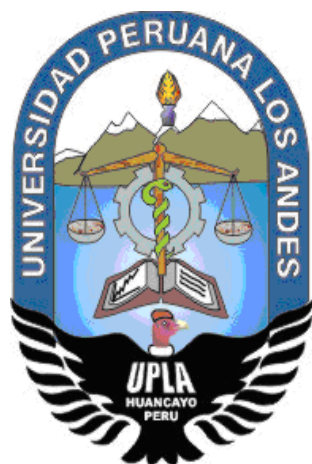


UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Escuela Profesional de Contabilidad y Finanzas



TESIS

Mercado Alternativo de Valores y el Financiamiento en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018

Para optar : El Título Profesional de Contador Público

**Autora : Bach. RAMOS QUISPE, Alexandra Mafer
Bach. DIONISIO RUIZ, Dennit Kari**

Asesor : CPC. BARZOLA INGA, Sonia Luz

Línea de investigación Institucional : Ciencias empresariales y Gestión de los Recursos

Fecha de Inicio y Término: 05 de febrero 2019 – 05 de febrero del 2021

Huancayo - Perú

2021

HOJA DE APROBACIÓN DE LOS JURADOS

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

TESIS

**Mercado Alternativo de Valores y el Financiamiento en las Pequeñas y Medianas
Empresas Comerciales de Huancayo - 2018**

PRESENTADO POR:

Bach. Ramos Quispe, Alexandra Mafer
Bach. Dionisio Ruiz, Dennit Kari

PARA OPTAR EL TÍTULO DE:

CONTADOR PÚBLICO

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

APROBADA POR LOS SIGUIENTES JURADOS

PRESIDENTE

PRIMER MIEMBRO

Marticorena Córdova Maria del Pilar

SEGUNDO MIEMBRO

Dolorier Aguirre Carmen Rosa

TERCER MIEMBRO

Sicha Quispe Fidel

Huancayo 08 de mayo de 2021

FALSA PORTADA

ASESOR
CPC. SONIA LUZ BARZOLA INGA

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación está dedicado a mis padres Sebastian Ramos Enriquez y Sonia Quispe de la Cruz, porque son la fuente de motivación para el logro de mis objetivos y metas; a mis hermanos por su cariño y comprensión en este proceso y a mí persona por el coraje y la dedicación en seguir creciendo y desarrollándome como profesional.

Alexandra Mafer Ramos Quispe

Este trabajo está dedicado a mis padres Joster Dionisio Ruiz y Adela Ruiz Melo, por darme una educación, por su apoyo incondicional, dedicación, son la fuente de energía e inspiración a lograr mis proyectos y metas.

Dennit Kari Dionisio Ruiz

AGRADECIMIENTO

Nuestro agradecimiento a Dios por darnos la salud, las fuerzas y por permitirnos disfrutar de sus bondades para poder lograr nuestros objetivos, gracias a la Universidad Peruana Los Andes por formarnos profesionalmente y en especial a nuestros profesores por las sabias enseñanzas que nos impartieron y que constituyeron un estímulo a nuestra preparación y el camino para hacer realidad uno de nuestras metas. Asimismo, agradecer a las 6 pequeñas y medianas empresas (PYMES) por brindarnos las facilidades para hacer posible el desarrollo de la investigación.

Las Autoras

CONTENIDO

DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO	V
CONTENIDO	VI
CONTENIDO DE TABLAS	IX
CONTENIDO DE FIGURAS.....	X
RESUMEN	XI
TÉRMINOS CLAVES UTILIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN.....	XII
ABSTRACT.....	XIV
INTRODUCCIÓN	XVII
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	18
1.1. Descripción de la realidad problemática	18
1.2. Delimitación de la investigación	23
1.2.1. Delimitación Espacial	23
1.2.2. Delimitación Temporal	23
1.2.3. Delimitación Conceptual o Temática.....	23
1.3. Formulación de problema.....	24
1.3.1. Problema General.....	24
1.3.2. Problemas Específicos.....	24
1.4. Justificación.....	25
1.4.1. Social.....	25
1.4.2. Teórica.....	25
1.4.3. Metodológica.....	26
1.5. Objetivos de la investigación.....	26
1.5.1. Objetivo General	26
1.5.2. Objetivos Específicos.....	26
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	28
2.1. Antecedentes del estudio	28
2.1.1. Antecedentes Internacionales.....	28

2.1.2. Antecedentes Nacionales	30
2.2. Bases teóricas o científicas	33
2.2.1. Mercado Alternativo de Valores (MAV)	33
2.2.2. Financiamiento.....	51
2.3. Marco conceptual	59
CAPÍTULO III: HIPÓTESIS.....	64
3.1. Hipótesis General	64
3.2. Hipótesis Específicas	64
3.3. Variables (definición conceptual y Operacionalización).....	65
CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA.....	67
4.1. Método de investigación.....	67
4.1.1. Método general	67
4.1.2. Método específico.....	67
4.2. Tipo de investigación.....	68
4.3. Nivel de investigación	68
4.4. Diseño de investigación.....	69
4.5. Población y muestra.....	69
4.5.1. Población.....	69
4.5.2. Muestra	70
4.6. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos	74
4.6.1. Técnicas de recolección de datos	74
4.6.2. Instrumentos de recolección de datos	75
4.7. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos	78
4.7.1. A nivel descriptivo	79
4.7.2. A nivel inferencial.....	79
4.8. Aspectos éticos de la investigación	79
CAPÍTULO V: RESULTADOS.....	81
5.1. Descripción de los resultados	81
5.2. Contrastación de hipótesis	97
ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	104
CONCLUSIONES	110

RECOMENDACIONES.....	113
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	115
ANEXOS	119
ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	119
ANEXO 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	120
ANEXO 3: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DEL INSTRUMENTO.....	122
ANEXO 4: EL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN Y CONSTANCIA DE SU APLICACIÓN	124
ANEXO 5: CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DEL INSTRUMENTO	132
LA DATA DE PROCESAMIENTO DE DATOS.....	144
CONSENTIMIENTO INFORMADO	150
FOTOS DE LA APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO.....	152

CONTENIDO DE TABLAS

Tabla 1: Diferencia entre Sistema Financiero y el Mercado Alternativo de Valores	19
Tabla 2: Clasificación de las Pequeñas y Medianas Empresas	20
<i>Tabla 3: Beneficios del Mercado Alternativo de</i>	<i>36</i>
Tabla 4: Tasa promedio de financiamiento	59
Tabla 5: Recuento y porcentajes de conocimientos sobre el Mercado Alternativo de Valores	83
Tabla 6: Recuento y porcentajes del estudio de la variable decisión de financiamiento	84
Tabla 7: Recuento y porcentajes del estudio de la dimensión preparación de requisitos obligatorios.	85
Tabla 8: Recuento y porcentajes de acogimiento a una determinada estructura de financiamiento.....	86
Tabla 9: Recuento y porcentajes del estudio de la variable financiamiento en sus bondades a la empresa	88
Tabla 10: Recuento y porcentajes del estudio de la variable Mercado Financiero.....	89
Tabla 11: Recuento y porcentajes del estudio de la dimensión Posicionamiento en el Mercado Financiero	90
Tabla 12: Recuento y porcentajes del estudio de la dimensión Costos Competitivos.....	91

CONTENIDO DE FIGURAS

Figura 1: Mercado de Valores	33
Figura 2. Beneficios de ingresar a la Bolsa de Valores	35
Figura 3: Número de empresas listadas	36
Figura 4: Preparación para el Acceso al MAV	42
Figura 5: Preparación para el Acceso al MAV	43
Figura 6: Acuerdos Societarios, Contratos y Documentos Registrales	44
Figura 7: Procedimiento de Inscripción al MAV	45
Figura 8: Documentación Requerida.....	46
Figura 9: Flexibilidad en los requisitos	47
Figura 10: Mercado Financiero	52
Figura 11. Conocimiento del Mercado Alternativo de Valores.....	84
Figura 12. Tendencias en la decisión de financiamiento hacia una participación en el Mercado Alternativo de Valores.....	85
Figura 13. Preparación de requisitos obligatorios para el acceso al Mercado Alternativo de	86
Figura 14. Estado de acuerdo en el tipo de estructura de financiamiento para su empresa...87	
Figura 15. Estado de acuerdo con la obtención de financiamiento para su empresa.....88	
Figura 16. Estado de acuerdo con los beneficios del mercado financiero	89
Figura 17. Estado de acuerdo para su empresa estando en el Mercado Financiero.....90	
Figura 18. Estado de acuerdo con los costos competitivos que puedan generar al tener acceso al Mercado Alternativo de Valores	91

RESUMEN

La investigación titulada “Mercado alternativo de valores y el financiamiento en las pequeñas y medianas empresas Comerciales de Huancayo - 2018”, enfatizo en el siguiente problema: ¿Qué relación existe entre el Mercado Alternativo de Valores y el financiamiento en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo - 2018?, cuyo objetivo general fue establecer la relación que existe entre las variables mercado alternativo de valores y el financiamiento. Asimismo, se buscó; determinar la relación entre el Mercado alternativo de valores con los siguientes indicadores: financiamiento, posicionamiento en el mercado y costos competitivos. En la metodología, se aplicó como método de investigación: el método científico, tipo de investigación fue el aplicado, nivel de investigación usado fue correlacional, y el diseño fue descriptivo correlacional. Los resultados obtenidos mostraron que la gran mayoría de los encuestados no tienen conocimiento sobre el Mercado Alterativo de Valores ni sobre su preparación para su acceso, por ende, no tomaron la decisión de financiar en este mercado. Por otro lado, tuvieron interés de participar en este mercado, pero no estuvieron de acuerdo con optar el tipo de estructura de financiamiento. Así mismo se recomienda a los directivos y/o dueños prepararse y capacitarse en temas relacionados a la presente investigación, asimismo tener predisposición al cambio y mejora, para que vean que existen otras formas de financiamiento más rentables por aprovechar que el sistema financiero y/o bancario les otorga.

PALABRAS CLAVE: Superintendencia del Mercado de Valores, Mercado Alternativo de Valores, Pequeñas y Medianas empresas y financiamiento.

TÉRMINOS CLAVES UTILIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN

Superintendencia del Mercado de Valores: Es un organismo técnico especializado adscrito al Ministerio de Economía y Finanzas que tiene por finalidad velar por la protección de los inversionistas, la eficiencia y transparencia de los mercados bajo su supervisión, la correcta formación de precios y la difusión de toda la información necesaria para tales propósitos. Tiene personería jurídica de derecho público interno y goza de autonomía funcional, administrativa, económica, técnica y presupuestal. (Bolsa de Valores de Lima , s.f.)

Mercado Alternativo de Valores : El Reglamento del Mercado Alternativo de Valores fue publicado el 29 de junio del 2012, mediante Resolución de Superintendencia del Mercado de Valores N° 025-2012, que indica que; el Mercado Alternativo de Valores es un segmento del Mercado de Valores creado para la realización de ofertas públicas primarias y secundarias de valores representativos de capital social y valores representativos de deuda por parte de las Pequeñas y Medianas empresas sujetas a requisitos, obligaciones y requerimientos de información más flexibles. (Superintendencia de Mercado de Valores , 2012).

Pequeñas y Medianas empresas: En el Perú, según la Ley N° 30056, promulgada el 1 de julio de 2013 señala que:

“Las micro, pequeñas y medianas empresas según sus niveles de ventas anuales fijados en Unidades Impositivas Tributarias (UIT). Así son micro empresas las que alcanzan ventas hasta un monto máximo de 150 UIT, son pequeñas empresas las que tienen ventas anuales superiores a este valor y hasta el monto máximo de 1 700 UIT y son medianas empresas las que alcanzan ventas anuales superiores a 1 700 UIT hasta 2 300 UIT”.

Financiamiento: “El financiamiento es un componente prioritario para el desarrollo y crecimiento de los microempresarios, debido a que les permite mantener sus operaciones y aumentar la capacidad productiva generando más ingresos y aumentos en los rendimientos financieros.” Chagerben Salinas, Hidalgo Arriaga, & Yagual Velastegui (2017).

ABSTRACT

The research entitled "Alternative Securities Market and Financing The research entitled" Alternative Securities Market and Financing in Small and Medium Commercial Companies of Huancayo - 2018 ", emphasized the following problem: What relationship exists between the Alternative Securities Market and financing in the small and medium commercial companies of Huancayo - 2018?, whose general objective was to establish the relationship that exists between the alternative market of securities and financing.. Likewise, it was sought; determine the relationship between the alternative securities market with the indicators: financial market, market positioning, and competitive cost. In the methodology: the scientific, type of research was applied, level of research used was correlational and design was the descriptive correlational. The results obtained showed that the vast majority of those surveyed do not have knowledge about the Alternative Securities Market or its preparation for accessing it, therefore, they did not make the decision to participate in this market. surveyed had an interest in participating in the Alternative Securities Market, but did not agree with opting for type of financing structure. It is recommended to promote conferences and seminars for small and medium-sized companies in Huancayo that deal with issues of the "Alternative Securities Market", as well as that the owners and managers are more open when it comes to receiving new knowledge, and all information must be kept up to date documentary and mandatory information.

KEYS WORDS: Superintendence of the Securities Market, Alternative Securities Market, Small and Medium-sized companies y Financing.

KEY TERMS USED IN THE INVESTIGATION

Superintendence of the Securities Market: It is a specialized technical body attached to the Ministry of Economy and Finance whose purpose is to ensure the protection of investors, the efficiency and transparency of the markets under its supervision, the correct formation of prices and the dissemination of all the necessary information for such purposes. It has legal status of internal public law and enjoys functional, administrative, economic, technical and budgetary autonomy. (Lima Stock Exchange, s.f.)

Alternative Securities Market: The Regulation of the Alternative Securities Market was published on June 29, 2012, through Resolution of the Superintendence of the Securities Market No. 025-2012, which indicates that; The Alternative Securities Market is a segment of the Securities Market created to carry out primary and secondary public offerings of securities representing capital stock and securities representing debt by Small and Medium-sized companies subject to requirements, obligations and information requirements more flexible. (Superintendency of the Securities Market, 2012).

Small and Medium-sized companies: In Peru, according to Law No. 30056, Law that modifies various laws to facilitate investment, promote productive development and business growth”, promulgated on July 1, 2013, states that:

“Micro, small and medium-sized companies according to their annual sales levels set in Tax Tax Units (UIT). Thus, micro companies are those that reach sales up to a maximum amount of 150 UIT, small companies are those that have annual sales above this value and up to the maximum amount of 1,700 UIT and medium-sized companies are those that reach annual sales of more than 1,700 UIT up to 2 300 UIT ”.

Financing: "Financing is a priority component for the development and growth of microentrepreneurs, because it allows them to maintain their operations and increase their productive capacity generating more income and increases in financial returns." Chagerben Salinas, Hidalgo Arriaga, & Yagual Velastegui (2017).

INTRODUCCIÓN

La investigación desarrolló el estudio del Mercado Alternativo de Valores y el financiamiento en las Pequeñas y Medianas empresas comerciales en Huancayo - 2018. En la actualidad, la forma de financiamiento habitual para las Pequeñas y Medianas empresas comerciales es mediante las entidades financieras y/o bancarias, las mismas que según su historial crediticio y/o estados financieros establecen la tasa de crédito y el monto a otorgar. Este escenario limita la inversión, crecimiento y desarrollo de estas empresas, debido a que los intereses pagados o de retorno son un poco caros y les limitan el monto de crédito, frente a ello, presentamos como alternativa de financiamiento al Mercado Alternativo de Valores (MAV), segmento dirigido exclusivamente para las pequeñas y medianas empresas (PYMES) que deberán cumplir ciertos requisitos para su acceso.

La investigación tuvo como objetivo establecer la relación que existe entre el Mercado Alternativo de Valores y el Financiamiento en las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales de Huancayo - 2018.

La Investigación que realizamos abarco los beneficios, características, y requisitos para acceder al Mercado Alternativo de Valores como alternativa de financiamiento para las Pequeñas y Medianas empresas comerciales de Huancayo. La metodología aplicada fue el método científico, asimismo basado en las facilidades y acceso a la información, así como en base a los criterios de exclusión e inclusión se trabajó con una muestra de 5 pequeñas empresas y 1 mediana empresa desarrolladoras de actividades comerciales en la provincia de Huancayo, de las cuales se aplicaron 4 encuestas a cada empresa haciendo un total de 24 encuestados. El contenido del trabajo de investigación tuvo la siguiente estructura:

El capítulo I, tiene como contenido el planteamiento del problema donde se abordó la descripción de la realidad problemática respecto al Mercado alternativo de valores y el financiamiento en las Pequeñas y Medianas empresas comerciales de Huancayo - 2018. Se encuentran dentro de este capítulo; la delimitación del problema, formulación del problema, justificación del problema, y la identificación de los objetivos de la investigación.

El capítulo II, Marco Teórico está constituido por los antecedentes nacionales e internacionales, asimismo contiene las bases teóricas y el marco conceptual de las variables Mercado alternativo de valores y financiamiento.

El capítulo III, Formulación de la Hipótesis detalla la hipótesis general y específica además de su desarrollo en cuanto a la definición conceptual y Operacionalización de las variables, además de detallar dimensiones e indicadores.

El capítulo IV, desarrolla la Metodología de la Investigación, se detalla el método General en base al enfoque cuantitativo, el enfoque utilizado en el método específico es el deductivo, tipo de investigación aplicada, nivel correlacional y diseño descriptivo correlacional, la población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, técnicas de procesamiento y análisis de datos, asimismo hace referencia a los aspectos éticos de la investigación, que por su condición le corresponde.

El capítulo V, Precisa los resultados obtenidos de la revisión documental y la encuesta mediante la descripción de los resultados que se aplicaron en el campo práctico con el desarrollo de análisis estadísticos que arrojaron gráficos y cuadros para la descripción, estudio correlacional de variables y dimensiones, interpretación e inferencia, además de realizar el contraste de la hipótesis.

Finalmente, se realizó el Análisis y Discusión de los resultados respecto a los objetivos planteados. En consecuencia, se plantean Conclusiones y Recomendaciones con los resultados obtenidos a partir de los objetivos previamente definidos fundamentado en los problemas planteados. Se revisó bibliografía especializada nacional e internacional referidas a las variables para tomar como fuente de información.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

Actualmente la económica peruana se encuentra en pleno crecimiento y desarrollo, que impulsa y motiva a las empresas a seguir invirtiendo, por ende, cada vez más empresas necesitan mayor financiamiento, que generen rentabilidad y sean de menor costo, asimismo ayuden a cumplir con las obligaciones frente a proveedores, instituciones financieras y bancarias, trabajadores, entre otros.

En este contexto, un medio para el financiamiento del sector privado es el Mercado de Valores, el cual presenta algunas restricciones en cuanto al acceso de las empresas que se encuentran en pleno crecimiento y desarrollo, detallamos que las Pequeñas y Medianas empresas, tienen diferentes restricciones, tales como: costos de transacción, requerimientos de información, entre otros. Ante ello, el 29 de junio del 2012 se crea el Mercado Alternativo de Valores, segmento poco conocido por los empresarios y medio que funciona como alternativa de financiamiento dirigido exclusivamente para las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES), otorgándole ventajas financieras y corporativas para su crecimiento y expansión frente al tradicional Sistema Financiero. Banco Central de Reserva del Perú (2018).

En la Página Web del Diario Gestión publicado el 13 de setiembre del 2018, titulado: "MAV Permitiría a Pymes obtener financiamiento por más de US\$ 80 millones en este año"; Fidel Castro, director financiero de Vanguardia Financiera

(VAF), advirtió que en el sistema bancario se encuentran productos de financiamiento tradicionales como: los pagarés, financiamientos diversos, las hipotecas, el leasing, el Factoring, entre otras; proyectados para atender a grandes empresas y no a una sola empresa en particular, debido a que las entidades financieras atienden masivamente a los clientes. Diario Gestión (2018)

Entre las ventajas que brinda este mercado comparado con el Sistema Bancario están las siguientes:

Tabla 1:

Diferencia entre Sistema Financiero y el Mercado Alternativo de Valores

Sistema Financiero	Mercado Alternativo de Valores (MAV)
Condiciones de Financiamiento para atender masivamente a los clientes.	Condiciones de Financiamiento que se ajustan a sus necesidades.
Tasas de Interés de acuerdo al tipo de Cliente	Menores tasas de Interés,
Montos y Plazos según evaluación de cliente	Mayores montos y plazos de financiamiento
Productos de financiamiento tradicionales	Diversificación de fuentes de Financiamiento
Negociación escasa o nula	Mayor capacidad de Negociación

Nota. Se consideran los criterios que marcan las diferencias por optar entre el Sistema Financiero y el Mercado Alternativo de Valores.

Por otro lado, de acuerdo a la Ley N° 30056, denominado: Ley que Modifica Diversas Leyes para facilitar la Inversión, Impulsar el Desarrollo Productivo y el Crecimiento Empresarial (MIPYME) Diario Oficial el Peruano (2013), que entro en vigencia el 2 de julio de 2013 clasifica a las empresas en función a sus ventas anuales y al número de trabajadores, tal como sigue:

Tabla 2:
Clasificación de las Pequeñas y Medianas Empresas

Tipo	Ventas anuales	N° de Trabajadores
Pequeñas empresa	Mayor a 150 UIT Hasta 1,700 UIT	Sin límite
Mediana empresa	Mayor a 1,700 UIT Hasta 2,300 UIT	Sin límite

Nota. Los datos muestran las referencias en base a los ingresos medidas en Unidades Impositivas Tributarias. Fuente: Diario Oficial el peruano, 2013. Elaboración: Las Autoras

Existen 12 empresas entre Pequeñas y Medianas (PYMES) que optaron por el Mercado Alternativo de Valores (MAV), sin embargo es un número irrelevante comparado con la cantidad de empresas de este tipo, que son alrededor de 800 a nivel Nacional que cumplen con las condiciones para acceder a dicho mercado, pero que se limitan debido a los costos de transacción, que en términos monetarios no llegan a ser muy costosos según el Instituto de Economía y Desarrollo Empresarial (IEDEP) de la cámara de comercio de Lima Portal Para Quitarse el Sombrero (2018).

De acuerdo la página Web del Diario El Comercio titulado: "Camposur ingresa al Mercado Alternativo de Valores con emisión de US\$ 2 millones", publicado el 13 de marzo del 2019, menciona que de acuerdo a la Bolsa de Valores de Lima: Camposur Perú S.A.C. es la decimotercera empresa que logra insertarse al Mercado Alternativo de Valores para obtener capital de trabajo para el desarrollo de sus actividades. Diario El Comercio (2019).

La presente investigación se enfoca en las empresas comerciales, que son aquellas que se dedican a la compra y venta de productos, ya sea de materias primas o de productos terminados. Una empresa comercial no siempre tiene que ser de esta

categoría, también existen empresas mixtas, las cuales son comerciales, industriales y/o de servicios, así como las empresas que producen y comercializan a la vez, haciéndose así empresas de producción y comercialización, las cuales están estrechamente ligadas. (ACTUALICESE, 2014).

En el Departamento de Junín al 2017, se encuentran 51,974 empresas activas, de las cuales 4,123 son empresas manufactureras, mientras que la diferencia son empresas no manufactureras. La provincia de Huancayo concentra en total 27,550 empresas no manufactureras, de las cuales 26,900 son micro, 583 son pequeñas y 67 son medianas; y 2,730 empresas manufactureras, de las cuales 2,687, 39 y 4 son micro, pequeñas y medianas empresas respectivamente. La población estuvo conformada por 18 empresas manufactureras dedicadas a la producción y comercialización de alimentos, y 219 empresas no manufactureras dedicadas al comercio al por menor, haciendo un total de 237 pequeñas y medianas empresas comerciales de la Provincia de Huancayo al 2018. Dirección General de Industria (JUNIN).

La muestra estuvo conformada por 22 empresas entre pequeñas y medianas, con 16 de ellas se tuvo inconvenientes y limitantes para la obtención de acceso a su información; mientras que las otras 6 empresas restantes nos brindaron las facilidades y todo lo que requerido para llevar a cabo la presente investigación, así como también se tomó en cuenta criterios de inclusión y exclusión para poder realizarlas, siendo 5 pequeñas y una mediana empresa con las que se trabajó (Lopeza Industrial S.A.C, Central Galletas Marie S.A.C., Importaciones del Centro Plastic Andrea S.R.L., Gesa Centro S.A.C., Procesadora de Alimentos Velazques SA.C., Grupo La Grande S.A.C., respectivamente). Se aplicaron 4 encuestas a cada

empresa, haciendo un total de 24 encuestas, se logró determinar si cumplen con diferentes indicadores y requisitos para acceder al Mercado Alternativo de valores y como ello afectara a la forma de financiamiento de estas empresas.

La ciudad de Huancayo es conocida como “la Ciudad Incontrastable”, cuyo título fue otorgado por el gobernador Torre Tagle, en reconocimiento de la valentía del pueblo huancaíno en la guerra de la independencia. Huancayo abarca más de 35,000 habitantes. El nombre de Huancayo proviene de dos vocablos quechuas, “Huanca” que es piedra y “Yok” que significa el que posee o tiene, “Huancayok” significa el que tiene piedra. Pero además a Huancayo se le ha otorgado otro título el cual es, “Capital Ferial del Perú”, constituyéndose, así como una ciudad eminentemente comercial. En Huancayo existen diversas actividades económicas, entre las cuales está la fabricación de productos lácteos, artesanías, tejidos, comercio, agricultura, ganadería, entre otros. La ciudad de Huancayo abarca organizaciones que están constituidas por las Pequeñas y Medianas Empresas que se dedican a diferentes actividades económicas mencionadas anteriormente. (EcuRed, s.f.). En la provincia de Huancayo las actividades económicas a las que más se dedican están las de servicio, comercio, turismo, entre otras. Estas empresas tienen poco o escaso conocimiento que existe un mercado donde puedan financiarse, por ende, continúan trabajando con el Sistema Financiero, que es más accesible, pero que cobra tasas de interés elevadas que al comparar con dicho mercado no son rentables.

1.2. Delimitación de la investigación

Una vez descrito la problemática de la investigación, a continuación, se delimita en el aspecto espacial, temporal y conceptual.

1.2.1. Delimitación Espacial

Espejo (2019) menciona que: “La delimitación espacial establece el área geográfica donde se ubica la población de estudio”.

La presente investigación se realizó en torno a las Pequeñas y Medianas Empresas Comerciales que desarrollan sus actividades en la provincia de Huancayo, tomando como muestra a 5 pequeñas y 1 mediana empresa.

1.2.2. Delimitación Temporal

La investigación tomó información sobre las variables y dimensiones en estudio correspondientes al año 2018.

1.2.3. Delimitación Conceptual o Temática

Mercado Alternativo de Valores. - es un segmento del Mercado de Valores creado para la realización de ofertas públicas primarias y secundarias de valores representativos de capital social y valores representativos de deuda por parte de las Pequeñas y Medianas empresas sujetas a requisitos, obligaciones y requerimientos de información más flexibles. (Superintendencia de Mercado de Valores , 2012).

Financiamiento. - es un componente prioritario para el desarrollo y crecimiento de los microempresarios, debido a que les permite mantener sus operaciones y aumentar la capacidad productiva generando más ingresos y

aumentos en los rendimientos financieros.” Chagerben Salinas, Hidalgo Arriaga, & Yagual Velastegui (2017).

Empresas comerciales. - es aquella que se dedica a la compra y venta de productos, ya sea de materias primas o productos terminados. Una empresa comercial no siempre tiene que ser de esta categoría, también existen empresas mixtas, las cuales son comerciales, industriales y/o de servicios, así como las empresas que producen y comercializan a la vez, haciéndose así empresas de producción y comercialización, las cuales están estrechamente ligadas. (ACTUALICESE, 2014).

1.3. Formulación de problema

La presente investigación buscó dar por respuesta a lo siguiente:

1.3.1. Problema General

¿Qué relación existe entre el Mercado Alternativo de Valores y el financiamiento en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo - 2018?

1.3.2. Problemas Específicos

- ¿Qué relación existe entre el Mercado Alternativo de Valores y el mercado financiero en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo - 2018?
- ¿Qué relación existe entre el Mercado alternativo de valores y el posicionamiento en el mercado en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo - 2018?

- ¿Qué relación existe entre Mercado alternativo de valores y los costos competitivos en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo - 2018?

1.4. Justificación

1.4.1. Social

Bernal (2016): “Se considera esta justificación cuando su desarrollo ayuda a resolver un problema o, por lo menos propone estrategias que al aplicarse contribuirán a resolverlo”.

