

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE CONTABILIDAD



**Determinantes del acceso al financiamiento de las pymes en el Perú al
Mercado Alternativo de Valores y su comparación frente al Alternative
Investment Market 2020**

**TESIS PARA OPTAR TÍTULO DE
CONTADOR PÚBLICO**

AUTOR

Fatima del Rosario Gamarra Bautista

ASESOR

Pedro Jesus Cuyate Reque

<https://orcid.org/0000-0003-2228-7535>

Chiclayo, 2024

**Determinantes del acceso al financiamiento de las pymes en el
Perú al Mercado Alternativo de Valores y su comparación frente
al Alternative Investment Market 2020**

PRESENTADA POR

Fatima del Rosario Gamarra Bautista

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

CONTADOR PÚBLICO

APROBADA POR

Leoncio Oliva Pasapera

PRESIDENTE

Jorge Alberto Garces Angulo

SECRETARIO

Pedro Jesus Cuyate Reque

VOCAL

Dedicatoria

A Dios, por la vida y la salud, por darme mucha fortaleza y sabiduría para seguir adelante a pesar de las dificultades que se presentaron. A mis padres Maritza Bautista Quispe e Ismael Gamarra Vargas, por apoyarme en cada momento de mi carrera profesional, y haber velado por mi bienestar a lo largo de mi vida, depositando su entera confianza y finalmente a toda mi familia que son lo más importante en mi vida. Gracias por todo.

Agradecimientos

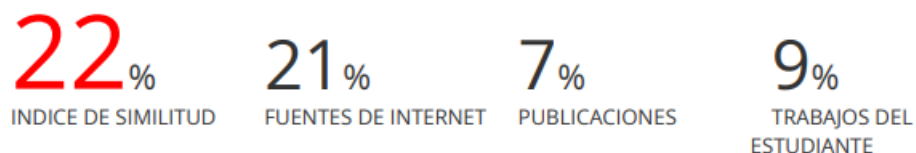
Principalmente a Dios por iluminar mis pasos cada día de mi vida. A mis padres, por su entero apoyo y confianza para culminar con mi carrera profesional y por los valores que me han inculcado desde niña.

A mi casa de estudios, la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, porque es en sus aulas que el cuerpo universitario recibe el conocimiento tanto intelectual como humano de sus docentes.

Un especial agradecimiento a mis asesores por su tiempo, conocimientos, experiencia y motivación para lograr la culminación de esta investigación

Determinantes del acceso al financiamiento de las pymes en el Perú al Mercado Alternativo de Valores y su comparación frente al Alternative Investment Market 2020

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	3%
2	qdoc.tips Fuente de Internet	2%
3	tesis.pucp.edu.pe Fuente de Internet	2%
4	repositorio.usmp.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru Trabajo del estudiante	1%
6	repositorio.puce.edu.ec Fuente de Internet	1%
7	repositorio.ucsg.edu.ec Fuente de Internet	1%
8	sedici.unlp.edu.ar Fuente de Internet	1%

ÍNDICE

Resumen.....	10
Abstract.....	11
I. INTRODUCCIÓN.....	12
II. MARCO TEÓRICO.....	15
2.1. Antecedentes del problema.....	15
2.2. Bases teóricas científicas.....	19
III. MATERIALES Y MÉTODOS.....	39
3.1. Tipo y nivel de investigación.....	39
3.2. Población, muestra y muestreo.....	39
3.3. Criterios de selección.....	39
3.4. Diseño de investigación.....	39
3.5. Operacionalización de variables.....	40
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	40
3.7. Procedimientos.....	41
3.8. Plan de procesamiento y análisis de datos.....	41
3.9. Matriz de consistencia.....	42
3.10. Consideraciones éticas.....	44
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	45
4.1. Resultados.....	45
4.1.1. Describir el perfil de las pymes que accedieron al Mercado Alternativo de Valores (MAV).....	45
4.1.2. Analizar los factores determinantes del acceso al financiamiento de las pymes al Mercado Alternativo de Valores (MAV).	63
4.1.3. Comparar los aspectos generales de las pymes en el Mercado Alternativo de Valores (MAV) frente al Alternative Investment Market (AIM).....	88
4.2. Discusión.....	91
V. CONCLUSIONES.....	94
VI. RECOMENDACIONES.....	96

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	97
ANEXOS	102

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Límite de ocupación (personas ocupadas por empresa)	20
Tabla 2. Límites de ventas (Expresado en miles de US\$ anuales por empresa)	20
Tabla 3. Límites de activos (miles de US\$ por empresa)	21
Tabla 4. Endeudamiento total en el Sistema Financiero	21
Tabla 5. Número de ventas y trabajadores	22
Tabla 6. Número de empresas formales según segmento empresarial - 2019.....	22
Tabla 7. Características estructurales y culturales de las Pymes	24
Tabla 8. Diferencia entre los principales requerimientos de ingreso del mercado principal y el MAV	30
Tabla 9. Empresas emisoras del MAV y sus colocaciones al 2019	32
Tabla 10. Principales participantes del MAV.....	33
Tabla 11. Diferencias entre los criterios de admisión y obligaciones del mercado principal y el AIM	35
Tabla 12. Principales participantes del AIM	38
Tabla 13. Operacionalización de variables.....	40
Tabla 14. Matriz de consistencia	42
Tabla 15. Perfil de la empresa A. Jaime Rojas Representaciones Generales S.A.C al 2020	45
Tabla 16. Perfil de la empresa Agrícola y Ganadera Chavín de Huántar S.A. – 2020.....	47
Tabla 17. Perfil de la empresa Atria Energía S.A.C - 2020	49
Tabla 18. Perfil de la empresa Bosques Amazónicos S.A.C. -2020	50
Tabla 19. Perfil de la empresa Camposur INC S.A.C - 2020.....	51
Tabla 20. Perfil de la empresa Eco Acuícola S.A - 2020	53
Tabla 21. Perfil de la empresa Gerens Escuela de Gestión y Economía S.A. - 2020.....	54
Tabla 22. Perfil de la empresa Globokas Perú S.A. - 2020	56
Tabla 23. Perfil de la empresa Lari Contratistas S.A.C - 2020	57
Tabla 24. Perfil de la empresa Medrock Corporation S.A.C. 2020.....	58
Tabla 25. Perfil de la empresa Representaciones Química Europea S.A.C - 2020	59
Tabla 26. Cuadro resumen del perfil de las empresas del MAV	60
Tabla 27. Información histórica utilizada de las empresas del MAV	63

Tabla 28. Información histórica de la empresa A. Jaime Rojas Representaciones Generales S.A.C.....	64
Tabla 29. Información histórica de la empresa Agrícola y Ganadera Chavín de Huántar S.A.	66
Tabla 30. Información histórica de la empresa Atria Energía S.A.C	68
Tabla 31. Información histórica de la empresa Bosques Amazónicos S.A.C.	70
Tabla 32. Información histórica de la empresa Camposur INC S.A.C	72
Tabla 33. Información histórica de la empresa Eco Acuícola S.A.....	74
Tabla 34. Información histórica de la empresa Gerens Escuela de Gestión y Economía S.A.	76
Tabla 35. Información histórica de la empresa Globokas Perú S.A.....	78
Tabla 36. Información histórica de la empresa Lari Contratistas S.A.C	80
Tabla 37. Información histórica de la empresa Medrock Corporation S.A.C.....	82
Tabla 38. Información histórica de la empresa Representaciones Química Europea S.A.C	84
Tabla 39. Factores determinantes para el acceso de las empresas al mercado peruano	86
Tabla 40. Comparación entre el mercado alternativo peruano y europeo	88

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Tasas de colocación MAV frente a la Banca tradicional (Emisión PEN).....	29
Figura 2. Tasas de colocación MAV frente a la Banca tradicional (Emisión USD)	29
Figura 3. Procedimiento para ingresar al MAV	30
Figura 4. Empresas listadas en el MAV desde el 2013 hasta el 2019	31
Figura 5. Monto de colocación acumulado en el MAV del 2013 hasta el 2019	32
Figura 6. Clasificación sectorial del total de empresas del AIM al 2019	36
Figura 7. Capital obtenido por todas las empresas de AIM por industria	37
Figura 8. Sectores económicos de las empresas del MAV	61
Figura 9. Años de antigüedad de las empresas hasta antes de ingresar al MAV	62

RESUMEN

El propósito de la presente investigación es determinar y analizar los factores que facilitan el proceso de cumplimiento de los requerimientos establecidos para el ingreso al Mercado Alternativo de Valores (MAV) y su comparación al Alternative Investment Market (AIM) en razón de identificar falencias o debilidades dentro de nuestro mercado alternativo. El objetivo general de la investigación es Analizar los principales factores que determinan el acceso al financiamiento de las pymes en el Perú al Mercado Alternativo de Valores (MAV) y su comparación frente al Alternative Investment Market (AIM) 2020. El enfoque de la investigación es cualitativo, ya que se trata de estudiar el fenómeno desde una perspectiva holística y de la descripción del mismo. La investigación fue de tipo aplicada, ya que se ha tenido como base aportes teóricos y de igual manera también busca ampliar los conocimientos existentes acerca del fenómeno estudiado. La técnica de investigación que se ha utilizado es el análisis documental, y se buscó realizar un análisis, interpretación y síntesis de los documentos elegidos para llevar a cabo la investigación, tales como; estados financieros, memoria anual, informes de clasificación de riesgo, páginas webs oficiales, etc. Como resultado de la investigación se ha obtenido los factores determinantes que facilitan el proceso de cumplimiento de los requisitos del Mercado Alternativo de Valores, tales como; Profesionalización de los cargos gerenciales y directorales, directorio formado por miembros independientes, certificación ISO, entre otros. En cuanto a la comparación de los mercados alternativos se tiene que el mercado europeo presenta diferentes aspectos que permiten un mejor desenvolvimiento, como la regulación light, acceso de empresas de diferente nacionalidad, años de experiencia. Se concluye que los factores determinantes además de simplificar y facilitar el proceso de ingreso de las empresas al Mercado Alternativo de Valores peruano hacen que este se realice en el menor tiempo posible, estos se encuentran presentes en el momento previo del ingreso de estas empresas al mercado alternativo peruano según la información histórica revisada.

Palabras clave: Factores determinantes, Mercado Alternativo de Valores, Alternative Investment Market, pymes, financiamiento.

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine and analyze the factors that facilitate the process of compliance with the established requirements for entry to the Alternative Stock Market (MAV) and its comparison to the Alternative Investment Market (AIM) by identifying weaknesses or weaknesses within our alternative market. The general objective of the research is to analyze the main factors that determine the access to financing of SMEs in Peru to the Alternative Stock Market (MAV) and its comparison with the Alternative Investment Market (AIM) 2020. The research approach is qualitative, since it is a question of studying the phenomenon from a holistic perspective and of its description. The research was of an applied type, since it has been based on theoretical contributions and also seeks to expand existing knowledge about the phenomenon studied. The research technique that has been used for the research is documentary analysis, and the aim was to carry out an analysis, interpretation and synthesis of the documents chosen to carry out the research, such as; financial statements, annual report, risk classification reports, official websites, etc.

As a result of the research, the determining factors that facilitate the process of compliance with the requirements of the Alternative Securities Market have been obtained, such as: Professionalization of managerial and managerial positions, Directory formed by independent members, ISO certification, among others. As for the comparison of alternative markets, the European market has different aspects that allow a better development, such as light regulation, access for companies of different nationality, years of experience. It is concluded that the determining factors in addition to simplifying and facilitating the process of entry of companies to the Peruvian Alternative Securities Market, make this to be done in the shortest possible time, These are present at the moment prior to the entry of these companies to the Peruvian alternative market according to carefully reviewed historical information.

Keywords: Determinants, Alternative Stock Market, Alternative Investment Market, SMEs, financing.

I. INTRODUCCIÓN

La mipyme ha sido objeto de numerosos estudios ya que son consideradas esenciales para el desarrollo económico, a causa de factores como; la creación de empleo, el aporte al producto bruto interno (PBI), contribución al sistema productivo y también fuente importante de suministro a la gran empresa (Molina y Sánchez, 2017). Además, las pymes contribuyen al desarrollo regional y local por lo que son consideradas motor de la economía (OCDE, 2018). Y no solo en América Latina también alrededor del mundo, por ejemplo; en la economía europea, estas no solo impulsan la creación de empleo y el crecimiento económico, sino que también garantizan la estabilidad económica. Por otro lado, también estimulan el espíritu empresarial y la innovación (Unión Europea, 2020).

Actualmente, uno de los principales problemas que presentan las pymes es el acceso de financiamiento y esto se debe, entre otros factores, a requerimientos de garantía y el costo del financiamiento, estos desincentivan a las pymes de adquirir financiamiento con los bancos. (Laitón y López 2018). Por consiguiente, estas prefieren financiamiento interno lo que provoca problemas de solvencia, sobre todo en sus primeros años, cuando no tienen los recursos necesarios para un funcionamiento óptimo (Gamez, Morales, Ramirez, 2018).

