brindar primeros auxilios?



Interpretación:

En la tabla 9 y figura 10 se observa que la percepción de 74 cliente, que equivale al 100% fue muy bueno, es decir que la empresa si contaba con un botiquín de primeros auxilios y se encontraba visible para todos.

4.1.3. Capacidad de respuesta

Pregunta N°9

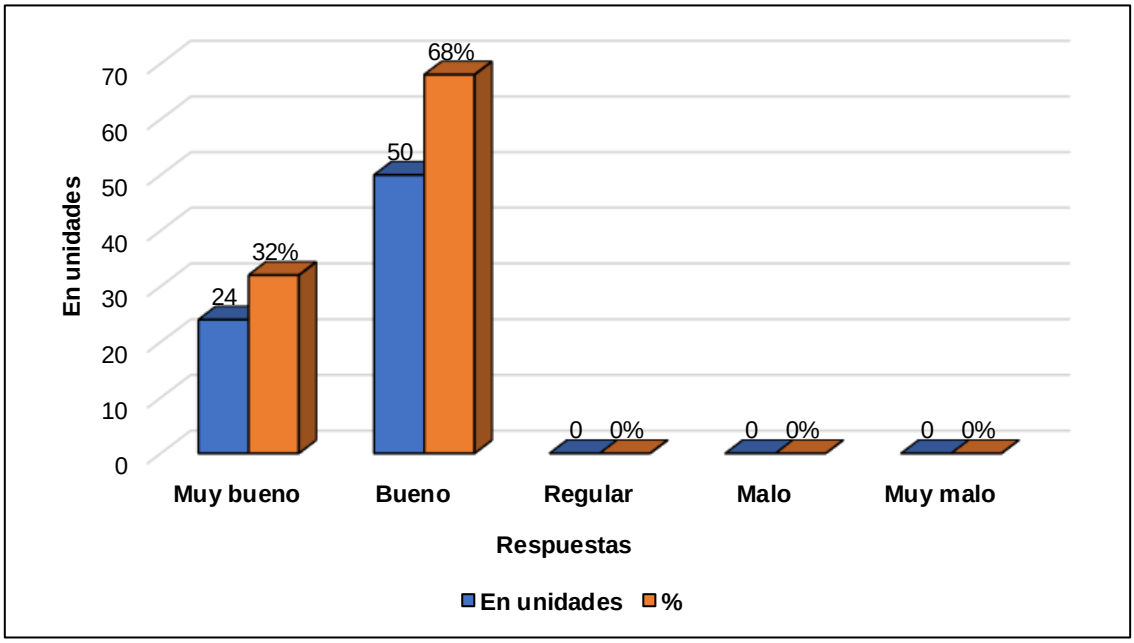
Tabla 10.

¿El tiempo de espera desde la llegada hasta que se compro fue razonable?

Respuesta	Cantidad en unidades	Porcentaje (%)
Muy bueno	24	32
Bueno	50	68
Regular	0	0
Malo	0	0
Muy malo	0	0
Total	**74**	**100**

Figura 11.

¿El tiempo de espera desde la llegada hasta que se compro fue razonable?



Interpretación:

En la tabla 10 y figura 11 se observa que la percepción de 24 y 50 cliente, que equivale al 32% y 68% fue muy bueno y bueno, es decir que el tiempo de espera desde la llegada hasta que se compro fue razonable.

Pregunta N°10

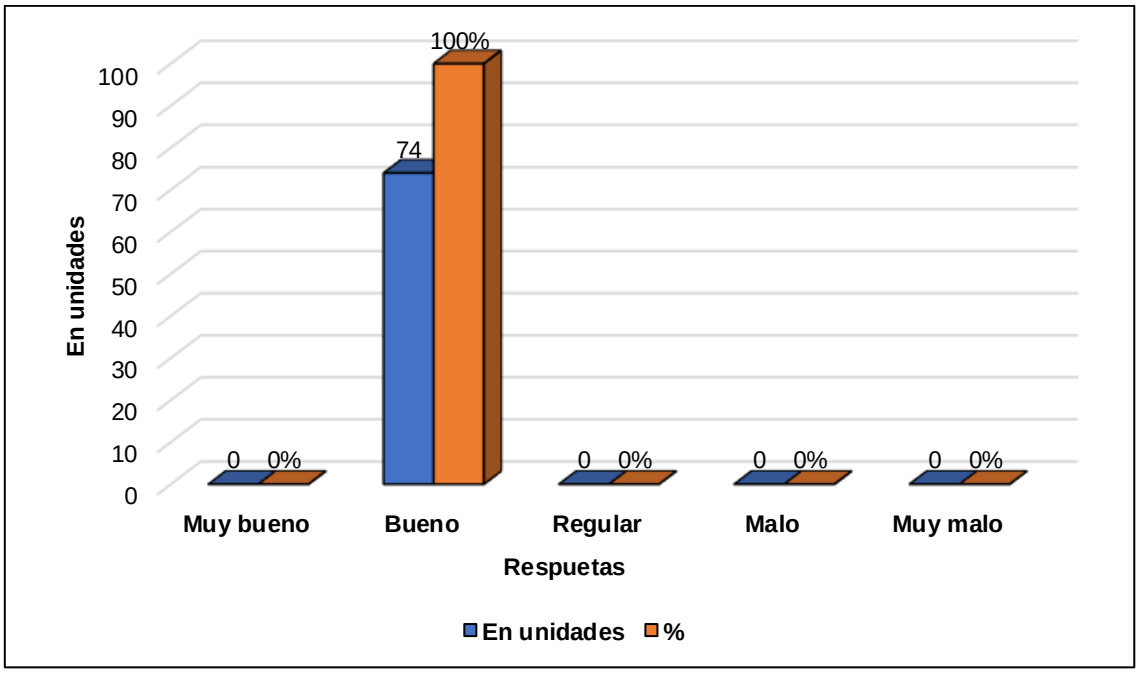
Tabla 11.

¿El procedimiento para la compra del producto fue apropiado?

Respuesta	Cantidad en unidades	Porcentaje (%)
Muy bueno	0	0
Bueno	74	100
Regular	0	0
Malo	0	0
Muy malo	0	0
Total	**74**	**100**

Figura 12.

¿El procedimiento para la compra del producto fue apropiado?



Interpretación:

En la tabla 11 y figura 12 se observa que la percepción de 74 cliente, que equivale al 100% fue bueno, es decir que el procedimiento para la compra del producto fue apropiado.