El desarrollo de la investigación favorecerá significativamente a las pequeñas y medianas empresas comerciales, que al acceder al Mercado Alternativo de Valores obtendrán mejores tasas de financiamiento para sus empresas, reconocimiento en el mercado, menores requisitos para la emisión y el listado de valores, asimismo generará crecimiento y desarrollo de puestos de trabajo para el gran porcentaje de desempleo que sufre el país.

1.4.2. Teórica

Bernal (2016) menciona lo siguiente: “En la investigación hay una justificación teórica cuando el propósito de estudio es generar reflexión y debate académico sobre el conocimiento existente, confrontar una teoría, contrastar resultados o hacer epistemología del conocimiento existente”.

El presente trabajo de Investigación constituye un soporte teórico para estudiantes, empresarios, y ciudadanos que quieran obtener conocimientos sobre el presente estudio, a través de la literatura empleada, que a su vez podrá servir de estímulo para seguir ampliando en futuras investigaciones de esta

naturaleza, para que sea más dinámico el financiamiento de las Pequeñas y Medianas Empresas a través del acceso al Mercado Alternativo de Valores.

1.4.3. Metodológica

Bernal (2016) indica lo siguiente: "la justificación metodológica se da cuando el proyecto que se va a desarrollar propone un nuevo método o una nueva estrategia para generar conocimiento válido y confiable". En el presente trabajo se utilizó información de investigaciones similares en las cuales se utilizó el método científico, así mismo se aplicó cuestionarios a las empresas que tomamos como muestras, demostrando así su validez y confiabilidad para ser utilizadas en otros trabajos de investigación.

1.5. Objetivos de la investigación

Esta investigación se planteó los objetivos siguientes:

1.5.1. Objetivo General

Establecer la relación que existe entre el mercado alternativo de valores y el financiamiento en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo - 2018.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Determinar la relación que existe entre el Mercado Alternativo de Valores y el mercado financiero en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo – 2018.

- Determinar la relación que existe entre el Mercado alternativo de valores y el posicionamiento en el mercado en las pequeñas y Medianas empresas comerciales de Huancayo – 2018.
- Determinar la relación que existe entre Mercado alternativo de valores y los costos competitivos en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo - 2018.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del estudio

La investigación para su desarrollo tuvo en cuenta los siguientes antecedentes

2.1.1. Antecedentes Internacionales

Chango (2016) elaboró la investigación: “Beneficios bursátiles y tributarios para Pymes en el Mercado de Valores del Ecuador”, tesis presentada para la obtención del grado de Magíster en Administración de Empresas con mención en Negocios Internacionales. Esta investigación tuvo por objetivo determinar la incidencia que generó la reforma de la ley de Mercado de Valores en Ecuador para ofrecer participación de las Pymes dentro del mercado bursátil. La investigación concluye que; las razones por las cuales las Pymes no acceden al financiamiento a través del Mercado de Valores, se debe a que muchas de ellas tienen desconocimiento sobre este mercado, por otro lado, se observa que resulta una mejor alternativa financiarse mediante el Mercado de Valores, toda vez que los costos son relativamente menores.

Franco (2013) realizó el trabajo de investigación: “Segundo mercado para Pymes en Colombia: oportunidades para aprovechar y crecer”; para optar el Grado de Magister en Finanzas, el objetivo fue; iniciar la preparación de una alternativa de nuevas oportunidades para inversionistas y empresas,

enfocándose en el crecimiento del país. La investigación concluye que; uno de los problemas para el logro del crecimiento de la economía en las empresas pequeñas y medianas es el retraso por parte de la burocracia política y financiera, las trabas de los medios para la creación de empresas, y básicamente por los engorrosos procesos que realizan las entidades financieras para que les aprueben un crédito de capital de trabajo.

Buitrago & Ceballos (2016) realizaron la investigación: “Financiamiento de Pymes a través del Segundo Mercado de Valores en Colombia”, tesis presentada a la Universidad de La Salle para optar el Título Profesional en Finanzas y Comercio Internacional. El estudio tuvo por objetivo evaluar las condiciones de este Mercado de Valores como medio alternativo para que las Pymes puedan acceder al financiamiento. Dicha investigación concluye que; la norma actual de este Mercado de Valores en Colombia no se ajusta a las necesidades de las Pymes, debido a que se enfoca más a las grandes empresas; no obstante, las empresas que si han logrado incursionar en este mercado presentaron ventajas respecto a la reducción de la vulnerabilidad financiera, aunque los costos de los requerimientos de información y estándares de control interno podrían representar una barrera de entrada.

Rivadeneira (2013) desarrolló la investigación: “Alternativa de financiamiento para pequeñas y medianas empresas (PYMES) en Ecuador”. Para optar el título de Ingeniería Comercial, tuvo como objetivo; la implementación del Registro de Valores no Inscritos (REVNI), y la obtención de financiamiento

para el acceso de las pequeñas y medianas empresas, considerando que es un mecanismo de aclimatación para las empresas que buscan ingresar en el Mercado de Valores, La investigación concluye que; el REVNI es una alternativa y fuente de financiamiento que permite a las PYMES de Ecuador ser una opción rentable y confiable, porque otorga la posibilidad de conseguir recursos como: capital de trabajo y adquisición de liquidez inmediata.

Pérez & Rivera (2013) ejecutaron la investigación: “Análisis del Mercado de Valores Ecuatoriano como fuente de inversión para la Pymes del Cantón Milagro”, proyecto presentado para optar el Título de Ingeniero en Contaduría Pública y Auditoría. El objetivo de la investigación consistió en determinar las ventajas que se obtienen al invertir en el Mercado de Valores Ecuatoriano en relación a la Pymes. Para el desarrollo de la investigación se aplicaron encuestas a un total de 83 Pymes, aplicándose un muestreo sistemático, por sus características; la investigación se clasificó en aplicada y de campo. Se concluye que, el Mercado de Valores Ecuatoriano se encuentra poco desarrollado, por lo que las MYPES no cuentan con la capacidad de insertarse, es así que no tienen oportunidades para generar mayores ingresos.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Calambrogio & Maldonado (2019) realizaron la investigación titulada: “Mercado Alternativo de Valores – Caso ECOSAC”. Para optar el Grado de Master en Dirección de Empresas. El objetivo recayó en las decisiones que se tomara acerca del futuro estratégico y del crecimiento sostenible de la empresa ECOSAC. La investigación concluye que, la mejor decisión que le va permitir

alcanzar sus objetivos estratégicos a la empresa ECOSAC será elegir combinar alternativas en distintos momentos, asimismo hace referencia que el ingreso al Mercado Alternativo de Valores es una alternativa viable en el mediano plazo debido a que si cumple con los requisitos expuestos en la Bolsa de Valores de Lima (BVL).

Asurza (2015) realizó la investigación titulada, “Efectos del mercado alternativo de valores en la gestión financiera de las empresas comerciales – Lima Metropolitana”. Para optar el grado de Maestría en Contabilidad y Finanzas. El objetivo principal fue, la determinación de los efectos del mercado alternativo de valores (MAV) que intervienen en la gestión financiera de las empresas. En base a los resultados, la investigación concluyó que, el acceso a las pequeñas y medianas empresas incide en el capital de trabajo; además, las tasas menores ayudan en la estructura de financiamiento de las PYMES.

García (2018) realizó la investigación titulada: “Diseño e implementación de un mecanismo para el financiamiento de empresas no corporativas peruanas a través del mercado de valores: Mercado Alternativo de Valores (MAV)”. Para optar el título de licenciado en economía. El objetivo fue facilitar el acceso de empresas no corporativas al mercado de valores tomando en cuenta la reducción de los costos de emisión, sin que afecten la protección al inversionista. La investigación concluye que, el MAV permitió la intervención de nuevos emisores no corporativos en el mercado de valores, facilitando un nuevo canal de financiamiento a costos competitivos, asimismo formó parte

del régimen principal para la oferta pública primaria, facilitando así la inscripción de nuevos emisores.

Lovera, Paco & Palomino (2017), desarrollaron la investigación titulada: “Factores críticos de éxito para el acceso de la mediana empresa al Mercado Alternativo de Valores”. Para optar el Título profesional de Licenciado en Gestión Empresarial. Tuvo como objetivo el análisis y comprensión de los Factores Críticos de Éxito. La investigación concluye que, existe dependencia del sistema bancario por parte de la mayoría de las medianas empresas para financiar sus proyectos de crecimiento y de esta manera sostener su capital de trabajo; pero, la calificación del sistema bancario para con las medianas empresas, es que son entidades muy riesgosas, por su escasa transparencia del manejo de información, además, de ser entidades sin una planificación a largo plazo; por ello los créditos para estas son montos bajos y a altas tasas en el corto plazo.

Mendiola, Aguirre, Alatrística, Levano y Vera (2015) desarrollaron un artículo titulado, “El mercado alternativo de valores como mecanismo de financiamiento para la mediana empresa propuesta normativa de mejora”, el objetivo de la investigación fue analizar el MAV con el fin de establecer las causas de su limitado crecimiento y mostrar una propuesta para lograr su desarrollo. La metodología de investigación que se utilizó fue la combinación de métodos cuantitativos y cualitativos. Se concluyó que; las medianas empresas están en pleno crecimiento y desarrollo; el MAV se presenta como una alternativa al financiamiento bancario.

2.2. Bases teóricas o científicas

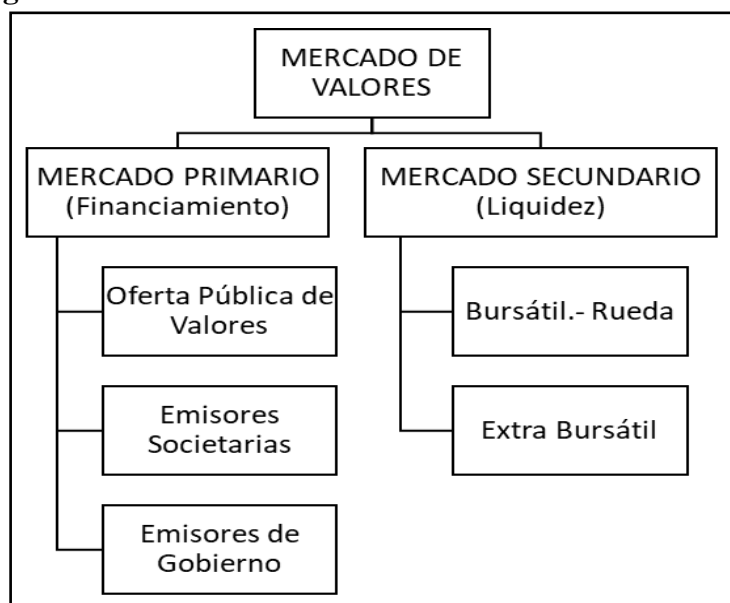
2.2.1. Mercado Alternativo de Valores (MAV)

El Mercado Alternativo de Valores tiene como mecanismo de negociación los activos financieros o valores mobiliarios es decir lo que está para la compra y venta son los valores mobiliarios con caducidad mayor o menor a un año, en este mercado la información se vuelve valiosa o muy relevante para la toma de decisiones de inversión de cualquier empresa.(Andía, 2010,p.13) además está estructurado de la siguiente manera según Andía (2010):

Mercado primario: Denominado también “Mercado de Financiamiento”, dado que a través de él las empresas deficitarias ofrecen valores que van a ser emitidos por primera vez para captar recursos (Dinero).

Mercado secundario: denominado también “Mercado de Liquidez”, dado que a través de él se realizan transacciones con los valores previamente emitidos y colocados, donde cada adquirente tiene la posibilidad de convertirlos en efectivo cuando lo desee. P.15

Figura 1: Mercado de Valores



Nota: elaboración propia Fuente: Walter Andía Valencia

Del gráfico podemos decir; el MAV corresponde al mercado primario, opción de financiamiento para las pequeñas y medianas empresas en estudio.

Definición

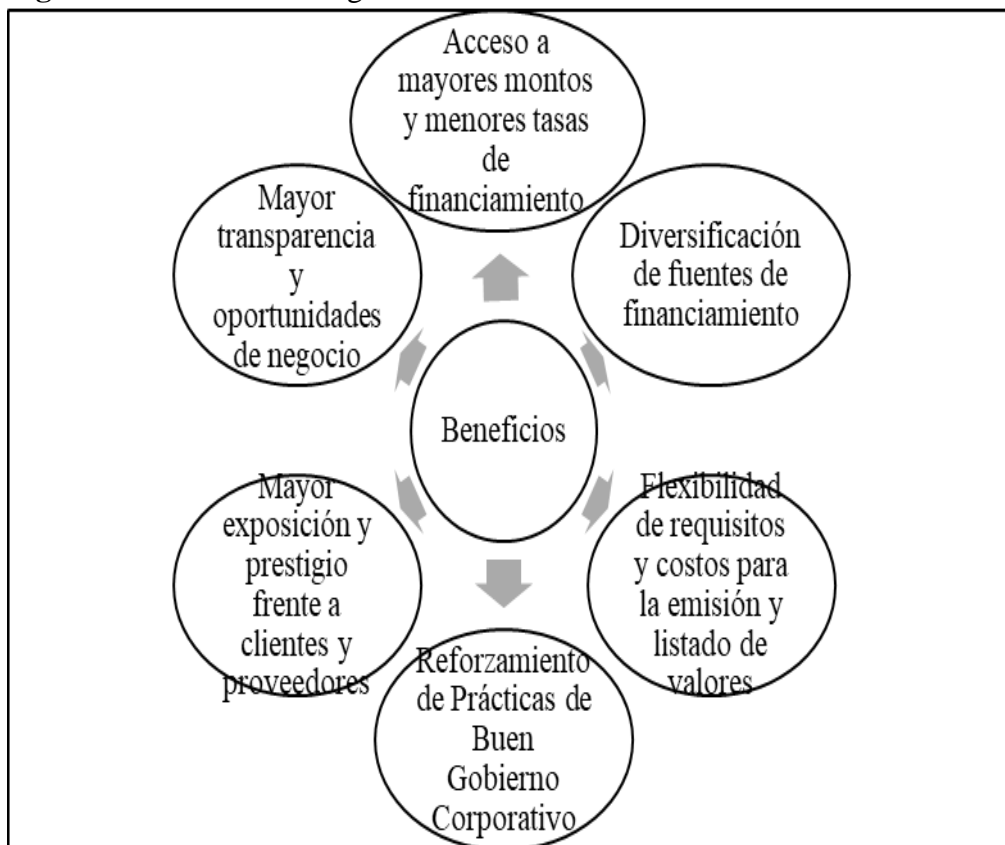
El Mercado Alternativo de Valores es un segmento del Mercado de Valores que está regulado por la Superintendencia de Mercado y Valores, canal para el financiamiento del sector privado, debido a que; es un mercado dirigido específicamente a las pequeñas y medianas empresas peruanas con el fin de obtener financiamiento del mercado de capitales. Urbina (2018)

El Reglamento del Mercado Alternativo de Valores fue publicado el 29 de junio del 2012, mediante Resolución de Superintendencia del Mercado de Valores N° 025-2012, que indica que; el Mercado Alternativo de Valores es un segmento del Mercado de Valores creado para la realización de ofertas públicas primarias y secundarias de valores representativos de capital social y valores representativos de deuda por parte de las Pequeñas y Medianas empresas sujetas a requisitos, obligaciones y requerimientos de información más flexibles. (Superintendencia de Mercado de Valores , 2012).

Cabe señalar que para que estas empresas pueden participar en este mercado, deberán de tener ventas anuales menores a 350 millones en los últimos 5 años en promedio, deberán estar domiciliadas en el Perú y no tener valores listados en la Bolsa de Valores de Lima o en bolsas extranjeras. Las empresas que cumplan estos requisitos pueden participar en el MAV y ofertar valores representativos de capital social y de deuda.

Según información de la (Bolsa de Valores de Lima , 2019), se menciona los beneficios, requisitos, empresas listadas, proceso de emisión, procedimiento de inscripción, documentación requerida, financiamiento a menor costo, entre otros, que se detallaran a continuación a través de mapas y cuadros conceptuales:

Figura 2. Beneficios de ingresar a la Bolsa de Valores



Fuente: Bolsa de Valores de Lima, 2019.

Elaboración: Las Autoras

Tabla 3:
Beneficios del MAV

Gobierno corporativo		
<ul style="list-style-type: none"> • Normas, principios y procedimientos que regulan la estructura y el funcionamiento de una empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Establece las relaciones entre la junta directiva, el consejo de administración, los accionistas y las demás partes interesadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fomenta el desarrollo de empresas más competitivas y sostenibles económicamente.

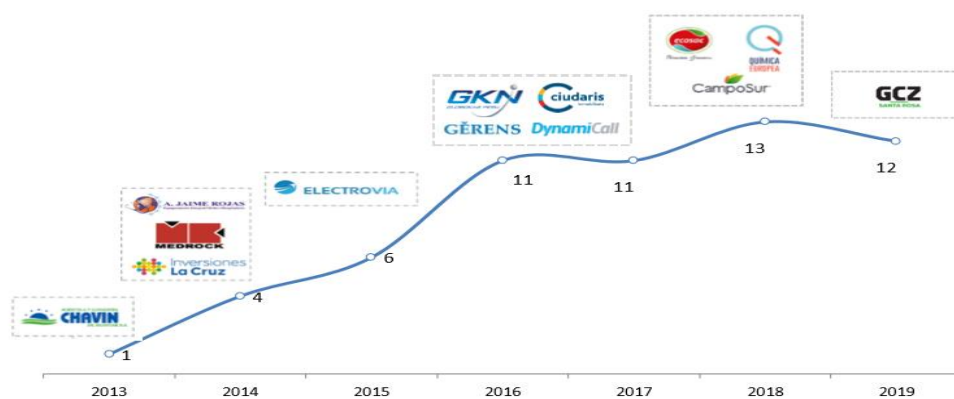
Fuente: Bolsa de Valores de Lima, 2019.
Elaboración: Las Autoras

Empresas listadas en el MAV

Al cierre de agosto de 2019, se encuentran 13 empresas emisoras inscritas en el MAV, de los cuales 12 han realizado colocaciones por un monto de US\$110.4 millones de dólares, con una demanda de 1.5 veces mayor que el monto ofertado (Superintendencia del Mercado de Valores, 2019).

Las 12 empresas que están listadas en el MAV, son las que se muestran en la siguiente figura:

Figura 3: Número de empresas listadas



Fuente: Bolsa de Valores de Lima, 2019

Cabe recalcar que las tasas de colocación del MAV son más competitivas que las tasas de préstamos bancarios según presentación de la (Bolsa de Valores de Lima , 2019).

En el diario Gestión, “BVL: Costos de financiarse en el MAV es menor a tasas de créditos bancarios” se menciona sobre la encuesta realizada por la Bolsa de Valores de Lima (BVL), las empresas que emitieron por primera vez en el MAV, obtuvieron una tasa promedio de 6.08%, menor a la tasa bancaria que estas mismas firmas reportaron que se financiaban con la banca (en promedio, 11.52%). Asimismo, en dicho artículo se menciona a Miguel Ángel Zapatero, gerente general adjunto de Negocios de la Bolsa de Valores de Lima; quien señala que, si estas empresas ya tienen un Track record en el mercado y si son conocidas por los inversionistas, la tasa a la que consiguen obtener financiamiento se reduce más, además también las tasas en el MAV después de la primera emisión es 5.85% en promedio.

A esta tasa de financiamiento se le tiene que añadir otros costos asociados a la emisión como lo detallamos anteriormente. En estos costos se incluye las clasificaciones de riesgo, el pago de la casa de bolsa que estructura la emisión, y costos menores como son las comisiones que cobran Cavali, la BVL, y la SMV según lo menciona Álvaro Zalles, gerente general de BNB Valores. En algunos casos también se utiliza un esquema de garantías para la emisión, se añade el costo del fideicomiso; con todos estos costos representan 50 y 70 puntos básicos adicionales a la tasa; incrementando estos costos, la tasa del MAV continúa siendo menor a la del sistema financiero. Asimismo, los

costos se van disolviendo en la medida que el tamaño de la emisión sea más grande y que las empresas sean recurrentes. (Diario Gestión, 2019).

El tener una fuente más de financiamiento para las empresas aumenta la competencia en el mercado y le otorga mayor poder de negociación a estas para con el sistema financiero.

Por otro lado, todo el proceso desde que una empresa decida ingresar por primera vez a buscar financiamiento en el MAV hasta que lo reciba puede demorar entre cuatro meses y dos años, dependerá principalmente del punto de partida en que se encuentre cada empresa según lo señala Miguel Ángel Zapatero, gerente general adjunto de negocios de la Bolsa de Valores de Lima descrito en el artículo del diario Gestión. Además, señala que; existen empresas que tienen su información financiera y su gobierno corporativo más acorde a los requisitos que pide el MAV, por lo que para ellas el proceso es más corto, por otro lado, están otras que tienen que trabajar más en adecuarse a las exigencias del mercado de valores. Si bien el MAV es más flexible que el mercado regular (Mercado para grandes empresas), pero comparado con los requisitos que exige para que puedan ingresar las empresas nuevas suelen ser tediosos. (Diario Gestión, 2019).

2.2.1.1. Decisión de Financiamiento

El MAV brinda muchos beneficios y flexibilidad a las pequeñas y medianas empresas con los requisitos y exigencias además la fase de decisión se identifica por evaluar las características de la empresa con el fin de determinar su potencial también se evalúan proyecciones financieras futuras y los preparan para su Mendiola, Aguirre, Alatrística, Lévano & Vera (2015).

Para tomar una adecuada decisión las empresas buscan el bienestar y la consecución de los objetivos por el camino más conveniente es por ello que si nuestro deseo es tener la iniciativa de acceso de las empresas al Mercado Alternativo de Valores debemos hacer mención de los beneficios que éste ofrece.

De manera más específica Palacios (tal como citó Mendiola, Aguirre, Alatrística, Lévano, & Vera, 2015) enumera las características del MAV:

- Acceso a mayores montos de financiamiento y a menores tasas en el largo plazo.
- Menores requisitos para la emisión y el listado de valores.
- Menores requerimientos y obligaciones de información inicial y periódica.
- Ahorro en costos de estructuración.
- Asesoría legal.
- Posibilidad de utilizar formularios estándar disponibles en el portal de la SMV (prospectos y contratos).
- Reducción en un 50% de las tarifas cobradas por la BVL, la SMV y Cavali ICLV.
- Aproximación a los principios del Buen Gobierno Corporativo.
- Posibilidad de estar exoneradas del impuesto a la ganancia de capital.

- Mayor prestigio frente a clientes y proveedores. P. 34

Desarrollo mediante Financiamiento

Otro de los factores que influye para la decisión de realizar un financiamiento para la empresa es el máximo beneficio que es el del desarrollo mediante financiamiento ya que uno de los objetivos y metas de las pequeñas y medianas empresas es alcanzar un desarrollo constante.

La situación económica y financiera de país requirió de la creación del Mercado Alternativo de Valores para dar una estabilidad económica reflejada en el PBI. Nuestro país tiene en la actualidad con un clasificador de riesgos del grado de inversión, lo que quiere decir que se confía en que sus pasivos financieros serán cumplidos con oportunidad, lo que significa que atrae de gran manera a la inversión hacia el país. De la misma forma tendrán el acceso a los tratados de libre comercio con países del exterior entre las cuales se encuentra Estados Unidos, lo cual es una gran oportunidad de expansión comercial para las pequeñas y medianas empresas.

Características del Mercado Alternativo de Valores

Las principales características del Mercado Alternativo de Valores son las siguientes según Mendiola y otros (2014):

- Menos requisitos de información y obligaciones
- Obligación de presentar los principios de buen gobierno corporativo en la memoria anual. Esta exigencia rige a partir del tercer año, contando desde el año siguiente de inscrito su valor. P. 46

En otro libro presentado por los mismos autores se mencionan otras características que brindan a las medianas empresas Mendiola, Aguirre, Alatrística, Lévano & Vera (2015) que son las siguientes:

- Montos de financiamiento con menores tasas.
- Una tarifa de inscripción reducida.
- Costos de colocación y listado menores, ya que otorga la facilidad de utilizar los formularios estándar que se encuentran disponibles en el portal de la SMV.
- Menores requerimientos y obligaciones de información.
- Emisión de acciones representativas de capital, instrumento de corto plazo (ICP) y bonos.
- Mayor valor a la empresa que se financia a través de este medio.
- Mejor percepción de estabilidad y transparencia.
- Hacer más conocidas en el mercado a aquellas empresas que deciden financiarse a través de este medio.p.38

La decisión de acceder al Mercado Alternativo de Valores; por las características, desarrollo mediante financiamiento y beneficios para las pequeñas y medianas empresas; resulta favorable ya que posee aquellas bondades que necesita cualquier empresa.

2.2.1.2. Preparación de Requisitos Obligatorios

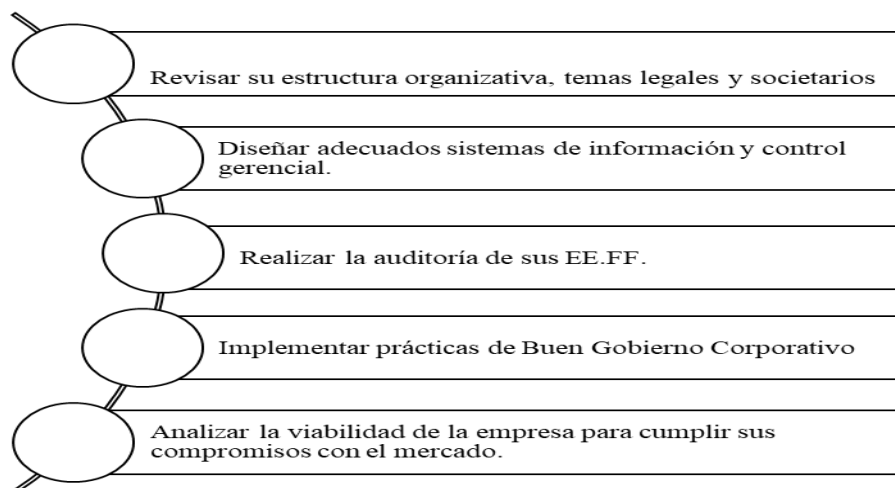
Definición

Para la preparación, las empresas deben de contar con los documentos de incorporación y de información que forman parte de los requisitos de información que le sean solicitados para la presentación y se comprobará mediante procedimientos de supervisión internos para verificar que la información brindada se ajuste a las normas vigentes. (Mendiola, Aguirre, Alatrística, Lévano & Vera, 2015, p. 65)

La preparación se desarrolla con el fin de acceder al MAV mediante el cual las pequeñas y medianas empresas deben cumplir los requisitos que están en el reglamento. Se detalló si las empresas que son muestra cumplen y/o se acomodan a la estructura de financiamiento.

Los requisitos de acceso al Mercado Alternativo de Valores son los siguientes:

Figura 4: Preparación para el Acceso al MAV

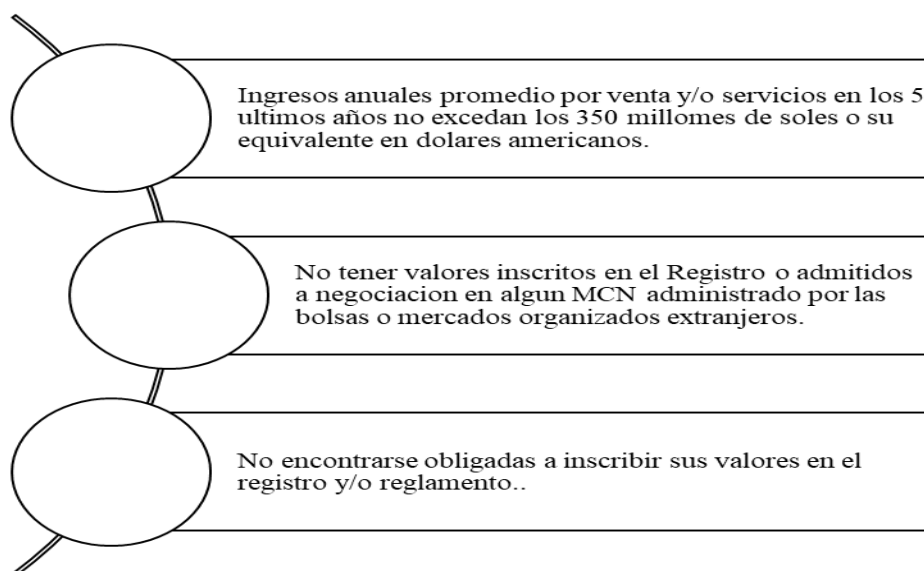


Fuente: SMV - Reglamento del MAV.

Requisitos Legales

Para el acceso al MAV toda pequeña y mediana empresa domiciliada en el Perú deberá cumplir con ciertos requisitos Legales, las cuales les permitirá y/o facilitará analizar la viabilidad de la empresa.