Por ello, es importante la búsqueda de alternativas de solución definitiva y de largo plazo, y es natural ver al mercado de valores como una herramienta de apoyo financiero viable (Dunn, 2019). El mercado alternativo ofrece tasas de intereses competitivas, mayores plazos y montos, así como una estructura de financiamiento a la medida (Contreras, 2018). Las economías en desarrollo deben empezar a utilizar los instrumentos financieros disponibles en el mercado de valores de forma que estas empresas logren tener liquidez necesaria para realizar sus operaciones y ser competitivas a nivel mundial (Céspedes y Martínez, 2019).

Sin embargo, los mercados alternativos presentan ciertas deficiencias o restricciones para acoger a las pymes. En el caso de Colombia el segundo mercado presenta factores como la información asimétrica y la falta de confianza por parte de los inversionistas (Espinel, Daza y Paredes, 2015). En Perú, al menos 800 pymes peruanas cumplen con requisitos para ingresar al MAV, sin embargo, existen limitantes como los costos de transacción, el desconocimiento de la cultura de financiera y bursátil, entre otros (Urbina, 2018). Además, se evidencia que con la cantidad de requerimientos que se

necesitan para ingresar al MAV las pymes pueden verse ofuscadas dado que el proceso es largo, lo cual podría demorar al menos uno o dos años (Diario Gestión, 2018).

La situación problemática descrita viene afectando desde años anteriores a las pequeñas y medianas empresas (pymes) del Perú y esto es debido a que presentan las siguientes dificultades: Inestabilidad macroeconómica, ahorro externo fluctuante, informalidad en diferentes aspectos (contratos laborales, contribuciones tributarias, entre otros), escasa sofisticación de sus actividades, desconfianza del ingreso de inversionistas a sus empresas, el Mercado Alternativo de Valores suele ser la última opción de financiamiento, no cumplen con requisitos y condiciones requeridos por el MAV, falta de confianza en el MAV, falta de cultura de inversión, alto grado de volatilidad en la rentabilidad futura relacionada al riesgo del sector y de la empresa, los accionistas requieren de una mayor rentabilidad debido al riesgo, renuencia a revelar su información financiera, los gerentes prefieren mantener el control de la empresa, evitan los costos de transacción, preferencia a obtener financiamiento interno, renuencia a ser puesta bajo supervisión del Sistema Financiero, consideradas altamente riesgosas, presentan insuficiente información contable y financiera.

La investigación se justifica a nivel teórico debido a que aporta al estudio de la problemática de financiamiento de las pymes, ya que estas tienen gran relevancia dentro de la economía peruana, adicionalmente junto con investigaciones similares encontradas sirven como base para investigaciones futuras. A nivel social la investigación se justifica en referencia a la necesidad de las pequeñas y medianas empresas de nuestro país de contar con diferentes fuentes de financiamiento a las de la banca tradicional, ya que el costo de estas suele ser muy elevadas, poniendo en riesgo el desarrollo y crecimiento de las pymes. A nivel metodológico la investigación se justifica con la realización de instrumentos de recolección de datos y que estos puedan ser utilizados posteriormente en investigaciones futuras.

En tal sentido es necesario plantear la siguiente pregunta ¿Cuáles son los principales determinantes del acceso al financiamiento de las pymes en el Perú al Mercado Alternativo de Valores (MAV) y su comparación frente al Alternative Investment Market (AIM) 2020? A partir de esta pregunta general se procedió a plantear el objetivo general: Analizar los principales factores que determinan el acceso al financiamiento de las pymes en el Perú al Mercado Alternativo de Valores (MAV) y su comparación frente al Alternative Investment

Market (AIM) 2020. De igual manera se plantearon los objetivos específicos: Describir el perfil de las pymes que accedieron al Mercado Alternativo de Valores (MAV); Analizar los factores determinantes del acceso al financiamiento de las pymes al Mercado Alternativo de Valores (MAV); Comparar los aspectos generales de las pymes en el Mercado Alternativo de Valores (MAV) frente al Alternative Investment Market (AIM).

El contenido de la investigación se ha desarrollado de la siguiente manera: en el primer capítulo se plantea la introducción la cual contiene la problemática y los objetivos de la investigación; en el segundo capítulo se detallan los antecedentes y las bases teóricas científicas; en el tercer capítulo se menciona la metodología utilizada en la investigación; en el cuarto capítulo se indica los resultados obtenidos y la discusión; en el quinto capítulo se plantean las conclusiones; en el sexto capítulo se hacen recomendaciones en base a los resultados; y por último en el séptimo capítulo se encuentran la lista de referencias bibliográficas.

II. MARCO TERÓRICO

2.1. Antecedentes del problema

Una vez contextualizada la investigación es relevante evidenciar el soporte en investigaciones realizadas previamente. En base a lo anterior, se presentaron los siguientes antecedentes. A nivel internacional, Montalvan (2019), tiene como objetivo identificar los determinantes financieros de acceso al mercado de valores para las pymes en Ecuador. La metodología es de enfoque mixto aplicando un análisis documental a libros y artículos de revistas científicas, además de una encuesta a pymes que cotizan en el mercado de valores. Se concluyó que las empresas que buscan financiamiento dentro del mercado de valores se relacionan con el tamaño de la misma, ya que si la empresa crece, su nivel de endeudamiento crece con ella. Con respecto a la entrevista resaltan aspectos como; la poca información que se brinda el transparentar información, falta de conocimiento de acerca del mercado de valores, evidenciándose las falencias dentro del mercado de valores.

Felipe (2015), el objetivo principal es el de evaluar las dimensiones de cada uno de los nuevos mercados alternativos, conocer como la financiación en los mercados alternativos de valores europeos que facilitan a las empresas el día que acceden a cotizar y finalmente entender sobre las variables empresariales que son determinantes para captar dinero en un mercado de valores. La metodología tiene un enfoque mixto con análisis documentales de estadísticas y documentos acerca de los mercados y compañías estudiados. Se concluyó que las empresas crecen después de ingresar a los mercados alternativos, pasan de ser pequeñas a medianas empresas. La salida al mercado de valores impulsa de forma significativa el crecimiento corporativo, siendo determinantes las condiciones de partida de las empresas y la coyuntura económica.

Saavedra, Palacín & Pérez (2019), como objetivo se realizó un estudio comparativo entre el mercado de alternativo bursátil mexicano y el español. La metodología tiene un enfoque cualitativo con revisión de bases documentales de México y España. Se concluyó que la participación de la pyme es baja a pesar de la flexibilidad de los requisitos de acceso al mercado alternativo mexicano, y esto se debe en parte, a la falta de confianza de los empresarios e inversionistas. Esta falta de confianza es producto de la carencia de asesores registrados que tengan características importantes como experiencia, independencia, consistencia en sus actos, para que puedan cumplir con sus respectivas funciones. Incluir estas figuras permitiría que el mercado alternativo mexicano pueda tener solidez y

confianza en sus operaciones y en consecuencia este tenga una mayor participación de los empresarios e inversionistas.

Flores (2018), el objetivo principal es proponer una estrategia de financiamiento para pymes mediante la emisión de pagarés en Mesa de Negociación de la Bolsa Boliviana de Valores, como alternativa al sistema financiero bancario tradicional. La metodología es un enfoque mixto, se aplicó un análisis documental y una encuesta a 83 pymes. Se concluyó que para el desarrollo de las pymes es importante el acceso al financiamiento y aspectos como los requisitos y plazos son relevantes para que estas empresas obtengan un crédito. En la simulación que se realizó, la evaluación financiera de las empresas que emitieron valores tuvo beneficios considerables, siendo la Bolsa de Valores una buena alternativa frente al financiamiento tradicional.

Palacín & Pérez (2015), se busca analizar la problemática asociada a la regulación relativamente laxa (light) ligada a mercados alternativos bursátiles. La metodología es cualitativa y se ha aplicado un análisis documental acerca de la regulación light. Se concluyó en la necesidad de una regulación que sea correcta, proporcionada, sencilla y fácil en su comprensión, este aspecto regulatorio es importante en los mercados alternativos bursátiles para las pymes, ya que un exceso de esta podría llegar a anular la eficiencia del mercado. Por otro lado, en cuanto al control se exige según las fuerzas del mercado que este se ejerza en todos sus niveles, por ejemplo, la calidad del auditor es un aspecto importante al igual que el papel del asesor.

A nivel nacional se tuvo en cuenta a Lovera, Paco & Palomino (2017), tiene como objetivo comprender y analizar cuáles son los Factores Críticos de Éxito que permitieron a las medianas empresas acceder al Mercado alternativo de Valores. La metodología tiene un enfoque cualitativo aplicándose un análisis documental y entrevistas semiestructuradas a las empresas que se encontraban listadas al 2016, además de ejecutivos de la SAB y SMV. Se concluyó que para lograr un acceso exitoso al MAV no solo es necesario el cumplimiento de los requisitos contenidos en la normativa vigente, y es por ello que se identificó un total de 12 FCE que estuvieron presentes en la etapa previa al ingreso al MAV y que facilitaron significativamente este proceso, entre estos se mencionan; transparentar información, auditor externo con presencia internacional, una formación previa del track record, historia o trayectoria de la empresa.

Chávez (2020), tiene por objetivo describir al MAV como una alternativa de financiamiento para las pymes en el Perú. La metodología es cualitativa y se ha aplicado una ficha de análisis documental. Se concluyó que el financiamiento en el MAV es factible ya que este mercado presenta menos requisitos, mayor flexibilidad y menos costos. Por otro lado, se menciona que los Instrumentos de corto plazo (IPC) son los más usados debido a que suelen ser más confiables para los inversionistas. Otro de los aspectos que se mencionan son los beneficios que se obtienen de ingresar al MAV, ya que aparte de obtener tasas más bajas a comparación del financiamiento tradicional, las empresas trabajan en ser más transparentes, organizadas, desarrollar estrategias de crecimiento y aumenta significativamente el prestigio de la misma.

Livise & Palomino (2020), tienen por objetivo determinar el impacto del Mercado Alternativo de Valores MAV en la gestión financiera de las Pymes en el Perú. La metodología es de un enfoque mixto y el diseño es no experimental, se ha aplicado una entrevista a expertos sobre el MAV y una encuesta a 30 profesionales con conocimientos financieros y sobre las pymes. Se concluye que las empresas que deciden participar en este mercado alternativo mejoran significativamente su gestión e indicadores financieros, ya que realizan decisiones óptimas acerca de expansión, modernización, entre otros. Además, la práctica de un Buen Gobierno Corporativo ayuda a mitigar problemas de nivel administrativo, operativo y estratégico.

Valdivia & Salazar (2016), el objetivo es determinar la mejor opción de financiamiento en términos de costos, entre el mercado alternativo de valores y la banca comercial para las medianas empresas en la ciudad de Cajamarca. La metodología tiene un enfoque cualitativo y se ha aplicado la técnica de la observación. Se concluyó que la mejor opción de financiamiento es el MAV, utilizando instrumentos de corto plazo, como los papeles comerciales. Esto debe a que las tasas en este mercado son más bajas, obteniendo así un menor costo de financiamiento. El mercado alternativo peruano es una buena opción de financiamiento siempre que las empresas tengan un modelo de negocio sólido y una clara visión de expansión.

García (2018) como objetivo se tuvo el repasar las principales consideraciones detrás del diseño e implementación del MAV. La metodología tiene un enfoque cualitativo y se ha aplicado un análisis documental. Se concluyó que desde su creación el MAV se ha inclinado por facilitar y crear incentivos para el ingreso de nuevos emisores al mercado,

sin embargo no se ha obtenido los resultados que se esperaban ya que este presenta limitantes estructurales que impiden su desarrollo, como la falta de conocimiento o interés por parte de las empresas, escasa participación de los inversionistas principales, esto en razón de que las empresas del mercado alternativo son de mayor riesgo y de menor tamaño, como consecuencia, se imposibilita el ingreso de nuevas empresas acceder al mercado alternativo peruano.

Supo (2020), tiene por objetivo analizar el Mercado Alternativo de Valores como alternativa de financiamiento para las pymes del Perú. La metodología es de tipo cualitativa aplicando un análisis documental y una entrevista a un experto académico. Se concluyó que el mercado alternativo es una buena opción de financiamiento ya que presenta bajas tasas de financiamiento y una regulación más flexible, sin embargo, el trámite que se realiza para poder listar puede resultar tedioso y complicado para las empresas, además a esto se le suma la falta de conocimiento acerca del MAV.