Pregunta N°11

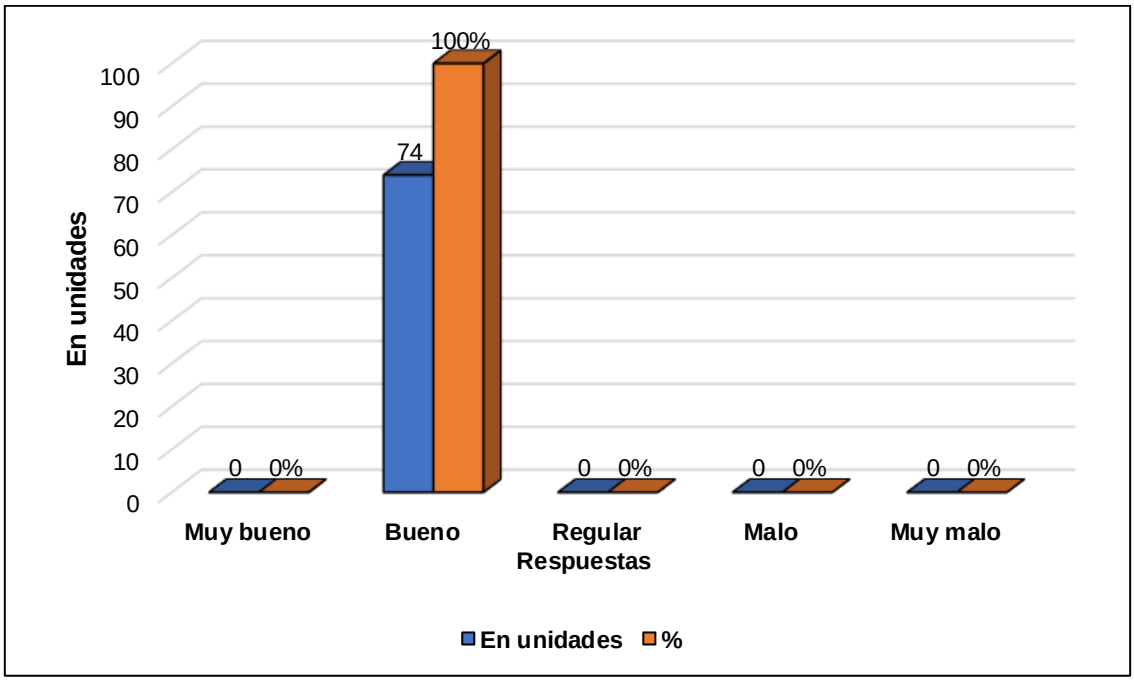
Tabla 12.

¿Los horarios de atención para la venta del producto fueron adecuados?

Respuesta	Cantidad en unidades	Porcentaje (%)
Muy bueno	0	0
Bueno	74	100
Regular	0	0
Malo	0	0
Muy malo	0	0
Total	**74**	**100**

Figura 13.

¿Los horarios de atención para la venta del producto fueron adecuados?



Interpretación:

En la tabla 12 y figura 13 se observa que la percepción de 74 cliente, que equivale al 100% fue bueno, es decir que los horarios de atención para la venta del producto fueron adecuados.

Pregunta N°12

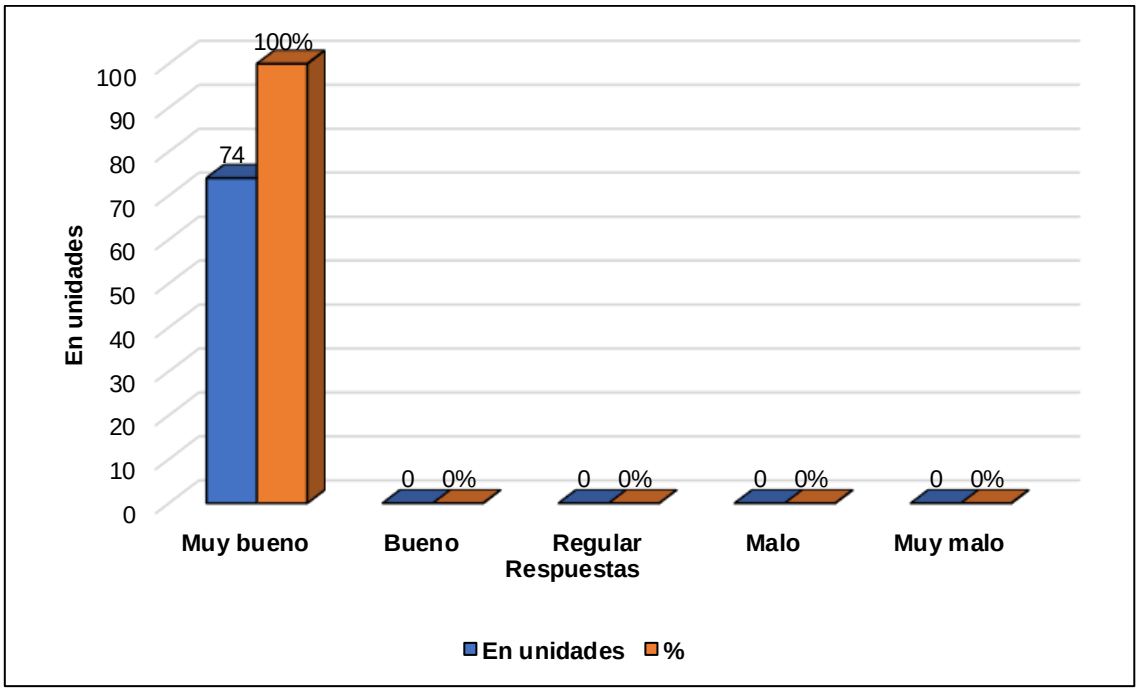
Tabla 13.

¿La tecnología utilizada para la emisión de boletas de ventas, fue apropiada?

Respuesta	Cantidad en unidades	Porcentaje (%)
Muy bueno	74	100
Bueno	0	0
Regular	0	0
Malo	0	0
Muy malo	0	0
Total	**74**	**100**

Figura 14.

¿La tecnología utilizada para la emisión de boletas de ventas, fue apropiada?



Interpretación:

En la tabla 13 y figura 14 se observa que la percepción de 74 cliente, que equivale al 100% fue muy bueno, es decir que la tecnología utilizada para la emisión de boletas de ventas, fue apropiada.

4.1.4. Seguridad

Pregunta N°13

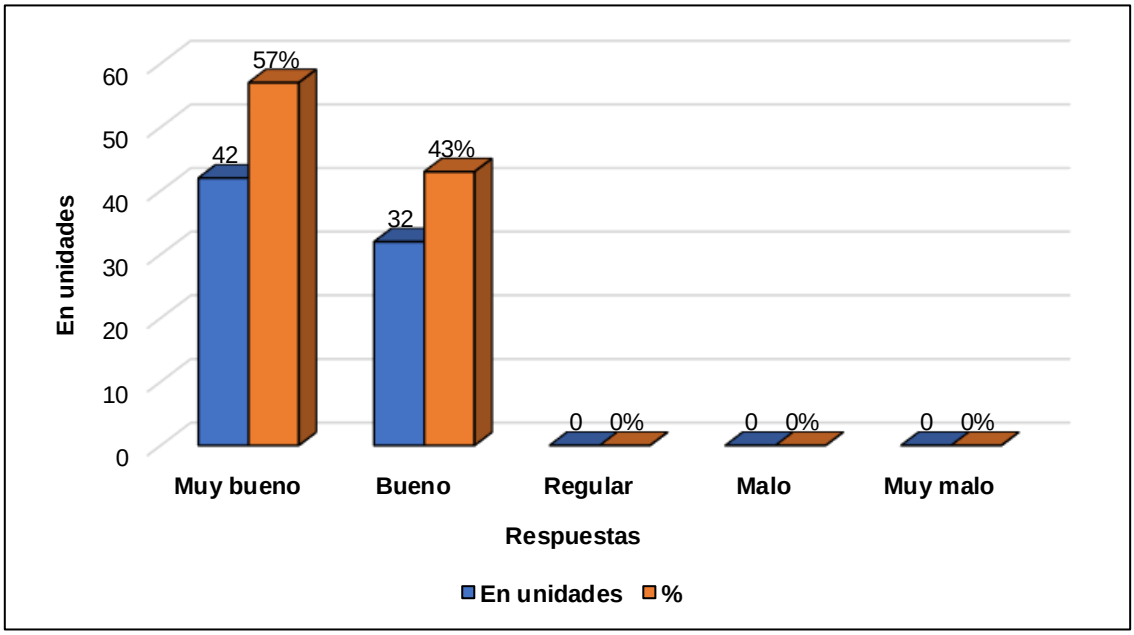
Tabla 14.

