

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

TESIS

**IMPACTO DE LAS VENTAS EN TIEMPOS DE
COVID-19 EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA
AERO GAS DEL NORTE S.A.C., CHICLAYO 2021**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADORA PÚBLICA**

Autoras:

Bach. Ortiz Bravo Lesslye Jianeila
<https://orcid.org/0000-0002-3341-0626>

Bach. Peña Ojeda Diandry Mirely
<https://orcid.org/0000-0001-8936-705X>

Asesor:

Dr. Gómez Jacinto Luis Gerardo
<https://orcid.org/0000-0002-5082-9621>

Línea de Investigación:

**Gestión empresarial, emprendimiento y competitividad que promueva el
crecimiento económico inclusivo y sostenido.**

Sublínea de investigación

**Normas internacionales e información financiera en el contexto de los
procesos contables y la creación de valor en la empresa**

Pimentel – Perú

2023

**IMPACTO DE LAS VENTAS EN TIEMPOS DE COVID-19 EN LA
RENTABILIDAD DE LA EMPRESA AERO GAS DEL NORTE S.A.C., CHICLAYO
2021**

Aprobación del jurado

Dr. Gómez Jacinto Luis Gerardo
Asesor

Mg. Ríos Cubas Martin Alexander
Presidente del Jurado de Tesis

Mg. Hernández Terán Saul
Secretario del Jurado de Tesis

Mg. Mendo Otero Ricardo Francisco Antonio
Vocal del Jurado de Tesis

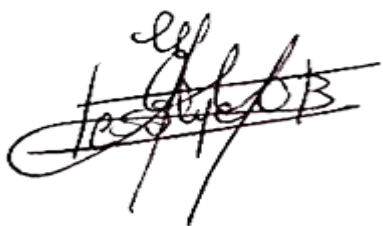

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Quien suscribe la **DECLARACIÓN JURADA**, soy egresado (s) **Nombre del programa de estudios** de la Universidad Señor de Sipán S.A.C, declaro bajo juramento que soy autor del trabajo titulado:

IMPACTO DE LAS VENTAS EN TIEMPOS DE COVID-19 EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA AERO GAS DEL NORTE S.A.C., CHICLAYO 2021

El texto de mi trabajo de investigación responde y respeta lo indicado en el Código de Ética del Comité Institucional de Ética en Investigación de la Universidad Señor de Sipán, conforme a los principios y lineamientos detallados en dicho documento, en relación con las citas y referencias bibliográficas, respetando el derecho de propiedad intelectual, por lo cual informo que la investigación cumple con ser inédito, original y autentico.

En virtud de lo antes mencionado, firma:

ORTIZ BRAVO LESSLYE JIANEILA	76471002	
PEÑA OJEDA DIANDRY MIRELY	73074588	

Pimentel, 07 de junio del 2023.

Dedicatoria

Esta tesis se la dedico en especial a mi madre, por su paciencia, apoyo incondicional y sacrificio para poder tener un mejor futuro, a mi abuelito y hermanos por siempre darme el aliento para seguir adelante y no decaer.

A mi compañera Diandry por el apoyo incondicional durante este proceso; a mis familiares y amigos que de una u otra manera han contribuido en el logro de este anhelado sueño.

Lesslye Janeila Ortiz Bravo

La presente tesis se la dedico a Dios por bendecirme y cuidarme, dándome fuerza y voluntad para seguir adelante afrontando las adversidades que se presentan en la vida, a mis padres, amigos y familiares, pero especialmente a mi madre quien siempre está apoyándome y confiando en mí y en mi potencial lo cual ha contribuido para alcanzar uno de mis objetivos.

Diandry Mirely Peña Ojeda

Agradecimiento

Agradecer a Dios por habernos permitido llegar hasta este momento, a nuestros familiares que nos han acompañado y guiado a lo largo de este camino de formación profesional.

Así mismo a nuestra universidad, a nuestra escuela de contabilidad y a todos aquellos docentes que nos han acompañado a lo largo de esta carrera aportándonos de los conocimientos necesarios para poder ser buenos profesionales, y a nuestro asesor de tesis Dr. C.P.C Luis Gerardo Gómez Jacinto por su apoyo y enseñanza.

Los autores

IMPACTO DE LAS VENTAS EN TIEMPOS DE COVID-19 EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA AERO GAS DEL NORTE S.A.C., CHICLAYO 2021

*Lesslye Jiameila Ortiz Bravo
Diandry Mirely Peña Ojeda*

Resumen

La investigación titulada “Impacto de las ventas en tiempos de COVID 19 en la rentabilidad de la Empresa Aero Gas Del Norte S.A.C., Chiclayo 2021, Chiclayo, tuvo como objetivo general, determinar el impacto de las ventas en tiempos de COVID 19 en la rentabilidad de la empresa Aero Gas del Norte S.A.C., en ese sentido, se empleó el enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo, con un diseño no experimental, utilizando, asimismo, las técnicas de la entrevista y del análisis documental, estableciéndose como población los colaboradores de las áreas de gerencia, administración, contabilidad, ventas y almacén.

Evaluando los resultados obtenidos, se evidenció que en el año 2019 las ventas obtenidas fueron de S/.5´065 438 soles, para el año 2020 se redujeron a la cifra de S/. 4´814 259 soles, es decir, que, se tuvo una disminución en comparación con el año anterior, no obstante, para el año 2021 las ventas tuvieron una importante recuperación, logrando un importe total de S/. 5´232 890 soles, debido al levantamiento de las restricciones de las actividades económicas producto de la Pandemia del COVID 19, así como la aplicación de adecuadas políticas y estrategias de ventas, llegándose a la conclusión que, existe un impacto significativo de las ventas en tiempos de COVID 19 en la Rentabilidad de la Empresa Aero Gas del Norte en el Período 2021, demostrado en el resultado de los análisis realizados en el trabajo de campo.

Palabras claves: Ventas, Estado de Resultados, Rentabilidad, Políticas y Estrategias de ventas.

Abstract

The research entitled "Impact of sales in times of COVID 19 on the profitability of the Company Aero Gas Del Norte S.A.C., Chiclayo 2021, had as a general objective, to determine the impact of sales in times of COVID 19 on the profitability of the company Aero Gas del Norte S.A.C., in that sense, The quantitative approach, of descriptive type, was used, with a non-experimental design, using, also, the techniques of the interview and the documentary analysis, establishing as population the collaborators of the areas of Management, Administration, Accounting, Sales and Warehouse.

Evaluating the results obtained, it was evidenced that in 2019 the sales obtained were S / .5'065 438 soles, for the year 2020 they were reduced to the figure of S / . 4'814 259 soles, that is, there was a decrease compared to the previous year, however, for the year 2021 sales had a significant recovery, achieving a total amount of S / . 5'232 890 soles, due to the lifting of restrictions on economic activities as a result of the COVID 19 Pandemic, as well as the application of adequate sales policies and strategies, reaching the conclusion that there is a significant impact of sales in times of COVID 19 on the Profitability of the Aero Gas del Norte Company in the 2021 Period, demonstrated in the result of the analyses carried out in the fieldwork.

Keywords: Sales, Income Statement, Profitability, Sales Policies and Strategies.

Índice

Aprobación del jurado	ii
Declaración jurada de originalidad	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento	v
Índice	vi
Índice de tablas	10
Índice de figuras.....	11
Resumen	vi
Palabras claves.....	vi
Abstract.....	vii
I.INTRODUCCIÓN	12
1.1. Realidad Problemática.....	12
1.2. Formulación del problema	30
1.3. Hipótesis.....	30
1.4. Objetivos	31
1.5. Teorías relacionadas al tema.....	31
II. MATERIAL Y MÉTODO	54
2.1. Tipo y diseño de investigación	54
2.2. Variables, operacionalización	55
2.3. Población de estudio, muestra, muestreo y criterios de selección.....	59
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad .	60
2.5. Procedimiento de análisis de datos	62
2.6. Criterios éticos.....	62
III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	64

3.1 Resultados	64
3.2. Discusión	88
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	102
4.1 Conclusiones	102
4.2 Recomendaciones	103
REFERENCIAS	104
ANEXOS	112

Índice de tablas

Tabla 1. Operacionalización de variables	57
Tabla 2. Dimensión 1: Entrevista aplicada al Gerente y al Contador	65
Tabla 3 Dimensión 2: Entrevista aplicada al Gerente y al Contador	67
Tabla 4. Dimensión 3: Entrevista aplicada al Gerente y al Contador	69
Tabla 5 Ingresos por ventas y variación porcentual	72
Tabla 6. Ingresos por ventas mensual y variación porcentual	73
Tabla 7. Estado de Situación Financiera ejercicio 2019.	75
Tabla 8. Estado de Situación Financiera ejercicio 2020	76
Tabla 9. Estado de Situación Financiera ejercicio 2021.	77
Tabla 10. Estado de Situación Financiera ejercicio 2019, 2020, 2021. Análisis Horizontal.....	78
Tabla 11. Estado de Situación Financiera ejercicio 2019 al 2023. Análisis Horizontal	80
Tabla 12. Estado de Resultados 2019	82
Tabla 13. Estado de Resultados 2020	82
Tabla 14. Estado de Resultados 2021	83
Tabla 15. Estado de Resultados 2019, 2020,2021. Análisis Horizontal.....	84
Tabla 16. Estado de Resultados 2019 al 2023. Análisis Horizontal	85

Índice de figuras

Figura 1. Concepciones de las ventas	34
Figura 2. Ciclo de venta.....	37
Figura 3. Importancia de los procesos de venta	38
Figura 4. Definición gráfica de la rentabilidad	45
Figura 5. Indicadores de rentabilidad	51
Figura 6. Importancia de la rentabilidad.....	52
Figura 7. Pirámide de ratios Dupont	53

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

Las estaciones de servicio de venta de combustible no han estado ajenas a la afectación que se ha dado en todos los niveles con motivo de la Pandemia del COVID 19, sumado a los vaivenes que se venían presentando a nivel nacional e internacional desde hace un buen tiempo, que, dicho sea de paso, ha afectado todas las actividades cotidianas y la economía en su conjunto, al punto de haberse declarado una serie de restricciones como el confinamiento obligatorio y, la suspensión perfecta de labores que han impedido comercializar debidamente los combustibles, como las gasolinas, diésel y gas.

A inicios del año 2020 las perspectivas de crecimiento del sector eran bastante alentadoras, sin embargo, en aquella oportunidad no se preveía una pandemia de este tipo, que generó una contracción económica y una caída inesperada en el consumo de combustibles, más aún, considerando las restricciones dispuestas para el transporte, que impactaron significativamente en los meses de marzo, abril, mayo y junio, donde el consumo decreció de manera significativa y sin visos de recuperación.

Se debe señalar asimismo que, si bien en nuestro país se tomaron algunas medidas para paliar en algo esta penosa situación de muchas empresas, una gran cantidad de ellas no supieron cómo afrontar su cadena de pagos y el despido masivo de su personal, y es que, la Pandemia superó los índices de mortalidad y de morbilidad como nunca antes se había visto, y, si a esto le añadimos la desaceleración de nuestro crecimiento económico, y de la producción, trajo como consecuencia que la operatividad de varias cadenas de suministros de combustibles se vean interrumpidas, sobre todo el transporte.

Por estas consideraciones resulta importante resaltar las medidas que se han empezado a implementar para lograr la recuperación del sector, debiendo destacar el mayor dinamismo que viene experimentando el diésel para vehículos

de carga, luego de haberse superado las situaciones de riesgo, innovación, y competitividad, y de esta forma poder afrontar las nuevas situaciones que se presentaron durante el periodo Post Pandemia, en el que se privilegiaron programas novedosos de salud ocupacional y seguridad, así como el incremento de la contratación de pólizas de seguro para cubrir todo tipo de riesgos.

1.1.1. A nivel internacional

En Chile, Flores (2021) en su artículo "*Enap alcanza graves pérdidas en venta de combustible a raíz del COVID 19*" menciona que el año 2020 fue el más dificultoso para la compañía, cuya demanda de combustible disminuyó considerablemente, como consecuencia de la crisis sanitaria del COVID-19, misma que perjudicó primordialmente los resultados y niveles de comercialización, en donde los ingresos por venta disminuyeron en un 36% lo cual, pasó de US\$7.628 millones en el año 2019 a US\$4.891 millones al año 2020, considerándose una grave reducción de sus márgenes de ganancia de un 19% y una disminución del 33% de los precios promediados por el mercado mundial ICE Brent respecto a años anteriores. Por tanto, dicha situación requiere de planes de contención y control de costos y gastos, con la finalidad de aminorar la repercusión negativa en los ingresos y volumen de ventas.

En Uruguay, Horvath (2023) en el artículo "*Las ventas de combustible se desploman por diferencias de cambio en la empresa Ancap*", señala que los ingresos por venta en la empresa estatal de combustible durante los meses de abril y mayo del año en curso han sido los más bajos que durante el periodo de aislamiento por el COVID 19; es decir, que actualmente las ventas continúan sin ninguna recuperación pese a los planes realizados en aras de lidiar con el impacto de los precios entre Uruguay y Argentina, esto en razón a las diferencias de cambio que persisten como un elemento de gran incidencia para el consumidor de la frontera uruguaya. Bajo esta perspectiva, se identificó además que es realmente alarmante que las empresas gasolineras de la marca Ancap vendan prácticamente lo mismo que en el periodo de la pandemia cuando se privó de la movilización total. Este suceso solo explica que los planes adoptados no han sido certeros para mitigar la problemática de los bajos niveles de venta.

En México, Sígler (2020) en su artículo *“Venta en gasolineras se desploma en un 40% y el sector solicita apoyo para mitigar la situación crítica”*, hace mención que los ingresos en las gasolineras han ido aminorando frente a la poca demanda de combustible, hecho que preocupa a los empresarios de volver a los niveles históricos como el caso de España en el que las ventas se desplomaron en un 90%. Asimismo, el autor indica que la pandemia del COVID 19 dejó estragos en las ventas de las gasolineras en un 40%, y dicha disminución podría ahondarse hasta un 80% a 90%. En específico, el litro de combustible Magna, que es el que más se consume en las estaciones de servicio mexicanas, decreció aproximadamente en 22% durante el año 2020, pasando de 19.52 pesos a 15.23 de acuerdo a cifras consultadas. De esta manera, la industria requiere de la implementación de medidas oportunas a fin de evitar que se pierdan empleos en las empresas gasolineras debido a las bajas ventas, así como apresurar los permisos aprobados frente a los reguladores en vigor de la normatividad oficial.

En Colombia, Carrizosa (2020) en su artículo *“Impacto del COVID 19 en la rentabilidad de las estaciones de combustible colombianas”*, indica que el sector de combustible se constituyó un gran dinamizador por su constante crecimiento llegando a un promedio del 11%, no obstante, con la llegada de la pandemia del COVID 19, se obtuvo un decrecimiento del 2%, viendo afectadas rentablemente, como producto de las medidas restrictivas de confinamiento y la paralización de las actividades económicas, las mismas que obligaron a las personas y empresas a adoptar medidas destinadas a disminuir los costes operativos. En ese sentido, finalizando el año 2020, la rentabilidad de las empresas de venta de combustible se alineó a un crecimiento económico negativo inesperado para las estaciones de servicio en Colombia; por otro lado, los índices de eficiencia se vieron afectados por el incremento de gastos relacionados a las medidas de prevención y control de los riesgos.

En Chile, Larrain (2020) en su artículo *“Análisis de rentabilidad en la compañía de combustibles Esmax Distribución”*, se ha llegado a identificar en el análisis realizado a sus estados financieros durante el año 2020, que el EBITDA obtenido al 31 de diciembre alcanzó un MM\$18.213, presentando una disminución del 55% inferior a los MM\$40.134 obtenidos en el año 2019. Esta

baja se debe a la disminución del 20% en sus ingresos de operación, deteriorando los índices de su rentabilidad. Esta situación fue generada producto del COVID-19, tomando en cuenta que el Estado como medida de prevención, restringió la movilización, generando que un bajo volumen de las ventas, en tanto, en el mes de abril se manifestó el declive más violento en las ventas físicas con una disminución de 38% respecto al mes del año anterior; no obstante en el cuarto trimestre del periodo 2020, las ventas fueron mejorando de manera consistente, lo cual presagia un óptimo funcionamiento de los resultados de la compañía para el año 2021, aunado al aumento de los precios del combustible.

En México, Govea et al. (2020) en su artículo “*Evaluación de rentabilidad en una empresa gasolinera mexicana, factores de debate acerca del presupuesto*”, refieren que las empresas petroleras del citado país, en los últimos años han estado sujetas a muchos altercados, todos directamente involucrados a la rentabilidad, debiendo señalar que las ganancias obtenidas y los activos totales, han sido afectados debido a los precios de barril de petróleo. Específicamente en la empresa petrolera Pemex, sus ingresos disminuyeron considerablemente, debido a la falta de inversión, sumado a ello la carencia de suficiente poder de mercado, obteniéndose que por cada barril de crudo generado, la rentabilidad disminuye 0.560 dólares, y respecto a los activos totales del negocio, muestra una variación positiva, esto quiere decir que, por cada dólar de incremento en los activos, la rentabilidad acrecentará 0.235 dólares, no obstante como es de esperarse, la relación con el pasivo total es negativa, siendo que, por cada dólar en incremento al mismo, la rentabilidad disminuye en 0.007. Por tanto, la empresa petrolera se ve en la necesidad de establecer los mecanismos suficientes para implementar una adecuada planeación financiera que oriente al crecimiento de dicha empresa.

1.1.2. A nivel nacional

En Lima, Reyes (2020) en su artículo “*Empresas gasolineras de Lima Metropolitana registraron bajas ventas*”, señala que según datos del INEI en los meses de julio y agosto del año 2020 se registró como resultado que el 67.4% de las estaciones de servicio obtuvieron una baja en sus ventas, el 13.7% se

mantuvo en equilibrio, 7.2% obtuvieron un incremento, mientras que el 11.3% no efectuaron ninguna venta debido al impacto del COVID 19. Determinando así que, el impacto fue mayormente negativo tanto a nivel económico, financiero como consecuencia de la pandemia, identificándose además que, el 53.8% presentó inconvenientes en el cobro a los clientes, evidenciando poca liquidez para adquirir materias primas e insumos, el 46.9% experimentaron complicaciones para obtener un financiamiento, en tanto que el 46.5% no contaban con liquidez para saldar sus cuentas con sus proveedores, entre otros.

En Lima, Fernández (2021) en su documento "*Baja demanda de combustible en Refinería La Pampilla, Callao*", hace referencia acerca de los resultados de la implantación del estado de emergencia nacional a partir del 16 de marzo de 2020, lo cual ha ocasionado una baja demanda de combustibles en en el distrito de Ventanilla, limitando de manera significativa el aumento del volumen de venta del petróleo de esta subsidiaria. Por ello Refinería la Pampilla a partir del 31 de diciembre de dicho año, ha minimizado la utilización de su capacidad instalada y grado de producción ya que la cantidad de ventas de su producto disminuyó en un 38% a comparación con el año 2019. Esta notable baja en ventas de combustibles líquidos requirió ajustar el grado de producción para estar acorde a la reciente necesidad del mercado petrolero actual.

En Lima, Rojas (2023) en su artículo "*Facturaciones de combustible disminuyen en 2,6% en la actualidad*", indica que el gerente del Osinergmin reportó un paulatino declive en las ventas de petróleo en empresas peruanas y se debió a la disminución de su valor frente a la industria internacional. Asimismo, informó que este descenso se ha visto reflejado en días recientes, puesto que la baja de precios se generó consecutivamente semana a semana y que, hoy en día el costo de referencia de la gasolina / gasohol de 97, 95, 90 y 84 octanos, disminuyeron aproximadamente un 0,81%, 1,10%, 1,52% y 2,66% proporcionalmente. En ese sentido, se reveló que analistas sugieren que las futuras operaciones de mantenimiento de las refinerías y la culminación de periodo de conducción en el verano restringirán la demanda de crudo, disminuyendo con ello 1,7 millones de barriles de diesel y combustible.

En Lima, Escobar et al. (2021) en su artículo "*Controles operativos para mejorar la rentabilidad en una estación gasolinera en Chosica*", refieren que hoy en día el sistema de control interno es una herramienta de gran utilidad y de responsabilidad para alcanzar óptimos resultados en las utilidades de toda empresa. Frente a ello, en la estación de servicios de Chosica se presentan problemas en los controles establecidos por no cumplir con las políticas y normatividad interna, generando que los índices de rentabilidad se vean afectados, siendo así que para el año 2020 hubo un ligero incremento de rentabilidad del 3%, y con relación al ejercicio 2019 se generó una disminución del 12% en la rentabilidad sobre la inversión realizada para obtener utilidades. En relación a la rentabilidad sobre patrimonio, en el año 2021 el rendimiento fue del 19%, con respecto al 2020 que fue de un 13%, y en años posteriores la rentabilidad disminuyó de manera considerable, debido a la coyuntura sanitaria por la COVID 19, entre otras deficiencias operativas.

En Puno, Gomez et al. (2023) en su artículo "*Servicio de calidad y su impacto en la rentabilidad en las estaciones de servicio de la ciudad de Puno*", manifiestan que al llevar a cabo la evaluación de la rentabilidad de las empresas gasolineras ubicadas en la región Puno, se tuvo que la utilidad de ventas solamente el grifo UNA generó un alto porcentaje de 12% y 11% en los años 2020 y 2021, siguiendo el grifo Orión cuya utilidad en dichos años fueron del 10% y 11% respectivamente; indicando que la gran mayoría de empresas gasolineras no le vienen dando importancia a la calidad de sus servicios para garantizar una óptima rentabilidad, dicho en otros términos, simplemente tratan de ubicarse en el mercado y no proponen medidas preventivas para solucionar los problemas de crecimiento y desarrollo económico, dejando al margen la calidad de servicio. Por tanto, al plantearse adecuadas políticas de calidad, reforzarán una positiva imagen frente a los clientes, lo cual incidirá de manera directa en su rentabilidad.

En Cajamarca, Chilón (2020) en su artículo "*Factor de riesgos y el impacto en la rentabilidad de estaciones de servicio en Chota*", señala que actualmente el cierre o salida inesperada de las estaciones de servicio ubicadas en la región de Cajamarca, se viene generando por lo general a la disminución abrupta de sus índices de rentabilidad, a su rendimiento financiero negativo, en el cual sus

ingresos no permiten cubrir sus costes y gastos o, apenas lo hacen; esta situación, en ocasiones conlleva a la salida del mercado de estas empresas y en otros casos, optan por refugiarse de la economía informal. Por tanto, analizando los factores de riesgo de contar con baja rentabilidad, se obtuvieron no llevar contabilidad con 7,719 veces de riesgo, no tener créditos financieros con un 4,778, y no realizar capacitaciones en gestión empresarial con 3,693 de riesgo.

1.1.3. A nivel local

Cabe señalar en primer lugar que, a lo largo del año 2020 la Pandemia del COVID 19, no solamente afectó la salud de la población, también empeoró y profundizó la crisis económica por la que venimos atravesando la mayoría de peruanos, perjudicando a todos los sectores sin distinción, que se vieron afectados además por las restricciones impuestas por el gobierno, viéndose reflejada esta situación en la disminución en los promedios de venta de combustible.

En relación con la problemática identificada en la Empresa AeroGas del Norte S.A.C., se debe señalar que, actualmente viene enfrentando diferentes retos e incertidumbres desde la llegada de la pandemia del COVID 19, apuntando a una caída de la demanda y venta del combustible, bien sea por la disminución de su consumo medio por parte del cliente, como por la pérdida del mismo. En ese sentido, la pandemia ha generado una reducción considerable en las ventas, profundizándose en bajos márgenes de rentabilidad, liquidez y, crecimiento.

La disminución en el nivel de ventas de la Estación de Servicios tiene relación directa con la puesta en marcha del sistema laboral denominado Teletrabajo, aunado a la reducción de labores presenciales en muchas empresas y entidades del sector público y privado, siendo que, la aplicación de las restricciones e inmovilidad total afectó la venta de combustibles al haberse limitado en un rango importante la circulación de las personas.