Figura 5: Preparación para el Acceso al MAV



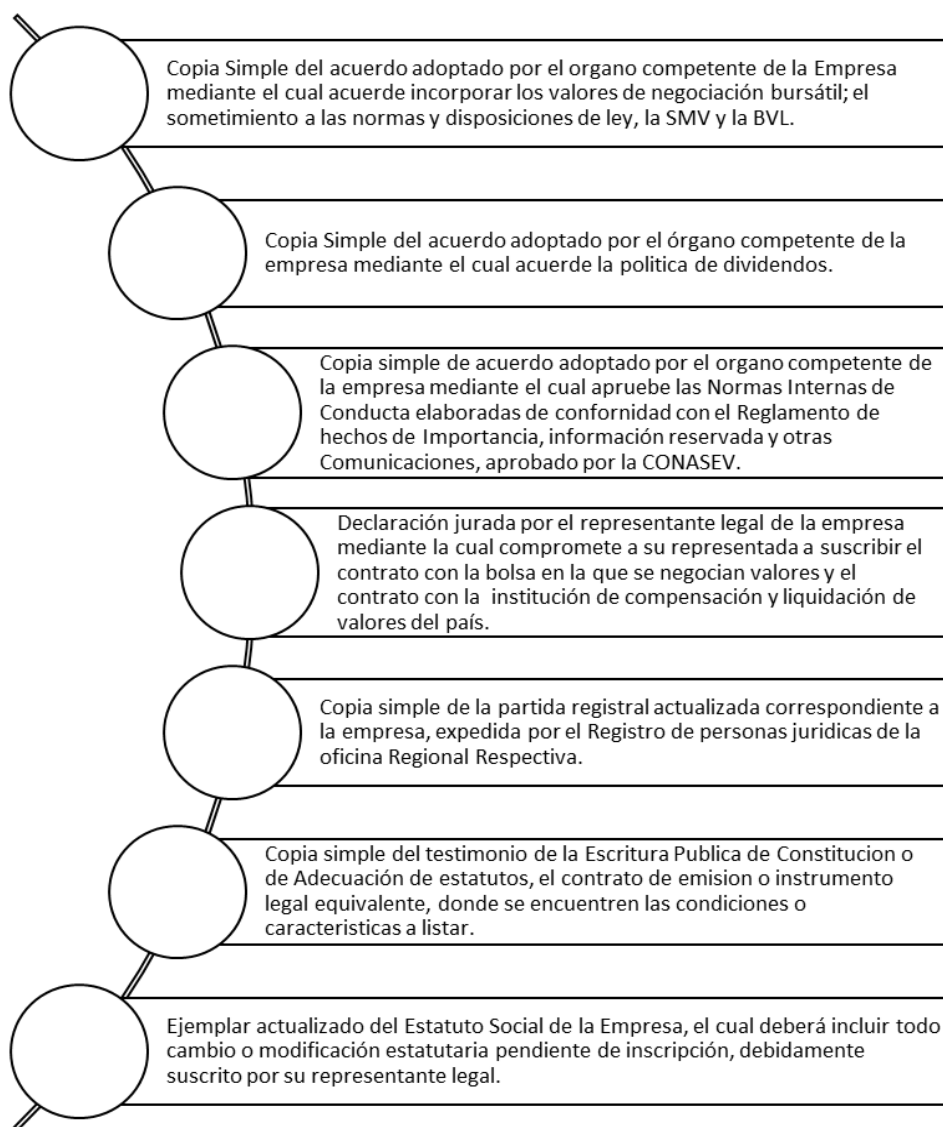
Fuente: Bolsa de Valores de Lima, 2019.

Para que las Pequeñas y medianas empresa que puedan acceder o ingresen al MAV, deberán tener un ingreso anual en los 5 últimos años no mayor a trescientos cincuenta (350) millones de soles o su equivalente en dólares americanos, también, no tener valores inscritos en el registro o admitidos a negociación en algún MCN (Mecanismo Centralizado de Negociación), administrado por la bolsa; también dichas empresas no deberán encontrarse obligadas a inscribir sus valores en el registro y/o reglamento. Viendo este panorama en muchas de las Pymes Comerciales en Huancayo cuentan con los requisitos Legales para el posible acceso al MAV.

Requisitos Societarios

Para poder acceder al MAV también se requiere de ciertos requisitos societarios con respecto a las pequeñas y medianas empresas Comerciales de Huancayo. Las cuales deberán contar con: Adopción de acuerdos sobre aumentos o reducción de capital social, adopción de acuerdos de disolución, liquidación, quiebra y procedimientos de reestructuración empresarial.

Figura 6: Documentos registrales, Contratos y Acuerdos societarios.

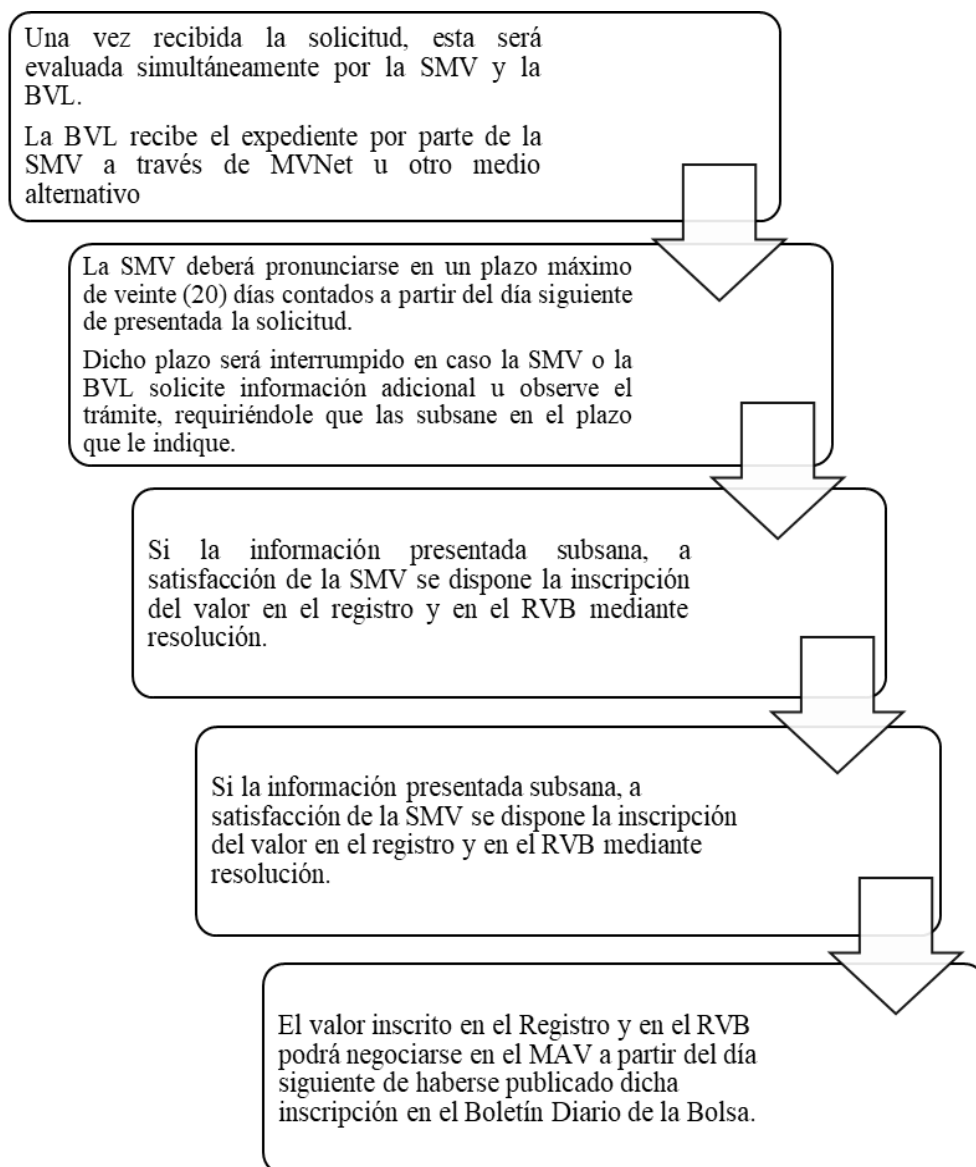


Fuente: Informe de la Bolsa de Valores de Lima, 2019.

Requisitos de Gestión

Para poder pertenecer o ingresar al MAV se requiere de ciertos trámites u operaciones que son muy necesaria para el procedimiento de inscripción.

Figura 7: Procedimiento de Inscripción al MAV



Fuente: Bolsa de Valores de Lima, 2019.

Figura 8: Documentación Requerida

Valores representativos de deuda	Valores representativos de capital
Guía: Anexo N°1 “Indicaciones para el Orden de Presentación de la Información para los trámites de Inscripción y Exclusión de Valores” (MAV)	
Anexo N° 2 "Solicitud de Inscripción" y deberá adjuntar un ejemplar de la documentación e información correspondiente de acuerdo al tipo de valor.	
Anexo N° 3 "Declaración Jurada de Responsabilidad.	
Anexo N° 4 "Declaración Jurada de Estándar de Revelación Información Financiera". (Este Anexo no será necesaria cuando, debido a la fecha de constitución no le resulte aplicable dicha exigencia)	
Anexo N° 5 "Prospecto Informativo”	
Anexo N° 6 "Información Financiera". (Cuando debido a la fecha de constitución, la entidad emisora no cuente con la información financiera señalada en el Anexo, deberá presentar el estado de situación financiera de apertura.)	
La Memoria Anual correspondiente al último ejercicio económico, cuando el periodo de constitución lo permita	
Anexo N° 7 "Acuerdos Societarios, contratos y documentos registrales"	
Normas Internas de Conducta (según lo establecido en el reglamento de hechos de importancia)	
Valores representativos de deuda: Un (1) informe de clasificación de riesgo de los valores cuya inscripción se solicita, y sus actualizaciones durante la vigencia del programa o emisión.	Valores representativos de capital social: Anexo N° 8 "Política de Dividendos"
Valores representativos de deuda corto plazo: No se necesita dicho informe	
Valores representativos de deuda dirigida a Inversionistas Institucionales.	
Modelo de título, según corresponda.	
Copia del contrato de servicios de certificación digital suscrito con una entidad de registro	
Copia del recibo de pago y/o depósito a favor de la SMV por concepto del derecho a trámite.	
“Reporte sobre el Cumplimiento del Código de Buen Gobierno Corporativo para las Sociedades Peruanas”, La Empresa deberá completar como mínimo la Sección A y la Evaluación “cumplir y explicar” de la Sección B del referido reporte. Dicha inclusión en las Memorias Anuales a presentar será exigible a partir del tercer año siguiente al año en que la Empresa realizó la primera colocación de sus valores.	

Fuente: Bolsa de Valores de Lima, 2019.

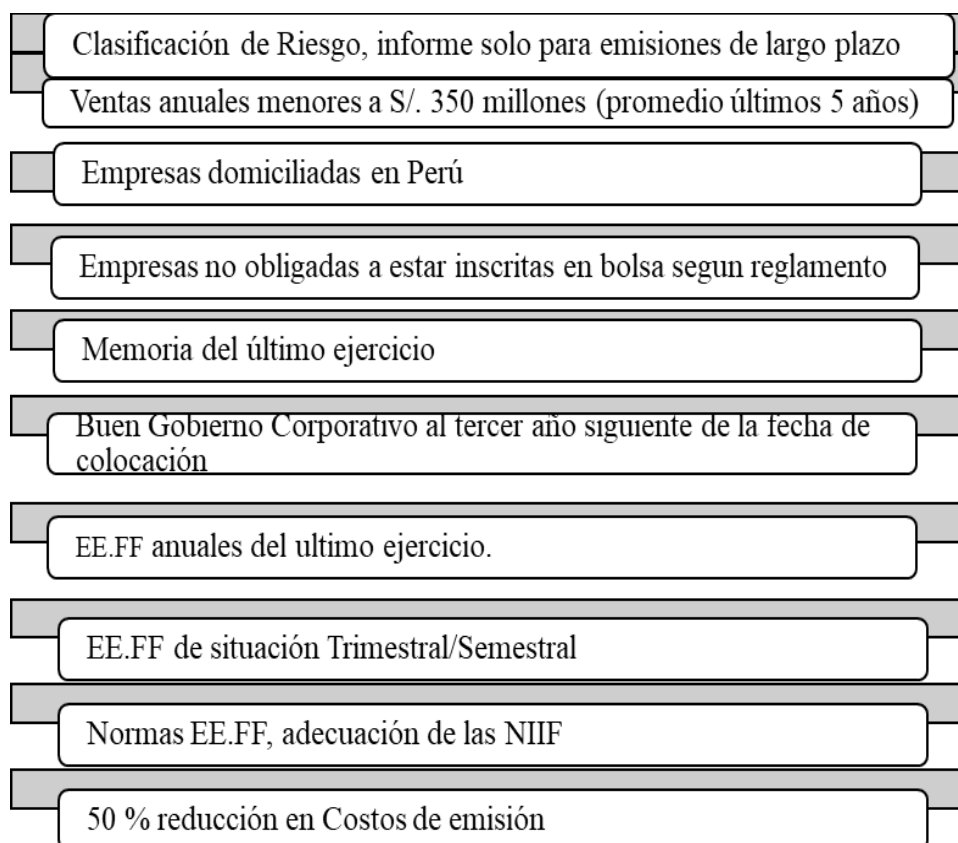
Requisitos de Información

Para el acceso al Mercado Alternativo de Valores, las Pequeñas y Medianas empresas deberán de contar con los requisitos de información, requerida por este mercado.

(Gestion, 2018) menciona que para recalcar que se flexibiliza la obligación de presentación del “Reporte sobre el cumplimiento del Código de Buen Gobierno Corporativo para la Sociedades Peruana”.

Además, se precisa que las empresas que reúnan las condiciones para ser emisores en el MAV y al margen de si efectivamente emiten bajo este segmento, en la medida que emitan sus valores dirigidos exclusivamente a inversionistas institucionales, podrán acceder en dicho supuesto al beneficio de la tarifa preferencial de 50% sobre la tasa de contribución a la SMV aplicable a emisores.

Figura 9: Flexibilidad en los requisitos



Fuente: Bolsa de Valores de Lima, 2019.

2.2.1.3. Estructura de financiamiento

La empresa define la estructuración de información para la forma de financiamiento, a través de deuda (bonos, instrumentos de corto plazo) o de capital (acciones). Bolsa de Valores de Lima (2019).

Bonos

Es un instrumento de deuda que emiten las empresas o el gobierno con la finalidad de obtener financiamiento a corto o largo plazo y de esta forma poder cubrir sus necesidades o emprender nuevos proyectos. A cambio los compradores e inversionistas reciben un pago de intereses, el cual puede tener diferentes modalidades según las características del instrumento adquirido.

Tipos de Bonos

Se emite bajo oferta pública dirigida a personas naturales o jurídicas, también puede ser dirigido a un público específico de inversionistas como oferta privada. Asimismo, si el bono se emite por primera vez en el mercado se denomina emisión primaria y de realizarse transferencias o renegociaciones se denominan emisiones secundarias.

A. **Bonos Amortizables:** Se recibe parte del capital o valor nominal en los pagos de cupones, de esta manera el inversionista se asegura que el emisor incumpla con pagar todo el valor nominal.

- **Bonos Bullet:** se pagan capital más intereses los cuales corresponden al vencimiento del bono.
- **Los bonos cupón cero:** No pagan cupones hasta el vencimiento.

- **Los bonos con cupón diferido:** Se suspenden el pago de intereses a otro periodo.

Instrumentos de corto Plazo

Son aquellos valores de oferta pública representativos de deuda cuyo **plazo** hasta su total extinción, no excede los 365 días.

Los pagarés son instrumentos de deuda más simples que existen, es un documento utilizado en operaciones de crédito, mediante el cual un deudor se obliga por escrito a pagar suma en fecha determinada, con este documento el acreedor asegura la existencia de la deuda.

Los papeles comerciales son deudas a corto plazo, emitidos por empresas en el mercado de valores, generalmente son para financiar actividades cotidianas, dichas empresas normalmente cuentan con un buen historial crediticio.

Los Certificados de Depósito Negociables: son instrumentos emitidos por entidades del sistema financiero, y enfocado de manera simplificada, en cierta forma es parecido a un contrato de depósito a plazo, mediante la emisión de los certificados de depósito se genera un título valor negociable el cual puede ser transferido en el mercado de Valores. (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, 2014).

Acciones

Según (Rankia, 2019) Son **títulos de renta variable** que le permiten a las personas ser propietarios de una parte de la empresa que se encarga de emitir el título, lo que lo vuelve accionista de esta y le concede derechos políticos y económicos. Es importante tener en cuenta que el inversionista debe considerar la inversión en acciones como algo a mediano y largo plazo, pero teniendo en cuenta que puede venderlas en cualquier momento basándose en la liquidez del mercado.

Tipos de acciones

- **Acciones ordinarias:** Son las que otorgan el derecho a participar con voz y voto en las asambleas de accionistas de la compañía y permiten percibir dividendos de la misma. El objetivo de emitir estas acciones es vincular a nuevos accionistas para poder financiar y desarrollar la empresa, sin que haya necesidad de incurrir en gastos financieros (endeudarse).
- **Acciones preferenciales:** Al ser propietario de estas acciones se tiene derecho a recibir un dividendo mínimo, y se cuenta con preferencia por encima de los accionistas ordinarios y al reembolso preferencial de su inversión en caso de que se diluya la sociedad. Este accionista tiene derecho a voto. Y le permite al emisor capitalizar su empresa sin que se pierda el control de la misma, puesto que le ofrece al inversionista un dividendo definido por la empresa, a cambio de que no se interfiera en el manejo de la misma.

- **Acciones privilegiadas:** Estas acciones le permiten a un accionista ordinario tener los derechos económicos como el derecho preferencial para el reembolso en caso de que se dé una liquidación. Un requisito indispensable que se debe cumplir para emitir acciones privilegiadas una vez que se ha constituido la sociedad es que la Asamblea General de Accionistas apruebe la emisión de las mismas con un mínimo favorable del 75% de las acciones suscritas.

2.2.2. Financiamiento

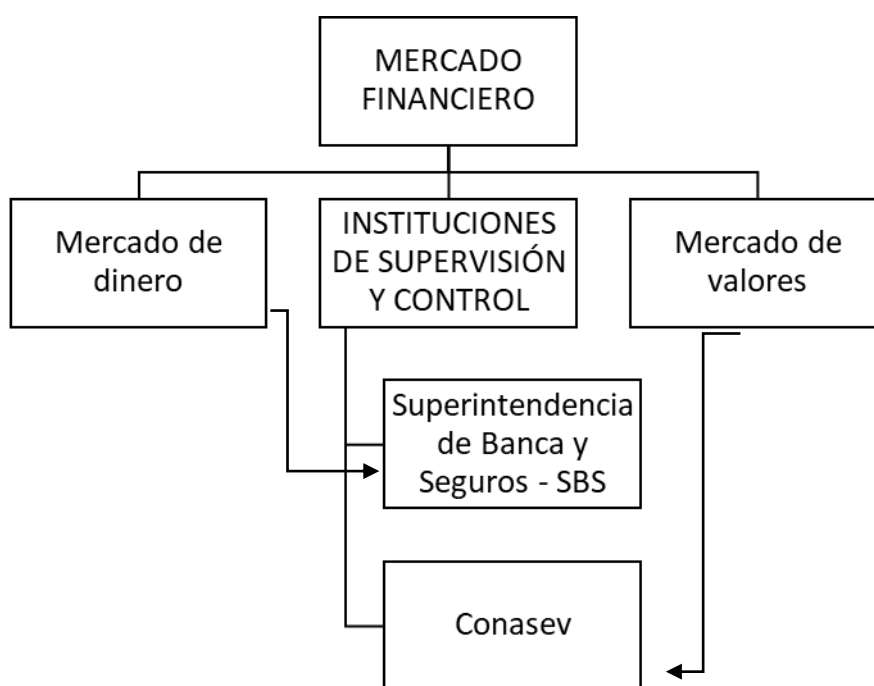
“El financiamiento es un componente prioritario para el desarrollo y crecimiento de los microempresarios, debido a que les permite mantener sus operaciones y aumentar la capacidad productiva generando más ingresos y aumentos en los rendimientos financieros.” Chagerben Salinas, Hidalgo Arriaga, & Yagual Velastegui (2017).

En el artículo (Financiamiento, 2019) del día 27 de agosto: Financiamiento para el mundo económico se refiere a temas monetarios y/o créditos que generalmente están destinados a la apertura e inversión de un negocio. El financiamiento es el conjunto de recursos monetarios financieros con el fin de llevar a cabo una actividad económica, asignada por medio de préstamos que complementan los recursos propios que ya se tienen. El financiamiento se puede contratar dentro o fuera del país por medio de créditos, empréstitos y otros recursos derivados de la suscripción o de la emisión de títulos de crédito a corto plazo.

2.2.2.1. Mercado financiero

Constituye el marco institucional que permite poner en contacto a los agentes económicos, ofertantes y demandantes de fondos prestables. Para efectuar transacciones financieras. Está constituido por el mercado de dinero que está supervisada y controlada por el SBS y el mercado de valores por el CONASEV. Andía (2010)

Figura 10: Mercado Financiero



Fuente: Walter Andía Valencia

El mercado de dinero

Es aquel en donde elemento de negociación es el dinero, esto se refiere a que el objeto de negociación es el dinero y como cualquier ente de negociación tiene un precio el cual está caracterizado por una tasa de interés la cual fluctúa dependiendo a la oferta y la demanda o aquello que establezca el Banco Central de Reserva. A este mercado lo componen

básicamente los bancos. Por el mecanismo de intermediación se denomina Mercado Indirecto. (Andía, 2010, p.13)

El mercado de valores

el Mercado de Valores que tiene como mecanismo de negociación los activos financieros o valores mobiliarios es decir lo que está para la compra y venta son los valores mobiliarios con caducidad mayor o menor a un año, en este mercado la información se vuelve valiosa o muy relevante para la toma de decisiones de inversión de cualquier empresa.(Andía, 2010,p.13)

2.2.2.2. Posicionamiento en el mercado

Según (CAURIN, 2017), El posicionamiento de mercado es una de las claves que permiten asegurar el éxito y la viabilidad económica de una empresa, el posicionamiento también hace referencia toda la estrategia comercial realizada por las empresas para llegar a conseguir ocupar esa posición. Esta es una de las tareas más importantes y complicadas de los expertos de marketing y comunicación de las empresas, ya que conlleva tiempo y necesita un plan de marketing con acciones coordinadas y coherentes que haga que el consumidor nos vea tal y como nosotros queremos.

Trac Record/ Historial Crediticio

(Gestión, 2019) menciona que: “El historial crediticio de una persona o empresa es la información que detalla si las obligaciones financieras de un cliente tales como tarjetas de crédito, créditos personales o hipotecarios, fueron o no canceladas a tiempo”.

El pagar puntualmente las deudas no solo es importante para no ser reportado de forma negativa en una central de riesgos, sino que representa una garantía de que se es un buen cliente. Además, el contar con una buena reputación financiera permite conocer la capacidad de pago para determinar cuánto se podrá pagar mensualmente al contraer una obligación con una entidad bancaria o financiera. Asimismo, traerá consigo los mejores beneficios como; nuevas ofertas en entidades bancarias, mejores tasas de interés, y ampliación de líneas de crédito.

Poder De Negociación

(Portal del Comerc Sostenible, 2018) Si quiere obtener las mejores condiciones al contratar con su banco, debe asumir una actitud negociadora desde el principio y tener en cuenta la perspectiva de ambas partes. Sólo así se conseguirán los mejores resultados.

No siempre la entidad más cercana o más conocida es la mejor para obtener financiación y negociar con ella. Hay que buscar varias propuestas, realizar más de una entrevista y comparar las condiciones de todos los casos y con esa información decidir.

Para una negociación tener en Claro

- Las entidades financieras no 'ayudan': Su objeto social consiste en negociar con dinero y cobrar por la realización de este servicio. Si en el pasado consiguió crédito de una entidad, no debe sentirse especialmente agradecido. Recuerde: devolvió el dinero y los intereses. Hay que analizar

qué beneficios estamos produciendo al banco (balance cliente/banco) y utilizar esa información.

- El usuario de créditos es el mejor cliente. Los bancos y cajas no obtienen sus verdaderos beneficios de los depositantes, sino de los consumidores de créditos.
- Como acreditado, es un moroso en potencia. Al menos desde el punto de vista del banco. De ahí las cautelas que se toman durante la negociación.
- Obtener dinero de la entidad bancaria nunca supone una victoria. Es un éxito en la negociación, pues las dos partes ganan.

Para la negociación es conveniente

El compromiso del empresario. Es muy fuerte que se pida a los demás que se crea en un proyecto, que asuman riesgos en él mismo, pero que a la vez uno no ponga también su parte de compromiso en el proyecto, que se traduce en fondos propios o garantías. El empresario se dirige a la entidad financiera y le hace partícipe de su necesidad de financiación, de que busca unos tipos de interés y comisiones atractiva de...Evidentemente el gestor bancario le pregunta acerca de las fuentes de financiación. Y entonces el empresario le dice que el Banco debe poner el 100%.

Hacer fácil la negociación, teniendo la documentación de su proyecto preparada y lista para entregar. Dará una muy buena impresión, de persona ordenada y profesional

Plantear las operaciones con total transparencia. El analista de riesgos del banco contrastará los datos que aportemos sobre el proyecto con aquéllos a los que él tiene acceso. La incoherencia puede perjudicar seriamente la negociación. No hay que suprimir los datos inconvenientes para conseguir la financiación sobre todo en lo que se refiere a posibles pérdidas, deuda.

La negociación de las condiciones va a depender de los siguientes factores:

- Importe/nivel de endeudamiento. A menor cantidad solicitada o a un menor nivel de endeudamiento respecto a su capacidad de reembolso, mayor capacidad de negociación frente al banco.
- Plazo de la operación. Las operaciones a corto plazo son más interesantes para el banco.
- Garantías. Cuanto mayor sea el respaldo de bienes o avalistas que tenga su solicitud, más fácil será que la admitan y, por tanto, su capacidad de negociación será mucho más sólida.

Mejores Condiciones Para el Crédito

(Vallina, 2019) Los préstamos para empresas tienen como objetivo financiar un negocio y pueden ser utilizados como método de financiación de proyectos enteros para medio-largo plazo, como para momentos en los que necesitemos un impulso puntual mediante financiación externa. Podemos encontrar distintos tipos de préstamos para empresas atendiendo a las entidades que los proporcionan, así podremos obtener: préstamos otorgados por bancos, al igual que ocurre con la mayoría de préstamos personales; por otro lado, los préstamos para empresas también pueden pedirse a otras entidades privadas no bancarias. Según con qué clase de

entidad contratemos el préstamo, los requisitos de contratación, así como sus características, serán distintos.

Estos préstamos para empresas tienen un funcionamiento similar al de los préstamos personales. En algunas ocasiones, condiciones como el tipo de interés están sujetos a la clase de negocio para el que se pida el préstamo, siendo necesario presentar un plan de viabilidad del proyecto en caso de pedirse para financiar una nueva empresa, o la información sobre la situación actual de la misma en caso de que lleve tiempo establecida. Se comenta de forma generalizada cuáles suelen ser las condiciones de este tipo de préstamos, aunque por supuesto éstas dependerán de la entidad con la que obtengamos el préstamo y también pueden estar sujetos a la posesión de productos como una cuenta bancaria de la empresa en la entidad correspondiente. Los tipos de interés en los préstamos para negocios pueden variar según el proyecto presentado y el banco al que pedimos el préstamo. Este no es siempre el caso, por ejemplo en el préstamo profesional 1|2|3 del Santander, tiene un TIN de 6,75%. Por lo general, el tipo de interés en este tipo de préstamos se suele mover entre el 4% y el 9%, aproximadamente.

2.2.2.3. Costos competitivos

Tasa Promedio MAV

(García, 2019) El MAV es una opción más que tienen las empresas principalmente para pequeñas y medianas empresas, para financiar su actividad económica. Las empresas que emiten por primera vez en el MAV, obtienen una tasa de promedio de 6.08% menor a la tasa bancaria que estas

mismas firmas reportan que se financiaban con la banca en promedio 11.52%. Incluso cuando estas empresas tienen un Track récord en el mercado y son conocidas, la tasa a la que logran obtener financiamiento se reduce más, sostuvo Miguel Ángel Zapatero gerente general de Negocios de la BVL. En Promedio, la tasa en el MAV después de la primera emisión es 5.8%.