¿Los trabajadores han contestado apropiadamente a sus preguntas?

Respuesta	Cantidad en unidades	Porcentaje (%)
Muy bueno	42	57
Bueno	32	43
Regular	0	0
Malo	0	0
Muy malo	0	0
Total	**74**	**100**

Figura 15.

¿Los trabajadores han contestado apropiadamente a sus preguntas?



Interpretación:

En la tabla 14 y figura 15 se observa que la percepción de 42 y 32 cliente, que equivale al 57% y 43% fue muy bueno y bueno, es decir que los trabajadores han contestado apropiadamente a sus preguntas.

Pregunta N°14

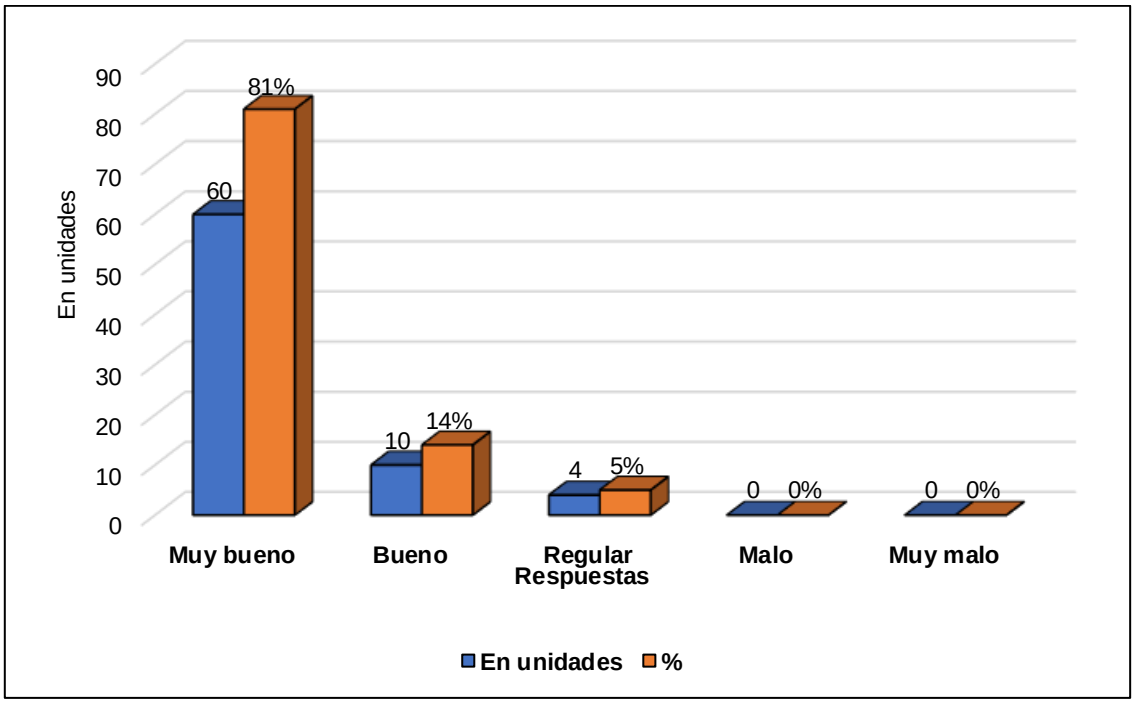
Tabla 15.

¿El comportamiento de los colaboradores de la empresa le transmitió confianza?

Respuesta	Cantidad en unidades	Porcentaje (%)
Muy bueno	60	81
Bueno	10	14
Regular	4	5
Malo	0	0
Muy malo	0	0
Total	**74**	**100**

Figura 16.

¿El comportamiento de los colaboradores de la empresa le transmitió confianza?



Interpretación:

En la tabla 15 y figura 16 se observa que la percepción de 60 y 10 cliente, que equivale al 81% y 14% fue muy bueno y bueno, es decir que el comportamiento de los trabajadores de la empresa si transmitieron confianza a los clientes; y 4 clientes equivalente al 5% refieren que fue regular.

Pregunta N°15

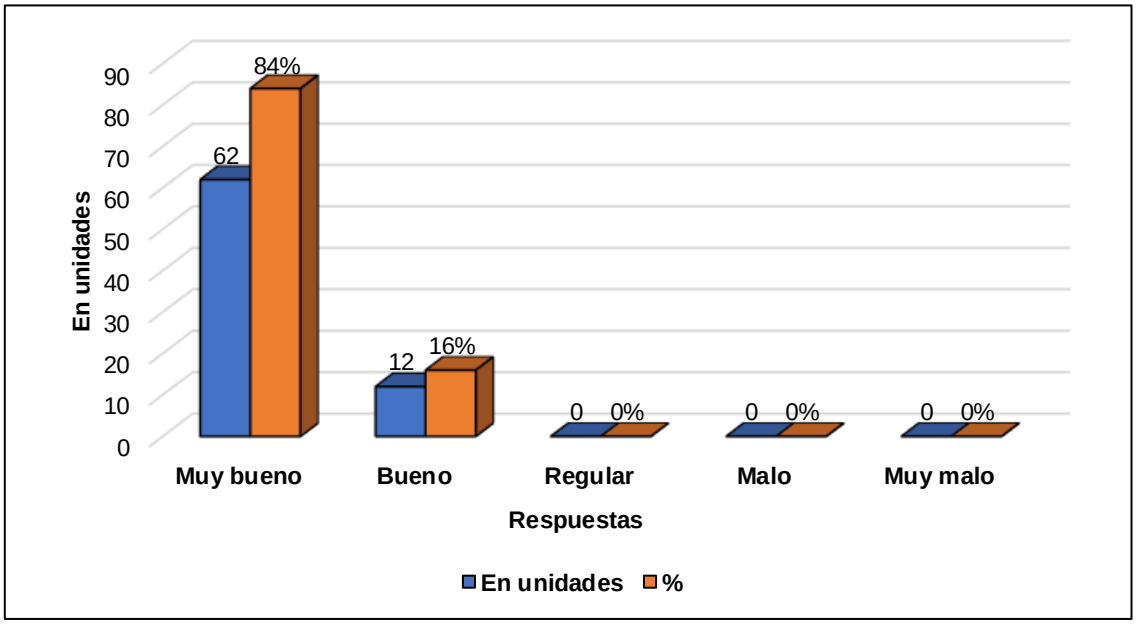
Tabla 16.

¿Las transacciones con los trabajadores de la empresa le transmitió seguridad?