Aquino (2018), tiene por objetivo determinar las ventajas del financiamiento a través del Mercado Alternativo de Valores frente al Sistema Bancario para la empresa Company, Estructuras y Construcción SRL. La metodología tiene un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental, y se ha aplicado un análisis documental a los estados financieros de la empresa. Se concluyó que en su caso de estudio los costos efectivos de financiamiento en el mercado alternativo equivalen al 20.32% y en el sistema bancario 12.80%, por un monto total de millón y medio de soles. Además, por montos superiores a 3'270,605 (punto de equilibrio hallado en el caso de estudio) sería conveniente optar por el MAV, y por montos menores a este inclinarse por el sistema bancario.

Medina (2020), tiene como objetivo establecer la influencia del Mercado Alternativo de Valores como estrategia en la gestión financiera de las medianas empresas comerciales del sector informático en la región de Lima 2016-2017. La metodología es de tipo aplicada con un enfoque cuantitativo y se ha aplicado un análisis documental, una encuesta a accionistas, gerentes y administradores de empresas del sector de estudio, y una entrevista a 3 expertos en finanzas. Se concluyó que la calidad de los Estados Financieros produce un efecto de confianza para los inversionistas, ya que este puede evidenciar la fortaleza económica. Además, el volumen de las ventas influye significativamente en el proceso de negociación de las condiciones crediticias, de esta forma se conoce el grado de impacto de su participación en el mercado.

Contreras (2017), tiene por objetivo determinar el perfil de las empresas no financieras que decidieron ingresar al Mercado Alternativo de Valores. La metodología es de alcance exploratorio y se ha aplicado encuestas a empresas que pertenecen al MAV y aquellas que no pertenecen al MAV. Como conclusión el perfil de las empresas del MAV es el siguiente: son pequeñas y jóvenes, la mayoría es controlada por varias familias y la familia de primera generación es la encargada de la gestión de la empresa, además no cuentan con directores independientes.

Huamaní (2019), tiene por objetivo determinar si el Mercado Alternativo de Valores-MAV, incide en los costos de acceso de las pequeñas y medianas empresas comerciales de Lima Metropolitana – 2017. La metodología tiene un diseño no experimental aplicando una encuesta a empresas con potencial de ingreso al mercado alternativo. Se concluyó que el MAV incide de forma directa en el costo de acceso de las pequeñas y medianas empresas ya que estas se deben adecuar a sus términos establecidos. Por otro lado, los costos de preparación de emisión producen la exigencia de nuevos aportes de estas empresas, además de los gastos para efectuar la oferta pública primaria y los gastos anuales de mantenimiento.

A nivel local, Céspedes (2019), tiene como objetivo estimar la factibilidad del acceso al MAV de la Edpyme en la ciudad de Chiclayo. La metodología es de tipo aplicada y tiene un enfoque cuantitativo aplicando un análisis documental a los estados financieros y memoria anual de la empresa. Se concluye que la Edpyme tomada como caso de estudio, puede ingresar al mercado alternativo, ya que presenta una situación financiera saludable, además de cumplir con todos los requerimientos para acceder a este mercado. Utilizando papeles comerciales la Edpyme podría emitir un programa hasta un monto de 30 mil millones con un costo efectivo anual entre 7.75% y 9.58%, siendo este costo efectivo inferior que el promedio de fuentes de financiamiento que actualmente presenta la Edpyme.

2.2. Bases teóricas científicas

2.2.1. Pymes

Como señala Mendiola, Aguirre, Chuica, Palacios, Peralta, Rodríguez & Suárez (2014), son aquellas empresas que se caracterizan por su heterogeneidad, ya sea en lo gerencial como en lo organizativo y que no controlan de forma individual una parte importante del mercado.

Igualmente, la Organización Internacional del Trabajo (2009), menciona sobre la definición de las Mipymes de la Unión Europea y América Latina, presentan diferencias ya sea en cuanto al empleo, ventas anuales o en los activos propias de estas empresas, esto se debe a las diferentes realidades de los países, de las regiones y de la tipología en unidades productivas que son propias de cada país. Se detallan a continuación la comparación de definiciones de pymes en Unión Europea y países Latinoamericanos según límites de ocupación, ventas y activos:

Tabla 1

Límite de ocupación (personas ocupadas por empresa)

	UE	Brasil	Chile	Ecuador	México	Perú	Uruguay
Mediana	Hasta 250	Industria: Hasta 500 Comercio/ Servicios: Hasta 100	Hasta 200	Hasta 100	Industria: Hasta 250 Comercio/ Servicios: Hasta 100	Hasta 250	Hasta 100
Pequeña	Menor a 50	Industria: Menor a 100 Comercio/ Servicios: Menor a 50	Menor a 50	Menor a 50	Industria/ Servicio: Menor a 50 Comercio: Menor a 30	Menor a 50	Menor a 20

Nota: Se muestra los rangos límites de los trabajadores para la mediana y pequeña empresa para la Unión Europea y diversos países latinoamericanos.

Tabla 2

Límites de ventas (Expresado en miles de US\$ anuales por empresa)

	UE	Argentina	Chile	Ecuador	Perú	Uruguay
Mediana	70,000	Industria: 15,780 Comercio: 23,354 Servicios: 5,902	Hasta 3,975	Hasta 5,000	Hasta 13,794	Hasta 5,000
Pequeña	14,000	Industria: 1,973 Comercio: 2,919 Servicios: 885	Menor a 934	Menor a 1,000	Menor a 1,000	Menor a 180

Nota: Se muestra los rangos límites de ventas para la pequeña y mediana empresa para la Unión Europea y diversos países latinoamericanos.

Tabla 3

Límites de activos (miles de US\$ por empresa)

	UE	Ecuador	Uruguay
Mediana	Menor a 60,000	Hasta 4,000	Hasta 350
Pequeña	Menor a 14,000	Menor a 750	Menor a 50

Nota: Se muestra los rangos límites de ventas para la pequeña y mediana empresa para la Unión Europea, Ecuador y Uruguay.

2.2.1.1. Clasificación

Mendiola, Aguirre, Campos, Cuadros, Ludwig & Regis, (2016) señalan que no existe una clasificación única que determine el tamaño de una empresa, es por ello que se presentan criterios relevantes.

Según la exposición al sistema financiero: La Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (como se citó en Mendiola, et al., 2016) basa sus definiciones con respecto al nivel de deuda que las empresas registran de forma acumulada en el Sistema Financiero. Por ello según los créditos:

Tabla 4

Endeudamiento total en el Sistema Financiero

	Monto	Tiempo
Mediana	Superior a 300,000	Últimos 6 meses
Pequeña	Superior a 20,000 no mayor a 300,000	Últimos 6 meses

Nota: Se muestra el nivel de endeudamiento para las pequeñas y medianas empresas.

Según las ventas y número de trabajadores: La Ley 28015 - Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, posteriormente modificada por la Ley 30056 establecen características para las pequeñas y medianas empresas respectivamente (como se citó en Mendiola, et al., 2016), se resume a continuación:

Tabla 5

Número de ventas y trabajadores

	Trabajadores	Ventas
Mediana	Sin límite	Entre las 1,700 y las 2,300 UIT
Pequeña	Sin límite	Entre las 150 y las 1,700 UIT

Nota: Se muestra los límites de trabajadores y ventas para las pequeñas y medianas empresas.

2.2.1.2.Importancia en la economía

El Perú es un país que se encuentra en su mayoría constituido por Mipymes. En un informe elaborado por el Ministerio de la Producción (PRODUCE, 2019) señala que las mipymes abarcan un 99.6% y la gran empresa solo representa un 0.4%. Según la SUNAT (como se citó en Mendiola, et al., 2015) con respecto a las mipymes mencionan un crecimiento alrededor de 16.4% con respecto al 2017. Es necesario resaltar que, en los países en vías de desarrollo, las pymes tienen gran relevancia, en cuanto a la generación de empleo y flexibilidad, y si estas desaparecieran en consecuencia conformarían una debilidad para la economía nacional especialmente del sector privado.

Tabla 6

Número de empresas formales según segmento empresarial - 2019

Tamaño empresarial	Nº de empresas	%
Microempresa	2'292,250	96.0
Pequeña empresa	82,057	3.4
Mediana empresa	2,937	0.1
Total de mipyme	2'377,244	99.6
Gran empresa	9,537	0.4
Total de empresas	2'386,781	100.00

Nota: Se muestra el número de empresas que conforman el total de empresas a nivel nacional según sean micro, pequeñas, medianas o grandes empresas.

La importancia de la mipyme en la economía nacional radica en su contribución en la generación de empleo y al valor agregado. En el año 2018, las Mipymes del Perú emplearon

alrededor del 59.2% de la PEA ocupada de un total de 66.5% del total de empleo en el sector privado (las microempresas emplearon un 47.6%, las pequeñas empresas un 9.7% y las medianas empresas un 1.8%), dejando a la gran empresa con un 7.3% del total. Con respecto al valor agregado la mipymes en el año 2017 conforman el 30.7% del total, este porcentaje se explica debido a la limitación de producción que presentan estas empresas dentro del sector empresarial. Esta baja productividad muchas veces se debe a la poca capacidad de aprovechamiento de las economías de escala, las dificultades en cuanto al acceso al financiamiento, la falta de mano de obra especializada y la informalidad en contratos con proveedores y clientes. Además, es necesario recalcar que el acceso al financiamiento es uno de los factores notables ya que incide directamente en su desarrollo, el obtener financiamiento mejora la eficiencia en relación a la asignación de recursos, incrementa los ingresos, la productividad, competitividad, entre otras.

En cuanto a las exportaciones realizadas se presentó un total de 7,836 empresas en el 2018 del cual el 72.2% fueron mipymes y el 27.8% la gran empresa. El Perú se registra por debajo del promedio de empresas exportadoras en todo Latinoamérica.

2.2.1.3. Características

Nuño de León (2012) señala que entre las características de las pymes se distinguen las características estructurales y culturales.

Características estructurales: estas características muestran la forma en que está dispuesta y ordenada una empresa, por ejemplo; puestos de trabajo, unidades de trabajo, responsabilidades, facultades, relaciones jerárquicas, líneas de subordinación y mando, canales de comunicación, entre otros.

Características culturales: aquellas que muestra formas de comportamiento, tradiciones, costumbres, valores y hábitos de la organización.

Tabla 7

Características estructurales y culturales de las Pymes

Características estructurales	Características culturales
Eficiente planeación a largo plazo.	Tienen una cultura estable.
Presentan gran flexibilidad.	El empresario tiene un gran conocimiento de la empresa.
Suele tener ausencia o minimización de la jerarquización.	Un alto compromiso con la familia y los miembros de la organización.
El volumen de producción suele ser pequeña.	La empresa mantiene una continuidad y propiedad familiar.
La relación de trabajo jefe-trabajador suele ser estrecha.	La empresa es una sociedad-comunidad, ya que se valora a sus miembros por lo que hacen y por quiénes son.
Capacidad alta de aprovechamiento del capital humano.	Solapamiento de roles.
Presentan recursos limitados (económicos, humanos, tecnológicos, entre otros.)	Tienen gran capacidad de innovación para poder satisfacer con las demandas del mercado.
Su gestión es tradicional.	Tienen una atención personalizada.
Se endeudan constantemente debido que no son sujetos de crédito fácil.	Los roles empresariales dependen de los roles familiares.
Su mercado de comercialización es principalmente local.	Existe un grado alto de control que ejerce en empresario.

Nota: Se muestra las características culturales y estructurales de las pequeñas y medianas empresas.

2.2.1.4. Marco normativo

Para hablar sobre el aspecto normativo de las medianas y pequeñas empresas en el Perú se hace referencia al Decreto Supremo N°007-2008-TR (30 de setiembre de 2008) que aprueba el Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la micro y pequeña empresa y del Acceso al Empleo Decente - Ley MYPE. Sin embargo, esta ley fue modificada por la ley N° 30056 (2 de julio de 2013), dónde se establece las categorías empresariales (micro, pequeña o mediana empresa) según el nivel de ventas, siendo el número de trabajadores irrelevante.

2.2.2. Financiamiento

Para Herrero (2012), es un grupo de recursos económicos que alcanza la empresa ya sea para aplicarlos, invertirlos o también en su proceso productivo, y que deben estar debidamente planificados en cuanto a su cuantía, origen, fuente, condiciones y finalidad que la empresa les va a impartir.

2.2.2.1. Tipos de financiamiento

Entre los tipos de financiamientos que podemos mencionar encontramos 3 tipos, en primera instancia, según el plazo de devolución, este puede ser corto y largo plazo, según el origen de la financiación, puede ser interno y externo y finalmente según la titularidad de los fondos obtenidos, puede ser directa (también llamada propia) e indirecta (también llamada ajena).