Asimismo, se llegó a identificar que, la caída de las ventas generó serias dificultades financieras a la gasolinera, ocasionando atrasos en el pago de las obligaciones financieras a sus acreedores, deudas con los proveedores, retrasos en los pagos a sus trabajadores, así como el incumplimiento de otros pasivos

corrientes y no corrientes que habían sido previamente programados, sin dejar de mencionar que, la crisis sanitaria y la baja del precio de los combustibles han afectado a diferentes sectores de la cadena energética.

Esta coyuntura atípica generó disminuciones en los precios de venta que ocasionó que, durante la Pandemia, la estación de servicios generara pérdidas de hasta un 35% en las ventas de combustibles, tanto de gasolina como Diesel, más aún si consideramos la falta de regulación y de políticas claras que permitan ante todo, una competencia equilibrada, y si bien, se notó una lenta recuperación a inicios del año 2021 en lo que respecta a la venta de gasolina de diverso octanaje, en lo que se refiere al Diesel aún se nota una contracción de precios.

Se debe mencionar que, lo que la empresa requiere es que, se logre una estabilización del mercado, debido a que, la Pandemia generó una situación de competencia desleal por un inadecuado manejo de los precios en la mayoría de estaciones de servicio, por eso le corresponde al Gobierno mantener la estabilidad de precios con la finalidad de que garantice los costos de operación y que ya no siga sucediendo lo que se viene notando en la actualidad que, hay estaciones de servicios que, con el propósito de aumentar sus ventas, continúan reduciendo los precios de los combustibles por debajo de sus costos.

Finalmente, se debe señalar que, la Estación Chosica del Norte de la Empresa Aero Gas del Norte SAC, viene operando desde el año 1999, cuyo Gerente General es el Sr. Pedro Cierzo, encontrándose identificada con RUC N° 20458378747, domicilio legal en Carretera Panamericana Norte, Km. 764, 190 M, de dicho sector en la Provincia de Chiclayo, cuyo giro principal es la venta de hidrocarburos, comercialización y distribución de combustibles, a través de la red de estaciones de servicios Repsol, encontrándose empadronada en el Registro Nacional de Proveedores para hacer contrataciones con el Estado.

Antecedentes a nivel internacional

En Ecuador, Gonzales y Cedeño (2019) en su estudio “*Política de ventas en una estación de combustibles y lubricantes*” en la Escuela Superior Politécnica del Litoral. Planteó como objetivo general determinar, analizar, y brindar un

óptimo plan de ventas que le permita a la estación de servicio reducir costos significativos en el manejo de sus existencias, cuellos de botella innecesarios en el acondicionamiento de productos o aumento de los costos en la cadena de comercialización. Se llevó a cabo el tipo aplicada, nivel descriptivo, diseño No experimental, mediante la utilización de cuestionarios a los propietarios de las estaciones de servicio. Los resultados precisaron que las empresas gasolineras en su mayoría no cuentan con una correcta planificación de ventas lo que les viene generando exceso de inventarios, y aumentos innecesarios en los costos y gastos del GLP y demás lubricantes.

Los autores concluyeron que, la mayor parte de las estaciones de combustibles del Ecuador, carecen de adecuadas políticas de ventas, que comprende tanto su gestión, como su control, no tomándose en cuenta que con la aplicación de estas políticas se brindarán mejoras para disminuir retrasos en los procesos operativos y gastos innecesarios en su logística.

En España, Bullemore y Cristóbal (2021), en su estudio "*Gestión comercial durante la pandemia: el efecto de COVID-19 en las ventas*", en la Universidad de Lleida; teniendo como objetivo general comprender el efecto causado por la pandemia del COVID-19 en la actividad comercial de empresas de venta de combustible. Se llevó a cabo el tipo descriptivo y explicativo, para ello se aplicó una encuesta para los directivos de las empresas de combustible. Los resultados precisaron que sin duda, la crisis sanitaria provocada por el coronavirus ha generado una caída sustancial en las actividades comerciales y en las ventas de las estaciones de servicio en España, por lo que la mayor parte de estas empresas han venido monitoreando sus tareas comerciales con medidas poco convencionales y eficientes sin el uso de herramientas de gestión.

Los autores concluyeron que la pandemia por el COVID-19 ha generado disminuciones en la productividad total de la economía de las empresas de venta de combustible, afectando a la mayor parte en la disminución de sus actividades comerciales y las ventas habituales.

En Ecuador, Aguilar (2021) en su estudio "*Control de las actividades de comercialización y distribución de combustibles en DISA S.A.*", en la Universidad

Técnica de Machala; teniendo como objetivo general evaluar las actividades de venta y distribución de combustibles en la empresa en mención, mediante herramientas de control y de gestión. Se llevó a cabo una investigación del tipo descriptiva correlacional, con un diseño no experimental, aplicando la técnica de la entrevista dirigida al gerente general y al encargado del almacén de la empresa. Los resultados precisaron que la empresa presenta un gran descuido de almacén, en el cual no se tienen implementados manuales de procedimientos y de funciones, que sirvan como guía para las tareas que deba realizar el personal, notándose además que el almacén no dispone de espacio suficiente.

El autor concluyó que, la estación de servicio no realiza un adecuado inventario impidiendo llevar a cabo procedimientos de comercialización y distribución de combustible por carecer de manuales de procedimientos que contribuyan a contar con una adecuada estructura de almacén; por otro lado, no se tiene una buena ubicación del combustible y lubricantes adquiridos.

En Ecuador, Masaquiza (2021) en su estudio "*Administración de capital de trabajo y rentabilidad en las estaciones de servicio MASGAS SA. en Tungurahua*", en la Universidad Técnica de Ambato; teniendo el objetivo general de analizar la administración del fondo de maniobra a través de ratios financieros para mejorar la rentabilidad de las estaciones de servicios referidas. Se llevó a cabo un enfoque cuantitativo, con una modalidad documental y descriptiva correlacional, siendo las 8 estaciones de combustible la muestra constituida, aplicandose asimismo el análisis de datos y fichas de contenido. Los resultados precisaron que de las empresas analizadas, 6 mantienen un capital con limitaciones para sus operaciones económicas, la cual tiene impacto directo en la rentabilidad y se ve manifiesto en el nivel de liquidez, por otro lado, solo 2 empresas mantienen un óptimo comportamiento de este fondo, siendo un respaldo económico para la normal operatividad del negocio.

El autor concluyó que, la administración del fondo de maniobra en los negocios de combustible evaluados ha tenido ciertos cambios por factores externos como bajas ventas, volatilidad del mercado y poca demanda, de tal forma que los jefes de finanzas tuvieron que hacer frente a diversos

inconvenientes que han afectado al efectivo y equivalentes.

En Venezuela, Gámez et al. (2020) en su estudio "*Planificación y rentabilidad financiera en las estaciones de servicio en Venezuela*", en la Universidad de la Guajira; teniendo como objetivo general establecer de qué manera se relaciona la planificación y la rentabilidad financiera en las empresas de combustible. Se llevó a cabo un diseño no experimental, descriptivo correlacional, con la muestra de trabajadores del departamento de finanzas y gerencia, aplicándose encuestas. Los resultados precisaron que las empresas analizadas con la finalidad de llevar a cabo su planificación, toman en cuenta el presupuesto de ingresos y gastos, no obstante, presentan inconvenientes al tomar el presupuesto de efectivo, ya que no se está controlando la cantidad que se necesita para cubrir sus compromisos ordinarios de fondos.

Los autores llegaron a la conclusión que, según el coeficiente obtenido el cual generó un 0.36, indicó que existe una débil relación entre la planificación y la rentabilidad, lo cual significa que mientras se elabore de manera eficaz la planificación, se generará una mayor rentabilidad financiera en estas empresas.

En Argentina, Ignacio (2019) en su estudio "*Análisis de rentabilidad de las Estaciones de Servicios en Mendoza*", en la Universidad Nacional de Cuyo; teniendo como objetivo general evaluar los niveles de rentabilidad en la estación de servicio mencionada a través del manejo de indicadores de gestión. Se llevó a cabo el enfoque mixto, tipo descriptivo, exploratorio y diseño no experimental, mediante la utilización de encuestas dirigidas a los propietarios de las empresas de combustible en dicha provincia; asimismo, se aplicó la técnica de observación mediante trabajo de campo. Los resultados precisaron que, después de las evaluaciones realizadas a la tasa de descuento, inversión inicial y valor actual neto, es procedente llevar a cabo el proyecto de estación de servicio, habiéndose obtenido únicamente un VAN negativo en el escenario pesimista.

El autor concluyó que, en la evaluación del análisis de la rentabilidad de una Estación de Servicios en la provincia de Mendoza, se ha podido determinar

que, para los cinco escenarios simulados, se obtuvo un único escenario que tuvo un VAN negativo, es decir, que no es rentable y completamente pesimista, en tanto, que para los demás escenarios resultaron siendo rentables.

Antecedentes a nivel nacional

En Pasco, Correa y Martínez (2022) en su estudio “*Evaluación de precios y gastos y su impacto en las ventas de combustible en el grifo Ecoferm Rancas, Pasco*”, en la Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión; teniendo como objetivo demostrar el impacto de la evaluación de precios y gastos en las ventas del combustible en dicha estación. Para ello, se llevó a cabo el tipo explicativo, relacional y diseño no experimental transversal, utilizando las técnicas de recolección como cuestionarios de Likert y fichas de registro, dirigido a una muestra de 380 clientes. Los resultados precisaron que, analizando el estado de resultados, se obtuvo que para el año 2019 las ventas de gasolina de 90 octanos ascendió a S/.183, 894 y gasolina de 95 octanos se vendió en S/. 37,768; sin embargo, para el año 2020 las ventas de gasolina de 90 fueron de S/. 93,600 soles, en tanto la gasolina de 95 disminuyeron a S/.15,304 debido al COVID 19.

Los autores concluyeron que, según los análisis estadísticos, se llegó a determinar que la evaluación de precios y gastos impactan de manera significativa en las ventas de combustible del grifo en estudio, ya que el indicador de precios refleja que por cada sol, las ventas reducen en 87.360 unidades.

En Lima, Ramírez y Salazar (2019) en su estudio “*Impacto de las mermas en las ventas de combustible en el Grifo Perlita SAC, Lurín*”, en la Universidad Tecnológica del Perú; teniendo como objetivo principal establecer el impacto de las mermas generadas sobre las ventas del combustible del grifo en mención. Para ello, se llevó a cabo el diseño no experimental, tipo descriptivo y de carácter cuantitativo, utilizando la técnica de recolección como análisis documental, y una muestra de 14 personas que laboran en el grifo, desde gerente, contador, personal administrativo y de ventas. Los resultados precisaron que el personal de ventas no se encuentra adecuadamente capacitados lo cual impide llevar una buena gestión de las existencias, obteniendo como resultados pérdidas; por otro lado, las ventas en en el año 2018 para la gasolina de 90 generó una pérdida de

S/.2,172.16, en el producto de gasolina 95 se generó una pérdida de S/. 1,093.54; estos resultados son producto del proceso operativo, en el cual no se conoce en cuál de estos procesos hay más o menos pérdidas de combustible.

Los autores concluyeron que, hoy en día, la empresa continúa manteniendo saldos negativos, los cuales actualmente no son registrados contablemente, generando distorsiones en la información financiera, viéndose afectados los costos, utilidades y también las ventas del grifo en estudio.

En Lima, Martínez (2021) en su estudio "*Pérdidas de combustible y proceso de ventas en las empresas gasolineras del distrito San Martín de Porres*", en la Universidad Tecnológica del Perú; teniendo como objetivo central establecer la influencia de las pérdidas de combustible en el proceso de ventas en las empresas gasolineras de dicho distrito. Para ello, se llevó a cabo el diseño no experimental, tipo básica y de carácter cuantitativo, utilizando las técnicas de recolección como cuestionarios de Likert, dirigido a una muestra de 35 gerentes. Los resultados precisaron que, casi siempre en el proceso de despacho de combustibles, un 28.6% de las estaciones han ido generando derrames, implicando un impacto directo en los ingresos por las ventas, esto se debe a la falta de controles en su cadena de suministro, y falta de personal idóneo.

El autor concluyó que, dados los análisis efectuados, se obtuvo que hay influencia media alta entre las pérdidas de combustible y el proceso de ventas en las empresas gasolineras de San Martín de Porres con un valor de 57%, indicando que, cuando las pérdidas de combustible sean menores, reducirá también el impacto que tiene en su proceso de ventas.

En Piura, Seminario (2020) en su estudio "*Financiamiento y su incidencia en la rentabilidad de las estaciones de combustible en tiempos de pandemia del COVID 19*", en la Universidad César Vallejo; teniendo como objetivo general demostrar la incidencia del financiamiento en la rentabilidad de las estaciones de servicio en tiempos de pandemia. Para ello, se llevó a cabo el diseño no experimental, enfoque cuantitativo, utilizando la técnica de recolección como cuestionarios de Likert, dirigido a una muestra de 9 estaciones de servicio. Los resultados precisaron que la estación de servicio analizada posee un nivel de

endeudamiento de 42%, es decir que, por cada 100 soles que obtuvieron en su total activo, 42 soles se encuentran comprendidos por su total pasivo, no obstante, la rentabilidad sobre las ventas fue de un 2% siendo está muy baja.

El autor concluyó que, la financiación incide favorablemente en la rentabilidad de las estaciones de combustible en tiempos de pandemia, dado que un 88.2% señalaron que la financiación adquirida por instituciones bancarias le ha permitido optimizar su rendimiento económico y financiero.

En Lima, Camacho y Ochoa (2021) en su estudio "*Toma de decisiones en tiempo de pandemia del COVID 19, y efecto en la rentabilidad de las estaciones de combustible en Villa María del Triunfo*", en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas; teniendo como objetivo general analizar en qué medida la toma de decisiones durante el COVID 19 tiene efecto en la rentabilidad de las citadas empresas. Se llevó a cabo el tipo correlacional explicativa, y enfoque cualicuantitativa, empleando entrevistas a los gerentes, contador y personal administrativo de 30 estaciones. Los resultados precisaron que evaluando la rentabilidad sobre activos en los años 2019 y 2020, se observó que, en el primer año se generó un 5% y al siguiente un 2%, reflejando un resultado menor por la poca demanda que tuvo el producto de combustible, por otro lado, se evaluó a la rentabilidad financiera en los periodos mencionados, arrojando un índice de 9% en 2019 y de 3% para el año siguiente, notándose que la estación de servicio analizada, no ha logrado tomar las mejores decisiones en función a su patrimonio, es decir, que solamente generó un 3% de utilidades a los accionistas.

Los autores concluyeron que, de acuerdo al análisis de los resultados, se ha llegado a comprobar que la toma de decisiones en tiempo de pandemia por la COVID19 impacta directamente en la rentabilidad de las estaciones de servicios, con un coeficiente de 0.0009, aceptando la hipótesis general.

En Puno, Poma y Callohuanca (2019) en su estudio "*Análisis de rentabilidad y su influencia en la toma de decisiones en estación de servicio en Puno*", en la Universidad Nacional del Altiplano; teniendo como objetivo general analizar la situación económica-financiera de la estación de servicios de Puno. Se llevó a cabo un enfoque cuantitativo, alcance descriptivo y explicativo,

utilizando además, fichas documentales y lista de cotejo, siendo la muestra la documentación contable, principalmente los EE.FF. Los resultados precisaron que conforme se ha empleado los indicadores financieros, se obtuvo una rentabilidad económica de 15.62%, 18.14 % y 12.80% para los años 2015, 2016 y 2017, y en el caso de la rentabilidad financiera, los índices obtenidos fueron de 19.01%, 20.20% y 13.77% respectivamente, por lo que dichos resultados reflejaron que la empresa no obtuvo los índices esperados y que además, significaron una baja satisfacción por parte de los inversionistas.

Los autores concluyeron que, del análisis de la información financiera realizada, se observó la influencia que posee el análisis de rentabilidad en la toma de decisiones de los socios y directivos de la estación de servicio, indicando que para una mejor toma de decisiones, se debe procurar tener una mejor gestión de los recursos financieros de la empresa.

Antecedentes a nivel local

En Pimentel, Sigueñas (2019) en su estudio "*Marketing mix para aumentar las ventas de combustible en la empresa El Caribe SAC, Chiclayo*", en la Universidad Señor de Sipán; teniendo como objetivo general proponer el marketing mix para acrecentar el volumen de ventas en la estación de servicios mencionada. Para ello se llevó a cabo el nivel descriptivo, diseño no experimental transaccional, realizándose cuestionarios a una muestra de 148 consumidores frecuentes. Los resultados precisaron que, una vez propuesto el sistema de marketing mix, las ventas tendrán un aumento del 4%, mostrándose los ingresos más el aumento porcentual de cada mes, notándose de manera clara los beneficios que genera dicha propuesta de gestión de ventas.

El autor concluyó por tanto que, la implementación de la estrategia de marketing mix si es rentable, dado que las ventas mensuales incrementaron en un monto estimado de S/.13,000 a S/. 13,400 soles; y dicha propuesta fue cubierta con propios fondos de la estación de servicios.

En Chiclayo, Mendoza (2021) en su estudio "*Estrategias de marketing para aumentar las ventas de una empresa de venta de combustibles Pixa*

E.I.R.L.”, en la Universidad Alas Peruanas; teniendo como objetivo principal proponer estrategias de marketing para maximizar ventas de la estación de combustibles citada. Para ello, se llevó a cabo el alcance descriptivo y propositivo, con enfoque cuantitativo y diseño no experimental; utilizando entrevistas a una muestra de 42 personas entre trabajadores y clientes. Los resultados precisaron que actualmente la empresa carece de métodos adecuados para llevar a cabo un adecuado proceso de ventas, desde el despacho hasta la atención brindada al cliente; por otro lado, el trabajo que vienen realizando es de manera empírica, lo que en consecuencia generan bajas ventas dado que el servicio incide mucho en que los trabajadores de ventas no están siendo debidamente capacitados para fidelizar al cliente.

El autor concluyó que, evaluando el proceso de ventas se evidenció que la principal desventaja es la falta de óptimo servicio, dado que el personal de venta no se encuentra motivado ni capacitado según sus habilidades, solamente son reclutados por necesidad, causando cierta insatisfacción en los consumidores habituales, por lo que se vio pertinente, implementar estrategias de marketing para aumentar las ventas de la estación de servicio.

En Chiclayo, Cruzalegui y Pérez (2019) en su estudio “Estructura de control interno para la gestión de ventas en la estación de combustibles Tobi E.I.R.L.” en la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo; teniendo como objetivo general diseñar una estructura de control interno para la gestión de ventas en la mencionada estación de servicios. Se empleó una investigación del tipo descriptiva, diseño no experimental, aplicándose la técnica de entrevista y de análisis documental. Los resultados precisaron que después de realizar las evaluaciones correspondientes a la información obtenida, se ha podido determinar que las malas prácticas cometidas por los trabajadores son detectadas en el momento que ya se ha dado un enorme perjuicio económico en contra de los intereses de la estación de servicio.

Los investigadores concluyeron que los problemas que se han encontrado en el Grifo TOBI E.I.R.L., se ha originado básicamente por la carencia de eficaces controles internos a su gestión de ventas, siendo esta la razón principal por lo

que la empresa ha sufrido notables pérdidas, asimismo, la carencia de guías de procedimiento y de organización y funciones no están permitiendo establecer con total claridad las responsabilidades de cada uno de los trabajadores.

En Pimentel, Quintos (2019) en su estudio "*Evaluación de rentabilidad en el Grifo Ilucán EIRL, Cutervo*", en la Universidad Señor de Sipán; teniendo como objetivo evaluar los índices de rentabilidad en la estación de Grifo Ilucán. Se llevó a cabo el enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, con un diseño no experimental, mediante la técnica de ficha documental, siendo la muestra los estados financieros años 2018 y 2019. Los resultados precisaron que para el 2019 los resultados del grifo tuvieron una disminución de 21,38% en cuanto al efectivo y equivalentes a diferencia del año 2018; originado por el aumento de las cuentas por cobrar de un 238,56%; asimismo, las obligaciones financieras incrementaron en 117,72% a diferencia del año anterior; no obstante la rentabilidad de patrimonio tuvo un ligero aumento de 23.19% a diferencia del 2018 que se obtuvo un 17,51%, significando una mejora con respecto al anterior año.

El autor concluyó que, evaluando la rentabilidad económica para el año 2019, el grifo obtuvo un 9,16% respecto al año anterior, indicando que las inversiones efectuadas con fuente de financiación propia y privada viene representando una regular rentabilidad, por otro lado, en la rentabilidad financiera se obtuvo 23,19% siendo un resultado aceptable para los socios.

En Pimentel, Mimbela (2020) en su estudio "*Pérdida de combustible y su efecto en la rentabilidad de una estación de servicio San Sebastian Gas Station EIRL*", en la Universidad Señor de Sipán; teniendo como objetivo establecer el efecto de la pérdida de combustible en la rentabilidad de la estación de servicio; así como establecer en qué medida estas pérdidas afectan sus resultados. Se llevó a cabo el enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, con un diseño no experimental, mediante las técnicas de entrevistas, observación y ficha documental. Los resultados precisaron que la estación de servicios posee demasiadas pérdidas que se generan por las mermas frecuentes de combustibles y que se producen diariamente por evaporaciones no previstas.

El autor concluyó que, en la estación de combustible, se hace prioritario

desarrollar un plan de mejoramiento de almacén que permita ante todo, evitar las mermas recurrentes de combustible con la finalidad de no afectar sus Estados Financieros, y de esta manera procurar aumentar los índices de rentabilidad del negocio, y para lo cual se requiere mejorar las estrategias para un debido almacenamiento en las surtidoras de combustible.

En Chiclayo, Prieto (2020) en su estudio "*Plan de Costos y su efecto en la Rentabilidad de la Empresa Tecno Gas Del Norte SAC*", en la Universidad César vallejo; teniendo como objetivo general elaborar y plantear un sistema de costos en la estación Tecno Gas del Norte el cual permita mejorar su rentabilidad. Se llevó a cabo la metodología descriptiva, no experimental, teniendo como muestra y población a 9 colaboradores, haciendo uso de la entrevista y encuestas. Los resultados precisaron que, debido a la falta de un adecuado sistema de costos en la empresa, las operaciones se vienen realizando de manera empírica, precisamente para fijar el precio de venta, lo cual influye directamente en la rentabilidad del negocio al verse afectados los márgenes de ganancia.

La autora concluyó que, la estación de servicios si necesita establecer un eficaz sistema de costos ya que esta herramienta va a contribuir a tener un mejor manejo de sus costos y materia prima adquirida, recuperando de manera directa y con un efecto favorable en la rentabilidad.

Justificación e importancia del estudio

El presente estudio se justifica ya que tiene como propósito analizar la información respecto a las variables de ventas y rentabilidad, las cuales permitan determinar la situación de la empresa de la empresa Aero Gas del Norte S.A.C., en tiempos de Pandemia del COVID 19 y, cuál ha sido el impacto que ha ocasionado en las variables mencionadas, permitiendo establecer su impacto en la demanda de productos y, si esta situación atípica afectó también el precios de los combustibles y en que medida se modificó el nivel de ventas.

Se justifica asimismo la investigación debido a que se pudo determinar su impacto en la propia operatividad de la estación de servicios, así como en sus trabajadores, al haberse convertido en una fuente importante de información y

poder ser utilizada para afrontar con éxito cualquier tipo de contingencias similares que pudieran presentarse en el futuro, así como desarrollar estrategias eficaces para enfrentar debidamente los enormes desafíos, seguir atendiendo como corresponde a sus miles de consumidores y afrontar adecuadamente a la competencia a través de las mejores herramientas de gestión.

Debe mencionarse que, las técnicas metodológicas utilizadas en la investigación fueron diseñadas con la finalidad de proporcionar a los usuarios, total claridad y transparencia para demostrar su confiabilidad, emdiante un estudio con enfoque cuantitativo, del tipo descriptivo y diseño No experimental, con los cuales se va a realizar el análisis de la información obtenida tomando como base los Estados Financieros de la empresa, para dar a conocer el impacto de las ventas generadas antes y después de la Pandemia del COVID 19.