Respuesta	Cantidad en unidades	Porcentaje (%)
Muy bueno	62	84
Bueno	12	16
Regular	0	0
Malo	0	0
Muy malo	0	0
Total	**74**	**100**

Figura 17.

¿Las transacciones con los trabajadores de la empresa le transmitió seguridad?



Interpretación:

En la tabla 16 y figura 17 se observa que la percepción de 84 y 12 cliente, que equivale al 84% y 16% fue muy bueno y bueno, es decir que las transacciones con los trabajadores de la empresa si transmitió seguridad a los clientes.

Pregunta N°16

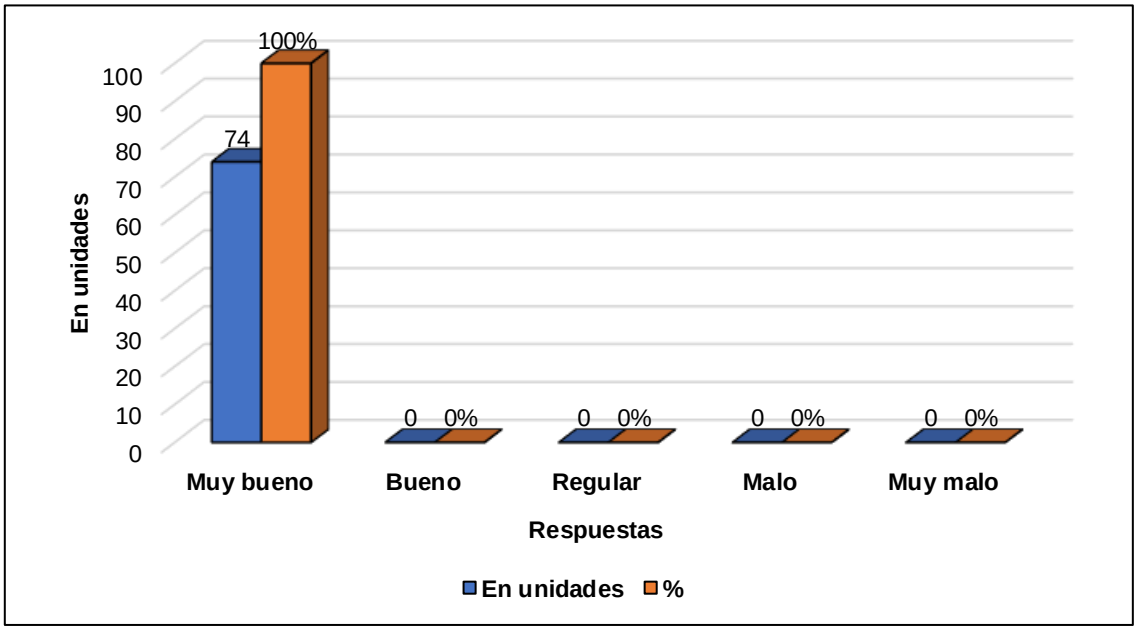
Tabla 17.

¿Los trabajadores de la empresa fueron amables?

Respuesta	Cantidad en unidades	Porcentaje (%)
Muy bueno	74	100
Bueno	0	0
Regular	0	0
Malo	0	0
Muy malo	0	0
Total	**74**	**100**

Figura 18.

¿Los trabajadores de la empresa fueron amables?



Interpretación:

En la tabla 17 y figura 18 se observa que la percepción de 74 clientes, que equivale al 100% fue muy bueno, es decir que los trabajadores de la empresa fueron amables con los clientes.

4.1.5. Empatía

Pregunta N°17

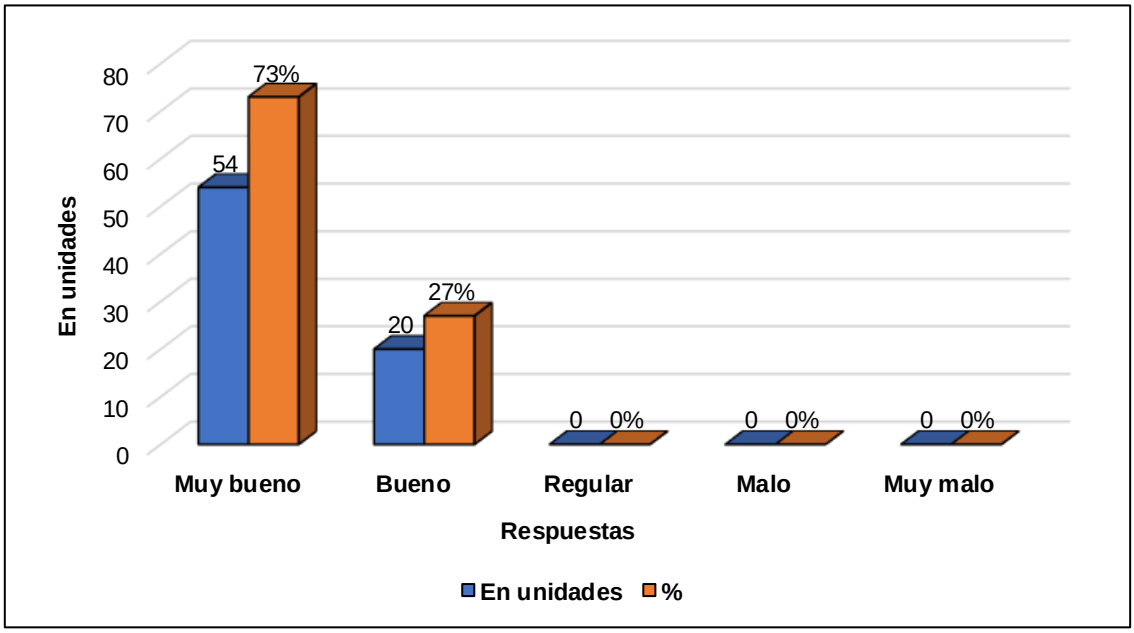
Tabla 18.

¿El trato de los trabajadores de la empresa fue excelente?

Respuesta	Cantidad en unidades	Porcentaje (%)
Muy bueno	54	73
Bueno	20	27
Regular	0	0
Malo	0	0
Muy malo	0	0
Total	**74**	**100**

Figura 19.

¿El trato de los trabajadores de la empresa fue excelente?



Interpretación:

En la tabla 18 y figura 19 se observa que la percepción de 54 y 20 clientes, que equivale al 73% y 27% fue muy bueno y bueno, es decir que el trato de los trabajadores de la empresa fue excelente.