2.2.2.2. Alternativas de Financiamiento

Según Abdulsaleh, A. & Worthington, A. (2013), entre los tipos de financiamiento en el Reino Unido podemos mencionar financiamiento de capital, financiamiento de deuda, financiamiento bancario para Pymes, asistencia e iniciativas gubernamentales y finanzas islámicas para PYMES, todas las anteriores tienen definiciones similares a las que veremos más adelante con las alternativas de financiamiento para las Pymes en América Latina. Cuando hablamos de las finanzas islámicas para Pymes surgieron aproximadamente en 1970 creció rápidamente y no se limita a los países islámicos, y ha llegado a países tales como el Reino Unido, Estado Unidos y Australia. Por otro lado, Mendiola, Aguirre, Campos, Cuadros, Lodwig & Regis, (2016) mencionan las siguientes alternativas de financiamiento para las pequeñas y medianas empresas de Latinoamérica:

a. El autofinanciamiento

Las Pymes suelen financiarse con fondos propios mediante la reinversión de utilidades y los aportes de socios, y es a esto a lo que se llama autofinanciamiento. Este tipo de financiamiento es el primero al que recurren, en especial, las pequeñas empresas y más aún si están se encuentran en etapas iniciales de desarrollo.

b. Financiamiento de proveedores

Este tipo de financiamiento es de corto plazo y suele ser importante para las pymes y esto se debe a una estrecha relación comercial, mayor conocimiento de estos sobre las empresas, además que ellos tienen un mayor interés en la supervivencia de las pymes a largo plazo.

c. Los préstamos informales

Financiamiento que se obtiene de familiares o amigos. Estos, aparentemente, no suelen ser un tipo de financiamiento significativo y solo suele tomar transcendencia en la instancia de creación de la empresa. El porcentaje de este financiamiento en los países de América Latina suele ser menor al 2%.

d. El sistema financiero bancario

Los préstamos en Latinoamérica son un tipo de financiamiento muy accesible. En algunos países cuentan con una tasa elevada de crédito bancario, entre estos están Chile, Colombia, Perú y usualmente estos suelen ser mayores a un año. Las pequeñas empresas con un porcentaje superior de acceso de préstamos bancarios se encuentra Paraguay y Perú, las medianas empresas que hacen un mayor uso del crédito bancarios se encuentra Colombia y con menor uso bancario México.

e. El sistema financiero no bancario

Hay entidades financieras especializadas en brindar préstamos a las pymes y se caracterizan por exigir menores requerimientos y créditos más pequeños. En Perú algunas de estas son las financieras, cajas municipales, cajas rurales y edpymes. En las entidades financieras los costos suelen ser más altos y suelen ser la primera alternativa de las pequeñas empresas, sobre todo aquellas que tienen poco tiempo en el mercado y que son consideradas riesgosas por la banca. Estas también se encargan de canalizar los fondos de la banca de segundo piso.

f. El factoring

Es llamado también descuento de facturas y se ha convertido en una alternativa importante de corto plazo para las pymes. El país donde se encuentra más desarrollado en la región es Chile. En este tipo de financiamiento encontramos tres participantes: en primera instancia la empresa que financia a su proveedor, luego la entidad financiera que provee fondos y finalmente las empresas proveedoras que lo solicitan para satisfacer sus necesidades de liquidez.

g. Capital de riesgo

Es el instrumento de financiamiento para las pymes más desarrollado. Aquí una sociedad especializada invierte capital en estas empresas por un periodo de tiempo fijo y en una proporción minoritaria. Lo que se busca es que exista un equilibrio de capital invertido y control de la empresa de forma que el riesgo se comparta y exista una colaboración para obtener una mayor rentabilidad. De estas empresas especializadas que ayudan a las pymes se deriva diversos beneficios ya que existe un mejor planteamiento de estrategias, solución de problemas entre otros. Usualmente estas empresas buscan pymes que pertenezcan a sectores con un alto potencial de crecimiento como la informática, biotecnología, biogenética, hotelería, turismo, ocio, entre otros.

h. Capital privado

Llamado también como colocaciones privadas, este tipo de financiamiento es para empresas que están saliendo de su etapa de crecimiento y que deseen fortalecerse empresarialmente, ya sea entrando al mercado de valores o participar de fusiones o adquisiciones. Este tipo de financiamiento suele ser otorgado a las pymes mediante los fondos de inversión.

i. El mercado Alternativo de Valores

Se creó debido a la escasa participación de las empresas en el mercado de capitales, al acceder al mercado de capitales las empresas no solo tienen una alternativa más, sino que tienen disponibilidad de mayores montos, menores tasas y por lo que favorecería a su crecimiento. Entre los países de América Latina que han implementado un mercado alternativo, se encuentran: Brasil, Chile, Argentina, Perú. Según la Bolsa de Valores de Lima, el mercado alternativo más exitoso es el Alternative Investment Market (AIM) del Reino Unido, este mercado ha registrado un buen desempeño, refleja un ritmo anual de crecimiento, a comparación del MAV quien no ha presentado la acogida que se esperaba y esto se debe a que presenta algunas limitaciones.

2.2.2.3. Políticas de financiamiento para las pymes.

Según Rojas (2017), se señala a continuación sobre las medidas implementadas en diversos países de América Latina:

a. Políticas por el lado de la oferta

Entre las medidas que han sido implementadas hasta el momento, podemos mencionar: las garantías Públicas de Crédito, financiamiento directo mediante créditos que cuentan con tasas de interés subsidiadas a amplios plazos de gracia y amortización, líneas de crédito de bancos y entidades no bancarias, donde el gobierno actúa como banca de segundo piso; incentivos fiscales a inversionistas (por ejemplo, deducciones de impuestos a empresas con actividades de innovación, deducciones por concepto de inversiones, deducciones por pérdidas de capital o menores tasas sobre ganancias de capital), inversión en fondos de CP/CR o híbridos, apoyo a la creación de bolsas de valores especializadas en pymes, legislación y otras medidas de promoción del crowdfunding.

b. Medidas para estimular el segmento de capital

Entre estas podemos mencionar: incentivos fiscales, apoyo a la industria de capital privado, participación del capital extranjero.

c. Promover instrumentos de salida para los inversionistas

Podemos mencionar a las bolsas de valores diseñadas para pymes y empresas de alta tecnología, participación en redes globales.

d. Medidas para estimular el segmento de deuda

Tales como, garantías bancarias, créditos directos, líneas de crédito, cuotas obligatorias, burós de crédito, promoción de crowdfunding.

e. Políticas por el lado de la demanda

Entre estas podemos señalar: incentivos fiscales, subsidios, apoyo al ecosistema de innovación y emprendimiento, incubadoras, aceleradoras y otros programas de educación para emprendedores, promoción de cultura empresarial.

2.2.3. Mercado Alternativo de Valores (MAV)

Según Mendiola, et al. (2015), el Mercado Alternativo de Valores (MAV) es un segmento de la Bolsa de Valores de Lima (BVL) regulado por la SMV. Además, según el Reglamento del Mercado Alternativo de Valores, el MAV es un segmento del mercado de valores creado para realizar oferta pública primaria y secundaria de valores representativos de deuda y de capital, siempre y cuando se encuentre sujetos a cumplir condiciones, obligaciones y requerimientos establecidos en la presente ley.

2.2.3.1. Marco normativo

La ley aplicable al MAV, es la Resolución de Superintendencia N° 00025-2012 - Reglamento del Mercado Alternativo de Valores - MAV, en la que menciona sobre los requisitos y obligaciones que se deberán cumplir si se desea ingresar a este tipo de mercado.

2.2.3.2. Característica

Mendiola, et al. (2015), sobre las características del MAV menciona lo siguiente:

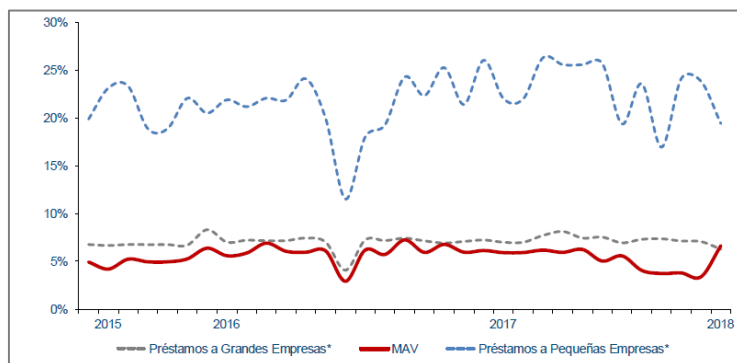
a. Beneficios

El MAV ofrece como beneficios; una mayor diversidad de instrumentos de inversión, oferta de emisores con mejores estándares de gobernanza y gestión, instrumentos de buen rendimiento, emisores supervisados, importes de financiamiento con tasas bajas, tarifa de inscripción reducida, costos de colocación y listados más bajos, debido a que los formularios están disponibles en el portal de la SMV, reducción en requerimientos y obligaciones de información, mayor valor de empresa que se financia mediante el MAV,

mayor percepción de estabilidad y transparencia, favorece a la posición financiera y mejora la imagen de la empresa.

Figura 1:

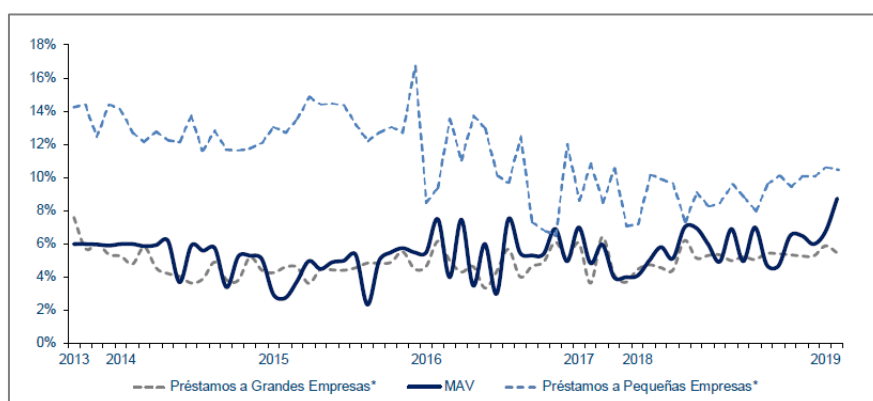
Tasas de colocación MAV frente a la Banca tradicional (Emisión PEN)



Nota: Tasa promedio de créditos en los últimos 30 días previos a la emisión MAV en la fecha correspondiente.

Figura 2:

Tasas de colocación MAV frente a la Banca tradicional (Emisión USD)



Nota: Tasa promedio de créditos en los últimos 30 días previos a la emisión MAV en la fecha correspondiente.

Como se muestran en la imagen 1 y 2, el mercado alternativo peruano presenta en promedio tasas más bajas, como límite 5% entre los años 2013 al 2018.

b. Requerimiento de ingreso

Entre los requerimientos para el acceso al MAV podemos mencionar:

Tabla 8

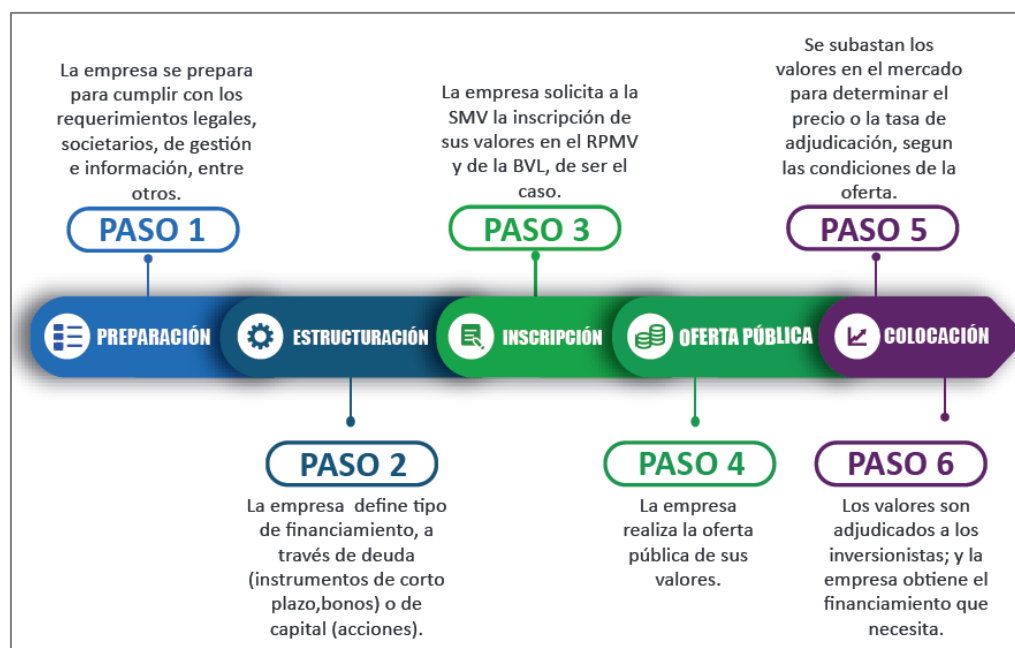
Diferencia entre los principales requerimientos de ingreso del mercado principal y el MAV

	Mercado principal	MAV
Características de la empresa	Empresas domiciliadas o no domiciliadas, siempre y cuando estas cumplan con requisitos del Régimen General.	Empresas que se encuentren domiciliadas en el Perú. Ventas anuales menores a S/.350 MM (promedio últimos 5 años). No tener valores listados en la BVL o alguna bolsa extranjera.
Memoria Anual	2 últimos ejercicios	Último ejercicio
Buen Gobierno Corporativo	Inicio	A partir del 3º año
Clasificación de Riesgo	2 informes	1 informe
Reporte de Sostenibilidad Corporativa	Si	No
EEFF anuales	2 últimos ejercicios	Último ejercicio
EEFF de situación	Trimestral	Semestral
Normas aplicables	NIIF	Adecuación a las NIIF
Plazo máximo de inscripción	30 días	15 días
Costos de emisión de valores	Régimen General	50% de reducción en costos.