Costos

A esa tasa de Financiamiento se le tienen que añadir otros costos asociados a la emisión, estos costos se incluyen la clasificación de riesgo, el pago a la casa de bolsa que estructura la emisión y costos menores como son las entidades que cobran Cavali. El Gerente general de BNB Valores Álvaro Zalles también añade que cuando se utiliza un esquema de garantías para la emisión se añade el costo de fideicomiso.

Con estos costos representan entre 50 y 70 puntos básicos adicionales a la tasa con la que sale emisión. Asimismo, estos costos se van diluyendo e medida que el tamaño de la emisión sea más grande y que las empresas sean recurrentes. Zapatero sostuvo que incluso, añadiendo estos costos, la tasa del MAV continúa siendo menor a la del sistema financiero.

Tasa Promedio Sistema Financiero

Las tasas en el sistema financiero varían según al tamaño de empresa, destino del dinero, y plazo a otorgarse. (BCRP, 2019)

Tabla 4:
Tasa promedio de financiamiento

	Moneda Nacional	Moneda Extranjera
Tasa promedio del sistema financiero para créditos a empresas	44.54%	7.74%
Tasa promedio del sistema financiero para créditos consumo	43.13%	35.33%
Tasa máxima de interés convencional compensatorio.	44.54%	35.33%

Fuente: BCRP, 2019.

2.3. Marco conceptual

Bolsa de Valores de Lima

La Bolsa de Valores de Lima S.A.A. es una sociedad que tiene por objeto principal facilitar la negociación de valores inscritos, proveyendo los servicios, sistemas y mecanismos adecuados para la intermediación de manera justa, competitiva, ordenada, continua y transparente de valores de oferta pública, instrumentos derivados e instrumentos que no sean objeto de emisión masiva que se negocien en mecanismos centralizados de negociación distintos a la rueda de bolsa que operen bajo la conducción de la Sociedad, conforme a lo establecido en la Ley del Mercado de Valores y sus normas complementarias y/o reglamentarias.

Superintendencia del Mercado de Valores

Es un organismo técnico especializado adscrito al Ministerio de Economía y Finanzas que tiene por finalidad velar por la protección de los inversionistas, la eficiencia y transparencia de los mercados bajo su supervisión, la correcta formación de precios y la difusión de toda la información necesaria para tales propósitos. Tiene personería jurídica de derecho público interno y goza de autonomía funcional, administrativa, económica, técnica y presupuestal. (Bolsa de Valores de Lima , s.f.)

Mercado Alternativo de Valores

El Reglamento del Mercado Alternativo de Valores fue publicado el 29 de junio del 2012, mediante Resolución de Superintendencia del Mercado de Valores N° 025-2012, que indica que; el Mercado Alternativo de Valores es un segmento del Mercado de Valores creado para la realización de ofertas públicas primarias y secundarias de valores representativos de capital social y valores representativos de deuda por parte de las Pequeñas y Medianas empresas sujetas a requisitos, obligaciones y requerimientos de información más flexibles. (Superintendencia de Mercado de Valores , 2012).

Ofertas Públicas Primarias

Es oferta pública de valores mobiliarios la invitación, adecuadamente difundida, que una o más personas naturales o jurídicas dirigen al público en general, o a determinados segmentos de éste, para realizar cualquier acto jurídico referido a la colocación, adquisición o disposición de valores mobiliarios. La oferta Pública Primaria es la oferta pública difundida de nuevos valores que efectúan las personas jurídicas en el Mercado Primario. (Bolsa de Valores de Lima, s.f.).

Ofertas Públicas Secundarias

Es aquella que tiene por objeto la transferencia de valores emitidos y colocados previamente. Constituyen ofertas públicas secundarias, entre otras, la oferta pública de adquisición, la oferta pública de compra, la oferta pública de venta y la oferta de intercambio. El mercado secundario les da liquidez a los valores existentes. Generalmente, estas negociaciones se realizan en las Bolsas de Valores. (Bolsa de Valores de Lima, s.f.).

Buen Gobierno corporativo

La adopción de prácticas de buen gobierno corporativo por parte de las sociedades contribuye a generar valor, solidez y eficiencia en las sociedades; trae consigo una mejor administración de los riesgos a los cuales se encuentran expuestas; facilita el acceso al mercado de capitales; incide en la reducción del costo de capital, así como facilita un mayor y mejor acceso a fuentes de financiamiento y de inversión a largo plazo; entre otras ventajas. (Superintendencia de Mercado de valores , s.f.).

Valores mobiliarios

Los valores mobiliarios son títulos valores que son emitidos en masa y que son de libre negociación confiriendo al titular derechos de participación en el patrimonio, el capital o las utilidades del emisor, derechos crediticios, patrimoniales, dominales; con características que pueden ser homogéneas o no en relación a las atribuciones (derechos) que representan.

Agente colocador

Es el emisor o la Sociedad Agente de Bolsa (SAB) que efectúa la venta de valores. Las sociedades agente de bolsa (SAB) son las únicas intermediarias del mercado bursátil autorizadas y supervisadas por la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV), encargadas de realizar las operaciones de compra y venta que los inversionistas les solicitan; a cambio cobran una comisión determinada libremente por cada una de ellas en el mercado. (Bolsa de Valores de Lima , s.f.)

Empresa clasificadora de riesgo

Es el encargado de emitir opinión especializada acerca de la capacidad de la empresa de cumplir con sus obligaciones dentro de las condiciones de emisión.

Las clasificadoras de riesgo

Son empresas dedicadas a calificar el riesgo crediticio de todo tipo de obligaciones financieras, es decir, la probabilidad de incumplimiento. Las calificaciones otorgadas pretenden ser opiniones profesionales, especializadas e independientes acerca de la capacidad y voluntad de pago de una empresa o entidad privada o pública. Para emitir su opinión, las clasificadoras estiman, con criterios cuantitativos y cualitativos, la probabilidad de que el calificado incumpla con sus obligaciones contractuales o legales. (Instituto Peruano de Economía, s.f.).

Pequeñas y Medianas empresas

Son aquellas empresas que como características principales; se encuentran en el registro unico del contribuyente (RUC), en su mayoría realizan actividades que correspondan a la tercera categoría, además que el monto de sus ventas no superen a las 2300 unidades impositivas tributarias (UIT) al año, por otro lado debe tener por

finalidad el lucro y declarar que sus actividades se desarrollan con finalidad lucrativa.

UIT

El Código Tributario, señala que, la Unidad Impositiva Tributaria (UIT) es un valor de referencia que puede ser utilizado en las normas tributarias, entre otros. El día viernes 20 de diciembre 2019 se publica Valor de la Unidad Impositiva Tributaria durante el año 2020 referido por decreto supremo N° 380-2019-EF.

Financiamiento

“El financiamiento es un componente prioritario para el desarrollo y crecimiento de los microempresarios, debido a que les permite mantener sus operaciones y aumentar la capacidad productiva generando más ingresos y aumentos en los rendimientos financieros.” Chagerben Salinas, Hidalgo Arriaga, & Yagual Velastegui (2017).

Superintendencia de Banca, Seguros y AFP

Es el organismo encargado de la regulación y supervisión de los sistemas financiero, de seguros y privado de pensiones (SPP), así como de prevenir y detectar el lavado de activos y financiamiento del terrorismo. Cuyo objetivo primordial es preservar los intereses de los depositantes, de los asegurados y de los afiliados al SPP. (SUPERINTENDENCIA DE BANCA, SEGUROS Y AFP, s.f.)

CAPÍTULO III: HIPÓTESIS

Son explicaciones tentativas a las preguntas de investigación, son oraciones afirmativas que responden a los objetivos y preguntas de la investigación. (Vara Horna, 2015).

3.1. Hipótesis General

Existe una relación positiva entre el mercado alternativo de valores y el financiamiento en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo - 2018.

3.2. Hipótesis Específicas

- Existe una relación positiva entre el Mercado Alternativo de Valores y el mercado financiero en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo – 2018.

- Existe una relación positiva entre el Mercado alternativo de valores y el posicionamiento en el mercado en las pequeñas y Medianas empresas comerciales de Huancayo – 2018.

- Existe una relación positiva entre el Mercado alternativo de valores y los costos competitivos en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo – 2018.

3.3. Variables (definición conceptual y Operacionalización)

Variable I:

Mercado Alternativo de Valores.- El Reglamento del Mercado Alternativo de Valores fue publicado el 29 de junio del 2012, mediante Resolución de Superintendencia del Mercado de Valores N° 025-2012, que indica que; el Mercado Alternativo de Valores es un segmento del Mercado de Valores creado para la realización de ofertas públicas primarias y secundarias de valores representativos de capital social y valores representativos de deuda por parte de las Pequeñas y Medianas empresas sujetas a requisitos, obligaciones y requerimientos de información más flexibles. (Superintendencia de Mercado de Valores , 2012).

Variable II:

Financiamiento. - El financiamiento es un componente prioritario para el desarrollo y crecimiento de los microempresarios, debido a que les permite mantener sus operaciones y aumentar la capacidad productiva generando más ingresos y aumentos en los rendimientos financieros. Chagerben Salinas, Hidalgo Arriaga, & Yagual Velastegui (2017).

VARIABLE(S)	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONE(S)	INDICADORE(S)	ESCALA VALORATIVA
Mercado Alternativo de Valores	El MAV es un segmento del Mercado de Valores que está regulado por la SMV además es un canal para el financiamiento del sector privado ya que es un mercado dirigido a las pequeñas exclusivamente a las PYMES peruanas con el fin de obtener financiamiento del mercado de capitales (Urbina, 2018, p.2)	Mercado Alternativo de Valores se encontrara definido operacionalmente a través de sus 3 dimensiones: Decisión de financiamiento, preparación de los requisitos y estructuración de financiamiento; los mismos que se medirán a través de un cuestionario aplicado a las empresas que se tomaron como muestra.	Decisión de financiamiento	Beneficios	Nominal
				Desarrollo mediante Financiamiento	
				Características del MAV	
			Preparación de los requisitos Obligatorios	Requisitos legales	
				Requisitos societarios	
				Requisitos de Gestión	
				Requisitos de información	
			Estructuración de financiamiento	Definición de tipo de financiamiento	
				Instrumentos de corto plazo	
				Bonos	
Acciones					
Financiamiento	El financiamiento es un componente prioritario para el desarrollo y crecimiento de las empresas, permite mantener sus operaciones y aumentar su capacidad productiva generando mayor rentabilidad. Chagerben Salinas, Hidalgo Arriaga, & Yagual Velastegui (2017)	El financiamiento se encontrará definido operacionalmente a través de sus 3 dimensiones: Mercado financiero, posicionamiento en el mercado y costos competitivos, el cual se medirán a través de un cuestionario aplicado a las empresas que se tomaron como muestra,	Mercado financiero	Mercado de dinero	Nominal
				Mercado de valores	
			Posicionamiento en el Mercado	Trac record/ Historial crediticio	
				Poder de Negociación	
				Mejores condiciones para el crédito	
			Costos competitivos	Tasa Promedio MAV	
				Tasa Promedio sist. Bancario	

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA

4.1. Método de investigación

4.1.1. Método general

La investigación ha desarrollado el enfoque cuantitativo porque se recurrió a la recolección de datos, por medio de instrumentos validados y confiables, el cual permitió comprobar las hipótesis en base al análisis estadístico (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

La Investigación titulada: Mercado Alternativo de Valores y el financiamiento en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo - 2018, se realizó utilizando el método científico, situación que es investigado por la ciencia, una vez que sean demostrados su validez y confiabilidad podrán ser utilizados en otros trabajos de investigación. Con este método de investigación podremos obtener respuestas confiables a las preguntas de investigación. (Vara Horna, 2015)

4.1.2. Método específico

El método específico utilizado en la investigación, es el deductivo; recoge teorías, teoremas, postulados, leyes, conclusiones, principios, etc. generales

de aplicación global y previamente validada para obtener otras conclusiones particulares o realizar un estudio más específico. (Bernal, 2016, p.71).

A decir de Bernal(2016), la investigación particularmente se basó en una revisión teórica del estudio de las variables.

4.2. Tipo de investigación

El tipo de investigación es aplicada, porque nos proporcionó la solución al problema principal. Según (Vara Horna, 2015, pág. 235) menciona que: el tipo de investigación Aplicada se desarrolla de manera práctica, ya que con los resultados que se obtenga es posible solucionar un problema real. Este tipo de investigación identifica y busca la solución dentro de sus posibles soluciones. En la investigación, es de utilidad práctica los conocimientos sobre Mercado Alternativo de Valores y instrumentación para que las empresas tengan mayor crecimiento y desarrollo de las mismas, asimismo la consecuente solución los problemas de financiamiento.

4.3. Nivel de investigación

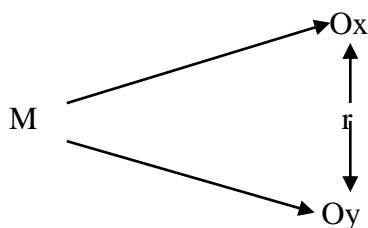
Es importante señalar que el nivel de investigación fue correlacional. Este determina el grado de relación de las variables, donde explica cómo se comporta una variable respecto a la otra. (Vara Horna, 2015) menciona que; se realiza un análisis cuantitativo, usando estadística y finanzas e instrumentos como cuestionarios, encuestas y entrevistas.

La investigación ha correlacionado las variables Mercado alternativo de valores y financiamiento; y el estadístico que nos sirvió para medir esta correlación y determino su significatividad ha sido mediante el Rho Spearman.

4.4. Diseño de investigación

Córdova (2018) menciona lo siguiente: “El diseño sirve fundamentalmente para dar respuesta a las preguntas de investigación. En las investigaciones cuantitativas, los diseños se presentan en forma de esquemas gráficos”.

El diseño que se utilizó fue el **descriptivo correlacional** el cual se muestra en el siguiente esquema:



Donde:

m = muestra

O = observación

x = Mercado Alternativo de Valores (MAV)

y = Financiamiento

r = Relación de variables

4.5. Población y muestra

4.5.1. Población

La población es una fuente de información primaria o directa para cumplir con los objetivos planteados en una tesis. Es el conjunto de sujetos o cosas que tienen una o más características en común, se encuentran en un espacio o territorio determinado. (Vara Horna, 2015).

En el Departamento de Junin al 2017, se encuentran 51,974 empresas activas, de las cuales 4,123 son empresas manufactureras, mientras que la diferencia son empresas no manufactureras. La provincia de Huancayo concentra en total 27,550 empresas no manufactureras, de las cuales 26,900 son micro, 583 son pequeñas y 67 son medianas; y 2,730 empresas manufactureras, de las cuales 2,687, 39 y 4 son micro, pequeñas y medianas empresas respectivamente. La poblacion estuvo conformada por 18 empresas manufactureras dedicadas a la producción y comercializacion de alimentos, y 219 empresas no manufactureras dedicadas al comercio al por menor, haciendo un total de 237 pequeñas y medianas empresas comerciales de la Provincia de Huancayo al 2018. Dirección General de Industria (JUNIN).

4.5.2. Muestra

El marco muestral hace referencia al grupo o fuente al que se va reducir el estudio y análisis de la población. Bernal (2016): es el conjunto de casos extraídos de la población seleccionados por la información brindada.

En la determinación de la muestra, se utilizó el muestreo aleatorio simple para estimar proporciones cuando la población es conocida:

	$Z^2 PQN$
$n =$
	$e^2 (N - 1) + Z^2 PQ$

Donde:

Z = Valor de la abscisa de la curva normal para una probabilidad de un 95 % de confianza, asociada a un Z = 1.96.

e = Margen de error muestral 20%.

P = Proporción de la relación que existe entre el MAV y el financiamiento en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo. Se asume (P = 0.5).

Q = Proporción de la relación que no existe entre el MAV y el financiamiento en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo. Se asume (Q = 0.5).

N = Tamaño de la población. (N = 237)

n = Tamaño de la muestra

Entonces, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error 0.2%, la muestra óptima es:

	$1.96^2 (0.5)(0.5)(237)$
n =
	$0.2^2 (237 - 1) + (1.96)^2 (0.5)(0.5)$

$$n = 21.89 \text{ empresas}$$

$$n = 22 \text{ empresas}$$

La muestra estuvo conformada por 22 empresas entre pequeñas y medianas, con 16 de ellas se tuvo inconvenientes y limitantes para la obtención de acceso a su información; mientras que las otras 6 empresas restantes brindaron las facilidades y todo lo que requerido para llevar a cabo la presente investigación, asimismo estas cumplen con ciertos requisitos para que puedan acceder en un futuro al Mercado Alternativo de Valores, así como también se tomó en cuenta criterios de inclusión y exclusión para poder realizarlas, siendo 5 pequeñas y una mediana empresa con las que se trabajó.

Los criterios de inclusión y exclusión considerados son los siguientes:

- Pequeñas y medianas empresas comerciales que desarrollen sus actividades en la provincia de Huancayo.
- Que sean empresas formalmente constituidas.
- Comprenden pequeñas y medianas empresas comerciales con un mínimo de cinco años de antigüedad.
- Que fabriquen a su vez comercialicen sus productos al por mayor y menor, así como a la comercialización propiamente dicha.
- Que sean empresas que se encuentran en pleno crecimiento y desarrollo.

A continuación, se detalla las 5 pequeñas y la mediana empresa:

Pequeñas empresas:

1. Lopeza Industrial S.A.C. con RUC N° 20129604175, empresa dedicada a la elaboración de otros productos alimenticios y a su comercialización, inicio actividades el 19 de setiembre de 1975. Cuentan con certificación HACCP e ISO 9001, con licencia Marca Perú, Se sustentan en una cultura de calidad orientada a satisfacer las necesidades de los clientes haciendo una mejora continua, su objetivo es buscar ser líder en el sector con participación y miras el exterior.
2. Central Galletas Marie S.A.C. con RUC N° 20568592175, empresa dedicada a la elaboración de productos alimenticios y productos de panadería, así como a su comercialización, inicio actividades el 28 de enero de 1986.
3. Importaciones del Centro Plastic Andrea S.R.L. con RUC N° 20486830965, es una empresa que inicio actividades hace 11 años, tiene ventas anuales por un promedio de 9 millones, pertenece al registro de buenos contribuyentes; se dedica al comercio de productos en plástico, buscando y teniendo miras de expansión a nivel local, abriendo sucursales en diferentes provincias de Huancayo. Tiene la visión de exportar sus productos.
4. Gesa Centro S.A.C. con RUC N° 20486056569, empresa dedicada a la venta al por menor de alimentos en comercios especializados, inicio sus actividades el 10 de abril del 2013; tiene miras a expansión en diferentes países mostrando calidad en sus productos y tener una excelente atención al cliente, contar con una mejora continua y ser reconocidos en el país.

5. Procesadora de Alimentos Velazques S.A.C con RUC N° 20510850603, empresa que inicio actividades hace 30 años, se dedica a la producción y comercialización de panes, tortas, queques, bocaditos, y demás productos hechos a base de harina.

Mediana empresa:

6. Grupo La Grande S.A.C. con RUC N° 20486379066, empresa dedicada a la fabricación y a su posterior comercialización de colchones, cubrecamas, frazadas, sabanas y almohadas que inicio actividades hace 18 años, bajo la denominación Textiles Grande's S.R.L. La empresa tiene como misión elaborar productos de calidad, tener tecnología de punta, talento humano competente y cumplir los requisitos de la norma BPMM. Con Visión de expansión teniendo presencia internacional en diferentes países de América Latina.

4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.6.1. Técnicas de recolección de datos

En la presente investigación se utilizó la técnica de recolección de datos; la encuesta se aplicó a la muestra seleccionada previamente en donde se plantearon preguntas específicas con el propósito de obtener un perfil compuesto de la población, para la solución del problema principal.

La encuesta: Según (López & Fachelli, 2015, pag.8) en su investigación Metodología de la Investigación Social Cuantitativa mencionan que: “es la técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos

que se derivan de una problemática de investigación previamente construida”.

4.6.2. Instrumentos de recolección de datos

Como instrumento de recolección de datos se utilizó el cuestionario conformado por una encuesta que consta de preguntas que en su modalidad fueron cerradas.

Para dar crédito al instrumento que se utilizó, se realizó la validación a través de juicio de expertos:

Cuestionario: (Vara Horna, 2015) en su investigación menciona: el Cuestionario Es un instrumento cuantitativo que usa para medir o registrar diversas situaciones y contextos, asimismo por que las alternativas de respuesta a cada pregunta tienen las opciones ya predefinidas, de esta forma, el análisis estadístico resulta mucho más fácil”.

Consiste un grupo de preguntas formuladas bajo la utilización de la escala Likert por el investigador que se aplicará a la muestra seleccionada, estas preguntas hacen referencias al tema de interés que parten de las variables y dimensiones en estudio. Para esta investigación se utilizará un cuestionario con preguntas de tipo cerrada, es decir, cada pregunta viene acompañado de las alternativas sobre las presuntas respuestas breves y específicas que se va obtener del encuestado, está conformado por 30 ítems con alternativas de respuesta politómicas con cinco alternativas de respuesta (1) Muy acuerdo (2) De acuerdo (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (4) Algo de acuerdo (5) En desacuerdo.

Validez y confiabilidad del instrumento

La fiabilidad Según (Vara, 2015, pág. 302), dice que: “se relaciona con la precisión y congruencia, es el grado de aplicación repetida de un instrumento al mismo sujeto, objeto u situación, produce iguales resultados”. Para aplicar el cuestionario se hizo un plan piloto con 4 encuestas realizadas a cada empresa, haciendo un total de 24 encuestados, así mismo también se aplicó la técnica Alfa de Crombach.

Para saber la fiabilidad del instrumento se aplicó el Alfa de Crombach por dimensión y así pudimos establecer si los indicadores miden cada dimensión de la variable en estudio. El resultado de la variable mercado alternativo de valores fue el siguiente:

VARIABLE 1

Mercado alternativo de valores

Dimensión 1: Decisión de Financiamiento

Procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	24	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	24	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,954	4

Dimensión 2: Preparación de los Requisitos Obligatorios

Procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	24	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	24	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,901	8

Dimensión 3: Estructuración de Financiamiento

Procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	24	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	24	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,770	3

Como se puede observar los ítems para cada dimensión de la primera variable en estudio tienen un alfa de Cronbach superior a 0,77; lo que indica la fiabilidad de nuestro instrumento.

VARIABLE 2

Financiamiento

Procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	24	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	24	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,829	15

Para medir la fiabilidad de la variable 2: Financiamiento, si se ha considerado los 15 ítems, el cual nos arroja un Alfa de Cronbach de ,829. Esto nos indica una fiabilidad muy alta.

4.7. Técnicas de procesamiento y análisis de Datos

Para la recolección de los datos se ha seguido el siguiente proceso:

- Preparación de los cuestionarios: se refiere al proceso de selección y formulación de preguntas de manera puntual, las cuales tienen que responder a los objetivos de la investigación, y deben de tener un orden al ser formuladas y obviamente deben partir de las variables y dimensiones.
- Aplicación de las encuestas: Comprende la realización en el campo propiamente dicha de las encuestas a la muestra seleccionada de manera directa.

4.7.1. A nivel descriptivo

- Tabulación de datos: Luego de realizar la encuesta se agrupó, clasificó y ordenó la información recopilada para su posterior análisis e interpretación de los datos para obtener una información más sistematizada.
- Representación de datos: se realizaron gráficos a partir de la información obtenida que servirá para levantar información y datos fehacientes.

4.7.2. A nivel inferencial

Para organizar y representar los datos se utilizó el programa estadístico SPSS contrastando así la hipótesis.

4.8. Aspectos éticos de la investigación

Para la realización de la investigación se considera la honestidad, respeto, responsabilidad respecto a contextos tomados por terceros como referencia en el informe, es decir que, si para el desarrollo de la investigación se utiliza contextos citados por otros autores, es necesario que haga referencia a ellos, evitando así casos de violación a los derechos del autor.

La investigación se rigió conforme a la Estructura de Tesis, designado para la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad Peruana Los Andes.

Asimismo, fue necesario realizar una encuesta por lo que se contó con la participación de empresas y sus representantes, a quienes se les informo los motivos de la investigación y de quienes se respetó sus derechos de privacidad al no informar datos de índole personal o referencial de ellos. Si se quiere mayor

información sobre el tema, se sugiere tomar en cuenta las fuentes referenciales antes mencionadas.

Según Maxwell (2014); en este marco, todo lo que se expresa en este trabajo es verdad, por lo demás se aplica la objetividad e imparcialidad en el tratamiento de las opiniones y resultados; asimismo, no se da cuenta de aspectos confidenciales que maneja la entidad. También se ha establecido una cadena de interrelaciones; todo con el propósito de obtener un producto que cumpla sus objetivos.

El contenido de la investigación ha sido planeado desde el punto de vista de la gente que se piensa utilizará los resultados. Sin embargo, es posible que el trabajo cause consecuencias también a otras personas además de las previstas. Considerar estos efectos secundarios fortuitos es el tema en una subdivisión especial de la metodología - la ética de la investigación; mediante la cual debe realizarse una suerte de puntería para que disminuya las inconveniencias si las hubiere. Los ajenos a que el trabajo de investigación pueda afectar pertenecen a cualquiera de uno de los dos mundos donde la investigación tiene relaciones: o a la comunidad científica de investigadores, o al mundo práctico de empírea y profanos.

CAPÍTULO V: RESULTADOS

5.1. Descripción de los resultados

Las 6 empresas que fueron la muestra en el trabajo de investigación, desarrollan actividades de producción y su posterior comercialización, así como actividades netamente de comercialización; por ejemplo: La empresa Procesadora de Alimentos Velázquez S.A.C. o más conocida con el nombre comercial Lalos, realiza la producción y comercialización de diferentes productos hechos a base de harina; Lopeza Industrial S.A.C o más conocida con el nombre comercial Sazón Lopeza, realiza la producción y comercialización de diferentes especies en polvo tales como pimienta, comino, orégano, entre otros; Central Galletas Marie S.A.C o más conocida con el nombre comercial galletas Marie, realiza la, producción y comercialización de galletas de agua en sus diferentes presentaciones, entre otros productos; Importaciones del Centro Plastic Andrea S.R.L. se dedica a la venta de plásticos en sus diferentes presentaciones, tales como platos descartables, bolsas de plásticos, bandejas, cucharas plásticas, entre otras; Gesa Centro S.A.C. o más conocida con el nombre de Gesa se dedica a la venta de productos al por menor de productos de consumo, tales como productos de primera necesidad, limpiadores en general, cosméticos, entre otras; Grupo La Grande S.A.C. o más conocida con el nombre comercial de La grande, dedicada a la fabricación y comercialización de cubrecamas, colchones, almohadas, camas, entre otras. Todas las empresas citadas

anteriormente, no tienen acceso al Mercado Alternativo de valores, la mayoría de estas no cumplen con los indicadores y los requisitos de acceso, les hace falta preparación y conocimiento sobre dicho mercado, así como también sobre la Bolsa de Valores, Mercado de Valores y tipos de financiamiento; asimismo se observó que estas empresas obtienen su financiamiento regular únicamente a través de las entidades financieras y/o bancarias. Por otro lado, generalmente estas empresas se han creado sobre un grupo familiar, este modelo si bien es cierto les permitió desarrollarse, pero al ser empresas familiares son celosos y cerrados en cuanto a la participación y el ingreso de nuevos socios, que bien podrían inyectar mayor capital para las inversiones, así como también transmitir nuevos conocimientos e ideologías empresariales, constituyéndose así una limitante para el crecimiento y posicionamiento en el mercado Huancaíno.

Los resultados obtenidos mostraron que la gran mayoría de los encuestados no tienen conocimiento sobre el Mercado Alternativo de Valores ni sobre su preparación para su acceso, por ende, no tomaron la decisión de participar en este mercado. Un gran porcentaje de las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo encuestados tuvieron interés en participar en el Mercado Alternativo de Valores, pero no estuvieron de acuerdo con optar el tipo de estructura de financiamiento, asimismo estas empresas mostraron que aun desean continuar con su forma de financiamiento que es a través de las instituciones financieras y/o bancarias; y por otro lado están en la búsqueda constante para posicionarse en el mercado financiero, porque les generaría mayores costos competitivos.

Por lo tanto, se tiene los siguientes resultados:

Los resultados de la variable I Mercado alternativo de valores y de la variable II Financiamiento se presentó en función a sus respectivas dimensiones. El trabajo de campo, se realizó aplicando un cuestionario de preguntas a una muestra desarrollada de 24 personas de las 5 pequeñas y una mediana empresas comerciales de Huancayo. Para procesar la información se utilizó un cuestionario de preguntas cerradas, que permitió establecer la situación actual y alternativas de solución a la problemática que se establece en la presente investigación, además se utilizó el programa SPSS, del modelo de correlación de Tau_b de Kendall nivel de confianza del 95%.