Pregunta N°18

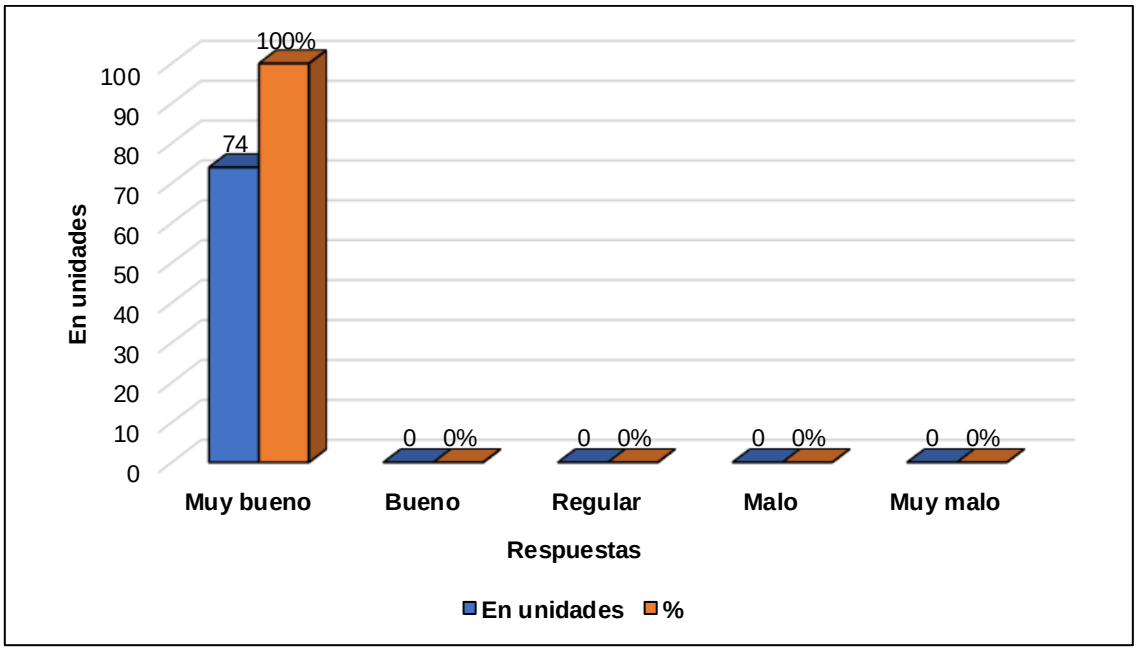
Tabla 19.

¿Los colaboradores de la empresa se presentaron cortésmente?

Respuesta	Cantidad en unidades	Porcentaje (%)
Muy bueno	74	100
Bueno	0	0
Regular	0	0
Malo	0	0
Muy malo	0	0
Total	**74**	**100**

Figura 20.

¿Los colaboradores de la empresa se presentaron cortésmente?



Interpretación:

En la tabla 19 y figura 20 se observa que la percepción de 74 clientes, que equivale al 100% fue muy bueno, es decir que los trabajadores de la empresa se presentaron cortésmente.

Pregunta N°19

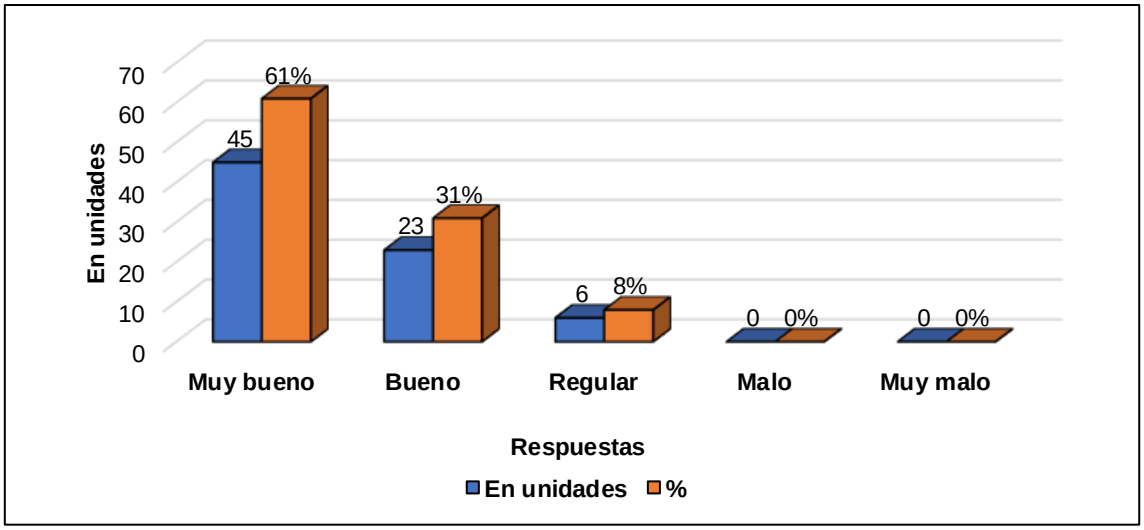
Tabla 20.

¿La comprensión de los colaboradores de la empresa frente a sus necesidades y sentimientos fue excelente?

Respuesta	Cantidad en unidades	Porcentaje (%)
Muy bueno	45	61
Bueno	23	31
Regular	0	0
Malo	0	0
Muy malo	0	0
Total	**74**	**100**

Figura 21.

¿La comprensión de los colaboradores de la empresa frente a sus necesidades y sentimientos fue excelente?



Interpretación:

En la tabla 19 y figura 20 se observa que la percepción de 45 y 23 clientes, que equivale al 61% y 31% fue muy bueno y bueno, es decir que la comprensión de los trabajadores de la empresa frente a sus necesidades y sentimientos fue excelente; y 6 clientes que equivale al 8% refieren que fue regular

4.2. Determinar en qué intervalo de insolvencia se encuentra la empresa Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza S.A.C.

El índice de insolvencia de la empresa Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza SAC, se calculará mediante el siguiente modelo matemático:

$$Z = 6.56X_1 + 3.26X_2 + 6.72X_3 + 1.05X_4 \ldots\ldots\ldots (\propto)$$

Donde:

$$X_1 = \frac{CAPITAL\ DE\ TRABAJO\ (CT)}{ACTIVO\ TOTAL\ (AT)}$$

$$X_2 = \frac{UTILIDADES\ RETENIDAS\ (UR)}{ACTIVO\ TOTAL\ (AT)}$$

$$X_3 = \frac{UTILIDADES\ ANTES\ DE\ INTERESES\ E\ IMPUESTOS\ (UAII)}{ACTIVO\ TOTAL\ (AT)}$$

$$X_4 = \frac{CAPITAL\ CONTABLE\ (CC)}{PASIVO\ TOTAL\ (PT)}$$

Activo total

$Activo\ Total = \mathbf{12,467314.00}$

Pasivo total

$Pasivo\ Total = \mathbf{4,714479.00}$

Capital de trabajo

$$Capital\ de\ trabajo = Activo\ Circulante - Pasivo\ Circulante$$

Entonces:

$$Capital\ de\ trabajo = 29,77173.00 - 2,838126.00$$

$$Capital\ de\ trabajo = 1,39046.00$$

Por tanto:

$$X_1 = \frac{CAPITAL\ DE\ TRABAJO\ (CT)}{ACTIVO\ TOTAL\ (AT)} = \frac{1,39046.00}{12,\ 467314.00} = \mathbf{0,01115284}$$

Utilidades retenidas

$$Utilidades\ retenidas = 5015542.00$$

$$X_2 = \frac{UTILIDADES\ RETENIDAS\ (UR)}{ACTIVO\ TOTAL\ (AT)} = \frac{5015542.00}{12,467314.00} = \mathbf{0,40229531}$$

Utilidades antes de intereses e impuestos

$$Utilidades\ antes\ de\ interes\ e\ impuestos = 1,726\ 584.665$$

$$X_3 = \frac{UAII}{ACTIVO\ TOTAL\ (AT)} = \frac{1,726584.665}{12,467314.00} = \mathbf{0,13848890}$$