Nota: Comparación entre los requerimientos de ingreso al mercado alternativo y el régimen general.

Figura 3

Procedimiento para ingresar al MAV



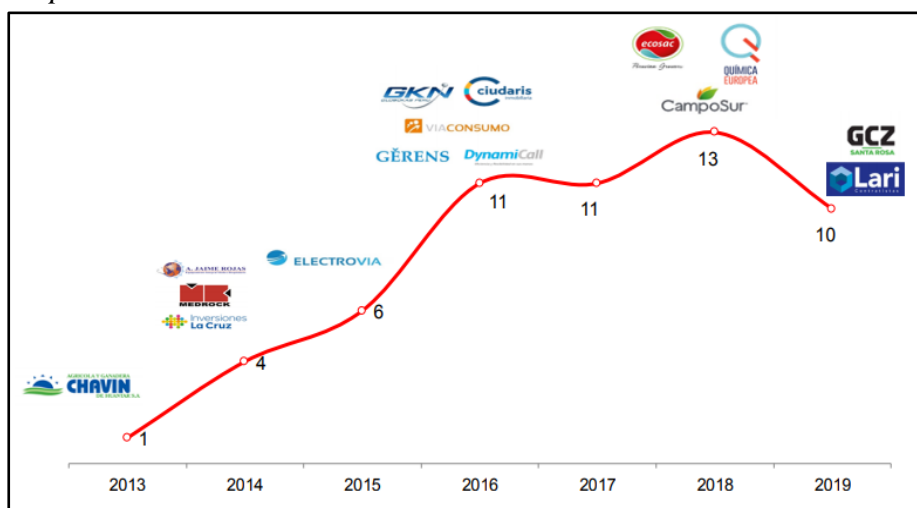
Nota: Procedimiento para el ingreso al mercado alternativo peruano, resumido en 5 pasos.

c. Emisiones

El MAV presenta un disminuido crecimiento y desarrollo dado que históricamente desde su creación en el año 2013 hasta el año 2019 suma un total de solo 18 empresas, y actualmente solo cuenta con 12 empresas listadas.

Figura 4

Empresas listadas en el MAV desde el 2013 hasta el 2019.



Nota: Gráfica que representa el número de empresas listadas en el Mercado Alternativo de Valores entre los años 2013 - 2019.

Entre las empresas que se encuentran listadas hasta el año 2019, cabe resaltar que muchas de estas empresas al año 2020 aún siguen perteneciendo al MAV, sin embargo otras se retiraron.

- Agrícola y Ganadera Chavín de Huántar S.A.
- Jaime Rojas Representaciones Generales S.A.A.
- Medrock Corporation S.A.C.
- BPO Consulting S.A.C.
- Eco Acuícola S.A.C.
- Atria Energía S.A.C.
- Globokas Perú S.A.
- Representaciones Química Europea S.A.C.
- Camposur INC S.A.C.
- Lari Contratistas S.A.C.

Tabla 9

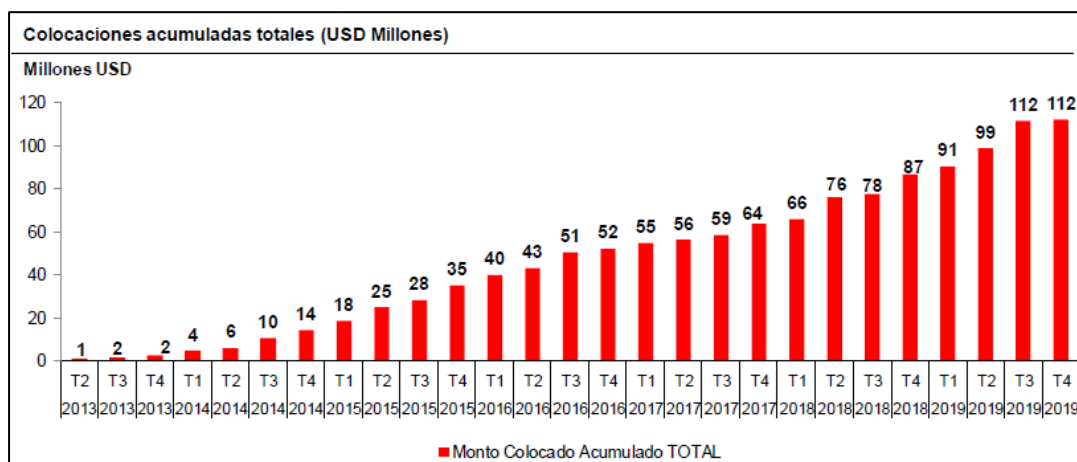
Empresas emisoras del MAV y sus colocaciones al 2019

	Tipo	N° de colocaciones	Colocación total	Colocación promedio	Tasa mínima histórica	Tasa máxima histórica
Agrícola y Ganadera Chavín de Huántar S.A.	IPC	34	\$17.20 MN	\$505,824	4%	7%
	Bono	2	\$2.16 MN	\$442,000	9%	9%
A. Jaime Rojas Representaciones Generales S.A.	IPC	9	\$7.70 MN	\$855,556	5.00%	6.50%
	Bono	7	\$5.57MN	\$ 795,714	5.97%	7.50%
Medrock Corporation S.A.C.	IPC	8	\$6.58 MN	\$821,875	2.35%	4.00%
	Bono	1	S/.3.15 MN	S/.3,150,000	6.25%	-
BPO Consulting S.A.C.	IPC	6	\$9.00 MN	\$1,500,000	6.6%	8.50%
Eco Acuícola S.A.C.	IPC	5	\$28.75 MN	\$1.65 MN	-	6.59%
Atria Energía S.A.C.	IPC	1	\$2.48 MN	\$2,478,000	-	5.31%
Globokas Perú S.A.	-	-	-	-	-	-
Presentaciones Química Europea S.A.C.	IPC	4	\$1.99 MN	\$497,250	6.50%	5.81%
	IPC	1	S/.4.00 MN	S/.4,000,000	9.25%	9.25%
Camposur INC S.A.C.	Bono	2	\$0.92 MN	\$460,000	8.69%	8.75%
	IPC	1	\$0.57 MN	\$569,000	-	7%

Nota: Se muestra las emisiones realizadas por las empresas listadas en el mercado alternativo a nivel histórico hasta el año 2019, también se consideran aspectos importantes tales como el tipo de instrumento y la tasa de colocación.

En la imagen siguiente se puede apreciar una gráfica con respecto a los montos de colocación acumulados desde el 2013 al 2019:

Figura 5

Monto de colocación acumulado en el MAV del 2013 hasta el 2019

Nota: Se muestra los montos de colocación realizados en el Mercado Alternativo de Valores entre los años 2013 – 2019.

d. Principales participantes

Mendiola, et al. (2014) señala los participantes de la Bolsa de Valores de Lima, se detallan en la tabla 13:

Tabla 10

Principales participantes del MAV

Participantes	Función
CAVALI - Registro Central de Valores y Liquidaciones	Tiene por objetivo el registro, custodia, compensación, liquidación y transferencia de valores. Es una sociedad anónima que se encarga del Registro Central de Valores y Liquidaciones.
Superintendencia del Mercado de Valores (SMV)	Es una institución pública y organismo técnico especializado encargado de la reglamentación y supervisión del mercado de valores y sus participantes. La SMV vela por la protección de los inversionistas, la eficiencia y transparencia de los mercados bajo su supervisión.
Clasificadoras de riesgo	Es una persona jurídica que tiene por fin categorizar los valores, además de realizar disposiciones de carácter general que establezca la SMV.
Sociedades Agentes de Bolsa (SAB)	Sociedad anónima que se dedica a realizar la intermediación de valores en uno o más mecanismos centralizados que operen en las Bolsas. Se encarga de presentar las operaciones con exactitud, precisión y claridad, verificar la identidad y capacidad legal de sus comitentes, llevar todos aquellos registros establecidos por ley.

Nota: Se muestran en el cuadro los principales participantes del mercado alternativo peruano.

2.2.4. Alternative Investment Market (AIM)

Según la A guide to AIM (2010), el AIM es un mercado de la Bolsa de Valores de Londres (LSE, por London Stock Exchange) creado exclusivamente para empresas más pequeñas y en crecimiento. Fue creado en 1995, brinda a un conjunto diverso de inversores una amplia gama de empresas de diferentes países y sectores.

El AIM sirve como un mecanismo para que las empresas que buscan acceso de capital aprovechen su crecimiento e innovación, forma parte vital del entorno de financiación para las pequeñas y medianas empresas a lo largo de su desarrollo y crecimiento.

2.2.4.1.Marco normativo

Mendiola, et al. (2015), menciona que el AIM se encuentra regulado por la LSE. Este se encuentra autorregulado en la forma que los asesores de inversión son los responsables de asegurar que las compañías listadas cumplan con la regulación establecida.

De acuerdo con la Guía Principal del Mercado de Capitales del AIM, debe su éxito debido al diseño normativo específico que cumple con las necesidades de las pequeñas y medianas empresas, y a su vez otorga una adecuada protección al inversionista.

Según la Guía AIM presenta criterios para su ingreso, una vez admitida las responsabilidades por parte de la empresa son sencillas y están dirigidas a fomentar su crecimiento. Las reglas indicadas para la incorporación al AIM especifican que las acciones deben estar libres de restricciones para su transferencia, además los valores también deben encontrarse disponibles si en caso se comerciarán vía electrónica. Las compañías participantes deben definir un bróker y un Nomad, éstas también deben pagar un derecho de ingreso.

La LSE es libre de sancionar a las empresas participantes en caso del incumplimiento de estas a sus normas establecidas. En sanciones menores solo se otorga una nota de advertencia, para reincidencias o incumplimiento en casos serios se puede aplicar multas o censurar y en casos extremos se llega a cancelar los valores de la empresa.

2.2.4.2.Características

a. Beneficios

Según la A guide to listing on the London Stock Exchange (2010), señala los beneficios de ingresar al AIM, los que a continuación se detallan:

- Facilita el acceso de capital para el crecimiento, ya que las empresas obtienen financiamiento para un mayor desarrollo, tanto en el momento de la admisión como a través de nuevas recaudaciones.
- El crear un mercado en la que se encuentren las acciones de las empresas y así ampliar la base de accionistas.
- Fomentar el compromiso de los trabajadores, incrementando su motivación y rendimiento a largo plazo, haciendo atractivo los sistemas de participación.
- Incrementar la capacidad de las empresas para realizar adquisiciones.

- Crear un perfil de la empresa al público (esto debido a la prensa y los informes de los analistas) ayudando a mantener liquidez en las acciones de la compañía.
- Mejora la situación de la empresa con respecto a los clientes y proveedores.

Por otro lado, la A guide to AIM (2010) también se señala las principales razones por las cuales una empresa decida cotizar en el AIM: regulación equilibrada, el AIM se encuentra diseñado específicamente para apoyar las necesidades de las empresas más pequeñas; base de inversores internacionales, tiene un acceso a una amplia y diversa gama de inversores institucionales y minoristas; alcance geográfico y amplia cobertura sectorial, la diversidad de sectores y la cobertura regional de AIM, cuenta con empresas de 40 industrias diferentes de más de 28 países; red de asesores expertos, una amplia y experimentada comunidad de asesores expertos para ayudar a las empresas a unirse a AIM y apoyarlas una vez que estén operando en el mercado; visibilidad y perfil, frente a clientes, proveedores, inversores y otras partes interesadas clave.

b. Requerimientos de ingreso

La A guide to AIM (2010) menciona que los criterios de entrada para AIM se adaptan a las empresas en crecimiento sin registros de negociación requeridos, sin criterios de tamaño mínimo y no hay un nivel prescrito de acciones en manos públicas. Se ha reiterado que una de las razones del éxito del AIM se debe a su marco regulatorio, ya que este se encuentra específicamente diseñado para satisfacer a las empresas más pequeñas y en crecimiento, además de brindar una protección adecuada a los accionistas.