5.1.1. Análisis descriptivo de la Variable Mercado Alternativo de valores y sus respectivas dimensiones.

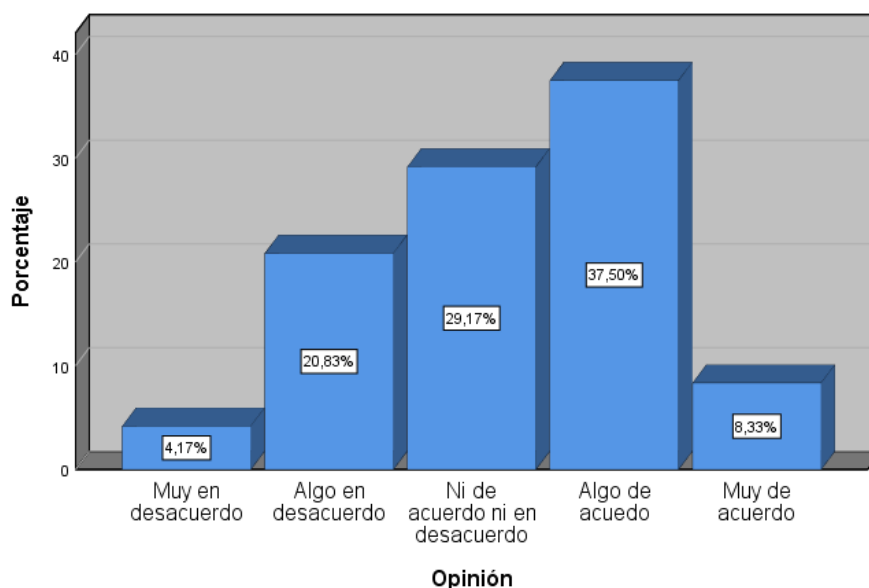
5.1.1.1. Resultados obtenidos de la variable Mercado Alternativo de valores

Tabla 5: Recuento y porcentajes de conocimientos sobre el Mercado Alternativo de Valores

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	1	4,2	4,2	4,2
	Algo en desacuerdo	5	20,8	20,8	25,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	29,2	29,2	54,2
	Algo de acuerdo	9	37,5	37,5	91,7
	Muy de acuerdo	2	8,3	8,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Nota. Los valores representan frecuencias y porcentajes del conocimiento que tienen los encuestados respecto a Mercado Alternativo de Valores.

Figura 11. Conocimiento del Mercado Alternativo de Valores



Nota. Los valores representan porcentajes del conocimiento que tienen los encuestados respecto al conocimiento sobre el Mercado Alternativo de Valores.

Interpretación

En la tabla N°5 y figura N°11 se aprecia lo siguiente: La mayoría de las pequeñas y/o medianas empresas encuestados en Huancayo desconocen la existencia del Mercado Alternativo de valores; el 37.5% consideran no tienen conocimiento, mientras que el 29.2% expresan que no están muy seguros de que hayan escuchado hablar sobre dicho mercado, asimismo, el 20.8% manifiestan que no tienen un conocimiento claro, el 8.3% expresan que han escuchado sobre el Mercado Alternativo de Valores y solo el 4.2% expresan que no conocen. Como menciona Urbina (2018) El MAV es un canal para el financiamiento del sector privado ya que es un mercado dirigido exclusivamente a las pequeñas y medianas empresas peruanas con el fin de obtener financiamiento del mercado de capitales.

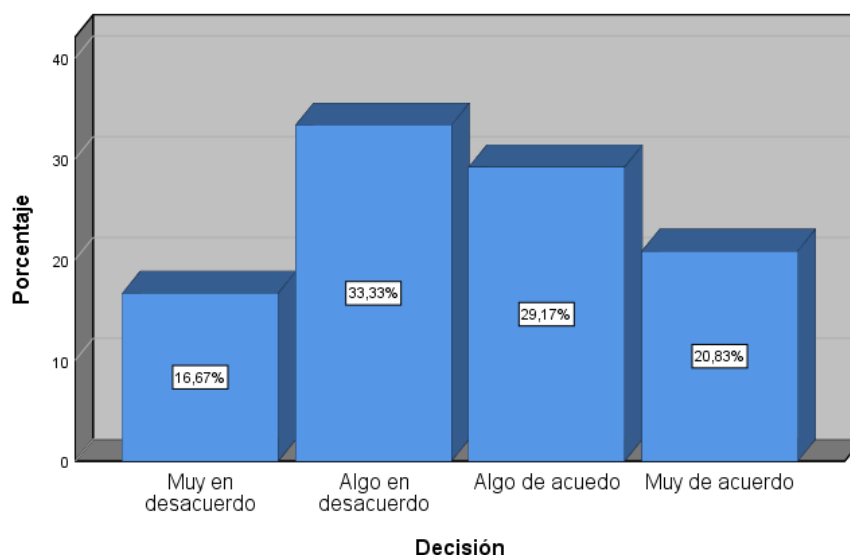
5.1.1.2. Resultados obtenidos del estudio de la dimensión decisión de financiamiento.

Tabla 6: Recuento y porcentajes del estudio de la variable decisión de financiamiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	4	16,7	16,7	16,7
	Algo en desacuerdo	8	33,3	33,3	50,0
	Algo de acuerdo	7	29,2	29,2	79,2
	Muy de acuerdo	5	20,8	20,8	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Nota. Los valores representan frecuencias y porcentajes sobre la decisión de ser crecer a una participación en el Mercado Alternativo de Valores.

Figura 12. Tendencias en la decisión de financiamiento hacia una participación en el Mercado Alternativo de Valores (MAV).



Nota. Los valores representan porcentajes en la decisión de financiamiento para participar en el Mercado Alternativo de Valores.

Interpretación

En la tabla N°6 y figura N°12 se aprecia lo siguiente: Sobre la decisión de financiamiento para participar en el Mercado Alternativo de Valores, la mayoría de las pequeñas y/o medianas empresas encuestados en Huancayo; el 33.3% consideran que no estarían dispuestos a tomar la decisión de participar en el Mercado Alternativo de Valores, mientras que el 29.2% expresan estar de acuerdo en aventurarse hacia este mercado, asimismo, el 20.8% se encuentran mucho más entusiasmados en participar en el Mercado Alternativo de Valores, y el 16.7% expresan que no se sienten atraídos por este mercado. Como menciona Mendiola, Aguirre, Alatrística, Lévano & Vera (2015). El Mercado Alternativo de Valores brinda muchos beneficios y flexibilidad a las pequeñas y medianas empresas con los requisitos y exigencias además la fase de decisión se identifica por evaluar las características de la empresa con el fin de determinar su potencial.

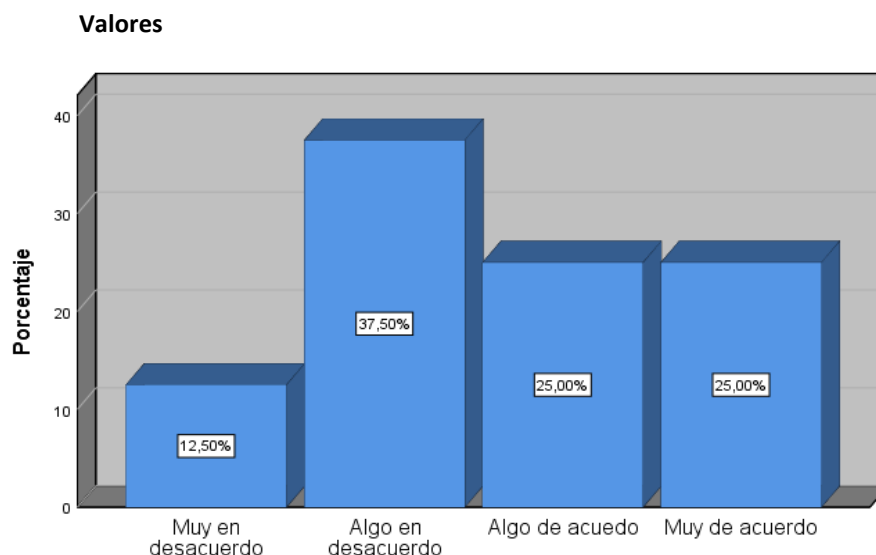
5.1.1.3. Resultados obtenidos del estudio de la dimensión preparación de requisitos obligatorios

Tabla 7: Recuento y porcentajes del estudio de la dimensión preparación de requisitos obligatorios.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Muy en desacuerdo	3	12,5	12,5	12,5
Algo en desacuerdo	9	37,5	37,5	50,0
Algo de acuerdo	6	25,0	25,0	75,0
Muy de acuerdo	6	25,0	25,0	100,0
Total	24	100,0	100,0	

Nota. Los valores representan frecuencias y porcentajes respecto a si están de acuerdo con los procedimientos de preparación de requisitos obligatorios para su participación en el Mercado Alternativo de Valores.

Figura 13. Preparación de requisitos obligatorios para el acceso al Mercado Alternativo de



Nota. Los valores representan porcentajes de conocimiento que tienen los encuestados respecto a la preparación de requisitos obligatorios para el acceso al Mercado Alternativo de Valores.

Interpretación

En la tabla N°7 y figura N°13 se aprecia lo siguiente: Respecto a la preparación de requisitos obligatorios para el acceso al Mercado Alternativo de Valores, el 37.50% consideran que no tienen un conocimiento claro sobre la preparación de requisitos obligatorios para el acceso al Mercado Alternativo de Valores, mientras que el 25 % expresan que están algo de acuerdo y muy de acuerdo con respecto a la preparación de requisitos obligatorios para acceder al MAV, y el 12.50% desconocen sobre la preparación de requisitos obligatorios para acceder al Mercado Alternativo de Valores. Como Alatriza, Lévano & Vera (2015) mencionan las características, costos, requerimientos etc, para el acceso al Mercado Alternativo de Valores son de mayor accesibilidad sin mayor requerimiento que otras, eso debe llevar a las Pymes a un desarrollo financiero y beneficioso para el crecimiento de las empresas.

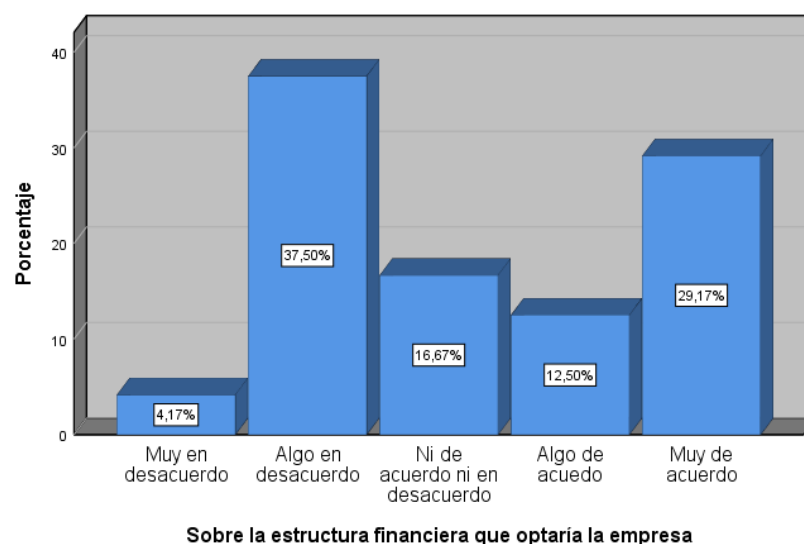
5.1.1.4. Resultados obtenidos de la dimensión estructuración de financiamiento

Tabla 8: Recuento y porcentajes de acogimiento a una determinada estructura de financiamiento

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Muy en desacuerdo	1	4,2	4,2	4,2
Algo en desacuerdo	9	37,5	37,5	41,7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	16,7	16,7	58,3
Algo de acuerdo	3	12,5	12,5	70,8
Muy de acuerdo	7	29,2	29,2	100,0
Total	24	100,0	100,0	

Nota. Los valores representan frecuencias y porcentajes sobre su acuerdo en el tipo de estructura de financiamiento al que se acogerían gracias a participar en el Mercado Alternativo de Valores.

Figura 14. Estado de acuerdo en el tipo de estructura de financiamiento para su empresa



Nota. Los valores representan porcentajes del estado de acuerdo en el tipo de estructura de financiamiento que optarían al participar en el Mercado Alternativo de Valores.

Interpretación:

En la tabla N°8 y figura N°14 se aprecia lo siguiente: Sobre el estado de acuerdo en el tipo de estructura de financiamiento que optarían la pequeñas y medianas empresas al participar en el Mercado Alternativo de Valores, el 37.50% consideran que no están de acuerdo con el tipo de estructura de financiamiento que optarían al participar en el Mercado Alternativo de Valores, mientras que el 29.17% expresan que están de acuerdo en participar, el 16.67% manifiestan no tienen claro participar, y el 4.57% expresan que están en desacuerdo con el tipo de estructura de financiamiento que optarían al participar en el Mercado Alternativo de Valores. La empresa define el tipo de financiamiento, a través de deuda (bonos, instrumentos de corto plazo) o de capital (acciones). Bolsa de Valores de Lima (2019).

5.1.2. Análisis descriptivo de la Variable Financiamiento y sus respectivas dimensiones

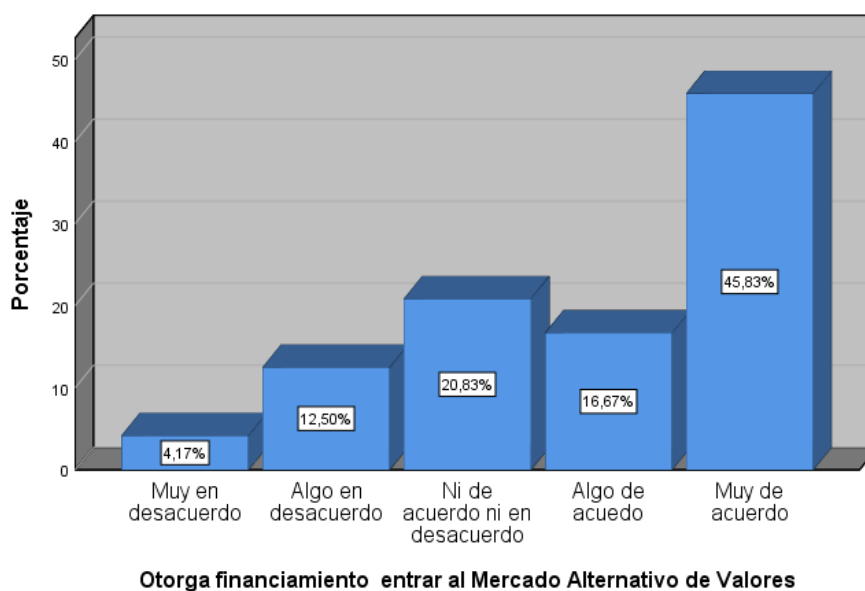
5.1.2.1. Resultados del estudio de la variable Financiamiento en sus bondades a la empresa

Tabla 9: Recuento y porcentajes del estudio de la variable financiamiento en sus bondades a la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	1	4,2	4,2	4,2
	Algo en desacuerdo	3	12,5	12,5	16,7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	20,8	20,8	37,5
	Algo de acuerdo	4	16,7	16,7	54,2
	Muy de acuerdo	11	45,8	45,8	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Nota. Los valores representan frecuencias y porcentajes sobre si el financiamiento que se puede obtener gracias a estar en el Mercado Alternativo de Valores.

Figura 15. Estado de acuerdo con la obtención de financiamiento para su empresa



Nota. Los valores representan porcentajes del estado de acuerdo en obtener financiamiento al participar en el Mercado Alternativo de Valores.

Interpretación:

En la tabla N°5 y figura N°15 se aprecia lo siguiente: Sobre el conocimiento como obtener el financiamiento para su empresa ingresando a dicho mercado, el mayor porcentaje de las Pymes de Huancayo el 45.83% muestran interés con la forma de obtener el financiamiento, mientras que el 16.67% expresan que están en algo de acuerdo con respecto a la forma de obtener el financiamiento, por consiguiente, el 20.83% manifiestan que ni están de acuerdo ni en desacuerdo con respecto a la obtención del financiamiento; y el 12.50% expresan que no están de acuerdo con la forma de financiamiento para las Pymes, el 4.17% expresan muy en desacuerdo por la forma y procedimientos de obtener un financiamiento para su empresa.

Como menciona (Gestion, 2018). Precisa que las empresas reúnan las condiciones para ser emisoras en el MAV, en la medida que emitan sus valores a inversionistas institucionales en la cual podrán acceder al beneficio de la tarifa preferencial de 50% sobre la tasa e contribución a la SMV.

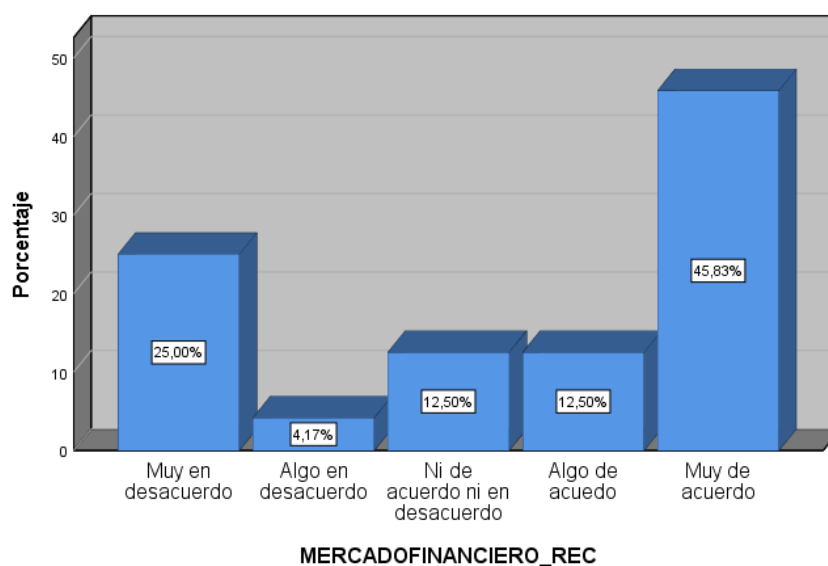
5.1.2.2. Resultados del estudio de la dimensión mercado financiero

Tabla 10: Recuento y porcentajes del estudio de la variable Mercado Financiero

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy en desacuerdo	6	25,0	25,0	25,0
	Algo en desacuerdo	1	4,2	4,2	29,2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	12,5	12,5	41,7
	Algo de acuerdo	3	12,5	12,5	54,2
	Muy de acuerdo	11	45,8	45,8	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Nota. Los valores representan frecuencias y porcentajes sobre el conocimiento del mercado financiero

Figura 16. Estado de acuerdo con los beneficios del mercado financiero



Nota. Los valores representan porcentajes del estado de acuerdo en obtener financiamiento a través del mercado financiero.

Interpretación:

En la tabla N°5 y figura N°16 se aprecia lo siguiente: Sobre el beneficio del Mercado Financiero, la mayor parte de las empresas de Huancayo están muy de acuerdo, el cual es el 45.83% consideran o están de acuerdo en obtener financiamiento a través de las instituciones financieras y/o bancarias, mientras que el 12.50% expresan algo de acuerdo con respecto al financiamiento del mercado financiero, por consiguiente, el 12.50% manifiestan que no están de acuerdo ni en desacuerdo con respecto de obtener financiamiento, el 4.17% expresan no están muy de acuerdo solo en algunas aspectos, y el 25.00% expresan muy en desacuerdo con respecto de obtener financiamiento a través del mercado financiero..

Como menciona Andía (2010), Que el mercado financiero constituye el marco institucional que permite poner en contacto a los agentes económicos, ofertantes para efectuar transacciones financieras, las cuales están supervisadas y controlada por la SBS y el Mercado de Valores por el CONASEV.

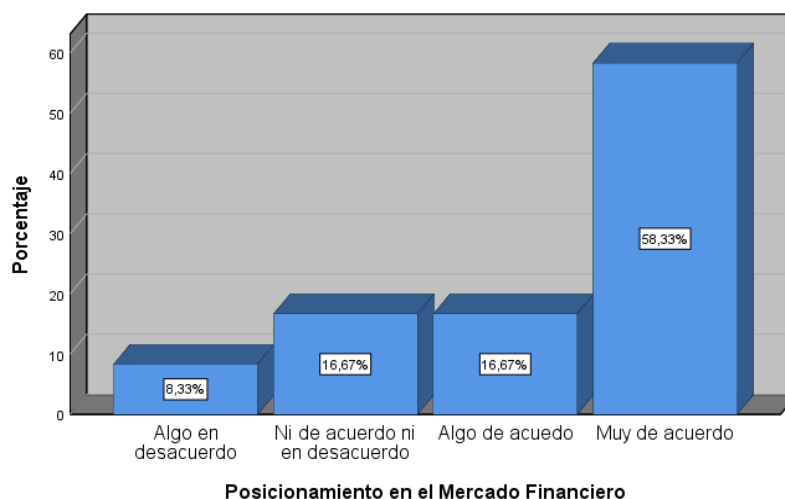
5.1.2.3. Resultados del estudio de la dimensión posicionamiento en el mercado Financiero

Tabla 11: Recuento y porcentajes del estudio de la dimensión Posicionamiento en el Mercado Financiero

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algo en desacuerdo	2	8,3	8,3	8,3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	16,7	16,7	25,0
	Algo de acuerdo	4	16,7	16,7	41,7
	Muy de acuerdo	14	58,3	58,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Nota. Los valores representan frecuencias y porcentajes sobre si el Posicionamiento que lograr tener las empresas ante la posibilidad de ingresar al Mercado Alternativo de Valores.

Figura 17. Estado de acuerdo para su empresa estando en el Mercado Financiero



Nota. Los valores representan porcentajes del estado de acuerdo con el Posicionamiento que pueden alcanzar las empresas al participar en el Mercado Alternativo de Valores.

Interpretación:

En la tabla N°12 y figura N°17 se aprecia lo siguiente: Sobre el posicionamiento en el mercado financiero, la mayoría de las pequeñas y/o medianas empresas encuestados en Huancayo; el 58.33% manifiestan que están buscando posicionarse en el Mercado Financiero, desarrollando su historial crediticio, mientras que el 16.67% expresan que no están de acuerdo ni en desacuerdo, ni en algo de acuerdo respecto al posicionamiento en el Mercado Financiero, y el 8.3% expresan que no les interesa el tema. Como menciona (CAURIN, 2017) El posicionamiento de mercado es una de las claves que permiten asegurar el éxito y la viabilidad económica de una empresa.

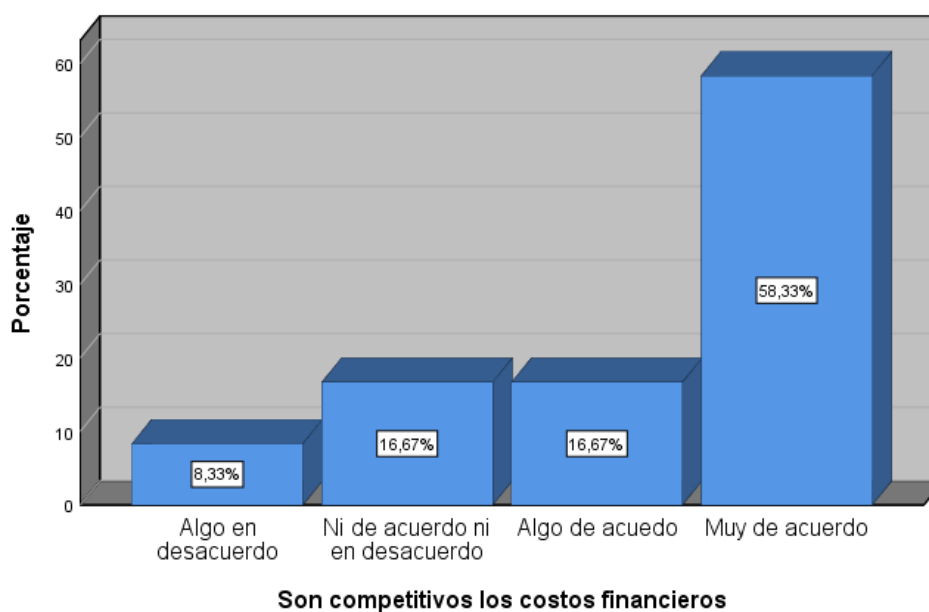
5.1.2.4. Resultados del estudio de la dimensión Costos competitivos

Tabla 12: Recuento y porcentajes del estudio de la dimensión Costos Competitivos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algo en desacuerdo	2	8,3	8,3	8,3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	16,7	16,7	25,0
	Algo de acuerdo	4	16,7	16,7	41,7
	Muy de acuerdo	14	58,3	58,3	100,0
	Total	24	100,0	100,0	

Nota. Los valores representan frecuencias y porcentajes sobre si el financiamiento genera costos competitivos para las empresas

Figura 18. Estado de acuerdo con los costos competitivos que puedan generar al tener acceso al Mercado Alternativo de Valores (MAV).



Nota. Los valores representan porcentajes del estado de acuerdo en los costos competitivos al estar en el Mercado alternativo de Valores.

Interpretación:

En la tabla N°13 y figura N°18 se aprecia lo siguiente: Sobre los costos competitivos; la mayoría de las pequeñas y medianas empresas encuestados en Huancayo; el 58,33% consideran que acceder al Mercado Alternativo de Valores les generaría costos competitivos, mientras que el 16,67% expresan que están de acuerdo en la importancia que tienen los costos competitivos, por otro lado, el 16,7% manifiestan no tener claro a que se refieren los costos competitivos, y el 8,3% expresan que desconocen el tema. Como menciona (García, 2019) El MAV es una opción que tienen las pequeñas y medianas empresas para financiar su actividad económica.

Estudio correlacional por variables y dimensiones

Se correlacionó la variable Mercado alternativo de valores y el Financiamiento con sus respectivas dimensiones de cada variable. La investigación tuvo datos ordinales; $n < 30$, estadístico de correlación y fue calculado con el coeficiente de correlación Rho de Spearman y ubicado bajo el siguiente rango:

Valor	Significado
(+) "o" (-) < 0,20	Correlación ligera; relación casi insignificante
(+) "o" (-) 0,20-0,40	Correlación baja; relación definida pero pequeña
(+) "o" (-) 0,40-0,70	Correlación moderada; relación considerable
(+) "o" (-) 0,70-0,90	Correlación elevada; relación notable
(+) "o" (-) < 0,90	Correlación sumamente elevada; relación muy fiable

Mercado Alternativo de Valores y el Financiamiento en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo – 2018

Objetivo general

Establecer la relación entre el mercado alternativo de valores y financiamiento en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo – 2018.

Correlaciones

			MERCADO ALTERNATIVO DE VALORES	FINANCIAMIENTO
Rho de Spearman	MERCADO ALTERNATIVO	Coeficiente de correlación	1,000	,732**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	24	24
	FINANCIAMIENTO	Coeficiente de correlación	,732**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	24	24

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

Interpretación

El coeficiente Rho de Spearman hallado es $\tau = 0,732$ y la significación bilateral $p=0.000$, por lo tanto, el coeficiente hallado es significativo, y de acuerdo al índice de interpretación el coeficiente hallado indica una Correlación elevada, relación notable.

Mercado alternativo de valores y el mercado financiero en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo - 2018

Objetivo Específico 1

Determinar la relación que existe entre Mercado alternativo de valores y el mercado financiero en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo - 2018.

Correlaciones

			MERCADO ALTERNAT IVO DE VALORES	MERCADO FINANCIERO
Rho de Spearman	MERCADO ALTERNATIVO DE VALORES	Coefficiente de correlación	1,000	-,750**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	24	24
	MERCADO FINANCIERO	Coefficiente de correlación	-,750**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	24	24

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

Interpretación

El coeficiente Rho de Spearman hallado es $\tau = -,750$ y la significación bilateral $p=0.000$, por lo tanto, el coeficiente hallado es significativo, y de acuerdo al índice de interpretación el coeficiente hallado indica una Correlación negativa ligera, relación casi insignificante.

Mercado Alternativo de valores y el posicionamiento en el mercado en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo - 2018

Objetivo Especifico 2

Determinar la relación que existe entre Mercado Alternativo de valores y el posicionamiento en el mercado en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo - 2018.

Correlaciones

			MERCADO ALTERNATIVO DE VALORES	POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO
Rho de Spearman	MERCADO ALTERNATIVO DE VALORES	Coeficiente de correlación	1,000	,897**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	24	24
	POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO	Coeficiente de correlación	,897**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	24	24

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

Interpretación

El coeficiente Rho de Spearman hallado es $\tau = 0,897$ y la significación bilateral $p = 0,000$, por lo tanto, el coeficiente hallado es significativo, y de acuerdo al índice de interpretación el coeficiente hallado indica una Correlación elevada, relación notable.

