

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, CONTABLES Y
SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD



Tesis

El activo circulante y el crecimiento empresarial del centro comercial El Paraíso,

Cusco 2023

Asesor:

Mg. Palma Mora, Ricardo

Autores:

Auccaille Anara, Edi Rene

Mesicano Huaycho, Indira

Para optar el Título Profesional de:

Contador(a) Público

Cusco – Cusco – Perú

2025



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS, CONTABLES Y SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TÍTULO PROFESIONAL

ACTA N°: 0073

En la ciudad de Cusco, a los 16 días del mes de diciembre del 2025, siendo las 9:05 a.m. horas, se reunieron los integrantes del Jurado designado por Resolución Sub Directoral N° 167-2025-UTEA-FC-FCJCS-EPC de la Escuela Profesional de Contabilidad, Facultad de Ciencias Jurídicas, Contables y Sociales:

Presidente:	Mag. Cutipa Añamuro, Salomón
Dictaminante:	Mag. Pipa Huamani, Erika
Replicante:	Mag. Checya Velasque, Tais Talia

Para evaluar la sustentación, en la modalidad de:

☒ Tesis ☐ Trabajo de suficiencia profesional

Titulada:

El activo circulante y el crecimiento empresarial del centro comercial El Paraíso, Cusco 2023

Desarrollado por el (los) Bachiller (es)

Br.: Auccaille Anara, Edi Rene
(Apellidos y Nombres)

Br.: Mesicano Huaycho, Indira
(Apellidos y Nombres)

Para optar el Título Profesional de:

Contador(a) Público

(Denominación del Título)

Concluido el acto, el Jurado dictaminó que el (la) (los) mencionado(a) (s) bachiller (es) fue (ron) **APROBADO (S):**

Por: Unanimidad
(Unanimidad o Mayoría) (*)

Emitiéndose el calificativo final de:

Bachiller (Apellidos y Nombres)	Calificación (**)
Br. Aucaillle Anara, Edi Rene	Aprobado
Br. Mesicano Huaycho, Indira	Aprobado

Siendo las 10:29 am horas concluyo la sesión, firmando los integrantes del Jurado.

Presidente: Mag. Cutipa Añamuro, Salomón
(Dr. Mg.). (Apellidos y Nombres)


(Firma)

Dictaminante: Mag. Pipa Huamani, Erika
(Dr. Mg.). (Apellidos y Nombres)


(Firma)

Replicante: Mag. Checya Velasque, Tais Talia
(Dr. Mg.). (Apellidos y Nombres)


(Firma)

(*): **Mayoría:** Dos integrantes del jurado aprueban o desaprueban; **Unanimidad:** Todos los integrantes del jurado aprueban o desaprueban, Art. 18 RGGAT.
(**): 0 a 10: Desaprobado, 11 a 15: Aprobado, 16 a 18: Aprobado Notable, 19 y 20: Aprobado con Distinción, Art. 18 RGGAT.

4% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Fuentes principales

- 4%  Fuentes de Internet
- 1%  Publicaciones
- 3%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Metadatos

Datos de Autores		
Apellidos y nombres	:	Auccaille Anara, Edi Rene
Tipo de Documento de Identidad	:	DNI
Número de Documento de Identidad	:	45677659
URL ORCID	:	https://orcid.org/0009-0003-2752-9174
Apellidos y nombres	:	Mesicano Huaycho, Indira
Tipo de Documento de Identidad	:	DNI
Número de Documento de Identidad	:	70380281
URL ORCID	:	https://orcid.org/0009-0002-8804-4093
Datos del Asesor		
Apellidos y nombres	:	Mg. Palma Mora, Ricardo
Tipo de Documento de Identidad	:	DNI
Número de Documento de Identidad	:	45025099
URL ORCID	:	https://orcid.org/0009-0004-0710-4387
Datos de la Investigación		
Facultad	:	Ciencias Jurídicas, Contables y Sociales
Escuela Profesional	:	Contabilidad
Línea de investigación	:	Contabilidad Pública, Privada y Negocios
Rango de los años en que se realizó la investigación	:	Abril 2023 – marzo 2024
Fuente de financiamiento	:	Autofinanciado
Porcentaje de similitud	:	4%
URL de OCDE	:	https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.09.02

Dedicatoria

Con profunda gratitud dedico esta tesis, en primer lugar, a Dios, por darme la fortaleza, la sabiduría y la oportunidad de alcanzar uno de los objetivos más importantes de mi vida. Tu guía me permitió seguir adelante en los momentos más difíciles. Mis padres, por su amor incondicional, por su confianza y apoyo siempre brindado. Gracias por cada sacrificio, por sus consejos y por darme fuerzas para no rendirme. Ustedes también son parte de este logro. Por último, dedico este trabajo a todas las personas que, de una u otra manera, estuvieron presentes en este proceso. Muchas gracias por su apoyo, por sus palabras de aliento y por creer en mí para conseguir este objetivo.

Br. Auccaille Anara, Edi René

Br. Mesicano Huaycho, Indira

Agradecimiento

Dejo constancia de mi más sincero agradecimiento y gratitud a la Universidad Tecnológica de los Andes, en especial a todos los docentes de la carrera de Contabilidad los mismos que con su dedicación y entrega a su trabajo en el campo académico supieron impartirme sus valiosos conocimientos y sabias experiencias brindándome su apoyo incondicional en todo momento de mi formación profesional. A nuestra Asesora: Dra. Vilma Pérez Sánchez, quien con su caudal de experiencia ha sido un guía y maestro durante este largo proceso de llevar a cabo nuestro trabajo final. Nos ha brindado tiempo, energías y recursos para que este proyecto llegara a su feliz culminación.

Br. Auccaille Anara, Edi René

Br. Mesicano Huaycho, Indira

Resumen

La actual indagación tuvo como propósito establecer el vínculo existente entre el activo circulante y el crecimiento empresarial de los comerciantes del Centro Comercial El Paraíso, Cusco, durante el año 2023. El trabajo se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, de tipo básico y alcance correlacional, con un diseño no experimental y de corte transversal. La población estuvo conformada por 564 empresarios dedicados a actividades comerciales dentro del referido centro, de los cuales se seleccionó una muestra de 229 comerciantes. Como técnica de recolección de información se aplicó la encuesta, utilizando un cuestionario como instrumento de medición.

Los hallazgos evidenciaron una correlación positiva de $r = 0.714$, con un nivel de significancia bilateral inferior a 0.05, lo que permite concluir que existe una relación significativa entre el activo circulante y el crecimiento empresarial en el contexto estudiado. Este resultado pone de manifiesto la relevancia de administrar de forma eficiente los recursos corrientes efectivo, cuentas por cobrar e inventarios como base para asegurar la estabilidad financiera y sostener el desarrollo del negocio en el tiempo. Una gestión adecuada de estos activos contribuye a fortalecer la liquidez, optimizar el capital de trabajo y capitalizar oportunidades de inversión, elementos determinantes para impulsar el crecimiento y la competitividad de los negocios en este entorno comercial.

Palabras clave: Activo circulante, activo disponible, activo exigible, activo realizable, crecimiento empresarial.

Abstract

This study aimed to determine the relationship between working capital and business growth in the El Paraíso Shopping Center, Cusco, 2023. The methodology employed was basic, correlational, with a quantitative approach and a non-experimental, cross-sectional design. The population consisted of 564 business owners operating in the El Paraíso Shopping Center, and the sample comprised 229 merchants from the center. Data was collected using a survey, with a questionnaire as the instrument.

The results show a positive correlation of $r = 0.714$ and a two-tailed significance value of less than 0.05. Therefore, current assets have a significant relationship with the business growth of the El Paraíso shopping center in Cusco in 2023. This finding highlights the importance of efficient management of current resources, such as cash, accounts receivable, and inventory, to ensure financial stability and promote sustainable business development. Proper management of current assets improves liquidity, optimizes working capital, and allows businesses to capitalize on investment opportunities key factors for fostering growth and competitiveness in the business environment.

Keywords: Current assets, available assets, receivables, realizable assets, business growth.

Índice

Portada	i
Acta de sustentación	ii
Reporte de similitud	iii
Metadatos	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento	vi
Resumen	vii
Abstract.....	viii
Índice	ix
Índice de tablas	xi
Índice de figuras	xii
Índice de anexos	xiii
I. Introducción	14
II. Planteamiento del problema.....	17
2.1. Descripción y formulación del problema.....	17
2.2. Objetivos.....	20
2.2.1. Objetivo general	20
2.2.2. Objetivos específicos.....	20
2.3. Justificación e importancia	21
2.4 Hipótesis	22
2.5. Variables	23
III. Marco Teórico	26
3.1. Antecedentes.....	26
3.2. Bases teóricas.....	34

IV. Metodología	52
4.1. Tipo y nivel de investigación	52
4.2. Ámbito temporal y espacial	53
4.3. Población y muestra.....	54
4.4. Instrumentos.....	56
4.5. Procedimientos.....	56
4.6. Análisis de datos	57
4.7. Consideraciones éticas	57
V. Resultados y discusión.....	58
VI. Conclusiones	101
VII. Recomendaciones.....	103
VIII. Referencias.....	105
IX. Anexos	113

Índice de tablas

Tabla 1	Cantidad de stand en el Centro Comercial el Paraíso.....	54
Tabla 2	Estadística de fiabilidad de las variables	58
Tabla 3	Análisis de la variable 01 – Activo circulante.....	59
Tabla 4	Análisis de la dimensión 01 – Activo disponible	61
Tabla 5	Análisis de la dimensión 02 – Activo realizable	62
Tabla 6	Análisis de la dimensión 03 – Activo exigible.....	63
Tabla 7	Análisis de la variable 02 – Crecimiento empresarial	65
Tabla 8	Análisis de la dimensión 01 – Crecimiento económico	66
Tabla 9	Análisis de la dimensión 02 – Crecimiento financiero.....	68
Tabla 10	Análisis de la dimensión 03 – Fidelización del cliente	69
Tabla 11	Efectivo.....	71
Tabla 12	Cuenta corriente.....	72
Tabla 13	Caja chica	73
Tabla 14	Mercaderías	74
Tabla 15	Rotación de mercadería	75
Tabla 16	Revisiones periódicas	76
Tabla 17	Cuentas por cobrar terceros	77
Tabla 18	Sistema de cobranza	78
Tabla 19	Formas de pago.....	79
Tabla 20	Ingresos.....	80
Tabla 21	Inversión	81
Tabla 22	Activo fijo.....	82
Tabla 23	Ventas	83
Tabla 24	Costos	84
Tabla 25	Gastos	85
Tabla 26	Procedimientos	86
Tabla 27	Estrategias.....	87
Tabla 28	Acciones	88
Tabla 29	Prueba de normalidad.....	89
Tabla 30	Prueba general de Rho de Spearman	90
Tabla 31	Prueba específica 01 de Rho de Spearman.....	91
Tabla 32	Prueba específica 02 de Rho de Spearman.....	92
Tabla 33	Prueba específica 03 de Rho de Spearman.....	93

Índice de figuras

Figura 1 Análisis de la variable 01 – Activo circulante	60
Figura 2 Análisis de la dimensión 01 – Activo disponible.....	61
Figura 3 Análisis de la dimensión 02 – Activo realizable.....	62
Figura 4 Análisis de la dimensión 03 – Activo exigible	64
Figura 5 Análisis de la variable 02 – Crecimiento empresarial.....	65
Figura 6 Análisis de la dimensión 01 – Crecimiento económico.....	66
Figura 7 Análisis de la dimensión 02 – Crecimiento financiero	68
Figura 8 Análisis de la dimensión 03 – Fidelización del cliente.....	69
Figura 9 Efectivo	71
Figura 10 Cuenta corriente	72
Figura 11 Caja chica.....	73
Figura 12 Mercaderías.....	74
Figura 13 Rotación de mercadería.....	75
Figura 14 Revisiones periódicas.....	76
Figura 15 Cuentas por cobrar terceros	77
Figura 16 Sistema de cobranza.....	78
Figura 17 Formas de pago	79
Figura 18 Ingresos	80
Figura 19 Charlas	81
Figura 20 Activo fijo	82
Figura 21 Ventas	83
Figura 22 Costos.....	84
Figura 23 Gastos.....	85
Figura 24 Procedimientos.....	86
Figura 25 Estrategias	87
Figura 26 Acciones.....	88

Índice de anexos

Anexo 1 Matriz de consistencia	114
Anexo 2 Matriz de operacionalización de Variables	115
Anexo 3 Instrumentos de obtención de datos.....	116
Anexo 4 Fichas de validación de los instrumentos	117
Anexo 5 Formato de consentimiento informado	120
Anexo 6 Carta de autorización de la organización para la aplicación del instrumento	121
Anexo 7 Formato de declaración jurada de originalidad de la indagación (tesis).....	122
Anexo 8 Información complementaria del análisis documental del proyecto	123
Anexo 9 Galería fotográfica.....	124

I. Introducción

La actual indagación, titulada “El activo circulante y el crecimiento empresarial del centro comercial El Paraíso, Cusco – 2023”, tiene como objetivo principal analizar cómo la gestión del activo circulante influye en el crecimiento empresarial de los negocios que operan dentro del centro comercial El Paraíso, ubicado en el distrito de Santiago, provincia del Cusco. Este centro comercial es un componente vital de la economía local e incluye un gran número de negocios cuyas actividades deben tener éxito para proporcionar ingresos a sus familias y ayudar a desarrollar su comunidad. Por lo tanto, este estudio tiene como objetivo evaluar cómo la gestión adecuada de los recursos financieros a corto plazo (efectivo, cuentas por cobrar e inventarios) de las micro y pequeñas empresas que conforman este importante centro de negocios influye en la rentabilidad, crecimiento y sostenibilidad de estos negocios. Además, este estudio busca generar información valiosa que ayude a los emprendedores de micro y pequeñas empresas de este centro de negocios, así como a las autoridades del gobierno local, a gestionar de manera más efectiva el capital de trabajo para lograr un crecimiento económico sostenible a nivel regional.

El estudio presentara la siguiente estructura:

- **Planteamiento del problema:** La gestión ineficiente del activo circulante limita el crecimiento de los negocios en el centro comercial El Paraíso, Cusco. Problemas como el bajo acceso a financiamiento y el manejo inadecuado de inventarios afectan

la liquidez empresarial. Esta situación compromete su sostenibilidad y capacidad de expansión. Por ello, es necesario analizar cómo el activo circulante influye en su desarrollo.

- **Marco teórico:** Esta sección revisa las teorías y antecedentes de la gestión de activos corrientes en relación con el crecimiento empresarial y el efecto que esta gestión tiene en el crecimiento de una empresa. Se proporciona el contexto de las pequeñas empresas sobre efectivo, cuentas por cobrar y inventarios. También, se han incluido enfoques teóricos de gestión que respaldan el estudio y el contexto de las teorías que proporcionan definiciones.
- **Metodología:** Esta sección presenta el enfoque metodológico aplicado para estudiar cómo el activo circulante influye en el crecimiento empresarial del centro comercial El Paraíso, Cusco – 2023. Se detalla el tipo y nivel de investigación, el contexto del estudio, la población y muestra, así como los métodos e instrumentos utilizados para recolectar y analizar los datos, bajo principios éticos.
- **Resultados y discusión:** En esta sección se presentan los principales hallazgos obtenidos sobre la gestión del activo circulante en los negocios del centro comercial El Paraíso. Se identificó una relación directa entre una administración eficiente del capital de trabajo y el crecimiento empresarial. Los resultados fueron comparados con estudios previos para contextualizar los datos, evidenciando similitudes en los retos enfrentados por pequeñas empresas en economías locales.
- **Conclusiones:** Aquí se dieron a conocer las conclusiones generales del estudio, resaltando los hallazgos más significativos.
- **Recomendaciones:** En esta parte se ofrecieron sugerencias prácticas acciones que contribuirían a mejorar la rentabilidad y el crecimiento de los negocios en el centro comercial El Paraíso.

Por último, se incluyeron las referencias bibliográficas utilizadas en el estudio, así como los anexos pertinentes que complementen la información presentada. Esta estructura permitió una comprensión clara y ordenada del activo circulante y el crecimiento empresarial del centro comercial El Paraíso, Cusco.

II. Planteamiento del problema

2.1. Descripción y formulación del problema

2.1.1. Descripción

El comercio mundial permite a países y regiones intercambiar bienes y servicios. Este comercio promueve el crecimiento económico, así como la separación y especialización del trabajo y la optimización del uso de los recursos. Desde la perspectiva de los países, los acuerdos comerciales aumentan el volumen del comercio internacional y abren a las empresas la posibilidad de acceder a mercados más grandes y variados. Las uniones aduaneras y los acuerdos de libre comercio son ejemplos de los contratos que los países forman para incrementar el comercio entre sí y con el resto del mundo.

Es necesario aclarar que los activos corrientes incluyen todo lo que la empresa posee, ya sean bienes, derechos o valores que la empresa tiene. Algunos activos corrientes están incluso destinados a ser vendidos y convertidos en efectivo en un período inferior a 12 meses. Estos activos corrientes son necesarios para que la empresa lleve a cabo sus operaciones diarias. Los activos corrientes se clasifican en activos disponibles, que son efectivo en estado líquido, saldos en cuentas bancarias o cheques que pueden disponerse; activos por cobrar, que son cuentas por cobrar a la empresa en un plazo inferior a 12 meses, como préstamos otorgados a clientes, socios, trabajadores y directivos, entre otros; activos

realizables, que son los inventarios que la empresa tiene, productos en almacenamiento de mercancías (materias primas, suministros, materiales auxiliares, embalaje y envases, productos terminados y subproductos).

“Es de gran importancia y necesario ya que es un medio que la empresa utiliza para realizar sus operaciones por el pago de los gastos diarios a corto plazo, que es vital y necesaria para la empresa, que permite salir rápidamente de las deudas a corto plazo, por ende, está a disposición de utilizar en cualquier momento por la empresa para tener beneficios” Gutiérrez (2019).

El crecimiento de la empresa significa la aplicación de todo tipo de estrategias, financieras y administrativas, empleando herramientas y consejos a disposición de la empresa. Esto ayudaría a la empresa a lograr sus objetivos y metas a corto y largo plazo relacionadas con el crecimiento y la maximización de beneficios. Quizá el desafío más difícil para un empresario sea desarrollar estrategias para el crecimiento del negocio, teniendo en cuenta que la competencia empresarial es muy probable que aumente con el tiempo. Por tanto, es muy importante que una empresa determine en qué medida desea crecer y examine las alternativas de crecimiento, para afrontar los desafíos del mercado y mantener una operación empresarial dentro de un entorno altamente competitivo.

El crecimiento del negocio significa que la empresa se vuelve más productiva y es capaz de implementar estrategias para reducir los costos de producción. A medida que los costos de producción disminuyen, también pueden bajarse los precios. Esto resulta en un mayor beneficio y en una reducción del gasto del capital de la empresa. Los activos de la empresa, como herramientas y equipos de producción, son un recurso importante para el negocio. La lealtad del cliente también es importante y se centra en conocer al cliente y en cuál es la relación con la empresa. La lealtad a largo plazo y la satisfacción son confianza y preferencia Montoya (2020)

El crecimiento empresarial es de gran importancia, ya que contribuye a aumentar la productividad de la empresa y permite aprovechar nuevas oportunidades que, en el pasado, quizá no habían sido alcanzadas. Esto facilita la expansión del negocio, con el objetivo de mejorar la productividad y, a su vez, generar mayores ingresos y beneficios para los empresarios.

En Cusco, la Asociación de Empresarios del centro comercial El Paraíso está formada por comerciantes que contribuyen significativamente a la economía local. Muchos de estos comerciantes son jefes de sus hogares, y el éxito de su negocio es crucial para sostener su hogar y para el crecimiento comunitario. Sin embargo, la gestión de los activos actuales representa una barrera para el crecimiento empresarial a nivel de la asociación.

El acceso limitado a financiamiento, la baja capacidad para la gestión de inventarios y la volatilidad de los precios del mercado contribuyen a la incapacidad de los comerciantes para mantener el flujo de bienes y servicios. Estos factores afectan negativamente la estabilidad de los negocios de los comerciantes y limitan su capacidad para hacer crecer el negocio y desarrollar la comunidad mediante la creación de nuevas oportunidades de empleo. Como resultado de estos retos, los comerciantes del centro comercial El Paraíso han tenido que desarrollar enfoques nuevos e innovadores para la gestión del capital de trabajo que aseguren que sus negocios puedan crecer y ser sostenibles en el mercado.

2.1.2. Formulación de problemas

Problema general

¿Cuál es la relación entre el activo circulante y el crecimiento empresarial del centro comercial El Paraíso, Cusco 2023?

Problemas específicos

- ¿Cuál es la relación entre el activo disponible y el crecimiento empresarial del centro comercial El Paraíso, Cusco 2023?
- ¿Cuál es la relación entre el activo realizable y el crecimiento empresarial del centro comercial El Paraíso, Cusco 2023?
- ¿Cuál es la relación entre el activo exigible y el crecimiento empresarial del centro comercial El Paraíso, Cusco 2023?

2.2. Objetivos

2.2.1. Objetivo general

Determinar la relación entre el activo circulante y el crecimiento empresarial del centro comercial El Paraíso, Cusco 2023.

2.2.2. Objetivos específicos

- Determinar la relación entre el activo disponible y el crecimiento empresarial del centro comercial El Paraíso, Cusco 2023.
- Determinar la relación entre el activo realizable y el crecimiento empresarial del centro comercial El Paraíso, Cusco 2023.
- Determinar la relación entre el activo exigible y el crecimiento empresarial del centro comercial El Paraíso, Cusco 2023.

2.3. Justificación e importancia

2.3.1. Justificación de la investigación

Desde la perspectiva académica, esta investigación pretende avanzar en la comprensión de cómo los activos corrientes impactan en el crecimiento empresarial, enriqueciendo así las teorías de las ciencias contables y administrativas. A través del análisis del contexto real y local de estos conceptos, se refuerzan las teorías existentes y se promueve la creación de nuevos conceptos que relacionan la gestión financiera y el desempeño empresarial.

Desde la perspectiva práctica, esta investigación presenta un diagnóstico de la situación real de los comerciantes del centro comercial El Paraíso, la mayoría de los cuales no cuentan con herramientas de planificación financiera. La investigación busca identificar las deficiencias en la gestión de los activos corrientes y ofrecer a los comerciantes las recomendaciones que les permitan mejorar su liquidez y rentabilidad, así como tener un crecimiento económico y financieramente sostenible.

Desde el punto de vista metodológico, la investigación permitirá que futuras investigaciones que aborden temas similares en otras zonas comerciales y regiones tengan una referencia. El diseño aplicado y el tratamiento de las variables contables permiten que la investigación sea duplicada y adaptada a otras situaciones económicas y empresariales.

Este estudio se sustentó en una base social, al constituirse como una herramienta útil para los comerciantes del centro comercial El Paraíso. Funcionó como un recurso de consulta disponible para ellos, brindándoles la posibilidad de emplear este análisis en la elaboración de estrategias que impulsen la mejora del capital circulante, el desarrollo empresarial y, como resultado, generen un incremento en los ingresos.

2.3.2. Importancia de la investigación

Este estudio es importante porque nos ayuda a comprender el impacto de la gestión de

los activos actuales en el crecimiento de un negocio. Relacionándose específicamente con el centro comercial El Paraíso en Cusco, el estudio muestra el impacto de una gestión adecuada de los recursos financieros a corto plazo, como efectivo, cuentas por cobrar e inventario, en la liquidez del centro comercial y en el flujo continuo de sus operaciones comerciales.

Desde un punto de vista económico, este estudio afecta al comerciante y al gerente administrativo y a sus decisiones respectivas porque proporciona elementos de evaluación y criterios para la correcta colocación del capital de trabajo. Pretende reforzar la sostenibilidad y la ventaja competitiva de las micro y pequeñas empresas que conforman el centro comercial.

2.4 Hipótesis

2.4.1 Hipótesis general

- Existe relación significativamente entre el activo circulante y el crecimiento empresarial del centro comercial El Paraíso, Cusco 2023.

2.4.2. Hipótesis específicas

- Existe relación significativamente entre el activo disponible y el crecimiento empresarial del centro comercial El Paraíso, Cusco 2023.
- Existe relación significativamente entre el activo realizable y el crecimiento empresarial del centro comercial El Paraíso, Cusco 2023.
- Existe relación significativamente entre el activo exigible y el crecimiento empresarial del centro comercial El Paraíso, Cusco 2023

2.5. Variables

2.5.1. Variable 01: Activo circulante

Definición conceptual

Debitoor (2022), “el activo circulante son bienes y derechos líquidos de una empresa, es decir, es el dinero que una empresa tiene para disponer en cualquier momento”.