Tabla 11

Diferencias entre los criterios de admisión y obligaciones del mercado principal y el AIM

AIM	Mercado principal
Sin capitalización mínima de mercado	Capitalización mínima de mercado.
No se exige ningún registro de negociación	Normalmente, se requiere un registro de negociación de tres años.
No hay un nivel prescrito de acciones en manos públicas	Participación mínima del 25% en manos públicas.
No hay aprobación previa de los accionistas para la mayoría de las transacciones	Se requiere la aprobación previa de los accionistas para adquisiciones y enajenaciones sustanciales (solo cotización de primas)
Asesor designado necesario en todo momento	Patrocinadores necesarios para ciertas transacciones (sólo Premium Listing)
En la mayoría de los casos, los documentos de admisión no han sido preseleccionados por la Bolsa ni por el UKLA. El UKLA sólo examinará un documento de admisión AIM cuando también sea un folleto con arreglo a la Directiva sobre el folleto	Investigación previa del prospecto por el UKLA

Nota: En el cuadro se muestra la comparación entre el Alternative Investment Market y el mercado principal

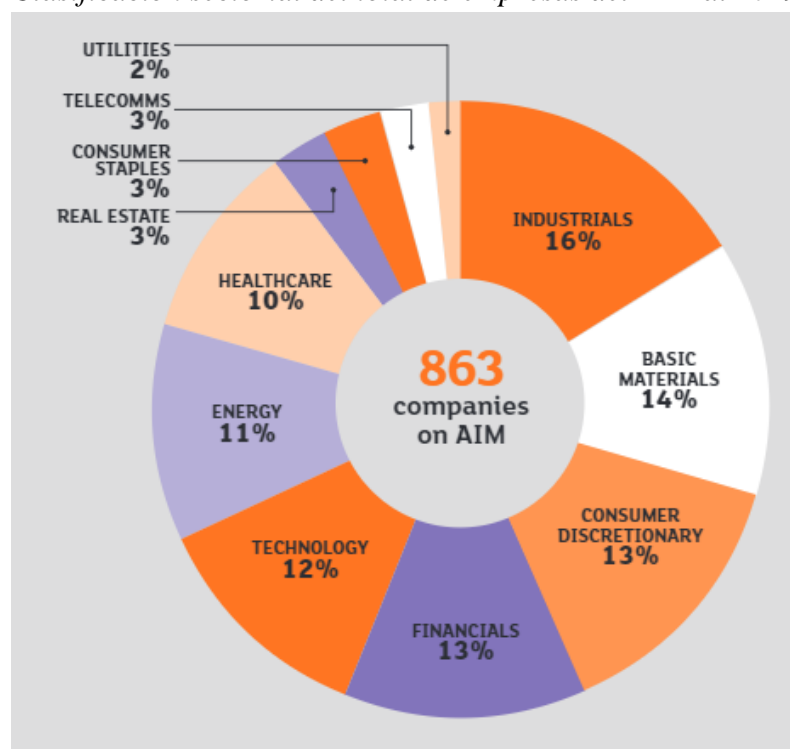
Las empresas una vez admitidas en el AIM, las responsabilidades siguen siendo sencillas y tienen por objetivo fomentar su crecimiento.

c. Emisiones:

Al año 2019, forman parte del AIM 863 empresas, estas empresas pertenecen a diferentes sectores de países en todo el mundo:

Figura 6

Clasificación sectorial del total de empresas del AIM al 2019

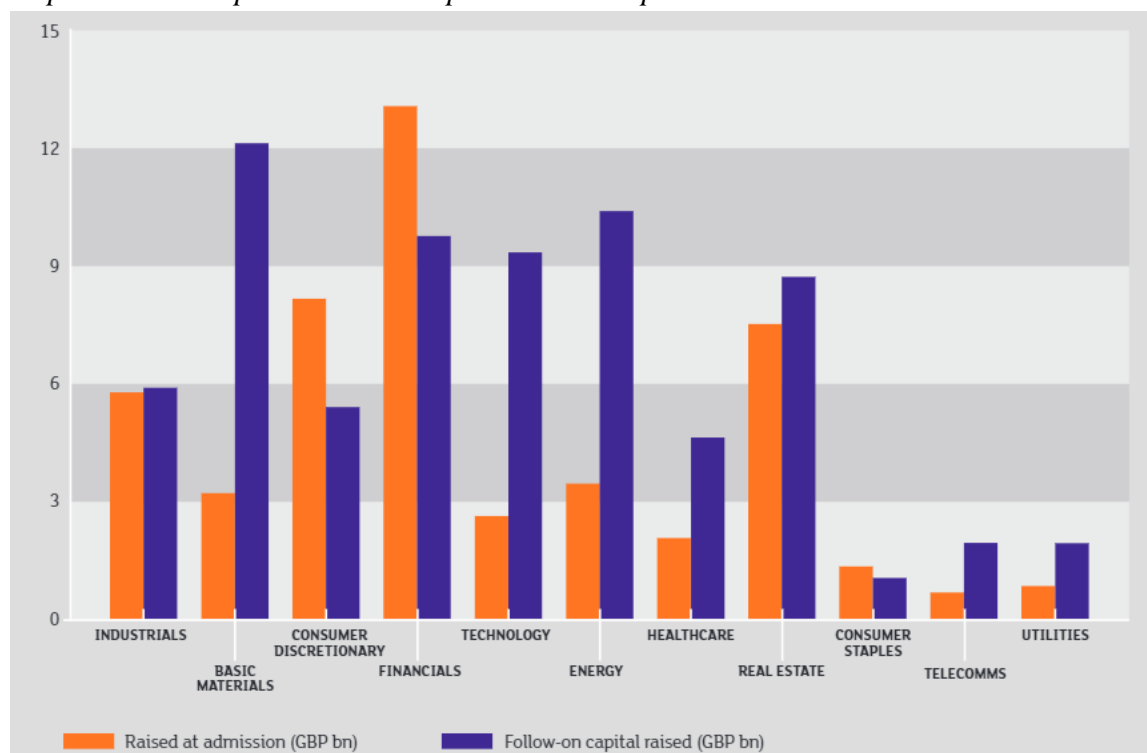


Nota: Se muestra el porcentaje que representan las empresas del Alternative Investment Market en relación al sector económico al que pertenecen en el año 2019.

La LSE señala que en cada año desde el 2007, las cantidades de capital recaudadas por el AIM han sido mayores a comparación de las recaudadas en el momento de su admisión. A continuación, se detalla el capital obtenido por las empresas del AIM, desde su lanzamiento hasta el año 2019:

Figura 7

Capital obtenido por todas las empresas de AIM por industria



Nota: Se muestra el capital que obtienen las empresas al ingresar al Alternative Investment Market en relación a sector económico

d. Principales participantes

La A guide to AIM (2015) señala la comunidad de apoyo con la que cuenta una empresa una vez que decide ingresar al AIM. Esta comunidad de apoyo se encuentra conformada por asesores y proveedores de liquidez altamente experimentados e informados que apoyarán a la empresa durante todo el tiempo que esta permanezca en el AIM (desde su admisión inicial y posteriormente en su viaje como una empresa pública).

Los asesores que la empresa designe como parte de su equipo será fundamental una vez admitida la empresa en el mercado alternativo. Es relevante que elija asesores que tengan experiencia en el sector y que tengan un alto nivel de compromiso con la empresa. Este aspecto es vital debido a que tanto la empresa como los asesores, trabajarán estrechamente previo ingreso al mercado alternativo y posterior a él. Además, según el tipo de negocio que desarrolle la empresa, esta puede necesitar otros asesores especializados en el área. En la siguiente tabla podemos señalar a los principales participantes:

Tabla 12***Principales participantes del AIM***

Comunidad AIM	Función
Nomad	Debe ser aprobada por la LSE, el nomad se encarga de guiar a la empresa en el proceso de admisión y se compromete a asegurar que la empresa es adecuada para el AIM. La elección de un Nomad es muy importante ya que la empresa y su Nomad trabajaran estrechamente.
Broker	Es miembro de la LSE, apoya las necesidades de financiación mediante una evaluación del nivel de interés de los inversores en las acciones de la empresa en el momento de la admisión. El Nomad también puede actuar como un broker. El broker debe seguir en todo momento las reglas del AIM.
Informante contable	Reporta exámenes e informes sobre varios aspectos clave (situación financiera, procedimientos de información financiera, capital circulante, sistemas de incentivos fiscales y de acciones, divulgación de información financiera histórica), también es el responsable de plantear posibles problemas que puedan surgir al inicio del proceso de admisión, proporciona garantías a los inversores de que se ha procedido con la debida diligencia financiera.
Firma de abogados	Se encarga del aspecto legal del negocio, incluyendo la verificación de la propiedad de los activos, se encarga de asesorar sobre la redacción del documento de admisión; negocia los términos del acuerdo de colocación entre la empresa, los directores, el Nomad y el Broker; asesora a los directores de la empresa sobre sus responsabilidades y gobierno corporativo en conjunto con el Nomad.
Market maker	Tiene un papel importante en el mercado secundario como proveedor de liquidez, asegurando que los inversores tienen un medio eficiente para comprar y vender la seguridad de una empresa, un Broker puede asumir el papel adicional de Market maker (tiene que estar registrado en la LSE)
Firma de relaciones públicas	Ayuda a elaborar la historia y la estrategia de la empresa; trabajará estrechamente con sus otros asesores en la producción de la presentación itinerante institucional; se encargará de forma continua para crear y mantener interés de los medios.
Registrador	No es un requisito establecido bajo las "Reglas del AIM", sin embargo, normalmente las empresas nombrarán a un registrador para mantener actualizado el registro de los accionistas. También, se encarga de proporcionar información al Nomad y a otros asesores cuando sea apropiado.

Nota: Se muestra en el cuadro los principales participantes del mercado alternativo europeo.

III. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. Tipo y nivel de investigación

El enfoque de la investigación es cualitativo ya que se trata de estudiar el fenómeno desde una perspectiva holística y de la descripción del mismo. El tipo de investigación es aplicada ya que la investigación va tener como base aportes teóricos y de igual manera también busca ampliar los conocimientos existentes acerca del fenómeno estudiado. Asimismo, el nivel de la investigación es exploratorio debido a que los resultados que se van a obtener son difíciles de predecir y lo que se trata es conocer más acerca del fenómeno de estudio.

3.2. Diseño de investigación

El diseño de la investigación es no experimental debido a que las variables de la investigación no presentarán manipulación deliberada alguna (pymes, financiamiento, Mercado Alternativo de Valores y Alternative Investment Market), su estudio se realizará en base a su observación en su estado natural, para su posterior descripción y análisis.

3.3. Población, muestra y muestreo

Población: La unidad de estudio de la investigación serán las pymes del Perú.

Muestra: Serán aquellas pymes que actualmente cotizan en el Mercado Alternativo de Valores (MAV).

Muestreo: Es de tipo no probabilístico debido a que se encuentra seleccionado en conveniencia con la investigación.

3.4. Criterios de selección

Para la obtención de la muestra, se identificó y evaluó las variables que permitieron obtener información esencial acerca del estudio de los factores determinantes para el acceso de financiamiento de las pymes que cotizan en el mercado alternativo y su comparación frente al mercado alternativo europeo.

3.5.Operacionalización de variables

Tabla 13

Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores
Pymes	Aquellas empresas que se caracterizan por su heterogeneidad, tanto en lo gerencial como en lo organizativo, y que no controlan de manera individual una parte importante del mercado. (Mendiola, Aguirre, Chuica, Palacios, Peralta, Rodríguez & Suárez, 2014).	Las pymes, llamadas también las nuevas empresas y son consideradas como factor importante en el crecimiento económico y generación de empleo.	Clasificación	Según la exposición al sistema financiero Según las ventas y número de trabajadores
			Importancia en la economía	Producto Bruto Interno (PBI) Indicador de empleo
			Características	Estructurales Culturales
			Marco normativo	Decreto Supremo N°007-2008-TR
Financiamiento	Conjunto de recursos económicos (dinero) que obtiene la empresa para aplicarlos e invertirlos, de una u otra forma, en su proceso productivo, y que deben ser debidamente planificados en cuanto a su cuantía, origen o fuente, condiciones y finalidad que se les va a dar. (Herrero, 2012).	La financiación consiste en proporcionar el capital adecuado a la empresa, con el fin de que esta pueda disponer de estos recursos económicos para sus necesidades de inversión, en el momento justo. (Mogollón, 2011)	Tipos de financiamiento	Corto y largo plazo Interno y externo Directa e indirecta
			Alternativas de financiamientos para las pymes	Autofinanciamiento
				Financiamiento de proveedores
				Préstamos informales
				Sistema Financiero bancario
				Sistema Financiero no bancario
				Factoring
				Capital de riesgo
				Capital privado
			Políticas de financiamiento para las pymes	De lado de la oferta Para estimular el segmento de capital Instrumentos de salida para los inversionistas Para estimular el segmento de deuda De lado de la demanda.
Mercado Alternativo de Valores (MAV)	Es un segmento de la Bolsa de Valores de Lima (BVL) regulado por la SMV. (Mendiola, Aguirre, Alatrística, Lévano & Vera, 2015).	El MAV se crea como una opción de financiamiento orientada a las medianas empresas para fomentar su desarrollo frente a la opción tradicional de la bolsa de valores orientada principalmente a la gran empresa. (Mendiola, Aguirre, Alatrística, Lévano & Vera, 2015)	Marco normativo	Reglamento del Mercado Alternativo de Valores - MAV
			Características	Beneficios Requerimientos de ingreso Emisiones Principales participantes
Alternative Investment Market (AIM)	Es un submercado de la Bolsa de Valores de Londres (LSE, por London Stock Exchange). (Mendiola, Aguirre, Alatrística, Lévano & Vera, 2015).	El AIM permite garantizar a las empresas integrantes el acceso a la mayor base de capitales del mundo, consagrada solo para las pequeñas y las medianas empresas, con un sistema regulatorio más flexible que el aplicable al mercado principal. (Mendiola, Aguirre, Alatrística, Lévano & Vera, 2015)	Marco normativo	Guía Principal del Mercado de Capitales del AIM
			Características	Beneficios Requerimientos de ingreso Emisiones Principales participantes

Nota: La tabla fue elaborada para fines de la investigación.

