



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD**

La rentabilidad sobre las ventas netas de la empresa Cartavio S.A.A,  
período 2016-2020

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
Contador Público**

**AUTORES:**

Miranda Yauri, Mirella Bright (ORCID: 0000-0002-1623-291X)

Rivas Carrasco, Vanesa Pierina (ORCID: 0000-0002-9043-531X)

**ASESOR:**

Dr. Espinoza Cruz, Manuel Alberto (ORCID: 0000-0001-8694-8844)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Finanzas

**LIMA — PERÚ**

2021

Dedico la tesis a mi familia en especial a mi abuela Mariana y hermana Rocio, Son mi ejemplo a seguir, también la razón de cada motivación, compañía en cada logro y derrota, por su gran amor incondicional y por su paciencia.

Mirella Brighit Miranda Yauri

Dedico esta tesis a mis progenitores Lorenzo y Marlene, a mi compañero de vida José Luis y mi pequeña hija Valerie Antonella, ellos son quienes me motivan a seguir adelante, esforzarme mucho más para lograr cada meta trazada.

Vanesa Pierina Rivas Carrasco,

Agradezco a Dios, por guiarme, bendecirme, por darme las fuerzas necesarias de seguir mis metas, el objetivo que estoy cumpliendo en mi vida profesional, por bendecirme con personas buenas en mi vida, bendecirme con mi familia, ser su gran logro y alegría y a esta Universidad por permitirme lograr uno de mis sueños y ser parte de ella.

Mirella Brigit Miranda Yauri

Agradezco principalmente a Dios por hacerme posible llegar a este punto de mi vida en la que estoy cumpliendo un sueño tan anhelado que es culminar la carrera profesional de contabilidad, agradecer a toda mi familia, en especial a mi esposo por ser parte de este proyecto en mi vida, por su apoyo y motivación constante.

Vanesa Pierina Rivas Carrasco

Resumen.....	5
Abstract.....	6
I. INTRODUCCIÓN.....	7
II. MARCO TEÓRICO.....	10
III. METODOLOGÍA.....	15
3.1. Tipo y diseño de investigación.....	15
3.2. Variables y operacionalización.....	15
3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis.....	16
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	17
3.5. Procedimientos.....	17
3.6. Método de análisis de datos.....	18
3.7. Aspectos éticos.....	18
IV. RESULTADOS.....	19
V. DISCUSIÓN.....	22
VI. CONCLUSIONES.....	24
VII. RECOMENDACIONES.....	25
REFERENCIAS.....	26
ANEXOS.....	29

## Resumen

Esta investigación es de análisis documental lo cual nos permitió obtener información de los estados financieros correspondientes a la empresa Cartavio S.A.A. obtenida en la Superintendencia de Mercado y Valores lo cual contribuyó a conocer datos precisos de la rentabilidad de las ventas netas definida como el rendimiento o beneficio a corto plazo ya que gira entorno a los ingresos por las ventas netas. Para la elaboración de este trabajo de investigación se consideró dos dimensiones la utilidad neta que está definida como la ganancia de una empresa y se ve reflejada en los estados de resultados, y las ventas netas que da origen a los ingresos monetarios de una empresa.

El tipo de investigación es aplicada ya que incluye tecnología innovadora, es de diseño no experimental porque analiza el entorno original, es tipo de descripción simple, con variable cuantitativa, de corte longitudinal, y su método de análisis es analítico ya que se realizó un estudio mediante la observación y un análisis preciso de las teorías contables de tal manera que pueda generar nuevos conocimientos.

Se utilizó conocimientos de terceros los cuales contribuyeron a la elaboración de esta tesis siendo contemplados mediante sus citas.

Finalmente con el análisis de la rentabilidad sobre las ventas netas, evaluamos su desempeño, los aspectos económicos y financieros por tal recomendamos nuevas estrategias para mejorar la gestión presupuestaria y de esta manera mantener un equilibrio en las ventas. Esto conllevaría que la ejecución del presupuesto tenga un impacto positivo en el desempeño económico de la empresa Cartavio S.A.A., permitiendo a la empresa gestionar sus gastos.

**Palabras clave:** Rentabilidad de las ventas netas, utilidad neta y ventas netas.

## Abstract

This investigation is of documentary analysis which allowed us to obtain information from the financial statements corresponding to the company Cartavio S.A.A. obtained in the Superintendency of Markets and Securities which contributed to knowing precise data of the profitability of net sales defined as the yield or short-term profit since it revolves around income from net sales. For the preparation of this research work, two dimensions were considered: the net profit that is defined as the profit of a company and is reflected in the income statements, and the net sales that give rise to the monetary income of a company.

The type of research is applied since it includes innovative technology, it is of non-experimental design because it analyzes the original environment, it is a type of simple description, with a quantitative variable, of longitudinal cut, and its method of analysis is analytical since a study was carried out through observation and accurate analysis of accounting theories in such a way that it can generate new knowledge.

Knowledge of third parties was used which contributed to the elaboration of this thesis, being contemplated through their citations.