Definición operacional

Sevilla (2016), define el activo circulante como los recursos que una empresa puede convertir en efectivo, vender o consumir en el corto plazo. Está compuesto por el activo disponible, exigible y realizable, esenciales para mantener la liquidez y una gestión financiera eficiente.

Dimensiones

- Activo disponible
- Activo realizable
- Activo exigible
- Formas de pago

2.5.2. Variable 02: Crecimiento empresarial

Definición conceptual

Rodríguez (2021), señala que el crecimiento empresarial es esencial para la sostenibilidad a largo plazo, al facilitar la expansión de clientes, la atracción de talento y el acceso a financiamiento. Este proceso mejora la competitividad y la adaptación al entorno.

Definición operacional

Orellana (2020), el crecimiento empresarial implica el progreso sostenido de una empresa en dimensiones clave como la rentabilidad, el desempeño económico y financiero,

así como en la consolidación de relaciones sólidas con sus clientes. Este crecimiento refleja la capacidad de la organización para fortalecerse, adaptarse y mantenerse competitiva en el mercado.

Dimensiones

- Crecimiento económico
- Crecimiento financiero
- Fidelización del cliente

2.5.3. Matriz Operacionalización de variables

Variable X		Dimensiones	Indicadores
Activo circulante		Activo disponible: Sánchez (2021), “el activo disponible es aquel con el que cuenta una organización para satisfacer de inmediato compromisos u obligaciones de pago”	Efectivo Cuenta corriente Caja chica
Definición conceptual	Definición operacional	Activo realizable: Llamas (2021), “el activo realizable es aquel conjunto de activos que tiende a convertirse en el corto plazo en un activo disponible para la empresa”.	Mercaderías Rotación de mercadería Revisiones periódicas
Debitoor (2022), “el activo circulante son bienes y derechos líquidos de una empresa, es decir, es el dinero que una empresa tiene para disponer en cualquier momento”.	Es un recurso controlado por una entidad como resultado de hechos pasados, del cual se esperan beneficios económicos futuros. es un recurso controlado por una entidad como resultado de hechos pasados, del cual se esperan beneficios económicos futuros.	Activo exigible: Sánchez y Galán (2020) “el activo exigible es el conjunto de valores con los que cuenta una empresa en su activo del balance y que se caracteriza por ser monetizable en corto plazo”.	Cuentas por cobrar terceros Sistema de cobranza Formas de pago
Variable Y		Dimensiones	Indicadores
Crecimiento empresarial		Crecimiento económico: Díaz (2014), “señala que el crecimiento económico es la decisión relativa a una duración categórica que beneficia las actividades de la organización con autonomía en la financiación”.	Ingresos Inversión Activo fijo
Definición conceptual	Definición operacional	Crecimiento financiero: Díaz (2014), “señala que el crecimiento financiero es el producto que se estima obtener dentro de la empresa en sus diversos elementos para alcanzar el desarrollo financiero de la empresa.	Ventas Costos Gastos
Rodríguez (2021), “el crecimiento es fundamental para la supervivencia a largo plazo de una empresa, este crecimiento permite la adquisición de nuevos clientes, talento y financiaciones importantes”.	El crecimiento empresarial es un proceso clave para la sostenibilidad y competitividad de una organización, este implica mejorar la rentabilidad, innovar, ampliar mercados y fortalecer la gestión interna mediante estrategias bien planificadas.	Fidelización del cliente: Questionpro (2022), “la fidelización de clientes es una medida de la probabilidad de que un cliente repita su compra con una empresa o marca”.	Procedimientos Estrategias Acciones

III. Marco Teórico

3.1. Antecedentes

3.1.1. A nivel internacional

Álvarez y Pizarro (2022), en su estudio “Activos corrientes en la rentabilidad de la empresa PROIMEC S.A. del cantón Manta, 2019-2020”, presentado a la Revista Científica Arbitrada Multidisciplinaria YACHASUN, buscaron evaluar el proceso de control de los activos corrientes en la rentabilidad de la empresa PROIMEC S.A., de Manta, para los años 2019-2020. El método utilizado fue un método mixto (cualitativo-cuantitativo), de tipo sintético-analítico. Se determinó que los activos corrientes y la rentabilidad neta de la empresa están relacionados de manera positiva y significativa, ya que los activos corrientes son un indicador importante de la capacidad de la empresa para generar rentabilidad. En este orden, a través de la documentación de la literatura y varias fuentes bibliográficas, se enmarcó una comprensión de los conceptos relacionados con las variables “activo corriente” y “rentabilidad”. También fue evidente que la administración adecuada y eficiente de los activos corrientes es de gran importancia para el crecimiento continuo de la empresa y la rentabilidad óptima de la misma. A partir de esto, es posible determinar la relevancia de la administración de activos corrientes, que son de naturaleza líquida y semi líquida, para el crecimiento y expansión de la empresa.

Ayala (2019) en su trabajo de indagación denominada “Apalancamiento financiero y el crecimiento empresarial en la industria carrocera de la provincia de Tungurahua”, presentada a la universidad técnica de Ambato para optar el grado académico de maestro con mención en finanzas finanzas, con el objetivo analizar la relación que existe entre el apalancamiento financiero y el crecimiento empresarial en la industria carrocera de la provincia de Tungurahua , usando la metodología cualitativa documental de tipo correlacional, cualitativa documental de tipo correlacional, concluye que el desarrollo empresarial en el sector de la fabricación de carros ha sido favorecido por las políticas estratégicas aplicadas por las compañías, así como por su habilidad para ajustarse y operar de forma versátil. Específicamente, en la provincia de Tungurahua, las cooperativas de transporte urbano han adoptado varias tácticas de apalancamiento financiero para renovar su flota de vehículos. Estas acciones han facilitado la compra de nuevos autobuses, lo que, a su vez, ha impulsado tanto el fortalecimiento de la industria como el crecimiento de las empresas participantes.

Córdova (2021) en su trabajo de indagación denominada “El apalancamiento como factor determinante en la oportunidad de crecimiento empresarial en el Ecuador” presentada a la universidad técnica de Ambato para optar el grado académico de título financiero, con el objetivo de medir los niveles de apalancamiento y evaluar su efecto en el crecimiento empresarial en las mejores 50 empresas del país al año 2018, donde se utilizó una metodología de análisis documental, análisis correlacional, se concluye que el análisis del crecimiento empresarial revela variaciones significativas a lo largo del tiempo, evidenciando cambios notables en las ventas y los activos. Durante ciertos períodos, ambos indicadores experimentaron descensos pronunciados, mientras que en otros se registraron aumentos destacables. Esta dinámica sugiere que, aunque las empresas del sector han enfrentado desafíos, también han logrado recuperarse y crecer en momentos clave. Al vincularlo con el concepto de activo circulante, se puede apreciar que la administración adecuada de estos

recursos, como el efectivo y las cuentas por cobrar, ha sido fundamental para superar dificultades y aprovechar las oportunidades de expansión. Los indicadores financieros, que incluyen estos activos líquidos, demuestran que, a pesar de las fluctuaciones, ha existido un crecimiento considerable en áreas estratégicas. Esto refuerza la noción de que las empresas han sido capaces de adaptarse y prosperar en un entorno económico cambiante y dinámico, utilizando las fluctuaciones a su favor para garantizar su crecimiento y estabilidad a largo plazo.

Alvarado y Bustamante (2019) en su trabajo de indagación denominada “La malversación de los activos corrientes inventarios de mercaderías y la competitividad en las pymes comerciales” presentada a la universidad estatal del Milagro para optar el grado académico ingeniería en contabilidad, con el objetivo de identificar los efectos que ocasiona la malversación de inventarios en la competitividad de las PYMES comerciales, usando como metodología cualitativo, no correlacional y descriptivo, se concluye que la malversación de recursos, especialmente en el ámbito de las pequeñas y medianas empresas (PYMES), suele ser impulsada por las dificultades financieras que enfrentan los empleados. Este tipo de fraude impacta directamente en los activos corrientes, ya que generalmente afecta al inventario de productos, un activo que, al ser sustraído, repercute considerablemente en la estabilidad económica de la empresa. La apropiación indebida de mercancías para fines personales reduce la disponibilidad de productos para la venta, lo que influye en los ingresos y afecta negativamente la rentabilidad. Dado que estos activos tienen una liquidez limitada, su pérdida no solo disminuye el valor de los activos corrientes, sino que también perjudica el crecimiento de la empresa, limitando su capacidad para generar ingresos y reinvertir en su expansión. Este tipo de fraude genera un impacto adverso en los estados financieros, desestabilizando las bases necesarias para un desarrollo sostenible.

Vera (2019) en su trabajo de indagación denominada “Control interno contable-

financiero del activo corriente de las asociación de mariscadores autónomos y anexos 11 de Enero” presentada a la unidad académica de ciencias empresariales carrera de contabilidad y auditoría, con el objetivo de evaluar el control interno contable financiero del activo corriente para mejorar la información financiera de la organización, aplicando el método lógico deductivo y observacional, usando como metodología en la indagación documental bibliográfica y observacional, concluye que la Asociación revela una clara falta de formación en áreas contables y financieras, especialmente en la gestión del activo circulante. Esta ausencia de conocimientos, junto con el incumplimiento de las normativas establecidas por el organismo regulador, ha provocado desorganización y un control inadecuado de las operaciones. Como resultado, no se dispone de una visión precisa de la situación financiera de la Asociación, lo que dificulta la gestión eficiente y la optimización del activo circulante. Esta deficiencia afecta directamente el crecimiento empresarial, ya que una gestión ineficiente de los recursos líquidos impide aprovechar las oportunidades de expansión y asegura la sostenibilidad financiera a largo plazo.

3.1.2. A nivel nacional

Según Luna y Lozano (2020) en su estudio sobre "Activos Corrientes y Pasivos y su efecto en la Liquidez", presentado en la UCV como parte de su cumplimiento para convertirse en contadores profesionales, para analizar la gestión de los activos corrientes y pasivos de una empresa, en este estudio los autores utilizaron una metodología de tipo aplicada, nivel descriptivo, diseño no experimental, y del cual se concluyó que una gestión inadecuada de los activos corrientes de una empresa puede generar efectos negativos en el crecimiento de la empresa. La mala gestión de estos recursos, cuando están fuera de alineación con los procesos administrativos internos y externos, afecta negativamente a muchas áreas de la empresa. Esta mala gestión crea un desequilibrio en las finanzas de la empresa. Esto, entre otros efectos, genera gastos que inevitablemente crecen, acumulando

deudas, y finalmente conducirá a la quiebra de la empresa. Por eso, se necesita una gestión adecuada de los activos corrientes, ya que son los bloques de construcción de la empresa. Una gestión adecuada de los activos corrientes maximiza los activos disponibles y crea sostenibilidad para la empresa a largo plazo.

Mamani y Mendoza (2019), en su estudio sobre “el activo corriente y su relación con la rentabilidad económica” presentado a la Universidad Autónoma del Perú, para optar el título profesional de contador público con el objetivo de analizar los activos corrientes y su relación con la rentabilidad económica donde empleo la metodología cuantitativo, no experimental transeccional correlacional llegando a la siguiente conclusión un manejo adecuado de los activos corrientes es fundamental para el desarrollo empresarial, ya que posibilita un incremento notable en las utilidades de la empresa. La eficiencia en la gestión administrativa de estos activos tiene un efecto directo en la rentabilidad, puesto que una correcta administración garantiza la implementación exitosa de las estrategias planteadas y la consecución de los objetivos previstos. Asimismo, la efectividad en la gestión de los activos circulantes también incide en el riesgo financiero de la empresa; si no se optimizan adecuadamente, podría generarse una reducción en los ingresos de efectivo, lo que afectaría negativamente la liquidez y la solidez financiera, dificultando el crecimiento y el desempeño económico.

Flores y Ortiz (2022) en su trabajo de indagación denominada “Activo corriente y rentabilidad de ventas netas en una empresa agroindustrial registrada en la Bolsa de Valores, período 2017-2021” presentada a la universidad Cesar Vallejo para optar el título profesional de contador público, con el objetivo de conocer qué relación existe entre las variables del activo corriente y la rentabilidad de las ventas netas en una compañía agroindustrial que se encuentra registrada en la B.V de lima, usando como metodología tipo aplicada, descriptiva y correlacional y concluye que el incremento en el activo circulante está directamente

relacionado con el aumento de las ventas, lo que destaca la importancia de una gestión eficiente de estos recursos para el éxito financiero de la organización. El activo circulante, que abarca elementos clave como inventarios, cuentas por cobrar y efectivo, cumple un rol esencial en la conservación de la liquidez y en las operaciones cotidianas de la empresa. Un manejo adecuado de estos recursos no solo garantiza el cumplimiento de las obligaciones financieras a corto plazo, sino que también proporciona a la empresa la flexibilidad necesaria para aprovechar rápidamente las oportunidades del mercado. De esta forma, se optimiza la rotación de inventarios y se acelera el ciclo de conversión de efectivo. En última instancia, una gestión sólida del activo circulante no solo facilita el crecimiento de las ventas, sino que también refuerza la capacidad de la empresa para mantener su expansión y competitividad a largo plazo.

Victorio y Capa (2022), en su estudio titulado “Activos Corrientes y Endeudamiento Patrimonial en una Empresa del Sector Importador Registrada en la Bolsa de Valores, Período 2017-2021” publicado en el repositorio de la Universidad César Vallejo mientras obtenían el grado de Contador Público, adoptan el enfoque cualitativo y el análisis documental para acortar la brecha entre el endeudamiento patrimonial y los activos corrientes en una empresa importadora evidenciada en los documentos publicados en los últimos cinco años, de los períodos 2017 a 2021. Afirman que existe una relación considerable entre el endeudamiento patrimonial y los activos corrientes para las empresas del sector importador que cotizan en bolsa en la Bolsa de Valores de Lima (BVL) durante los años 2017 a 2021. La correlación de Spearman (Rho) de 0.900 indica una relación muy fuerte y positiva entre ambas variables, y señala a los activos corrientes como el pilar de la estructura financiera de la organización. La adecuada administración del endeudamiento patrimonial, sobre todo los activos corrientes, es la ventaja competitiva de la empresa del sector importador para la finalidad de una operación sostenida y estable en el mercado

competitivo.

Huaranga y Ruiz (2023) en su trabajo de indagación denominada “Cultura organizativa y el crecimiento empresarial de las medianas empresa de la ciudad de Huaraz, Perú” presentada a la revista Epistemia, con el objetivo de comprender el valor de una cultura organizativa solida como motor de la expansión de las empresas ha dado lugar a un aumento de los esfuerzos por identificar el comportamiento organizativo., usando la metodología de información cualitativa y concluye existe una relación significativa entre el endeudamiento patrimonial y el activo circulante en las compañías del sector importador que están listadas en la Bolsa de Valores de Lima (BVL) durante el período 2017-2021. El coeficiente de correlación de Spearman (Rho) de 0.900 revela una fuerte vinculación directa entre ambas variables, destacando la importancia del activo circulante dentro de la estructura financiera de la organización. Un manejo adecuado del activo circulante no solo permite una gestión eficaz del endeudamiento patrimonial, sino que también desempeña un papel esencial en la estabilidad financiera, siendo fundamental para garantizar un crecimiento sostenido y una operación eficiente en un entorno competitivo.

3.1.3. A nivel regional y local

El estudio de Flores y Camala (2024), titulado "Capital de trabajo y crecimiento empresarial de la Asociación de cerámica Sucso Auccailli S.A. en el distrito de San Jerónimo, Cusco, 2022" detalla un estudio realizado en la Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco para que los autores obtengan el título de Contador Público y tiene como objetivo evaluar el efecto del Capital de Trabajo en el Crecimiento Empresarial de la Asociación de cerámica Sucso Auccailli S.A. en el distrito de San Jerónimo, Cusco, 2022. Aplicando un enfoque cualitativo con un diseño correlacional descriptivo y escogiendo un enfoque no experimental, se elabora sobre la importancia de un Capital de Trabajo adecuado para el crecimiento empresarial. El objetivo principal es permitir que la empresa gane

eficiencia, aproveche oportunidades, supere desafíos y mantenga un crecimiento constante. De gran importancia, el Capital de Trabajo proporciona la liquidez necesaria para que la empresa dé un paso adelante y crezca.

Quispe y Mojonero (2024) en su trabajo de indagación denominada “Inversión y el crecimiento empresarial de la empresa Marasal S.A del distrito de Maras, provincia de Urubamba, 2022” presentada a la universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco para optar el título profesional de contador público, con el objetivo de determinar cuál es la relación que existe entre la inversión y el crecimiento empresarial de la empresa MARASAL S.A. del distrito de Maras, provincia de Urubamba, 2022, usando como metodología de indagación un enfoque cuantitativo, tipo básica, alcance correlacional, diseño no experimental transversal y se concluye que, para que una empresa mejore sus actividades económicas y fomente su crecimiento, es crucial que contemple inversiones en infraestructura, equipos, mobiliario y otros bienes necesarios. Esta estrategia no solo favorece la mejora de los procesos operativos, sino que también desempeña un papel fundamental en la gestión eficiente de los activos corrientes. La adecuada administración de este tipo de activos, que incluye inventarios, cuentas por cobrar y efectivo disponible, es esencial para garantizar la liquidez y, al mismo tiempo, la rentabilidad tanto económica como financiera. Un enfoque estratégico en la optimización de los activos corrientes, sumado a las inversiones en infraestructura y equipos, permite a la empresa adaptarse mejor a las fluctuaciones del mercado y asegurar un desarrollo y expansión sostenibles. De este modo, la empresa no solo incrementa su competitividad, sino que también establece una base sólida para afrontar tanto las oportunidades como los retos que puedan presentarse.

3.2. Bases teóricas

3.2.1. Activo circulante

Según Debitoor (2022), los activos corrientes abarcan la variedad de bienes, privilegios y activos financieros que posee una empresa y que pueden transformarse en efectivo en menos de un año. Este elemento es necesario para facilitar el flujo de efectivo de la empresa y prepararla para manejar sus obligaciones de carácter temporal. Este aspecto también ayuda en el funcionamiento continuo de la empresa y en el mantenimiento del equilibrio financiero de la misma. En este sentido, Del Sol (2022) sostiene que los activos corrientes también conocidos como activos circulantes son la colección de cuentas de activos que reflejan los recursos de la empresa orientados a un objetivo de cumplir con las operaciones financieras, comerciales, de producción y prestación de servicios de la empresa, y que están destinados a ser empleados a corto plazo dentro del período contable.

Según Seville (2016), esto se denomina circulación porque es un tipo de activo en movimiento constante, ya que puede ser vendido y/o utilizado y/o convertido en efectivo y/o utilizado para pago con relativa facilidad. Además, un activo corriente puede interpretarse como aquellos recursos que son vitales para la ejecución del curso ordinario del negocio, como el saldo de efectivo, inventarios y/o inversiones financieras. Como también Martín (2015) define el activo circulante, también conocido como activo corriente, como aquellos recursos líquidos o que pueden convertirse en efectivo en un plazo no mayor a doce meses. En los estados financieros, estos activos se presentan ordenados según su liquidez, incluyendo caja, bancos, cuentas por cobrar e inventarios. Además, el activo circulante abarca derechos, bienes tangibles y créditos relacionados con las operaciones comerciales de la empresa, siendo fundamentales para la gestión financiera y el cumplimiento de obligaciones a corto plazo.

Según Afrifa (2016), los activos corrientes generalmente abarcan un año, lo cual incluye recursos y propiedades propiedad de la empresa y que pueden convertirse en efectivo, venderse o incluso consumirse en menos tiempo. Comprende el efectivo disponible, cuentas por cobrar, inventario y otros activos de rápida liquidez. Estos son importantes para financiar las actividades diarias del negocio y garantizar la liquidez y la operación ininterrumpida de la empresa. Los activos corrientes, u activos líquidos o actuales, son bienes y derechos que son convertibles en efectivo en un corto período o que se consumen en el curso normal de las actividades empresariales (Calderón, 2015). Los activos son muchos y entre ellos se encuentran los activos corrientes, que se caracterizan por la capacidad de ser vendidos con una pérdida insignificante, y se denominan líquidos, debido a que son capaces de convertirse en efectivo en un corto tiempo, y son importantes para la administración financiera de una empresa.

Cuando se trate de efectivo o su equivalente, a menos que su uso esté restringido y no pueda ser intercambiado ni utilizado para cancelar un pasivo por un período mínimo de doce meses a partir de la fecha del informe.

Cegid Billage (2025), también denominado activo corriente, se refiere al conjunto de activos líquidos que posee una empresa al cierre de su ejercicio contable. Incluye tanto el dinero en efectivo como los bienes y derechos que pueden convertirse en efectivo dentro del denominado ciclo de explotación, es decir, el período que transcurre entre la adquisición de los activos y la obtención de efectivo mediante su realización. Por lo general, la duración de este ciclo de explotación es de un año.

3.2.1.2. ¿Qué elementos componen el activo circulante?

Entre los componentes principales que integran el activo circulante de una organización se encuentran los siguientes:

- **Tesorería.** Conformada por los recursos monetarios disponibles en caja, así como los fondos depositados en las diversas cuentas bancarias de la empresa (corrientes, de ahorro, entre otras).
- **Existencias.** Corresponden a los bienes que la empresa tiene previsto comercializar en el desarrollo normal de su actividad.
- **Materias primas.** Son aquellos bienes destinados a ser transformados e incorporados dentro del proceso de producción de la organización.
- **Deudores.** Representan los derechos de cobro que la empresa mantiene frente a terceros, ya sean de naturaleza comercial o de otro tipo.
- **Inversiones financieras de corto plazo.** Abarcan los instrumentos financieros con los que cuenta la empresa (depósitos, fondos, entre otros), siempre que su plazo de vencimiento no exceda un año.
- **Valores negociables.** Forman parte del activo circulante cuando su finalidad es convertirse en efectivo dentro del ciclo operativo del negocio.

3.2.1.3. ¿Cómo calcular activo circulante?

El cálculo del activo circulante se obtiene mediante la suma de todas las partidas que conforman los activos de corto plazo de una organización, es decir, aquellos elementos susceptibles de transformarse en efectivo en un periodo inferior a un año.

Fórmula:

Activo circulante = Efectivo y equivalentes + Cuentas por cobrar + Inventarios + Inversiones temporales + Gastos pagados por anticipado + Otros activos circulantes.

3.2.1.4. Importancia del activo circulante

La composición de los recursos de una empresa está estrechamente relacionada con su tipo y estrategia de crecimiento. Sin embargo, generalmente habrá una combinación de recursos líquidos y una infraestructura operativa. Los recursos líquidos suelen ser los recursos corrientes y serán el foco de los estados financieros de una empresa en una fecha determinada. Los recursos corrientes suelen incluir efectivo (tanto efectivo físico como en el banco), existencias y cuentas por cobrar, y pueden incluir otros derechos de la empresa que pueden convertirse en efectivo (liquidez de fondos disponibles) en el próximo año.

3.2.1.5. Componentes del activo circulante

3.2.1.6.1 Activo disponible

Sánchez (2021), el activo disponible se refiere al monto de dinero que una entidad puede utilizar de manera inmediata. Este valor generalmente se encuentra en cuentas bancarias o en la caja de la empresa, y se utiliza para hacer frente a pagos urgentes o compromisos que deben cumplirse sin dilación. En estos casos, dichos recursos son los que se emplean para satisfacer las obligaciones de forma inmediata.

Monografía plus (2022), el activo disponible se refiere a la sección del activo que la empresa tiene a su disposición para ser utilizada de forma inmediata con el fin de cumplir con sus compromisos de pago. Bajo esta categoría se incluyen el efectivo en caja, los depósitos a la vista en bancos, los fondos en tránsito, los documentos de cobro inmediato, así como los recursos que pueden ser utilizados de manera inmediata para cubrir los gastos cotidianos del negocio.

Salas (2020), el concepto de activo disponible hace referencia a los recursos que una empresa tiene a su alcance de manera inmediata para ser utilizados en acciones clave vinculadas a su operación principal. Estos recursos pueden ser utilizados para financiar

procesos o invertidos con el objetivo de sostener y fomentar el crecimiento corporativo. Dado que estas actividades dependen del flujo de caja, ofrecen información financiera relevante sobre los elementos que afectan los ingresos y egresos de la empresa, lo que facilita un control eficiente de este tipo de activos.

3.2.1.6.2 Activo realizable

Llamas (2021), el activo realizable se refiere a un conjunto de recursos que tiene la posibilidad de transformarse en un activo líquido a corto plazo para la empresa. En otras palabras, es una clasificación contable que abarca el periodo comprendido entre la venta y el momento en que se recibe el pago. Este concepto también abarca el proceso intermedio, que inicia cuando la empresa posee los productos destinados a la venta y culmina cuando, a través de la transacción, el cliente efectúa el pago y el monto correspondiente ingresa a la tesorería de la empresa.