3.6.Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica de investigación que se ha utilizado para la investigación es el análisis documental. Con el análisis documental se buscó realizar un análisis, interpretación y

síntesis de los documentos elegidos para llevar a cabo la investigación. Asimismo, el instrumento de investigación fue la ficha documentaria.

3.7.Procedimientos

Para el proceso de la investigación se recopiló información necesaria acerca de aspectos relevantes en cuanto a las pymes y el financiamiento, al igual que información acerca de los factores determinantes del acceso de financiamiento al mercado alternativo y finalmente se hizo una comparación del mercado alternativo peruano y el mercado alternativo europeo utilizando una ficha documentaria.

3.8.Plan de procesamiento y análisis de datos

Las fichas documentarias fueron aplicadas al primer objetivo titulado “Describir el perfil de las pymes que accedieron al Mercado Alternativo de Valores (MAV)”, al tercer objetivo titulado “Analizar los factores determinantes del acceso al financiamiento de las pymes al Mercado Alternativo de Valores (MAV)” y el tercer objetivo titulado “Comparar los aspectos generales de las pymes en el Mercado Alternativo de Valores (MAV) frente al Alternative Investment Market (AIM)”, para la recolección de datos se realizó mediante el acceso de diferentes documentos y/o registros disponibles en páginas web como de la Bolsa de Valores de Lima (BVL), la Superintendencia de Mercado de Valores (SMV), la London Stock Exchange (LSE), entre otras bases de datos.

3.9. Matriz de consistencia

Tabla 14

Matriz de consistencia

PROBLEMA PRINCIPAL	OBJETIVO PRINCIPAL	VARIABLES
¿Cuál es la problemática de acceso al financiamiento de las Pymes en el Perú al Mercado Alternativo de Valores (MAV) y su comparación frente al Alternative Investment Market (AIM) 2020?	Analizar la problemática del acceso de financiamiento de las Pymes en el Perú al Mercado Alternativo de Valores (MAV) y su comparación frente al Alternative Investment Market (AIM) 2020.	Independiente: Financiamiento
		Interviniente: Pymes
		Independiente: Mercado Alternativo de Valores (MAV)
		Independiente: Alternative Investment Market (AIM)
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	DIMENSIONES	INDICADORES
1- Describir los aspectos generales de las Pymes del Perú e Inglaterra.	<i>Pymes</i>	
	Clasificación	Según la exposición al sistema financiero
		Según las ventas y número de trabajadores
	Importancia en la economía	Producto Bruto Interno (PBI)
		Indicador de empleo
	Características	Estructurales
		Culturales
Marco normativo	Normas legales	
2- Analizar los factores determinantes del acceso al financiamiento de las Pymes al Mercado Alternativo de Valores (MAV).	<i>Financiamiento</i>	
	Tipos de financiamiento	Corto y largo plazo
		Interno y externo
		Directa e indirecta
	Alternativas de financiamientos para las Pymes	Autofinanciamiento
		Financiamiento de proveedores
		Préstamos informales
		Sistema Financiero bancario
		Sistema Financiero no bancario
		Factoring
		Capital privado
Mercado Alternativo de Valores		

	Políticas de financiamiento para las Pymes.	De lado de la oferta Para estimular el segmento de capital Instrumentos de salida para los inversionistas Para estimular el segmento de deuda
3- Comparar los aspectos generales de las Pymes en el Mercado Alternativo de Valores (MAV) frente al Alternative Investment Market (AIM).	<i>Mercado Alternativo de Valores (MAV)</i>	
	Marco normativo	Reglamento del Mercado Alternativo de Valores - MAV
	Características	Beneficios
		Requerimientos de ingreso
		Emisiones
		Principales participantes
	<i>Alternative Investment Market (AIM)</i>	
	Marco normativo	Guía Principal del Mercado de Capitales del AIM
	Características	Beneficios
		Requerimientos de ingreso
Emisiones		
Principales participantes		
DISEÑO Y TIPO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN, MUESTRA Y MUESTREO	PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS
Diseño: Exploratorio - no experimental Tipo: Enfoque cualitativo e investigación aplicada	Población: 84,994 pymes del Perú. Muestra: 11 pymes que cotizan en el MAV Muestreo: No probabilístico por conveniencia.	Para el desarrollo de los objetivos de la investigación se utilizarán fichas de análisis documentales: 1. Primer objetivo “Describir el perfil de las pymes que accedieron al Mercado Alternativo de Valores (MAV)” 2. Segundo objetivo: “Analizar los factores determinantes del acceso al financiamiento de las pymes al Mercado Alternativo de Valores (MAV)” 3. Tercer objetivo: “Comparar los aspectos generales de las pymes en el Mercado Alternativo de Valores (MAV) frente al Alternative Investment Market (AIM)”.

Nota: La tabla fue elaborada para fines de la investigación.

3.10. Consideraciones éticas

La investigación que se llevará a cabo es exclusivamente para fines académicos.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

4.1.1. Describir el perfil de las pymes que accedieron al Mercado Alternativo de Valores (MAV).

Se recolecta información actual acerca del perfil de las 11 empresas que pertenecen al Mercado Alternativo de Valores (MAV) al año 2020.

Tabla 15

Perfil de la empresa A. Jaime Rojas Representaciones Generales S.A.C al 2020

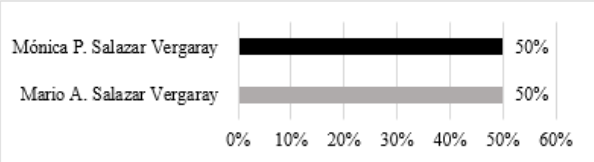
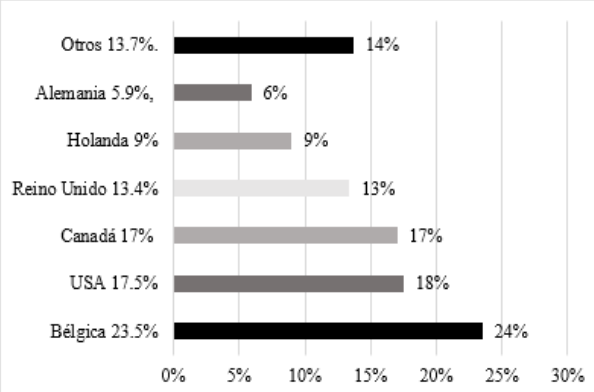
FICHA DOCUMENTARIA															
Descripción General	Constituida en Lima el 31 de marzo de 1983, es una empresa comercial especializada en la compra y venta de equipos médicos y de laboratorio, mobiliario e instrumentos de cirugía. Junto a la empresa Manufactura Médica y Ortopedia S.A.C., la empresa Salud del Trabajo Perú y UltraSchall de Colombia S.A.S. conforman el Grupo Económico A. Jaime Rojas. Cubre el 12% de la demanda de equipos y material médico hospitalario del mercado nacional.														
ASEPCTOS RELEVANTES															
Sector y Actividad Económica	El sector económico de la empresa es diversas y tiene por actividad económica el equipamiento médico integral.														
Línea de Negocio	La empresa desarrolla 6 líneas de negocio: División de proyectos hospitalarios (participación 68.4%), división de endoscopia (participación 12.6%), ventas directas (participación 9.7%), división de Central de Esterilización y Equipos Biomédicos (participación 3.4%), división de cirugía (participación 3.4%) y división de urología (participación 2.6%).														
Composición Accionaria	<p>La empresa tiene la siguiente composición accionaria:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Nombre del Accionario</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Jessica M. Jaime Vega</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>Duilio M. Jaime Vega</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>Abelardo M. Jaime Vega</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>Abelardo E. Jaime Rojas</td> <td>28%</td> </tr> </tbody> </table>	Nombre del Accionario	Porcentaje	Jessica M. Jaime Vega	24%	Duilio M. Jaime Vega	24%	Abelardo M. Jaime Vega	24%	Abelardo E. Jaime Rojas	28%				
Nombre del Accionario	Porcentaje														
Jessica M. Jaime Vega	24%														
Duilio M. Jaime Vega	24%														
Abelardo M. Jaime Vega	24%														
Abelardo E. Jaime Rojas	28%														
Comercialización y Clientes	Las ventas de la empresa se dirigen principalmente al sector salud a través de equipos y material médico hospitalario de mediana complejidad. Atiende las necesidades de las instituciones públicas y privadas a nivel nacional.														
Principales Clientes	<p>Los principales clientes de la empresa se encuentran constituidos por:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Tipo de Cliente</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Fuerzas Armadas</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Distribuidor</td> <td>19%</td> </tr> <tr> <td>MNSA</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>EsSalud</td> <td>13%</td> </tr> <tr> <td>Cliente público</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>Cliente particular</td> <td>58%</td> </tr> </tbody> </table>	Tipo de Cliente	Porcentaje	Fuerzas Armadas	10%	Distribuidor	19%	MNSA	7%	EsSalud	13%	Cliente público	5%	Cliente particular	58%
Tipo de Cliente	Porcentaje														
Fuerzas Armadas	10%														
Distribuidor	19%														
MNSA	7%														
EsSalud	13%														
Cliente público	5%														
Cliente particular	58%														

ASPECTOS FINANCIEROS Y ECONÓMICOS			
Situación Financiera	<i>Activo total</i>	El activo total en el 2020 es de S/. 94.0 MM, mostrando una disminución con respecto al cierre del 2019.	
	<i>Pasivo total</i>	El pasivo total en el 2020 es de S/. 61.5 MM, la cual ha sufrido una disminución de 9.2% en comparación al año anterior.	
	<i>Patrimonio neto</i>	El patrimonio neto de la compañía al 2020 fue de S/. 32.5 MM	
	<i>Ventas anuales</i>	Las ventas netas acumuladas al 31 de diciembre de 2020 fueron S/. 65.0 MM, la cual se representa una reducción de 30.6% al año anterior.	
	<i>Costo de ventas</i>	En el costo de ventas se evidencia una reducción de 26.8% con respecto al 2019, siendo al 2020 S/. 45.8 MM.	
	<i>Utilidad bruta</i>	La utilidad bruta al 2020 es S/. 19.3 MM.	
	<i>Utilidad operativa</i>	La utilidad operativa al 2020 es S/. 2.8 MM.	
Indicadores Financieros	<i>Rentabilidad</i>	Margen bruto	29.6%
		Margen operativo	4.2%
		Margen neto	0.4%
		ROE	0.8%
		ROA	0.3%
	<i>Liquidez</i>	Liquidez general	1.5x
		Prueba ácida	0.8x
		Capital de trabajo	S/. 23.7 MM
		Ciclo de conversión de efectivo	268 días
	<i>Solvencia y cobertura</i>	Deuda Financiera/EBITDA	5.1x
		Ratio de Cobertura de Servicio de Deuda	0.6x
	Rating	<i>Clasificadora de riesgo</i>	Pacific Credit Rating (PCR)
<i>Calificación</i>		Instrumentos de corto plazo: PE ² (emisiones con certeza en el pago oportuno)	
		Bonos corporativos: PE ^{A-} (Emisiones con buena calidad crediticia)	
<i>Perspectiva</i>		Estable	

Nota: La tabla muestra datos generales, económicos y financieros para describir el perfil de la empresa A. Jaime Rojas Representaciones Generales S.A.C al 2020.