Finally, with the analysis of profitability on net sales, we evaluate its performance, economic and financial aspects, therefore we recommend new strategies to improve budget management and thus maintain a balance in sales. This would entail that the execution of the budget has a positive impact on the economic performance of the company Cartavio S.A.A., allowing the company to manage its expenses.

**Keywords:** Profitability of net sales, net profit and net sales.

## I. INTRODUCCIÓN

Realidad problemática: Es la utilidad que se genera por las ventas de una empresa, esta se mide de acuerdo a sus ganancias es mayor o menor que sus salidas de dinero. La rentabilidad nos quiere decir que cuando una empresa produce buenas ventas, seguirá laborando por las ganancias que se obtiene y es fundamental que toda empresa realice un constante estudio de análisis de rentabilidad para evitar problemas a futuros.

En esta investigación se estará realizando una evaluación de los estados financieros de Cartavio S.A.A. Durante el periodo 2016 al 2020, el cual nos permitirá conocer y evaluar la rentabilidad de las ventas, los datos con los que trabajaremos este tema de investigación es proporcionado por la Superintendencia del Mercado de Valores.

La rentabilidad está contemplada como la técnica que tiene una entidad para producir ganancias, es fundamental para que las empresas midan la relación que hay entre las ventas y el costo de preparación del servicio o producción vendida. (Komiya, 2019)

El estado de resultados es parte de los estados financieros que nos presenta la ganancia o pérdida de una empresa. (Guerrero & Galindo, 2014)

También nombrado estado de ganancias y pérdidas, la cual se va demostrar detalladamente como se obtuvo el resultado de sus operaciones y si fue eficaz el personal de su empresa.

La rentabilidad es un servicio obtenido de una inversión y que mide la capacidad de obtener ventas en su actividad empresarial.

Según (Lawrence, 1992) la rentabilidad se relaciona con las ventas, el capital y los activos desde la perspectiva financiera.

Según (Baca, 1987), la rentabilidad es la pequeña ganancia que un sujeto o negocio tiene en mente, sobre la capacidad de inversión en un proyecto o entidad, desde la perspectiva de una inversión de capital.

La rentabilidad de las ventas nos permite conocer las utilidades después de los impuestos de una empresa, si el margen de utilidad esta sobre el margen promedio significa que hay una mayor rentabilidad en las ventas. (VAN HORNE, 2002, 146)

La presente investigación titulada “La rentabilidad sobre las ventas de la empresa Cartavio S.A.A, 2016 - 2020” es un tema de suma importancia ya que tiene como propósito mostrar el nivel de rentabilidad de las ventas, de tal manera proponer mejoras en la situación financiera y económica.

La rentabilidad permite conocer las fortalezas de la empresa y a la vez sus debilidades en la situación financiera, de esta manera poder realizar recomendaciones que contribuyan a una mejor toma de decisiones, una optimización de recursos, de tiempo y una buena solvencia para afrontar lo no previsto.

**Planteamiento del problema general:**

PG = ¿Cuál es la situación de la rentabilidad de las ventas netas en la empresa Cartavio S.A.A., período 2016-2020?

**Problemas específicos:**

PE1 = ¿Cuál es la situación de utilidad neta en la empresa Cartavio S.A.A.?, período 2016-2020?

PE2 = ¿Cuál es la situación de las ventas netas en la empresa Cartavio S.A.A.?, período 2016-2020?

**JUSTIFICACIÓN**

La presente investigación está desarrollada con información básica, elaborada con interpretaciones fácilmente de comprender. Con esta investigación se busca tener conocimientos claros respecto a la rentabilidad de las ventas del sector agroindustrial y a la vez determinar los indicadores rentables. La información obtenida se muestra mediante un análisis documental que nos permitirá tomar acciones futuras.



## **OBJETIVOS**

OG = Analizar la rentabilidad de las ventas netas en la empresa Cartavio S.A.A., período 2016-2020.

OE1 = Analizar la situación de la utilidad en la empresa Cartavio S.A.A., período 2016-2020

OE2 = Analizar la situación de las ventas netas en la empresa Cartavio S.A.A., período 2016-2020

## II. MARCO TEÓRICO

**Antecedentes nacionales:** En el ámbito nacional tenemos a Santa Cruz (2019), con su tesis sustentada en Trujillo. Se establece como objetivo principal implementar un método estratégico que incremente la productividad de la situación financiera de la entidad.

Su método de análisis constituye un marco importante en el cual el autor empleó una evaluación de estados financieros, y a la vez el desarrollo de una encuesta a los participantes del comité de la empresa en el cual se obtuvo el resultado que la rentabilidad sobre las ventas llega a un 2.5%, lo que demuestra que se gana 0.25 céntimos por cada sol invertido. Se concluyó incorporar un planeamiento estratégico que incremente la rentabilidad y a su vez un crecimiento positivo en el mercado mediante estrategias enfocadas, incremento de ventas, mejorar costos y reducción de deudas.

De la misma manera tenemos a Villanueva (2018), con su tesis presentada en la ciudad de Ayacucho. Su principal objetivo es aumentar la utilidad de las empresas comercializadoras de palta.