Finalmente se debe señalar que, la investigación reviste de gran importancia porque ha permitido dar a conocer los efectos generados producto de la Pandemia del COVID 19 en las ventas, y por extension en los resultados económicos y financieros de la empresa Aero Gas del Norte S.A.C., así mismo porque ayudará a brindar un aporte a las futuras investigaciones basadas en una nueva línea de estudio para la contabilidad, considerando que es un tema relativamente nuevo para los docentes, alumnos e investigadores.

1.2. Formulación del problema

¿En qué medida las ventas en tiempos de COVID 19 impactan en la rentabilidad de la empresa Aero Gas del Norte en el periodo 2021, Chiclayo?

1.3. Hipótesis

H1: Las ventas en tiempos de COVID-19 impactan de manera significativa en la rentabilidad de la Empresa Aero Gas del Norte en el período 2021, Chiclayo.

H0: Las ventas en tiempos de COVID-19 no impactan de manera significativa en la rentabilidad de la Empresa Aero Gas del Norte en el período 2021, Chiclayo.

1.4. Objetivos

Objetivo general

Determinar en qué medida las ventas en tiempos de COVID-19 impactan en la rentabilidad de la empresa Aero Gas del Norte en el periodo 2021, Chiclayo.

Objetivos Específicos

Analizar el nivel de ventas en tiempos de COVID 19 en la empresa Aero Gas del Norte en el periodo 2021, Chiclayo.

Establecer mediante información financiera, el impacto de las ventas en tiempos de COVID 19 en la rentabilidad de la empresa Aero Gas del Norte.

Evaluar los índices de rentabilidad en tiempos de COVID 19 en la empresa Aero Gas del Norte en el periodo 2021, Chiclayo.

1.5. Teorías relacionadas al tema

1.5.1. Ventas

Definición

Según Pérez et al. (2021) las ventas son las actividades donde las empresas o individuos comercian un bien o servicio en un determinado mercado, los cuales generan un ingreso de dinero para el vendedor, dependiendo de las veces en que se realice la actividad y del efecto que produzca dicho bien o servicio, es por ello que se dice que las ventas es la principal fuente de ingreso y objetivo de todo negocio, ya que gracias a ello depende la economía y continuidad de una empresa.

Por otro lado, Acosta et al. (2018) señalan que las ventas son el proceso de persuadir o ayudar a los clientes potenciales a comprar productos y / o

servicios de manera impersonal o personal, o tomar acciones beneficiosas sobre ideas comerciales importantes relacionadas con el vendedor, los cuales son intermediarios directos para llevar a cabo la operaciones del giro del negocio.

Westreicher (2020) señala que las ventas son un procedimiento en donde una persona intercambia un bien o derecho por un determinado precio, o indemnización en efectivo, servicio o especies, en el cual se necesita de una buena organización y estrategias para lograr estupendos resultados:

- Por ello, se requiere que todas las personas deban estar comprometidas al 100% con las actividades para llevar a cabo las ventas de una manera eficaz, así mismo deberán de conocer la respuesta a una pregunta básica pero fundamental teniendo en mente que las ventas se basan en la permuta de un bien o servicio por una retribución monetaria.
- Para vender se debe establecer un lugar donde una persona pueda comprar y además para realizar esta actividad el vendedor tiene que ser capaz de poder influenciar de manera versátil y audaz en la persona, para que la otra parte piense que vale la pena pagar el producto o servicio por el monto que se ha considerado.

Para Pérez et al. (2021) las ventas son una de las ocupaciones que hacen las organizaciones, empresas o particulares que brindan cualquier producto, servicio u otro en el mercado objetivo, puesto que su éxito es dependiente de manera directa del número de veces que hacen esta actividad y del efecto de la actividad que hacen y qué tan rentable lo hacen.

Por lo cual se menciona que una venta es una transferencia de un bien o producto a cambio de una compensación en dinero, servicio y/o especies.

Es un procedimiento dinámico el cual cumple con un ciclo, en el cual se requerirá del tiempo, planificación y tácticas con la finalidad de obtener resultados óptimos que generen ganancias.

Garay y Torres (2020) consideran que las ventas son un arte, donde un vendedor queda satisfecho al satisfacer la necesidad de un producto o servicio

de un cliente, por lo cual cada venta que se realiza después de completar una pequeña tarea es una obra de arte de la cual se debe estar orgullosos, ya que al realizar su actividad con éxito para que sus ventas aumenten generando ingresos para la entidad y así mismo también podrá captar más clientes.

Por otro lado, Torres (2017) nos habla de las ventas como la acción de vender por voluntad propia de forma directa, o utilizando otro medio que agilice su repartición, llegando a utilizar de esta manera, publicidad para aumentar estas ventas de lo cual se da al público:

- Las ventas no solo se tratan de realizar la acción de vender y así poder pasar un producto de una mano a otra a cambio de una consideración ya sea monetaria o servicio; si no que a través de la venta el vendedor deberá de interactuar con el fin de poder ver las necesidades de sus clientes.
- Así podrá convencerlo de adquirir los productos que la empresa oferta, de manera que ambas partes salgan beneficiadas, ya que el cliente quedara satisfecho y volver adquirir los productos que le fueron vendido.

Por otro parte Varela (2019) define a las ventas como una de las piezas claves que pertenece a cualquier organización, puesto que se refiere a la transacción que se genera una vez que la compañía saque o conceda un bienes o servicio producto de su actividad empresarial a cambio de un costo determinado para después poder realizar su venta y obtener ingresos los cuales generan ganancias y al mismo tiempo cubrirá los costos y gastos.

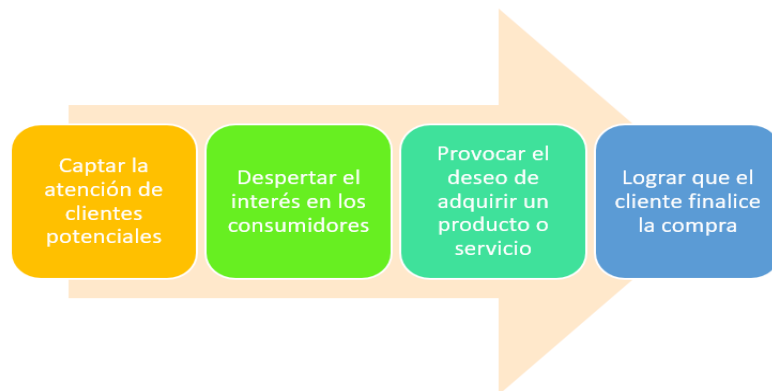
Esta clase de transacción debería estar constatada en el registro de la contabilidad de la organización, puesto que debido a q las ventas, la compañía obtiene ingresos lo cual permite que incrementen sus utilidades lo cual hace que la organización o negocio avanzar con el desarrollo de las actividades de su comercio, por ello el control de estas transacciones son muy importantes no solo son relevantes para llevar la contabilidad al día, sino que además requerimos su registro para lograr computar el punto de equilibrio de nuestro comercio.

Burgos Baena (2017) nos dice que la venta se da a través del intercambio de productos o servicios a cambio de un valor monetario, este hecho se produce

por el encargado de realizar la venta y el consumidor, donde satisfactoriamente encuentra acoplarlo de acuerdo con las necesidades de este y así mismo obtener el logro de los objetivos del vendedor, en el cual se tiene en cuenta la interacción entre ambas partes permitiendo llevar a cabo la venta de forma eficiente y eficaz.

Figura 1.

Concepciones de las ventas



Fuente: Guía del empresario (2023)

Elementos de un proceso efectivo de ventas

Según Da Silva (2022) los elementos de un proceso de venta efectivo residen en las tres categorías siguientes:

1. Etapa de actividades previas a la venta:
 - Planificación y preparación, en la etapa de planificación, se realizan actividades como identificar las oportunidades, realizar una investigación sobre el producto o servicio que se va a ofertar, así como investigar el sector, a los competidores y finalmente, investigar la estrategia de entrevista.
 - Por otro lado, en la etapa de preparación se toma la información recogida en la etapa de planificación y se estructura un plan de entrevista, dentro de esta etapa también se aclaran los objetivos, se diseñan los materiales de presentación del producto o servicio, se definen los mejores argumentos, se anticipan posibles objetivos o aspectos negativos por parte del cliente y por último la entrevista.

- En gran parte de las empresas, la primera etapa de las actividades previas suele ser la más deficiente e incorrecta del proceso de ventas, es decir llevan a cabo este procedimiento sin ninguna preparación adecuada, sin la aplicación de habilidades que permitan asegurar una apropiada fuerza de ventas, por ello es importante tomar en serio esta fase y así poder superar a los distintos competidores que surgen sin preparación previa.

2. Etapa de captación de clientes:

- En esta fase se ponen en marcha la planificación y preparación antes mencionadas, y se requiere de un proceso de maximización de resultados.
- La mayoría de los procesos de ventas cuenta con herramientas de entrevistas que son recomendadas al personal de ventas, dichas herramientas consisten en generar una conexión, detectar y darles la importancia a los problemas existentes del público objetivo, brindar credibilidad, solucionar dichos problemas, analizar las objeciones del cliente, y alcanzar un compromiso.

3. Etapa de actividades postventa:

- En este caso, se cierra el proceso de venta, a través de la resolución de problemas, brindar el total soporte a los clientes, agrupar las críticas hechas por los clientes y adquirir la evaluación por parte del jefe o gestor de ventas acerca de cómo funcionó o que se puede alcanzar con las próximas entrevistas.
- Muchas veces como en la primera etapa, se suelen olvidar diferentes aspectos después de haber cerrado una venta, lo real es que esta etapa es decisiva para obtener la lealtad de los clientes en un periodo futuro e involucra el buen desarrollo de las oportunidades de venta en la empresa.
- Hoy en día se ha podido evidenciar que una y otra vez es mucho

más fácil vender a un consumidor satisfecho que procurar vender a un cliente nuevo, por lo cual es importante el buen trato hacia ellos para obtener fidelizaciones por parte de ellos.

Por otro lado, Fernández de la Cigoña (2021) indica que, los elementos de una venta también se componen de cinco aspectos importantes:

1. Oferta.

- Se establece lo que se vende, bien sea producto o servicio, dentro de la oferta se determinan dos cuestiones importantes la primera consiste en qué problema se resuelve con el determinado bien o servicio, y segundo qué necesidad se va a satisfacer o suplir.
- Es decir, qué valor se está generando con dicho producto o servicio y así obtener una oportunidad de negocio, además, se establecen beneficios que otorgan los mismos y las políticas que van a comprender dicha oferta.

2. Cliente.

- En este componente se determinan cuatro elementos básicos; los hábitos de compra, gustos o preferencias, nivel socioeconómico y estilos de vida, en base a ellos se establece el perfil del cliente.
- Es decir, identificar quién es cliente potencial al cual se le va a vender el determinado producto.

3. Mercado.

- El cual se define como la relación entre el ser humano que busca con el ser humano que ofrece un determinado bien o servicio, generando la acción del intercambio mediante transacciones establecidas por la ley de la oferta y demanda.
- En este caso, considerando el perfil del cliente construido, se segmenta el mercado que se va a abordar, es decir, en dónde se

planea vender según la zona geográfica, y a quién, según la edad, género, ingresos o estado civil.

4. Competencia.

- Se refiere a investigar la marca o empresa que vende o no los mismos productos o servicios, la problemática que resuelven, conocer cuál es su gran oferta de valor, las plazas en las que brindan el servicio o productos, cuáles son sus costos o precios que aplican en general.

5. Fuerza de ventas.

- Comprende uno de los elementos más importante de todo el proceso de venta, debido a que implica el conjunto de recursos humanos y recursos materiales que posibilita la interacción entre el cliente y la empresa.

Figura 2.

Ciclo de venta



Fuente: Revista Vender es mucho más

Importancia de las ventas

Según Pérez et al. (2021) mencionan que las ventas son de gran importancia, ya que de ello depende la continuidad de las empresas o negocio,

de los ingresos obtenidos por las ventas se realizan los pagos de salarios, proveedores e innumerables tarifas y servicios cada semana, por eso:

- Se necesita mantener el negocio en funcionamiento.
- Para generar fondos, se debe vender los productos o servicios a los clientes en las mejores condiciones.
- Sin ventas, no hay dinero para pagar y pronto surgirá el problema, llevando a la quiebra de la empresa.
- Sin ventas ningún negocio puede sobrevivir, por ende, las ventas son el motor económico de las empresas y negocios.

Aquino (2014) comenta que las ventas son una de las actividades más importantes que efectúan las empresas, las cuales tienen un inicio con la necesidad de los consumidores o clientes, así mismo se puede decir que las ventas es una forma de expresar los requerimientos y deseos de los clientes sobre un delimitado bien o servicio, por lo cual podemos decir que las ventas facilitan a los consumidores o clientes obtener o usar bienes y servicios que proveen beneficios los cuales pueden ser de forma emotiva o material.

Figura 3.

Importancia de los procesos de venta



Fuente: ACR Latinoamérica

Rios (2021) menciona que las ventas son importantes porque comprenden toda actividad necesaria para proporcionar a sus clientes o empresas de un servicio o producto a cambio de una cantidad monetaria.

Cada venta realizada genera como resultado que un cliente se sienta satisfecho, lo cual es importante y clave para que la empresa incremente sus ingresos y así mismo tenga una cartera de clientes fidedignos.

Por ello antes de realizar las ventas se suelen definir de acuerdo con los siguientes aspectos: área a la cual se dirigirá, el producto o servicio que vende y al público objetivo.

Por otro lado, Valera (2019) señala que las ventas comprenden intercambio que realiza una entidad al ingresar o extraer un bien o servicio a cambio de un precio establecido, teniendo en cuenta el registro de cada venta para así poder tener un mejor control, y un determinado punto de equilibrio que ayude en el incremento de ingresos para la empresa.

Las ventas influyen directamente en el desarrollo económico de las empresas y en la rentabilidad del negocio, por eso las ventas se llevan a través de un proceso donde se plantean estrategias, con la finalidad de que el vender se acerque más a su cliente para poder dar a conocer sobre sus productos o servicios que proporcionan logrando convencerlos para adquirir lo ofrecido y al mismo tiempo se sientan satisfechos, lo cual permite a la empresa fidelizar sus clientes.

Las ventas son de suma importancia para generar ingresos en la empresa, por ello los encargados de realizar esta actividad tienen que:

- Interactuar con los clientes de manera atenta y coherente, mostrando su capacidad y eficiencia para realizar las ventas.
- Por ello debe atraer a su cliente mostrándole confiabilidad del servicio o bien que se le va a mostrar para que este lo quiera adquirir.

- De esta manera se pueda realizar una venta satisfactoria en la cual ambas partes quedan beneficiadas.
- Si el cliente queda satisfecho con sus productos y el vendedor al realizar la venta satisfactoria generará ingresos para el negocio lo cual ayudará a incrementar sus ganancias.

Estado de Resultados

Según Elizalde (2019) señala que, el Estado de Resultados es aquel informe financiero que refleja utilidades o pérdidas generadas en una determinada fecha por operaciones habituales y extraordinarias, por tanto, la utilidad o pérdida se genera por operaciones de amplia naturaleza empleada en el transcurso del tiempo. Desde la perspectiva financiera, hay una relevancia en establecer los determinados ingresos, costes y gastos en varios ejercicios.

Según Ministerio de Economía y Finanzas (2020) indica que, es denominado también Estado de pérdidas y ganancias, el mismo que ofrece datos para evaluar la capacidad de la empresa al emplear los recursos disponibles.

En ese sentido, los componentes que posee este informe comprenden:

1. Ingresos.

- Son los aumentos en los beneficios económicos procedentes a lo largo del ejercicio contable en manera de entrada o aumento del valor de activos, o bien como una reducción de las obligaciones.

2. Gastos.

- Son disminuciones de los beneficios económicos, procedentes a lo largo del ejercicio contable, en manera de salida o reducción del valor de activos.
- A fin de hallar la utilidad se necesita que se relacionen los ingresos con gastos. En el caso de la utilidad bruta se obtiene al disminuir los ingresos netos de sus costos correspondientes.

Los gastos operativos comprenden aquellos que se incurren en las actividades normales de la empresa, como gastos de venta y los administrativos.

Estrategias de ventas en tiempo de COVID-19

Para poder afrontar las circunstancias frente a la pandemia del COVID 19 se han planteado las siguientes estrategias para mantener un volumen de ventas rentable, lo cual ayudará a mantener la continuidad de las empresas, por ello cada estrategia esta relacionada con los objetivos planteados, con el fin de llevarse a cabo y ser alcanzado de forma satisfactoria.

Expuesto a lo anterior Douglas da Silva, et al. (2020), menciona los siguientes tips para impulsar el desarrollo de las ventas en pandemia, lo cual permitirá mantener la satisfacción de acuerdo a las expectativas de los clientes, logrando la fidelización de ellos.

Dichas estrategias van a permitir que las ventas sean realizadas sin dificultad, lo cual generará ingresos para el negocio, permitiendo cubrir costos y gastos. Es decir tips ayudarán a que los negocios no se estanquen o tengan que cerrar sus puertas.

1. Innovar y adaptar

- Los cierres comerciales y la paralización urbana son repentinos, primera lección: algunas crisis no tienen advertencia ni oportunidad para planificar.
- Por lo cual tiene a la innovación y adaptación como dos prácticas clave como plan de acción y la estrategia de una empresa.
- Es por ello que todo negocio se debe de reinventar de acuerdo a las nuevas modalidades y experiencias que se producen por la tecnología.

2. Comunicar activamente con la audiencia

- Según el Informe de Tendencias indican que existe un 64% de los clientes que ha comenzado a usar un nuevo canal de servicio en 2020.

- Esto ha ocasionado que las personas acudan de forma masiva a las redes sociales y experimenten formas de compras, lo cual ha sido de gran beneficio tanto para los negociantes y consumidores.
- Esto ha permitido que las actividades comerciales sean lanzadas u ofertadas mediante páginas, sitios web, entre otras, los cuales permiten que las personas puedan acceder a ellos con facilidad.
- Un instrumento omnichannel posibilita dar una vivencia incorporada por medio de diversos canales, sin que importe dónde inicia la plática.
- Esto previene que los individuos tengan vivencias fallidas con su organización, como repetir la información en numerosas ocasiones.
- Es decir estos ayudan a que se puedan realizar las transacciones de cualquier lugar y a cualquier hora.

3. Comprender los nuevos hábitos de consumo

- Juntar y examinar la información de los consumidores va a servir para entender cómo evoluciona el público y que se tiene que realizar para alcanzarlo.
- Por esto se deben adoptar instrumentos que simplifiquen la captura de datos en cada una de las colaboraciones.
- Es decir esto va a permitir conocer los gustos y preferencias del público y así poder formar estrategias para satisfacer sus necesidades y saber a qué tipo de público se va a dirigir cada bien o servicio.

4. Constituir una relación de confianza

- En épocas de duda, se necesitan de relaciones sólidas en que los clientes puedan confiar.
- Asimismo para prevenir sorpresas negativas en la organización, se debe generar una estrategia de acción de ventas que favorezca la estabilidad del comprador.

- Esto va a permitir que la cartera de clientes aumente y así mismo al mantener satisfecho al cliente se va a lograr su fidelización, que se vuelve recurrente para adquirir los productos y servicios.

1.3.2 Rentabilidad

Definición

Agreda (2019) define la rentabilidad como el beneficio obtenido al realizarse inversiones, por ello la rentabilidad es considerada:

- Un indicador que mide el desempeño de una empresa, departamento o negocio en la generación de su capital en un determinado periodo de tiempo, se puede decir que la rentabilidad tiene diferentes usos, en la cual permite medir el éxito o fracaso de cualquier empresa sobre su inversión, sin importar cuánto pequeño sea.
- Por ello es importante aplicar los ratios de rentabilidad para evaluar esta métrica de forma constante en una empresa, ya que es necesario saber si se está generando ganancias sobre la inversión y así determinar cuán rentable es.
- Esto conduce a realizar una comparación de los ingresos obtenidos y los medios o recursos utilizados para obtenerla con el fin de elegir entre alternativas o a juzgar la eficacia de la acción realizada.

Coronado y Gonzales (2015) conceptualizan a la rentabilidad como una conexión que existe entre lo beneficioso y la capitalización precisa para lograr el objetivo, midiendo la efectividad administrativa de la empresa.

Así mismo indican que la rentabilidad se establece como objetivo para llevar a cabo en las acciones financieras y cumplir los objetivos:

- La rentabilidad tiene una visión muy extensa la cual acoge diferentes enfoques y repercusiones, contando con distintas perspectivas las cuales se pueden incorporar dentro de los términos de la rentabilidad con relación a las empresas, debiendo señalar su importancia en los resultados.

- De esta forma se puede describir a la rentabilidad desde un punto financiero como económico o social, incorporando aspectos múltiples como los culturales, medioambientales entre otros, que ayudan a dar un impacto negativo o positivo de la empresa en el ámbito social o natural.
- Cabe resaltar que la rentabilidad es una variable muy compleja que reúne varios elementos técnicos, financieros y económicos, los cuales dificultan identificar a primera vista algunas variaciones en los niveles de rentabilidad por lo que se debe valorar en conjunto, tanto la rentabilidad económica como la rentabilidad financiera.
- En tal sentido, se acostumbra a revisar a través de dos puntos de vista esenciales; como la rentabilidad de los inversionistas o propietarios denominada como rentabilidad financiera, así como la rentabilidad diferida de los activos aplicados al conjunto de activos usados en la actividad de la empresa que es la que representa el patrimonio de la empresa.

Valencia et al. (2020) mencionan que la rentabilidad es un concepto aplicable a todas las actividades económicas en las que se pueden movilizar recursos materiales, humanos y financieros para lograr resultados favorables, también mencionan que la rentabilidad es una medida del rendimiento durante un período.

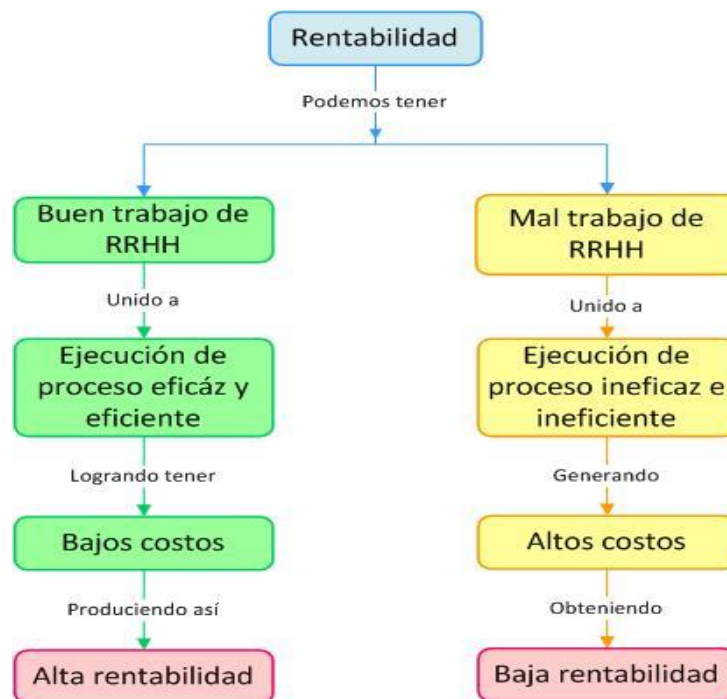
Así mismo la rentabilidad también se le entiende como un concepto aplicable para todas las actividades económicas donde se van a utilizar los materiales humanos y financieros con la finalidad de que permitan lograr alcanzar los resultados deseados por los inversionistas y la entidad, ya que de la rentabilidad que se logre alcanzar dependerá del éxito o fracaso.

De la Cruz y Julca (2019) indican que la rentabilidad es especialmente un sinónimo de ganancia, utilidad y lucro que se obtiene al realizar una inversión económica o financiera de una empresa en la cual ha logrado en base a su rentabilidad al realizar una excelente inversión, es decir que la inversión que se llevó a cabo ha generado la utilidad prevista.