IFRI (2019), el activo realizable es una sección del activo corriente que no se clasifica como disponible ni como existencias, pero que en el futuro se transformará en recursos líquidos. Estas partidas pueden incluir cuentas por cobrar, efectos pendientes de cobro, otros deudores y ajustes por periodificación.

Raqui (2016), “este grupo incluye valores que se transformarán en efectivo en el corto plazo, así como créditos que no generan ingresos de forma directa, sino que surgieron o se originaron a través de transacciones comerciales, entre estos activos se encuentran: documentos por cobrar, cuentas por cobrar, clientes, cuentas personales, clientes por ventas a crédito a corto plazo, remesas en proceso, intereses acumulados pendientes de cobro, dividendos aprobados, acciones y bonos”.

3.2.1.6.3 Activo exigible

Según Sánchez y Galán (2020), “los activos exigibles son todos los bienes y derechos de una empresa que se encuentran en el balance general, que pueden ser distinguibles por su capacidad de convertirse en efectivo a corto plazo, en la mayoría de los casos, los activos exigibles agrupan aquellos recursos que posee una entidad comercial y que no generan un rendimiento inmediato.”

El Contador Público (2022) afirma que, “los activos exigibles” incluyen “los derechos de cobro que una empresa tiene contra clientes y deudas por pagar en no más de doce meses.” Actualmente, los activos exigibles son el conjunto de cuentas contables que la empresa registra en su balance general y que se realizarán en un plazo no mayor a un año.

Vega (2020) afirma que el activo exigible incluye cuentas por cobrar, pagarés, cuentas, ventas a crédito a corto plazo, remesas en tránsito, intereses devengados por cobrar y dividendos, así como acciones y bonos.

Raqui (2016), sostiene que el activo exigible agrupa aquellos valores que se convertirán en efectivo en el corto plazo, así como los créditos que, aun cuando no generen ingresos directos, han sido incorporados al negocio o se han originado a partir de operaciones comerciales. Dentro de esta categoría se incluyen los documentos por cobrar, cuentas por cobrar, clientes, cuentas personales, ventas a crédito a corto plazo, remesas en proceso, intereses devengados pendientes de cobro, dividendos aprobados, acciones y bonos.

3.2.2. Crecimiento empresarial

Rodríguez (2021), el crecimiento constituye un factor determinante para la permanencia de una empresa en el tiempo, en la medida en que contribuye a atraer nuevos clientes, capital humano calificado y fuentes de financiamiento indispensables para su desarrollo. De igual forma, este proceso favorece el desempeño de la organización y la

generación de utilidades. En términos más específicos, el crecimiento empresarial puede entenderse como el proceso a través del cual una compañía introduce mejoras en sus estrategias con el fin de alcanzar resultados favorables en determinadas áreas, en función de sus necesidades u objetivos vigentes. Dicho crecimiento puede lograrse ya sea mediante el aumento de los ingresos producto de un mayor volumen de ventas o a través de la ampliación de los servicios ofrecidos.

Orellana (2020), el crecimiento corporativo se refiere al avance que experimenta una organización en áreas como la rentabilidad, la innovación de productos, la ampliación de su base de clientes y el fortalecimiento de su imagen de marca. Las empresas se expanden cuando deben tomar medidas para ajustarse a un entorno más exigente. Así mismo Morrow (2022), el desarrollo empresarial se refiere a la expansión de una compañía, la cual puede ocurrir de diversas formas, desde la implementación de estrategias de marketing hasta la actualización de modelos de negocio. Para impulsar el crecimiento, las tácticas, los proyectos y los objetivos empresariales deben estar armonizados y ser complementarios entre sí. De hecho, es fundamental incorporar una estrategia de expansión empresarial en cada etapa, desde la creación inicial del plan de negocio hasta la optimización de la oferta de productos.

Yoza y Parrales (2021), el crecimiento empresarial es un proceso fundamental en la evolución de cualquier organización, y se refiere al aumento en su tamaño, capacidad o alcance a lo largo del tiempo. Este crecimiento puede presentarse de diversas formas, como un incremento en los ingresos, la expansión de la base de clientes, la diversificación de productos o servicios, la ampliación territorial, o la incorporación de nuevas tecnologías y métodos.

Ceupe (2023), también conocido como activo corriente, este término hace referencia a los activos líquidos con los que cuenta una empresa al finalizar el ejercicio contable. El crecimiento empresarial se entiende como el progreso que experimenta una organización en

distintos aspectos, tales como el incremento de sus beneficios económicos, la ampliación de su base de clientes, el aumento de su personal, la expansión de su infraestructura, la adopción de nuevas tecnologías, el fortalecimiento de su marca y la mejora en la producción de bienes y servicios.

3.2.2.1. Beneficios del crecimiento empresarial

- **Incremento de los ingresos económicos.** Constituye el rasgo más visible del crecimiento empresarial, y trae consigo beneficios como la posibilidad de incorporar más personal, ampliar la infraestructura existente y renovar equipos, tecnologías y demás herramientas de trabajo.
- **Optimización de los procesos.** A medida que la empresa se expande, resulta necesario identificar y subsanar fallas o irregularidades, con el fin de lograr procesos más eficaces y eficientes, reduciendo los tiempos de producción y generando ahorros económicos.
- **Mejoras en la logística.** Diversos componentes logísticos experimentan avances, entre ellos el transporte, los sistemas de almacenamiento, la organización de los productos, el control de calidad y la distribución de las mercancías.
- **Captación de talento.** El interés de profesionales calificados por integrarse a la organización se incrementa, facilitando la incorporación de personal capacitado.
- **Posicionamiento de marca.** La imagen de la empresa se consolida de manera más sólida en la percepción de los consumidores.
- **Generación de empleo.** La demanda de nuevos colaboradores se eleva conforme surgen vacantes adicionales derivadas de la expansión del negocio.

3.2.2.2. Tipos de crecimiento empresarial

- a. **Crecimiento orgánico.** Es aquel que la empresa alcanza haciendo uso de sus propios recursos disponibles.
- b. **Crecimiento estratégico.** Consiste en el planteamiento de nuevas estrategias orientadas a lograr un desarrollo empresarial sostenido en el tiempo.
- c. **Crecimiento por fusión.** Se produce cuando dos o más empresas se integran, uniendo sus patrimonios para dar origen a una nueva entidad societaria.
- d. **Crecimiento por adquisición.** Ocurre cuando una empresa toma el control, ya sea parcial o total, de otra de menor tamaño mediante su compra.
- e. **Crecimiento interno.** Hace referencia a la inversión que la propia empresa destina a su organización interna, con el propósito de impulsar su desarrollo y ampliar su capacidad productiva.

3.2.2.3. Etapas del crecimiento empresarial

Seguidamente, se describen las cinco etapas del crecimiento empresarial propuestas por Neil Churchill y Virginia Lewis, publicadas en la revista Harvard Business Review en el año 1983.

- **Etapas 1: Existencia empresarial.** En esta fase inicial, la estrategia más básica consiste en lograr que la empresa se mantenga vigente dentro del mercado. Para ello, resulta indispensable captar clientela y ofrecer productos capaces de satisfacer alguna necesidad concreta.
- **Etapas 2: Supervivencia del negocio.** Una vez superada la primera fase, se entiende que la empresa cuenta con un producto viable, lo cual implica la existencia de clientes activos y de un proceso productivo capaz de atender dicha demanda. El aspecto clave

en esta etapa radica en aumentar tanto el tamaño como la rentabilidad del negocio, condiciones necesarias para avanzar hacia la siguiente fase.

- **Etapa 3: Éxito organizacional.** En esta etapa la empresa logra una consolidación efectiva dentro del mercado. Sin embargo, corresponde al propietario decidir si capitaliza dichos logros para continuar expandiéndose o si opta por mantener una posición estable.
- **Etapa 4: Despegue de la organización.** De optar por seguir invirtiendo, la empresa enfrenta el reto del despegue empresarial, cuyos principales desafíos consisten en determinar la forma de crecer con rapidez y en asegurar el financiamiento necesario para sostener dicho crecimiento.
- **Etapa 5: Madurez de los recursos.** Finalmente, tras un despegue exitoso, el negocio alcanza su etapa de madurez, caracterizada por el control de las utilidades y la corrección de las deficiencias surgidas durante el proceso de rápida expansión. En esta fase se observa la presencia de personal capacitado, procesos productivos optimizados, tecnología adecuada y sistemas de mayor complejidad.

3.2.2.4. Factores fundamentales en el crecimiento empresarial

Slack (2025), para que este proceso pueda materializarse es necesario que concurren determinados factores que lo hagan posible e impulsen su avance. Se trata de elementos indispensables en la gestión de cualquier organización que aspire a crecer y expandirse dentro del mercado, y que las grandes corporaciones han aplicado a lo largo de su evolución y continúan implementando en la actualidad.

- **Acceso a nuevos mercados.** Uno de los factores determinantes del crecimiento empresarial radica en la posibilidad de ingresar a distintos mercados. Incursionar en la comercialización a nivel internacional, o transformar un negocio físico en uno

digital o viceversa, multiplica las oportunidades de venta, siempre que dicha expansión se realice con criterio adecuado.

- **Recursos humanos.** En este ámbito se genera una dinámica de retroalimentación: mientras más crece una organización, mayores son sus posibilidades de captar y retener talento; y, de manera inversa, cuanto más sólido es su capital humano, mayores serán sus oportunidades de expansión.
- **Investigación, desarrollo e innovación (I+D+I).** Desde los inicios de la revolución industrial, estos elementos han estado presentes en el proceso de crecimiento de todo negocio exitoso. En el contexto actual de la revolución tecnológica, su relevancia se ha incrementado aún más, transformándose en un área fundamental para el desarrollo empresarial.
- **Tecnología.** Como consecuencia directa del punto anterior, la adopción de tecnologías se ha convertido en una práctica ineludible para las organizaciones. La digitalización, en efecto, no solo resulta esencial para el crecimiento, sino también para la competitividad y la permanencia de la empresa en el mercado.
- **Finanzas.** El financiamiento constituye un elemento esencial en el mundo empresarial, pues toda organización requiere de un presupuesto para constituirse y desarrollarse. La mayoría de las grandes corporaciones han tenido que recurrir a fuentes de financiamiento externas para alcanzar su posición actual.
- **Planificación.** Finalmente, un aspecto que en ocasiones se pasa por alto es la preparación de quienes lideran el desarrollo del negocio —quienes deben poseer sólidos conocimientos empresariales—, así como la planificación adecuada del proceso de crecimiento, el cual no debería llevarse a cabo de manera improvisada.

El crecimiento empresarial representa un proceso central para garantizar la sostenibilidad y la competitividad de una organización, pues involucra la mejora de la

rentabilidad, la innovación, la expansión hacia nuevos mercados y el fortalecimiento de la gestión interna a través de estrategias debidamente planificadas. Este proceso se apoya en tres pilares fundamentales el crecimiento económico, el crecimiento financiero y la fidelización del cliente, los cuales, en conjunto, impulsan la expansión y consolidación del negocio a largo plazo.

Finalidad

Un elemento clave del desarrollo empresarial es la sostenibilidad. Para que el avance sea duradero, la empresa debe garantizar que dispone de los recursos, la capacidad y la estructura necesarios para respaldar y sostener el crecimiento a largo plazo. Esto implica contar con una estrategia financiera robusta, realizar inversiones en capital humano y tecnología, y mantener una cultura organizacional que promueva la innovación y la flexibilidad.

3.2.2.4. Componentes del crecimiento empresarial

A. Crecimiento económico

Díaz (2014), sostiene que el desarrollo económico se configura como una decisión estratégica asociada a un período específico, orientada a favorecer el desempeño de la entidad y a fortalecer la autonomía en la gestión financiera.

Sevilla (2015), señala que el desarrollo económico se basa en la evaluación de los resultados obtenidos durante el proceso de crecimiento de la actividad empresarial, considerando las inversiones realizadas en un período determinado.

World Bank (2024) define el crecimiento económico como el aumento sostenido de la capacidad productiva de una economía en un lapso determinado, el cual se evidencia a través del incremento del Producto Interno Bruto (PIB) u otros indicadores de producción y riqueza. Dicho crecimiento es impulsado por factores como la inversión en infraestructura,

el avance tecnológico, la expansión del capital humano y la implementación de políticas económicas favorables.

Restrepo y Acemoglu (2020) conceptualizan el crecimiento económico como el incremento progresivo de la capacidad productiva de una economía a lo largo del tiempo, generalmente medido mediante el crecimiento del PIB. Este proceso es resultado de múltiples factores, entre ellos la inversión en infraestructura, el desarrollo tecnológico y la mejora de la educación y capacitación laboral, cuyos efectos inciden tanto en el bienestar social como en la equidad.

Guichay (2022) afirma que el crecimiento económico constituye un reflejo del bienestar y la prosperidad de un país, ya que su incremento suele generar mayores oportunidades de empleo y mejoras en la calidad de vida de la población. Asimismo, destaca que las actividades del sector público no financiero comprenden diversos procesos fiscales orientados a la captación y administración de recursos, los cuales, mediante la intervención de entidades gubernamentales, permiten financiar servicios y proyectos que promueven la estabilidad económica y el desarrollo social.

B. Crecimiento financiero

Díaz (2014), señala que el crecimiento financiero representa el resultado proyectado que una organización espera alcanzar mediante la interacción de sus distintos componentes, con la finalidad de impulsar su desarrollo económico y financiero. Asimismo, este crecimiento supone una gestión eficiente de los recursos empresariales, así como de los productos y servicios que la entidad ofrece.

Zamora (2015), sostiene que el crecimiento financiero constituye un indicador del rendimiento del capital, el cual suele evaluarse en un período determinado sin considerar la distribución de utilidades. Además, se entiende como un resultado positivo derivado de las

operaciones financieras del inversionista, siendo una visión ampliamente compartida por los emprendedores que buscan maximizar sus ingresos económicos.

C. Fidelización del cliente

Ospina (2020), define la fidelización de clientes como el proceso de conservar a los consumidores ya captados, quienes continúan adquiriendo los productos o servicios de la empresa gracias a las experiencias positivas vividas. Para ello, resulta indispensable generar interacciones satisfactorias que consoliden una relación de confianza sostenida en el tiempo.

Viñaras (2021), señala que la retención de clientes comprende un conjunto de estrategias de marketing y ventas orientadas a incentivar que los consumidores que han realizado compras previas mantengan una relación comercial continua, convirtiéndose en clientes habituales a largo plazo.

3.2.3 Centro Comercial El Paraíso

El Centro Comercial El Paraíso es uno de los puntos de comercio más emblemáticos y concurridos de la ciudad del Cusco, especialmente para la población local. A diferencia de los centros comerciales modernos de estilo "mall", El Paraíso tiene una historia profundamente ligada al comercio popular y la formalización progresiva. Aquí tienes una reseña histórica de su evolución:

1. Origen: El comercio ambulatorio (Años 80 - 90)

El origen de "El Paraíso" no fue un edificio planificado, sino el resultado del crecimiento del comercio minorista en los alrededores del Mercado de San Pedro y la calle Cascaparo . Durante las décadas de 1980 y 1990, cientos de comerciantes ocuparon las vías públicas de forma precaria. La necesidad de un espacio propio y digno llevó a los trabajadores a organizarse en asociaciones.

2. Reubicación y Consolidación (Década de 2000)

Dentro del marco de los planos de reordenamiento del Centro Histórico del Cusco, la Municipalidad impulsó la reubicación de los comerciantes que ocupaban las calles aledañas. Muchos de estos comerciantes se trasladan a terrenos cercanos en el distrito de Santiago, donde hoy se asienta el centro comercial. En esta etapa, el centro funcionaba principalmente como una asociación de pequeños empresarios (alrededor de 500 a 600 socios).

3. El hito de la formalización (2011)

Un momento clave en su historia ocurrió en noviembre de 2011, cuando el Centro Comercial El Paraíso recibió la primera licencia corporativa de funcionamiento otorgada por la Municipalidad Provincial del Cusco. Este evento fue histórico porque marcó la transición de un grupo de comerciantes independientes a una entidad comercial formal y unificada, capaz de ofrecer garantías de seguridad y calidad a sus clientes.

4. Actualidad y Relevancia Económica

- Hoy en día, El Paraíso es conocido como el lugar predilecto para encontrar tecnología, ropa, calzado y artículos para el hogar a precios competitivos.
- **Perfil empresarial:** Actualmente alberga a más de 500 microempresarios .
- **Impacto local:** A diferencia de centros como el Real Plaza, El Paraíso mantiene una esencia popular y es un motor económico vital para las familias cusqueñas del sector de Santiago y alrededores.
- **Indagación académica:** Debido a su éxito y modelo de gestión, ha sido objeto de Múltiples tesis universitarias sobre rentabilidad y comportamiento del consumidor en el Cusco.

Datos Clave

- **Ubicación:** Calle Túpac Amaru, Distrito de Santiago (muy cerca del Mercado de San Pedro).
- **Especialidad:** Electrónica, ropa de montaña, calzado y textiles.
- **Aniversario:** Se suele celebrar en los meses de junio, coincidiendo con las festividades del Cusco.

3.3. Definición de términos

- **Acciones:** Indica que, aunque la frase "tomar acción" es comúnmente empleada, es preferible utilizar opciones como "tomar medidas", "adoptar medidas", "pasar a la acción" o simplemente "actuar". Díaz (2021)
- **Activo fijo:** un activo no corriente es un bien o derecho que permanece en la empresa por un período extenso. Los activos no corrientes, también denominados activos fijos, forman la base fundamental para el desempeño de la organización, es decir, su infraestructura inmovilizada. (My tripleA, 2023)
- **Caja chica:** es el monto disponible en caja de una empresa destinado a atender necesidades particulares, imprevistas o excepcionales. Zevallos (2017)
- **Costos:** el costo hace referencia al gasto financiero requerido para fabricar un producto o brindar un servicio. Este concepto incluye distintos componentes, como la compra de materiales, el pago por el trabajo realizado, los gastos vinculados con el proceso de producción y los costos administrativos, entre otras acciones conexas. Drury (2013)
- **Cuenta corriente:** una herramienta esencial para la gestión de los recursos financieros y la preservación de la estabilidad económica. BBVA (2024)

- **Cuentas por cobrar a terceros:** es una cuenta que agrupa a un grupo de empresas o individuos a quienes se les han brindado servicios o vendidos productos, de acuerdo con el objetivo del emprendimiento. Gonzales (2018)
- **Efectivo:** el efectivo se caracteriza por su alta liquidez, lo que implica que está listo para su utilización inmediata en cualquier operación financiera. Además, funciona como un instrumento de intercambio universalmente aceptado, cuyo valor es reconocido por todos los participantes del mercado. Billin (2023)
- **Estrategias:** el diseño de estrategias desde un enfoque apropiado implica que tanto los directivos como el personal de las compañías de servicios deben considerar que el propósito fundamental de la empresa es cubrir las necesidades y expectativas de sus clientes. Padilla (2018)
- **Formas de pago:** es un sistema de pago utilizado para saldar productos o servicios. Las opciones de pago pueden variar dependiendo de si la empresa funciona únicamente en línea o también cuenta con un establecimiento físico. Bind (2023)
- **Gastos:** se refieren a las reducciones en el patrimonio neto de la entidad, ya sea por la salida de recursos, la disminución en el valor de los activos o por el reconocimiento o incremento de pasivos, siempre y cuando no se trate de distribuciones, ya sean en efectivo o no, hacia los socios o propietarios. El Economista (2024)
- **Inversión:** la inversión es un proceso que consiste en destinar recursos con el propósito de obtener algún tipo de ventaja o rendimiento. López (2018)
- **Ingresos:** a través de los ingresos, es posible entender todos los beneficios que se integran al presupuesto general de una organización. De manera general, los ingresos no solo representan un aspecto financiero, sino también un componente no

económico. Estos ingresos siguen acumulándose, generando un ciclo continuo de ventajas para el usuario. Gil (2019)

- **Mercaderías:** los productos son los artículos obtenidos por una empresa con el objetivo de ser comercializados en su condición original o tras haber pasado por un proceso de modificación. Billin (2023)
- **Procedimientos:** de manera general, el concepto de procedimiento hace referencia al enfoque a través del cual se realizan ciertas actividades que constituyen un proceso. En otras palabras, detalla la secuencia específica y ordenada en la que se lleva a cabo una acción o labor. Linares (2018)
- **Rotación de mercadería:** hace referencia a la periodicidad con la que un artículo se comercializa y se reabastece en un lapso específico. Este parámetro mide la efectividad en la administración de existencias, mostrando la velocidad con la que los productos se transfieren del inventario al cliente final. Grupo Prom (2024)
- **Revisiones periódicas:** la Revisión Regular es un procedimiento de análisis y actualización que garantiza el adecuado desempeño y la protección de distintos sistemas y servicios, facilitando la detección y resolución de problemas antes de que se conviertan en situaciones críticas. QdB Group (2024)
- **Sistema de cobranza:** Un sistema de administración de cobros se compone de un conjunto de actividades y procedimientos orientados a recuperar las obligaciones o créditos impagos de los clientes, mediante el uso de diferentes tácticas y enfoques. Credit Force (2024)
- **Ventas:** El concepto de ventas engloba todas las actividades necesarias para presentar a un cliente o empresa un producto o servicio a cambio de dinero. Sin embargo, el alcance de este término en el contexto empresarial es mucho más amplio que su definición simple. HubSpot (2023)

IV. Metodología

4.1. Tipo y nivel de investigación

4.1.1. Tipo de indagación

Carrasco (2019) “indica que la indagación básica tiene como finalidad ampliar y profundizar el acervo de conocimientos científicos existentes sobre la realidad, centrándose en el análisis de teorías científicas con el propósito de perfeccionar y fortalecer sus contenidos” (p. 43). En ese sentido, el presente estudio se clasifica como indagación básica, ya que su objetivo principal fue contribuir al fortalecimiento del conocimiento teórico respecto a la relación entre el activo circulante y el crecimiento empresarial.

4.1.2. Nivel correlacional

Hernández et al. (2014) “señalan que los estudios correlacionales tienen como propósito identificar y explicar el grado de relación existente entre dos o más conceptos, categorías o variables dentro de un contexto determinado, permitiendo además realizar predicciones y cuantificar dichas relaciones” (p. 90). En concordancia con ello, el presente estudio se desarrolló bajo un nivel correlacional, ya que se analizó la naturaleza del activo circulante y su vinculación con el crecimiento empresarial del centro comercial El Paraíso, ubicado en la ciudad de Cusco.

4.1.4. Diseño de no experimental

Hernández y Baptista (2018), “indican que el diseño no experimental se caracteriza por la realización de estudios en los que no se manipulan de manera intencional las variables, es decir, no se provoca deliberadamente la variación de las variables independientes para observar sus efectos sobre otras” (p. 154). En ese sentido, la presente indagación adoptó un diseño no experimental, debido a que su propósito fue analizar y describir la naturaleza del activo circulante y el crecimiento empresarial del centro comercial El Paraíso, ubicado en la ciudad de Cusco, sin intervenir ni alterar los resultados observados.

4.1.5. Diseño transversal

Hernández et al. (2014) “señalan que los diseños de indagación transaccionales o transversales se caracterizan por la recolección de datos en un solo momento o período específico” (p. 154). En concordancia con ello, el presente estudio adoptó un diseño transversal, debido a que la información requerida para el análisis fue recopilada en un único momento temporal, específicamente durante el año 2023.

4.2. Ámbito temporal y espacial

4.2.1. Ámbito espacial

El trabajo de indagación se realizó en el centro comercial El Paraíso, Cusco; lugar donde se encuentran ubicados los empresarios, quienes fueron fuente de información de primera línea.

4.2.2. Ámbito temporal

El trabajo de indagación se realizó con información del año 2023.

4.3. Población y muestra

4.3.1. Población

Hernández y Baptista (2014), “definen la población como el conjunto total de elementos que cumplen con criterios previamente establecidos y que son objeto de análisis en una investigación, una vez determinada la unidad de estudio, se procede a delimitar la población y a generalizar los resultados obtenidos” (p. 174). En ese sentido, la población del presente estudio estuvo conformada por 564 empresarios que desarrollan actividades comerciales en el centro comercial El Paraíso.