Mercado alternativo de Valores y los costos competitivos en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo – 2018

Objetivo Especifico 3

Determinar la relación que existe entre Mercado alternativo de Valores y los costos competitivos en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo - 2018.

Correlaciones			MERCAO ALTERNATIVO DE VALORES	COSTOS COMPETITIVOS
Rho de Spearman	MERCAO	Coeficiente de correlación	1,000	,577**
	ALTERNATIVO DE	Sig. (bilateral)	.	,003
	VALORES	N	24	24
	COSTOS	Coeficiente de correlación	,577**	1,000
	COMPETITIVOS	Sig. (bilateral)	,003	.
		N	24	24

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

Interpretación

El coeficiente Rho de Spearman hallado es $\tau = 0,577$ y la significación bilateral $p = 0.003$, por lo tanto, el coeficiente hallado es significativo, y de acuerdo al índice de interpretación el coeficiente hallado indica una Correlación moderada; relación considerable.

5.2. Contrastación de hipótesis

Hipótesis general

Existe una relación positiva entre el mercado alternativo de valores y el financiamiento en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo - 2018.

1. Planteamiento de hipótesis estadísticas

Hipótesis Nula (Ho): No existe una relación positiva entre el **Mercado alternativo de valores y el financiamiento** en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo - 2018.

$$r_s = 0$$

Hipótesis Alterna (H1): Existe relación positiva entre el **Mercado alternativo de valores y el financiamiento** en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo - 2018

$$r_s \neq 0$$

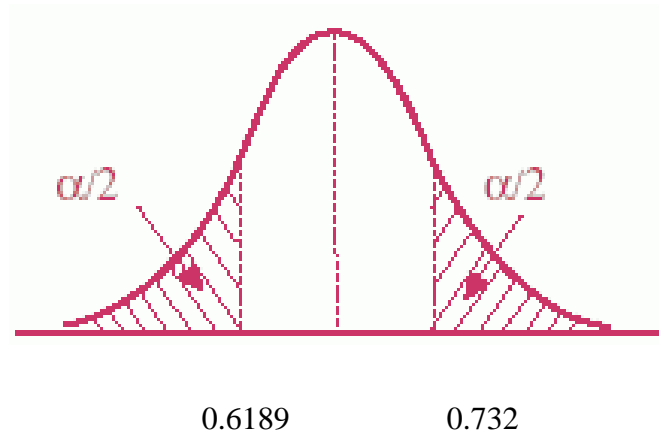
2. Nivel de significancia (α)

El nivel de significación $\alpha = 0,01$

El valor crítico “ r_s ” a un $\alpha = 0,01$ y $n = 24$ es $r = \mathbf{0,6189}$

3. Calculo estadístico

El coeficiente rho de Spearman hallado es $r_s = \mathbf{0.732}$ para aceptar o rechazar la H_0 se compara el rho de spearman hallado con $r_{\text{crítico}} = \mathbf{0.6189}$ valor obtenido de la tabla de distribución “rho”



4. Toma de decisión

Comparando la r_s calculada con la r_s crítica para la toma de decisión: $0,732 > 0,6189$, esta relación permite rechazar la hipótesis nula con un riesgo (máximo) de 1% y aceptar la hipótesis alterna. El valor Z calculado cae en la región de rechazo, esta relación permite rechazar la hipótesis nula.

5. Conclusión

Como se acepta la H_a , concluimos que existe una relación positiva entre las variables **Mercado alternativo de valores** y el **financiamiento** en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo - 2018.

Hipótesis específica 1

Existe relación positiva entre el Mercado Alternativo de Valores y el mercado financiero en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo – 2018.

1. Planteamiento de hipótesis estadísticas

Hipótesis Nula (H₀): No existe relación positiva entre el **Mercado Alternativo de Valores** y el **mercado financiero** en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo - 2018

$$r_s = 0$$

Hipótesis Alterna (H₁): Existe relación positiva entre el **Mercado alternativo de valores** y el **mercado financiero** en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo - 2018

$$r_s = 0$$

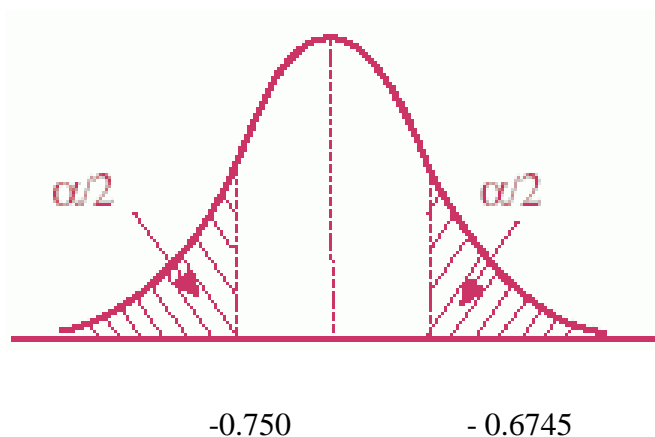
2. Nivel de significancia (α)

El nivel de significación $\alpha = 0,01$

El valor crítico “r_s” a un $\alpha = 0,01$ y n= 24 es r = - **0,6745**

3. Calculo estadístico

El coeficiente rho de Spearman hallado es $r_s = -0.750$ para aceptar o rechazar la H₀ se compara el rho de spearman hallado con $r_{crítico} = -0.6745$ valor obtenido de la tabla de distribución “rho”



4. Toma de decisión

Comparando la r_s calculada con la r_s crítica para la toma de decisión: -
 $0,750 < - 0,6745$, esta relación permite rechazar la hipótesis nula con un riesgo
 (máximo) de 1% y aceptar la hipótesis alterna. el valor Z calculado cae en la
 región de rechazo, esta relación permite rechazar la hipótesis nula.

5. Conclusión

Como se acepta la H_a , concluimos que existe una relación positiva entre las
 variables **Mercado alternativo de Valores y el mercado financiero** en las
 pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo- 2018.

Hipótesis específica 2

Existe relación positiva entre el Mercado alternativo de valores y el
 posicionamiento en el mercado en las pequeñas y Medianas empresas
 comerciales de Huancayo - 2018.

1. Planteamiento de hipótesis estadísticas

Hipótesis Nula (H_0): No existe una relación positiva entre el **Mercado
 alternativo de valores y el posicionamiento en el mercado** en las pequeñas y
 Medianas empresas comerciales de Huancayo – 2018

$$r_s = 0$$

Hipótesis Alternativa (H1): Existe una relación positiva entre el **Mercado alternativo de valores y el posicionamiento en el mercado** en las pequeñas y Medianas empresas comerciales de Huancayo – 2018

$$r_s \neq 0$$

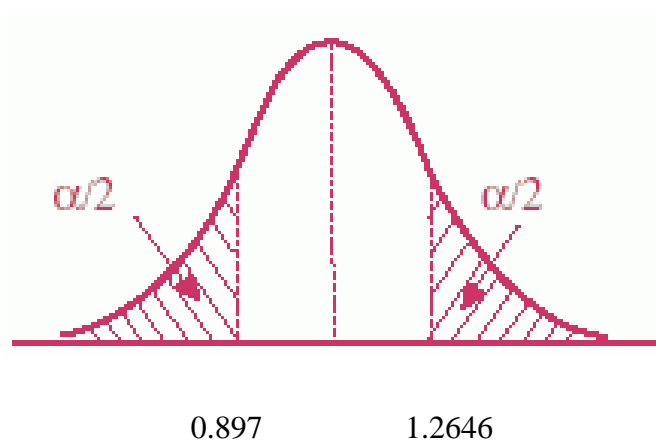
2. Nivel de significancia (α)

El nivel de significación $\alpha = 0,01$

El valor crítico “ r_s ” a un $\alpha = 0,01$ y $n = 24$ es $r = 1,2646$

3. Calculo estadístico

El coeficiente rho de Spearman hallado es $r_s = 0.897$ para aceptar o rechazar la H_0 se compara el rho de spearman hallado con $r_{\text{crítico}} = 1.2646$ valor obtenido de la tabla de distribución “rho”



4. Toma de decisión

Comparando la r_s calculada con la r_s crítica para la toma de decisión:
 $1.2646 > 0.897$, esta relación permite rechazar la hipótesis nula con un riesgo (máximo) de 1% y aceptar la hipótesis alterna el valor Z calculado cae en la región de rechazo, esta relación permite rechazar la hipótesis nula.

5. Conclusión

Como se acepta la H_a , concluimos que existe una relación positiva entre el **Mercado alternativo de valores y el posicionamiento en el mercado** en las pequeñas y Medianas empresas comerciales de Huancayo - 2018.

Hipótesis específica 3

Existe relación positiva entre el Mercado alternativo de valores y los costos competitivos en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo – 2018.

1. Planteamiento de hipótesis estadísticas

Hipótesis Nula (H_0): No existe una relación positiva entre el **Mercado alternativo de valores y los costos competitivos** en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo - 2018.

$$r_s = 0$$

Hipótesis Alterna (H_1): Existe una relación positiva entre el **Mercado alternativo de valores y los costos competitivos** en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo - 2018

$$r_s \neq 0$$

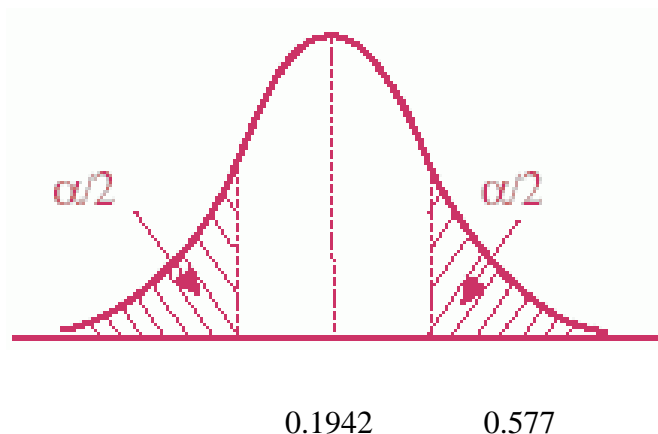
2. Nivel de significancia (α)

El nivel de significación $\alpha = 0,01$

El valor crítico “ r_s ” a un $\alpha = 0,01$ y $n = 24$ es $r = -0,1942$

3. Cálculo estadístico

El coeficiente rho de Spearman hallado es $r_s = 0.577$ para aceptar o rechazar la H_0 se compara el rho de spearman hallado con $r_{crítico} = 0.1942$ valor obtenido de la tabla de distribución “rho”.



4. Toma de decisión

Comparando la r_s calculada con la r_s crítica para la toma de decisión: $0,577 > 0,1942$, esta relación permite rechazar la hipótesis nula con un riesgo (máximo) de 1% y aceptar la hipótesis alterna. El valor Z calculado cae en la región de rechazo, esta relación permite rechazar la hipótesis nula.

5. Conclusión

Como se acepta la H_a , concluimos que existe una relación positiva entre el **Mercado alternativo de valores y los costos competitivos** en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo – 2018.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En base a los resultados hallados se considera que; si existe una relación positiva entre el Mercado Alternativo de Valores y el financiamiento en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo, debido a que los encuestados en su gran mayoría no tienen conocimiento sobre este segmento ni sobre su preparación para el acceso, por consiguiente, continuaran con el tipo de financiamiento que emplean, que es a través de las instituciones financieras y/o bancarias; este panorama no es factible para que estas empresas decidan participar en dicho mercado, generaría mayores costos competitivos; a pesar de su búsqueda constante de posicionarse en el mercado. Las empresas encuestadas han surgido de un grupo familiar, su crecimiento y desarrollo ha sido en base a los conocimientos que tenían, limitante que los viene afectando hasta el día de hoy en el sentido de no querer abrirse paso a nuevas formas de financiamiento que si traería consigo mayores oportunidades y beneficios.

Las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo encuestadas no cumplen con los requisitos legales, societarios, de gestión y de información, por ende, no podrán acceder al Mercado Alternativo de Valores y tampoco podrán obtener el financiamiento que desean; a pesar de su interés en participar en este mercado. Por otro lado, un gran porcentaje de estas empresas encuestadas no están preparados en cuanto a los requisitos obligatorios para que puedan financiarse en este segmento.

Estas empresas al no cumplir con los requisitos para el acceso al Mercado Alternativo de Valores pierden la posibilidad de ser más competitivos, la falta de preparación, el orden del manejo de la información, y el hecho de no querer mejorar y solo cerrarse a la idea de seguir trabajando y financiándose como lo llevan haciendo no contribuye al

acceso, así como tampoco ayuda al desarrollo y a la generación de más ingresos y empleo.

Mediante el análisis, los resultados obtenidos al procesar los datos de acuerdo a las variables y sus dimensiones son los siguientes:

1. Las Pymes comerciales de Huancayo desconocen la existencia del Mercado Alternativo de Valores, el 37.50% manifiestan que no tienen conocimiento de este mercado, lo cual es una limitante para poder acceder a este mercado, el 29.2% no están seguros de tener conocimiento del Mercado Alternativo de Valores, estos porcentajes nos muestran que el desconocimiento de información hace que las empresas no vean otra forma de financiamiento más que el tradicional.
2. Un 33.3% de las Pequeñas y medianas empresas consideran que no estarían dispuestos a participar en el mercado Alternativo de valores debido a que tienen miedo o es desconocido para ellos, limitante que viene arraigado al hecho de estar acostumbrados al modelo de negocio que llevan y/o a los ideales de los directivos de estas, por otro lado el 29.2% se muestran más entusiastas al hecho de querer participar en este segmento lo cual es un buen comienzo para crecer de a poco y darle potencial a las mismas.
3. El 37,5% de los encuestados no se encuentran preparados para acceder al Mercado Alternativo de Valores, debido al desconocimiento y al acceso a la información. Si estas empresas se organizan y desean ingresar a este segmento tendrían que prepararse y dejar de lado los prejuicios, el proceso es largo pero la recompensa serán las tasas de intereses bajas que conseguirán, entre otros beneficios.

4. Para el financiamiento de las Pymes en Huancayo, el 29.17 están de acuerdo con el tipo de estructura de financiamiento para participar en el Mercado Alternativo de valores y el 37.5 % mencionan que no están de acuerdo a optar el tipo de estructura de financiamiento, el porcentaje de aceptabilidad ayudaría a participar en el Mercado Alternativo de Valores. .
5. El Mercado alternativo de valores mediante el financiamiento genera un beneficio a las Pequeñas y Medianas comerciales, el 45,83% de las empresas, están de acuerdo con la forma de obtener un financiamiento diferente al financiamiento comercial cotidiano para su empresa. Una vez que las empresas reúnan las condiciones para emitir en el MAV, tienen acceso y beneficio a acceder a tarifas potenciales de 50% sobre la tasa, lo cual esto ayuda a tener un mayor financiamiento para las Pymes, así poder desarrollarse como empresa.
6. El 45.83% de las Pequeñas y Medianas comerciales de Huancayo consideran estar de acuerdo en obtener un financiamiento a través del mercado financiero, el cual constituye y permite poner en contacto a los agentes económicos, los ofertantes para efectuar transacciones financieras, lo cual es una herramienta muy factible para el crecimiento empresarial, en su inversión, también podemos ver que los porcentajes de 12.50% están en eso de poco acuerdo o en desacuerdo con respecto a sus inversiones, muchos mueven solo capital propio. Y el 25% representan un total desacuerdo del beneficio de financiar en el mercado financiero. Son porcentajes.
7. Sobre el posicionamiento en el mercado financiero, el 58,3% de las pequeñas y medianas empresas tiene como objetivo posicionarse en el mercado para lo cual va ser necesario que se mantengan activos al pasar los años y que desarrollen

una política que les permita ello, existe un 8.3% de los encuestados que expresan que nos les interesa el tema. Clave fundamental para que una empresa logre posicionarse es contar con una buena organización que apoye este fin y contar con un capital que les permita seguir creciendo para lo cual van a tener que recurrir al MAV para un financiamiento a tasa baja.

8. Sobre los costos competitivos, el 58,3% considera que acceder al Mercado Alternativo de Valores les generaría costos competitivos, mientras que el 16,7% manifiestan que el acceso al este segmento no tendrá influencia en los costos competitivos de las pequeñas y medianas empresas encuestadas. Al tener el conocimiento que al acceder a este mercado obtendrán financiamiento a menores tasas harán que sus productos que ofrezca al público tengan precios acordes al mercado, siendo los costos competitivos efectivos.

Buitrago & Ceballos (2016), en su investigación sobre el financiamiento de Pymes a través del segundo mercado de valores en Colombia, menciona que estas pymes puedan acceder al financiamiento de dicho mercado; pero ve que este mercado no se ajusta a las necesidades de las mismas, más por el contrario están enfocadas a las grandes empresas; con respecto a la presente investigación el mercado alternativo de valores si está enfocado a las pequeñas y medianas empresas.

Chango (2016), en su investigación desarrolla los beneficios bursátiles y tributarios de las pymes al financiar en el mercado bursátil, menciona que muchas de las pymes no financian en dicho mercado porque no conocen sobre el mismo; lo mismo sucede en la presente investigación, las Pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo no

tienen un conocimiento claro sobre el mercado alternativo de valores, lo cual limita el acceso a financiar en dicho mercado.

García (2018), desarrolla los mecanismos de financiamiento de empresas no corporativas a través del Mercado alternativo de valores, tomo en cuenta la reducción de los costos de emisión y facilitando el financiamiento a costos competitivos; con respecto a la presente investigación, las PYMES comerciales al financiar en dicho mercado tendrán la posibilidad de realizarlo a tasas menores en comparación con el mercado financiero, el cual permitirá el crecimiento y desarrollo de estas.

Lovera, Paco & Palomino (2017), mencionan que al igual que la presente investigación, muchas de las pequeñas y medianas empresas dependen del financiamiento de las entidades financieras y/o bancarias, que obtienen créditos para capital de trabajo u otro destino con tasas un poco elevadas sin ver que pueda haber otro tipo de financiamiento como el Mercado alternativo de valores, que especialmente está dirigido para este tipo de empresas.

Los resultados de la investigación tiene similitud con lo planteado por la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV) en el marco teórico, en cuanto al mercado alternativo de valores se menciona que es un segmento atractivo dirigido a las pequeñas y medianas empresas para que esta obtengan un financiamiento para lo cual deberán de cumplir con los requisitos para el acceso, dado los resultados las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo muestran que aún no están encaminadas a acceder a esta, por desconocimiento, por el modelo de negocio familiar para lo cual se deberá trabajar en su estructura, y en cuanto al financiamiento, se menciona que es un componente prioritario para el desarrollo y crecimiento de los microempresarios, dado los resultados estas empresas desean seguir continuando con su forma de

financiamiento actual, a pesar del interés en querer participar en el Mercado Alternativo de Valores.

El desconocimiento sobre el Mercado Alternativo de valores, así como de los requisitos para el acceso, no favorecen el posible acceso de las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo a este segmento, asimismo dado los resultados se asume que existirán más investigaciones a futuro que aporten conocimientos sobre el tema a toda la colectividad, debido a que constituye una investigación novedosa y escasamente realizada en la ciudad de Huancayo.

CONCLUSIONES

La teoría usada muestra conexión con respecto al desarrollo de la presente investigación en el sentido que los conceptos planteados de las variables Mercado Alternativo de Valores y financiamiento fueron aplicados para determinar si las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo pudiesen cumplir con los requisitos de acceso a este mercado de tal manera que obtengan el financiamiento a través del mismo.

La investigación se centra en el Mercado Alternativo de Valores y el financiamiento en la pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo, cabe señalar que estas empresas pueden participar en el Mercado Alternativo de Valores , pero por desconocimiento y por falta de preparación no acceden, a pesar de que brinda muchos beneficios; según lo mencionado en la teoría, la decisión de financiamiento puede ayudar a determinar el potencial y desarrollo de las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo, pero que por falta de ello no lo realizan en dicho mercado. Asimismo, según la teoría, el financiamiento es un componente esencial para las pequeñas y medianas empresa dado que les permite mantener su capacidad productiva mediante préstamos y créditos financieros y/o bancarios para su crecimiento y desarrollo.

A continuación, se detalla las conclusiones del presente trabajo de investigación, las cuales son las siguientes:

1. Si existe relación positiva entre el Mercado Alternativo de Valores y el financiamiento en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo, debido a que la gran mayoría de estas muestran interés con esta forma de obtener financiamiento para sus empresas ingresando a este mercado, como se muestra en

la figura 15, pero por temor y debido a una escasa experiencia de estas empresas respecto a este mercado, conlleva a que sigan financiándose a través de los bancos y/o instituciones financieras.

2. Existe relación positiva entre el Mercado Alternativo de Valores y el mercado financiero en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo, debido a que la gran mayoría de las empresas encuestadas no estarían dispuestas a tomar la decisión de financiar en este mercado, esto debido a que hay poca información que se tienen al respecto, y también porque lo ven lejano e inalcanzable, por lo tanto mientras no haya el interés de conocer y financiar en este mercado no podrán beneficiarse de las bondades que brinda. En ambos mercados, tanto en el mercado financiero como en el Mercado Alternativo de Valores se puede obtener el financiamiento, pero muchas de las empresas encuestadas deciden por el financiamiento a través de las instituciones financieras y/o bancarias, según muestra la figura 16.

3. La relación que existe entre el Mercado Alternativo de Valores y el posicionamiento en el mercado en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo es positiva, debido a que toda empresa siempre busca un posicionamiento y reconocimiento en el mercado, desarrollando su historial crediticio, el cual permitirá asegurar el éxito y la viabilidad económica, este posicionamiento sería mucho mayor si se financia en el Mercado Alternativo de Valores, tal como se muestra la figura 17.

4. Se concluye que la relación que existe entre el Mercado Alternativo de Valores y los costos competitivos en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo, es positiva, si bien es cierto las empresas buscan ser efectivos en el mercado; la mayoría de las empresas encuestadas consideran que al acceder a dicho mercado tendrían mejores costos competitivos, porque este mercado ofrece de 6.08% como tasa promedio en comparación con la tasa bancaria que alcanza el 11.52%.

RECOMENDACIONES

1. Las instituciones públicas tales como: la SUNAT, Cámara de Comercio de Huancayo, El Gobierno regional de Junín entre otras entidades deben promover conferencias y seminarios para las pequeñas y medianas empresas de Huancayo que traten temas del “Mercado Alternativo de valores” y otros temas financieros de tal manera que hagan frente a sus necesidades y obtengan un financiamiento que genere rentabilidad. Asimismo, se sugiere en un futuro la publicidad de los resultados obtenidos en la presente investigación.
2. Se recomienda a los directivos y/o dueños de las pequeñas y medianas empresas, así como a las empresas encuestadas a prepararse y capacitarse en temas relacionados a la presente investigación, asimismo tener predisposición al cambio y mejora, para que vean que existen otras formas de financiamiento más rentables por aprovechar que el sistema financiero y/o bancario les otorga. El Mercado Alternativo de Valores es una herramienta muy positiva para el financiamiento de las Pequeñas y Medianas empresas de Huancayo, este mercado es regulado por la Superintendencia de Mercado y Valores, lo cual certifica que es seguro y confiable. La aplicación de los resultados de la presente investigación debe ser realizada correctamente para poder evitar posibles errores.
3. Se sugiere a las pequeñas y medianas empresas de Huancayo contar con toda la información documentaria y obligatoria al día, asimismo cada cierto tiempo deberían de realizar auditorías y contar con asesoramientos que les permita encaminarse hacia el acceso al Mercado Alternativo de Valores logrando crecer, desarrollarse y posicionarse en el mercado financiero. Para posteriores investigaciones se sugiere mejores los métodos de investigación a utilizar.

4. Los cambios son difíciles de realizar y más para las empresas que surgieron en un ámbito familiar, basado en esta premisa, se recomienda a las pequeñas y medianas empresas de Huancayo cambiar el tipo de sociedad para adecuarse al modelo que les permita acceder al Mercado Alternativo de valores y que les genere costos competitivos frente a sus competidores. Asimismo, se sugiere usar los resultados del presente trabajo en futuras investigaciones y/o para los fines que sean necesarios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Vara Horna, A. A. (2015). *7 Pasos Para Elaborar Una Tesis*. (E. E. EIRL, Ed.) lima: MACRO.
- ¿Que es el Financiamiento? (27 de 08 de 2019). *VIRUS. COM.AR*, 1. Obtenido de <https://www.vivus.com.ar/blog/que-es-financiamiento>
- ACTUALICESE. (29 de Mayo de 2014). Obtenido de <https://actualicese.com/definicion-de-una-empresa-comercial/#:~:text=Las%20empresas%20comerciales%20son%20aquellas,no%20realizan%20ning%C3%BAAn%20tipo%20de>
- Aguilar Soriano , K. Y., & Cano Ramirez, N. E. (2017). *Fuentes de Fianaciamiento para el Incremento de la Rentabilidad de las Mypes de la Provincia de Huancayo*. Tesis, Universidad Nacional del Centro , Huancayo.
- Alvarez, M. (2017). *FINANZAS Y MERCADO DE CAPITALLES*. LIMA: ACTUALIDAD EMPRESARIAL.
- Andía Valencia , W. (2010). *Manual Práctico de Finanzas Empresariales*. Lima: Walter Andía Valencia.
- Asurza, N. (2015). Efectos del mercado alternativo de valores en la gestión financiera de las empresas Comerciales - Lima Metropolitana. Lima, Lima, Perú. Obtenido de www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1912/1/asurza_hne.pdf
- Banco Central de Reserva del Perú. (Diciembre de 2018). 450 Años de la primera acuñación en la casa de moneda de Lima. (R. Urbina, Ed.) *Revista Moneda 176*, 23. Obtenido de bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Moneda/moneda-176/moneda-176-04.pdf
- BCRP. (12 de 2019). *Tasas Maximas de Interes Convencional para oeraciones y el sistema Financiero*. Obtenido de BCRP: <http://www.bcrp.gob.pe/apps/tasa-max-interes-ajenasSF/>
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la Investigación Científica*. Bogotá: PEARSON.
- Bolsa de Valores de Lima . (Abril de 2019). *Bolsa de Valores de Lima* . Obtenido de Bolsa de Valores de Lima : <https://www.bvl.com.pe/mav/MAV-201904.pdf>
- Bolsa de Valores de Lima . (s.f.). *Bolsa de Valores de Lima* . Obtenido de Bolsa de Valores de Lima : <https://www.bvl.com.pe/acercalaempresa.html>
- Bolsa de Valores de Lima . (s.f.). *Bolsa de Valores de Lima* . Obtenido de Bolsa de Valores de Lima : <https://www.bvl.com.pe/eduayuda.html>
- Bolsa de Valores de Lima. (2019). *Mercado Alternativo de Valores*. Lima.
- Bolsa de Valores de Lima. (s.f.). *Bolsa de Valores de Lima*. Obtenido de Bolsa de Valores de Lima: https://www.bvl.com.pe/eduayuda_glosario.html