En conclusión, la rentabilidad es un indicador el cual va a permitir analizar y medir el modo en que las empresas, son capaces de generar y obtener ganancias las cuales permitan aumentar el rendimiento y el patrimonio de la empresa y sus accionistas.

Figura 4.

Definición gráfica de la rentabilidad



Fuente: Zoralia Guillen

Indicadores de rentabilidad

De acuerdo con De la Cruz y Julca (2020) los indicadores miden el equilibrio de los gastos y utilidades. En una empresa se emplean para fijar la efectividad del proyecto en la obtención de caudales, esto es, que logran manejar la balanza de gastos y utilidades, y así respaldar el retorno. Los índices de rentabilidad se pueden clasificar en:

a. Rentabilidad neta sobre inversión

Se utiliza para estimar la rentabilidad neta (manejo de activos, financiamiento, impuestos, gastos, entre otros.) generada sobre los activos de la

compañía. Es decir, comprende el total de rentabilidad que genera el inversionista o empresa una vez de disminuir los gastos relacionados a dicha inversión; y es expresado en términos monetarios, es decir, valores absolutos.

Toda persona natural o jurídica que se dedique a actividades de inversión deberá calcular la utilidad neta generada y tratar de maximizarla. En el sector empresarial, la rentabilidad neta corresponde a la utilidad o resultado del ejercicio contable reflejado en el estado de resultados de la empresa.

La fórmula comprende lo siguiente:

$$\text{Rentabilidad neta sobre inversión} = \text{Utilidad neta} / \text{fondos propios}$$

b. Margen de utilidad neta

Es la relación entre el total ventas de una empresa (ingresos operacionales) y su utilidad neta. De ello estriba la rentabilidad sobre activos y patrimonio. El margen de utilidad neta demuestra la rentabilidad total de un negocio una vez de reducir todos sus gastos operacionales.

De esta manera, al obtenerse un alto margen neto de utilidad, refleja que la empresa se encuentra obteniendo rentabilidad en función a sus totales ingresos, siendo este un índice positivo de su persistencia financiera.

Para calcular el margen neto de utilidad, es importante que con antelación se haya registrado contablemente la utilidad bruta, así como se debe contar con el detalle de gastos variables y fijos.

En ese sentido, se calcula en base a la siguiente fórmula:

$$\text{Margen neto de utilidad} = \text{Utilidad neta} / \text{Ventas}$$

c. Margen de utilidad bruta

Es la relación entre el total ventas y utilidad bruta, quiere decir, el porcentaje que resta de los ingresos operacionales después de descontar el costo de ventas. Este tipo de margen de utilidad refiere por otro lado al precio que posee un determinado producto después de descontar los costos tanto directos como indirectos de fábrica. En el caso de un servicio, se deberá descontar del monto pagado por la operación realizada, los diferentes costos que han sido importantes para su desarrollo.

En ese sentido, para calcular este margen de utilidad se deberá antes que nada conocer los gastos que han sido incurridos en el proceso de fabricación de un producto o prestación del servicio.

Para ello, se debe aplicar la fórmula siguiente:

$$\text{Margen bruto} = \text{Utilidad bruta} / \text{Ventas}$$

d. Margen operativo

Es aquella relación entre el total ventas y la utilidad operativa, por cuanto mide el rendimiento de activos operacionales frente al desarrollo de su objeto social. Para calcular esta métrica, se suele aplicar la siguiente fórmula:

$$\text{Margen operativo} = \text{Utilidad operacional} / \text{Ventas}$$

Por otro lado, Quevedo et al. (2020) menciona algunos índices de rentabilidad que ayudan a mejorar muchos aspectos del rendimiento económico de toda empresa:

a. Rentabilidad sobre los activos (ROA)

Es aquel indicador que calcula la capacidad que tienen los activos o las

inversiones operativas de una empresa para producir o generar valor, muy independientemente del efecto que pueden obtener de los ingresos y egresos o de la carga financiera.

La rentabilidad económica indica los beneficios que se obtienen por cada moneda invertida, por lo cual es una herramienta muy esencial para las inversiones que se puedan realizar, ya que el ROI permitirá realizar una comparación sobre las distintas oportunidades de inversión y así mismo miden retorno de ello.

Asimismo, es muy importante ya que permite dar a conocer el rendimiento o rentabilidad de una inversión, lo cual ayuda en la toma de decisiones en cuanto a la eficiencia de la gestión de la inversión y cuan rentable será esta para la empresa y los accionistas.

A través del cálculo del ROA, se determina la capacidad que poseen los activos de una empresa para producir, incrementar o generar beneficios, sin importar cual haya sido su fuente de financiamiento.

Según Aguirre et al. (2020) menciona que la rentabilidad económica se determina por el rendimiento de la explotación de los activos lo cual determina la situación de una empresa, la cual a través del indicador se determinará y detallará los niveles eficientes producido por cada cantidad monetaria invertida en sus activos para llevar a cabo las actividades en cada organización.

Para llevar a cabo el cálculo de este indicador y determinar la rentabilidad económica se toma como datos la utilidad neta la cual es dividida por el activo total; la misma que se muestra a continuación:

$$\text{ROA} = \text{Utilidad neta} / \text{Activo total}$$

Por otro lado, esta ratio se puede descomponer en otros elementos que nos permitan entender y determinar la forma de alcanzar estos niveles de

rentabilidad; como, por ejemplo:

$$\frac{\text{EBITDA}}{\text{Ventas}} \times \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos}} = \text{Margen} \times \text{rotación de activos}$$

b. Rentabilidad del patrimonio (ROE)

También conocida como rentabilidad financiera, se basa en el cálculo de los fondos propios, la cual está conformada por una evaluación de rendimiento o de rentabilidad tanto para los accionistas como para los propietarios de la entidad, los cuales son reflejados contablemente en las cifras de los resultados líquidos o netos, es decir en los resultados antes de impuestos.

La rentabilidad del patrimonio evalúa la capacidad de la empresa para generar utilidades netas a partir de las inversiones realizadas por los socios o accionistas y de lo que la propia empresa ha producido.

Por su parte, en lo que respecta a las inversiones efectuadas en la empresa por los propietarios, éstas tendrán medidas por la suma total de los fondos propios existentes al final del ejercicio, por lo que la rentabilidad financiera aparece definida como:

$$\text{ROE} = \text{Utilidad neta} / \text{Patrimonio}$$

Estos indicadores, son de gran provecho para generar una visión global.

En otros términos, con tan solo un atisbo a una de estas ratios se puede generar información útil acerca de la situación financiera.

Según Valencia et al. (2020) mencionan que la rentabilidad financiera conocida por sus abreviaturas (ROE) consiste en la rentabilidad de los fondos propios que son medidos por un periodo de tiempo específico, siendo el rendimiento generado por el capital propio, sin depender de la distribución de

resultados para generar ingresos; por consiguiente, es calculada como la utilidad neta sobre el patrimonio neto.

Se trata de una medida en un cierto periodo de retorno de los recursos particulares, que en general, es independiente de la distribución de resultados; así, el rendimiento financiero puede ser considerado como el indicador de la rentabilidad más contigua a los accionistas o dueños que al beneficio económico, por tanto en teoría, y en una opinión amplia, es el indicador que los gestores pretenden extender en beneficio de los dueños.

Estos beneficios o utilidad, a su vez, son las conclusiones para determinar si administración realizada es competente, también de la planificación integral sobre los costos y gastos y en general de las observaciones que lleven a determinar y medir la adquisición de los beneficios o utilidades obtenida des de una inversión.

En este caso, el indicador le proporcionará si vale la pena la inversión. Además, si tiene varias opciones, le permitirá saber cuál de todas las opciones podría ser la más atractiva.

c. Rentabilidad sobre ventas

Llamado además como margen bruto sobre ventas, evalúa el margen que representa las ventas descontadas, el costo de ventas (es decir, la ganancia bruta) en comparación con las ventas netas (ventas totales menos ingresos).

En el rubro empresarial, la rentabilidad sobre ventas se refleja en el Estado de resultados de una empresa; la misma que muestra la capacidad para otorgar ganancias mientras cubre sus costos de producción y coadyuva a identificar por qué los ingresos oscilan atendiendo a los ingresos de ventas y los costos vinculados a estas mismas operaciones.

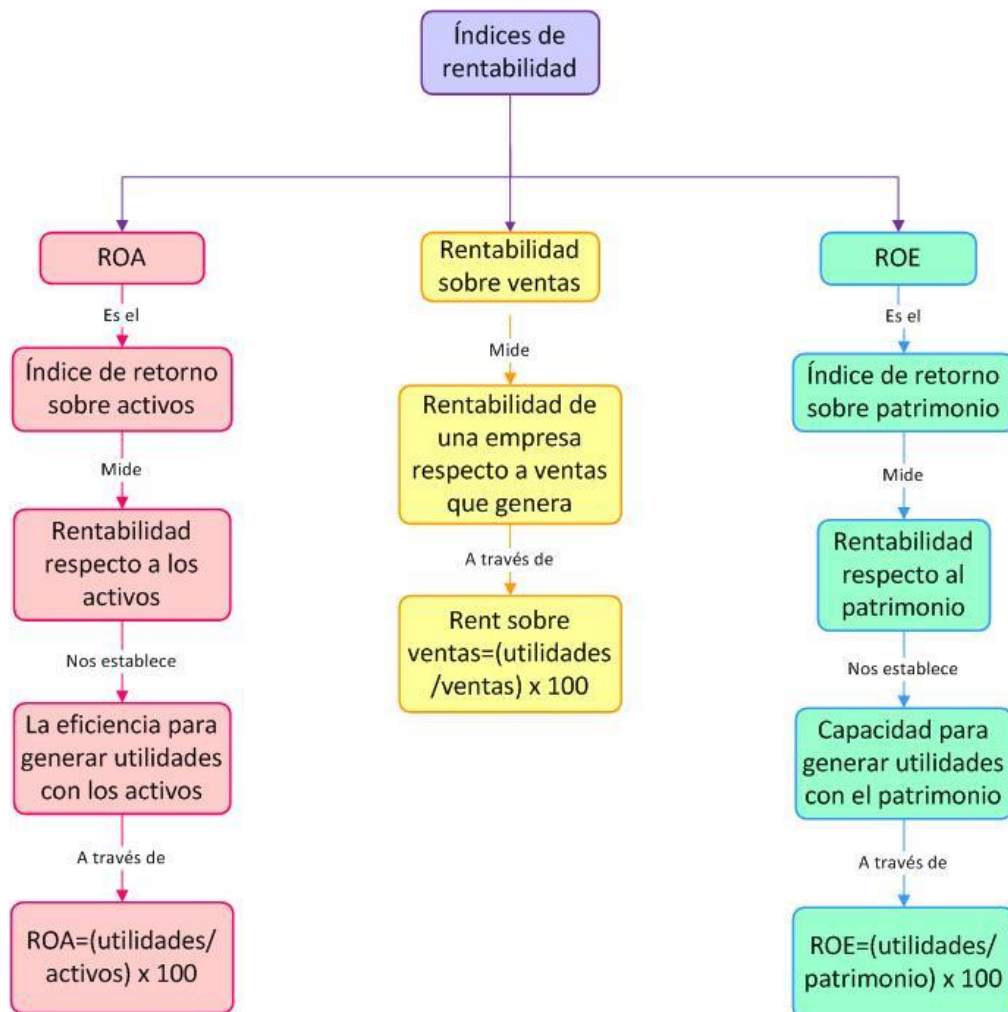
Para el cálculo de esta métrica, se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{Rentabilidad bruta} = \text{Utilidad bruta} / \text{Ventas}$$

Para tener una visión global de estos indicadores que ayudan a medir la rentabilidad empresarial, se muestra a continuación los índices de manera resumida para demostrar la implicancia de la rentabilidad en la utilidad:

Figura 5.

Indicadores de rentabilidad



Fuente: Zoralia Guillen

Importancia de la rentabilidad

Aguirre et al. (2020) menciona que la rentabilidad es muy importante en una empresa, porque le permite saber si la inversión es efectiva. Del mismo modo, se sabrá cuántos fondos de inversión o capital se han recuperado. Puede estimar o calcular la rentabilidad de futuros negocios o proyectos.

Por otro lado, es de suma importancia para poder medir y determinar en términos relativos u absolutos sobre los beneficios económicos obtenidos para los inversionistas de una entidad o negocio, por ello es que la rentabilidad se relaciona con la utilidad y la inversión requerida para lograr la rentabilidad, pues esta va a medir la eficiencia de la gestión de una empresa, la cual será evidenciada por las utilidades percibidas u obtenidas según las ventas efectuadas y el uso de la inversión, teniendo en cuenta su categoría y regularidad que está en base a la tendencia de la utilidad.

Por tanto, la rentabilidad es la razón fundamental por la que una empresa es más competitiva; no toda actividad puede reconocerse como buena incluso si se obtienen beneficios, porque para que se le considere rentable, sus utilidades necesitan ser suficientes; es decir, la rentabilidad es la capacidad para proyectar grandes ganancias, en otras palabras, generar más ingresos que gastos, por lo que se requiere la siguiente fórmula: utilidad o ganancia entre la inversión realizada multiplicada por cien (Aguirre et al., 2020).

Figura 6.

Importancia de la rentabilidad



Fuente: Empresas Inteligentes

Rentabilidad Dupont

Según Castro (2020) refiere que la rentabilidad Dupont es aquel método que integra varios indicadores de rentabilidad con la finalidad de establecer la efectividad en que un negocio está empleando sus recursos, su fondo de maniobra y el multiplicador de patrimonio.

En otros términos, agrupa al margen neto de beneficios, rotación de activos totales y su apalancamiento financiero.

Estos tres componentes son los encargados del crecimiento económico de toda empresa, la misma que genera sus recursos, o de un adecuado índice de beneficio en sus ventas o al manejo eficaz de sus activos.

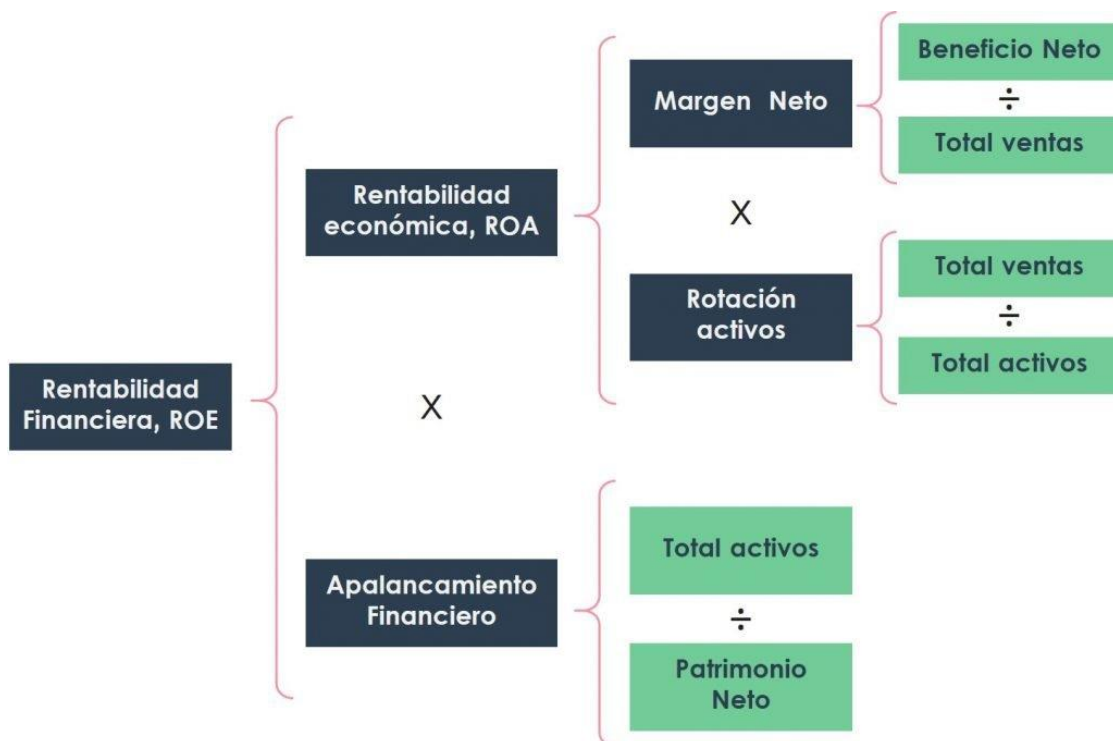
Este éxito conjetura una óptima rotación de los mismos, igual a los resultados de la rentabilidad que poseen los costes financieros por el uso de capital financiado para el funcionamiento de sus actividades.

Para calcular el método Dupont a fin de analizar la rentabilidad de un negocio, se utiliza la siguiente fórmula:

$$\text{DUPONT} = (\text{Utilidad neta/ventas}) * (\text{ventas/activo total}) * (\text{Multiplicador del capital})$$

Figura 7.

Pirámide de ratios Dupont



II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de investigación

2.1.1. Tipo de investigación

De acuerdo con el enfoque de investigación, fue cuantitativo, debido a que se recolectaron datos sobre las ventas generadas en tiempo de pandemia del COVID 19, y el impacto en la rentabilidad de la empresa Aero Gas del Norte, y con ello revelar la hipótesis planteada, disponiendo como base la medición numérica en función del análisis documental proporcionado, y asimismo el análisis descriptivo sobre las opiniones brindadas por los funcionarios.

Neill y Cortez (2018) señalan que el enfoque metodológico cuantitativo es el tipo de investigación basado en aspectos cuantitativos para investigar, evaluar y examinar datos, cuyo diseño y método de pesquisa se puede emplear en diversos escenarios y disciplinas científicas.

Según su nivel, fue descriptivo, en el cual se evidenció el impacto de las ventas en tiempo del COVID 19, en la rentabilidad de la empresa; en base a la descripción de los resultados obtenidos en el trabajo de campo, en el cual se identificaron aspectos importantes sobre las variables mencionadas.

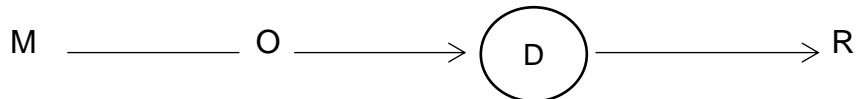
Se define al nivel descriptivo, como aquella investigación que identifica características de variables de interés de un determinado grupo de personas u objetos, y con ello, emplear un análisis riguroso que conlleve a describir aspectos importantes en su contexto (Ochoa y Yunkor, 2019).

2.1.2. Diseño de investigación

Según el diseño fue no experimental, debido a que las variables se basan en el análisis de ventas y rentabilidad, las cuales no fueron manipuladas, y se

plasmaron los resultados según lo observado en su contexto natural. Según Delgado (2020) indican que es un estudio sin manipulación de las variables y se analiza el fenómeno en su ambiente natural.

De esta manera, se ha graficado el diseño de estudio del siguiente modo:



Donde:

M: Muestra.

O: Información de variables.

D: Análisis de los resultados

R: Rentabilidad.

2.2. Variables, operacionalización

2.2.1. Variables

Variable independiente: Ventas

Pérez et al. (2021) las ventas son una de las ocupaciones que realizan las organizaciones, o empresas que brindan cualquier producto, servicio u otro en el mercado objetivo, puesto que su éxito es dependiente de manera directa del número de veces que hacen esta actividad y del efecto de la actividad que hacen y qué tan rentable lo hacen.

Por lo cual se menciona que una venta es una transferencia de un bien o producto a cambio de una compensación en dinero, servicio y/o especies. Es un procedimiento dinámico el cual cumple con un ciclo, en el cual se requerirá del tiempo, planificación y tácticas con la finalidad de obtener resultados óptimos que generen ganancias.

Variable dependiente: Rentabilidad

Agreda (2019) define la rentabilidad como el beneficio obtenido al realizarse inversiones, por ello la rentabilidad es considerado un indicador que mide el desempeño de una empresa, departamento o negocio en la generación de su capital en un determinado periodo de tiempo, se puede decir que la rentabilidad tiene diferentes usos, en la cual permite medir el éxito o fracaso de cualquier empresa sobre su inversión, sin importar cuánto pequeño sea.

Por ello es importante aplicar las ratios de rentabilidad para evaluar esta métrica de forma constante en una empresa, ya que es necesario saber si se está generando ganancias sobre la inversión y así determinar cuan rentable es. Esto conduce a realizar una comparación de los ingresos obtenidos y los medios o recursos utilizados para obtenerla con el fin de elegir entre alternativas o a juzgar la eficacia de la acción realizada.

2.2.2. Operacionalización

Tabla 1. Operacionalización de variables

Variable estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento	Valores finales	Tipo de variable	Escala medición
Ventas	Es una transferencia de un bien o producto a cambio de una compensación en dinero, servicio y/o especies. Es un procedimiento dinámico el cual cumple con un ciclo, en el cual se requerirá del tiempo, planificación y tácticas con la finalidad de obtener resultados óptimos que generen ganancias. (Pérez et al., 2021).	Para analizar la variable independiente se aplicó la técnica de la entrevista y el análisis documental, los cuales permitieron determinar el impacto de las ventas en tiempo del COVID 19.	Elementos de un proceso efectivo de ventas. Estrategias de ventas en tiempo de COVID. Importancia de las ventas.	Actividades previas. Captación de clientes. Actividades postventa. Innovar y adaptar Comunicar activamente. Nuevos Hábitos de consumo. Relación de confianza. Generar fondos. Evitar quiebras o cierres. Motor económico de las empresas.	1. ¿Cómo se han visto afectadas las ventas durante la Pandemia? 2. ¿Cuál ha sido el nivel de ventas de este año con relación al año anterior? 3. ¿Cuáles han sido los productos que han tenido menor rotación durante la Pandemia? 4. ¿Qué tipo de estrategias tuvieron que aplicar para no quedarse desabastecidos durante la Pandemia? 5. ¿En qué medida se incrementaron los costos fijos durante la Pandemia? 6. ¿En qué medida se incrementaron los costos variables durante la Pandemia? 7. ¿En qué medida se ha afectado la situación económica de la empresa durante la Pandemia? 8. ¿En qué nivel se ha visto afectado el desarrollo de la empresa durante la Pandemia? 9. ¿En qué nivel se ha visto reducida la planilla durante la Pandemia? 10. ¿Cómo se ha visto afectado el margen de utilidad durante la Pandemia?	Entrevista / Guía de entrevista. Análisis documental / Guía de análisis documental.		Cuantitativa	Nominal

Variable estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Instrumento	Valores finales	Tipo de variable	Escala medición
Rentabilidad	Beneficio obtenido al realizarse inversiones, considerado un indicador que mide el desempeño de una empresa, en la generación de su capital en un determinado periodo de tiempo, se puede decir que la rentabilidad tiene diferentes usos, en la cual permite medir el éxito o fracaso de cualquier empresa sobre su inversión. (Agreda, 2019).	Para analizar la variable dependiente se aplicó la técnica de entrevista y análisis documental, las cuales permitieron determinar el impacto de la rentabilidad en tiempo del COVID.	Rentabilidad sobre activos (ROA) Rentabilidad del patrimonio (ROE) Rentabilidad sobre las ventas. Análisis DuPont	Capacidad de activos para generar valor. Beneficios por cada moneda invertida. Rendimiento de una inversión. Rentabilidad de los fondos propios. Margen bruto sobre ventas. Ventas descontadas del costo de ventas. Integra varios indicadores de rentabilidad	ROA = Utilidad neta / Activo total $\frac{EBITDA * Ventas}{Ventas * Activos} = Margen * RA$ ROE = Utilidad neta / Patrimonio Rentabilidad bruta = Utilidad bruta / Ventas DUPONT = (Utilidad neta/ventas) * (ventas/activo total) *(Multiplicador del capital)	Entrevista / Guía de entrevista Análisis documental / Guía de análisis documental		Cuantitativa	Nominal

2.3. Población de estudio, muestra, muestreo y criterios de selección

2.3.1. Población de estudio

Según Carrillo (2015) “La población es un conjunto de casos, definido, limitado y accesible, que formará el referente para la elección de la muestra, y que cumple con una serie de criterios determinados”

El presente estudio se desarrolló bajo una población conformada por la Empresa "Aero Gas del Norte S.A.C", la cual cuenta con el apoyo de los colaboradores de las diferentes áreas: gerencia, administración, contabilidad, ventas y almacén.