Capital contable

$$Capital\ contable = Total\ activo - Total\ Pasivo = 7,752835$$

Entonces:

$$Capital\ contable = 7,752835.00$$

Por tanto:

$$X_4 = \frac{CAPITAL\ CONTABLE\ (CC)}{PASIVO\ TOTAL\ (PT)} = \frac{7,752835.00}{4,714479.00} = \mathbf{1,64447333}$$

Finalmente procedemos a reemplazar en la formula (∝):

$$Z = 6.56X_1 + 3.26X_2 + 6.72X_3 + 1.05X_4 \ldots\ldots\ldots (\propto)$$

$$Z = 6.56\,(0{,}01115284) + 3.26\,(0{,}40229531) + 6.72\,(0{,}13848890) + 1.05\,(1{,}64447333)$$

$$Z = 4{,}04198773.00$$

4.3. Análisis estadístico

4.3.1. Nivel de relación entre las instalaciones físicas (ambiente de oficina, servicios higiénicos, puertas y ventanas, entre otros), tuvieron apariencia agradable y la limpieza de las instalaciones físicas y las sillas de la sala de espera fue agradable

Al realizar el análisis de los datos de dispersión del nivel de correlación y relación entre las instalaciones físicas (ambiente de oficina, servicios higiénicos, puertas y ventanas, entre otros), tuvieron apariencia agradable y la limpieza de las instalaciones físicas y las sillas de la sala de espera fue agradable, se determinó que existe un coeficiente de determinación R^2= 0.5314 entre ambas variables, éste último nos indica que el valor de las variables de respuesta es explicado en 53.14% por el tratamiento aplicado y el 46.86% es debido a otros factores que escapan de mano del investigador, tal como se observa en el grafico donde el modelo es representado por el modelo matemático y = 0.7289x + 0.9414.

Figura 22.

Gráfico de dispersión entre las instalaciones físicas (ambiente de oficina, servicios higiénicos, puertas y ventanas, entre otros), tuvieron apariencia agradable y la limpieza de las instalaciones físicas y las sillas de la sala de espera fue agradable.

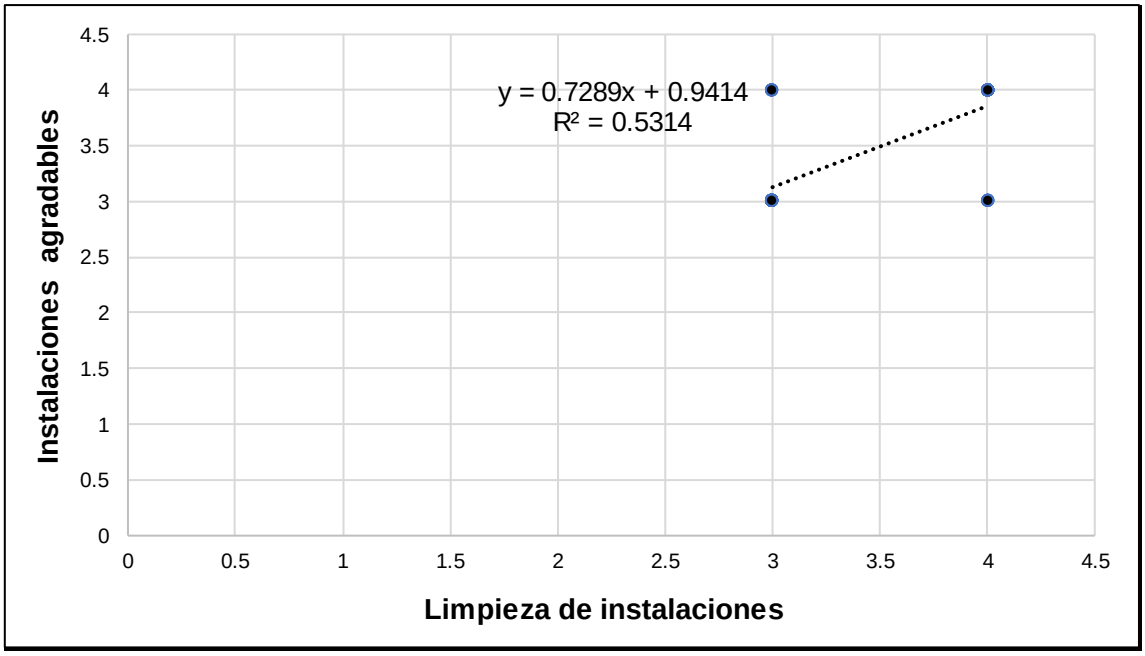


Tabla 21.

Relación entre las instalaciones físicas (ambiente de oficina, servicios higiénicos, puertas y ventanas, entre otros), tuvieron apariencia agradable y la limpieza de las instalaciones físicas y las sillas de la sala de espera fue agradable.

Nivel de relación			Limpieza de instalaciones
Rho de Spearman	**Instalaciones agradables**	Coeficiente de correlación	0.7290**
		Sig. (bilateral)	0.00
		N	74

**. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Al analizar los datos de las instalaciones físicas (ambiente de oficina, servicios higiénicos, puertas y ventanas, entre otros), tuvieron apariencia agradable y La limpieza de las instalaciones físicas y las sillas de la sala de espera fue agradable, se realizó un análisis de correlación. Los resultados revelaron una correlación altamente significativa, con un índice de correlación de Pearson de 0.7290 y una significancia de 0.00. Estos hallazgos sugieren una relación considerable entre las instalaciones físicas (ambiente de oficina, servicios higiénicos, puertas y ventanas, entre otros), tuvieron apariencia agradable y La limpieza de las instalaciones físicas y las sillas de la sala de espera fue agradable. Se concluye que una limpieza de instalaciones hace de que los ambientes físicos sean más agradables.

4.4. Discusión de resultados

La empresa Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza S.A.C, presenta un valor calculado de Z = 4,04198773, lo que sugiere que la empresa se encuentra en una zona de seguridad financiera, ya que está muy por encima del umbral de 2.99 establecido por el modelo Altman Z-Score. Este modelo clasifica a las empresas en distintos rangos de riesgo financiero en función de su Z-Score, y un valor superior a 2.99 indica una baja probabilidad de insolvencia o quiebra en el corto plazo. El desempeño positivo de la empresa puede atribuirse a factores como un bajo nivel de endeudamiento relativo a sus activos, un capital de trabajo adecuado y una rentabilidad derivada de operaciones eficientes. Según Altman y Hotchkiss (2006), estas variables son indicadores clave que refuerzan la viabilidad financiera de una organización, destacando que el modelo Altman Z-Score tiene una precisión superior al 70% en la predicción de insolvencias.

El valor Z = 4,04198773 no solo confirma que la empresa está fuera de peligro, sino que también refleja un desempeño financiero positivo, posiblemente gracias a:

- Un bajo nivel de endeudamiento en relación con los activos.
- Un adecuado capital de trabajo, lo que significa que la empresa tiene la capacidad de cubrir sus obligaciones de corto plazo.
- Buena rentabilidad derivada de operaciones eficientes.
- Análisis de factores adicionales

A pesar de que el modelo Altman proporciona una perspectiva sólida del riesgo financiero, es recomendable no depender únicamente de este indicador. Existen otros factores internos y externos que podrían afectar la estabilidad de la empresa:

- Factores internos: La gestión de la empresa, la eficiencia operativa y la adaptación a cambios tecnológicos son aspectos importantes que el Z-Score no considera.
- Factores externos: Cambios en el entorno macroeconómico, las fluctuaciones del mercado o nuevas regulaciones pueden influir en el rendimiento de la empresa a largo plazo.