Su método de investigación fue el descriptivo simple ya que sus variables son precio y rentabilidad sobre las ventas. Usaron como método de recopilación de datos una encuesta, con el resultado concluyeron que el precio fue un factor de suma importancia en su empresa la cual buscaba aumentar la rentabilidad sobre las ventas.

Cubas y Solano (2019), tesis basada en el control interno de un restaurante en Miraflores, su finalidad es aplicar los ratios de rentabilidad de las ventas para determinar la productividad económica. Se mencionó que la mayoría de los problemas financieros en este rubro se relaciona con un mal manejo administrativo se determinó aplicar en la zona de ingresos y producción el control interno para de esta manera incrementar la rentabilidad de las ventas.

Según su método de investigación incrementar la productividad va depender de tener un personal capacitado, calidad de trabajo y dar soluciones rápidas a los problemas. La aplicación se da mediante la investigación no experimental.

Alarcon y Coba (2020), con su tesis presentada en Lima. Tiene como finalidad analizar el control interno de una empresa que brinda servicios en geotecnia que viene a ser proyectos civiles como ferrocarriles, puertos, urbanizaciones, carreteras.

Para obtener información precisa de las cuentas por cobrar comerciales se realizó una encuesta de 9 preguntas relacionadas con la actividad de control interno y evaluación de riesgos. Se determinó incrementar un mayor control interno y aplicarlo en el área de cobranza para obtener una mejora en la rentabilidad y mayor liquidez.

Chicchon (2015), con su tesis elaborada para ser contador público. Tuvo como tema principal establecer la rentabilidad de las ventas de un negocio o entidad orientada a la venta de productos como cosméticos, chocolates, perfumes, licores. Este tipo de tiendas usualmente están ubicadas dentro de los aeropuertos por tal tiene como objetivos principales conocer de qué manera los cobros de los productos afectan a las ventas y de qué manera el intercambio de distintos tipos de monedas y tarjetas bancarias de crédito afecta a las ventas.

Celso y Carrascal (2018), con su tesis basada en una cadena de suministros en Trujillo. Empresa dedicada a la venta de electrodomésticos, los autores establecen como objetivo principal utilizar 3 métodos de análisis (causa - efecto, FODA, herramientas 5s), se tuvo como participación a todo el apoyo logístico y jefes de almacén de todas las tiendas de la región, sumando un total de 40 trabajadores.

Se determinó reforzar el área de abastecimiento, realizar una correcta logística para un adecuado abastecimiento, almacenamiento y distribución a la vez habilitar un almacén en la tienda, lo cual permitirá disminuir costos,

También se marca como objetivo capacitación constante al personal, identificar productos en buen estado, limpieza en el área, mantener la disciplina.

**Antecedentes internacionales:** Espinoza (2020), con su tesis elaborada en Ecuador. En su trabajo sobre la empresa Becromal S.A, dedicada al cultivo de soya, arroz y construcción de viviendas.

Su estudio tenía la finalidad de hacer un análisis de los estados financieros para conocer como ha influido en la rentabilidad de las ventas y así conocer los periodos 2018, 2019 y como influyo en la toma de decisiones de los propietarios, por tal se utilizó la aplicación de ratios financieros que permitieron conocer el rendimiento de las ventas, activos y capital.

De igual manera Buruhan (2020), establece como objetivo principal detectar la afectación que ocurrió en la empresa tras la pandemia por covid-19.

Se utilizó la metodología de investigación exploratoria para la empresa dedicada a la venta de electrodomésticos, colchones y muebles. Se estableció comparaciones y se aplicó ratios a los periodos 2019 y al primer semestre del año 2020.

Mayorga (2021), establece determinar la rentabilidad de las ventas de la empresa comercializadora de vidrios, aluminio, instalación de puertas y mamparas.

Su investigación se basa en analizar los estados financieros y distingue los factores que influyen en el análisis de la rentabilidad de las ventas, para lo cual determinaron que la empresa carece de un plan de ventas, no realizan medición de productividad. Su objetivo principal es generar un análisis de rentabilidad de las ventas de manera frecuente.

Reinoso (2020), con su tesis basada en una empresa con rubro de venta de muebles, motocicletas, audio y accesorios tecnológicos. La elaboración de este trabajo de investigación determinó aplicar ratios de rentabilidad para conocer la situación real del área de ventas por internet y a la vez una entrevista con el supervisor de la empresa.

Se concluye que el nivel de ventas por internet ha disminuido debido a la elevada competencia en la localidad de Babahoyo por tal la rentabilidad de la empresa también. Se propone incrementar promociones que atraigan nuevos clientes.

Bravo, Salazar, Muro y Arciniega (2016), la rentabilidad es de característica principal para el desarrollo de la economía, con esta se puede hacer toma de decisiones y diseño de políticas.

La rentabilidad es un componente crucial de la eficiencia económica. Es una condición que debe cumplirse para maximizar la producción.

Compan y Yáñez (2019), es la utilidad que se espera lograr para sentirse contribuidos con su inversión en el caso de los inversionistas.