- Buitrago, A., & Ceballos, L. (2016). *Financiamiento de Pymes a través del Segundo Mercado de Valores en Colombia*. Bogotá: Universidad de La Salle.
- Calambrogio, P., & Maldonado, A. (Febrero de 2019). MERCADO ALTERNATIVO DE VALORES - CASO: ECOSAC. Lima, Perú: Repositorio Institucional de Piura. Obtenido de https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4079/MDE_1902.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- CAURIN, J. (20 de SETIEMBRE de 2017). Posicionamiento de mercado. *emprende pyme.net*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/posicionamiento-de-mercado>
- Chango, H. (2016). *Beneficios bursátiles y tributarios para Pymes en el Mercado de Valores del Ecuador*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas, Maestría en Administración de Empresas.
- Córdova Baldeón , I. (2013). *El proyecto de investigación cuantitativa*. Lima: San Marcos.
- Diario El Comercio. (13 de marzo de 2019). *Diario El Comercio*. Obtenido de Diario El Comercio: <https://elcomercio.pe/economia/peru/campusur-ingresa-mercado-alternativo-valores-emision-us-2-millones-noticia-nndc-616401>
- Diario Gestión. (13 de 09 de 2018). *Diario Gestión*. Obtenido de Diario Gestión: <https://gestion.pe/economia/mercados/mav-permitiria-pymes-obtener-financiamiento-us-80-millones-ano-244318-noticia/>
- Diario Gestión. (5 de 7 de 2019). ¿Cuánto tiempo puede tardar una empresa en conseguir financiamiento en el mercado de valores? *CUANTO TIEMPO PUEDE UNA EMPRESA EN CONSEGUIR FINANCIAMIENTO EN EL MERCADO*. Obtenido de <https://gestion.pe/tu-dinero/bvl-tardar-empresa-financiamiento-mercado-valores-272344-noticia/>
- Diario Gestión. (4 de julio de 2019). *Diario Gestión*. Obtenido de Diario Gestión: <https://gestion.pe/tu-dinero/bvl-costos-financiarse-mav-menor-tasas-creditos-bancarios-272232>
- Diario Oficial el Peruano. (2 de julio de 2013). *Diario Oficial el Peruano*. Obtenido de Diario Oficial el Peruano: diariooficial.elperuano.pe/Normas
- Dirección General de Industria. (2011). *Análisis Regional de Empresas Industriales REGION JUNIN*.
- Espejo, F. G. (2019). *Tesis Desarrollo Metodológico de la Investigación*. Lima.
- Flores Peña , V. M. (2018). *Estrategias de Financiamiento para la Rentabilidad de las Empresas de Servicio en la Provincia de Huancayo*. Tesis, Universidad Peruana Los Andes , Huancayo. Obtenido de <http://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/UPLA/603/Tesis%20Vilmo%20Flores%20-%202018.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Franco, M. (28 de Octubre de 2013). Oportunidades para aprovechar y crecer, Colombia. Colombia: obtenido de repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/1190/tesis%20maestría.pdf?sequence=5. Obtenido de repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/1190/Tesis%20Maestría.pdf?sequence=5
- García, D. (2018). Diseño e implementación de un mecanismo para el financiamiento de empresas no corporativas peruanas a través del mercado de valores: Mercado Alternativo de Valores (MAV). Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- García, E. (4 de Julio de 2019). BVL: Costo de Financiarse en el MAV es menor a tasas de Créditos Bancarios. *Gestión Tu Dinero*. Obtenido de <https://gestion.pe/tu-dinero/bvl-costos-financiarse-mav-menor-tasas-creditos-bancarios-272232-noticia/>
- Gestión. (25 de julio de 2018). SMV Aprueba Hasta 7 Modificaciones al Reglamento del Mav para nuevos Emisores. *Gestión*. Obtenido de <https://gestion.pe/>
- Gestión. (13 de 10 de 2019). FINANZAS PERSONALES. *GESTION FINANZAS PERSONALES*. Obtenido de <https://gestion.pe/tu-dinero/finanzas-personales/tarjetas-de-credito-por-que-es-importante-tener-buen-historial-credicio-y-que-beneficios-trae-fotos-noticia/>
- Instituto Peruano de Economía. (s.f.). Obtenido de <https://www.ipe.org.pe/portal/clasificadoras-de-riesgo/>
- Lovera, M., Paco, E., & Palomino, H. (12 de junio de 2017). Factores críticos de éxito para el acceso de la mediana empresa al mercado alternativo de valores. Lima, Lima, Perú. Obtenido de tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/9418/Lovera%20López_Paco%20Apaza_Palomino%20Palomino3.pdf?sequence=1
- Mendiola, A., Aguirre, C., Alatriza, Y., Levano, F., & Vera, C. (2015). *El mercado alternativo de valores como mecanismo de financiamiento para la mediana empresa Propuesta normativa de mejora*. Lima: Esan.
- Ministerio de Economía y Finanzas . (18 de Diciembre de 2018). *Ministerio de Economía y Finanzas* . Obtenido de Ministerio de Economía y Finanzas : <https://www.mef.gob.pe/es/noticias/notas-de-prensa-y-comunicados?id=5846>
- Pedro López, S. F. (2015). *Metodología de la Investigación Social Cuantitativa*. Barcelona: creative commons. Obtenido de https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsoccaa_a2016_cap2-3.pdf
- Pérez, O., & Rivera, A. (2013). Análisis del Mercado de Valores Ecuatoriano como fuente de inversión para la Pymes del Cantón Milagro. Milagro: Universidad Estatal de Milagro, Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.
- Portal del Comerc Sostenible. (2018). La Negociacion Con Entidades Financieras. *Xarxa Afic*, 1-3. Obtenido de <https://www.portaldelcomerciante.com/es/articulo/la-negociacion-entidades-financieras>

- Portal Para Quitarse el Sombrero. (Diciembre de 2018). *Portal Para Quitarse el Sombrero*. Obtenido de Portal Para Quitarse el Sombrero: <https://www.pqs.pe/actualidad/noticias/finanzas-para-pymes-que-es-el-mercado-alternativo-de-valores>
- Rankia. (2019). MEJORES ACCIONES PARA INVERTIR EN EL PERU. *RANKIA PERU Y SUS EMPRESAS*, 1. Obtenido de <https://www.rankia.pe/blog/analisis-igbv1/4092872-mejores-acciones-para-invertir-peru-2019>
- Rivadeneira, A. (2013). *Alternativa de financiamiento para pequeñas y medianas empresas (PYMES) en Ecuador*. Ecuador, Quito: Obtenido de repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/10316/TESIS-PUCE-Nuñez%20Rivadeneira%20Pao.
- Significados. (26 de Julio de 2019). Obtenido de <https://www.significados.com/financiamiento/>
- Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. (2014). tipos de Instrumentos de Deuda. Obtenido de <http://www.sbs.gob.pe/supervisados-y-registros/empresas-supervisadas/informacion-sobre-supervisadas/sistema-privado-de-pensiones-supervisadas/valorizacion-de-instrumentos/indice/conceptos-fundamentales/instrumentos-de-renta-fija/tipos-de-instrumentos-de-d>
- SUPERINTENDENCIA DE BANCA, SEGUROS Y AFP. (s.f.). *SUPERINTENDENCIA DE BANCA, SEGUROS Y AFP*. Obtenido de SUPERINTENDENCIA DE BANCA, SEGUROS Y AFP: <http://www.sbs.gob.pe/quienessomos>
- Superintendencia de Mercado de Valores . (29 de Junio de 2012). *Superintendencia de Mercado de Valores*. Obtenido de Superintendencia de Mercado de Valores .
- Superintendencia de Mercado de valores . (s.f.). *Superintendencia de Mercado de valores*. Obtenido de Superintendencia de Mercado de valores : https://www.smv.gob.pe/Frm_VerArticulo?data=4BF937842B3A0A085D942F2E13337DDFBC24C632B6F12BACB5B8E999596EC99368B9819C22
- Superintendencia del Mercado de Valores. (Agosto de 2019). *Superintendencia del Mercado de Valores*. Obtenido de Superintendencia del Mercado de Valores: <https://www.smv.gob.pe/Uploads/EstadisticasMAV.pdf>
- Urbina , R. (2018). *Funcionamiento del Mercado Alternativo de Valores*. Lima: Moneda. Recuperado el 14 de Febrero de 2020, de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Moneda/moneda-176/moneda-176-04.pdf>
- Vallina, N. (20 de MARZO de 2019). PRESTAMOS PARA EMPRESAS. *RANKIA*, 2. Obtenido de <https://www.rankia.com/blog/mejores-creditos-y-prestamos/2003072-prestamos-para-empresas-caracteristicas-tipos>
- Vara Horna, A. A. (2015). *Los 7 Pasos Para Elaborar Una Tesis*. Macro EIRL.

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO: Mercado Alternativo de Valores y el financiamiento en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo - 2018

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Marco Teórico	Variables Dimensiones	Metodología de Investigación	
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General			METODO DE INVESTIGACION - General: método científico - Específico: deductivo	
¿Qué relación existe entre el Mercado Alternativo de Valores y el financiamiento en las Pequeñas y Medianas empresas comerciales de Huancayo - 2018?	Establecer la relación que existe entre el mercado alternativo de valores y el financiamiento en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo - 2018.	Existe una relación entre el mercado alternativo de valores y el financiamiento en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo - 2018.	<p style="text-align: center;">V1 Mercado Aletrnativo de Valores</p> <p>El MAV es un segmento del Mercado de Valores que está regulado por la SMV además es un canal para el financiamiento del sector privado ya que es un mercado dirigido específicamente a las pequeñas y medianas empresas peruanas con el fin de obtener financiamiento del mercado de capitales (Urbina , 2018, p.2)</p>	<p>Variable 1 X Mercado Alternativo de Valores</p> <p>X_1 Decisión de Financiamiento</p> <p>X_2 Preparación de requisitos obligatorios</p> <p>X_3 Estructuración de financiamiento</p>	TIPO DE INVESTIGACION - Aplicada	
Problema Especificos	Objetivo Especificos	Hipótesis Especificos				NIVEL - Correlacional
-¿Qué relación existe entre el Mercado Alternativo de Valores y el mercado financiero en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo - 2018?	- Determinar la relación que existe entre el Mercado Alternativo de Valores y el mercado financiero en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo – 2018.	Existe una relación positiva entre el Mercado Alternativo de Valores y el mercado financiero en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo – 2018.	<p style="text-align: center;">V2 Financiamiento</p> <p>El financiamiento es un componente prioritario para el desarrollo y crecimiento de los microempresarios, debido a que les permite mantener sus operaciones y aumentar la capacidad productiva generando más ingresos y aumentos en los rendimientos financieros. Chagerben Salinas, Hidalgo Arriaga, & Yagual Velastegui (2017)</p>		DISEÑO - Descriptivo correlacional	
- ¿Qué relación existe entre el Mercado alternativo de valores y el posicionamiento en el mercado en las pequeñas y Medianas empresas comerciales de Huancayo - 2018?	-Determinar la relación que existe entre el Mercado alternativo de valores y el posicionamiento en el mercado en las pequeñas y Medianas empresas comerciales de Huancayo – 2018.	Existe una relación positiva entre el Mercado alternativo de valores y el posicionamiento en el mercado en las pequeñas y Medianas empresas comerciales de Huancayo – 2018.	<p style="text-align: center;">7 Pa sos Para Elaborar Una Tesis Vara Horna, A. A. (2015).. (E. E. EIRL, Ed.) lima: MACRO</p> <p>Metodología de la Investigación Científica. Bernal, C. (2016). Bogotá: PEARSON.</p> <p>El proyecto de investigación cuantitativa. Córdova Baldeón , I. (2013). Lima: San Marcos.</p> <p>Tesis Desarrollo Metodológico de la Investigación. Espejo, F. G. (2019). Lima.</p>	<p>Variable 2 Y Financiamiento</p> <p>Y_1: Mercado Financiero</p> <p>Y_2: Posicionamiento en el mercado</p> <p>Y_3: Costos Competitivos</p>	TECNICA - Encuesta	
- ¿Qué relación existe entre Mercado alternativo de valores y los costos competitivos en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo - 2018?	-Determinar la relación que existe entre Mercado alternativo de valores y los costos competitivos en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo - 2018.	Existe una relación positiva entre el Mercado alternativo de valores y los costos competitivos en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo – 2018.			INSTRUMENTO - Cuestionario	
					POBLACION N = 237 Empresas	
					MUESTRA La muestra estuvo conformada por 22 empresas entre pequeñas y medianas, de las cuales 6 empresas brindaron las facilidades y todo lo que requerido para llevar a cabo la presente investigación.	
					METODO DE ANALISIS DE DATOS - Análisis descriptivo - Análisis inferencial	

ANEXO 2: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

TITULO: Mercado Alternativo de Valores y el financiamiento en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo - 2018

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA VALORATIVA
Mercado Alternativo de Valores	El MAV es un segmento del Mercado de Valores que está regulado por la SMV además es un canal para el financiamiento del sector privado ya que es un mercado dirigido exclusivamente a las PYMES peruanas con el fin de obtener financiamiento del mercado de capitales (Urbina , 2018, p.2)	Mercado Alternativo de Valores se encontrara definido operacionalmente a través de su dimensiones Decisión, preparación y estructuración , los mismos que serán medidos a través de un cuestionario	Decisión de financiamiento	Beneficios	Nominal
				Desarrollo mediante Financiamiento	
				Características del MAV	
			Preparación de requisitos Obligatorios	Requisitos legales	
				Requisitos societarios	
				Requisitos de Gestión	
				Requisitos de información	
			Estructuración de financiamiento	Definición de tipo de financiamiento	
				Instrumentos de corto plazo	
				Bonos	
				Acciones	

Financiamiento	El financiamiento es un componente prioritario para el desarrollo y crecimiento de los microempresarios, debido a que les permite mantener sus operaciones y aumentar la capacidad productiva generando más ingresos y aumentos en los rendimientos financieros. Chagerben Salinas, Hidalgo Arriaga, & Yagual Velastegui (2017).	El financiamiento se encontrará definido operacionalmente a través de la Razón de financiamiento, el cual será medido por una guía de análisis documental.	Mercado financiero	Mercado de dinero	Nominal
				Mercado de valores	
			Posicionamiento en el Mercado	Trac record/ Historial crediticio	
				Poder de Negociación	
				Mejores condiciones para el crédito	
			Costos competitivos	Tasa Promedio MAV	
Tasa Promedio sist. Bancario					

ANEXO 3: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DEL INSTRUMENTO

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Respuesta	
Mercado Alternativo de Valores	Decisión de Financiamiento	Beneficios	1. ¿Estar en el mercado alternativo de valores otorga prestigio frente a sus clientes y proveedores?	Escala Likert 5= Muy de acuerdo 4= Algo de acuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 2 = Algo en desacuerdo 1 = Muy en desacuerdo	
			2. ¿El mercado alternativo de valores permite el desarrollo de la empresa?		
		Desarrollo mediante financiamiento	3. ¿El mercado alternativo de valores es una forma de crecer empresarialmente y financieramente?		
		Características del MAV	4. ¿El mercado alternativo de valores es una buena alternativa de financiamiento?		
	Preparación de Requisitos Obligatorios	Requisitos legales	5. ¿Año a año el capital de su empresa crece en su capital social?		
			6. ¿Tiene planeado aumentar su capital social para participar en la bolsa de valores?		
			7. ¿El reglamento del mercado de valores se preocupa para hacer crecer a su empresa?		
		Requisitos societarios	8. ¿La adopción de acuerdos y modificaciones societarias con frecuencia en su empresa muestran un crecimiento empresarial?		
			9. ¿Manejar un acta sobre la adopción de acuerdos societarios dentro de la empresa, es un reflejo de madurez empresarial?		
		Requisitos de Gestión	10. ¿Los tiempos y procedimientos que se debe seguir para ingresar al Mercado Alternativo de Valores no son tan complicados?		
		Requisitos de información	11. ¿Los estados financieros de los periodos correspondientes demuestran que la empresa va desarrollándose?		
			12. ¿Estoy de acuerdo con un estatuto social actualizado, debidamente suscrito por el representante legal para acuerdos sobre aumento de capital y/o modificaciones?		
		Estructuración de Financiamiento	Bonos		13. ¿Su empresa tiene la capacidad de emitir bonos bajo oferta pública?
			Instrumentos a Corto Plazo		14. ¿La empresa cuenta con pagarés emitidos por préstamos bancarios?
			Acciones		15. ¿Se debe aumentar el accionariado de la empresa para que aumente su capital social?

Financiamiento	Mercado financiero	Mercado de dinero	16. ¿Con qué frecuencia usted recibe financiamiento por parte de entidades supervisadas por la SBS (bancos, financieras o cajas municipales)?	Escala Likert 5= Muy de acuerdo 4= Algo de acuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 2 = Algo en desacuerdo 1 = Muy en desacuerdo
		Mercado de valores	17. ¿En los planes de su empresa está recibir financiamiento mediante la negociación de activos financieros o valores mobiliarios?	
	Posicionamiento en el mercado	Trac record/ Historial crediticio	18. ¿Su empresa se encuentra accesible a obtener financiamiento de entidades financieras?	
			19. ¿Considera usted que su empresa cuenta con un buen historial crediticio?	
			20. ¿Mantiene usted créditos vigentes con instituciones financieras actualmente?	
		Poder de Negociación	21. ¿Cuenta con poder de negociación al realizar sus actividades propias del giro del negocio?	
			22. ¿Conoce usted sobre el financiamiento a través del Mercado Alternativo de Valores?	
		Mejores condiciones para el crédito	23. ¿Cuenta con financiamiento netamente de entidades financieras?	
	24. ¿Sabía usted que al financiarse en el MAV obtendrá mejores tasas de interés?			
	Costos Competitivos	Tasa Promedio MAV	25. ¿Sabía usted que la tasa promedio que el Mercado Alternativo de Valores ofrece van del 4 al 8 por ciento?	
			26. ¿La empresa actualmente cuenta con una tasa preferencial en las entidades bancarias?	
			27. ¿Usted cree que la tasa de interés que manejan las entidades financieras con la empresa es baja?	
		Tasa Promedio sist. Bancario	28. ¿La empresa antes de obtener un préstamo evalúa las tasas de las distintas entidades bancarias?	
			29. ¿Las tasas de interés de los préstamos obtenidos por la empresa van en promedio del 10 al 15 por ciento anual?	
30. ¿El solicitar un crédito ayuda a tener costos competitivos con respecto a otras empresas?				

ANEXO 4: EL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN Y CONSTANCIA DE SU APLICACIÓN

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
CARRERA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

CUESTIONARIO

Mediante el presente documento nos presentamos a Usted a fin de obtener información relevante para el desarrollo de nuestra tesis titulada “**MERCADO ALTERNATIVO DE VALORES Y EL FINANCIAMIENTO EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS COMERCIALES DE HUANCAYO - 2018**” el cual nos permitirá medir las variables de investigación y probar nuestra hipótesis, del cual pedimos nos apoye en las respuestas; quedando agradecidos por su intervención y haciendo la aclaración de que dicha información será **reservada y anónima**.

INSTRUCCIONES: A continuación usted encontrará un conjunto de ítems relacionados hacia la evasión tributaria y recaudación fiscal, marque con una “X” en la columna la alternativa según considere conveniente.

Muy de acuerdo	5
Algo de acuerdo	4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
Algo en desacuerdo	2
Muy en desacuerdo	1

VARIABLE: MERCADO ALTERNATIVO DE VALORES						
PREGUNTAS		Alternativas de Respuestas				
		1	2	3	4	5
Decisión de Financiamiento						
01	¿Estar en el mercado alternativo de valores otorga prestigio frente a sus clientes y proveedores?					
02	¿El mercado alternativo de valores permite el desarrollo de la empresa?					
03	¿El mercado alternativo de valores es una forma de crecer empresarialmente y financieramente?					
04	¿El mercado alternativo de valores es una buena alternativa de financiamiento?					
Preparación de Requisitos Obligatorios						
05	¿Año a año el capital de su empresa crece en su capital social?					
06	¿Tiene planeado aumentar el capital social para participar en la bolsa de valores?					
07	¿El reglamento del mercado de valores se preocupa para hacer crecer a su empresa?					
08	¿La adopción de acuerdos y modificaciones societarias con frecuencia en su empresa muestran un crecimiento empresarial?					
09	¿Manejar un acta sobre la adopción de acuerdos societarios dentro de la empresa, es un reflejo de madurez empresarial?					
10	¿Los tiempos y procedimientos que se debe seguir para ingresar al Mercado Alternativo de Valores no son tan complicados?					
11	¿Los estados financieros de los periodos correspondientes demuestran que la empresa va desarrollándose?					

12	¿Estoy de acuerdo con el estatuto social actualizado, debidamente suscrito por el representante legal para acuerdos sobre aumento de capital y/o modificaciones?					
Estructuración de Financiamiento.						
13	¿Su empresa tiene la capacidad de emitir bonos bajo oferta pública?					
14	¿La empresa cuenta con pagarés emitidos por préstamos bancarios?					
15	¿Se debe aumentar el accionariado de la empresa para que aumente su capital social?					

VARIABLE: FINANCIAMIENTO						
PREGUNTAS		Alternativas de Respuestas				
		1	2	3	4	5
Mercado Financiero						
16	¿Con qué frecuencia usted recibe financiamiento por parte de entidades supervisadas por la SBS (bancos, financieras o cajas municipales)?					
17	¿En los planes de su empresa está recibir financiamiento mediante la negociación de activos financieros o valores mobiliarios?					
Posicionamiento en el Mercado						
18	¿Su empresa se encuentra accesible a obtener financiamiento de entidades financieras?					
19	¿Considera usted que su empresa cuenta con un buen historial crediticio?					
20	¿Mantiene usted créditos vigentes con instituciones financieras actualmente?					
21	¿Cuenta con poder de negociación al realizar sus actividades propias del giro del negocio?					
22	¿Conoce usted sobre el financiamiento a través del Mercado Alternativo de Valores?					
23	¿Cuenta con financiamiento netamente de entidades financieras?					
24	¿Sabía usted que al financiarse en el MAV obtendrá mejores tasas de interés?					
Costos Competitivos						
25	¿Sabía usted que la tasa promedio que el Mercado Alternativo de Valores ofrece van del 4 al 8 por ciento?					
26	¿La empresa actualmente cuenta con una tasa preferencial en las entidades bancarias?					
27	¿Usted cree que la tasa de interés que manejan las entidades financieras con la empresa es baja?					
28	¿La empresa antes de obtener un préstamo evalúa las tasas de las distintas entidades bancarias?					
29	¿Las tasas de interés de los préstamos obtenidos por la empresa van en promedio del 10 al 15 por ciento anual?					
30	¿El solicitar un crédito ayuda a tener costos competitivos con respecto a otras empresas?					

CONSTANCIA DE APLICACIÓN DE LA ENCUESTA



Universidad Peruana Los Andes
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Carrera Profesional: Contabilidad y Finanzas

**Solicita: AUTORIZACION DE UN TRABAJO DE INVESTIGACION**

Señor: *GESD CENTRO SDC*
GERENCIA GENERAL

Presente.

Las, **BACH. RAMOS QUISPE, Alexandra Mafer**, identificado con DNI N° 70343984 y **BACH. DIONISIO RUIZ, Dennit Kari**, identificado con DNI N° 70292402 en calidad de investigadores. Es de nuestro interés realizar la investigación cuyo título es: **"MERCADO ALTERNATIVO DE VALORES Y EL FINANCIAMIENTO EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS COMERCIALES DE HUANCAYO - 2018"**.

El objetivo de esta petición es recoger información estadística, así mismo comprometiéndonos, que una vez terminado el proceso de análisis de los datos, se entregara un ejemplar del levantamiento de la información.

Es importante señalar que esta actividad no conlleva ningún gasto para su institución y/o empresa y que se tomarán los resguardos necesarios para no interferir con el normal funcionamiento de las actividades propias de la institución. De igual manera, se entregará a los colaboradores un consentimiento informado donde se les invita a participar del proyecto y se les explica en qué consistirá el trabajo de investigación.

Sin otro particular y esperando una buena acogida, se despiden Atte.

Huancayo 07 de septiembre de 2020

BACH. RAMOS QUISPE, Alexandra Mafer
DNI N° 70343984

BACH. DIONISIO RUIZ, Dennit Kari
DNI N° 70292402



Universidad Peruana Los Andes
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Carrera Profesional: Contabilidad y Finanzas



Solicita: AUTORIZACION DE UN TRABAJO DE INVESTIGACION

Señor:

HUGO GRANDE BUENO
GERENTE GENERAL - GRUPO LA GRANDE S.A.C

Presente.

Las, **BACH. RAMOS QUISPE, Alexandra Mafer**, identificado con DNI N° 70343984 y **BACH. DIONISIO RUIZ, Dennit Kari**, identificado con DNI N° 70292402 en calidad de investigadores. Es de nuestro interés realizar la investigación cuyo título es: **"MERCADO ALTERNATIVO DE VALORES Y EL FINANCIAMIENTO EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS COMERCIALES DE HUANCAYO - 2018"**.

El objetivo de esta petición es recoger información estadística, así mismo comprometiéndonos, que una vez terminado el proceso de análisis de los datos, se entregara un ejemplar del levantamiento de la información.

Es importante señalar que esta actividad no conlleva ningún gasto para su institución y/o empresa y que se tomarán los resguardos necesarios para no interferir con el normal funcionamiento de las actividades propias de la institución. De igual manera, se entregará a los colaboradores un consentimiento informado donde se les invita a participar del proyecto y se les explica en qué consistirá el trabajo de investigación.

Sin otro particular y esperando una buena acogida, se despiden Atte.

Huancayo 07 de septiembre de 2020

BACH. RAMOS QUISPE, Alexandra Mafer
DNI N° 70343984

BACH. DIONISIO RUIZ, Dennit Kari
DNI N° 70292402

L. VP Luis Guoan
2020 09 07
recibido



Universidad Peruana Los Andes
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Carrera Profesional: Contabilidad y Finanzas



Solicita: AUTORIZACION DE UN TRABAJO DE INVESTIGACION

Señor: *Jessica Ramos*
Mesa de Partes - Lopeza Industrial S.A.

Presente.

Las, **BACH. RAMOS QUISPE, Alexandra Mafer**, identificado con DNI N° 70343984 y **BACH. DIONISIO RUIZ, Dennit Kari**, identificado con DNI N° 70292402 en calidad de investigadores. Es de nuestro interés realizar la investigación cuyo título es: **"MERCADO ALTERNATIVO DE VALORES Y EL FINANCIAMIENTO EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS COMERCIALES DE HUANCAYO - 2018"**.

El objetivo de esta petición es recoger información estadística, así mismo comprometiéndonos, que una vez terminado el proceso de análisis de los datos, se entregara un ejemplar del levantamiento de la información.

Es importante señalar que esta actividad no conlleva ningún gasto para su institución y/o empresa y que se tomarán los resguardos necesarios para no interferir con el normal funcionamiento de las actividades propias de la institución. De igual manera, se entregará a los colaboradores un consentimiento informado donde se les invita a participar del proyecto y se les explica en qué consistirá el trabajo de investigación.

Sin otro particular y esperando una buena acogida, se despiden Atte.

Huancayo 07 de septiembre de 2020

BACH. RAMOS QUISPE, Alexandra Mafer
DNI N° 70343984

BACH. DIONISIO RUIZ, Dennit Kari
DNI N° 70292402





Universidad Peruana Los Andes
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Carrera Profesional: Contabilidad y Finanzas



Solicita: AUTORIZACION DE UN TRABAJO DE INVESTIGACION

Señor:

DIEGO VELASQUEZ DAVILA
GERENTE GENERAL - PROCESADOR DE ALIMENTOS VELASQUEZ S.A.C.

Presente.

Las, **BACH. RAMOS QUISPE, Alexandra Mafer**, identificado con DNI N° **70343984** y **BACH. DIONISIO RUIZ, Dennit Kari**, identificado con DNI N° **70292402** en calidad de investigadores. Es de nuestro interés realizar la investigación cuyo título es: **"MERCADO ALTERNATIVO DE VALORES Y EL FINANCIAMIENTO EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS COMERCIALES DE HUANCAYO - 2018"**.

El objetivo de esta petición es recoger información estadística, así mismo comprometiéndonos, que una vez terminado el proceso de análisis de los datos, se entregara un ejemplar del levantamiento de la información.

Es importante señalar que esta actividad no conlleva ningún gasto para su institución y/o empresa y que se tomarán los resguardos necesarios para no interferir con el normal funcionamiento de las actividades propias de la institución. De igual manera, se entregará a los colaboradores un consentimiento informado donde se les invita a participar del proyecto y se les explica en qué consistirá el trabajo de investigación.

Sin otro particular y esperando una buena acogida, se despiden Atte.

Huancayo 07 de septiembre de 2020

BACH. RAMOS QUISPE, Alexandra Mafer
DNI N° 70343984

BACH. DIONISIO RUIZ, Dennit Kari
DNI N° 70292402

*Recibido
19/09/20.*



**Solicita: AUTORIZACIÓN DE UN TRABAJO DE
INVESTIGACIÓN**



Señor: **ANDREA SINCHE H.**
GERENTE - IMPORTACIONES DEL CENTRO PLASTIC ANDREA SRL.
Presente.

Las, **BACH. RAMOS QUISPE, Alexandra Mafer**, identificado con DNI N° **70343984** y **BACH. DIONISIO RUIZ, Dennit Kari**, identificado con DNI N° **70292402** en calidad de investigadores. Es de nuestro interés realizar la investigación cuyo título es: **“MERCADO ALTERNATIVO DE VALORES Y EL FINANCIAMIENTO EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS COMERCIALES DE HUANCAYO - 2018”**.

El objetivo de esta petición es recoger información estadística, así mismo comprometiéndonos, que una vez terminado el proceso de análisis de los datos, se entregara un ejemplar del levantamiento de la información.

Es importante señalar que esta actividad no conlleva ningún gasto para su institución y/o empresa y que se tomarán los resguardos necesarios para no interferir con el normal funcionamiento de las actividades propias de la institución. De igual manera, se entregará a los colaboradores un consentimiento informado donde se les invita a participar del proyecto y se les explica en qué consistirá el trabajo de investigación.