Asi mismo, del análisis de los datos sobre las instalaciones físicas y la percepción de limpieza revela una relación significativa y valiosa. Con un coeficiente de determinación R2=0,5314

El índice de calificación de Pearson, que alcanza 0.7290 con una significancia de 0.00, sugiere una calificación robusta entre la apariencia agradable de las instalaciones y la limpieza percibida. Este hallazgo resalta que una atención adecuada a la limpieza de los espacios no solo mejora la estética,

sino que también juega un papel fundamental en la creación de un entorno favorable para los usuarios.

Además, es importante considerar que un entorno físico limpio y bien mantenido no solo contribuye a la satisfacción del usuario, sino que también puede tener implicaciones en la productividad y el bienestar general. Por lo tanto, las organizaciones deben adoptar un enfoque integral que contemple tanto la inversión en infraestructura como en el mantenimiento adecuado de los espacios. En conclusión, la interrelación entre las instalaciones físicas y la limpieza resalta la necesidad de una gestión eficiente en estos aspectos, con el objetivo de crear ambientes más agradables y funcionales.

Según Bitner (1992), la calidad del entorno físico influye en la percepción del cliente y puede mejorar la experiencia general del usuario. Además, Kotler et al. (2017) sugieren que un ambiente limpio y bien mantenido no solo fomenta la satisfacción del cliente, sino también la productividad y el bienestar de los empleados.

La gestión eficiente de los espacios físicos no debe limitarse al mantenimiento básico. Bitner (1992) argumenta que la atención a los detalles estéticos y funcionales puede ser una fuente de ventaja competitiva, especialmente en sectores donde la percepción del cliente es crucial. Por lo tanto, invertir en infraestructura y mantenimiento contribuye no solo a la funcionalidad, sino también a la creación de un ambiente que promueva relaciones positivas con los usuarios.

CONCLUSIONES

- La investigación ha revelado que la calidad del servicio al cliente influye de manera significativa en la insolvencia empresarial de Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza S.A.C., los resultados indican que el 75% de los encuestados demostró que la atención recibida fue un factor clave en su decisión de compra; estos hallazgos subrayan la necesidad de mejorar los estándares de servicio al cliente, ya que una atención de calidad no solo promueve la lealtad, sino que también reduce el riesgo de insolvencia, contribuyendo así a la estabilidad financiera.
- Los resultados del estudio indican que la percepción del cliente sobre la calidad del servicio en Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza S.A.C. es muy bueno en muchos aspectos, en cuanto a los elementos tangibles, las del 50% lo catalogo como bueno, en fiabilidad más del 80% lo catalogo como muy bueno, y en cuanto a la capacidad de respuesta, seguridad y empatía, más del 50%, lo catalogaron como muy bueno.
- La evaluación financiera de Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza SAC indica un Z-Score de 4.04198773, lo que sugiere una baja probabilidad de insolvencia y un sólido desempeño financiero, gracias a un bajo endeudamiento y un adecuado capital de trabajo. Sin embargo, es crucial considerar factores internos y externos que podrían afectar la estabilidad a largo plazo. Además, la evaluación significativa entre la limpieza y la percepción del ambiente resalta la importancia de mantener instalaciones agradables para la satisfacción del cliente. En conjunto, estos hallazgos sugieren que la empresa está bien posicionada, pero debe seguir mejorando en diversos aspectos operativos y ambientales.

SUGERENCIAS

- Capacitar al personal en atención al cliente, con un enfoque en habilidades de comunicación y resolución de problemas.
- Capacitar al personal en la identificación y manejo de quejas puede reducir las situaciones de insatisfacción, lo que puede tener un impacto positivo en las ventas.
- Fomentar una cultura organizacional orientada a la mejora continua, donde se motiva a los empleados a proponer ideas para mejorar los procesos y la atención al cliente.
- Realizar evaluaciones periódicas del desempeño del equipo, buscando identificar áreas de mejora y premiando a los empleados que contribuyen a elevar la calidad del servicio; esta recomendación no solo ayudará a mejorar la calidad del servicio al cliente, sino que también puede tener un impacto positivo en la eficiencia general de la empresa, lo cual podría influir en su solvencia financiera a largo plazo. Además, empoderar al equipo puede mejorar el ambiente laboral y la productividad.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Arellano (2017). La calidad en el servicio como ventaja competitiva. Revista científica: Dominio de las Ciencias. https://r.search.yahoo.com/_ylt=Awrhc0xtaAVnbE8IHwN7egx.;_ylu=Y29sbwNiZjEEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1728436461/RO=10/RU=https%3a%2f%2fdialnet.unirioja.es%2fservlet%2farticulo%3fcodigo%3d6093282/RK=2/RS=gxgdLySl0DhF.yO1nGU3FwoyhBA-

Aykas y Garcia (2018). La calidad del servicio al cliente e insolvencia empresarial: estudio de caso en la Empresa Nacional EIRL – Huancayo. https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/5061/T010_20719589_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Altman, E. I., & Hotchkiss, E. (2006). Corporate financial distress and bankruptcy: Predict and avoid bankruptcy, analyze and invest in distressed debt. John Wiley & Sons.

Bernal (2016). Metodología de la investigación, administración, economía, humanidades y ciencias sociales. https://www.academia.edu/44228601/Metodologia_De_La_Investigaci%C3%B3n_Bernal_4ta_edicion

Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees. Journal of Marketing, 56(2), 57-71. https://doi.org/10.2307/1252042

Brachfield (2005). Jaque a los impagados: El cobro de los impagados mediante la negociación efectiva con los morosos. Barcelona.

Bonson, et al. (2009). Análisis de estados financieros. Madrid: Pearson Educación, S.A. https://www.academia.edu/12046126/Analisis_de_estados_financieros_1edi_Bonson

Douglas, et al. (2009). Información contable en la predicción de insolvencia: estudio inferencial univariante aplicada a empresas españolas. Revista Contemporanea de Contabilida de, 151-170. https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3167671.pdf

Estrada, et al. (2021). Factores determinantes de la insolvencia empresarial: caso aplicado a la bolsa mexicana de valores. https://revistainnovaciones.uanl.mx/index.php/revin/article/view/365/381

Gitman y Zutter (2012). Principios de administración financiera. México: Pearson Educación. https://www.academia.edu/44471407/L_Gitman_y_C_Zutter_Principios_de_Administracion_Financiera_12da_Edici%C3%B3n

Gómez, et al. (2003). Seis Sigma. Madrid: FUNDACIÓN CONFEMETAL. https://books.google.com.pe/books/about/Seis_sigma.html?id=qwumngQPLmUC&redir_esc=y

Horngren, et al. (2003). Contabilidad. México: Pearson Educación. https://www.academia.edu/79911791/CHARLES_T_HORNGREN_CONTABILIDAD_DE_COSTOS_UN_ENFOQUE_GERENCIAL_14_edici%C3%B3n

Israel (2011). Calidad en la gestión de servicios. Maracaibo: Fondo Editorial Biblioteca Universidad Rafael Urdaneta.

https://studylib.es/doc/6105871/calidad-en-la-gesti%C3%B3n-de-servicios#google_vignette

Kotler, P., Keller, K. L., Chernev, A., & Shaltoni, A. M. (2017). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.