Lizcano y Castello (2004), el rendimiento considerado como la habilidad de una entidad para producir ganancias, tomando como punto de partida las inversiones realizadas.

Izquierdo (2016), las ventajas que se produce en una empresa como aprovechamiento de la economía cuando su rentabilidad es positiva, desarrolla que tenga un mayor poder de negociación con sus proveedores y clientes.

Las empresas puedan crecer les permite ofrecer ventajas competitivas a sus clientes y empleados. Esto se puede lograr mediante el uso de la economía en escala, la negociación con sus proveedores y la subcontratación de determinadas actividades.

Steffens, Davidsson y Fitzsimmons (2009), la segunda posibilidad es que el rápido crecimiento de la empresa lleve a una expansión excesiva, lo que puede reducir su rentabilidad. Esto puede crear dificultades de gestión y hacer que la organización sea más compleja.

Molina y Carrasco (2011), se busca aprovechar las oportunidades que presentan otros países para obtener una buena rentabilidad.

Lara Mateos (2012), la viticultura argentina aún se encuentra en su etapa de expansión, lo que genera una demanda creciente de sus productos. Lamentablemente, muchos nuevos inversores no tienen en cuenta la rentabilidad que podrían tener si planificaran correctamente.

Valero y Cortijo (2013), el análisis de rentabilidad es un componente crucial en un análisis empresarial ya que proporciona una visión cuantitativa de los estados financieros de una empresa.

La utilidad en una entidad nos indica si el rubro del negocio es factible de acuerdo con las metas establecidas por la organización. Wheelen Y Hunger (2007).

### **Rentabilidad de las ventas (variable)**

Se utiliza para medir el rendimiento, esta se da mediante el margen de ganancias que se genera al finalizar cada año, tiene como indicadores a las ventas y costo de ventas. (Gutiérrez, 2006).

La rentabilidad sobre las ventas es un beneficio a corto plazo ya que gira entorno a los ingresos por ventas netas. (De Pablo, 2010).

### **Utilidad neta (dimensión 1)**

La utilidad neta nos ayuda a conocer la ganancia de una entidad. La utilidad neta determina el trabajo operativo y esta se usa luego de considerar los gastos operacionales e impuestos. (Ehrhardt y Brigham, 2007).

La utilidad neta se obtiene de la resta de los gastos financieros en un periodo de dos años de una empresa, y esta se ve reflejada en el estado de resultados.

### **Ventas netas (dimensión 2)**

Las ventas concretan la relación del consumidor con la empresa, se genera confianza con lo cual se puede conocer las necesidades del cliente y el gasto que genera la entidad para la producción. (Morillo, 2007).

Las ventas dan origen a los ingresos monetarios de una empresa, donde se realiza la venta de activos entre otros, según Bustamante los ingresos son íntegros sin consideran gastos financieros ni operativos. (Bustamante, 2011).

### III. METODOLOGIA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

**Tipo de investigación:** Investigación aplicada, tiene como finalidad incluir una tecnología innovadora, tomando como punto de partida los conocimientos obtenidos mediante una investigación estratégica. Se caracteriza por que puede ser utilizada en cualquier lugar.

Se utilizó los conocimientos contables para la aplicación en la rentabilidad de la empresa Cartavio (Tam, Vera y Oliveros, 2008, p, 147).

Su propósito se basa en la realidad de la empresa, ya que tiende a resolver problemas aplicando análisis (Landeau, 2007, p, 55).

#### **Diseño de investigación:**

**Diseño de investigación:** Diseño no experimental, en este método de investigación se analiza el entorno original ya que no se puede utilizar datos libremente. Es de tipo descriptivo simple con una variable cuantitativa, de corte longitudinal porque se recopilieron datos de varios periodos. (Tam, Vera y Oliveros, 2008, p, 149).

Se aplica la recolección de información para experimentar hipótesis, con la finalidad de probar teorías y establecer un patrón de comportamiento. (Hernández, 2004, p, 4).

#### 3.2. Variables y operacionalización

**Se detalla en el anexo N°1 la matriz de operacionalización de variables.**

**Variable:** Rentabilidad de las ventas netas

**Definición:** Según Romero y Granados (2012), está definida como la ganancia obtenida por una inversión generada, la cual nos señala que es el beneficio obtenido en una empresa por la venta de su mercancía descontando el costo de su elaboración. (p.157).

Según Cerchiaro (2017), señala que el punto de inicio se da en el estado de resultados en el cual se visualiza la utilidad operativa y los gastos financieros, lo cual permite un correcto análisis para determinar la rentabilidad de las ventas.

**Dimensiones:**

- Utilidad neta
- Ventas netas

### **3.3. Población, muestra y muestreo**

■ **Población:**

Según Arias (2006), La población es un grupo de personas con características comunes. Sus objetivos están determinados por sus objetivos de aprendizaje y el problema en cuestión. Este agregado consta de los estados financieros de Cartavio S.A.A recopilados por el director del mercado de valores.