2.3.2. Muestra

De acuerdo con Carrillo (2015), refiere que la muestra es una porción de una población, seleccionada para ser estudiada que se selecciona para el estudio de esa característica o condición.

En ese sentido, la muestra se conformó por el Gerente General y por el Contador de la empresa Aero Gas del Norte S.A.C., los mismos que contribuyeron con el logro de los objetivos propuestos.

2.3.3. Muestreo

La muestra seleccionada, fue considerada en base a un muestreo no probabilístico por conveniencia, debido a que los sujetos de la muestra se seleccionaron de acuerdo con su disponibilidad y conveniencia para las investigadoras.

2.3.4. Criterios de selección

En el caso de los criterios de inclusión, se seleccionó a la muestra debido a las siguientes características:

- Personal que tiene la función de diseñar y elaborar presupuestos de venta, gastos e inversiones.
- Persona encargada de planificar y dirigir los planes de ventas para el alcance de los objetivos.
- Personas que tienen la disponibilidad de tiempo para participar en la investigación.
- Personas que tienen la función de preparar, analizar, interpretar y evaluar los estados financieros de la empresa.

En el caso de los criterios de exclusión, no se consideraron parte de la muestra las características siguientes:

- Personas que no tienen las capacidades y competencias para llevar a cabo las funciones antes mencionadas.
- Personas que no disponen de tiempo para participar en el estudio.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1. Técnicas de recolección de datos

Entrevista

Es definida como una técnica ideal para reforzar el procedimiento cuantitativo del estudio en las ciencias sociales. A pesar de que, en ocasiones se considere ambigua e intrínseca con relación a las evaluaciones y percepciones del entrevistador (Garay, 2020).

En la investigación, se ha considerado la aplicación de entrevistas, dado que fue necesario identificar cómo se ha venido planificando y gestionando las ventas obtenidas en tiempo de pandemia del COVID-19, y cuáles son los factores internos que han repercutido en la disminución del volumen de ventas.

Análisis documental

Garay (2020), menciona que, el análisis documental agrupa una serie de documentos, a fin de ayuda a entender el fenómeno estudiado, así como ayuda para que el investigador pueda evaluar precedentes de un objeto de estudio, incluyendo circunstancias o vivencias ocurridas.

De acuerdo con lo mencionado, en la investigación se desarrolló esta técnica importante, la cual ha permitido recolectar los datos necesarios como las ventas generadas en los años 2020 y 2021, así como la información financiera con el objetivo de evaluar los resultados en términos de rentabilidad.

2.4.2. Instrumentos

Guía de entrevista

Se utilizó como guía para el planteamiento de preguntas relacionadas a la variable ventas de la empresa Aero Gas del Norte, las cuales fueron previamente validadas por tres jueces expertos en la materia.

Guía de análisis documental

Se utilizó como documento de guía para la recopilación de información relacionada a las ventas y los Estados Financieros de la empresa Aero Gas del Norte, con el objetivo de evaluar los resultados en términos de ventas y de rentabilidad.

2.4.3. Validez y confiabilidad

Validez

El instrumento de guía de entrevista que sirvió para el recojo de información fue evaluado y validado por tres jueces expertos de la carrera de contabilidad, y especialidad en el presente tema de estudio; lo cual permitió a las estudiantes aplicar en el escenario de la investigación.

Confiabilidad

Tomando en cuenta que los instrumentos aplicados fueron la entrevista y análisis documental, no fue necesario aplicar ninguna prueba o técnica estadística para estimar la confiabilidad de dichos instrumentos.

2.5. Procedimiento de análisis de datos

Para llevar a cabo el proceso de analizar la información, se elaboró previamente la guía de entrevista tomando como base la operacionalización de las variables. Luego, se realizó la validación del instrumento mediante jueces expertos en el tema. Una vez aprobado, se procedió a aplicar la entrevista tanto al Gerente General como al Contador de la empresa Aero Gas del Norte S.A.C., durante un tiempo estimado de 40 minutos cada una.

Posteriormente, se efectuó el análisis e interpretación de dicha información, juntamente con el análisis, interpretación y evaluación de la información financiera proporcionada previamente por los funcionarios de la empresa y que sirvió de guía para la culminación del estudio.

2.6. Criterios éticos

Según (Belmont, 1979), los principios éticos son pautas las cuales ayudan a tener una mejor comprensión sobre las acciones humanas. Así mismo estas pautas constan de tres principios básicos los cuales son:

El respeto a las personas: este principio nos dice que todas las personas deben ser tratadas como agentes autónomos, y que todas las personas que sufran de una autonomía baja tienen derecho a una protección.

Así mismo describe a un individuo autónomo, como aquella persona capaz de tomar sus propias decisiones con respecto a sus fines personales y deliberación. Respetar a las personas, en los casos más difíciles, consiste con frecuencia en poner en la balanza demandas opuestas, urgidas por el mismo principio de respeto y consideración hacia los otros.

Beneficencia: este principio define a la beneficencia como un acto de bondad o caridad las cual va más allá de la obligación y consta de dos normas; la primera que no cause perjuicio y la segunda que aumente los probables beneficios y redúzcalos posibles perjuicios.

Así mismo nos dice que este principio tiene un rol importante y justificado en el área de investigación con los seres humanos ya que posibilita prevenir daños y establecer excelentes condiciones para el estudio realizado.

Justicia: nos hace referencia a la comprensión de la igualdad, es decir que todas las personas deben ser tratadas de la misma manera. Esto nos hace referencia a que todo ser humano que tiene derecho a participar en cualquier investigación sin distinción alguna debe contar con justicia en todos sus actos.

III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Resultados

La información que se presenta a continuación ha sido realizada en base a las entrevistas y al análisis documental realizadas en la empresa Aero Gas del Norte S.A.C., y que, fueron proporcionados como parte de la ayuda brindada por los participantes del estudio para realizar adecuadamente la investigación, siendo importante señalar que, en la recolección de la información se presentaron ciertas limitaciones debido al cambio del contador general de la Estación de Servicios, situación que no permitió obtener acceso a toda la información financiera requerida de acuerdo a lo previsto.

Basamos esta opinión, ya que, se pretendió realizar el análisis mensual de los Estados Financieros de los años 2019, 2020 y 2021, por tanto, se llevó a cabo únicamente el análisis, interpretación y evaluación financiera de manera anual, deseando así poder determinar si se acepta o se rechaza la hipótesis planteada, para ello se han analizado los resultados en base a los objetivos específicos y de esta manera, llegar a determinar el impacto de las ventas en tiempo de COVID 19 en la rentabilidad de la empresa Aero Gas del Norte S.A.C.

Objetivo específico 1. Analizar las ventas en tiempos de COVID 19 en la empresa Aero Gas del Norte S.A.C.

El presente análisis se realizó con la finalidad de conocer las ventas alcanzadas en tiempos de Pandemia del COVID 19 en la empresa Aero Gas del Norte S.A.C., para lo cual se realizó en primera instancia las entrevistas las cuales fueron dirigidas tanto, al Gerente General como al Contador, para posteriormente llevar a cabo la revisión de la documentación proporcionada por la empresa, utilizando para tal efecto el análisis documental mediante reportes de las ventas efectuadas durante los años 2019, 2020 y 2021, con sus correspondientes variaciones e indicadores financieros.

Resultados a través de las entrevistas:

Dimensión 1: Elementos de un proceso efectivo de ventas

Tabla 2. *Dimensión 1: Entrevista aplicada al Gerente y al Contador*

No	Preguntas	Gerente General	Contador
1	¿Cómo se han visto afectadas las ventas durante la Pandemia?	Definitivamente el nivel de ventas se ha visto afectado por el alto grado de incertidumbre generada por la Pandemia del COVID 19, así como por la recesión económica, tal como se demuestra en los resultados obtenidos en el año 2020 en comparación con el año anterior.	Como era de esperar, el panorama que se presentó con motivo de la Pandemia del COVID 19 generó una disminución importante de la demanda, ya sea por la baja en el consumo de los clientes, o por la pérdida de la mayoría de ellos a raíz de las estrictas restricciones impuestas por el gobierno.
2	¿Cuál ha sido el nivel de ventas de este año con relación al año anterior?	Por información proporcionada por el área de ventas y corroborada por la oficina de contabilidad, las ventas han tenido una baja importante de aproximadamente un 5% producto de la Pandemia	En base a los resultados obtenidos, se puede sostener que, en el año 2020 las ventas se redujeron en un 5% en relación con el año 2020, cuando en nuestro flujo de caja

	del COVID 19, que esperamos revertir en el presente año, aunque aún se nota un lento crecimiento del sector.	presupuestal se había previsto un crecimiento de hasta un 12%.
--	--	--

3	¿Cuáles han sido los productos que han tenido menor rotación durante la Pandemia?	Con relación a su pregunta debo señalar que, los productos que tuvieron menor rotación durante la Pandemia fueron las gasolinas de 97, 95 y 90 octanos, así como el Diésel B5, en contrario la gasolina de 84 octanos, el Diésel B5 S-50, el GLP y el GNV no tuvieron una disminución drástica.	Debo afirmar que, según nuestros registros, las gasolinas de mayor octanaje como la de 97, 95 y 90, así como el Diésel B5, tuvieron una menor venta, debido a que estos tipos de combustibles son utilizados básicamente por personas que se encuentran cumpliendo las restricciones.
---	---	---	---

Fuente: Elaboración propia

Análisis e interpretación:

Según las respuestas obtenidas de las entrevistas realizadas al Gerente General y al Contador de la empresa, se puede determinar que, Aero Gas del Norte S.A.C., el nivel de ventas se ha visto afectado por el alto grado de incertidumbre generada por la Pandemia del COVID 19, así como por la recesión económica, tal como se demuestra en los resultados obtenidos en el año 2020 en comparación con el año 2019, debiendo señalar que, las ventas han tenido una baja importante de aproximadamente un 5% producto de la Pandemia del COVID 19, que según cálculos de la empresa, se espera revertir en el presente año, en tanto, que, los productos que tuvieron menor rotación y ventas, fueron

las gasolinas de 97, 95 y 90 octanos, así como el Diésel B5, debido a que este tipos de combustibles son utilizados básicamente por personas que se encuentran cumpliendo las restricciones impuestas por el gobierno.

Dimensión 2: Estrategias de ventas en tiempo de COVID-19

Tabla 3 Dimensión 2: Entrevista aplicada al Gerente y al Contador

No	Preguntas	Gerente General	Contador
4	¿Qué tipo de estrategias tuvieron que aplicar para no quedarse desabastecidos durante la Pandemia?	Afortunadamente siempre hemos tenido la capacidad de almacenamiento, por lo que sus inicios la Pandemia no nos cogió desprevenidos y pudimos atender sin restricciones a nuestros clientes, y es a partir de mediados de abril en que estuvimos algo desabastecidos.	Tomando como referencia los reportes emitidos por el área de abastecimiento y de ventas, indican que, el desabastecimiento de combustibles se sintió básicamente a finales del mes abril, pero poco a poco esta situación se fue normalizando hasta inicios de agosto.
5	¿En qué medida se incrementaron los costos fijos durante la Pandemia?	Considerando que, la Pandemia del COVID 19 nos restó capacidad de comercialización por la paralización del parque automotor, también nos restó la capacidad de obtener los mismos	Si consideramos que, las demoras en el flujo de comercialización de los combustibles han tenido un desarrollo demasiado lento, no se puede señalar lo mismo con relación a

	ingresos, viéndonos afectados debido a que nuestros costos fijos se mantuvieron inamovibles.	los costos fijos, ya que estos no experimentaron ninguna reducción significativa.
--	--	---

	Siguiendo la misma tendencia que tuvieron los costos fijos, debo señalar que, por información del área de contabilidad, los costos variables también mantuvieron el mismo comportamiento, aunque en menor proporción, sobre todo los costos de transporte por la menor cantidad de combustibles adquiridos y transportados a la estación de servicios.	Debo manifestar que los costos variables tuvieron también variaciones importantes, aunque no en la misma proporción que los costos fijos, notándose un menor incremento en los costos relacionados con los traslados de combustibles al grifo.
6	¿En qué medida se incrementaron los costos variables durante la Pandemia?	

Fuente: Elaboración propia

Análisis e interpretación:

Según las respuestas obtenidas de las entrevistas realizadas al Gerente General y al Contador de la empresa, se puede determinar que, en base a los reportes emitidos por el área de abastecimiento y de ventas, indican que, el desabastecimiento de combustibles se sintió básicamente a finales del mes abril, pero poco a poco esta situación se fue normalizando hasta inicios de agosto y, considerando que, la Pandemia les restó capacidad de comercialización por la

paralización del parque automotor, también les restó la capacidad de obtener mayores ingresos, viéndose afectados debido a que los costos fijos no disminuyeron, en tanto, los costos variables tuvieron también variaciones importantes aunque no en la misma proporción que los costos fijos, notándose un menor incremento en los costos de traslado de combustibles al grifo

Dimensión 3: Importancia de las ventas

Tabla 4. *Dimensión 3: Entrevista aplicada al Gerente y al Contador*

No	Preguntas	Gerente General	Contador
7	¿En qué medida se ha afectado la situación económica de la empresa durante la Pandemia?	Si consideramos tal como lo estimaron los especialistas que la economía peruana ha tenido una caída del 15% del PBI durante la Pandemia, definitivamente esos resultados también se han trasladado a la situación económica de la empresa, considerando además que no se tuvo ningún tipo de subsidio por parte del gobierno.	Tomando en cuenta el aislamiento social obligatorio impuesto por el gobierno con motivo de la Pandemia, se puso definitivamente en riesgo la situación económica de la empresa por la reducción de sus actividades y por consiguiente de sus ventas que contrajeron drásticamente los ingresos y mantuvieron los costos de manera casi inalterables sobre todo los relacionados con las remuneraciones del personal de planta.

8	¿En qué nivel se ha visto afectado el desarrollo de la empresa durante la Pandemia?	Si observamos con detenimiento las variables macroeconómicas y las medidas severas tomadas por el gobierno para mitigar la propagación del COVID 19, podemos inferir que, efectivamente la Pandemia afectó sobremanera el desarrollo de la empresa, ya que ninguno de sus planes de inversión ni de expansión se pudieron concretar.	Es importante tomar en cuenta que, las medidas impuestas por el gobierno tuvieron un enorme impacto en la operatividad y en el desarrollo de la empresa durante la Pandemia, afectando ante todo, su nivel de ventas, habiendo llegado a identificarse en algunas semanas, disminuciones en el nivel de ingresos de hasta 16% en GLP.
9	¿En qué nivel se ha visto reducida la planilla de remuneraciones durante la Pandemia?	Considerando la importancia de no desatender el normal abastecimiento de combustibles, la empresa implantó como política mantener al personal de servicio para continuar la normal operatividad de la estación, a pesar de las menores ventas	Con respecto al personal de planta y de venta de combustibles, debo mencionar que, por disposición de la alta dirección de la empresa, solamente se dio suspensión perfecta a cierto personal de las áreas administrativas, pero sin afectar su

		reportadas en los tres primeros meses de Pandemia del COVID 19.	normal operatividad.
10	¿Cómo se ha visto afectado el margen de utilidad durante la Pandemia?	Es bastante conocido que, a raíz de la Pandemia del COVID 19 se generó un grave problema de corte de los flujos económicos, y como consecuencia produjo que los niveles de ingresos de la empresa se vean reducidos de manera inesperada, y si a esta situación le aunamos las desacertadas medidas tomadas por el gobierno, el panorama se presentó más sombrío.	Debo señalar que, efectivamente el margen de utilidad de la empresa durante la Pandemia se vio seriamente afectada por las medidas restrictivas dictadas por el gobierno que resultaron siendo completamente ineficaces y contraproducentes, con consecuencias negativas en la operatividad y en la productividad del negocio que generaron una retracción de sus ingresos normales.

Fuente: Elaboración propia

Análisis e interpretación:

Según las respuestas obtenidas de las entrevistas realizadas al Gerente General y al Contador de la empresa, se puede determinar que, tomando en cuenta el aislamiento social, se puso definitivamente en riesgo su situación económica, por la reducción de las actividades y por consiguiente de sus ventas

que, contrajeron drásticamente los ingresos y mantuvieron los costos de manera inalterables, sobre todo, los relacionados con las remuneraciones del personal de planta, y si observamos las variables macroeconómicas y las medidas para mitigar la propagación de la Pandemia, podemos inferir que, efectivamente afectó el desarrollo de la empresa, ya que ninguno de sus planes de inversión ni de expansión se pudieron concretar, considerando además que, el margen de utilidad durante esta crisis se vio seriamente afectada por las medidas restrictivas que resultaron completamente contraproducentes, con consecuencias negativas en la operatividad del negocio y que generaron una retracción de sus ingresos.

Resultados a través del Análisis Documental:

El presente análisis se realizó con la finalidad de conocer las ventas alcanzadas por la empresa Aero Gas del Norte S.A.C., en tiempos de Pandemia, y para ello se realizó la revisión de los Estados Financieros de forma comparativa del periodo 2019, 2020 y 2021, así mismo poder medir el impacto que ha ocasionado en las ventas de la empresa mencionada.

La información financiera muestra que las ventas realizadas en los tres últimos años se han obtenido según detalle:

Tabla 5 *Ingresos por ventas y variación porcentual*

AÑO	INGRESOS	VARIACIÓN%
Año 2019	S/ 5'065,438.00	
Año 2020	4'814,259.00	-4.96%
Año 2021	5'232,890.00	8.70%

Fuente: elaboración de las autoras.

Estos resultados indican que, para el año 2020 las ventas disminuyeron en S/ 251,179.00 soles en comparación con el año 2019, lo que ha representado 5% menos de ingresos, no obstante, para el año 2021 se comenzaron a

incrementar paulatinamente las ventas, habiéndose logrado un incremento de S/ 418,631.00, lo que ha representado 8.7% más de ingresos.

Tabla 6. *Ingresos por ventas mensual y variación porcentual*

MES	2019	%	2020	%	2021
Enero	413650.00	1.50	419845.00	1.20	424893.00
Febrero	376232.00	17.14	440732.00	4.36	459946.00
Marzo	380321.00	-44.83	209805.00	53.54	322127.00
Abril	403024.00	-26.09	297858.00	40.95	419843.00
Mayo	402785.00	-24.91	302451.00	35.84	410849.00
Junio	418513.00	-24.05	317843.00	26.62	402437.00
Julio	478432.00	0.67	481649.00	2.01	491326.00
Agosto	415533.00	1.93	423548.00	3.61	438832.00
Septiembre	463212.00	5.24	487492.00	-2.51	475246.00
Octubre	402932.00	3.65	417643.00	5.82	441965.00
Noviembre	412365.00	15.54	476437.00	-8.91	433987.00
Diciembre	498439.00	8.13	538956.00	-5.11	511439.00
Totales	5'065,438.00	-4.96	4'814,259.00	8.70	5'232,890.00

Fuente: Aero Gas del Norte S.A.C.

Elaboración de las autoras.

Como se puede observar en la tabla denominada “Ingresos por ventas mensual y variación porcentual”, y que se encuentra relacionada con las ventas efectuadas por la empresa durante los años 2019, 2020 y 2021, es a partir del mes de marzo del año 2020 en que se declaró oficialmente la Pandemia del COVID 19 y que se dieron las medidas restrictivas por parte del gobierno, en que las ventas empezaron a disminuir drásticamente.

Cabe destacar que, esta coyuntura se mantuvo durante los meses de marzo, abril, mayo y junio, en que se nota una baja considerable en las ventas, siendo el mes de marzo el de más alta variación negativa, y es a partir del mes de julio en que las ventas comienzan a estabilizarse, hasta alcanzar su pico más alto en el mes de diciembre en que se incrementó en 8.13%, observándose también una importante recuperación en similar periodo del año 2021.

Objetivo específico 2. Establecer mediante información financiera, el impacto de las ventas en tiempos de COVID 19 en la rentabilidad de la empresa Aero Gas del Norte.

Resultados mediante Análisis Documental

Cabe destacar que, al analizarse el panorama suscitado en el año 2020, los directivos de la empresa diseñaron estrategias con la finalidad de superar estas contingencias causadas por la Pandemia, razón por la que, en el año 2021 los resultados se incrementaron producto de la implementación de medidas de seguridad, ya que, de acuerdo al Decreto de Urgencia dado por el gobierno, las micro y pequeñas empresas, con la finalidad de reducir el impacto de la Pandemia, y no ser suspendidas o cerradas, deberán cumplir con los protocolos de seguridad para evitar la propagación del COVID 19.

Por tales consideraciones y, en base a los resultados obtenidos, se presentan los Estados Financieros de la empresa Aero Gas del Norte S.A.C., para corroborar lo señalado en las variables de investigación, debiendo señalar además que, se analizaron los documentos obtenidos, los mismos que fueron interpretados y evaluados para conocer en detalle el comportamiento de las ventas en tiempos de Pandemia y su impacto en la rentabilidad.

Para tal efecto, la información financiera está conformada por:

- Estado de Situación Financiera ejercicio 2019, 2020, 2021.
- Estado de Situación Financiera 2019, 2020, 2021, Análisis Horizontal.
- Estado de Situación Financiera 2019 al 2023, Análisis Horizontal.
- Estado de Resultados ejercicio 2019, 2020, 2021
- Estado de Resultados 2019, 2020, 2021, Análisis Horizontal.
- Estado de Resultados 2019 al 2023 Análisis Horizontal.

Tabla 7. Estado de Situación Financiera ejercicio 2019.

ACTIVO	2019
ACTIVO CORRIENTE	
Efectivo y Equivalente de Efectivo	392183.38
Cuentas por Cobrar Comerciales Terceros (neto)	165943.00
Inventarios (neto)	1243958.00
TOTAL DEL ACTIVO CORRIENTE	1802084.38
ACTIVO NO CORRIENTE	
Inmueble, Maquinarias y Equipo (Neto)	1456642.00
Activos Intangibles (Neto)	112938.00
TOTAL DEL ACTIVO NO CORRIENTE	1569580.00
TOTAL ACTIVO	3371664.38
PASIVO	
PASIVO CORRIENTE	
Cuentas por pagar Comerciales	281020.00
Otras Cuentas por pagar	66313.00
TOTAL DEL PASIVO CORRIENTE	347333.00
PASIVO NO CORRIENTE	
Obligaciones Financieras	216737.00
TOTAL DEL PASIVO NO CORRIENTE	216737.00
TOTAL PASIVO	564070.00
PATRIMONIO	
Capital	2200000.00
Resultados del ejercicio	607594.38
Resultados acumulados	0.00
TOTAL PATRIMONIO	2807594.38
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	3371664.38

Fuente: Aero Gas del Norte S.A.C.

Tabla 8. Estado de Situación Financiera ejercicio 2020

ACTIVO	2020
ACTIVO CORRIENTE	
Efectivo y Equivalente de Efectivo	136984.30
Cuentas por Cobrar Comerciales Terceros (neto)	216563.00
Inventarios (neto)	1639864.00
TOTAL DEL ACTIVO CORRIENTE	1993411.30
ACTIVO NO CORRIENTE	
Inmueble, Maquinarias y Equipo (Neto)	1383810.00
Activos Intangibles (Neto)	101644.00
TOTAL DEL ACTIVO NO CORRIENTE	1485454.00
TOTAL ACTIVO	3478865.30
PASIVO	
PASIVO CORRIENTE	
Cuentas por pagar Comerciales	411173.00
Otras Cuentas por pagar	116180.00
TOTAL DEL PASIVO CORRIENTE	527353.00
PASIVO NO CORRIENTE	
Obligaciones Financieras	210453.00
TOTAL DEL PASIVO NO CORRIENTE	210453.00
TOTAL PASIVO	737806.00
PATRIMONIO	
Capital	2200000.00
Resultados del ejercicio	541059.30
Resultados acumulados	0.00
TOTAL PATRIMONIO	2741059.30
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	3478865.30

Fuente: Aero Gas del Norte S.A.C.