Tabla 1

Cantidad de stand en el Centro Comercial el Paraíso

N.º	Stand / Servicio	Cantidad
1	Ferretería	64
2	Celulares y carcasas	135
3	Mochilas	19
4	Peluches	8
5	Electrodomésticos	35
6	Zapatos y zapatillas	51
7	Juguetes	6
8	Ropas	25
9	Servicio técnico	179
10	Dulcería	3
11	Chocolatería	1
12	Librería	1
13	Sastrería	15
14	Infusiones	1
15	Videos	3
16	Abarrotes	2
17	Comidas	14
18	Baños	2
Total general		564

Nota: De acuerdo a la información proporcionada por el centro comercial el paraíso

4.3.2. Muestra

Hernández y Baptista (2014), “señalan que la muestra constituye un subgrupo de la población de interés, previamente delimitado con precisión, sobre el cual se realiza la recolección de datos, y que debe ser representativo del total de la población” (p. 174). En el

presente estudio, se seleccionó una muestra representativa conformada por 229 empresarios del centro comercial El Paraíso.

Estimación de la muestra

Población: $N = 564$

Error máximo admisible: $e = 5\% (0.05)$

Unidad tipificada: $Z=1.96$

Probabilidad de ocurrencia del fenómeno: $p = 50\% (0.5)$

Probabilidad de no ocurrencia del fenómeno: $q=50\% (0.5)$

Fórmula para calcular n tamaño de la muestra:

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

$$n = \frac{564 * 0.5 * 0.5 * 1.96^2}{(564 - 1) * 0.05^2 + 0.5 * 0.5 * 1.96^2}$$

$$n = 229$$

La muestra del presente trabajo de indagación con el nivel de confianza al 95% es de 229 empresarios pertenecientes al centro comercial El Paraíso.

4.3.3. Muestreo

Parra y Vasquez (2017) “el muestreo probabilístico es una técnica en la que los integrantes de una población son seleccionados de manera aleatoria, de modo que todos tienen la misma probabilidad positiva de ser elegidos para conformar la muestra. Este tipo de muestreo se considera más recomendable en las investigaciones, ya que permite obtener resultados más precisos y eficientes, además de garantizar la representatividad de la muestra respecto a la población total”. Asimismo, el investigador debe asegurar que cada individuo cuente con las mismas oportunidades de ser incluido en el proceso de selección. Bajo este contexto se precisa que el muestreo será probabilístico ya que para determinar la muestra se usó una fórmula matemática.

4.4. Instrumentos

4.4.1. Técnica

Hernández y Baptista (2018), para el desarrollo del estudio, se utilizó la técnica de la encuesta, la cual se aplicará a un total de 229 personas que conforman el Centro Comercial El Paraíso.

4.4.2. Instrumentos

Hernández y Baptista (2018), “los instrumentos de recolección de datos permiten obtener la información necesaria para medir las variables de estudio”. Para el desarrollo de esta investigación, se utilizó como herramienta principal un cuestionario estructurado, diseñado específicamente en función de las variables planteadas en el estudio.

El cuestionario estuvo conformado por una serie de preguntas, organizadas en secciones correspondientes a cada una de las dimensiones analizadas. Este instrumento fue aplicado a una muestra de 229 empresarios del centro comercial El Paraíso, seleccionados conforme al diseño metodológico establecido. Su aplicación permitió recopilar información relevante y confiable para alcanzar los objetivos de la investigación.

4.5. Procedimientos

Para el procesamiento y análisis de los datos recopilados, se empleó el software estadístico SPSS versión 25, el cual permitió organizar, codificar y examinar la información obtenida a través del instrumento de recolección. Posteriormente, los resultados fueron analizados mediante procedimientos estadísticos descriptivos e inferenciales, con el propósito de identificar tendencias, comportamientos y relaciones significativas entre las variables estudiadas. Este enfoque estadístico facilitó una interpretación objetiva y precisa de los datos, en coherencia con los objetivos planteados en la investigación.

4.6 Análisis de datos

Para el análisis de los datos se aplicaron métodos de análisis descriptivo e inferencial. En la etapa descriptiva, se realizó un examen detallado de las variables y sus dimensiones, presentando los resultados que permitieron conocer las características del activo corriente, el pasivo corriente y el crecimiento empresarial, todo ello desde la perspectiva de los empresarios del Centro Comercial El Paraíso. Este análisis permitió identificar patrones, tendencias y comportamientos de cada variable dentro del contexto del estudio.

En cuanto al análisis inferencial, se llevó a cabo en primer lugar la prueba de normalidad, cuyos resultados evidenciaron que la distribución de los datos no seguía una distribución normal. En consecuencia, se optó por utilizar la prueba no paramétrica Rho de Spearman, la cual permitió determinar el nivel de significancia estadística y el grado de correlación existente entre las variables de estudio. De esta manera, fue posible establecer la relación entre el activo corriente, el pasivo corriente y el crecimiento empresarial, proporcionando un sustento cuantitativo para las conclusiones de la investigación.

4.7. Consideraciones éticas

Este estudio se realizó con un profundo respeto por los principios éticos. Se aseguró el cumplimiento estricto de los estándares éticos, garantizando la honestidad y la claridad en la recolección y gestión de los datos. El apego a estos principios esenciales no solo consolidó la fiabilidad y autenticidad de la investigación, sino que también promovió una relación de confianza firme con los participantes.

V. Resultados y discusión

5.1 Resultados

5.1.1. Confiabilidad del estudio

Tabla 2

Estadística de fiabilidad de las variables

Variables	Alfa de Cronbach	N de elementos
Activo circulante	0.789	9
Crecimiento empresarial	0.654	9

Nota: Elaboración propia

Interpretación

Hernández et al. (2014) “la confiabilidad del instrumento consiste en una fórmula que determine el grado de consistencia y precisión que poseen los instrumentos de medición” (p.348). Con base en lo expuesto anteriormente, resulta pertinente destacar que, con el propósito de asegurar una valoración precisa de la confiabilidad de los datos recopilados, se decidió aplicar el coeficiente Alfa de Cronbach. Esta herramienta estadística permite medir el grado de consistencia interna de un cuestionario, entendiéndose que un valor próximo a 1 refleja un alto nivel de confiabilidad en los datos recabados.

Los resultados obtenidos en el análisis de fiabilidad arrojaron índices de 0.789 y 0.654 para cada una de las variables, respectivamente. Cabe precisar que, en la medida en que

dicho valor se acerca a 1, la confiabilidad de los datos se incrementa, lo cual respalda la validez y solidez del estudio realizado. Estos resultados evidencian que las respuestas proporcionadas por los participantes muestran un adecuado grado de consistencia interna, lo que permite afirmar que el instrumento utilizado resultó apropiado para evaluar de manera confiable las variables consideradas en la investigación.

5.1.2. Análisis de las variables y dimensiones de estudio

Con el propósito de realizar un análisis más objetivo de las variables de estudio y sus respectivas dimensiones, se procedió a agrupar las respuestas afines a estas mismas, obtenidas en la encuesta. Posteriormente, dichas respuestas fueron procesadas mediante la técnica de baremación, lo que permitió recategorizar la escala original de Likert de 5 puntos en una escala simplificada de 3 categorías. En esta nueva clasificación, el valor 1 corresponde a la categoría Malo, el valor 2 a Regular y el valor 3 a Bueno. Esta adaptación facilitó la interpretación de los resultados y permitió una evaluación más clara del comportamiento de las variables analizadas.

Variable 01 – Activo circulante

Tabla 3

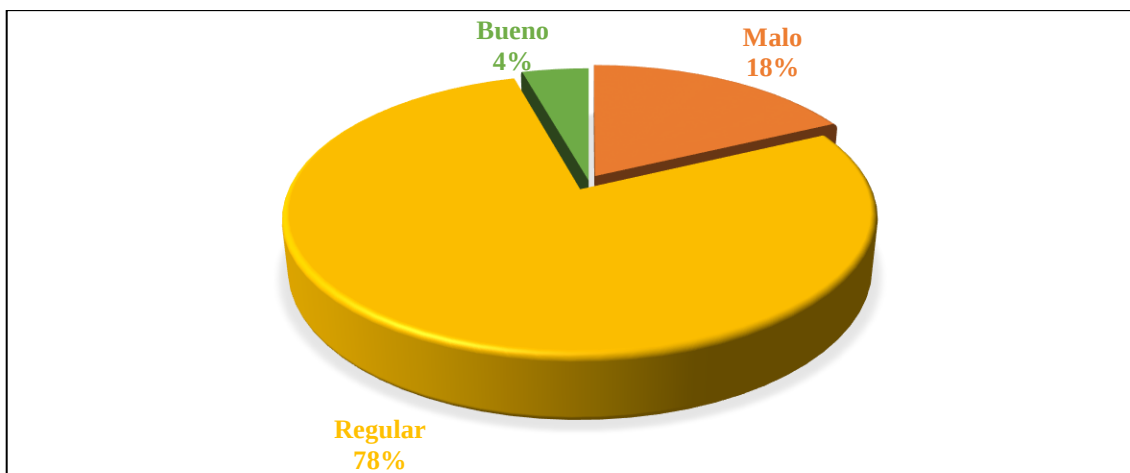
Análisis de la variable 01 – Activo circulante

	N	%
Malo	41	17.9%
Regular	178	77.7%
Bueno	10	4.4%

Nota: La tabla representa el análisis de la variable 01 – Activo circulante.

Figura 1

Análisis de la variable 01 – Activo circulante



Nota: La figura representa el análisis de la variable 01 – Activo circulante.

Interpretación

Los resultados de la encuesta revelan una percepción mayoritariamente negativa sobre el Activo circulante. Un 18% de los comerciantes lo califican como "malo", mientras que un 78% lo califica como "regular" y un 4% como bueno, lo que indica que una parte significativa de los encuestados percibe deficiencias serias en el activo circulante. Esta evaluación puede estar vinculada a posibles problemas en la aplicación de procedimientos adecuados, así como con la ineficiencia del activo circulante. Esto es indicio de deficiencias en la aplicación de procedimientos adecuados para la administración de los recursos a corto plazo, lo que podría afectar la liquidez y la capacidad de los comerciantes para cumplir con sus obligaciones inmediatas. Por otro lado, el 18% que lo califica como "malo" señala que existen problemas significativos en la gestión de estos activos, lo cual podría derivar en dificultades para el financiamiento de operaciones cotidianas o en la generación de flujos de efectivo necesarios para mantener la estabilidad del negocio. En este contexto, la ineficiencia del activo circulante podría estar relacionada con una falta de control, planificación o rotación de inventarios y cuentas por cobrar, lo que deteriora la capacidad operativa de los comerciantes y pone en riesgo la sostenibilidad de sus actividades comerciales.

Dimensión 01 - Activo disponible

Tabla 4

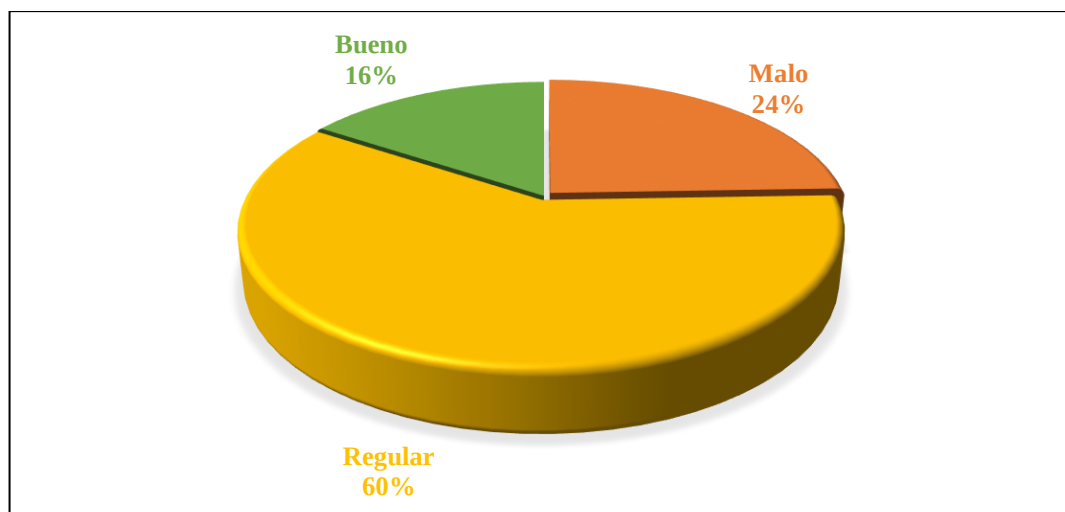
Análisis de la dimensión 01 – Activo disponible

	N	%
Malo	56	24.5%
Regular	137	59.8%
Bueno	36	15.7%

Nota: La tabla representa el análisis de la variable 01 – Activo disponible.

Figura 2

Análisis de la dimensión 01 – Activo disponible



Nota: La figura representa la dimensión 01 Activo disponible.

Interpretación

Los resultados de la encuesta revelan una percepción mayoritariamente negativa sobre el Activo disponible. Un 24% de los comerciantes lo califican como "malo", mientras que un 60% lo califica como "regular" y un 16% como bueno, lo que indica que una parte significativa de los encuestados percibe deficiencias serias en el Activo disponible. Esta evaluación puede estar vinculada a posibles problemas en la aplicación de procedimientos adecuados, así como con la ineficiencia del Activo disponible.

Esta valoración negativa podría estar relacionada con la falta de procedimientos adecuados en la gestión del activo disponible, lo que puede resultar en una asignación

ineficiente de los recursos financieros. Además, podría implicar que las prácticas de administración del capital circulante no son lo suficientemente efectivas para optimizar los flujos de efectivo y asegurar una operación fluida. En términos más amplios, la percepción de un activo disponible ineficiente podría afectar la liquidez y la capacidad de los comerciantes para enfrentar sus obligaciones a corto plazo, lo que pone en evidencia la necesidad de revisar y mejorar las estrategias de gestión financiera en las empresas analizadas.

Dimensión 02 - Activo realizable

Tabla 5

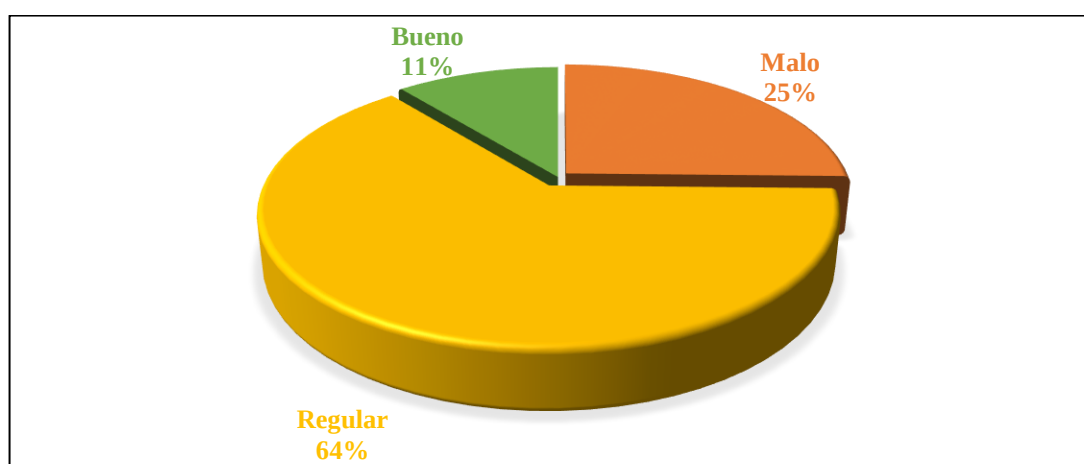
Análisis de la dimensión 02 – Activo realizable

	N	%
Malo	58	25.3%
Regular	146	63.8%
Bueno	25	10.9%

Nota: La tabla representa la dimensión 02- Activo realizable.

Figura 3

Análisis de la dimensión 02 – Activo realizable



Nota: La figura representa la dimensión 02 Activo realizable.

Interpretación

Los resultados de la encuesta revelan una percepción mayoritariamente negativa sobre

el Activo realizable. Un 25% de los comerciantes lo califican como "malo", mientras que un 64% lo califica como “regular” y un 11% como bueno, lo que indica que una parte significativa de los encuestados percibe deficiencias serias en el Activo realizable. Esta evaluación puede estar vinculada a posibles problemas en la aplicación de procedimientos adecuados, así como con la ineficiencia del Activo realizable.

Estos resultados indican posibles fallos en la implementación de procedimientos adecuados para gestionar el Activo realizable, lo que podría reflejar ineficiencia en la conversión de activos a efectivo o en la gestión de cuentas por cobrar, lo cual afecta la estabilidad financiera de los comerciantes. En términos teóricos, esto resalta la importancia de optimizar los procesos de administración de activos circulantes para mejorar la eficiencia operativa y la liquidez en los negocios.

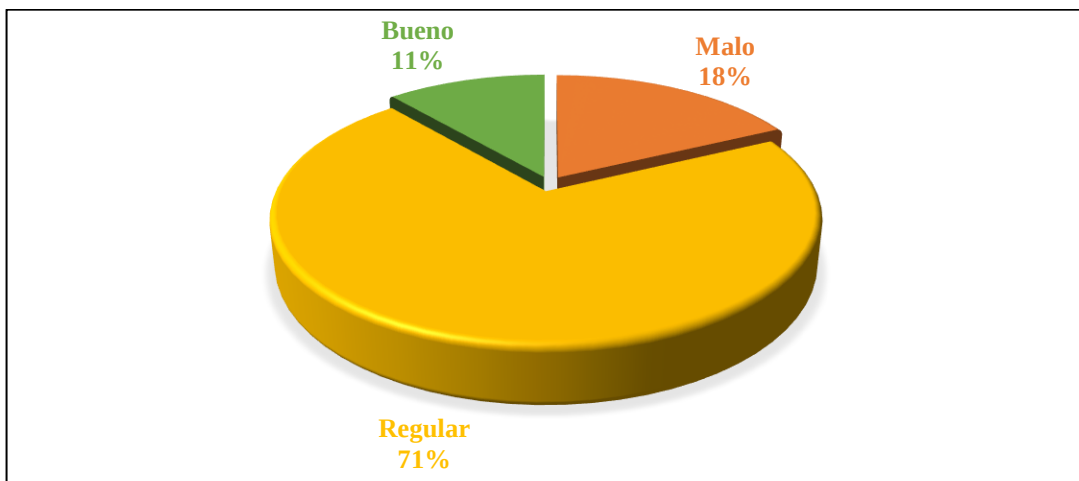
Dimensión 03 - Activo exigible

Tabla 6

Análisis de la dimensión 03 – Activo exigible

	N	%
Malo	41	17.9%
Regular	162	70.7%
Bueno	26	11.4%

Nota: La tabla representa la dimensión 03- Activo exigible.

Figura 4*Análisis de la dimensión 03 – Activo exigible**Nota: La figura representa la dimensión 03 Activo exigible.***Interpretación**

Los resultados de la encuesta revelan una percepción mayoritariamente negativa sobre el Activo exigible. Un 18% de los comerciantes lo califican como "malo", mientras que un 64% lo califica como "regular" y un 11% como bueno, lo que indica que una parte significativa de los encuestados percibe deficiencias serias en el Activo exigible. Esta evaluación puede estar vinculada a posibles problemas en la aplicación de procedimientos adecuados, así como con la ineficiencia del Activo exigible.

Estos resultados indican posibles problemas en la aplicación de procedimientos financieros adecuados, lo que afectaría la liquidez y capacidad operativa de los comerciantes. Además, la baja proporción de respuestas calificadas como "bueno" (solo un 11%) indica que solo una minoría de los encuestados percibe una correcta utilización de los activos exigibles, lo que refuerza la hipótesis de ineficiencia en la administración de los recursos. Este análisis resalta la necesidad de revisar y optimizar los procedimientos y estrategias relacionadas con el manejo del Activo Exigible, a fin de mejorar la situación financiera y operativa de los comercios en la muestra.

Variable 02 – Crecimiento empresarial

Tabla 7

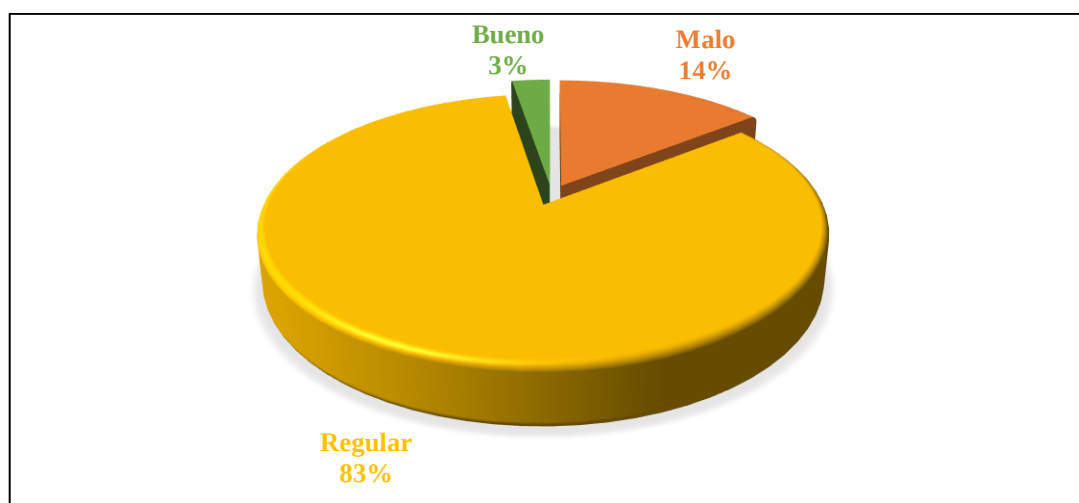
Análisis de la variable 02 – Crecimiento empresarial

	N	%
Malo	33	14.4%
Regular	190	83.0%
Bueno	6	2.6%

Nota: La tabla representa el análisis de la variable 02 – Crecimiento empresarial.

Figura 5

Análisis de la variable 02 – Crecimiento empresarial



Nota: La figura representa el análisis de la variable 02 – Crecimiento empresarial.

Interpretación

Los resultados de la encuesta revelan una percepción mayoritariamente negativa sobre el Crecimiento empresarial. Un 14% de los comerciantes lo califican como "malo", mientras que un 83% lo califica como "regular" y un 3% como bueno, lo que indica que una parte significativa de los encuestados percibe deficiencias serias en el Crecimiento empresarial. Esta evaluación puede estar vinculada a posibles problemas en la aplicación de procedimientos adecuados, así como con la ineficiencia del Crecimiento empresarial.

Estos resultados indican que una parte significativa de los encuestados percibe serias limitaciones en la gestión del activo circulante, lo que podría tener implicaciones en la

liquidez y en la capacidad operativa de las empresas. Esta evaluación podría estar asociada a fallos en la implementación de procedimientos financieros adecuados, lo que obstaculiza la eficiencia en el manejo de recursos. Además, la ineficiencia observada en el activo exigible podría estar vinculada a una falta de optimización en el crecimiento empresarial, ya que una gestión inadecuada de los activos circulantes puede limitar la capacidad de las empresas para reinvertir y expandirse. En resumen, los resultados apuntan a la necesidad de revisar y mejorar las prácticas de gestión financiera, con el objetivo de garantizar una mayor eficiencia y un mejor desarrollo del negocio.

Dimensión 01 - Crecimiento económico

Tabla 8

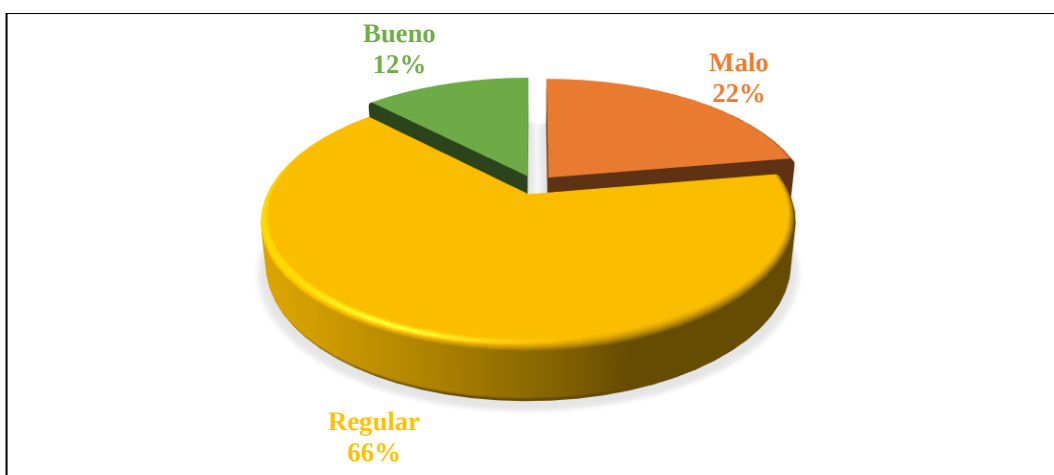
Análisis de la dimensión 01 – Crecimiento económico

	N	%
Malo	51	22.3%
Regular	150	65.5%
Bueno	28	12.2%

Nota: La tabla representa la dimensión 01- Crecimiento económico.