Según Chávez (2007), el universo de la investigación parte de la población y con este se propone ampliar resultados, el cual va permitir identificar a los individuos unos de otros.

**Muestra:**

Una muestra es una parte seleccionada de la población en la que se mide la variable. Bernal (2006).

Es un subconjunto de elementos que en conjunto se llama población, en extracto es una parte de un grupo de la población. Hernández (2014).

La muestra está constituida por los estados financieros de la empresa Cartavio S.A.A de los periodos 2016 – 2020.



- **Muestreo:**

Cualitativo, intencional o también llamado por conveniencia. Según Cuesta (2009), está definido como la probabilidad que tienen todos los individuos seleccionados para ser parte de una muestra.

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

- **Técnicas de recolección de datos:**

Es de análisis documental, el cual nos brinda datos precisos sobre un tema a investigar. Según Arias (2006), son procedimientos utilizados con la finalidad de obtener información relacionada con los objetivos del tema de investigación, estos son documentos visuales, sonoros o escritos y en la actualidad se obtienen en internet

**Instrumentos de recolección de datos:**

Es la guía de análisis documental que consistió en una relación de instrucciones que nos ayudan a obtener información de los respectivos estados financieros correspondientes a la empresa Cartavio obtenida en la Superintendencia de Mercado y Valores que es la fuente secundaria de información. Arias (2012), indica que el análisis documental ayudó a enfatizar las conclusiones a través del análisis de información y expresión.

### **3.5. Procedimientos**

El método desarrollado se comenzó con el estudio de los estados financieros y de cuentas contables de la empresa, se localizó el problema general de investigación, seguidamente se aplicó el instrumento, mencionada como la guía de análisis documental, posteriormente se analizó los datos obtenidos, de fuente secundaria, para mostrar resultados teniendo en cuenta los objetivos de investigación. Para finalizar se propuso sugerencias del asunto y a la vez sus conclusiones.

### **3.6. Método de análisis de datos**

Es de método analítico, en el presente trabajo se realizó un estudio mediante la observación y un examen detallado de las teorías contables para conocer su contenido a nivel descriptivo, comprender sus hechos y a la vez así generar nuevos conocimientos para la aplicación de conceptos. Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), el procedimiento analítico se muestra llevando a cabo un estudio de todo, separando en recursos para lograr examinar los principios del asunto de análisis.

### **3.7. Aspectos éticos**

El presente asunto de averiguación se desarrolló implementando conocimientos de terceros, los cuales son contemplados por medio de sus citas, se aporta además un estudio propio que emergen desde la indagación y aplicación de teorías en el trabajo de campo. Se busca brindar información académica a futuros expertos.

## IV. RESULTADOS

Los resultados de la presente investigación llamada la rentabilidad sobre las ventas netas de la empresa Cartavio S.A.A, período 2016-2020, se desarrolló teniendo en cuenta los objetivos tratados en este estudio.

### 4.1. Análisis de la utilidad neta

**Tabla 1**

*Resultados de la utilidad neta en la empresa Cartavio S.A.A., período 2016-2020.*

Composición del Indicador 1 de la Dimensión 1	2016 (000)		2017 (000)		2018 (000)		2019 (000)		2020 (000)	
	S/.	%	S/.	%	S/.	%	S/.	%	S/.	%
Total ingresos	90,014	100%	12,697	100%	17,581	100%	45,312	100%	89,443	100%
Total gastos	25,370	28%	2,762	22%	2,177	12%	9,886	22%	9,889	11%
Utilidad neta	64,644	72%	9,935	78%	15,404	88%	35,426	78%	79,544	89%

*Nota.* Datos tomados de la SMV (2016 - 2020)

Los resultados representan el total de utilidad neta en la empresa Cartavio, correspondientes a los ejercicios 2016, 2017, 2018, 2019, 2020 los resultados de los montos han sido obtenidos mediante la aplicación del total de ingresos menos el total de gastos, dando como utilidad neta en el 2016 S/64, 644,000 en el 2017 S/9, 935,000 en el 2018 S/.15, 404,000 en el 2019 S/35, 426,000 y en el 2020 S/79, 544,000

El total de ingresos percibidos por la empresa Cartavio tuvo un mayor incremento en el año 2016 siendo este de S/90, 014,000 y una disminución notable en los periodos 2017 y 2018 los cuales fueron S/12, 697,000 y S/17, 581,000 respectivamente. La diferencia del total de ingresos del periodo 2016 al 2020 tuvo una disminución de S/571,000.

En el total de gastos podemos notar que hubo una mayor salida de dinero en el año 2016 siendo este S/25, 370,000 también podemos visualizar que desde el 2016 al 2020 hubo una menor salida de gastos dando como diferencia de S/15, 481,000.

Respecto a la utilidad neta podemos visualizar que desde el periodo 2016 al 2020 hubo un incremento en la utilidad de S/14, 900,000 siendo el 2020 comparado con los otros periodos uno de los que percibió mayor ganancia.