Tabla 9. Estado de Situación Financiera ejercicio 2021.

ACTIVO	2021
ACTIVO CORRIENTE	
Efectivo y Equivalente de Efectivo	250653.04
Cuentas por Cobrar Comerciales Terceros (neto)	145321.00
Inventarios (neto)	1433480.00
TOTAL DEL ACTIVO CORRIENTE	1829454.04
ACTIVO NO CORRIENTE	
Inmueble, Maquinarias y Equipo (Neto)	1314590.00
Activos Intangibles (Neto)	91480.00
TOTAL DEL ACTIVO NO CORRIENTE	1406070.00
TOTAL ACTIVO	3235524.04
PASIVO	
PASIVO CORRIENTE	
Cuentas por pagar Comerciales	219865.00
Otras Cuentas por pagar	52838.00
TOTAL DEL PASIVO CORRIENTE	272703.00
PASIVO NO CORRIENTE	
Obligaciones Financieras	199084.00
TOTAL DEL PASIVO NO CORRIENTE	199084.00
TOTAL PASIVO	471787.00
PATRIMONIO	
Capital	2200000.00
Resultados del ejercicio	563737.04
Resultados acumulados	0.00
TOTAL PATRIMONIO	2763737.04
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	3235524.04

Fuente: Aero Gas del Norte S.A.C.

Tabla 10. Estado de Situación Financiera ejercicio 2019, 2020, 2021. Análisis Horizontal

ACTIVO	2019	%	2020	%	2021
ACTIVO CORRIENTE					
Efectivo y Equivalente de Efectivo	392183.38	-65.07	136984.30	82.98	250653.04
Cuentas por Cobrar Comerciales Terceros (neto)	165943.00	30.50	216563.00	-32.90	145321.00
Inventarios (neto)	1243958.00	31.83	1639864.00	-12.59	1433480.00
TOTAL DEL ACTIVO CORRIENTE	1802084.38	10.62	1993411.30	-8.22	1829454.04
ACTIVO NO CORRIENTE					
Inmueble, Maquinarias y Equipo (Neto)	1456642.00	-5.00	1383810.00	-5.00	1314590.00
Activos Intangibles (Neto)	112938.00	-10.00	101644.00	-10.00	91480.00
TOTAL DEL ACTIVO NO CORRIENTE	1569580.00	-5.36	1485454.00	-5.34	1406070.00
TOTAL ACTIVO	3371664.38	3.18	3478865.30	-6.99	3235524.04
PASIVO					
PASIVO CORRIENTE					
Cuentas por pagar Comerciales	281020.00	46.31	411173.00	-46.53	219865.00
Otras Cuentas por pagar	66313.00	75.20	116180.00	-54.52	52838.00
TOTAL DEL PASIVO CORRIENTE	347333.00	51.83	527353.00	-48.29	272703.00
PASIVO NO CORRIENTE					
Obligaciones Financieras	216737.00	-2.90	210453.00	-5.40	199084.00

TOTAL DEL PASIVO NO CORRIENTE	216737.00	-2.90	210453.00	-5.40	199084.00
TOTAL PASIVO	564070.00	30.80	737806.00	-36.06	471787.00
PATRIMONIO					
Capital	2200000.00	0.00	2200000.00	0.00	2200000.00
Resultados del ejercicio	607594.38	-10.95	541059.30	4.19	563737.04
Resultados acumulados	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL PATRIMONIO	2807594.38	-2.37	2741059.30	0.83	2763737.04
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	3371664.38	3.18	3478865.30	-6.99	3235524.04

Fuente: elaboración de las autoras.

Tabla 11. Estado de Situación Financiera ejercicio 2019 al 2023. Análisis Horizontal

ACTIVO	2019	%	2020	%	2021	%	2022	%	2023
ACTIVO CORRIENTE									
Efectivo y Equivalente de Efectivo	392183.38	-65.07	136984.30	82.98	250653.04	95.35	489658.75	52.94	748875.27
Cuentas por Cobrar Comerciales (neto)	165943.00	30.50	216563.00	-32.90	145321.00	-5.84	136832.00	-4.68	130427.00
Inventarios (neto)	1243958.00	31.83	1639864.00	-12.59	1433480.00	-11.91	1262768.00	-10.84	1125876.00
TOTAL DEL ACTIVO CORRIENTE	1802084.38	10.62	1993411.30	-8.22	1829454.04	3.27	1889258.75	6.14	2005178.27
ACTIVO NO CORRIENTE									
Inmueble, Maquinarias y Equipo (Neto)	1456642.00	-5.00	1383810.00	-5.00	1314590.00	-5.00	1248900.00	-5.00	1186481.00
Activos Intangibles (Neto)	112938.00	-10.00	101644.00	-10.00	91480.00	-10.00	82334.00	-5.00	78218.00
TOTAL DEL ACTIVO NO CORRIENTE	1569580.00	-5.36	1485454.00	-5.34	1406070.00	-5.32	1331234.00	-5.00	1264699.00
TOTAL ACTIVO	3371664.38	3.18	3478865.30	-6.99	3235524.04	-0.46	3220492.75	1.53	3269877.27
PASIVO									
PASIVO CORRIENTE									
Cuentas por pagar Comerciales	281020.00	46.31	411173.00	-46.53	219865.00	-16.70	183137.00	-15.56	154647.00
Otras Cuentas por pagar	66313.00	75.20	116180.00	-54.52	52838.00	-30.63	36656.00	-13.12	31847.00
TOTAL DEL PASIVO CORRIENTE	347333.00	51.83	527353.00	-48.29	272703.00	-19.40	219793.00	-15.15	186494.00
PASIVO NO CORRIENTE									

Obligaciones Financieras	216737.00	-2.90	210453.00	-5.40	199084.00	-11.26	176669.00	-11.76	155898.00
TOTAL DEL PASIVO NO CORRIENTE	216737.00	-2.90	210453.00	-5.40	199084.00	-11.26	176669.00	-11.76	155898.00
TOTAL PASIVO	564070.00	30.80	737806.00	-36.06	471787.00	-15.97	396462.00	-13.64	342392.00
PATRIMONIO									
Capital	2200000.00	0.00	2200000.00	0.00	2200000.00	0.00	2200000.00	0.00	2200000.00
Resultados del ejercicio	607594.38	-10.95	541059.30	4.19	563737.04	10.70	624030.75	16.58	727485.27
Resultados acumulados	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL PATRIMONIO	2807594.38	-2.37	2741059.30	0.83	2763737.04	2.18	2824030.75	3.66	2927485.27
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	3371664.38	3.18	3478865.30	-6.99	3235524.04	-0.46	3220492.75	1.53	3269877.27

Fuente: elaboración de las autoras.

Tabla 12. Estado de Resultados 2019

PARTIDAS	2019
Ventas	5065438.00
Costo de ventas	4032568.00
Utilidad Bruta	1032870.00
Gastos de Administración	168699.00
Gastos de ventas	14500.00
Utilidad Operativa	849671.00
Gastos Financieros	19832.00
Comisiones Bancarias	120.00
Otros Ingresos	32117.00
Utilidad / Perdida	861836.00
Impuesto a la Renta	254241.62
Utilidad después Impuesto a la Renta	607594.38

Fuente: Aero Gas del Norte S.A.C.

Tabla 13. Estado de Resultados 2020

PARTIDAS	2020
Ventas	4814259.00
Costo de ventas	3897321.00
Utilidad Bruta	916938.00
Gastos de Administración	142854.00
Gastos de ventas	6500.00
Utilidad Operativa	767584.00
Gastos Financieros	16588.00
Comisiones Bancarias	120.00
Otros Ingresos	16584.00
Utilidad / Perdida	767460.00
Impuesto a la Renta	226400.70
Utilidad después Impuesto a la Renta	541059.30

Tabla 14. *Estado de Resultados 2021*

PARTIDAS	2021
Ventas	5232890.00
Costo de ventas	4269633.00
Utilidad Bruta	963257.00
Gastos de Administración	165587.00
Gastos de ventas	10600.00
Utilidad Operativa	787070.00
Gastos Financieros	13744.00
Comisiones Bancarias	120.00
Otros Ingresos	26421.00
Utilidad / Perdida	799627.00
Impuesto a la Renta	235889.97
Utilidad después Impuesto a la Renta	563737.04

Fuente: Aero Gas del Norte S.A.C.

Tabla 15. Estado de Resultados 2019, 2020,2021. Análisis Horizontal

PARTIDAS	2019	%	2020	%	2021
Ventas	5065438.00	-4.96	4814259.00	8.70	5232890.00
Costo de ventas	4032568.00	-3.35	3897321.00	9.55	4269633.00
Utilidad Bruta	1032870.00	-11.22	916938.00	5.05	963257.00
Gastos de Administración	168699.00	-15.32	142854.00	15.91	165587.00
Gastos de ventas	14500.00	-55.17	6500.00	63.08	10600.00
Utilidad Operativa	849671.00	-9.66	767584.00	2.54	787070.00
Gastos Financieros	19832.00	-16.36	16588.00	-17.14	13744.00
Comisiones Bancarias	120.00	0.00	120.00	0.00	120.00
Otros Ingresos	32117.00	-48.36	16584.00	59.32	26421.00
Utilidad / Perdida	861836.00	-10.95	767460.00	4.19	799627.00
Impuesto a la Renta	254241.62	-10.95	226400.70	4.19	235889.97
Utilidad después Impuesto a la Renta	607594.38	-10.95	541059.30	4.19	563737.04

Fuente: elaboración de las autoras.

Tabla 16. Estado de Resultados 2019 al 2023. Análisis Horizontal

PARTIDAS	2019	%	2020	%	2021	%	2022	%	2023
Ventas	5065438.00	-4.96	4814259.00	8.70	5232890.00	10.50	5782345.00	14.31	6609653.00
Costo de ventas	4032568.00	-3.35	3897321.00	9.55	4269633.00	10.29	4709154.00	13.79	5358548.00
Utilidad Bruta	1032870.00	-11.22	916938.00	5.05	963257.00	11.41	1073191.00	16.58	1251105.00
Gastos de Administración	168699.00	-15.32	142854.00	15.91	165587.00	20.63	199745.00	24.03	247745.00
Gastos de ventas	14500.00	-55.17	6500.00	63.08	10600.00	36.79	14500.00	0.00	14500.00
Utilidad Operativa	849671.00	-9.66	767584.00	2.54	787070.00	9.13	858946.00	15.12	988860.00
Gastos Financieros	19832.00	-16.36	16588.00	-17.14	13744.00	-23.46	10519.00	-19.02	8518.00
Comisiones Bancarias	120.00	0.00	120.00	0.00	120.00	0.00	120.00	0.00	120.00
Otros Ingresos	32117.00	-48.36	16584.00	59.32	26421.00	39.45	36843.00	40.25	51672.00
Utilidad / Perdida	861836.00	-10.95	767460.00	4.19	799627.00	10.70	885150.00	16.58	1031894.00
Impuesto a la Renta	254241.62	-10.95	226400.70	4.19	235889.97	10.70	261119.25	16.58	304408.73
Utilidad después Impuesto Renta	607594.38	-10.95	541059.30	4.19	563737.04	10.70	624030.75	16.58	727485.27

Fuente: elaboración de las autoras.

Objetivo específico 3. Evaluar los índices de rentabilidad en tiempos de COVID 19 en la empresa Aero Gas del Norte en el periodo 2021, Chiclayo.

Para desarrollar el presente objetivo específico, se aplicó el instrumento de la Guía documental, conformada por información relacionada con la variable Rentabilidad y que fuera proporcionada por la empresa, que sirvió para establecer básicamente los indicadores ROE, ROA, DuPont, etc.

Resultados a través del Análisis Documental

De acuerdo a la documentación obtenida, se ha podido determinar que, la empresa está especializada en el suministro de productos y equipos relacionados a la venta al por mayor y menor de combustibles y productos conexos, participando en los principales proyectos para la implementación de varios grifos a nivel nacional.

Cuenta asimismo con una cadena de doce estaciones ubicadas en los departamentos de Lambayeque, Lima, Ancash y la Libertad, pero con motivo de la Pandemia del COVID 19 varios de estos proyectos quedaron parcialmente paralizados hasta que la situación se estabilice, debiendo señalar que, los presupuestos han sido debidamente programados.

Evaluación mediante indicadores de Rentabilidad

Rentabilidad Financiera - ROE

$$\text{ROE} = \text{Beneficio neto} / \text{fondos propios} * 100$$

Año 2019: 607,594 / 2'200,000 = 27.62%

Año 2020: 541,059 / 2'200,000 = 24.59%

Año 2021: 563,737 / 2'200,000 = 25.62%

Rentabilidad Económica – ROA

$$\text{ROA} = \text{Beneficio neto ante de impuestos} / \text{Activo Total} * 100$$

Año 2019: 849,671 / 3'371,664 = 25.20%

Año 2020: 767,584 / 3'478,865 = 22.06%

Año 2021: 787,070 / 3'235,524 = 24.32%

El ROA también se puede descomponer en el margen de explotación y en la rotación de los activos totales.

$$\text{ROA} = \frac{\text{EBITDA}}{\text{Ventas}} \times \frac{\text{Ventas}}{\text{Activos}} = \text{Margen} \times \text{rotación de activos}$$

Año 2019: 849,671 / 5'065,438 * 5'065,438 / 3'371,664 = 24.04%

Año 2020: 767,584 / 4'814,259 * 4'814,259 / 3'478,865 = 22.14%

Año 2021: 787,070 / 5'232,890 * 5'232,890 / 3'235,524 = 24.26%

Índice DuPont

$$\text{DuPont} = (\text{Beneficio neto} / \text{Ventas}) * (\text{Ventas} / \text{Activo Total}) * \text{Multiplicador de capital} (\text{Activos} / \text{Fondos Propios})$$

Año 2019: 849,671/5'065438*5'065438/3'371664*3'371664/2'200000 = 39.02%

Año 2020: 767,584/4'814259*4'814259/3'478865*3'478865/2'200000 = 34.91%

Año 2021: 787,070/5'232890*5'232890/3'235524*3'235524/2'200000 = 35.52%

Margen neto

$$\text{Margen neto} = \text{Utilidad neta} / \text{Ventas}$$

Año 2019: 849,671 / 5'065,438 = 16.77%

Año 2020: 767,584 / 4'814,259 = 15.94%

Año 2021: 787,070 / 5'232,890 = 15.04%

Margen bruto

$$\text{Margen bruto} = \text{Utilidad bruta} / \text{Ventas}$$

Año 2019: 1'032,870 / 5'065,438 = 20.39%

Año 2020: 916,938 / 4'814,259 = 19.04%

Año 2021: 963,257 / 5'232,890 = 18.40%

3.2. Discusión

La presente investigación tuvo como objetivo principal determinar el impacto de las ventas en tiempos de COVID 19 en la rentabilidad de la empresa Aero Gas del Norte S.A.C., así mismo, se analizó las dimensiones que intervinieron en las variables de estudio.

Para ello se empleó como fuente las entrevistas realizadas al Gerente General y al Contador, conjuntamente con la información proporcionada por los Estados Financieros, realizando de esta forma su análisis, interpretación y evaluación en base a los objetivos específicos.

Objetivo específico 1. Analizar las ventas en tiempos de COVID 19 en la empresa Aero Gas del Norte S.A.C., 2021, se logró.

Uno de los datos obtenidos en la pregunta realizada al Gerente General y al Contador de la empresa, de cómo se han visto afectadas las ventas durante la Pandemia, mencionaron que, el panorama que se presentó con motivo de la Pandemia del COVID 19 generó una disminución importante de la demanda, ya sea por la baja en el consumo de los clientes, o por la pérdida de la mayoría de ellos a raíz de las estrictas restricciones impuestas por el gobierno. Coincide con lo señalado por Flores (2021) cuando menciona que, el año 2020 fue el más dificultoso para la compañía, cuya demanda de combustible disminuyó considerablemente, como consecuencia de la crisis sanitaria del COVID 19, que perjudicó primordialmente los resultados y niveles de comercialización, en donde los ingresos por venta disminuyeron en un 36% lo cual, pasó de US\$7.628 millones en el año 2019 a US\$4.891 millones al año 2020.

Estos datos coinciden asimismo, con lo sostenido por Sígler (2020) cuando hace mención que los ingresos en las gasolineras han ido aminorando frente a la poca demanda de combustible, hecho que preocupa a los empresarios de volver a los niveles históricos como el caso de España en el que las ventas se desplomaron en un 90%. Asimismo, el autor indica que la pandemia del COVID 19 dejó estragos en las ventas de las gasolineras en un 40%, y dicha disminución podría ahondarse hasta un 80% a 90%. En tanto, Escobar et al. (2021) refieren que hoy en día el sistema de control interno es una herramienta de gran utilidad y de responsabilidad para alcanzar óptimos resultados en las utilidades de toda empresa. Frente a ello, en la estación de Chosica se presentan problemas en los controles establecidos por no cumplir con las políticas y normatividad interna, generando que los índices de rentabilidad se vean afectados.

Otro de los datos obtenidos en la pregunta realizada al Gerente General y al Contador de la empresa, de cuáles han sido los productos que han tenido menor rotación durante la Pandemia, señalaron que, los productos que tuvieron menor rotación durante la Pandemia fueron las gasolinas de 97, 95 y 90 octanos, así como el Diésel B5, en contrario la gasolina de 84 octanos, el Diésel B5 S-50,

el GLP y el GNV no tuvieron una disminución drástica. Opinión que es compartida por Rojas (2023) cuando informó que, este descenso se ha visto reflejado en días recientes, puesto que la baja de precios se generó consecutivamente semana a semana y que, hoy en día el costo de referencia de la gasolina / gasohol de 97, 95, 90 y 84 octanos, disminuyeron aproximadamente un 0,81%, 1,10%, 1,52% y 2,66% proporcionalmente, disminuyendo con ello 1,7 millones de barriles de petróleo diésel y combustible de manera general.

Asimismo, Gonzales y Cedeño (2019) sostienen puntos de vista similares cuando concluyeron que, la mayor parte de las estaciones de combustibles del Ecuador, carecen de adecuadas políticas de ventas, que comprende tanto su gestión, como su control, no tomándose en cuenta que con la aplicación de estas políticas se brindarán mejoras para disminuir retrasos en los procesos operativos y gastos innecesarios en su logística. De opinión contraria es Aguilar (2021) cuyo objetivo fue evaluar las actividades de venta y distribución de combustibles en la empresa, concluyendo que, la estación de servicio no realiza un adecuado inventario impidiendo llevar a cabo procedimientos de comercialización y distribución de combustible por carecer de manuales de procedimientos que contribuyan a contar con una adecuada estructura de almacén; por otro lado, no se tiene una buena ubicación del combustible y lubricantes adquiridos.

Otro de los datos obtenidos en la pregunta realizada al Gerente General y al Contador de la empresa, de cuál ha sido el nivel de ventas de este año con relación al año anterior, señalaron que, por información proporcionada por el área de ventas y corroborada por la oficina de contabilidad, las ventas han tenido una baja importante de aproximadamente un 5% producto de la Pandemia del COVID 19, que esperamos revertir en el presente año. Esta información es compartida por Horvath (2023) cuando señala que, los ingresos por venta en la empresa estatal de combustible durante los meses de abril y mayo del año en curso han sido los más bajos que durante el periodo de aislamiento, es decir, actualmente las ventas continúan sin ninguna recuperación pese a los planes realizados en aras de lidiar con el impacto de los precios, esto en razón a las diferencias de cambio que persisten como un elemento de gran incidencia para el consumidor.

Este criterio es compartido por Reyes (2020) cuando señala que, según datos del INEI en los meses de julio y agosto del año 2020 se registró como resultado que el 67.4% de las estaciones de servicio obtuvieron una baja en sus ventas, el 13.7% se mantuvo en equilibrio, 7.2% obtuvieron un incremento, mientras que el 11.3% no efectuaron ninguna venta debido al impacto del COVID 19. Determinando así que, el impacto fue mayormente negativo. Estas opiniones no son compartidas por Correa y Martínez (2022) cuyo objetivo fue demostrar el impacto de la evaluación de precios y gastos en las ventas del combustible en dicha estación y según los análisis estadísticos, se llegó a determinar que, la evaluación de precios y gastos de estas empresas impactan de manera significativa en las ventas de combustible del grifo en estudio, ya que el indicador de precios refleja que por cada sol, las ventas reducen en 87.360 unidades.

Objetivo específico 2. Establecer mediante información financiera, el impacto de las ventas en tiempos de COVID 19 en la rentabilidad de la empresa Aero Gas del Norte, se logró.

Uno de los resultados logrados en la pregunta realizada al Gerente General y al Contador de la empresa, en qué medida se ha afectado la situación económica de la empresa durante la Pandemia, mencionaron que, tomando en cuenta el aislamiento social obligatorio, se puso definitivamente en riesgo la situación económica por la reducción de sus actividades y por consiguiente de sus ventas que, contrajeron drásticamente los ingresos y mantuvieron los costos de manera casi inalterables sobre todo los relacionados con las remuneraciones. Esta información coincide con lo señalado por Carrizosa (2020) cuando indica que el sector de combustible se constituyó un gran dinamizador por su constante crecimiento llegando a un promedio del 11%, no obstante, con la llegada de la pandemia del COVID 19, se obtuvo un decrecimiento del 2%, viendo afectadas rentablemente, como producto de las medidas restrictivas de confinamiento.

Opinión similar es la señalada por Govea et al. (2020) cuando refieren que las empresas petroleras en los últimos años han estado sujetas a muchos altercados, todos directamente involucrados a la rentabilidad, debiendo señalar

que, las ganancias obtenidas y los activos totales, han sido afectados debido a los precios de barril de petróleo. Específicamente en la empresa petrolera Pemex, sus ingresos disminuyeron considerablemente, debido a la falta de inversión. Por su parte, Gomez et al. (2023) manifiestan que al llevar a cabo la evaluación de la rentabilidad de las empresas gasolineras ubicadas en la región Puno, se tuvo que la utilidad de ventas solamente el grifo UNA generó un alto porcentaje de 12% y 11% en los años 2020 y 2021, siguiendo el grifo Orión cuya utilidad en dichos años fueron del 10% y 11% respectivamente; indicando que la gran mayoría de empresas gasolineras no le vienen dando a la rentabilidad.

Otro de los datos obtenidos en la pregunta realizada al Gerente General y al Contador de la empresa, de cómo se ha visto afectado el margen de utilidad durante la Pandemia, respondieron que, efectivamente el margen de utilidad de la empresa durante la Pandemia se vio seriamente afectada por las medidas restrictivas dictadas por el gobierno que resultaron siendo completamente ineficaces y contraproducentes, con consecuencias negativas en la operatividad y en la productividad del negocio. Este punto de vista coincide con lo manifestado por Masaquiza (2021) cuando concluyó que, la administración del fondo de maniobra en los negocios de combustible evaluados ha tenido ciertos cambios por factores externos como bajas ventas, volatilidad del mercado y poca demanda, de tal forma que los jefes de finanzas tuvieron que hacer frente a diversos inconvenientes que han afectado al efectivo y la rentabilidad.

De similar criterio es Larrain (2020) cuando sostiene que, se ha llegado a identificar en el análisis realizado a sus estados financieros durante el año 2020, que el EBITDA obtenido al 31 de diciembre alcanzó un MM\$18.213, presentando una disminución del 55% inferior a los MM\$40.134 obtenidos en el año 2019. Esta baja se debe a la disminución del 20% en sus ingresos de operación, deteriorando los índices de su rentabilidad. Sin embargo, Fernández (2021) hace referencia acerca de los resultados de la implantación del estado de emergencia nacional a partir del 16 de marzo de 2020, lo cual ha ocasionado una baja demanda de combustibles en en el distrito de Ventanilla, limitando de manera significativa el aumento del volumen de venta del petróleo de esta subsidiaria,

por ello Refinería la Pampilla a partir del 31 de diciembre de dicho año, ha minimizado la utilización de su capacidad instalada y grado de producción, es decir, que no es para nada rentable y completamente pesimista, por lo que se deberán replantear las estrategias necesarias para estos fines, considerando que, es bastante voluminosa las inversiones llevadas a cabo.