Figura 6

Análisis de la dimensión 01 – Crecimiento económico



Nota: La figura representa la dimensión 01 Crecimiento económico.

Interpretación

Los resultados de la encuesta revelan una percepción mayoritariamente negativa sobre el Crecimiento económico. Un 22% de los comerciantes lo califican como "malo", mientras que un 66% lo califica como “regular” y un 12% como bueno, lo que indica que una parte significativa de los encuestados percibe deficiencias serias en el Crecimiento económico. Esta evaluación puede estar vinculada a posibles problemas en la aplicación de procedimientos adecuados, así como con la ineficiencia del Crecimiento económico.

Este resultado apunta a la urgencia de realizar un análisis profundo sobre las causas estructurales de estas deficiencias, identificando posibles fallas en los mecanismos de comunicación, seguimiento y evaluación de políticas económicas. Asimismo, se hace imprescindible la adopción de estrategias orientadas a mejorar la confianza en las herramientas financieras y administrativas asociadas al Activo exigible, promoviendo así una gestión más eficaz que estimule el dinamismo económico y facilite el desarrollo sostenible. La incorporación de prácticas innovadoras, basadas en datos empíricos y en un diálogo constante con los actores implicados, podría resultar clave para revertir esta percepción negativa y fortalecer el impacto positivo en el crecimiento económico general.

Dimensión 02 - Crecimiento financiero

Tabla 9

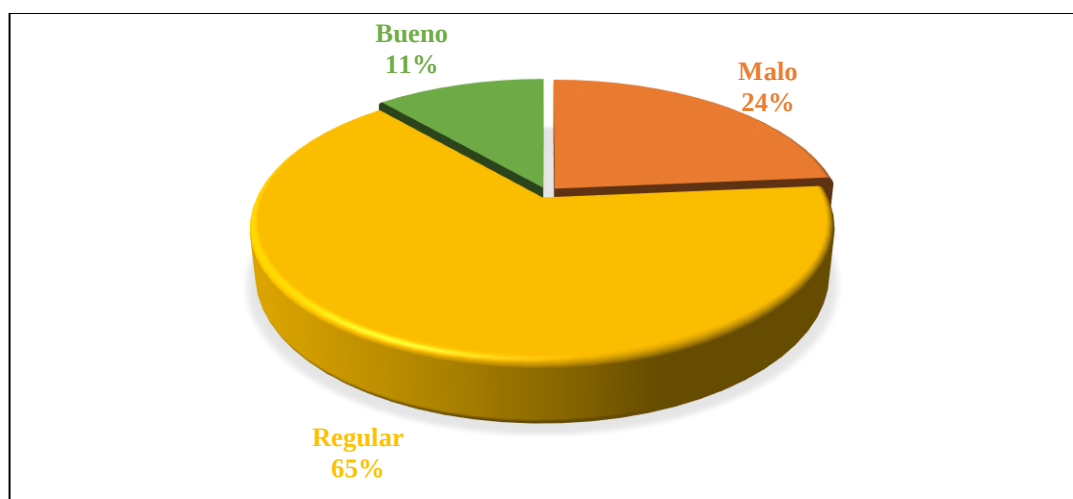
Análisis de la dimensión 02 – Crecimiento financiero

	N	%
Malo	54	23.6%
Regular	149	65.1%
Bueno	26	11.4%

Nota: La tabla representa la dimensión 02- Crecimiento financiero.

Figura 7

Análisis de la dimensión 02 – Crecimiento financiero



Nota: La figura representa la dimensión 02 Crecimiento financiero.

Interpretación

Los resultados de la encuesta revelan una percepción mayoritariamente negativa sobre el Crecimiento financiero. Un 24% de los comerciantes lo califican como "malo", mientras que un 65% lo califica como "regular" y un 11% como bueno, lo que indica que una parte significativa de los encuestados percibe deficiencias serias en el Crecimiento financiero. Esta evaluación puede estar vinculada a posibles problemas en la aplicación de procedimientos adecuados, así como con la ineficiencia del Crecimiento financiero.

Esto sugiere una notable insatisfacción y la percepción de deficiencias en la gestión y los resultados financieros, probablemente atribuibles a la inadecuada implementación de

estrategias o procedimientos y a la ineficiencia en la administración de los recursos. La baja proporción de respuestas positivas (11%) subraya la necesidad de revisar y optimizar las prácticas actuales para mejorar la percepción y los resultados del crecimiento financiero.

Dimensión 03 - Fidelización del cliente

Tabla 10

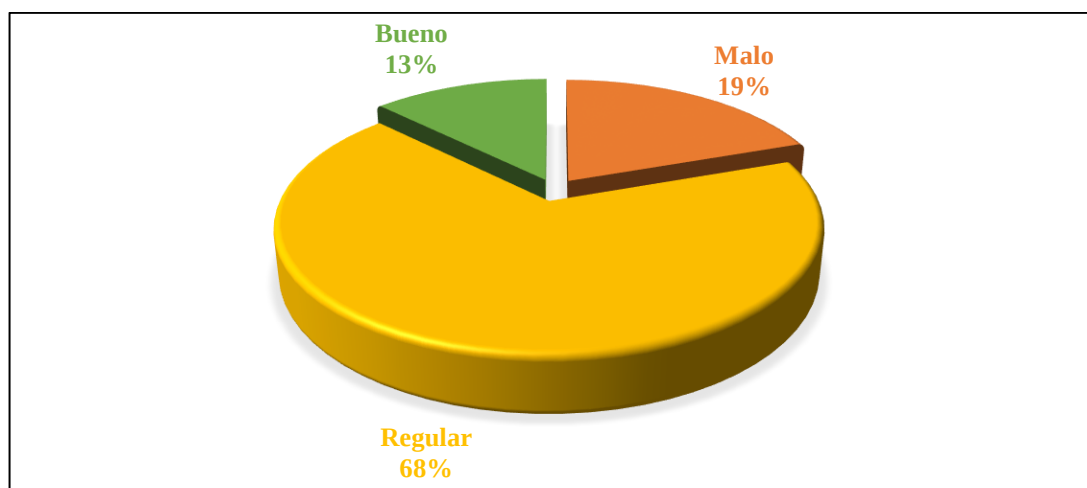
Análisis de la dimensión 03 – Fidelización del cliente

	N	%
Malo	45	19.7%
Regular	155	67.7%
Bueno	29	12.7%

Nota: La tabla representa la dimensión 03- Fidelización del cliente.

Figura 8

Análisis de la dimensión 03 – Fidelización del cliente



Nota: La figura representa la dimensión 03 Fidelización del cliente.

Interpretación

Los resultados de la encuesta revelan una percepción mayoritariamente negativa sobre la Fidelización del cliente. Un 19% de los comerciantes lo califican como "malo", mientras que un 63% lo califica como "regular" y un 13% como bueno, lo que indica que una parte significativa de los encuestados percibe deficiencias serias en la Fidelización del cliente. Esta evaluación puede estar vinculada a posibles problemas en la aplicación de

procedimientos adecuados, así como con la ineficiencia de la Fidelización del cliente.

Estos resultados indican deficiencias en la aplicación de procedimientos adecuados para retener clientes, lo que indicaría una desconexión entre las expectativas de los consumidores y las prácticas actuales de fidelización. Además, la baja proporción de respuestas positivas (13%) pone de manifiesto una oportunidad crucial para identificar y corregir fallos en la comunicación, el servicio o las recompensas que refuercen la lealtad del cliente y, por ende, la competitividad del negocio.

5.1.2. Distribución de frecuencias

P1: ¿Le resulta suficiente el efectivo generado por las ventas para reinvertir en su negocio?

Tabla 11

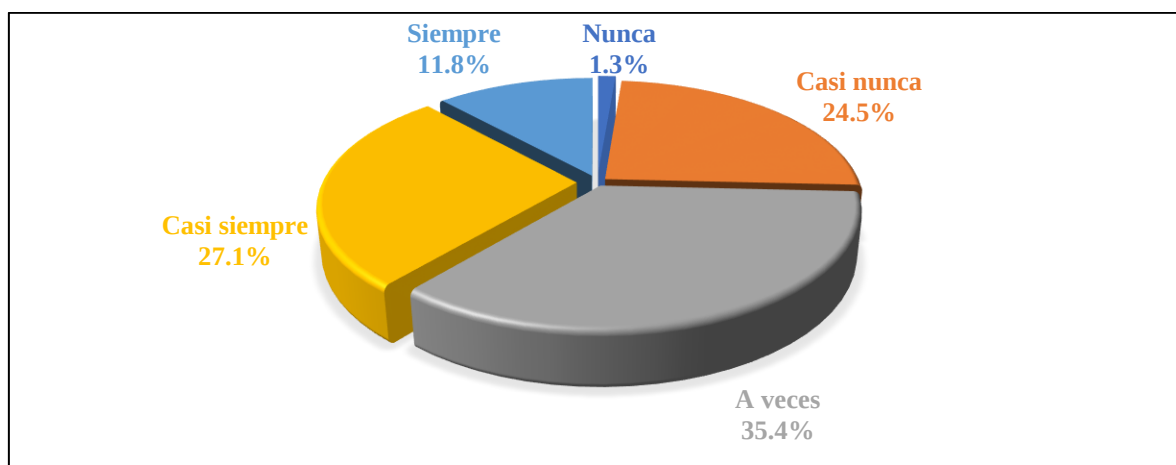
Efectivo

	N	%
Nunca	3	1.3%
Casi nunca	56	24.5%
A veces	81	35.4%
Casi siempre	62	27.1%
Siempre	27	11.8%

Nota: La tabla representa el indicador Efectivo.

Figura 9

Efectivo



Nota: La figura representa el indicador Efectivo.

Interpretación

Respecto a la pregunta 01 los comerciantes a quienes se les presento el cuestionario respondieron: nunca el 1%, casi nunca el 25%, a veces el 35%, casi siempre el 27% y siempre el 12%. Esto podría deberse a márgenes de ganancia reducidos, baja rotación de inventarios o una gestión financiera inadecuada, lo cual obstaculiza la capacidad de reinversión y limita el crecimiento del negocio. Este indica la necesidad de implementar estrategias de optimización financiera y mejora en las prácticas comerciales para fortalecer la sostenibilidad y competitividad de los negocios.

P2: ¿Utiliza su cuenta corriente para gestionar las operaciones diarias de su negocio?

Tabla 12

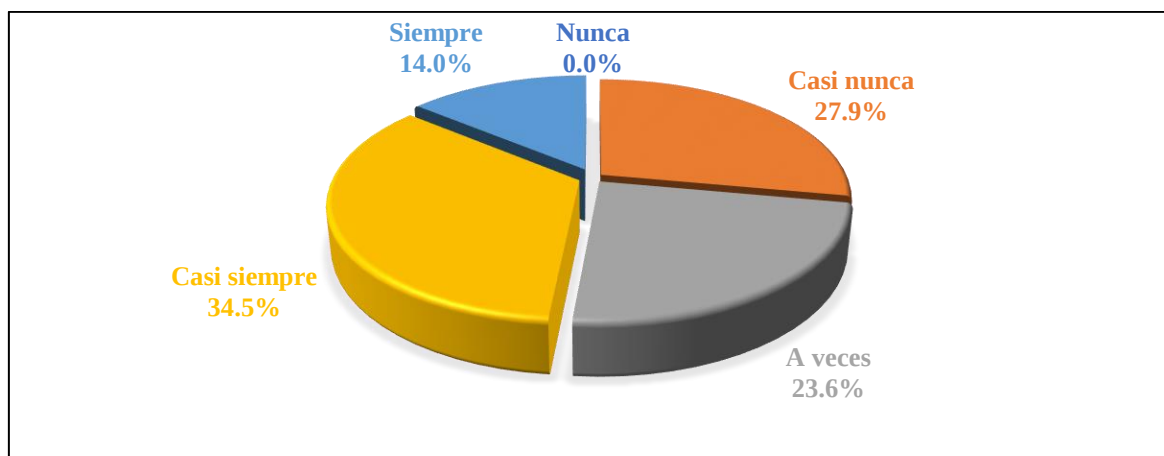
Cuenta corriente

	N	%
Nunca	0	0.00%
Casi nunca	64	27.9%
A veces	54	23.6%
Casi siempre	79	34.5%
Siempre	32	14.0%

Nota: La tabla representa el indicador Cuenta corriente.

Figura 10

Cuenta corriente



Nota: La figura representa el indicador Cuenta corriente.

Interpretación

Respecto a la pregunta 02 los comerciantes a quienes se les presento el cuestionario respondieron: el 28% casi nunca, el 24%, a veces, el 34% casi siempre y el 14% siempre. Esto puede indicar una falta de consolidación de la cuenta corriente como un recurso fundamental en la administración financiera de los negocios, posiblemente debido a barreras como desconocimiento de sus beneficios, falta de educación financiera o preferencia por métodos tradicionales o informales de gestión. Esta variabilidad en el uso sugiere la necesidad de promover prácticas financieras más estructuradas para optimizar la gestión diaria y fomentar la formalización en el manejo de recursos.

P3: ¿Utiliza la caja chica para cubrir gastos operativos menores en su negocio?

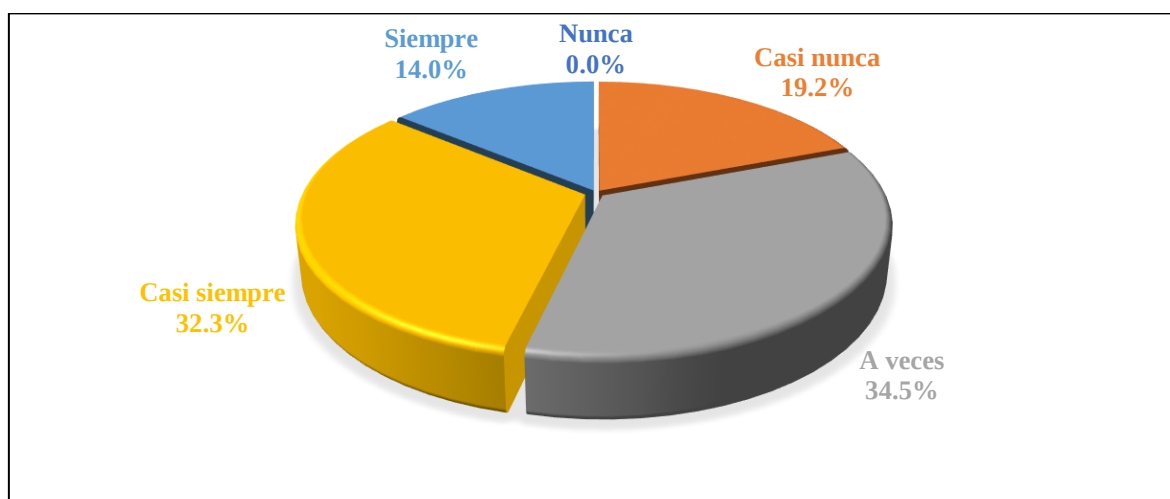
Tabla 13
Caja chica

	N	%
Nunca	0	0.0%
Casi nunca	44	19.2%
A veces	79	34.5%
Casi siempre	74	32.3%
Siempre	32	14.0%

Nota: La tabla representa el indicador Caja chica.

Figura 11

Caja chica



Nota: La figura representa el indicador Caja chica.

Interpretación

Respecto a la pregunta 03 los comerciantes a quienes se les presento el cuestionario respondieron: casi nunca el 19%, a veces el 35%, casi siempre el 32% y siempre el 14%. Esto sugiere que, aunque la caja chica es una herramienta presente en muchos negocios, no todos los comerciantes la consideran esencial o funcional para sus operaciones diarias. Esta variabilidad podría estar vinculada a factores como el tamaño del negocio, el volumen de operaciones, la confianza en sistemas alternativos de gestión financiera o la falta de formalización en los procesos administrativos. Los resultados también podrían reflejar una necesidad de capacitación o mejora en la planificación financiera, para optimizar el uso de esta herramienta en beneficio de la eficiencia operativa.

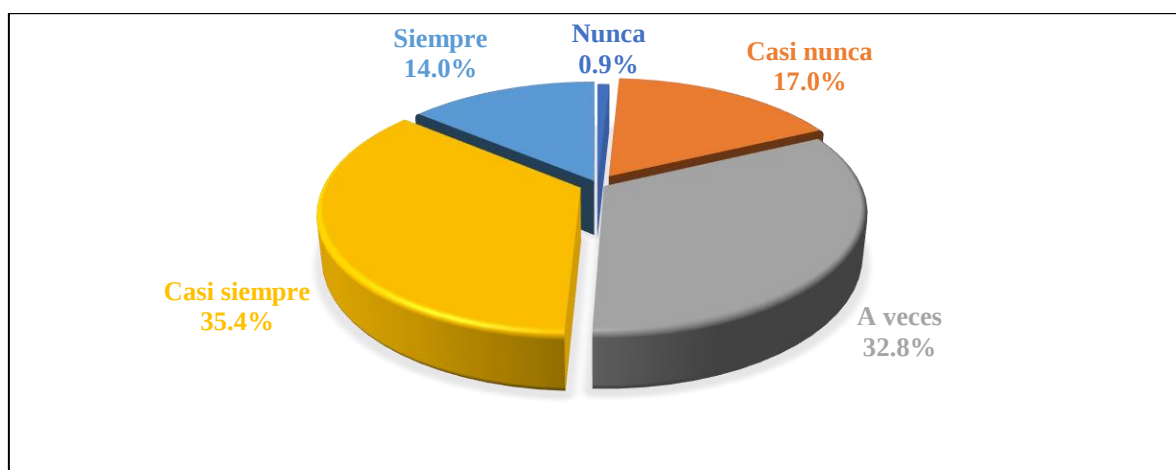
P4: ¿Considera que mantiene un nivel óptimo de mercaderías para satisfacer la demanda de sus clientes?

Tabla 14
Mercaderías

	N	%
Nunca	2	0.9%
Casi nunca	39	17.0%
A veces	75	32.8%
Casi siempre	81	35.4%
Siempre	32	14.0%

Nota: La tabla representa el indicador Mercaderías.

Figura 12
Mercaderías



Nota: La figura representa el indicador Mercaderías.

Interpretación

Respecto a la pregunta 04 los comerciantes a quienes se les presento el cuestionario respondieron: nunca el 1%, casi nunca el 17%, a veces el 33%, casi siempre el 35% y siempre el 14%. Lo que refleja una falta de control más significativa en algunas empresas, lo que podría generar insatisfacción en los clientes debido a la escasez de productos en momentos de alta demanda. Este panorama sugiere que, aunque hay esfuerzos por equilibrar la oferta con la demanda, existen áreas que requieren optimización en la planificación y gestión de inventarios.

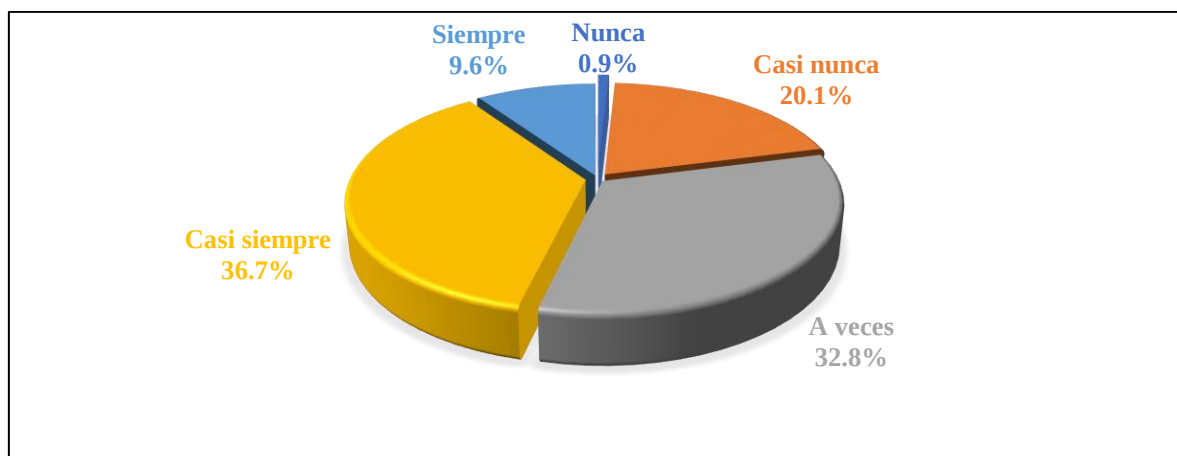
P5: ¿Evalúa periódicamente la velocidad con la que se venden sus productos?

Tabla 15
Rotación de mercadería

	N	%
Nunca	2	0.9%
Casi nunca	46	20.1%
A veces	75	32.8%
Casi siempre	84	36.7%
Siempre	22	9.6%

Nota: La tabla representa el indicador Rotación de mercadería.

Figura 13
Rotación de mercadería



Nota: La figura representa el indicador Rotación de mercadería.

Interpretación

Respecto a la pregunta 05 los comerciantes a quienes se les presento el cuestionario respondieron: nunca el 1%, casi nunca el 20%, a veces el 33%, casi siempre el 37% y siempre el 9%. Esto sugiere que muchos comerciantes podrían estar perdiendo oportunidades para optimizar su inventario o mejorar sus tácticas de ventas, ya que la falta de un monitoreo regular podría llevar a decisiones subóptimas que afecten la rentabilidad y la capacidad de adaptación ante cambios en la demanda. La evaluación periódica de la velocidad de venta debería ser una práctica más sistemática para mejorar la competitividad y eficiencia del negocio.

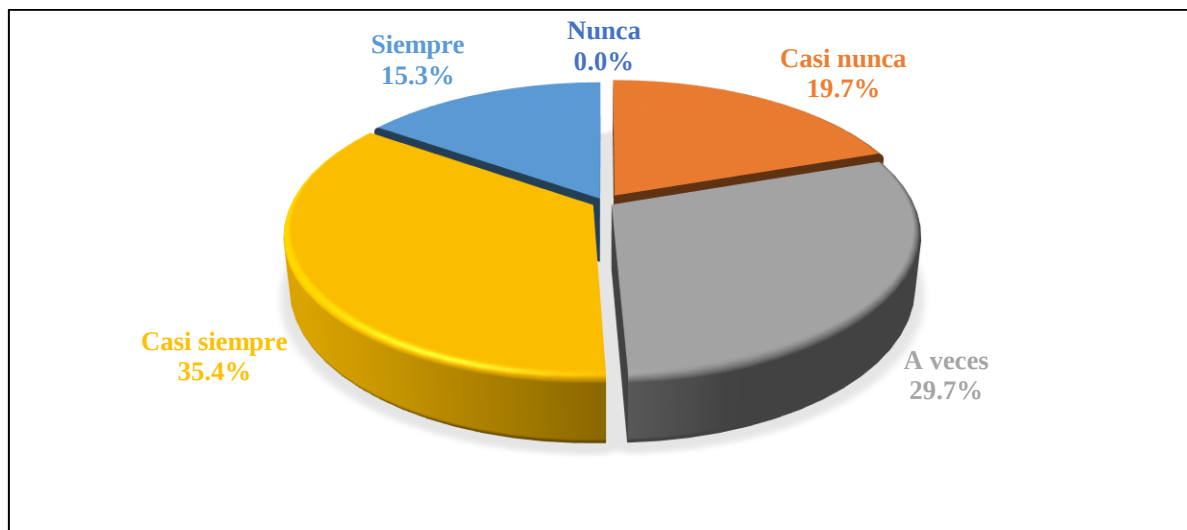
P6: ¿Realiza un seguimiento constante del estado de los inventarios para evitar pérdidas o excesos?

Tabla 16
Revisiones periódicas

	N	%
Nunca	0	0.0%
Casi nunca	45	19.7%
A veces	68	29.7%
Casi siempre	81	35.4%
Siempre	35	15.3%

Nota: La tabla representa el indicador Revisiones periódicas.

Figura 14
Revisiones periódicas



Nota: La figura representa el indicador Revisiones periódicas.

Interpretación

Respecto a la pregunta 06 los comerciantes a quienes se les presento el cuestionario respondieron: casi nunca el 20%, a veces el 30%, casi siempre el 35% y siempre el 15%. Lo que sugiere una falta de sistematicidad en el control de inventarios. Esta práctica inconstante podría generar pérdidas por caducidad, deterioro o desajustes en la demanda, así como excesos de productos que no se mueven, lo que impacta negativamente en la rentabilidad y eficiencia operativa del negocio.

P7: ¿Recibe pagos por parte de clientes en fechas posteriores a la entrega del producto?