#### 4.2. Análisis de las ventas netas

**Tabla 2**

*Resultados de las ventas netas de la empresa Cartavio S.A.A., período 2016-2020.*

Composición del Indicador 1 de la Dimensión 2	2016 (000)		2017 (000)		2018 (000)		2019 (000)		2020 (000)	
	S/.	%	S/.	%	S/.	%	S/.	%	S/.	%
Utilidad bruta	49,413	13%	4,041	1%	35,698	14%	67,340	21%	102,671	31%
costo de ventas	327,909	87%	267,248	99%	224,044	86%	251,785	79%	233,001	69%
Ventas netas	377,322	100%	271,289	100%	259,742	100%	319,125	100%	335,672	100%

Nota. Datos tomados de la SMV (2016 - 2020)

El resultado de las ventas netas de la empresa Cartavio desde el año 2016 al 2020 se representan con los siguientes montos en el 2016 S/377, 322,000 en el 2017 S/271, 289,000 en el 2018 S/259, 742,000 en el 2019 S/319, 125,000 y en el 2020 S/335,672, los cuales han sido obtenidos mediante la aplicación sumatoria de la utilidad bruta y el costo de ventas, se puede visualizar que la menor ganancia bruta obtenida fue en el periodo 2017 que fue de S/ 4, 041,000 que equivale al 1% y la mayor fue en el año 2020 con una utilidad bruta de S/102, 671,000.

En el costo de ventas podemos observar que en el año 2016 se tuvo un mayor incremento comparado con los otros periodos el cual fue del 87% que equivale al S/327, 909,000 también podemos notar que en el año 2018 se tuvo un menor costo de ventas el cual fue de S/224, 044,000.

En las ventas netas podemos detallar que hubo mayor salida de ventas netas en el periodo 2016 y el en 2020 los cuales son S/ 377, 322,00 y S/335, 672,000 respectivamente.

Se da como conclusión que en la tabla 2 hubo un incremento en la utilidad bruta del 2016 al año 2020 de S/53, 258,000 a pesar de que las ventas netas

decrecieron en S/41, 650,000 porque el costo de ventas se redujo en S/94,908 millones.

### 4.3. Análisis de la rentabilidad de las ventas netas

**Tabla 3**

*Resultados de la rentabilidad sobre las ventas netas de la empresa Cartavio S.A.A., período 2016-2020.*

Composición de la variable	2016 (000) S/.	2017 (000) S/.	2018 (000) S/.	2019 (000) S/.	2020 (000) S/.
Utilidad neta	64,644	9,935	15,404	35,426	79,544
Ventas netas	377,322	271,289	259,742	319,125	335,672
Rentabilidad de las ventas netas	17%	4%	6%	11%	23%

Los resultados mostrados de la rentabilidad de las ventas netas de los años 2016 al 2020 está interpretado mediante su formula aplicada el cual nos dio como resultado para el año 2016 el 17%, y una depreciacion para el año 2017 con una diferencia de 13% respecto al periodo anterior y para el año 2018 se tuvo como porcentaje de la rentabilidad de las ventas netas del 6%, para el año 2019 aumento un 5% dando como resultado 11% y para el año 2020 un aumento notable del 12% dando como porcentaje el 23%.

En la tabla 3 podemos conocer que hubo una menor rentabilidad de las ventas netas en los periodos 2017 y 2018 los scuales fueron de 4% y 6% respectivamente, a la vez se puede evidenciar que la mayor rentabilidad de las ventas netas obtenidas por la empresa Cartavio fue en el periodo 2020 dando como resultado el 23%.

## V. DISCUSIÓN

A continuación, se muestra los primordiales hallazgos como resumen de la indagación, en forma numerada según las metas del análisis:

1. Para determinar la rentabilidad de las ventas netas se aplicó una fórmula la cual fue la utilidad neta / ventas netas \*100, esta aplicación nos dio distintos porcentajes por periodo. En el 2016 se tuvo como utilidad neta S/. 64, 644,000 y como ventas netas S/.377, 322,000, se aplicó la fórmula y nos dio como resultado 17%, dentro de los 5 periodos analizados este fue uno de los periodos en el que se tuvo mayores ventas netas y uno de los penúltimos en utilidad neta. El 2020 tuvo como utilidad neta S/79, 544,000 siendo este monto la mayor ganancia obtenida dentro de los 5 años estudiados, y en ventas netas S/335, 672,000, con la aplicación de la fórmula nos dio un porcentaje del 23%, siendo el 2020 uno de los mejores años dentro de los 5 periodos. Según Bravo (2002) la rentabilidad mide el margen de las ventas esto quiere decir el grado de relación entre las ventas netas con la utilidad neta, las ventas son el principal ingreso de rentabilidad y la utilidad neta es la obtenida después de intereses. Bravo nos dice si la rentabilidad de las ventas es cero o nula la rentabilidad financiera y económica también lo son. Para aumentar su rentabilidad de las ventas tendríamos que disminuir el costo y aumentar el precio del producto.
2. Para los resultados de la utilidad neta se aplicó la resta del total de ingresos con el total de gastos de los periodos del 2016 al 2020. Con ello logramos conocer que en los años 2016 y 2020 se tuvo mayor ganancia siendo estos S/.64, 644,000 y S/.79, 544,000 respectivamente. También podemos lograr visualizar que en el periodo 2017 decreció notablemente con S/ 54, 709,000 de diferencia comparado con al año anterior, en el año 2018 creció la utilidad solo con S/.5, 469,000 y en el 2019 aumento S/.44, 118,000, siendo el 2020 el periodo con mayor ganancia comparado con los años anteriores evaluados. Según Ehrhardt y Brigham (2007) la utilidad nos permite conocer el rendimiento de una empresa, descontada de gastos.