Sin otro particular y esperando una buena acogida, se despiden Atte.

Huancayo 07 de Septiembre de 2020

Recibido
Andrea

BACH. RAMOS QUISPE, Alexandra Mafer
DNI N° 70343984

BACH. DIONISIO RUIZ, Dennit Kari
DNI N° 70292402



Solicita: **AUTORIZACIÓN DE UN TRABAJO DE
INVESTIGACIÓN**



Señor: **CENTRAL Galletas Marie S.A.C**
A **GERENCIA GENERAL**
Presente.

Las, **BACH. RAMOS QUISPE, Alexandra Mafer**, identificado con DNI N° **70343984** y **BACH. DIONISIO RUIZ, Dennit Kari**, identificado con DNI N° **70292402** en calidad de investigadores. Es de nuestro interés realizar la investigación cuyo título es: **“MERCADO ALTERNATIVO DE VALORES Y EL FINANCIAMIENTO EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS COMERCIALES DE HUANCAYO - 2018”**.

El objetivo de esta petición es recoger información estadística, así mismo comprometiéndonos, que una vez terminado el proceso de análisis de los datos, se entregara un ejemplar del levantamiento de la información.

Es importante señalar que esta actividad no conlleva ningún gasto para su institución y/o empresa y que se tomarán los resguardos necesarios para no interferir con el normal funcionamiento de las actividades propias de la institución. De igual manera, se entregará a los colaboradores un consentimiento informado donde se les invita a participar del proyecto y se les explica en qué consistirá el trabajo de investigación.

Sin otro particular y esperando una buena acogida, se despiden Atte.

Huancayo 07 de Septiembre de 2020

BACH. RAMOS QUISPE, Alexandra Mafer
DNI N° 70343984

BACH. DIONISIO RUIZ, Dennit Kari
DNI N° 70292402

Recibido

ANEXO 5: CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

Planilla Juicio de Expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “**MERCADO ALTERNATIVO DE VALORES**” que hace parte de la investigación “**MERCADO ALTERNATIVO DE VALORES Y EL FINANCIAMIENTO EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS COMERCIALES DE HUANCAYO - 2018**”. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de estos sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

Nombres y apellidos del juez : Mag. Eliseo Galván Ponce
 Formación académica : Economista
 Áreas de experiencia profesional : Mercado de Valores
 Tiempo : 5 años
 Cargo actual : Docente
 Institución : Universidad Peruana Los Andes

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA El ítem que pertenece a una misma dimensión sirve para obtener su medición.	1.No cumple con el criterio 2.Nivel bajo 3.Nivel moderado 4. Nivel alto	1. Los ítems no son suficientes para medir la dimensión 2. Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden de la dimensión total 3. Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente 4. Los ítems son suficientes
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.	1.No cumple con el criterio 2.Nivel bajo 3.Nivel moderado 4.Nivel alto	1.El ítem no es claro 2.El ítem requiere muchas modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas 3.Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem 4.El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo	1.No cumple con el criterio 2.Nivel bajo 3.Nivel moderado 4.Nivel alto	1.El ítem no tiene relación lógica con la dimensión 2.El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. 3.El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo 4.El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido	1.No cumple con el criterio. 2.Nivel bajo 3.Nivel moderado 4.Nivel alto	1.El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. 2.El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. 3.El ítem es relativamente importante 4.El ítem es muy relevante y debe ser incluido


Evaluación final por el experto: por ítems y criterios tomando como medida de tendencia central: la moda.

Calificación:	1. No cumple con el criterio
	2. Nivel bajo
	3. Nivel moderado
	4. Nivel alto

Validez de contenido
 Encuesta: MERCADO ALTERNATIVO DE VALORES
 Cuadro N° 1
 Evaluación final del experto

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
ELISEO R. GALVAN PONCE	PROFESOR	15	3

Sello y Firma:


 DNI 09298884

CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

Planilla Juicio de Expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “**FINANCIAMIENTO**” que hace parte de la investigación titulada “**MERCADO ALTERNATIVO DE VALORES Y EL FINANCIAMIENTO EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS COMERCIALES DE HUANCAYO - 2018**”. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de estos sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

Nombres y apellidos del juez : Fernando Polo Orellana
 Formación académica : Contador Público
 Áreas de experiencia profesional : Contabilidad
 Tiempo : 10 años
 Cargo actual : Docente
 Institución : Universidad Peruana Los Andes

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA El ítem que pertenece a una misma dimensión sirve para obtener su medición.	1.No cumple con el criterio 2.Nivel bajo 3.Nivel moderado 4. Nivel alto	1. Los ítems no son suficientes para medir la dimensión 2. Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden de la dimensión total. 3. Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente 4. Los ítems son suficientes
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	1. No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. El ítem no es claro 2. El ítem requiere muchas modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas 3. Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem 4. El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo	1. No cumple con el criterio 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. El ítem no tiene relación lógica con la dimensión 2. El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. 3. El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo 4. El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido	1. No cumple con el criterio. 2. Nivel bajo 3. Nivel moderado 4. Nivel alto	1. El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. 2. El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. 3. El ítem es relativamente importante 4. El ítem es muy relevante y debe ser incluido

CUESTIONARIO 1: MERCADO ALTERNATIVO DE VALORES
Ficha informe de evaluación a cargo del experto

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIENCIA	COHERENCIA	RELEVANCIA	CLARIDAD	EVALUACION (CALIFICACIÓN) CUALITATIVA SEGÚN ÍTEMS	OBSERVACIONES
V1d1 Decisión de Financiamiento	1.¿Estar en el mercado alternativo de valores otorga prestigio frente a sus clientes y proveedores?	3	2	3	3	3	
	2.¿El mercado alternativo de valores permite el desarrollo de la empresa?	2	3	3	3	3	
	3.¿El mercado alternativo de valores es una forma de crecer empresarialmente y financieramente?	2	3	3	3	3	
	4.¿El mercado alternativo de valores es una buena alternativa de financiamiento?	3	3	4	3	3	
V1d2 Preparación de Requisitos Obligatorios	5.¿Año a año el capital de su empresa crece en su capital social?	4	2	3	3	3	
	6.¿Tengo planeado aumentar su capital social para participar en la bolsa de valores?	4	3	4	4	4	
	7.¿El reglamento del mercado de valores se preocupa por hacer crecer a su empresa?	3	2	2	4	3	
	8.¿La adopción de acuerdos y modificaciones societarias con frecuencia en su empresa muestran un crecimiento empresarial?	2	3	3	3	3	
	9.¿Manejar un acta sobre la adopción de acuerdos societarios dentro de la empresa, es un reflejo de madurez empresarial?	4	3	2	3	3	
	10. ¿Los tiempos y procedimientos que se debe seguir para ingresar al Mercado Alternativo de Valores no son tan complicado?	3	3	4	2	3	
	11. ¿Los estados financieros de los periodos correspondientes demuestran que la empresa va desarrollándose?	4	3	4	3	4	
	12. ¿Está de acuerdo con un el estatuto social actualizado, debidamente suscrito por el representante legal para acuerdos sobre aumento de capital y/o modificaciones?	3	2	4	3	3	
V1d3 Estructuración de Financiamiento	13. ¿Su empresa tiene la capacidad de emitir bonos bajo oferta pública?	2	4	3	3	3	
	14. ¿La empresa cuenta con pagarés emitidos por préstamos bancarios?	3	4	4	2	4	
	15. ¿Se debe aumentar el accionariado de la empresa para que aumente su capital social?	4	3	4	4	4	
EVALUACION CUALITATIVA DE LA VARIABLE POR CRITERIOS		3	3	4	3	3	

EXPERTO 2

Variable 1:

Evaluación final por el experto: por ítems y criterios tomando como medida de tendencia central: la moda.

Calificación:	1. No cumple con el criterio
	2. Nivel bajo
	3. Nivel moderado
	4. Nivel alto

Validez de contenido

Encuesta: MERCADO ALTERNATIVO DE VALORES

Cuadro N° 1

Evaluación final del experto

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
Fernando Polo Orellana	Maestro	15	3

Sello y Firma:



CPC. Fernando Polo Orellana
Maestro en Tributación y Política Fiscal
Colegiatura N° 08-1098

CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

Planilla Juicio de Expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “**FINANCIAMIENTO**” que hace parte de la investigación titulada “**MERCADO ALTERNATIVO DE VALORES Y EL FINANCIAMIENTO EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS COMERCIALES DE HUANCAYO - 2018**”. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de estos sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

Nombres y apellidos del juez : Eliseo Galván Ponce
 Formación académica : Mg y Economista
 Áreas de experiencia profesional : Mercado de Valores
 Tiempo : 5 años
 Cargo actual : Docente
 Institución : Universidad Peruana Los Andes

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA El ítem que pertenece a una misma dimensión sirve para obtener su medición.	5.No cumple con el criterio 6.Nivel bajo 7.Nivel moderado 8. Nivel alto	5. Los ítems no son suficientes para medir la dimensión 6. Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden de la dimensión total. 7. Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente 8. Los ítems son suficientes
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	5. No cumple con el criterio 6. Nivel bajo 7. Nivel moderado 8. Nivel alto	5. El ítem no es claro 6. El ítem requiere muchas modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas 7. Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem 8. El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo	5. No cumple con el criterio 6. Nivel bajo 7. Nivel moderado 8. Nivel alto	5. El ítem no tiene relación lógica con la dimensión 6. El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. 7. El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo 8. El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido	5. No cumple con el criterio. 6. Nivel bajo 7. Nivel moderado 8. Nivel alto	5. El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. 6. El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. 7. El ítem es relativamente importante 8. El ítem es muy relevante y debe ser incluido

CUESTIONARIO 2: FINANCIAMIENTO

Ficha informe de evaluación a cargo del experto

DIMENSIÓN	ITEM	SUFICIE NCIA	COHERE NCIA	RELEV ANCIA	CLARI DAD	EVALUACION (CALIFICACIÓN) CUALITATIVA SEGÚN ÍTEMS	OBSER- VACIO NES
V2d1 Mercado Financiero	1.¿Con qué frecuencia usted recibe financiamiento por parte de entidades supervisadas por la SBS (bancos, financieras o cajas municipales)?	4	4	4	4	4	
	2.¿En los planes de su empresa está recibir financiamiento mediante la negociación de activos financieros o valores mobiliarios?	3	3	3	3	3	
V2d2 Posicionamiento en el Mercado	3.¿Su empresa se encuentra accesible a obtener financiamiento de entidades financieras?	4	3	4	3	4	
	4.¿Considera usted que su empresa cuenta con un buen historial crediticio?	3	3	3	3	3	
	5.¿Mantiene usted créditos vigentes con instituciones financieras actualmente?	3	3	3	3	3	
	6.¿Cuenta con poder de negociación al realizar sus actividades propias del giro del negocio?	3	2	3	4	3	
	7.¿Conoce usted sobre el financiamiento a través del Mercado Alternativo de Valores?	4	3	4	3	4	
	8.¿Cuenta con financiamiento netamente de entidades financieras?	4	3	3	3	3	
V2d3 Costos competitivos	9.¿Sabía usted que al financiarse en el MAV obtendrá mejores tasas de interés?	2	3	4	3	3	
	10. ¿Sabía usted que la tasa promedio que el Mercado Alternativo de Valores ofrece van del 4 al 8 por ciento?	3	2	3	3	3	
	11. ¿La empresa actualmente cuenta con una tasa preferencial en las entidades bancarias?	3	2	2	3	3	
	12. ¿Usted cree que la tasa de interés que manejan las entidades financieras con la empresa es baja?	3	4	4	4	3	
	13. ¿La empresa antes de obtener un préstamo evalúa las tasas de las distintas entidades bancarias?	2	2	4	3	3	
	14. ¿Las tasas de interés de los préstamos obtenidos por la empresa van en promedio del 10 al 15 por ciento anual?	3	4	3	2	3	
	15. ¿El solicitar un crédito ayuda a tener costos competitivos con respecto a otras empresas?	2	3	3	3	3	
EVALUACION CUALITATIVA DE LA VARIABLE POR CRITERIOS		3	3	4	3	3	

Evaluación final por el experto: por ítems y criterios tomando como medida de tendencia central: la moda.

Calificación:	1. No cumple con el criterio
	2. Nivel bajo
	3. Nivel moderado
	4. Nivel alto

Validez de contenido
Encuesta: **FINANCIAMIENTO**

Cuadro N° 1
Evaluación final del experto

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
<i>ELISEO R. GALVAN PONCE</i>	<i>HOESIRIA</i>	15	3

Sello y Firma:

J. Subrains

DNI 09298884

CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

Planilla Juicio de Expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “**MERCADO ALTERNATIVO DE VALORES**” que hace parte de la investigación “**MERCADO ALTERNATIVO DE VALORES Y EL FINANCIAMIENTO EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS COMERCIALES DE HUANCAYO - 2018**”. La evaluación de los instrumentos es de gran relevancia para lograr que sean válidos y que los resultados obtenidos a partir de estos sean utilizados eficientemente. Agradecemos su valiosa colaboración.

Nombres y apellidos del juez : Fernando Polo Orellana
 Formación académica : Maestría en Política Fiscal
 Áreas de experiencia profesional : Contabilidad
 Tiempo : 10 años
 Cargo actual : Docente
 Institución : Universidad Peruana Los Andes

De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

CATEGORÍA	CALIFICACIÓN	INDICADOR
SUFICIENCIA El ítem que pertenece a una misma dimensión sirve para obtener su medición.	5.No cumple con el criterio 6.Nivel bajo 7.Nivel moderado 8. Nivel alto	5. Los ítems no son suficientes para medir la dimensión 6. Los ítems miden algún aspecto de la dimensión, pero no corresponden de la dimensión total 7. Se deben incrementar algunos ítems para poder evaluar la dimensión completamente 8. Los ítems son suficientes
CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas	5.No cumple con el criterio 6.Nivel bajo 7.Nivel moderado 8.Nivel alto	5.El ítem no es claro 6.El ítem requiere muchas modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de las mismas 7.Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem 8.El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada.
COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo	5.No cumple con el criterio 6.Nivel bajo 7.Nivel moderado 8.Nivel alto	5.El ítem no tiene relación lógica con la dimensión 6.El ítem tiene una relación tangencial con la dimensión. 7.El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que está midiendo 8.El ítem se encuentra completamente relacionado con la dimensión que está midiendo.
RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido	5.No cumple con el criterio. 6.Nivel bajo 7.Nivel moderado 8.Nivel alto	5.El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión. 6.El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. 7.El ítem es relativamente importante 8.El ítem es muy relevante y debe ser incluido

Variable 2:

Evaluación final por el experto: por ítems y criterios tomando como medida de tendencia central: la moda.

Calificación:	1. No cumple con el criterio
	2. Nivel bajo
	3. Nivel moderado
	4. Nivel alto

Validez de contenido
Encuesta: **FINANCIAMIENTO**

Cuadro N° 1
Evaluación final del experto

Experto	Grado académico	Evaluación	
		Ítems	Calificación
Fernando Polo Orellana	Maestro	15	3

Sello y Firma:


CPC. Fernando Polo Orellana
Maestro en Tributación y Política Fiscal
Colegiatura N° 08-1098

LA DATA DE PROCESAMIENTO DE DATOS

BASE DE DATOS:

- VARIABLE 1: Mercado Alternativo de Valores

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
1	4	4	4	5	1	1	2	3	3	3	5	5	4	5	4
2	4	5	5	3	1	1	2	3	4	3	5	4	4	5	4
3	4	3	5	5	1	1	2	2	2	3	4	4	4	5	1
4	4	4	4	5	1	1	1	3	3	2	5	5	4	4	4
5	5	5	4	4	1	1	2	2	3	3	4	5	5	5	4
6	5	4	4	5	1	1	2	3	2	3	4	4	4	4	4
7	5	3	5	4	1	1	2	3	1	3	4	5	3	5	1
8	4	3	5	4	1	1	1	3	3	3	4	4	4	6	4
9	5	4	5	5	1	1	1	3	2	3	4	5	5	5	4
10	4	5	4	4	1	1	1	3	3	2	5	4	3	4	5
11	3	4	3	3	1	1	1	3	2	3	4	5	4	5	5
12	2	3	4	4	1	1	2	2	1	2	4	4	5	4	4
13	1	4	1	5	1	1	2	3	3	3	5	5	4	5	1
14	3	5	2	4	1	1	1	3	2	3	5	4	3	4	4
15	4	3	3	5	1	1	1	2	3	3	5	5	4	4	5
16	4	4	4	5	1	1	1	3	1	2	5	4	5	5	4
17	5	5	5	5	1	1	2	3	2	2	5	5	3	4	1
18	3	4	6	4	1	1	1	3	3	3	5	4	4	5	4
19	2	4	4	3	1	1	2	3	2	3	5	5	3	4	5
20	4	3	4	4	1	1	1	2	3	2	5	5	4	5	4
21	4	3	3	5	1	1	1	2	3	3	4	5	5	4	1
22	5	4	4	4	1	1	1	1	2	3	4	5	4	4	4
23	5	4	4	4	1	1	1	3	1	2	4	5	5	5	1
24	4	3	4	3	1	1	1	2	1	3	4	5	4	4	4

DIMENSION 1						DIMENSION 2											
DECISIÓN DE FINANCIAMIENTO						PREPARACIÓN DE REQUISITOS OBLIGATORIOS											
SUJETOS	ITEMS				TOTAL	SUJETOS	ITEMS								TOTAL		
	1	2	3	4			5	6	7	8	9	10	11	12			
PUNTAJE					TOTAL	PUNTAJE											
1	1	2	1	1		5	1	4	4	5	4	4	5	5	5	36	
2	1	2	1	1		5	2	4	3	4	4	4	5	5	5	34	
3	2	3	1	1		7	3	5	4	4	4	4	5	5	5	36	
4	1	2	1	1		5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	36	
5	1	2	2	1		6	5	3	4	5	4	5	5	5	4	35	
6	1	2	2	1		6	6	4	3	4	4	4	5	5	5	34	
7	1	2	2	1		6	7	5	4	5	4	4	5	5	5	37	
8	2	2	2	1		7	8	3	5	4	4	4	5	5	5	35	
9	2	2	2	1		7	9	5	4	4	4	5	5	5	4	36	
10	2	3	2	1		8	10	4	5	4	4	5	4	5	5	36	
11	2	2	2	1		7	11	4	3	4	4	4	5	5	5	34	
12	1	2	1	1		5	12	4	4	4	4	2	4	5	5	32	
13	5	4	5	5		19	13	4	5	5	1	2	1	1	3	22	
14	4	4	5	5		18	14	3	4	4	2	2	1	1	4	21	
15	4	3	5	5		17	15	2	5	4	1	2	1	1	3	19	
16	5	4	5	4		18	16	3	3	5	2	2	1	1	4	21	
17	5	4	4	4		17	17	2	4	5	2	2	2	1	3	21	
18	5	4	4	4		17	18	3	5	4	1	2	1	3	4	23	
19	5	4	4	4		17	19	2	4	5	1	2	2	3	2	21	
20	4	4	4	4		16	20	3	3	5	2	1	2	2	3	21	
21	5	5	4	4		18	21	2	2	4	1	2	1	2	3	17	
22	5	4	5	4		18	22	3	1	5	2	2	1	2	2	18	
23	5	3	5	4		17	23	2	2	4	1	1	1	2	1	14	
24	4	3	5	2	14	24	2	1	4	2	2	1	2	1	15		

DIMENSION 3					TOTAL VARIABLE E 1	
ESTRUCTURACIÓN DE FINANCIAMIENTO						
SUJETOS	ITEMS			TOTAL		
	13	14	15			
PUNTAJE				TOTAL		
1	5	5	4		14	55
2	5	4	5		14	53
3	4	4	5		13	56
4	5	5	5		15	56
5	5	4	1		10	51
6	5	4	1		10	50
7	5	5	4		14	57
8	5	4	4		13	55
9	5	5	5		15	58
10	5	5	5		15	59
11	4	5	4		13	54
12	5	5	5		15	52
13	1	4	2		7	48
14	1	5	1		7	46
15	1	4	1		6	42
16	2	2	1		5	44
17	1	2	1		4	42
18	2	2	2		6	46
19	1	5	2		8	46
20	1	4	1		6	43
21	1	4	2		7	42
22	2	4	2		8	44
23	2	3	1		6	37
24	1	5	1	7	36	

Estadísticos							
		MERCADO ALTERNATIVO DE VALORES	DECISIÓN DE FINANCIAMIENTO	PREPARACIÓN DE LOS REQUISITOS OBLIGATORIOS	ESTRUCTURACIÓN DE FINANCIAMIENTO		
N	Válido	24	24	24	24		
	Perdidos	0	0	0	0		
Mínimo		36	5	14	4		
Máximo		59	19	37	15		
CADO ALTERNATIVO DE VALORES		DECISIÓN DE FINANCIAMIENTO		PREPARACIÓN DE REQUISITOS OBLIGATORIOS		ESTRUCTURACIÓN DE FINANCIAMIENTO	
11.8		3.8		7.4		3	
LI	LS	LI	LS	LI	LS	LI	LS
30	36	2	5	12	17	2	4
37	43	6	9	18	23	5	7
44	50	10	13	24	29	8	10
51	57	14	17	30	35	11	13
58	64	18	21	36	41	14	16

- VARIABLE 2: Financiamiento

	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30
1	5	5	5	5	5	5	3	4	3	1	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5	5	4	4	4	1	5	4	5	5	5
3	5	5	5	5	5	5	3	4	4	3	4	4	5	4	5
4	5	5	1	1	5	5	3	4	4	3	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	1	4	4	5	5	4
6	5	5	5	5	5	5	4	5	3	3	5	4	5	4	5
7	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	5	5	5	4	5
8	5	5	5	5	5	5	4	4	3	1	5	5	5	4	5
9	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	4	4	5	4	4
10	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	5	4	5	5	5
11	5	5	5	5	5	5	3	3	4	3	4	5	5	4	4
12	4	4	1	1	5	5	5	1	1	2	5	5	5	4	4
13	4	4	1	1	5	5	4	4	4	1	5	4	4	3	4
14	4	4	5	5	5	5	4	5	4	3	5	4	4	3	4
15	3	3	5	5	5	5	3	5	3	1	4	4	4	3	3
16	3	3	5	5	5	5	3	5	4	1	4	5	3	3	3
17	3	3	5	5	5	5	3	3	1	1	4	5	3	3	2
18	2	2	5	5	5	5	4	4	4	3	5	4	2	2	3
19	1	1	1	1	5	5	4	5	3	3	4	5	2	2	2
20	1	1	1	1	5	5	3	4	1	1	5	5	2	1	1
21	1	1	1	1	5	5	3	4	4	1	5	4	2	2	1
22	1	1	5	5	5	5	4	4	3	2	4	4	2	1	2
23	1	1	5	5	5	5	3	3	4	1	5	4	1	1	1
24	1	1	5	5	5	5	4	5	3	1	4	5	1	2	2

DIMENSION 1				DIMENSION 2								
MERCADO FINANCIERO				POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO								
SUJETOS	ITEMS		TOTAL	SUJETOS	ITEMS							TOTAL
	16	17			18	19	20	21	22	23	24	
PUNTAJE			19									
1	5	5	10	1	5	5	5	5	3	4	3	30
2	5	5	10	2	5	5	5	5	4	4	4	32
3	5	5	10	3	5	5	5	5	3	4	4	31
4	5	5	10	4	1	1	5	5	3	4	4	23
5	5	5	10	5	5	5	5	5	4	5	4	33
6	5	5	10	6	5	5	5	5	4	5	3	32
7	5	5	10	7	5	5	5	5	4	4	3	31
8	5	5	10	8	5	5	5	5	4	4	3	31
9	5	5	10	9	5	5	5	5	3	5	3	31
10	5	5	10	10	5	5	5	5	4	4	3	31
11	5	5	10	11	5	5	5	5	3	3	4	30
12	4	4	8	12	1	1	5	5	5	1	1	19
13	4	4	8	13	1	1	5	5	4	4	4	24
14	4	4	8	14	5	5	5	5	4	5	4	33
15	3	3	6	15	5	5	5	5	3	5	3	31
16	3	3	6	16	5	5	5	5	3	5	4	32
17	3	3	6	17	5	5	5	5	3	3	1	27
18	2	2	4	18	5	5	5	5	4	4	4	32
19	1	1	2	19	1	1	5	5	4	5	3	24
20	1	1	2	20	1	1	5	5	3	4	1	20
21	1	1	2	21	1	1	5	5	3	4	4	23
22	1	1	2	22	5	5	5	5	4	4	3	31
23	1	1	2	23	5	5	5	5	3	3	4	30
24	1	1	2	24	5	5	5	5	4	5	3	32

DIMENSION 3								TOTAL VARIABLE 2
COSTOS COMPETITIVOS								
SUJETOS	ITEMS					TOTAL		
	25	26	27	28	29		30	
PUNTAJE								
1	1	5	5	5	5	5	26	66
2	1	5	4	5	5	5	25	67
3	3	4	4	5	4	5	25	66
4	3	5	4	5	5	5	27	60
5	1	4	4	5	5	4	23	66
6	3	5	4	5	4	5	26	68
7	3	5	5	5	4	5	27	68
8	1	5	5	5	4	5	25	66
9	3	4	4	5	4	4	24	65
10	3	5	4	5	5	5	27	68
11	3	4	5	5	4	4	25	65
12	2	5	5	5	4	4	25	52
13	1	5	4	4	3	4	21	53
14	3	5	4	4	3	4	23	64
15	1	4	4	4	3	3	19	56
16	1	4	5	3	3	3	19	57
17	1	4	5	3	3	2	18	51
18	3	5	4	2	2	3	19	55
19	3	4	5	2	2	2	18	44
20	1	5	5	2	1	1	15	37
21	1	5	4	2	2	1	15	40
22	2	4	4	2	1	2	15	48
23	1	5	4	1	1	1	13	45
24	1	4	5	1	2	2	15	49

Estadísticos							
		FINANCIAMIENTO	MERCADO FINANCIERO	POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO	COSTOS COMPETITIVOS		
N	Válido	24	24	24	24		
	Perdidos	0	0	0	0		
Mínimo		37	2	19	19		
Máximo		68	10	33	33		
FINANCIAMIENTO		MERCADO FINANCIERO		POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO		COSTOS COMPETITIVOS	
13.6		2		6.6		6.6	
LI	LS	LI	LS	LI	LS	LI	LS
30	37	2	3	15	18	15	18
38	45	4	5	19	22	19	22
46	53	6	7	23	26	23	26
54	61	8	9	27	30	27	30
62	69	10	11	31	34	31	34

CONSENTIMIENTO INFORMADO

La presente investigación es conducida por los bachilleres; Ramos Quispe, Alexandra Mafer y Dionisio Ruiz, Dennit Kari; ex alumnas de la Universidad Peruana los Andes. La meta de este estudio es recoger información acerca del tema **“Mercado alternativo de valores y el financiamiento en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo - 2018”**

Si usted accede a participar, se le pedirá responder preguntas en una encuesta que le tomará 15 minutos de su tiempo.

La participación en esta investigación es voluntaria. La información que se recopile será confidencial y no se usará para ningún otro propósito. Sus respuestas al cuestionario serán identificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas sus respuestas se eliminarán.

Si tiene alguna duda sobre esta investigación, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación, además si desea retirarse lo puede hacer en cualquier momento sin que eso lo perjudique. Si alguna de las preguntas durante el acto le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Se le agradece su participación.

.....
 Acepto participar voluntariamente en esta investigación, conducida por los Bach. RAMOS QUISPE, Alexandra Mafer y DIONISIO RUIZ, Dennit Kari; He sido informado de que la meta de este estudio es saber sobre **“Mercado alternativo de valores y el financiamiento en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Huancayo - 2018”**

Me han indicado también que tendré que responder el cuestionario y preguntas en, lo cual tomará aproximadamente 15 minutos.

Reconozco que la información que yo provea en el curso de la investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas en cualquier momento y que puedo retirarme del mismo cuando así lo decida, sin que esto acarree perjuicio alguno para mi persona. De tener preguntas sobre nuestra participación en este estudio, puedo contactarse con nosotras, Ramos Quispe,

Alexandra Mafer y Dionisio Ruiz, Dennit Kari; al teléfono N° 971205861, y al N° 952517010.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para eso, puedo contactar con el teléfono anteriormente mencionado.

FOTOS DE LA APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO

1. Lopeza Industrial S.A.C.



2. Central Galletas Marie S.A.C.



3. Importaciones del Centro Plastic Andrea S.R.L.



4. Gesa Centro S.A.C.



5. Procesadora de Alimentos Velásquez SA.C



6. Grupo La Grande S.A.C.