Tabla 17

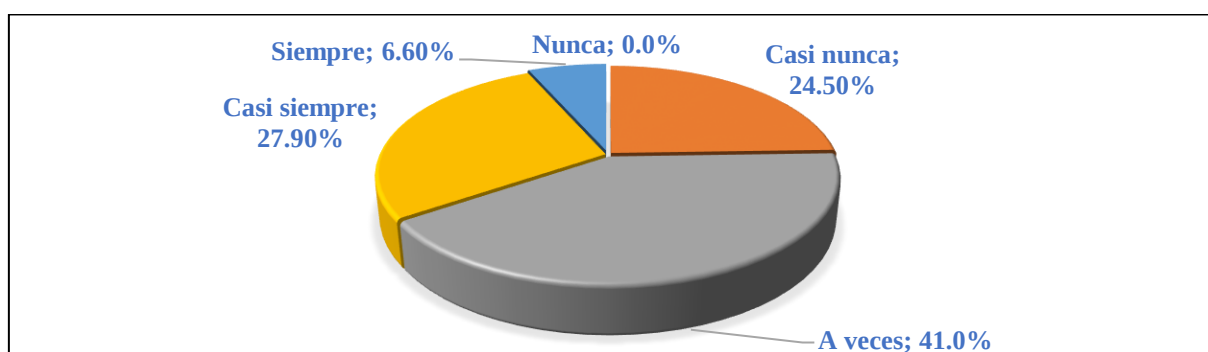
Cuentas por cobrar terceros

	N	%
Nunca	0	0.0%
Casi nunca	56	24.5%
A veces	94	41.0%
Casi siempre	64	27.9%
Siempre	15	6.6%

Nota: La tabla representa el indicador Cuentas por cobrar terceros.

Figura 15

Cuentas por cobrar terceros



Nota: La figura representa el indicador Cuentas por cobrar terceros.

Interpretación

Respecto a la pregunta 07 los comerciantes a quienes se les presento el cuestionario respondieron: que la mayoría de los encuestados respondió A veces (41%), lo que indica que esta práctica se presenta de manera ocasional en sus transacciones. Un 27,90% manifestó que esto ocurre Casi siempre, mientras que un 6,60% señaló que sucede Siempre, evidenciando que, aunque la mayoría de comerciantes no ofrece ventas al crédito, existe un grupo significativo que, por diversas circunstancias, recibe pagos diferidos. Por otro lado, un 24,50% indicó que esto ocurre Casi nunca y ningún encuestado respondió Nunca, lo que confirma que, en algún momento, todos han tenido experiencias de cobro posterior a la entrega del producto. Estos resultados reflejan que las cuentas por cobrar a terceros, aunque no sean parte central de su modelo de negocio, están presentes en una proporción relevante de las operaciones comerciales.

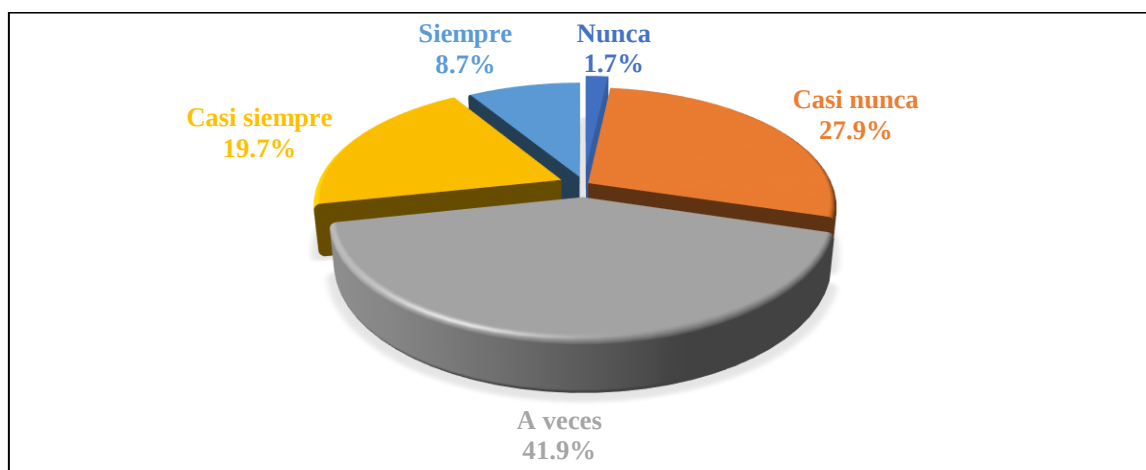
P8: ¿Utiliza herramientas tecnológicas para gestionar el sistema de cobranza de manera eficiente?

Tabla 18
Sistema de cobranza

	N	%
Nunca	4	1.7%
Casi nunca	64	27.9%
A veces	96	41.9%
Casi siempre	45	19.7%
Siempre	20	8.7%

Nota: La tabla representa el indicador Sistema de cobranza.

Figura 16
Sistema de cobranza



Nota: La figura representa el indicador Sistema de cobranza.

Interpretación

Respecto a la pregunta 08 los comerciantes a quienes se les presento el cuestionario respondieron: nunca el 1.7%, casi nunca el 27.9%, a veces el 41.9%, casi siempre el 19.7% y siempre el 8.7%. lo que sugiere una falta de integración tecnológica en el proceso de cobranza, la mayoría parece no aprovechar las ventajas que las herramientas tecnológicas ofrecen en términos de eficiencia, automatización y reducción de errores. Esta situación podría implicar una resistencia al cambio, falta de capacitación, o limitaciones en el acceso a soluciones tecnológicas adecuadas.

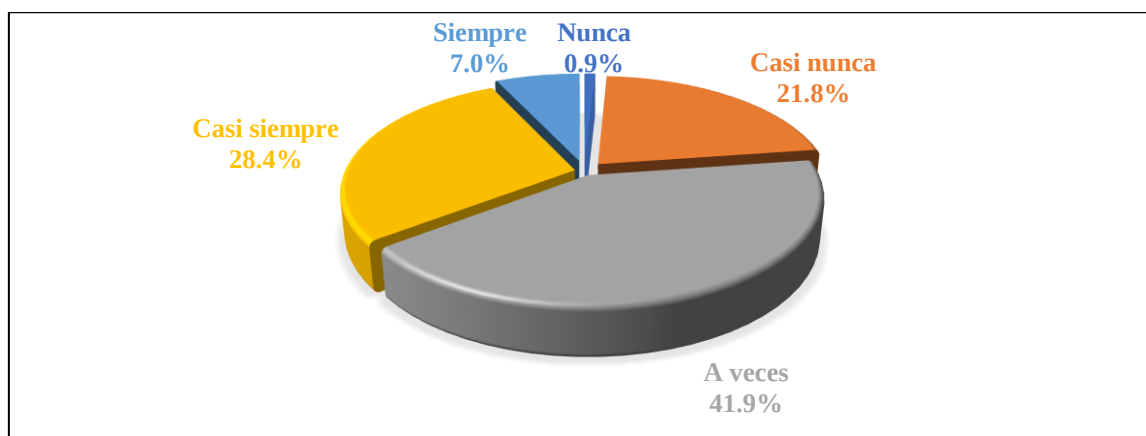
P9: ¿Suele utilizar sistemas de pago móvil (como QR o aplicaciones) para cobrar a los clientes?

Tabla 19
Formas de pago

	N	%
Nunca	2	0.9%
Casi nunca	50	21.8%
A veces	96	41.9%
Casi siempre	65	28.4%
Siempre	16	7.0%

Nota: La tabla representa el indicador Formas de pago.

Figura 17
Formas de pago



Nota: La figura representa el indicador Formas de pago.

Interpretación

Respecto a la pregunta 09 los comerciantes a quienes se les presento el cuestionario respondieron: nunca el 0.9 %, casi nunca el 21.8%, a veces el 41.9%, casi siempre el 28.4% y siempre el 7%. Esto sugiere que, aunque los pagos móviles están ganando terreno en el sector comercial, la integración de estos sistemas aún no es completamente universal. Posiblemente, factores como la falta de conocimiento, la percepción de inseguridad o la preferencia por métodos tradicionales de pago están influyendo en la adopción parcial o esporádica de los pagos móviles, lo que limita su potencial para mejorar la eficiencia y la experiencia del cliente.

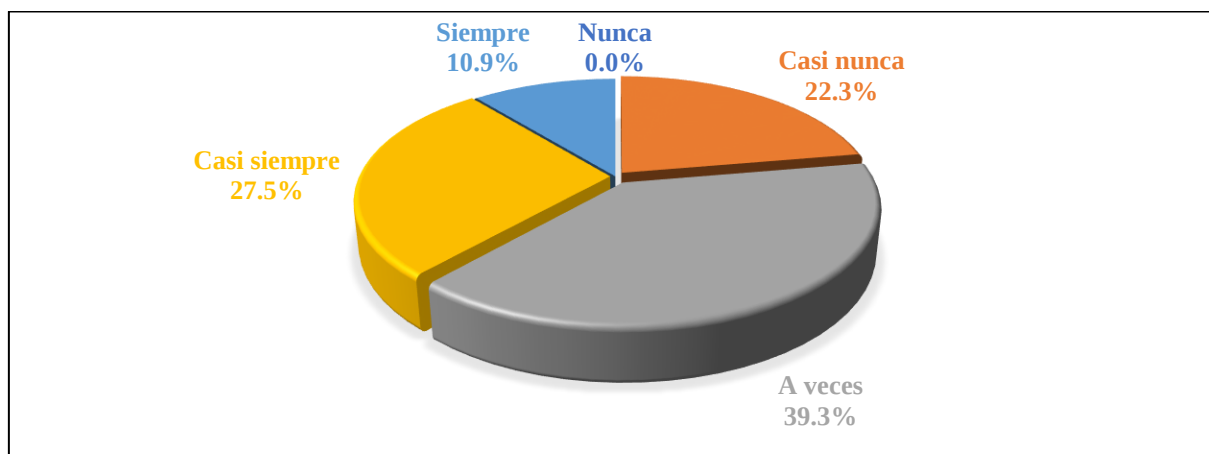
P10: ¿Considera que el ambiente comercial del centro ha facilitado el crecimiento de sus ingresos?

Tabla 20
Ingresos

	N	%
Nunca	0	0.0%
Casi nunca	51	22.3%
A veces	90	39.3%
Casi siempre	63	27.5%
Siempre	25	10.9%

Nota: La tabla representa el indicador Ingresos.

Figura 18
Ingresos



Nota: La figura representa el indicador Ingresos.

Interpretación

Respecto a la pregunta 10 los comerciantes a quienes se les presento el cuestionario respondieron: casi nunca el 22.3%, a veces el 39.3%, casi siempre el 27.5% y siempre el 11.9%. Esto sugiere que, para algunos, este entorno no ha sido suficiente para generar crecimiento estable, lo que podría estar relacionado con factores como la competencia, la falta de apoyo institucional o la necesidad de estrategias de ventas más ajustadas al contexto del centro comercial. En conjunto, los resultados indican que, aunque el ambiente comercial puede ser favorable en ciertos casos, no siempre se aprovecha de manera uniforme, lo que señala una oportunidad para optimizar este factor en beneficio de todos los comerciantes.

P11: ¿Considera que las inversiones realizadas en su negocio han generado un aumento en sus ventas?

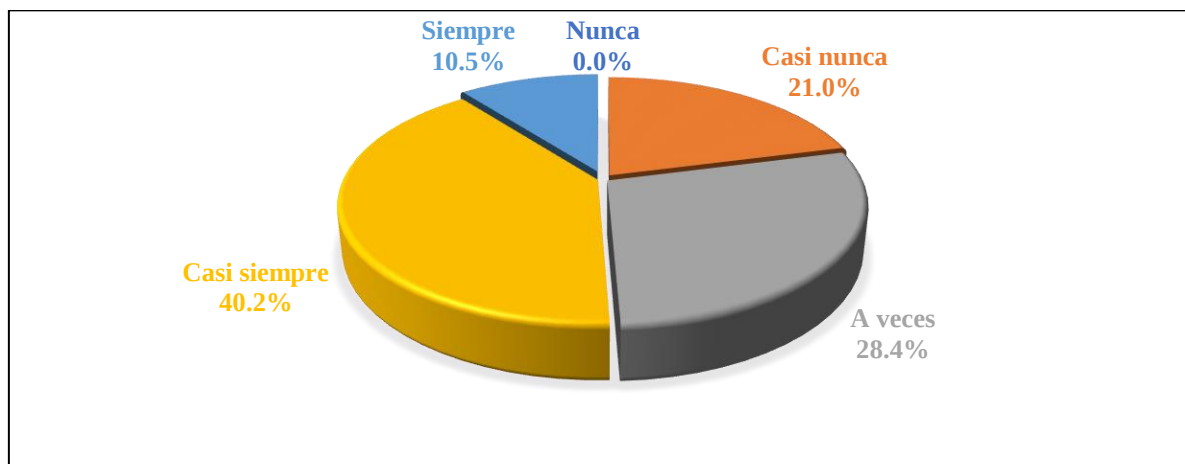
Tabla 21
Inversión

	N	%
Nunca	0	0.0%
Casi nunca	48	21.0%
A veces	65	28.4%
Casi siempre	92	40.2%
Siempre	24	10.5%

Nota: La tabla representa el indicador Inversión.

Figura 19

Charlas



Nota: La figura representa el indicador Inversión.

Interpretación

Respecto a la pregunta 11 los comerciantes a quienes se les presento el cuestionario respondieron: casi nunca el 21%, a veces el 28.4%, casi siempre el 40.2% y siempre el 10.5%. Lo que podría señalar la presencia de inversiones mal dirigidas, falta de planificación estratégica o problemas en la implementación, lo que podría implicar la necesidad de optimizar las decisiones de inversión para maximizar su retorno. En conjunto, estos resultados reflejan que las inversiones pueden ser un factor clave para el aumento de las ventas, pero también ponen en evidencia la importancia de una gestión más precisa y alineada con las necesidades del negocio.

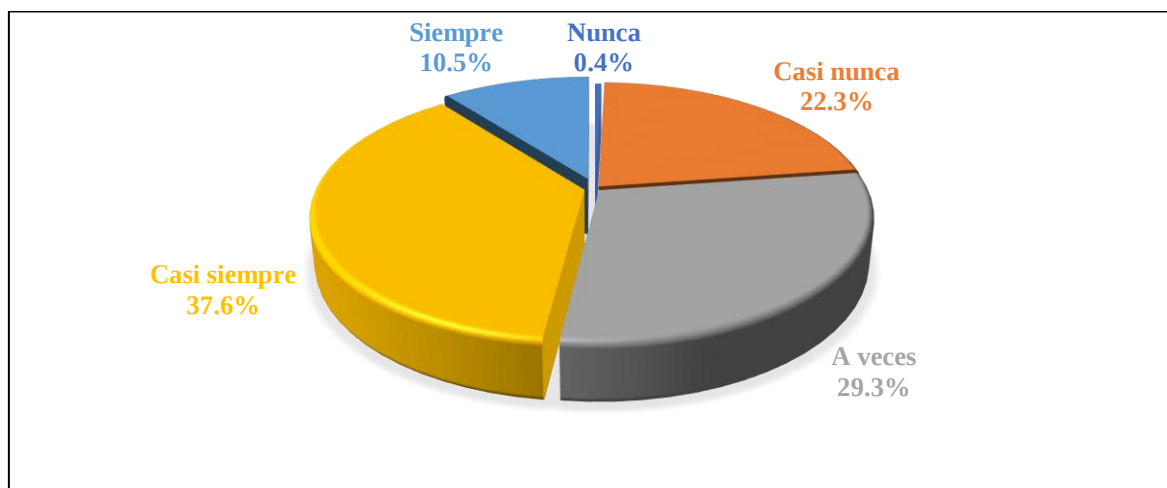
P12: ¿Considera que la inversión en activos fijos ha permitido una mejora en la productividad de su negocio?

Tabla 22
Activo fijo

	N	%
Nunca	1	0.4%
Casi nunca	51	22.3%
A veces	67	29.3%
Casi siempre	86	37.6%
Siempre	24	10.5%

Nota: La tabla representa el indicador Activo fijo.

Figura 20
Activo fijo



Nota: La figura representa el indicador Activo fijo.

Interpretación

Respecto a la pregunta 12 los comerciantes a quienes se les presento el cuestionario respondieron: casi nunca el 22.3%, a veces el 29.3%, casi siempre el 37.6% y siempre el 10.5%. Esto indica que, aunque la inversión en activos fijos tiene el potencial de generar mejoras en la productividad, el impacto puede variar según el tipo de negocio, la eficiencia de su gestión o la adecuación de los activos adquiridos a las necesidades del mismo. En general, se podría concluir que la efectividad de dicha inversión depende de factores adicionales que determinan su éxito.

P13: ¿Considera que las condiciones económicas actuales han favorecido el crecimiento de sus ventas?

Tabla 23

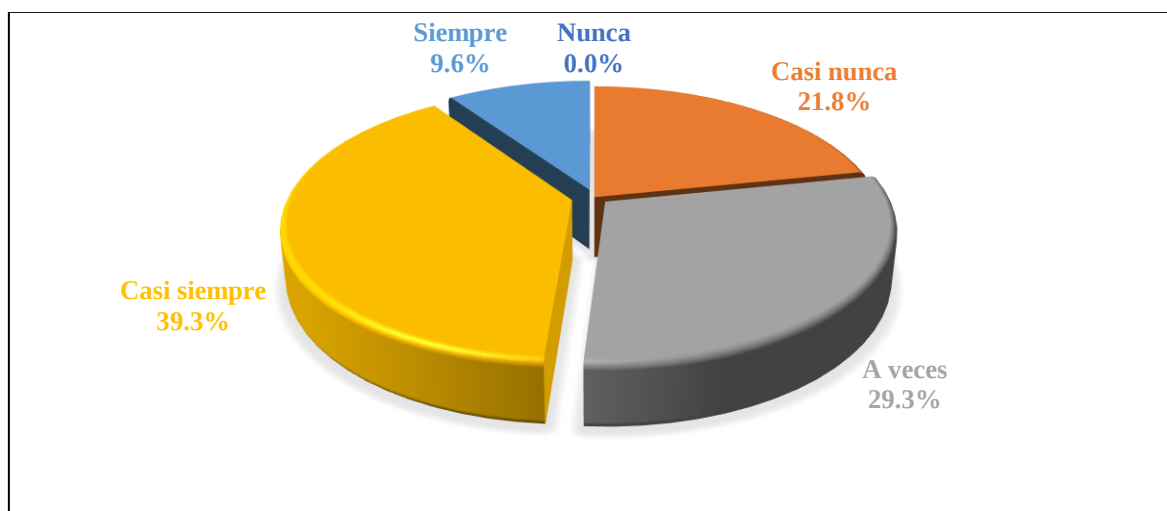
Ventas

	N	%
Nunca	0	0.0%
Casi nunca	50	21.8%
A veces	67	29.3%
Casi siempre	90	39.3%
Siempre	22	9.6%

Nota: La tabla representa el indicador Ventas.

Figura 21

Ventas



Nota: La figura representa el indicador Ventas.

Interpretación

Respecto a la pregunta 13 los comerciantes a quienes se les presento el cuestionario respondieron: casi nunca el 21.8%, a veces el 29.3%, casi siempre el 39.3% y siempre el 9.6%. En conjunto, estos resultados sugieren que, aunque algunos sectores se ven favorecidos por el entorno económico, muchos otros enfrentan desafíos, lo que apunta a la necesidad de estrategias más adaptadas a las condiciones cambiantes del mercado.

P14: ¿Considera que la reducción de costos ha sido fundamental para el crecimiento de su negocio?

Tabla 24

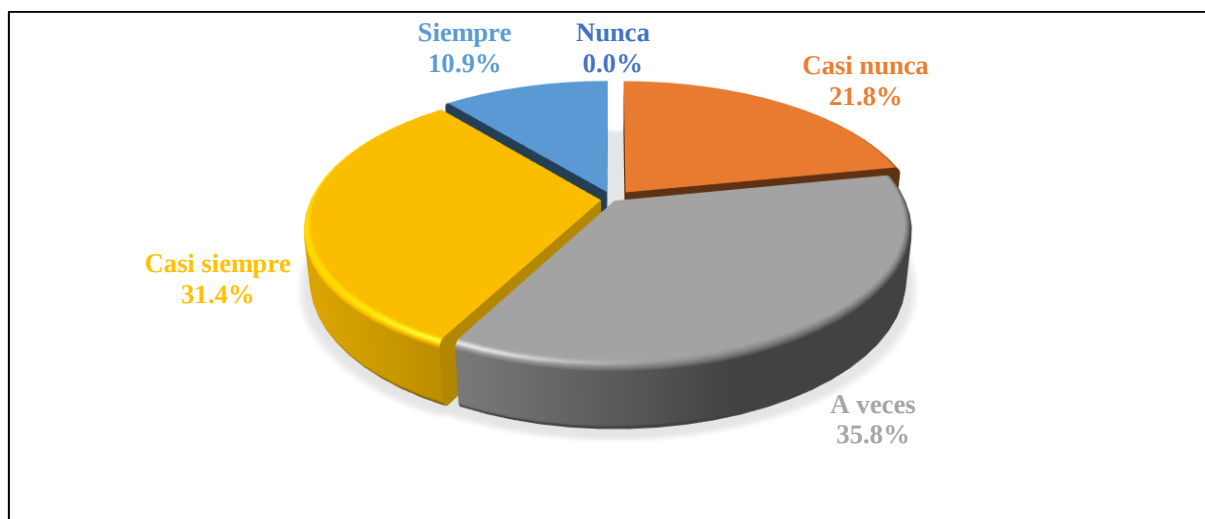
Costos

	N	%
Nunca	0	0.0%
Casi nunca	50	21.8%
A veces	82	35.8%
Casi siempre	72	31.4%
Siempre	25	10.9%

Nota: La tabla representa el indicador Costos.

Figura 22

Costos



Nota: La figura representa el indicador Costos.

Interpretación

Respecto a la pregunta 14 los comerciantes a quienes se les presento el cuestionario respondieron: casi nunca el 21.8%, a veces el 35.8%, casi siempre el 31.4% y siempre el 10.9%. Estos resultados sugieren que, si bien la reducción de costos puede ser vista como una herramienta importante, su impacto varía dependiendo de la naturaleza del negocio y las condiciones del mercado en que operan los comerciantes.

P15: ¿Considera que sus gastos operativos impactan directamente en el crecimiento de su negocio?

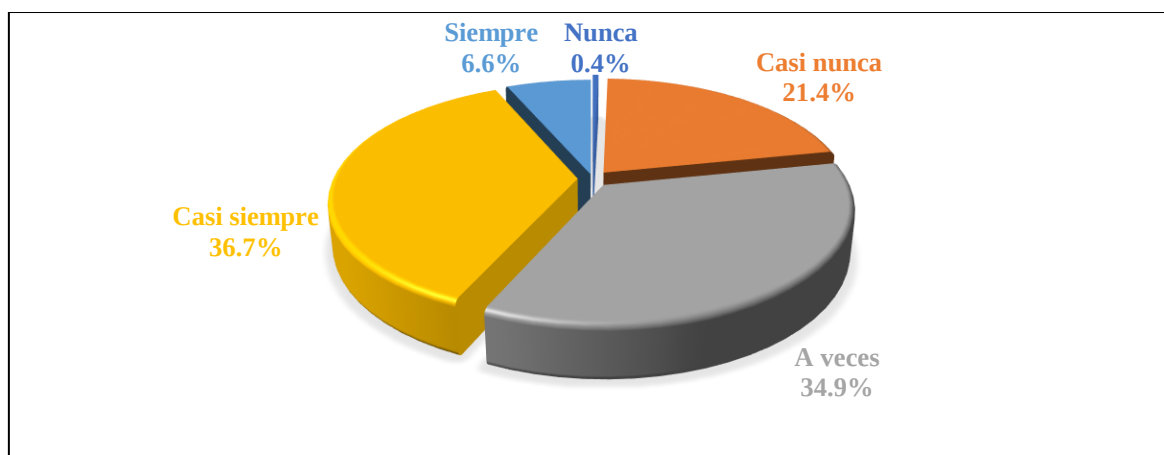
Tabla 25
Gastos

	N	%
Nunca	1	0.4%
Casi nunca	49	21.4%
A veces	80	34.9%
Casi siempre	84	36.7%
Siempre	15	6.6%

Nota: La tabla representa el indicador Gastos.

Figura 23

Gastos



Nota: La figura representa el indicador Gastos.

Interpretación

Respecto a la pregunta 15 los comerciantes a quienes se les presento el cuestionario respondieron: nunca 0.4%, casi nunca el 21.4%, a veces el 34.9%, casi siempre el 36.7% y siempre el 6.6%. Lo que sugiere que una parte significativa de los comerciantes es consciente de la relación directa entre sus costos y la expansión de su negocio. Podrían estar subestimando o no reconociendo completamente el efecto de sus gastos operativos en el crecimiento sostenido, lo que podría señalar una falta de control o estrategia en la gestión de costos.