3. Respecto a las ventas netas podemos detallar que la suma de la utilidad bruta con el costo de ventas nos da aquel resultado, los periodos con mayores ventas netas fueron el 2016 con S/.377, 322,000 y el 2020 con S/.335, 672,000 eso quiere decir que en estos dos periodos hubo mayor rendimiento en la empresa Cartavio. Según Morillo (2007) las ventas tienen un lazo directo del consumidor con la entidad que presta o vende el servicio lo cual conlleva a conocer las necesidades de los clientes, con esto podemos realizar un mejor estudio de mercado y así lograr mayores ganancias con las ventas y de esta manera evaluar el costo de producción de la empresa que brinda el servicio. Bustamante (2011) nos detalla que el origen para que toda empresa marche correctamente, tenga trabajadores, maquinarias, producción e ingresos de dinero parte de las ventas, sin ventas una empresa no podría tener ganancias.

## VI. CONCLUSIONES

A continuación, se presenta los principales hallazgos como resumen de la investigación, en forma numerada de acuerdo a los objetivos del estudio.

1. Con el análisis de la utilidad neta de la empresa Cartavio S.A.A., podemos interpretar que en el periodo 2016 se obtuvo un 72% de utilidad respecto al total de ingresos que fue S/. 90 014 000, en el 2017 un 78% de S/.12 697 000, en el 2018 fue un 88% de un total de ingresos de S/.17 581 000, en el 2019 un 78% de utilidad neta respecto a un total de ingresos de S/ 45 312 000 y en el 2020 un 89% de S/89 443 000. Siendo el año 2020 el que obtuvo una mayor ganancia respecto a los periodos anteriores
2. Con el análisis de las ventas netas se determinó el rendimiento de la empresa Cartavio S.A.A., con lo cual podemos detallar que hubo mayor salida de ventas netas en el periodo 2016 y el en 2020 los cuales son S/ 377, 322,00 y S/335, 672,000 respectivamente, no obstante en el periodo 2016 se tuvo una utilidad bruta de S/ 49 413 000 y en el 2020 S/102 671 000 se recomienda mantener la calidad de los productos con un costo accesible para los compradores y de esta manera mantener su rentabilidad de las ventas y bienestar financiero en la empresa.
3. Análisis de la rentabilidad de las ventas netas de la empresa de Cartavio S.A.A., es en general positiva, y uno de sus mejores periodos fue el 2020 alcanzando el 23% de rentabilidad de las ventas esto quiere decir que es una empresa rentable y que tiene una amplia gama de productos. Bustamante (2011) Especifica el origen, para que toda empresa pueda operar con normalidad necesita de trabajadores, máquinas, fábrica, servicios agrícolas e ingresos, la parte monetaria son ventas, sin ventas la empresa no tiene utilidades.



## VII. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda continuar con el trabajo de manera responsable y ordenada manteniendo los estándares de calidad, reforzar las mejoras en los campos, servicios agrícolas y fábricas mantener una buena gestión de recursos, contribuir a la fidelización de los clientes mediante promociones o reducción de precios y continuar con el compromiso de todos los integrantes de la empresa.
2. Por otro lado, se recomienda analizar periódicamente los estados financieros para evitar riesgos futuros, realizar una adecuada gestión de los inventarios para de esta manera no tomar el riesgo de afectar la liquidez de la empresa, también realizar la designación de departamentos que contribuyan a realizar una mejor toma de decisiones para de esta manera generar una mayor rentabilidad de las ventas en los siguientes periodos.
3. Se recomienda tener medidas preventivas, un plan de acción para enfrentar sucesos que pueda tomar el estado, buscar estrategias que contribuyan a mantener la rentabilidad de las ventas netas teniendo en cuenta la situación pandémica que se vive en el mundo.