Otro de los datos obtenidos en la pregunta realizada al Gerente General y al Contador de la empresa, en qué nivel se ha visto afectado el desarrollo de la empresa durante la Pandemia, señalaron que, si se observa con detenimiento las variables macroeconómicas y las medidas severas tomadas por el gobierno para mitigar la propagación del COVID 19, podemos inferir que, efectivamente la Pandemia afectó sobremanera el desarrollo de la empresa, ya que ninguno de sus planes de inversión ni de expansión se pudieron concretar. Datos que coinciden con lo afirmado por Chilón (2020) cuando señala que, actualmente el cierre o salida inesperada de las estaciones de servicio ubicadas en la región de Cajamarca, se viene generando por lo general a la disminución abrupta de sus índices de rentabilidad, a su rendimiento financiero negativo, en el cual sus ingresos no permiten cubrir sus costes y gastos o, apenas lo hacen.

En el mismo orden de ideas Bullemore y Cristóbal (2021), tuvieron como objetivo comprender el efecto causado por la pandemia del COVID 19 en la actividad comercial de las empresas de venta de combustible y concluyeron que, la pandemia por el COVID-19 ha generado disminuciones en la productividad total de la economía de las empresas de venta de combustible, afectando a la mayor parte en la disminución de sus actividades comerciales y las ventas habituales. En cambio Ignacio (2019) en su estudio tuvo como objetivo evaluar los niveles de rentabilidad en la estación de servicio mencionada a través del manejo de indicadores de gestión y concluyó que, en la evaluación del análisis de la rentabilidad de una Estación de Servicios en la provincia de Mendoza, se ha podido determinar que, para los cinco escenarios simulados, se obtuvo un único escenario que tuvo un VAN negativo, es decir, que no es rentable, lo que implica que la Pandemia ha dejado estragos difícil de superar en el mediano plazo.

Análisis e interpretación Estado de Situación y Estado de Resultados

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

- **Efectivo y equivalentes:** concentra el mayor porcentaje de decrecimiento con -65.07% entre los años 2020 y 2019 en que se dio la Pandemia del COVID 19, afectando sobremanera la operatividad de la empresa, y logrando un repunte significativo de 82.98% entre los años 2021 y 2020, lo que significa una buena señal para la optimización de las actividades del negocio, implicando que, se va atender sin inconvenientes la adquisición de combustibles y los pagos pendientes de regularización.
- **Cuentas por cobrar (Neto):** presenta un incremento de 30.50%, entre los años 2020 y 2019 en que se dio la Pandemia del COVID 19, afectando sobremanera la operatividad de la empresa por la poca recuperación de deudas, y logrando una mejora significativa de -32.90% entre los años 2021 y 2020, lo que significa una buena señal para la optimización de las actividades del negocio, implicando que, se va atender sin inconvenientes la adquisición de combustibles y los pagos pendientes de regularización al contar con una mayor liquidez a corto plazo.
- **Inventarios (Neto):** presenta un incremento del 31.83%, entre los años 2020 y 2019 en que se dio la Pandemia del COVID 19, debido a la baja rotación y ventas de los combustibles, logrando una mejora significativa de -12.59% entre los años 2021 y 2020, lo que significa una buena señal para la optimización de las actividades del negocio, implicando que, se van a vender mayores productos y con estos ingresos atender sin inconvenientes la adquisición de combustibles y los pagos pendientes de regularización al contar con una mayor liquidez a corto plazo.
- **Total Activo:** presenta un incremento de 3.18%, entre los años 2020 y 2019 en que se dio la Pandemia del COVID 19, pero entre los años 2021 y 2020, se presentó una baja de -6.99% debido a la disminución de las cuentas por cobrar y a una mayor rotación de los inventarios, lo que significó una buena

señal para la optimización de las actividades del negocio, implicando que, se van a vender mayores productos y con estos ingresos atender sin inconvenientes la adquisición de combustibles y los pagos pendientes de regularización, al contar con una mayor liquidez a corto plazo, dando una buena señal de solvencia por las políticas asumidas por la empresa.

- **Cuentas por pagar comerciales:** presenta un incremento de 31.83%, entre los años 2020 y 2019 en que se dio la Pandemia del COVID 19, afectando sobremanera la caja de la empresa que no permitió atender debidamente las deudas y obligaciones contraídas, logrando una mejora significativa en la atención de estos compromisos entre los años 2021 y 2020 en que disminuyeron en -46.53%, dando una buena señal de solvencia por las políticas asumidas por la empresa al contar con una mayor liquidez.
- **Otras cuentas por pagar:** presenta un incremento de 75.20%, entre los años 2020 y 2019 en que se dio la Pandemia del COVID 19, afectando sobremanera la caja de la empresa que no permitió atender debidamente estas partidas constituidas por impuestos y remuneraciones del personal, logrando una mejora significativa en la atención de estos compromisos entre los años 2021 y 2020 en que disminuyeron en -54.52%, dando una buena señal de solvencia por las políticas asumidas por la empresa.
- **Obligaciones Financieras:** presenta una disminución sostenida de -2.90% entre los años 2020 y 2019, y del -5.40% entre los años 2021 y 2020, en vista de que se fueron cancelando con regularidad los créditos financieros obtenidos del Banco Continental BBVA, y el mismo comportamiento se tuvo en el año 2022 y 2023, al amortizarse adecuadamente las deudas.
- **Total Pasivo:** presenta un incremento de 30.80%, entre los años 2020 y 2019 en que se dio la Pandemia del COVID 19, lo que significó un mayor endeudamiento por la poca disponibilidad de efectivo, pero entre los años 2021 y 2020 al contarse con mayores recursos por el incremento paulatino de las ventas, esta partida presentó una disminución de -36.06%, lo que significó una buena señal para la optimización de las actividades del negocio,

dando una buena señal de solvencia por las políticas asumidas por la empresa y que se espera se mantengan en los ejercicios sucesivos.

- **Capital Social:** mantiene sus aportes y saldo inalterables entre los años 2019 al 2023, debido a que no se tuvo ningún incremento patrimonial.
- **Resultados del Ejercicio:** presenta una disminución de -10.95%, entre los años 2020 y 2019 en que se dio la Pandemia del COVID 19, afectando sobremanera la operatividad de la empresa por la poca recuperación de deudas, y una baja sustancial en las ventas, logrando una mejora significativa de 4.19% entre los años 2021 y 2020 y de 10.70% entre los años 2022 y 2021, señal inequívoca que, permitieron demostrar lo acertadas de las políticas asumidas por la empresa al contar con mayores ventas y obtener mayores niveles de rentabilidad según los resultados obtenidos.

ESTADO DE RESULTADOS

- **Ventas netas:** presenta un decrecimiento de -4.96% entre los años 2020 y 2019 en que se dio la Pandemia del COVID 19, sobre todo por la inmovilización obligatoria que decretó el gobierno, afectando sobremanera la operatividad de la empresa, y logrando un repunte significativo de 8.70% entre los años 2021 y 2020, en que la emergencia sanitaria fue disminuyendo y se empezaron a relajar las restricciones, lo que significó una buena señal para la optimización de las actividades del negocio, implicando que, se va atender sin inconvenientes la adquisición de combustibles y los pagos pendientes de regularización como impuestos y remuneraciones.
- **Costo de Ventas:** presenta un decrecimiento de -3.35% entre los años 2020 y 2019 en que se dio la Pandemia del COVID 19, inferior al nivel obtenido en las ventas por el incremento de ciertos productos, afectando sobremanera la operatividad de la empresa, y logrando un 9.55% entre los años 2021 y 2020, siguiendo la misma tendencia del incremento de las ventas, pero sin lograr racionalizar debidamente estos costos, ya que superaron al incremento de las ventas, y es recién entre los años 2022 y 2021, en que el incremento tuvo

un mejor manejo al haberse incrementado por debajo del aumento de las ventas, lo que significó una buena racionalización de estos recursos.

- **Utilidad Bruta:** presenta una disminución de -11.22%, entre los años 2020 y 2019 en que se dio la Pandemia del COVID 19, logrando una mejora significativa de 5.05% entre los años 2021 y 2020 y de 11.41% entre los años 2022 y 2021, señal inequívoca que, permitieron demostrar lo acertadas de las políticas asumidas por la empresa al contar con mayores ventas y obtener mayores niveles de rentabilidad según los resultados obtenidos.
- **Utilidad Neta antes de intereses e impuestos:** presenta una disminución de -9.66%, entre los años 2020 y 2019 en que se dio la Pandemia del COVID 19, logrando una mejora de 2.54% entre los años 2021 y 2020 y de 9.13% entre los años 2022 y 2021, señal inequívoca que, permitieron demostrar lo acertadas de las políticas asumidas por la empresa al contar con mayores ventas y obtener mayores niveles de rentabilidad según resultados.
- **Utilidad Neta después de impuestos:** presenta disminución de -10.95%, entre los años 2020 y 2019 en que se dio la Pandemia del COVID 19, logrando una mejora de 4.19% entre los años 2021 y 2020 y de 10.70% entre los años 2022 y 2021, señal inequívoca que, permitieron demostrar lo acertadas de las políticas asumidas por la empresa al contar con mayores ventas y obtener mayores niveles de rentabilidad según resultados.

Objetivo específico 3. Evaluar los índices de rentabilidad en tiempos de COVID 19 en la empresa Aero Gas del Norte en el periodo 2021, se logró, para tal efecto se hará la evaluación de cada indicador de rentabilidad.

Rentabilidad Financiera - ROE

Los resultados obtenidos nos indican que, la rentabilidad financiera - ROE del año 2020 ascendió a 24.59%, inferior a la obtenida en el año 2019 que fue del 27.62% y, ya en el año 2021 se nota una lenta recuperación hasta ubicarse en 25.62%, es decir, que, durante la Pandemia del COVID 19 la rentabilidad de

los accionistas por sus recursos aportados también se vio afectada.

Debe señalarse que, el Beneficio Neto se obtiene después de los intereses e impuestos, ya que es el beneficio sobre el que los accionistas deciden su repartición, ya sea como participaciones, dividendos o reservas, es decir, son las reinversiones que incrementan el valor del patrimonio neto con los recursos propios que es la medida de su inversión (Return on Equity).

Cabe destacar que, el ROE respecto al periodo 2020, tuvo una variación importante en relación con la rentabilidad del patrimonio de la empresa, en tanto, esta disminución se dio debido a que los ingresos fueron menores en ese año, producto de que sus ventas bajaron por efectos del COVID 19, ya que el gobierno lanzó el Decreto de Urgencia de inmovilización social y vehicular con la finalidad de evitar la propagación del Virus, lo que impactó directamente en los ingresos de la empresa con notable impacto en su rentabilidad.

Así mismo para el periodo 2021 se obtuvo un incremento en el rendimiento de cada unidad monetaria invertido por los accionistas a comparación del año anterior en que las ganancias fueron menores, este incremento se debió a que los ingresos de la empresa aumentaron debido a que se tomaron medidas de prevención ante el COVID 19 para continuar con las actividades y llevar a cabo la venta de los servicios, cuyo resultado impactó de manera positiva en los ingresos, logrando un aumento significativo en la rentabilidad.

Rentabilidad Económica – ROA

Los resultados obtenidos nos indican que, la rentabilidad económica - ROA del año 2020 ascendió a 22.06%, inferior a la obtenida en el año 2019 que fue del 25.20% y, ya en el año 2021 se nota una lenta recuperación hasta ubicarse en 24.32%, es decir, que, durante la Pandemia del COVID 19 la rentabilidad de los activos netos de la empresa en relación con su beneficio neto antes de impuestos e intereses y otros ingresos, también se vio afectada.

Debe señalarse que, el Beneficio Neto se obtiene antes de los intereses e impuestos, ya que es el beneficio obtenido sobre los activos netos disponibles, es decir, comprenden los activos circulantes, exigibles, realizables, inmovilizados materiales e inmovilizados inmateriales (Return on Assets).

El ROA también se puede descomponer en el margen de explotación y en la rotación de los activos totales.

Los resultados obtenidos nos indican que, la rentabilidad económica - ROA del año 2020 ascendió a 22.14%, inferior a la obtenida en el año 2019 que fue del 24.04% y, ya en el año 2021 se nota una lenta recuperación hasta ubicarse en 24.26%, es decir, que, durante la Pandemia el Margen de explotación de la empresa en relación con su rotación de los activos para generar ventas, también se vio afectada, lo que indica poca eficacia en esta partida.

Se puede observar que, en el periodo 2021 la Pandemia del COVID 19, no ha generado un impacto negativo en la empresa con relación al periodo 2020, demostrando así la eficacia en la sólida recuperación de la empresa, así como de las inversiones realizadas para superar la baja en las ventas y en los ingresos durante la emergencia sanitaria, más aún si se considera que, las medidas de restricción fueron disminuyendo, permitiendo así que la empresa aumente sus ventas y logre alcanzar sus objetivos previstos.

Índice DuPont

Los resultados obtenidos nos indican que, el Análisis DuPont del año 2020 ascendió a 34.91%, inferior a la obtenida en el año 2019 que fue del 39.02% y, ya en el año 2021 se nota una recuperación hasta ubicarse en 35.52%, es decir, que, durante la Pandemia del COVID 19 el Margen neto de explotación de la empresa en relación con su rotación de los activos totales y su apalancamiento operativo para generar ventas, también se vio afectada.

Es oportuno destacar que, el Análisis DuPont es una de las razones financieras de rentabilidad más importantes en el análisis de la operatividad económica y financiera de la empresa, ya que integra y combina las principales

ratios financieras con la finalidad de determinar su eficiencia en la utilización de sus activos, su capital o fondos propios y su apalancamiento financiero, para de esta manera velar por el crecimiento del negocio y una buena rentabilidad.

Margen neto

Los resultados obtenidos nos indican que, el Margen neto del año 2020 ascendió a 15.94%, inferior a la obtenida en el año 2019 que fue del 16.77%, pero ligeramente superior a la obtenida en el año 2021 que fue de 15.04%, es decir, que, durante la Pandemia del COVID 19 el beneficio neto sobre las ventas o por cada unidad vendida después de todos los gastos, también se vio afectada, tanto de explotación del negocio, como de los gastos financieros e impuestos.

Margen bruto

Los resultados obtenidos nos indican que, el Margen bruto del año 2020 ascendió a 19.04%, inferior a la obtenida en el año 2019 que fue del 20.39%, pero ligeramente superior a la obtenida en el año 2021 que fue de 18.40%, es decir, que, durante la Pandemia del COVID 19 el beneficio bruto sobre las ventas o por cada unidad vendida después de los costos de ventas (mercaderías, planilla de remuneraciones directa y costos indirectos), también se vio afectada.

Cabe señalar que, el margen de utilidad neta con relación a las ventas totales va a permitir determinar el margen de ganancia de las ventas, que en definitiva cambia en cada empresa y por cada producto, debiendo mencionar que, se cuentan con productos que no presentan alta rotación, ya que solamente se venden uno cada semana o al mes, por lo que estas empresas que comercializan este tipo de productos dependen en buena forma del margen de ganancia que les queda por cada operación de venta.

De la misma manera, se debe afirmar que, cuando se maneja un buen margen de utilidad, les va a permitir a los negocios de cualquier giro ser completamente rentables sin llegar a vender una gran cantidad de productos, es que las empresas que utilizan este sistema, aunque podrían generar una gran rentabilidad, no vienen utilizando debidamente sus activos, ni su capital de trabajo, debido a que tienen que preservar un capital inmovilizado.

Concluyendo con el análisis e interpretación de las tres dimensiones de rentabilidad evaluadas, podemos determinar que, esta variable refleja una disminución con relación al año 2020. Así mismo es importante determinar que durante los años de ejercicio de la empresa Aero Gas del Norte SAC, si existe efectividad en su rentabilidad reflejando el desarrollo de las inversiones realizadas con el fin de cubrir todos los gastos financieros y costos de los recursos que intervinieron después de finalizar cada el ejercicio.

Esto nos permite inferir que, la hipótesis planteada en este caso si se acepta ya que las ventas de la empresa Aero Gas si han sido afectadas por la Pandemia del COVID 19, ya que se pudo evidenciar que, en el periodo 2020 las ventas disminuyeron producto de la inmovilización social obligatoria, lo cual ocasionó que, la rentabilidad disminuya, a comparación del periodo 2021.

Por su parte se puede deducir que, si las ventas varían ya sea de forma positiva o negativa, la utilidad también va a variar consigo, lo cual influirá en la rentabilidad, quedando así demostrado que, la baja en las ventas tuvieron impacto en la rentabilidad en tiempos de Pandemia del COVID 19, ya que toda actividad empresarial va a depender de los ingresos obtenidos producto de las ventas lo cual genera rentabilidad, sin ello el negocio no funcionaría y, originaría pérdidas que en definitiva va a ser bastante difícil recuperar y estabilizar.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

1. En función al objetivo específico: Analizar el nivel de ventas en tiempos de COVID 19 en la empresa Aero Gas del Norte S.A.C., en el periodo 2021, Chiclayo y, dado que, la investigación tuvo ciertas limitaciones referidas al poco acceso a la documentación financiera, se ha trabajado con la información disponible, y de acuerdo a ello se concluyó que, el impacto de las ventas en tiempos de Pandemia si ha influido en su rentabilidad, lo que ha quedado demostrado en los resultados de la evaluación de las ventas entre los años 2019 al 2021, ante lo cual se logró alcanzar el objetivo, ya que se demostró de manera fehaciente una disminución de las ventas en -4.96%, debido a la restricción e inmovilización social obligatoria impuesta por el gobierno, con la finalidad de disminuir la propagación de la Pandemia, ocasionando así, una disminución en el nivel de las ventas.
2. En base al objetivo específico: Establecer mediante información financiera, el impacto de las ventas en tiempos de COVID 19 en la rentabilidad de la empresa, se concluye que, las ventas presentan un decrecimiento de -4.96% entre los años 2020 y 2019, sobre todo por la inmovilización obligatoria, afectando sobremanera la operatividad de la empresa, y logrando un repunte significativo de 8.70% entre los años 2021 y 2020, en que se empezaron a relajar las restricciones, similar comportamiento tuvo el Costo de Ventas que presenta un decrecimiento de -3.35% entre los años 2020 y 2019, y logrando un 9.55% entre los años 2021 y 2020, pero sin lograr racionalizar debidamente estos costos, ya que superaron al incremento de las ventas, y es recién entre los años 2022 y 2021, en que el incremento tuvo un mejor manejo al haberse incrementado por debajo del aumento de las ventas.
3. Tomando como referencia el objetivo específico: Evaluar los índices de rentabilidad en tiempos de COVID 19 en la empresa, y en base a los indicadores más importantes, tenemos que, el ROE del año 2020 fue de 24.59%, inferior al año 2019 que fue de 27.62% y, en el año 2021 mejoró a

25.62%, que implicó que, la rentabilidad de los accionistas también se vea afectada. Con relación al ROA del año 2020 fue de 22.06%, inferior al año 2019 que fue de 25.20% y, 2021 que fue de 24.32%, lo que implicó que, la rentabilidad de los activos en relación con su beneficio neto también se vea afectada. De la misma manera el DuPont del 2020 ascendió a 34.91%, inferior al 2019 que fue del 39.02% y, en el 2021 se ubicó en 35.52%, es decir, que, el Margen neto en relación con la rotación de los activos totales y su apalancamiento financiero también se vieron afectados.

4.2 Recomendaciones

1. De acuerdo a los resultados obtenidos de la investigación y, en base al análisis, interpretación y evaluación de los Estados Financieros que, permitieron determinar el impacto de las ventas en tiempos de COVID 19 en la rentabilidad de la empresa Aero Gas del Norte S.A.C., se recomienda que, tenga habilitado un plan de contingencia ante una nueva crisis sanitaria o ante cualquier eventualidad como el Fenómeno del Niño o un sismo de gran magnitud, lo cual contribuirá a que su economía y sus finanzas no se vean afectadas de manera negativa, al grado de volver a suspender sus actividades como en el año 2020, así ayudará en definitiva a controlar debidamente y preventivamente sus costos y gastos en los que pueda incurrir a causa de cualquier otro tipo de fenómeno o crisis sanitaria.

REFERENCIAS

- Acosta Véliz, M., Salas Narváez, L., Jiménez Cercado, M., & Guerra Tejada, A. M. (Febrero de 2018). *La administración de ventas. Conceptos clave en el siglo XXI*. doi::10.17993/EcoOrgyCso.2017.34
- Aguilar, A. (2021). Auditoría de gestión del proceso de comercialización y distribución de combustibles de la empresa DISA S.A.”, en Ecuador, tesis de grado en la Universidad Técnica de Machala. http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/16682/1/T-6275_AGUILAR%20GALARZA%20ANGEL%20ISRAEL.pdf
- Agreda Ayen, M. (2019). *Rentabilidad de la Industria Editorial del Norte S.A., Chiclayo, 2018*. [Trabajo de investigación para obtener Grado de bachiller en Contabilidad, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio USS. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/6240>
- Aguirre Sajami, C. R., Barona Meza, C. M., y Dávila Dávila, G. (2020). La rentabilidad como herramienta para la toma de decisiones: análisis empírico en una empresa industrial. *Revista De Investigación Valor Contable*, 7(1), 50 - 64. https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_vc/article/view/1396
- Aquino Morfin, B. (12 de marzo de 2014,). *La importancia de las ventas en las empresas*. Gestipolis. <https://www.gestipolis.com/la-importancia-de-las-ventas-en-las-empresas/>
- Belmont (18 de 04 de 1979). *INFORME BELMONT: Principios éticos y normas para el desarrollo de las investigaciones que involucran a seres humanos*. U.S.A: PDR reports. Obtenido de <http://www.bioeticayderecho.ub.edu/archivos/norm/InformeBelmont.pdf>
- Bullemore-Campbell, Jorge, & Cristóbal-Fransi, Eduard. (2021). *Sales in a time of pandemic: impact of covid-19 on sales management*. *Información tecnológica*, 32(1), 199-208. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642021000100199>

- Burgos Baena, Agustín. (2017). *Teorías de la venta*. ExpertsTraining. Recuperado de: http://www.xprtraining.com/atencion_cliente/teorias_venta.html
- Camacho y Ochoa (2021). Toma de decisiones en épocas de pandemia del COVID 19, y su incidencia en la rentabilidad de las empresas prestadoras de servicio de combustible en Villa María del triunfo. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/659737/Camacho_VN.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Carrillo Flores, A. L. (2015). *Población y muestra*. UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL ESTADO DE MEXICO. <http://ri.uaemex.mx/oca/view/20.500.11799/35134/1/secme-21544.pdf>
- Carrizosa, M. (09 de septiembre del 2020). *Impactos de Pandemia por Coronavirus en la Rentabilidad de las ARL en Colombia*. FitchRatings. <https://www.fitchratings.com/research/es/insurance/impactos-de-pandemia-por-coronavirus-en-la-rentabilidad-de-las-arl-en-colombia-09-09-2020>
- Castro, R. (25 de noviembre de 2020). Importancia del sistema Dupont. <https://es.linkedin.com/pulse/importancia-del-sistema-dupont-rita-liliana-castro-becerra>
- Coronado, E., Bejarano, V., & Gonzales, J. (2015). *Análisis de estados financieros individuales y consolidados*. Madrid : UNED.
- Correa, L. y Martínez, M. (2022). *Evaluación de precios y gastos y su impacto en las ventas de combustible en el grifo Ecoferm Rancas, Pasco*. Universidad Nacional Daniel Alcides Carrión. http://45.177.23.200/bitstream/undac/2780/1/T026_71289593_T.pdf
- Cruzalegui, E. y Pérez, Y. (2019). *Diseño de controles internos para la gestión de ventas en el Grifo TOBI E.I.R.L., periodo 2017 -2018*. Tesis de grado en la Universidad Católica de Santo Toribio de Mogrovejo. https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/2282/1/TL_CruzaleguiCruzaleguiEnrique_PerezBurgosYvan.pdf