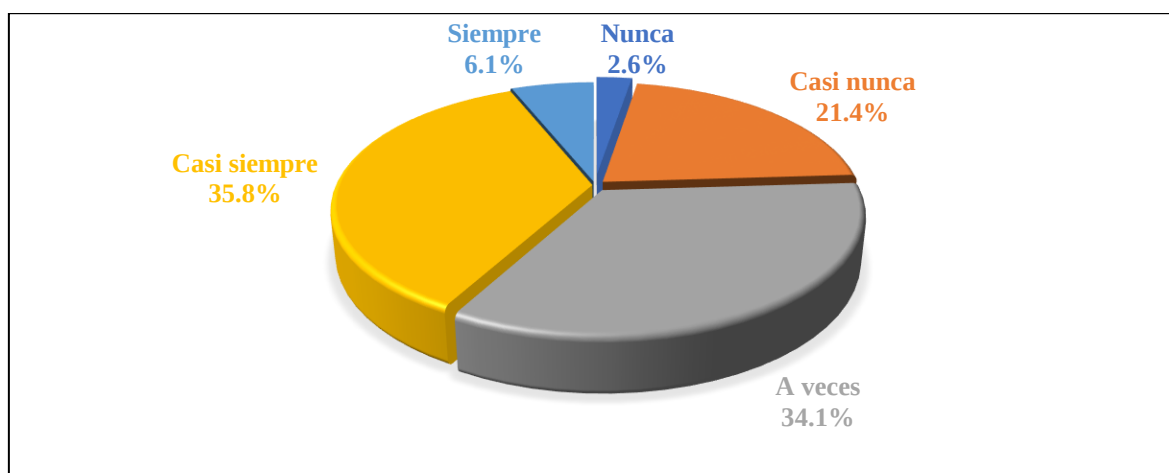
P16: ¿Con frecuencia actualizas los procedimientos de atención al cliente para mejorar la experiencia?

Tabla 26
Procedimientos

	N	%
Nunca	6	2.6%
Casi nunca	49	21.4%
A veces	78	34.1%
Casi siempre	82	35.8%
Siempre	14	6.1%

Nota: La tabla representa el indicador Procedimientos.

Figura 24
Procedimientos



Nota: La figura representa el indicador Procedimientos.

Interpretación

Respecto a la pregunta 16 los comerciantes a quienes se les presento el cuestionario respondieron: nunca 2.6%, casi nunca el 21.4%, a veces el 34.1%, casi siempre el 35.8% y siempre el 6.1%. Lo que indica que una proporción considerable de los comerciantes no considera una revisión constante de sus prácticas como una prioridad. Esta falta de actualización frecuente podría llevar a que los comerciantes no se adapten de manera óptima a las expectativas cambiantes de los consumidores, lo que podría impactar negativamente en la satisfacción y lealtad de los clientes.

P17: ¿Ofrece algún tipo de atención preferencial o personalizada a sus clientes más frecuentes?

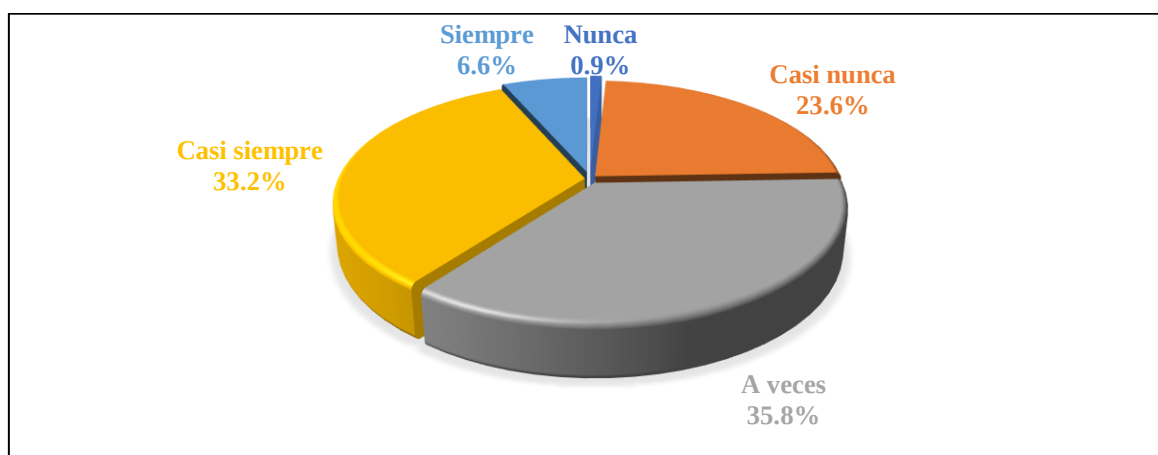
Tabla 27
Estrategias

	N	%
Nunca	2	0.9%
Casi nunca	54	23.6%
A veces	82	35.8%
Casi siempre	76	33.2%
Siempre	15	6.6%

Nota: La tabla representa el indicador Estrategias.

Figura 25

Estrategias



Nota: La figura representa el indicador Estrategias.

Interpretación

Respecto a la pregunta 17 los comerciantes a quienes se les presento el cuestionario respondieron: nunca 0.9%, casi nunca el 23.6%, a veces el 35.8%, casi siempre el 33.2% y siempre el 6.6%. Lo que sugiere que una parte significativa de los comerciantes entiende la importancia de personalizar la atención para fomentar la fidelidad. Esta distribución de respuestas indica que, aunque existe un reconocimiento parcial sobre la necesidad de la atención personalizada, aún persisten barreras para su implementación regular y efectiva.

P18: ¿Tiene un programa de fidelización (como tarjetas de puntos, recompensas, etc.) para incentivar la repetición de compra?

Tabla 28

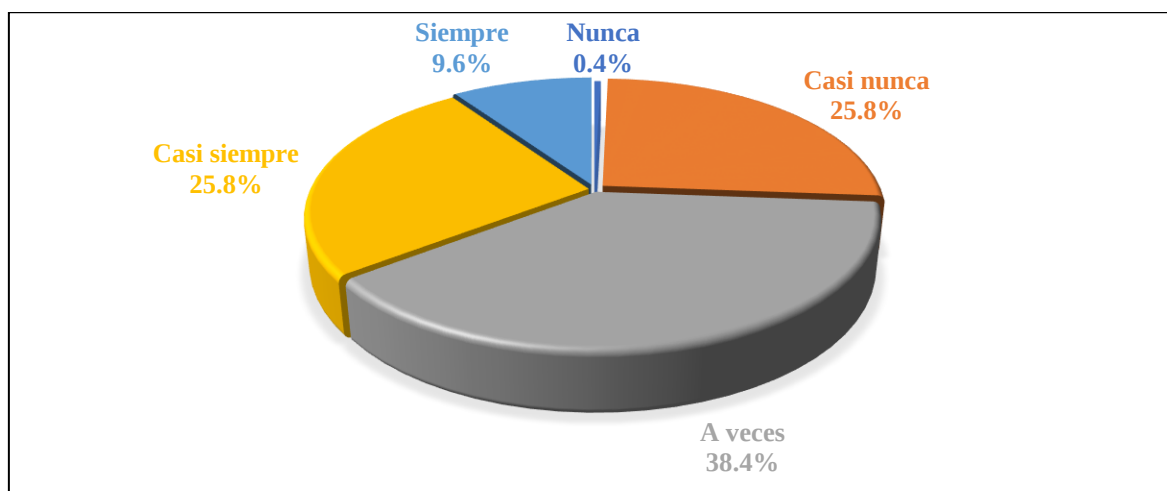
Acciones

	N	%
Nunca	1	0.4%
Casi nunca	59	25.8%
A veces	88	38.4%
Casi siempre	59	25.8%
Siempre	22	9.6%

Nota: La tabla representa el indicador Acciones.

Figura 26

Acciones



Nota: La figura representa el indicador Acciones.

Interpretación

Respecto a la pregunta 18 los comerciantes a quienes se les presento el cuestionario respondieron: nunca 0.4%, casi nunca el 25.8%, a veces el 38.4%, casi siempre el 25.8% y siempre el 9.6%. Esta distribución sugiere que, a pesar de ser consciente de la importancia de incentivar la repetición de compra, la mayoría de los comerciantes no aplican estos programas de manera consistente o eficiente, lo que podría reflejar una falta de recursos, conocimiento o planificación estratégica para hacerlos efectivos.

5.2. Pruebas de hipótesis

5.2.1. Prueba de distribución de datos

Tabla 29

Prueba de normalidad

Nota: El Tabla representa la prueba de normalidad – Fuente SPSS-V27

Interpretación

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Activo circulante	0.438	229	0.000
Activo disponible	0.311	229	0.000
Activo realizable	0.344	229	0.000
Activo exigible	0.369	229	0.000
Crecimiento empresarial	0.473	229	0.000
Crecimiento económico	0.346	229	0.000
Crecimiento financiero	0.348	229	0.000
Fidelización del cliente	0.353	229	0.000

Nota: El Tabla representa la prueba de normalidad – Fuente SPSS-V27

Interpretación

Con la finalidad de verificar si las variables y dimensiones bajo estudio se ajustaban a un comportamiento normal, la información recabada fue procesada mediante el software estadístico correspondiente. Considerando que el número de casos analizados superaba las 50 unidades, se aplicó como criterio de evaluación la prueba de Kolmogorov-Smirnov. El resultado obtenido arrojó un nivel de significancia (p-valor) por debajo de 0.05, lo cual llevó a establecer que la información no presentaba un patrón de distribución normal, confirmándose así su naturaleza no paramétrica. A partir de ello, y con el objetivo de contrastar las hipótesis planteadas tanto en su dimensión general como en las específicas—, se recurrió al estadístico Rho de Spearman como herramienta de análisis..

5.2.2. Prueba de hipótesis general

A. Hipótesis general

Existe relación significativamente entre el activo circulante y el crecimiento empresarial del centro comercial El Paraíso, Cusco 2023.

Tabla 30

Prueba general de Rho de Spearman

			Activo circulante	Crecimiento empresarial
Rho de Spearman	Activo circulante	Coeficiente de correlación	1.000	,714**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	229	229
	Crecimiento empresarial	Coeficiente de correlación	,714**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	229	229

Nota: El Tabla representa la prueba general de Rho de Spearman – Fuente SPSS-V27

Interpretación

Aquí tienes la reformulación:

Para el desarrollo de la presente investigación, resultó indispensable partir del planteamiento central formulado en la hipótesis general: "El activo circulante se relaciona significativamente en el crecimiento empresarial del centro comercial El Paraíso, Cusco 2023". Tras someter dicha hipótesis a contraste estadístico, se constató que el nivel de significancia bilateral resultó inferior a 0.05, lo cual condujo a la aceptación de la hipótesis alterna y al descarte de la hipótesis nula. Asimismo, con miras a cumplir el objetivo general trazado —"Describir cómo el activo circulante se relaciona con el crecimiento empresarial del centro comercial El Paraíso, Cusco 2023"—, se procedió al cálculo del coeficiente de correlación correspondiente. Dicho procedimiento arrojó un valor de 0.714, cifra que

evidencia la existencia de un vínculo considerable entre las variables analizadas. Este resultado, desde una perspectiva teórica, permite sostener que una administración apropiada del activo circulante no solo reviste importancia, sino que constituye un factor decisivo para el desarrollo y la expansión de los negocios establecidos dentro del centro comercial, lo que pone de relieve el papel central de una gestión financiera eficiente en la consolidación del crecimiento empresarial sostenido.

Hipótesis específica 01

Existe relación significativamente entre el activo disponible y el crecimiento empresarial del centro comercial El Paraíso, Cusco 2023.

Tabla 31

Prueba específica 01 de Rho de Spearman

			Activo disponible	Crecimiento empresarial
Rho de Spearman	Activo disponible	Coeficiente de correlación	1.000	,766**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	229	229
	Crecimiento empresarial	Coeficiente de correlación	,766**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	229	229

Nota: El Tabla representa la prueba específica 01 de Rho de Spearman – Fuente SPSS-V27

Interpretación

Para el desarrollo de la presente investigación, resultó necesario partir del planteamiento formulado en la hipótesis específica 01: "El activo circulante se relaciona significativamente en el crecimiento empresarial del centro comercial El Paraíso, Cusco 2023". Al someter esta hipótesis a contraste estadístico, se constató que el nivel de significancia bilateral fue inferior a 0.05, lo cual condujo a la aceptación de la hipótesis alterna y al descarte de la hipótesis nula correspondiente. De manera similar, con el propósito de dar cumplimiento al objetivo específico 01 "Describir cómo el activo circulante se relaciona con el crecimiento

empresarial del centro comercial El Paraíso, Cusco 2023", se procedió al cálculo del coeficiente de correlación respectivo. El resultado obtenido fue de 0.766, valor que refleja un vínculo considerable entre las variables analizadas. Esta cifra pone de manifiesto una asociación sólida entre ambos elementos de estudio, lo que permite inferir que una administración eficiente del activo circulante desempeña un rol determinante en el desarrollo y la expansión empresarial de la entidad examinada. Este hallazgo resalta, asimismo, la relevancia de optimizar los recursos disponibles en el corto plazo como mecanismo para impulsar el crecimiento económico y la sostenibilidad del centro comercial.

Hipótesis específica 02

Existe relación significativamente entre el activo realizable y el crecimiento empresarial del centro comercial El Paraíso, Cusco 2023.

Tabla 32

Prueba específica 02 de Rho de Spearman

		Activo realizable	Crecimiento empresarial
Rho de Spearman	Activo realizable	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,720**
		N	0.000
	Crecimiento empresarial	Coeficiente de correlación	229
		Sig. (bilateral)	,720**
		N	229

Nota: El Tabla representa la prueba específica 02 de Rho de Spearman – Fuente SPSS-V27

Interpretación

Para el desarrollo de la presente investigación, resultó necesario partir del planteamiento establecido en la hipótesis específica 02: "El activo circulante se relaciona significativamente en el crecimiento empresarial del centro comercial El Paraíso, Cusco 2023". Al someter esta hipótesis a contraste estadístico, se constató que el nivel de

significancia bilateral fue inferior a 0.05, lo cual condujo a la aceptación de la hipótesis alterna y al descarte de la hipótesis nula correspondiente. Asimismo, con el propósito de dar cumplimiento al objetivo específico 02 "Describir cómo el activo circulante se relaciona con el crecimiento empresarial del centro comercial El Paraíso, Cusco 2023", se procedió al cálculo del coeficiente de correlación respectivo. El resultado obtenido fue de 0.720, cifra que evidencia un vínculo considerable entre las variables analizadas. Ello sugiere que una gestión apropiada de los recursos líquidos y del activo circulante contribuye de forma relevante al crecimiento del negocio, fortaleciendo su capacidad tanto operativa como financiera para enfrentar dificultades y aprovechar las oportunidades de expansión que ofrece el mercado.

Hipótesis específica 03

Existe relación significativamente entre el activo exigible y el crecimiento empresarial del centro comercial El Paraíso, Cusco 2023.

Tabla 33

Prueba específica 03 de Rho de Spearman

			Activo exigible	Crecimiento empresarial
Rho de Spearman	Activo exigible	Coeficiente de correlación	1.000	,748**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	229	229
	Crecimiento empresarial	Coeficiente de correlación	,748**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	229	229

Nota: El Tabla representa la prueba específica 03 de Rho de Spearman – Fuente SPSS-V27

Interpretación

Para el desarrollo de la presente investigación, resultó necesario partir del planteamiento establecido en la hipótesis específica 03: "El activo circulante se relaciona significativamente en el crecimiento empresarial del centro comercial El Paraíso, Cusco

2023". Al someter esta hipótesis a contraste estadístico, se constató que el nivel de significancia bilateral fue inferior a 0.05, lo cual condujo a la aceptación de la hipótesis alterna y al descarte de la hipótesis nula correspondiente. De igual modo, con el propósito de dar cumplimiento al objetivo específico 03 "Describir cómo el activo circulante se relaciona con el crecimiento empresarial del centro comercial El Paraíso, Cusco 2023", se procedió al cálculo del coeficiente de correlación respectivo. El resultado obtenido fue de 0.748, cifra que refleja una influencia considerable entre las variables analizadas. Este hallazgo pone de relieve la relevancia de administrar adecuadamente los activos líquidos y los recursos de disponibilidad inmediata, con el fin de sostener e impulsar el crecimiento continuo del centro comercial, dado que su correcta gestión contribuye de manera decisiva al éxito y a la estabilidad financiera de dicha entidad.

5.3. Discusión

Continuando con el análisis de los resultados, se procedió a valorar la confiabilidad de los datos recabados a través del coeficiente Alfa de Cronbach, obteniéndose índices de 0.789 y 0.654 para las variables respectivas. Dichos valores, al aproximarse a la unidad, evidencian un adecuado nivel de consistencia interna en las respuestas brindadas por los participantes, aspecto que respalda tanto la validez como la solidez metodológica del estudio. En otras palabras, esto pone de manifiesto que el instrumento aplicado resultó eficaz para medir de forma confiable las variables consideradas en la investigación.

Una vez examinado el objetivo general, se obtuvo un nivel de significancia bilateral inferior a 0.05, lo que condujo a la aceptación de la hipótesis alterna y al descarte de la hipótesis nula. Asimismo, se calculó el coeficiente de correlación correspondiente, cuyo resultado fue de 0.714, cifra que refleja un vínculo considerable entre las variables estudiadas. Este hallazgo, desde el plano teórico, sugiere que una administración apropiada del activo circulante no solo resulta relevante, sino que constituye un factor determinante

para el desarrollo y la expansión de las empresas ubicadas dentro del centro comercial, lo que pone de relieve el papel central de una gestión financiera eficiente en la consolidación de un crecimiento sostenido del negocio.

Los resultados obtenidos son corroborados por: Álvarez y Pizarro (2022), señalan que existe una relación positiva y relevante entre los activos corrientes y la rentabilidad neta de la empresa, dado que los primeros son indicadores esenciales de la capacidad de la organización para generar utilidades. En este contexto, mediante la revisión de la literatura y diversas fuentes bibliográficas, se logró establecer un panorama claro sobre los principios teóricos que sustentan las variables "activo corriente" y "rentabilidad". Asimismo, se determinó que un manejo adecuado y efectivo de los activos corrientes es fundamental para garantizar un crecimiento empresarial sostenido y una rentabilidad óptima. Esto subraya la relevancia de una gestión eficiente de los recursos líquidos y semilíquidos, cruciales para el desarrollo y expansión de la empresa. Así mismo Flores y Ortiz (2022), indican que el incremento en el activo circulante está directamente relacionado con el aumento de las ventas, lo que destaca la importancia de una gestión eficiente de estos recursos para el éxito financiero de la organización. El activo circulante, que abarca elementos clave como inventarios, cuentas por cobrar y efectivo, cumple un rol esencial en la conservación de la liquidez y en las operaciones cotidianas de la empresa. Un manejo adecuado de estos recursos no solo garantiza el cumplimiento de las obligaciones financieras a corto plazo, sino que también proporciona a la empresa la flexibilidad necesaria para aprovechar rápidamente las oportunidades del mercado. De esta forma, se optimiza la rotación de inventarios y se acelera el ciclo de conversión de efectivo. En última instancia, una gestión sólida del activo circulante no solo facilita el crecimiento de las ventas, sino que también refuerza la capacidad de la empresa para mantener su expansión y competitividad a largo plazo. De igual manera Flores y Camala (2024) señalan que disponer de un capital de trabajo apropiado

es esencial no solo para asegurar la eficiencia en las actividades cotidianas, sino también para aprovechar oportunidades, enfrentar obstáculos y, finalmente, mantener un crecimiento empresarial constante y sostenible. En este contexto, el capital circulante desempeña un rol crucial al ofrecer la liquidez indispensable para el progreso y la expansión de la organización.

Al examinar el objetivo específico 01, se identificó un nivel de significancia bilateral por debajo del umbral de 0.05, situación que determinó la aceptación de la hipótesis alterna y el rechazo de la hipótesis nula planteada. Posteriormente, se procedió a estimar el coeficiente de correlación correspondiente, obteniéndose un valor de 0.766, cifra que denota una asociación estrecha entre las variables sometidas a estudio. Este resultado confirma la existencia de una relación sólida entre ambos factores, lo que lleva a considerar que una administración eficaz del activo circulante resulta clave para el desarrollo y la expansión de la entidad analizada. Los hallazgos obtenidos evidencian, además, la necesidad de aprovechar de forma óptima los recursos de corto plazo con miras a favorecer el crecimiento económico y la continuidad del centro comercial en el tiempo.

Los resultados obtenidos son corroborados por: Victorio y Capa (2022), señalan que existe una relación significativa entre el endeudamiento patrimonial y el activo circulante en las compañías del sector importador que están listadas en la Bolsa de Valores de Lima (BVL) durante el período 2017-2021. El coeficiente de correlación de Spearman (Rho) de 0.900 revela una fuerte vinculación directa entre ambas variables, destacando la importancia del activo circulante dentro de la estructura financiera de la organización. Un manejo adecuado del activo circulante no solo permite una gestión eficaz del endeudamiento patrimonial, sino que también desempeña un papel esencial en la estabilidad financiera, siendo fundamental para garantizar un crecimiento sostenido y una operación eficiente en un entorno competitivo. Así mismo Córdova (2021), señala que el análisis del crecimiento empresarial revela variaciones significativas a lo largo del tiempo, evidenciando cambios notables en las

ventas y los activos. Durante ciertos períodos, ambos indicadores experimentaron descensos pronunciados, mientras que en otros se registraron aumentos destacables. Esta dinámica sugiere que, aunque las empresas del sector han enfrentado desafíos, también han logrado recuperarse y crecer en momentos clave. Al vincularlo con el concepto de activo circulante, se puede apreciar que la administración adecuada de estos recursos, como el efectivo y las cuentas por cobrar, ha sido fundamental para superar dificultades y aprovechar las oportunidades de expansión. Los indicadores financieros, que incluyen estos activos líquidos, demuestran que, a pesar de las fluctuaciones, ha existido un crecimiento considerable en áreas estratégicas. Esto refuerza la noción de que las empresas han sido capaces de adaptarse y prosperar en un entorno económico cambiante y dinámico, utilizando las fluctuaciones a su favor para garantizar su crecimiento y estabilidad a largo plazo. De igual manera Mamani y Mendoza (2019), señalan que un manejo adecuado de los activos corrientes es fundamental para el desarrollo empresarial, ya que posibilita un incremento notable en las utilidades de la empresa. La eficiencia en la gestión administrativa de estos activos tiene un efecto directo en la rentabilidad, puesto que una correcta administración garantiza la implementación exitosa de las estrategias planteadas y la consecución de los objetivos previstos. Asimismo, la efectividad en la gestión de los activos circulantes también incide en el riesgo financiero de la empresa; si no se optimizan adecuadamente, podría generarse una reducción en los ingresos de efectivo, lo que afectaría negativamente la liquidez y la solidez financiera, dificultando el crecimiento y el desempeño económico.

Al examinar el objetivo específico 02, se identificó un nivel de significancia bilateral por debajo del umbral de 0.05, situación que determinó la aceptación de la hipótesis alterna y el rechazo de la hipótesis nula planteada. Posteriormente, se procedió a estimar el coeficiente de correlación correspondiente, obteniéndose un valor de 0.720, cifra que denota una influencia notable entre las variables sometidas a estudio. Ello permite considerar que

una administración adecuada y un uso eficiente de los recursos líquidos y del activo circulante contribuyen de forma relevante al crecimiento del negocio, fortaleciendo su capacidad operativa y financiera para hacer frente a los desafíos del entorno y capitalizar las oportunidades de expansión que ofrece el mercado.