Pozuelo, et al. (2012). Estudio de la insolvencia empresarial en las cooperativas mediante técnicas multivariantes. Estudios de Economía Aplicada, 1-23. https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30125274015

Riccio, et al. (2019). Análisis de recepción de la calidad del servicio al cliente en una agencia de telecomunicaciones. Revista Compendium: Cuadernos de Economía y Administración. Vol. 6, No. 3. http://www.revistas.espol.edu.ec/index.php/compendium/article/view/771/685

Sánchez y Romero (2010). Factores de calidad del servicio en el transporte público de pasajeros: estudio de caso de la ciudad de Toluca, México. Economía Sociedad y Territorio, 49-80. https://www.scielo.org.mx/pdf/est/v10n32/v10n32a3.pdf

Silva, et al. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-78582021000100085

Solorzano y Aceves (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas. Obregón: Instituto Tecnológico de Sonora.

Tschohl (2014). Servicio al cliente: técnicas, estrategias y una verdadera cultura para generar beneficios. México: Service Quality Institute.

Tigani (2006). Excelencia en servicio. Buenos Aires: Liderazgo21. https://studylib.es/doc/6087626/libro-excelencia-en-servicio

Urdaneta, et al. (2011). Calidad del servicio de taxis del municipio de Maracaibo. Telos - Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal, 237 - 259. https://www.redalyc.org/pdf/993/99319225006.pdf

Vargas y Aldana (2011). Calidad y servicio conceptos y herramientas. Bogota: Ecoe Ediciones. https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/27250/Calidad_servicio3ED_digital.pdf

Vera (2021). Plan de presentación de la información. https://salazarvirtual.sistemaeducativosalazar.mx/assets/6109e5857b22a/tareas/390336f92598b45f6469eecd1b4d69e0ACTIVIDAD%201.JULIO%20CESAR_VERA_VAZQUEZ.docx

Zouari y Abdelhedi (2021). La calidad de servicio en la administración pública. https://doi.org/10.26495/rce.v8i1.1648

ANEXOS

Anexo 1.

Matriz de consistencia.

TITULO: CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE E INSOLVENCIA EMPRESARIAL EN LA EMPRESA LADRILLOS FUERTES Y DURABLES FORTALEZA S.A.C., EN LA CIUDAD DE PUCALLPA, DEPARTAMENTO DE UCAYALI, 2022.

PROBLEMA GENERAL	**OBJETIVO GENERAL**	**HIPOTESIS GENERAL**	**VARIABLES**	**INDICADORES**	**METODOLOGIA**
¿Cómo influye la calidad del servicio al cliente en la determinación de la insolvencia empresarial en la empresa Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza S.A.C?	Determinar la influencia de la calidad del servicio al cliente en la determinación de la insolvencia empresarial en la empresa Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza S.A.C.	La calidad del servicio al cliente influye en la determinación de la insolvencia empresarial en la empresa Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza S.A.C.	**Independiente (X):** Calidad de servicio al cliente	X_1. Elementos Tangibles. X_2. Fiabilidad. X_3. Capacidad de respuesta. X_4. Profesionalidad. X_5. Empatía.	**Tipo de Investigación:** Descriptivo **Diseño de la investigación**: No experimental **Unidad de análisis** Empresa Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza S.A.C. **Población:** 100% de clientes **Muestra:** 74 clientes de la empresa ladrillera. **Técnicas e instrumentos:** ✓ Encuesta. ✓ Estado financiero de la empresa. **Análisis e interpretación de datos:** ✓ Tablas ✓ Gráficos ✓ SPPS 200
PROBLEMAS ESPECIFICOS	**OBJETIVOS ESPECIFICOS**	**HIPOTESIS ESPECIFICAS**			
¿Cuál es el grado de percepción del cliente con respecto a la calidad del servicio en la empresa Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza S.A.C?	Determinar el grado de percepción del cliente con respecto a la calidad del servicio en la empresa Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza S.A.C.	El grado de percepción de los clientes con respecto a la calidad del servicio en la empresa Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza S.A.C es muy bueno.	**Dependiente (Y):** Insolvencia empresarial	**Y_1.** Capital de trabajo. **Y_2.** Activo total. **Y_3.** Utilidades retenidas. **Y_4.** Utilidades antes de intereses e impuestos. **Y_5.** Capital contable. **Y_6.** Pasivos totales.	
¿En qué intervalo de insolvencia se encuentra la empresa Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza S.A.C?	Determinar en qué intervalo de insolvencia se encuentra la empresa Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza S.A.C.	La empresa Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza S.A.C, se encuentra en el intervalo $Z \geq 2.60$			

Anexo 2.

Instrumento de recolección de datos.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES

CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE

INTRODUCCIÓN:

En esta sección se quiere conocer sobre su percepción de la calidad de servicio que recibió en la empresa Ladrillos Fuertes y Durables Fortaleza S.A.C.

INTRUCCIONES:

Lea cuidadosamente cada aseveración y marque con una "x" dentro del encasillado que contenga la premisa que mejor responda a su grado de percepción.

Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo
5	4	3	2	1

N°	ELEMENTOS TANGIBLES	Escala				
		1	2	3	4	5
1	Las instalaciones físicas (ambiente de oficina, servicios higiénicos, puertas y ventanas, entre otros), tuvieron apariencia agradable.					
2	La limpieza de las instalaciones físicas y las sillas de la sala de espera fue agradable.					
3	Los carteles, anuncios, folletos, avisos de señalización u hojas informativas, fueron visualmente atractivas.					
4	Las sillas de las oficinas fueron cómodas.					
5	La presentación personal del personal de atención fue impecable.					
N°	**FIABILIDAD**					
1	Las instalaciones físicas tuvieron incorporado cámaras de video y personal de vigilancia y seguridad.					
2	La información solicitada al momento de la compra se realizó sin errores.					
3	Pudo apreciar un botiquín para brindar primeros auxilios.					

N°	CAPACIDAD DE RESPUESTA					
1	El tiempo de espera desde el momento en que llegó a la empresa hasta que compró, fue razonable.					
2	El procedimiento para la compra del producto fue apropiado.					
3	Los horarios de atención para la venta del producto fueron apropiados					
4	La tecnología utilizada para la emisión de boletas de venta, fue apropiado.					
N°	**SEGURIDAD**					
1	Los colaboradores de la empresa han contestado apropiadamente a sus preguntas.					
2	El comportamiento de los colaboradores de la empresa le trasmitió confianza.					
3	Las transacciones con los colaboradores de la empresa le trasmitió seguridad.					
4	Los colaboradores de la empresa fueron amables.					
N°	**EMPATÍA**					
1	El trato de los colaboradores de la empresa fue excelente.					
2	Los colaboradores de la empresa se presentaron cortezmente.					
3	La comprensión de los colaboradores de la empresa frente a sus necesidades y sentimientos fue excelente					