## REFERENCIAS

- Aguilar, Camargo y Morales (2006). *Análisis de la morosidad en el sistema bancario peruano*. Economía y Sociedad 62, CIES, diciembre 2006. Instituto de Estudios Peruanos - [cies.org.pe](http://cies.org.pe)
- Alarcón Zubieta, D. A., & Coba Pajuelo, M. N. (2020). El control interno de las cuentas por cobrar comerciales y su relación con la rentabilidad de las ventas en Ingeocontrol SAC, San Martín de Porres, 2018.
- Baca, G. (1987). Evaluación de proyectos. México: Editorial Mc Graw Hill.
- Borja-Bravo, Mercedes, García-Salazar, José A., Reyes-Muro, Luis, & Arellano-Arciniega, Sergio. (2016). Rentabilidad de los sistemas de producción de uva (*Vitis vinífera*) para mesa e industria en Aguascalientes, México. *Agricultura, sociedad y desarrollo*, 13(1), 151-168. Recuperado en 25 de julio de 2021, de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-54722016000100151&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-54722016000100151&lng=es&tlng=es).
- Bravo y Ubidia (2013). *Contabilidad de Costos* 12pag
- Mercedes Bravo (2013) *Contabilidad de costos* tercera edición (341). [https://www.academia.edu/24984005/CONTABILIDAD\\_DE\\_COSTO\\_S\\_12p%C3%A1g\\_Mercedes\\_Bravo](https://www.academia.edu/24984005/CONTABILIDAD_DE_COSTO_S_12p%C3%A1g_Mercedes_Bravo)
- Bravo, (2002). *Contabilidad General*. Madrid: Ekos Pág. 341.
- Castillo y García (2013). Análisis de los factores explicativos de la rentabilidad de las empresas vinícolas de Castilla-La Mancha. *Revista de la Facultad de Ciencias Agrarias*, 45(2).

- Chávez, N. (2007). "Introducción a la investigación educativa". Venezuela: 4ta Edición. Talleres de Grafica Gonzáles C.A. Maracaibo 165 págs.
- Cubas Fernández, S. M., & Solano Álvarez, C. A. (2019). El control interno del almacén y su incidencia en la rentabilidad de las ventas del restaurante Tanuki, Miraflores, 2018.
- Cubas y Solano, (2019) el control interno del almacén y su incidencia en la rentabilidad de las ventas del restaurante tanuki, Miraflores, 2018. Lima-Perú. Universidad Privada Del Norte.
- De la Hoz| B, Ferrer, M., De la Hoz A. (2008) Profitability Indicators: Tools for Financial Decision Making in Mid-Category Hotels in Maracaibo. Revista de Ciencias Sociales. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/280/28011673008.pdf>
- Días Tipán MM. Producción, comercialización y rentabilidad de la naranja (citrus aurantium) y su relación con la economía del cantón la mana y su zona de influencia, año 2011. 2013 <http://repositorio.utc.edu.ec/handle/27000/1567>
- Entrepreneurship Theory and Practice, 33 (1) (2009), pp. 125-148
- García, L. (2009). Ventas 3era edición. Madrid: Esic Editorial pág. 27.
- Guerrero, R. J., & Galindo, A. J. (2014). Contabilidad 1 (Primera Edición ed.). México: Grupo Editorial Patria. <https://editorialpatria.com.mx/pdf/9786074383232.pdf>
- Hernández, R. (2014). Metodología de la Investigación. Ciudad de México: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A de C.V
- Izquierdo, J. D. (2016). Crecimiento y rentabilidad empresarial en el sector industrial brasileño. Contaduría y administración, 61(2), 266-282.
- Komiya, A. (2019). ¿Qué es la rentabilidad y cómo calcularla? Crece Negocios., septiembre 2019. <https://www.crecenegocios.com/rentabilidad/>

Lara Mateos, M. N. (2012). Análisis de rentabilidad privada de un proyecto vitícola en Pedernal (Provincia de San Juan) (Doctoral disertación, Universidad Nacional de Cuyo. Facultad de Ciencias Económicas).

Lawrence, G. (1992). Fundamentos de Administración financiera. Editorial Harla S.A.

Lizcano J. y Castello E. (2004). *Rentabilidad empresarial, propuesta practica de análisis y evaluación*. Madrid: Cámaras de Comercio, Servicios de Estudios.

Orgaz L., Molina L. y Carrasco C. (2011). El creciente peso de las economías emergentes en la economía y gobernanza mundiales. Los países BRIC. Madrid: Documentos ocasionales N.º 1101, Banco de España.

Performance configurations over time: Implications for growth- and profit-oriented strategies

Ramírez y Yáñez (2019). Valoración de Empresa Viñedos Emiliana.

Sánchez, (2013). Análisis de rentabilidad de la empresa. Recuperado de: <http://ciberconta.unizar.es/leccion/anarenta/analisisR.pd>

Tamayo y Tamayo, (1997). El Proceso de la investigación científica. México: Editorial Limusa S.A. pág. 114

Wheelen, y Hunger, (2007). Administración estratégica y políticas de negocios. México: Pearson Educación. Recuperado de <https://bit.ly/3zsk83q>

ANEXO N.º 1

Matriz de operacionalización de variables

Variable de estudio	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
Rentabilidad sobre las ventas netas.	Se utiliza para medir el rendimiento, esta se da mediante el margen de ganancias que se genera al finalizar cada año, tiene como indicadores a las ventas y costo de ventas. (Gutiérrez, 2006).	La rentabilidad de las ventas netas de la empresa Cartavio S.A.A se obtiene la aplicación de la utilidad neta y las ventas netas.	Utilidad neta	Total ingresos	De razón
				Total gastos	
			Ventas netas	Utilidad bruta	De razón
				Costo de ventas	