Los resultados obtenidos son corroborados por: Alavarado y Bustamante (2019), indican que la malversación de recursos, especialmente en el ámbito de las pequeñas y medianas empresas (PYMES), suele ser impulsada por las dificultades financieras que enfrentan los empleados. Este tipo de fraude impacta directamente en los activos corrientes, ya que generalmente afecta al inventario de productos, un activo que, al ser sustraído, repercute considerablemente en la estabilidad económica de la empresa. La apropiación indebida de mercancías para fines personales reduce la disponibilidad de productos para la venta, lo que influye en los ingresos y afecta negativamente la rentabilidad. Dado que estos activos tienen una liquidez limitada, su pérdida no solo disminuye el valor de los activos corrientes, sino que también perjudica el crecimiento de la empresa, limitando su capacidad para generar ingresos y reinvertir en su expansión. Este tipo de fraude genera un impacto adverso en los estados financieros, desestabilizando las bases necesarias para un desarrollo sostenible. Ayala(2019), indica que el desarrollo empresarial en el sector de la fabricación de carros ha sido favorecido por las políticas estratégicas aplicadas por las compañías, así como por su habilidad para ajustarse y operar de forma versátil. Específicamente, en la provincia de Tungurahua, las cooperativas de transporte urbano han adoptado varias tácticas de apalancamiento financiero para renovar su flota de vehículos. Estas acciones han facilitado la compra de nuevos autobuses, lo que, a su vez, ha impulsado tanto el fortalecimiento de la industria como el crecimiento de las empresas participantes. De igual manera Vera (2019), señala que la Asociación revela una clara falta de formación en áreas contables y financieras, especialmente en la gestión del activo circulante. Esta ausencia de

conocimientos, junto con el incumplimiento de las normativas establecidas por el organismo regulador, ha provocado desorganización y un control inadecuado de las operaciones. Como resultado, no se dispone de una visión precisa de la situación financiera de la Asociación, lo que dificulta la gestión eficiente y la optimización del activo circulante. Esta deficiencia afecta directamente el crecimiento empresarial, ya que una gestión ineficiente de los recursos líquidos impide aprovechar las oportunidades de expansión y asegura la sostenibilidad financiera a largo plazo.

Al examinar el objetivo específico 03, se identificó un nivel de significancia bilateral por debajo del umbral de 0.05, situación que determinó la aceptación de la hipótesis alterna y el rechazo de la hipótesis nula planteada. Posteriormente, se procedió a estimar el coeficiente de correlación correspondiente, obteniéndose un valor de 0.748, cifra que denota una influencia considerable entre las variables sometidas a estudio. Este hallazgo pone de relieve la relevancia de administrar adecuadamente los activos líquidos y los recursos de disponibilidad inmediata, con el fin de sostener e impulsar el crecimiento continuo del centro comercial, dado que su correcta gestión contribuye de manera decisiva al éxito y a la estabilidad financiera de dicha entidad.

Los resultados obtenidos son corroborados por: Huaranga y Ruiz (2023), indican que existe una relación significativa entre el endeudamiento patrimonial y el activo circulante en las compañías del sector importador que están listadas en la Bolsa de Valores de Lima (BVL) durante el período 2017-2021. El coeficiente de correlación de Spearman (Rho) de 0.900 revela una fuerte vinculación directa entre ambas variables, destacando la importancia del activo circulante dentro de la estructura financiera de la organización. Un manejo adecuado del activo circulante no solo permite una gestión eficaz del endeudamiento patrimonial, sino que también desempeña un papel esencial en la estabilidad financiera, siendo fundamental para garantizar un crecimiento sostenido y una operación eficiente en un entorno

competitivo. Así mismo Quispe y Mojonero(2024) señalan que, para que una empresa mejore sus actividades económicas y fomente su crecimiento, es crucial que contemple inversiones en infraestructura, equipos, mobiliario y otros bienes necesarios. Esta estrategia no solo favorece la mejora de los procesos operativos, sino que también desempeña un papel fundamental en la gestión eficiente de los activos corrientes. La adecuada administración de este tipo de activos, que incluye inventarios, cuentas por cobrar y efectivo disponible, es esencial para garantizar la liquidez y, al mismo tiempo, la rentabilidad tanto económica como financiera. Un enfoque estratégico en la optimización de los activos corrientes, sumado a las inversiones en infraestructura y equipos, permite a la empresa adaptarse mejor a las fluctuaciones del mercado y asegurar un desarrollo y expansión sostenibles. De este modo, la empresa no solo incrementa su competitividad, sino que también establece una base sólida para afrontar tanto las oportunidades como los retos que puedan presentarse. De igual manera Luna y Lozano (2020), indican que la mala administración de los activos corrientes de una empresa puede acarrear consecuencias graves en su crecimiento. La ineficacia en el manejo de estos recursos, cuando no se ajustan a los procesos administrativos tanto internos como externos, impacta negativamente en varias áreas de la organización. Esta desorganización genera un desequilibrio financiero, lo que conlleva a un aumento de gastos innecesarios, acumulación de deudas y en situaciones extremas, al colapso de la empresa. Un manejo apropiado de los activos corrientes es fundamental para garantizar la estabilidad y promover el desarrollo sostenible de la empresa.

VI. Conclusiones

- Se concluyó que el activo circulante se relacionó significativamente con el crecimiento empresarial del centro comercial El Paraíso en Cusco durante el año 2023. Este resultado evidenció que una gestión eficiente de los recursos líquidos y de corto plazo permitió mantener la continuidad operativa, mejorar la liquidez y responder adecuadamente a las demandas del entorno comercial. La correlación positiva ($r = 0.714$) y el valor de significancia bilateral menor a 0.05 confirmaron que el manejo adecuado del activo circulante no solo incide en la estabilidad financiera, sino que también impulsa el desarrollo sostenido y la expansión del centro comercial, consolidando su posición competitiva en el mercado local.
- Se concluyó que el activo disponible presentó una relación significativa con el crecimiento empresarial del centro comercial El Paraíso, Cusco, durante el año 2023. Este hallazgo evidenció que la administración eficiente del efectivo y equivalentes, como los fondos disponibles de manera inmediata, fortaleció la capacidad operativa de las empresas del centro comercial. La correlación obtenida ($r = 0.766$) junto con el nivel de significancia ($p < 0.05$), indicaron que el activo disponible fue un factor determinante en la sostenibilidad financiera y en la capacidad de inversión de los negocios, facilitando su adaptación a cambios del entorno y favoreciendo su desarrollo progresivo.
- Se concluyó que el activo realizable mantuvo una relación significativa con el crecimiento empresarial del centro comercial El Paraíso en Cusco durante el año 2023. Los resultados reflejaron que una correcta gestión de activos tales como cuentas por cobrar e inversiones de corto plazo permitió a las empresas contar con mayor liquidez, dinamismo y estabilidad operativa. La correlación positiva obtenida ($r = 0.720$) y el valor de significancia bilateral menor a 0.05 respaldaron que el activo realizable

desempeñó un rol clave en el fortalecimiento financiero de los negocios, mejorando su capacidad para afrontar obligaciones y financiar procesos de expansión en el mercado.

- Se concluyó que el activo exigible mostró una relación significativa con el crecimiento empresarial del centro comercial El Paraíso, Cusco, durante el año 2023. Este hallazgo evidenció que el adecuado control y planificación de las cuentas por pagar y otras obligaciones a corto plazo contribuyeron a una gestión financiera más ordenada y eficiente. La correlación positiva ($r = 0.748$) y el valor de significancia inferior a 0.05 confirmaron que una administración responsable de las deudas y compromisos financieros influyó directamente en la estabilidad económica del centro comercial, generando condiciones favorables para su desarrollo sostenido y su consolidación como unidad comercial organizada y competitiva.

VII. Recomendaciones

- Se recomienda a los empresarios del centro comercial El Paraíso fortalecer la gestión del activo circulante mediante un control más riguroso de los recursos líquidos y de corto plazo. Para ello, se sugiere implementar prácticas contables eficientes, realizar presupuestos periódicos y establecer políticas claras de rotación de inventario y manejo de caja. Estas acciones permitirán mantener la operatividad del negocio, mejorar la liquidez y responder con mayor eficacia a las condiciones cambiantes del mercado, asegurando así un crecimiento sostenido y una mejor posición competitiva en el entorno comercial local.
- Se recomienda optimizar la gestión del activo disponible, en especial del efectivo y sus equivalentes, a través de una planificación financiera adecuada que contemple flujos de caja proyectados, fondos de contingencia y estrategias de inversión a corto plazo. Los empresarios del centro comercial El Paraíso deberían priorizar el uso eficiente de los recursos líquidos, con el fin de garantizar la solvencia inmediata, facilitar nuevas inversiones y adaptarse con mayor agilidad a las variaciones del entorno económico. Esto contribuirá a una mayor sostenibilidad financiera y a un desarrollo empresarial más estable.
- Se recomienda a los empresarios del centro comercial El Paraíso mejorar la administración del activo realizable, principalmente las cuentas por cobrar y otros derechos a corto plazo, mediante políticas de crédito bien definidas, seguimiento constante a los clientes y procedimientos efectivos de recuperación de deudas. Estas acciones permitirán fortalecer el flujo de ingresos, reducir riesgos financieros y mantener una base sólida de liquidez, lo que facilitará nuevas oportunidades de expansión comercial y consolidará la estabilidad operativa del negocio.

- Se recomienda reforzar la planificación y el control del activo exigible en los negocios del centro comercial El Paraíso, mediante la elaboración de cronogramas de pagos, la renegociación oportuna de deudas y el seguimiento constante de las obligaciones a corto plazo. Una administración ordenada de las cuentas por pagar permitirá a los empresarios mantener un equilibrio financiero saludable, evitar sanciones o recargos por incumplimiento y fortalecer la credibilidad comercial ante proveedores y aliados estratégicos. Esto favorecerá el desarrollo sostenido del centro comercial y su posicionamiento como una unidad empresarial eficiente y confiable.

VIII. Referencias

- Afrifa , G. A. (2016). Net working capital, cash flow and performance of UK SMEs. *Review of Accounting and Finance*, 22. Obtenido de <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/RAF-02-2015-0031/full/html>
- Alavarado Cárdenas, N. G., & Bustamante Ibarra, E. Y. (2019). *La malversación de los activos corrientes inventarios de mercaderías y la competitividad en las pymes comerciales*. Ecuador: Universidad estatal el Milagro. Obtenido de <https://repositorio.unemi.edu.ec/bitstream/123456789/4433/1/LA%20MALVERSA%20CI%C3%93N%20DE%20LOS%20ACTIVOS%20COR>
- Alejandro Fuertes, J. (2018). Deterioro del Valor de los activos. Un enfoque global. *Gestios Joven*, 7. Obtenido de http://elcriterio.com/revista/contenidos_18/5.pdf
- Álvarez Moreira, P. J. (2022). Activo corriente en la rentabilidad de la empresa PROIMEC SA del cantón Manta, 2019-2020. *Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada YACHASUN*, 6(11), 2-13. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/6858/685872167001/685872167001.pdf>
- BBVA. (19 de Octubre de 2024). *BBVA*. Obtenido de [bbva.com](https://www.bbva.com/es/salud-financiera/que-es-una-cuenta-corriente-y-que-se-puede-hacer-con-ella/): <https://www.bbva.com/es/salud-financiera/que-es-una-cuenta-corriente-y-que-se-puede-hacer-con-ella/>
- Billin. (23 de Junio de 2023). *Billin*. Obtenido de [billin.net](https://www.billin.net/glosario/efectivo/#:~:text=El%20efectivo%20se%20caracteriza%20por,por%20todos%20los%20agentes%20econ%C3%B3micos.): <https://www.billin.net/glosario/efectivo/#:~:text=El%20efectivo%20se%20caracteriza%20por,por%20todos%20los%20agentes%20econ%C3%B3micos.>
- Bind. (12 de Abril de 2023). *Bind*. Obtenido de [bind.com.mx](https://bind.com.mx/glosario/glosario-e-commerce-forma-de-pago): <https://bind.com.mx/glosario/glosario-e-commerce-forma-de-pago>
- Calderón Rosario, C. S. (2015). *Administración de los activos circulante en Empresas Comerciales con excesiva liquidez*. Republica Dominicana: Universidad Nacional Pedro Henríquez Ureña. Obtenido de <https://repositorio.unphu.edu.do/bitstream/handle/123456789/887/Administracio%20c%81n%20de%20los%20activos%20circulantes%20en%20empresas%20comerciales%20con%20excesiva%20liquidez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Capa Sanchez, R. E., & Victorio Pinedo, E. E. (2022). *Activo corriente y endeudamiento patrimonial en una empresadel sector importador registrada en la Bolsa de Valores, período 2017-2021*. Callao- Perú: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/95129/Capa_SRE-Victorio_PEE-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Cegid Billage. (20 de Abril de 2025). *Cegid Billage*. Obtenido de [getbillage.com: https://www.getbillage.com/es/glosario/activo-circulante](https://www.getbillage.com/es/glosario/activo-circulante)
- Ceupe. (14 de Agosto de 2023). *Ceupe*. Obtenido de [ceupe.com: https://www.ceupe.com/blog/crecimiento-empresarial.html](https://www.ceupe.com/blog/crecimiento-empresarial.html)
- Córdova Sánchez, D. A. (2021). *El apalancamiento como factor determinante en la oportunidad de crecimiento empresarial en el Ecuador*. Universidad técnica de Ambato.
- CREDIT FORCE. (13 de Junio de 2024). *CREDIT FORCE*. Obtenido de [credit-force.com: https://www.credit-force.com/sistemas-de-cobranza-y-soluciones-de-cobranza/](https://www.credit-force.com/sistemas-de-cobranza-y-soluciones-de-cobranza/)
- Cruz Moo, N. V., Pérez Zapata, A., & Delgado Cih , G. I. (2019). “Análisis de las cuentas de activo aplicadas en las NIIF para las PYMES”. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 12. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/oel/2019/07/cuentas-activo-pymes.html>
- debitoor. (2022). *debitoor*. Obtenido de [debitoor: https://debitoor.es/glosario/activo-circulante](https://debitoor.es/glosario/activo-circulante)
- Díaz Barriga Arceo, F. (2021). *Casos de enseñanza: Aprendizaje situado para solucionar problemas complejos y tomar decisiones*. Mexico: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Díaz Llanes, M. (diciembre de 2014). *Análisis contable con un enfoque empresarial*. España: eumed.net. Obtenido de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2012b/1229/index.htm>
- Drury, C. (2013). *Management and cost accounting*. Springer. México: Springer.
- El Contador Profesional. (2022). *El Contador Profesional*. Obtenido de El Contador Profesional: <https://www.elcontadorprofesional.com/2020/12/activo-corriente-exigible.html>

- El Economista. (23 de Junio de 2024). *El Economista*. Obtenido de eleconomista.es:
<https://www.eleconomista.es/diccionario-de-economia/gasto>
- Elizalde, L. (2019). Los Estados financieros y las politicas contables. *Digital Publisher*, 10.
 Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7144051>
- Estudio Miguel Alonso. (21 de 09 de 2021). *Importancia de un Activo*. Obtenido de
 emalonso.com.ar: <https://emalonso.com.ar/importancia-de-un-activo/>
- Flores Choqque , R., & Camala Cutiri , D. (2024). *Capital de trabajo y crecimiento empresarial de la asociación de tejas ladrillos Sucso Auccailli S.A del distrito de San Jerónimo, Cusco, 2022*. Cusco- Perú: Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco. Obtenido de
https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/8605/253T20240210_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Flores Motta, L. S., & Ortiz Menacho, M. T. (2022). *Activo corriente y rentabilidad de ventas netas en una empresa agroindustrial registrada en la Bolsa de Valores, período 2017-2021*. Callao- Perú: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/96123/Flores_MLS-Ortiz_MMT-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Gabriela Fernanda , A. B. (2019). *Apalancamiento financiero y el crecimiento empresarial en la industria carrocera de la provincia de Tungurahua*. Ambato-Ecuador: Universidad Tecnica de Ambato. Obtenido de
<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/30504/1/T4667M.pdf>
- Gil, S. (2019). *Economipedia.com*. Obtenido de Economipedia.com:
<https://economipedia.com/definiciones/ingreso.html>
- Gonzales, M. y. (2018). *los factores economicos*.
- Grupo Prom. (28 de Abril de 2024). *Grupo Prom*. Obtenido de grupoprom.com:
<https://grupoprom.com/rotacion-de-mercancia/#:~:text=Se%20refiere%20al%20n%C3%BAmero%20de,almac%C3%A9n%20hasta%20el%20cliente%20final.>
- Guichay Guzmánfue, M. J. (2022). Análisis del crecimiento económico y el sector público no financiero período 2012 –2020. *Espíritu Emprendedor TES 2022*, 1-20.

Obtenido de

<http://mail.espirituemprendedores.com/index.php/revista/article/view/297/352>

Gutiérrez Mercado, S. F. (2019). Cativo, Pasivo, capital. 1-13. Obtenido de

http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/3044/1/Activo_Pasivo_Capital.pdf

Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la Indagación - Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta - Primera Edición*. México: Mc Graw Hill Education.

Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodologia de la Investigacion 6TA Edicion*. Mexico: McGRAW-HILL / Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Hernandez Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodologia de la Investigacion 6TA Edición*. Mexico: McGRAW-HILL / Interamericana Editores, S.A. de C.V.

HuarangaToledo, H. L., Ruiz Vera, J. R., Vergara Ramirez, C. S., & Rodríguez Herrera, J. L. (2023). Cultura organizativa y el crecimiento empresarial de las medianas empresa de la ciudad de Huaraz, Perú. *EEpistemia*, 1-13. Obtenido de https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&as_ylo=2019&as_yhi=2024&q=crecimiento+empresarial+en+peru&btnG=#d=gs_cit&t=1724881201785&u=%2Fscholar%3Fq%3Dinfo%3AgLxdZHHuRCAJ%3Ascholar.google.com%2F%26output%3Dcite%26scirp%3D2%26hl%3Des

HubSpot. (10 de Febrero de 2023). *HubSpot*. Obtenido de blog.hubspot.es:

<https://blog.hubspot.es/sales/que-son-las-ventas>

I.F.R.I. (12 de Marzo de 2019). *I.F.R.I.* Obtenido de I.F.R.I.: <https://www.ifri.es/tesoreria-y-realizable/>

Linares, A. R. (2018). *Los procedimientos de selección en la Ley N.º 30225, Ley de contrataciones del estado*. Revista Aequitas.

Llamas, J. (02 de Febrero de 2021). *economipedia*. Obtenido de [economipedia](https://economipedia.com/definiciones/activo-realizable.html):

<https://economipedia.com/definiciones/activo-realizable.html>

- López, J. (01 de Enero de 2018). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/inversion.html>
- Luna, L., & Lozano, F. (2020). "*Activo y pasivo circulante y su incidencia en la liquidez de la Comercializadora de Aceitunas y Especerías Eduardo SAC*". Tarapoto: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/63796/Luna_LJ-Lozano_FL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Mamani Matta, H. M., & Mendoza Gutierrez, A. R. (2019). "*El Activo Corriente y su relación con la rentabilidad económica de la empresa Pride Corporation S.A.C. del Distrito de Chorrillos, Año 2018*". Lima: Universidad Autonoma del Peru. Obtenido de <https://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13067/799/Mamani%20Matta%2C%20Huanesa%20Maxima%20y%20Mendoza%20Gutierrez%2C%20Alberto%20Ruben.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Martín Ámez, F. (2015). *Diccionario de Contabilidad y Finanzas* (Vol. 1). España: Editorial Occidente. Obtenido de <https://www.etp.com.py/libro/diccionario-de-contabilidad-y-finanzas-103052.html>
- Ministerio de Economía y finanzas. (2023). *mef.gob*. Obtenido de https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_public/con_nor_co/vigentes/nic/16_NIC.pdf
- Monografias Plus. (2022). *Monografias Plus*. Obtenido de Monografias Plus.
- Montoya Ramos, J. H. (2020). *Crecimiento empresarial en los comerciantes del Mercado Condevilla, San Martín de Porres, 2020*. Lima- Perú: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/61439/Montoya_RJH-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Morrow, M. K. (30 de Agosto de 2022). *altametrics*. Obtenido de altametrics: <https://altametrics.com/es/business-growth.html>
- My tripleA. (12 de Agosto de 2023). *My tripleA*. Obtenido de mytriplea.com: <https://mytriplea.com/diccionario-financiero/activo-fijo/>

- Orellana Nirian, P. (06 de Marzo de 2020). *economipedia*. Obtenido de economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/crecimiento-empresarial.html>
- Ospina, A. (24 de Julio de 2020). *RD Station*. Obtenido de RD Station:
<https://www.rdstation.com/es/blog/fidelizacion-del-cliente/>
- Padilla, C. (2018). *ESTRATEGIAS DE FIDELIZACIÓN PARA CLIENTES DIRECTOS*.
 Guayaquil: Observatorio de la economía .
- Parra Velasco, L. Y., & Vasquez Martinez, M. G. (2017). *Muestreo probabilistico y no probabilistico*. Guatemala: Universidad del ITSMO. Obtenido de
<https://www.gestiopolis.com/wp-content/uploads/2017/02/muestreo-probabilistico-no-probabilistico-guadalupe.pdf>
- QdB Group . (10 de Octubre de 2024). *QdB Group* . Obtenido de qbdgroup.com:
<https://qbdgroup.com/es-es/blog/revision-periodica-en-un-sistema-computarizado-validado-cual-es-su-finalidad/#:~:text=La%20Revisi%C3%B3n%20Peri%C3%B3dica%20es%20un,se%20conviertan%20en%20incidentes%20graves.>
- QuestionPro. (2022). *QuestionPro*. Obtenido de QuestionPro:
<https://www.questionpro.com/blog/es/fidelizacion-del-cliente/>
- Quispe Cusiquispe , E. F., & Mojonero Quispe , R. R. (2024). *Inversión y el crecimiento empresarial de la empresa Marasal S.A del distrito de Maras, provincia de Urubamba, 2022*. Cusco- Perú: Universidad San Antonio Abad del Cusco.
 Obtenido de
https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/8430/253T20240081_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Raqui Alarcon , M. (2016). *Scribd*. Obtenido de
<https://es.scribd.com/document/327375686/Definicion-de-Activo-Exigible>
- Restrepo, P., & Acemoglu, D. (2020). Robots and jobs: Evidence from us Labor Markets. *The university of Chicago press Journals*. Obtenido de The university of Chicago press Journals
- Rodriguez, N. (01 de Abril de 2021). *Hubspot*. Obtenido de Hubspot:
<https://blog.hubspot.es/sales/crecimiento-empresarial>

- Salas Poma , D. E. (2020). *Trabajo de Indagación para obtener el Grado Académico de.* Juliaca- Perú: Universidad Peruana la Unión. Obtenido de <https://repositorio.upeu.edu.pe/server/api/core/bitstreams/b30a7de5-5395-4a60-8e3a-780670f5cc7a/content>
- Sanchez Galan, J. (04 de Febrero de 2020). *economipedia*. Obtenido de economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/activo-exigible.html#:~:text=En%20contabilidad%2C%20el%20activo%20exigible,monetizable%20en%20el%20corto%20plazo.>
- Sanchez Galan, J. (08 de Noviembre de 2021). *economipedia*. Obtenido de economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/activo-disponible.html>
- Sevilla Arias, A. (08 de Agosto de 2016). *economipedia*. Obtenido de economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/activo-circulante.html>
- Sevilla, A. (2015). *economipedia - haciendo facil la economia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/rentabilidad.html>
- Slack. (30 de Enero de 2025). *Slack*. Obtenido de slack.com: <https://slack.com/intl/es-es/blog/productivity/que-es-el-crecimiento-empresarial-y-como-llevarlo-a-cabo>
- Software DEL SOL. (2022). *Software DEL SOL*. Obtenido de Software DEL SOL: <https://www.sdelisol.com/glosario/activo-circulante/>
- Vega, G. (25 de Mayo de 2020). *LAWI*. Obtenido de LAWI: <https://leyderecho.org/activo-exigible/>
- Vera Vera, B. I. (2019). *Control interno contable- financiero del activo corriente de las asociación de mariscadores autónomos y anexos 11 de Enero*. Machala- Ecuador: Unidad academica de ciencias empreariales carrera de contabilidad y auditoria. Obtenido de <https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14079/1/TTUACE-2019-CA-CD00186.pdf>
- Viñaras, E. (25 de Marzo de 2021). *Cyberclick*. Obtenido de Cyberclick: <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/fidelizacion-de-clientes-que-es-beneficios-y-ejemplos-de-exito>
- World Bank. (2024). *Economic growth*. Obtenido de <https://www.worldbank.org/en/topic>

Yoza Calderón, X. N., Villafuerte Soledispa, R. A., & Parrales Poveda, M. L. (2021). Crecimiento empresarial: Estrategia de desarrollo del mercado en el sector de Mipymes. *Revista Publicando*, 1-14. Obtenido de <https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/2236/2443>

Zamora, A. (2015). *Rentabilidad y ventaja comparativa: Un análisis de los sistemas de producción de guayaba en el Estado de Michoacán*. Michoacan: Univercidad Michoacana de San Nicolas de Hidalgo. Recuperado el 25 de Abril de 20019

Zeballos, E. Z. (2017). *Plan Contable General de Empresas*. Arequipa - Peru: Impresiones Juve E.I.R.L.

Los anexos, panel fotográfico y otros documentos están resguardados en la oficina de repositorio digital institucional en la Biblioteca Central de la Universidad Tecnológica de los Andes