- Chilón, W. (2020). Factores de riesgo y su incidencia en la rentabilidad de micro y pequeñas empresas de Chota, Perú. *Revista CIENCIA Y TECNOLOGÍA*, 16(2), 183-192.
<https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/PGM/article/view/2900>
- Da Silva, D. (2022). Etapas del proceso de ventas. Zendesk.
<https://www.zendesk.com.mx/blog/etapas-proceso-ventas/>
- De la Cruz Francia & Julca Loza (1 de marzo de 2019). *El impacto de la toma de decisiones financieras en la rentabilidad de las empresas productoras y comercializadoras de helados artesanales, ubicadas en Lima moderna durante el 2017*. [Tesis Para optar el título profesional de: Licenciado en Contabilidad, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC.
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625762/De%20la%20Cruz_fi.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Delgado Fernández, M. (2020). *Uso del diseño de experimentos para la innovación empresarial*. *Revista De Métodos Cuantitativos Para La Economía Y La Empresa*, 29, 38–56.
<https://doi.org/10.46661/revmetodoscuanteconempresa.2450>
- Douglas da Silva, Web Content & SEO Associate, LATAM. (8 de junio de 2020). *Estrategia de ventas durante el COVID-19: 4 tips prácticos*. Obtenido de Zendesk.
<https://www.zendesk.com.mx/blog/estrategia-de-ventas-coronavirus/>
- Elizalde, L. (2019). Los estados financieros y las políticas contables. *593 Digital Publisher CEIT*, 4(5-1), 217-226. <https://doi.org/10.33386/593dp.2019.5-1.159>
- Escobar, H., Surichaqui, L., y Calvanapón, F. (2021). Controles operativos para mejorar la rentabilidad en una estación gasolinera en Chosica. *Revista Científica Visión De Futuro*, 27(1).
<https://doi.org/10.36995/j.visiondefuturo.2023.27.01.005.es>

- Fernández, J. (2021). Baja demanda de combustible en Refinería La Pampilla, Callao. Memoria anual 2020. https://www.repsol.pe/content/dam/repsol-paises/pe/pampilla/informacion-economica-y-financiera/memorias-anales/2020/Memoria%20Anual%20de%20Refiner%C3%ADa%20La%20Pampilla%202020_tcm76-212371.pdf
- Fernández de la Cigoña, J. (2021). 5 elementos fundamentales de un buen manual de ventas. Sage. <https://www.sage.com/es-es/blog/los-elementos-fundamentales-de-un-buen-manual-de-ventas/>
- Flores, J. (26 de Febrero de 2021). *Enap profundiza pérdidas en 2020 por demanda de combustibles en mínimos históricos*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2021, de La Tercera. <https://www.latercera.com/pulso/noticia/enap-profundiza-perdidas-en-2020-por-demanda-de-combustibles-en-minimos-historicos/P6P6MJBQSJEDXF3IK5HYKQUBUU/>
- Gámez Pitre, R. D., Palma Cardoso, E., & Beltrán Villalobos, L. G. (2020). Planeación y rentabilidad financiera en empresas prestadoras de servicios de bombeo electro sumergible en pdvsa, Venezuela. *Revista Innova ITFIP*, 7(1), 78-87. <https://doi.org/10.54198/innova07.05>
- Garay & Torres (2020). Estrategias de comercialización para la gestión de ventas – revisión sistemática de literatura. [Trabajo de investigación para optar grado de bachiller en administración, Universidad Privada del Norte]. Repositorio UPN. <https://hdl.handle.net/11537/26458>
- Garay, C. (27 de junio de 2020). *Técnicas e instrumentos para la recolección de datos*. 3 módulo, EVIN 300.pdf. <https://crubocas.up.ac.pa/sites/crubocas/files/202007/3%20M%C3%B3dulo%20EVIN%20300.pdf>
- Gomez, C., Benavides, Y., & Luque, W. (2022). Calidad de servicio y su efecto en la rentabilidad de las empresas de expendio de hidrocarburos. *Gestionar: Revista De Empresa Y Gobierno*, 3(2), 25–35. <https://doi.org/10.35622/j.rg.2023.02.003>

- Gonzales y Cedeño (2019). Política de inventarios para una empresa de venta de combustibles y lubricantes”, en Ecuador, tesis de grado en la Escuela Superior Politécnica del Litoral.
<https://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/48800>.
- Govea, A., Macías, R., y Oropeza, M. (2019). Rentabilidad de la industria petrolera mexicana, factores de debate sobre el presupuesto. RAN - Revista Academia & Negocios, 4(2), pp.47-60.
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3308086
- Horvath, I. (21 de junio del 2023). Las ventas de combustible se desploman por diferencias de cambio en la empresa Ancap. Revista Ámbito.
<https://www.ambito.com/uruguay/desvela-ancap-el-desplome-ventas-combustible-el-litoral-la-diferencia-cambiaría-n5750829>
- Ignacio, M. (2019). Análisis de la rentabilidad de una Estación de Servicios en Mendoza. Tesis de grado en la Universidad Nacional de Cuyo.
https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/16159/clop-fce.pdf
- Larrain (2020). *Esmax Distribución SpA y Subsidiarias Análisis Razonado de los Estados Financieros Consolidados por el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2020*. Recuperado el 23 de Septiembre de 2021, de ANALISIS_RAZONADO_4Q_2020.pdf: https://www.esmax.cl/wp-content/uploads/ANALISIS_RAZONADO_4Q_2020.pdf
- Martínez, C (2021). *Pérdidas de combustible y proceso de ventas en las empresas gasolineras del distrito San Martín de Porres*. Universidad Tecnológica del Perú.
https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/5255/C.Martinez_Tesis_Titulo_Profesional_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Masaquiza, A. (2021) *Administración de capital de trabajo y resultado financiero en las estaciones de servicio MASGAS SA. en Tungurahua “*, en la Universidad Técnica de Ambato.
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/33927/1/T5158M.pdf>

- Mendoza, I. (2021). *Estrategias de marketing para aumentar las ventas de una empresa de venta de combustibles Pixa E.I.R.L.* Universidad Alas Peruanas. https://repositorio.uap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12990/11175/12.%20T059_76142686_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Mimbela (2020). Las mermas de combustible y su incidencia en los Estados Financieros de la empresa San Sebastián Gas Station E.I.R.L., Chiclayo – 2017. Tesis de grado, Universidad Señor de Sipan. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/6836>
- Ministerio de Economía y Finanzas (2020). Balance General o Información de la Situación Financiera a una Fecha Determinada. https://www.mef.gob.pe/es/?itemid=100337&option=com_content&language=es-ES&Itemid=100808&view=article&catid=388&id=1727&lang=es-ES
- Neill, D., y Cortez, L. (2018). Proceso y fundamentos de la investigación científica. Editorial UTMACH. 1era edición. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14232/1/Cap.4-Investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20y%20cualitativa.pdf>
- Ochoa, J., y Yunkor, Y. (2019). El estudio descriptivo en la investigación científica. Acta jurídica peruana, 2(2). <http://revistas.autonoma.edu.pe/index.php/AJP/article/view/224>
- Pérez Sevilla, López Fargas & Ramírez González. (11 de marzo de 2021). *El proceso de ventas y la importancia de la fuerza de ventas para el cumplimiento de los objetivos de las empresas.* [Tesis para optar título profesional, Universidad Nacional de Nicaragua Managua] UNAN-Managua. <http://repositorio.unan.edu.ni/id/eprint/15074>
- Poma, E., & Callohuanca, E. (2019). Análisis económico-financiero y su influencia en la toma de decisiones en una empresa de prestación de servicio de combustible líquido. *Revista Innova Educación*, 1(2), 233–243. <https://doi.org/10.35622/j.rie.2019.02.009>

- Prieto, M. (2020). *Propuesta de sistema de costos, su incidencia en la rentabilidad de la Empresa Tecno Gas del Norte SAC, Chiclayo* [Tesis De Pregrado, Universidad Cesar Vallejos]. Repositorio Institucional. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/58206/Prieto_MSLSD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Quevedo, K., Martinez, Y., Ollague, J., y Tapia, N. (2020). Incidencia del fondo de maniobra en la rentabilidad de las empresas camaroneras y comerciales de la Provincia de El Oro. *593 Digital Publisher CEIT, 5(6-1), 515-527*. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.6-1.448>
- Quintos, J. (2019). *Evaluación de rentabilidad en el Grifo Ilucán EIRL, Cutervo*. Universidad Señor de Sipán. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6643/Quintos%20Villalobos%20Jos%c3%a9%20Daniel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ramírez, Y. y Salazar, S. (2019). *Impacto de las mermas en las ventas de combustible en el Grifo Perlita SAC, Lurín*. Universidad Tecnológica del Perú. https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/1847/Yeny%20Ramirez_Sulmi%20Salazar_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Reyes, D. (11 de Septiembre de 2020). *Empresas gasolineras de Lima Metropolitana registraron bajas ventas*. Gestión. <https://gestion.pe/economia/empresas/coronavirus-en-peru-el-755-de-empresas-en-lima-metropolitana-se-encuentran-operativas-inei-noticia/?ref=gesr>
- Ríos, P. (25 de junio de 2021). *Ventas. ¿Qué son las ventas?* Hubspot. <https://blog.hubspot.es/sales/que-son-las-ventas>
- Rojas, J. (2023). *Facturaciones de combustible disminuyen en 2,6% en la actualidad*. <https://www.exitosanoticias.pe/edic-imprensa/precio-combustible-baja-26-ultimos-dias-n82619>

- Seminario, A. (2020). *Financiamiento y su incidencia en la rentabilidad de las estaciones de combustible en tiempos de pandemia del COVID 19*. Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/75727/Seminario_QAL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Sígler, E. (8 de abril de 2020). Venta en gasolineras se desploma en un 40% y el sector solicita apoyo para mitigar la situación crítica. *Revista Expansión*. <https://expansion.mx/empresas/2020/04/08/las-ventas-de-combustible-caen-40-y-el-sector-pide-ayuda-para-sortear-la-crisis>
- Sigueñas, A. (2019). *Marketing mix para aumentar las ventas de combustible en la empresa El Caribe SAC, Chiclayo*. Universidad Señor de Sipán. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6274/Sig%c3%bce%c3%b1as%20Alvis%20John%20Euler.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Valera, R. (2019). *Concepto de ventas*. Numdea. <https://numdea.com/ventas.html>
- Valencia Nuñez, E. R., Caiza Pastuña, E. C., y Bedoya Jara, M. P. (2020). Decisiones de inversión y rentabilidad bajo la valoración financiera en las empresas industriales grandes de la provincia de Cotopaxi, Ecuador. *Revista Universidad Y Empresa*, 22(39). <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.8099>
- Westreicher, G. (04 de agosto de 2020). Ventas. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/ventas.html>

ANEXO 1

CARTA DE AUTORIZACION



Chiclayo, 01 de septiembre de 2021

Quien suscribe:

Sr. Cierzo Cabrera Pedro, Representante Legal De La Empresa Aero Gas Del Norte S.A.C.

AUTORIZA: Permiso para recojo de información pertinente en función de la investigación, denominado: Impacto De Las Ventas En Tiempos De Covid-19 En La Rentabilidad De La Empresa Aero Gas Del Norte En El Período 2021, Chiclayo.

Por el presente, el que suscribe, señor Cierzo Cabrera Pedro, representante legal de la empresa: Aero Gas Del Norte S.A.C, AUTORIZO a los alumnos: Ortiz Bravo Lesslye Jianeila identificada con DNI N° 78471002 y Peña Ojeda Diandry Mirely, identificado con DNI N° 73064588, estudiantes de la Escuela Profesional de Contabilidad, y autor del trabajo de investigación denominado: Impacto De Las Ventas En Tiempos De Covid-19 En La Rentabilidad De La Empresa Aero Gas Del Norte En El Período 2021, Chiclayo, al uso de dicha información que conforma el expediente técnico, así como hojas de memorias, cálculos entre otros como planos para efectos exclusivamente académicos de la elaboración de tesis enunciada líneas arriba. Asimismo, la citada autorización comprende la publicación del informe de investigación en el Repositorio Institucional de la Universidad Señor de Sipán.

Atentamente,

AERO GAS DEL NORTE SA

Pedro Cierzo Cabrera
GERENTE GENERAL

PEDRO CIERZO CABRERA

DNI:08448806

GERENTE GENERAL

AERO GAS DEL NORTE S.A.C

Anexo 2



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
RESOLUCIÓN N° 1055-FACEM-USS-2021

Chiclayo, 01 de diciembre de 2021.

VISTO:

El Oficio N°0524-2021/FACEM-DC-USS, de fecha 30 de noviembre de 2021, presentado por el Director de la EAP de Contabilidad y proveído de la Decana de FACEM, de fecha 30/11/2021, donde solicita la aprobación de los Proyectos de Investigación, de los estudiantes del Curso Investigación I – IX ciclo - período académico 2021-II, de la EAP de Contabilidad, a cargo de la Mg. Rocío Liliana Zevallos Aquino, y;

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con la Ley Universitaria N° 30220 en su artículo 45° que a la letra dice: Obtención de grados y títulos: La obtención de grados y títulos se realizará de acuerdo a las exigencias académicas que cada universidad establezca en sus respectivas normas internas. Los requisitos mínimos son los siguientes: 45.1 Grado de Bachiller: requiere haber aprobado los estudios de pregrado, así como la aprobación de un trabajo de investigación y el conocimiento de un idioma extranjero, de preferencia inglés o lengua nativa.

Que, según Art. 21° del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Señor de Sipán, aprobado con Resolución de Directorio N°086-2020/PD-USS de fecha 13 de mayo de 2020, indica que los temas de trabajo de investigación, trabajo académico y tesis son aprobados por el Comité de Investigación y derivados a la facultad, para la emisión de la resolución respectiva. **El periodo de vigencia de los mismos será de dos años, a partir de su aprobación.**

Estando a lo expuesto y en uso de las atribuciones conferidas y de conformidad con las normas y reglamentos vigentes;

SE RESUELVE

ARTICULO ÚNICO: APROBAR el Proyectos de Investigación, de los estudiantes del Curso de Investigación I – IX ciclo, período 2021-II, a cargo de la Mg. Rocío Liliana Zevallos Aquino, de la Escuela Profesional de Contabilidad, según se indica en cuadro adjunto.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE



Dra. Fiorella Giannina Molinelli Aristondo
Decana (e)
Facultad de Ciencias Empresariales



Mg. Liset Sugelly Silva Gonzales
Secretaria Académica
Facultad de Ciencias Empresariales

Cc.: Escuela, Archivo

ADMISIÓN E INFORMES
074 481632 - 074 481632
CAMPUS USS
Km. 5, carretera a Pimentel
Chiclayo, Perú

www.uss.edu.pe

Anexo 3



ACTA DE SEGUNDO CONTROL DE ORIGINALIDAD DE LA INVESTIGACION

Yo, **EDGARD CHAPOÑAN RAMIREZ**, Coordinador de Investigación y Responsabilidad Social de la Escuela Profesional de contabilidad he realizado el segundo control de originalidad de la investigación, el mismo que está dentro de los porcentajes establecido para el nivel de pregrado según la Directiva de similitud vigente de USS; además certifico que la versión que hace entrega es la versión final del informe titulado **IMPACTO DE LAS VENTAS EN TIEMPOS DE COVID-19 EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA AERO GAS DEL NORTE S.A.C., CHICLAYO 2021** Elaborado por el estudiante (s) **ORTIZ BRAVO LESSLYE JIANEILA Y PEÑA OJEDA DIANDRY MIRELY**

Se deja constancia que la investigación antes indicada tiene un índice de similitud del **18%** verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el software de similitud **TURNITIN**

Por lo que se concluye que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con lo establecido en la directiva sobre el nivel de similitud de productos acreditables de investigación vigente.

Pimentel, 19 de septiembre de 2023



Mg. Chapoñan Ramirez Edgard
DNI N° 43068346
Mg. Chapoñan Ramirez Edgard
DNI N° 43068346

Anexo 4.

Reporte de similitud

NOMBRE DEL TRABAJO

TESIS

AUTOR

Ortiz Bravo & Peña Ojeda

RECuento DE PALABRAS

23873 Words

RECuento DE CARACTERES

126127 Characters

RECuento DE PÁGINAS

97 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

441.5KB

FECHA DE ENTREGA

Sep 19, 2023 2:45 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Sep 19, 2023 2:46 PM GMT-5

● **18% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 17% Base de datos de Internet
- 3% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref
- 9% Base de datos de trabajos entregados

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)

Anexo 6



FORMATO Nº T1-VRI-USS AUTORIZACIÓN DE AUTORES (LICENCIA DE USO)

Pimental, 17 de noviembre de 2023

Señores
Vicerrectorado de Investigación
Universidad Señor de Sipán
Presente. -

EL suscrito:
Por ORTIZ BRAVO LESSLYE JIANEILA, con DNI 76471002 y PEÑA OJEDA DIANDRY MIRELY, con DNI 73074588

En nuestra calidad de autores exclusivos del trabajo de grado titulado: **IMPACTO DE LAS VENTAS EN TIEMPOS DE COVID-19 EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA AERO GAS DEL NORTE S.A.C., CHICLAYO 2021**, presentado y aprobado en el año 2023 como requisito para optar el título de **CONTADOR PUBLICO**, de la Facultad de Ciencias empresariales, Programa Académico de **CONTABILIDAD**, por medio del presente escrito autorizamos al Vicerrectorado de investigación de la Universidad Señor de Sipán para que, en desarrollo de la presente licencia de uso total, pueda ejercer sobre nuestro trabajo y muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad representado en este trabajo de grado, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo de grado a través del Repositorio Institucional en el portal web del Repositorio Institucional – <http://repositorio.uss.edu.pe>, así como de las redes de información del país y del exterior.

Se permite la consulta, reproducción parcial, total o cambio de formato con fines de conservación, a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de investigación y a su autor.

De conformidad con la ley sobre el derecho de autor decreto legislativo Nº 822. En efecto, la Universidad Señor de Sipán está en la obligación de respetar los derechos de autor, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

APELLIDOS Y NOMBRES	NÚMERO DE DOCUMENTO DE IDENTIDAD	FIRMA
ORTIZ BRAVO LESSLYE JIANEILA	76471002	
PEÑA OJEDA DIANDRY MIRELY	73074588	

Anexo 7

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
<p align="center">PROBLEMA GENERAL</p> <p>¿En qué medida las ventas en tiempos de COVID 19 impactan en la rentabilidad de la empresa Aero Gas del Norte en el periodo 2021, Chiclayo?</p>	<p align="center">OBJETIVO GENERAL</p> <p>Determinar en qué medida las ventas en tiempos de COVID-19 impactan en la rentabilidad de la empresa Aero Gas del Norte en el periodo 2021, Chiclayo.</p> <p align="center">OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>Analizar el nivel de ventas en tiempos de COVID 19 en la empresa Aero Gas del Norte en el periodo</p>	<p align="center">HIPÓTESIS GENERAL</p> <p>H1: Las ventas en tiempos de COVID-19 impactan de manera significativa en la rentabilidad de la Empresa Aero Gas del Norte en el período 2021, Chiclayo.</p> <p>H0: Las ventas en tiempos de COVID-19 no impactan de manera significativa en la rentabilidad de la Empresa Aero Gas del</p>	<p>VENTAS:</p>	<p>Elementos de un proceso efectivo de ventas.</p> <p>Estrategias de ventas en tiempo de COVID.</p> <p>Importancia de las ventas.</p>	<p>Actividades previas.</p> <p>Captación de clientes.</p> <p>Actividades postventa.</p> <p>Innovar y adaptar</p> <p>Comunicar activamente.</p> <p>Nuevos Hábitos de consumo.</p> <p>Relación de confianza.</p> <p>Generar fondos.</p> <p>Evitar quiebras o cierres.</p> <p>Motor económico de las empresas.</p>	<p>Entrevista / Guía de entrevista.</p>

	<p>2021, Chiclayo.</p> <p>Establecer mediante información financiera, el impacto de las ventas en tiempos de COVID 19 en la rentabilidad de la empresa Aero Gas del Norte.</p> <p>Evaluar los índices de rentabilidad en tiempos de COVID 19 en la empresa Aero Gas del Norte en el periodo 2021, Chiclayo.</p>	<p>Norte en el período 2021, Chiclayo.</p>	<p>RENTABILIDAD:</p>	<p>Rentabilidad sobre activos (ROA)</p> <p>Rentabilidad del patrimonio (ROE)</p> <p>Rentabilidad sobre las ventas.</p>	<p>Capacidad de activos para generar valor.</p> <p>Beneficios por cada moneda invertida.</p> <p>Rendimiento de una inversión.</p> <p>Rentabilidad de los fondos propios.</p> <p>Margen bruto sobre ventas.</p> <p>Ventas descontadas del costo de ventas.</p> <p>Integra varios indicadores de rentabilidad</p>	<p>Análisis documental / Guía de análisis documental.</p> <p>Entrevista / Guía de entrevista</p> <p>Análisis documental / Guía de análisis documental</p>
--	---	--	-----------------------------	--	---	---

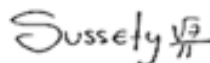
JUICIO DE EXPERTOS

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Yo, EVELING SUSSETY BALCAZAR PAIVA. Magister en Contabilidad, Docente adscrito a la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Señor de Sipán, he leído y validado el Instrumento de Recolección de datos (ANALISIS DOCUMENTAL) elaborado por: Peña Ojeda Diandry Mirely e Ortiz Bravo Lesslye Jianeila, estudiantes de la facultad de Ciencias Empresariales, de la escuela de contabilidad, para el desarrollo de la investigación titulada: "IMPACTO DE LAS VENTAS EN TIEMPOS DE COVID-19 EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA AERO GAS DEL NORTE S.AC. CHICLAYO 2021"

C E R T I F I C O: Que es válido y confiable en cuanto a la estructuración, contenido y redacción de los ítems.

Chiclayo, 05 de diciembre del 2021



Mg. EVELING SUSSETY BALCAZAR PAIVA
JUEZ - EXPERTO

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Yo, Edgard Chapañan Ramírez , Magister en ADMINISTRACION Y MARKETING, Docente adscrito a la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Señor de Sipán, he leído y validado el Instrumento de Recolección de datos (ANALISIS DOCUMENTAL) elaborado por: Peña Ojeda Diandry Mirely e Ortiz Bravo Lesslye Jianeila, estudiantes de la facultad de Ciencias Empresariales, de la escuela de contabilidad, para el desarrollo de la investigación titulada: "IMPACTO DE LAS VENTAS EN TIEMPOS DE COVID-19 EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA AERO GAS DEL NORTE S.A.C. CHICLAYO 2021"

C E R T I F I C O: Que es válido y confiable en cuanto a la estructuración, contenido y redacción de los ítems.

Chiclayo, 30 de noviembre del 2021

Atentamente,



Mg. Chapañan Ramírez Edgard
DNI N° 42068348

JUEZ - EXPERTO

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Yo, RICARDO FRANCISCO ANTONIO MENDO OTERO. Magister en Contabilidad, Docente adscrito a la Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Señor de Sipán, he leído y validado el Instrumento de Recolección de datos (ANALISIS DOCUMENTAL) elaborado por: Peña Ojeda Diandry Mirely e Ortiz Bravo Lesslye Jianeila, estudiantes de la facultad de Ciencias Empresariales, de la escuela de contabilidad, para el desarrollo de la investigación titulada:

CERTIFICO: Que es válido y confiable en cuanto a la estructuración, contenido y redacción de los ítems.

Chiclayo, 05 de diciembre del 2021

Mg. RICARDO FRANCISCO MENDO OTERO







NOMBRE DEL TRABAJO

TESIS

AUTOR

Ortiz Bravo & Peña Ojeda

RECUENTO DE PALABRAS

23873 Words

RECUENTO DE CARACTERES

126127 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

97 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

441.5KB

FECHA DE ENTREGA

Sep 19, 2023 2:45 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Sep 19, 2023 2:46 PM GMT-5**● 18% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 17% Base de datos de Internet
- 3% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref
- 9% Base de datos de trabajos entregados

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)