Tabla 16

Perfil de la empresa Agrícola y Ganadera Chavín de Huántar S.A. – 2020

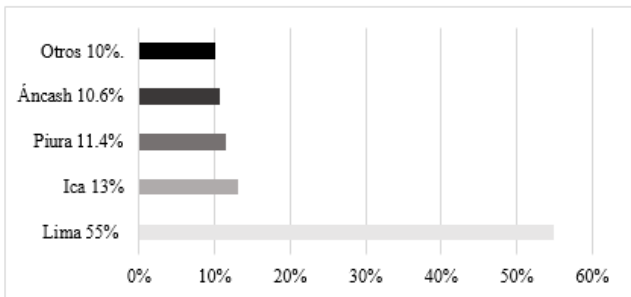
FICHA DOCUMENTARIA																	
Descripción General	Constituida en Casma (Ancash) el 10 de agosto de 1998, es una empresa comercial especializada en la producción y exportación de frutas y vegetales, tanto frescos como congelados, también brinda servicios de empaque de productos agrícolas y agroindustriales para la exportación. La empresa y su relacionada Agro Inversiones Chavín S.A.C. pertenecen al Grupo Económico Salazar Vergaray. Su mercado Principal es exterior - Beneficio "Drawback".																
ASEPCTOS RELEVANTES																	
Sector y Actividad Económica	El sector económico de la empresa es industrial - agrícola y tiene por actividad económica la Producción y comercialización de frutas y vegetales.																
Línea de Negocio	Los productos congelados son la principal línea de negocio de la compañía: mango congelado 48.9%, palta congelada 21.2%, fresa congelada 11.8%, espárrago fresco 6%, uva fresca 5.3%, otros 6.8%.																
Composición Accionaria	<p>La empresa tiene la siguiente composición accionaria:</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Accionario</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Mónica P. Salazar Vergaray</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>Mario A. Salazar Vergaray</td> <td>50%</td> </tr> </tbody> </table>	Accionario	Porcentaje	Mónica P. Salazar Vergaray	50%	Mario A. Salazar Vergaray	50%										
Accionario	Porcentaje																
Mónica P. Salazar Vergaray	50%																
Mario A. Salazar Vergaray	50%																
Comercialización y Clientes	Las ventas se dirigen principalmente al mercado de exportación. Este representa más del 95% de su facturación. Dichas exportaciones están totalmente diversificadas en zonas como América del Norte, Europa, Europa Occidental, Oceanía y América Central.																
Principales Clientes	<p>Los principales clientes de la empresa se encuentran constituidos por:</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>País</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Bélgica</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>USA</td> <td>18%</td> </tr> <tr> <td>Canadá</td> <td>17%</td> </tr> <tr> <td>Reino Unido</td> <td>13%</td> </tr> <tr> <td>Otros</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>Holanda</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td>Alemania</td> <td>6%</td> </tr> </tbody> </table>	País	Porcentaje	Bélgica	24%	USA	18%	Canadá	17%	Reino Unido	13%	Otros	14%	Holanda	9%	Alemania	6%
País	Porcentaje																
Bélgica	24%																
USA	18%																
Canadá	17%																
Reino Unido	13%																
Otros	14%																
Holanda	9%																
Alemania	6%																

ASPECTOS FINANCIEROS Y ECONÓMICOS			
Situación Financiera	<i>Activo total</i>	El activo total en el 2020 es de S/. 94.3 MM, mostrando una disminución con respecto al cierre del 2019.	
	<i>Pasivo total</i>	El pasivo total en el 2020 es de S/. 63.6 MM, la cual ha sufrido un aumento en comparación al año anterior.	
	<i>Patrimonio neto</i>	El patrimonio neto de la compañía al 2020 fue de S/. 30.7 MM.	
	<i>Ventas anuales</i>	Las ventas netas acumuladas al 31 de diciembre de 2020 fueron S/. 53.8 MM, exhibiendo un crecimiento interanual de 55.3%.	
	<i>Costo de ventas</i>	En el costo de ventas se incrementó en 49.7% con respecto al 2019, siendo al 2020 S/. 38.1 MM.	
	<i>Utilidad bruta</i>	La utilidad bruta al 2020 es S/. 17.2 MM.	
	<i>Utilidad operativa</i>	La utilidad operativa al 2020 es de S/ 5.6 MM.]	
Indicadores Financieros	<i>Rentabilidad</i>	Margen bruto	32.0%
		Margen operativo	10.5%
		Margen neto	-8.7%
		ROE	-15.2%
		ROA	-5.0%
	<i>Liquidez</i>	Liquidez general	0.6x
		Prueba ácida	0.3x
		Capital de trabajo	S/. -17.1 MM
		Ciclo de conversión de efectivo	32 días
	<i>Solvencia y cobertura</i>	Deuda Financiera/EBITDA	1.7x
		Ratio de Cobertura de Servicio de Deuda	1.1x
Rating	<i>Clasificadora de riesgo</i>	Pacific Credit Rating (PCR)	
	<i>Calificación</i>	Bonos corporativos: PE ^A (Emisiones con buena calidad crediticia)	
	<i>Perspectiva</i>	Estable	

Nota: La tabla muestra datos generales, económicos y financieros para describir el perfil de la empresa Agrícola y Ganadera Chavín de Huántar S.A. al 2020.

Tabla 17

Perfil de la empresa Atria Energía S.A.C - 2020

FICHA DOCUMENTARIA													
Descripción General	Constituida en Lima el 02 de marzo de 2001, es una generadora eléctrica enfocada en la comercialización de energía en el mercado eléctrico peruano y forma parte del Grupo GCZ. En el 2018, la empresa inició operaciones en Chile a través de su subsidiaria Atria Energía SpA. Es la primera generadora dedicada principalmente a la comercialización de energía del Perú.												
ASEPCTOS RELEVANTES													
Sector y Actividad Económica	El sector económico de la empresa es sectores públicos y tiene por actividad económica ser generadora y comercializadora de energía.												
Línea de Negocio	<p>La empresa busca mantener un portafolio atomizado de clientes con contratos en distintos plazos que le permitan diversificar riesgos y tener estabilidad en su flujo de caja. Posee cuatro líneas de negocio.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Comercialización de Energía: Mantiene contratos de compra de energía con grandes generadores, además provee energía a distintas empresas industriales a través de contratos de Power Purchase Agreement (PPA). 2. Generación de Energía: La empresa mantiene la Central Hidroeléctrica Purmacana (1.8 MW). 3. Autogeneración: Ofrece instalación de mini Centrales Térmicas para consumo propio. 4. Servicios adicionales de Valor Agregado: Servicios post venta para clientes de Power Purchase Agreement (PPAs) considerando financiamientos por dichas oportunidades de negocio. 												
Composición Accionaria	La empresa tiene la siguiente composición accionaria: GCZ S.A.C 92% y Pedro Rosell Tola 8%.												
Comercialización y Clientes	La diversificación de la cartera de Atria Energía se da a nivel de clientes, geográfico y por industrias. El cliente objetivo de la compañía, en la comercialización de energía, son los usuarios regulados que consumen entre 0.2 y 2.5 MW, los cuales pueden optar por ser Usuarios Libres o Regulados.												
Principales Clientes	<p>En cuanto a la distribución geográfica de los clientes de Atria, se establece de la siguiente manera:</p>  <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>Región</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Lima</td> <td>55%</td> </tr> <tr> <td>Ica</td> <td>13%</td> </tr> <tr> <td>Piura</td> <td>11.4%</td> </tr> <tr> <td>Áncash</td> <td>10.6%</td> </tr> <tr> <td>Otros</td> <td>10%</td> </tr> </tbody> </table>	Región	Porcentaje	Lima	55%	Ica	13%	Piura	11.4%	Áncash	10.6%	Otros	10%
Región	Porcentaje												
Lima	55%												
Ica	13%												
Piura	11.4%												
Áncash	10.6%												
Otros	10%												

Nota: La tabla muestra datos generales, económicos y financieros para describir el perfil de la empresa Atria Energía S.A.C al 2020.

Tabla 18

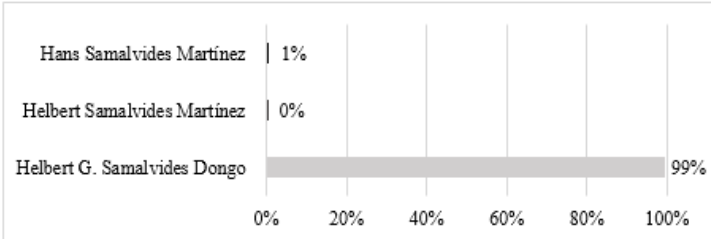
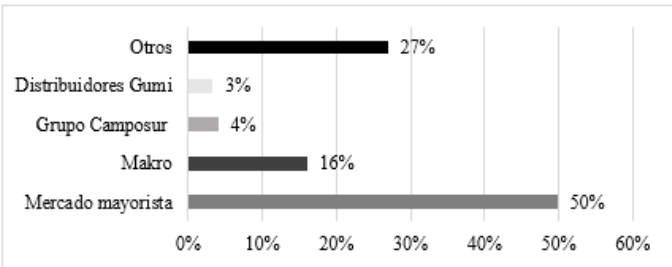
Perfil de la empresa Bosques Amazónicos S.A.C. -2020

FICHA DOCUMENTARIA			
Descripción General	Constituida en Lima el 27 de marzo de 2007, la empresa realiza actividades de explotación agrícola, industrial y manufacturera, así como el desarrollo de actividades de forestación o reforestación, con o sin fines maderables. Estas actividades son desarrolladas en las 16,383 hectáreas (ha) de tierras contiguas que posee en la ciudad de Pucallpa. La empresa BAM S.A.C. forma parte de Bosques Amazónicos SFM S.A.		
ASEPCTOS RELEVANTES			
Sector y Actividad Económica	El sector económico de la empresa es diversas y tiene por actividad económica la conservación forestal y agricultura.		
Línea de Negocio	1. Plantaciones forestales		
	Tiene como objetivo la producción de madera tropical, como el Shihuahuaco, Teca, Marupa y Capirona en las cuales se utiliza modelos de reforestación eficientes y validados a nivel internacional. Adicionalmente, se espera iniciar un proceso de clonación de árboles plus (árboles que en referencia a sus características permitirá un mayor aprovechamiento del recurso).		
	2. Créditos de carbono		
	Créditos REDD+32	Trabaja con Federación de Castañeros (FERROCAMP), ayudando a proteger alrededor de 300,000 ha de castaña, capaces de generar 2 millones de créditos de carbono estándar VCS33 y CBB34 al año.	
	Créditos de reforestación	Estos se originan con los sembríos de bosques o plantaciones forestales y poseen un precio superior a los REDD+.	
Créditos de deforestación planificada evitada	Se está implementando un proyecto de deforestación planificada evitada sobre 10,933 ha en el fundo Campo Verde, y este generará aproximadamente 500,000 VCU's anuales.		
Composición Accionaria	La empresa tiene la siguiente composición accionaria: Bosques Amazónicos SFM S.A. (nacionalidad peruana) 72.56% y Asterix Ltd. (nacionalidad bermuda) 27.44%.		
Comercialización y Clientes	En el Perú existen un total de 40,321.9 ha de plantaciones forestales, asociadas a 3,379 registros. La empresa posee un área de 24,433, lo que le permite constituirse como el propietario del área privada más grande de la Amazonía.		
Principales Clientes	La empresa se enfoca en 3 tipos de clientes.	1. Distribuidores	South Pole, ClimatePartner y First Climate
		2. Clientes directos	British Petroleum Gas Limited
		3. Plataformas	Pachama, Climate Trade y Compensate Foundation.

Nota: La tabla muestra datos generales, económicos y financieros para describir el perfil de la empresa Bosques Amazónicos S.A.C. al 2020.

Tabla 19

Perfil de la empresa Camposur INC S.A.C - 2020

FICHA DOCUMENTARIA													
Descripción General	Se constituyó el 12 de setiembre de 2013 en Camaná - Arequipa, La empresa tiene por objeto dedicarse al cultivo, explotación, producción, industrialización del arroz y los subproductos derivados. El 100% de sus productos se comercializan en el mercado nacional.												
ASEPCTOS RELEVANTES													
Sector y Actividad Económica	El sector económico de la empresa es agrario y tiene por actividad económica la comercialización de productos agrícolas.												
Línea de Negocio	El principal producto industrializado y comercializado es el arroz, tiene como línea de producto: arroz nacional 71.5%, arroz importado 13.5%, otros 15%.												
Composición Accionaria	<p>La empresa tiene la siguiente composición accionaria:</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Nombre del Accionista</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Hans Samalvides Martínez</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>Helbert Samalvides Martínez</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Helbert G. Samalvides Dongo</td> <td>99%</td> </tr> </tbody> </table>	Nombre del Accionista	Porcentaje	Hans Samalvides Martínez	1%	Helbert Samalvides Martínez	0%	Helbert G. Samalvides Dongo	99%				
Nombre del Accionista	Porcentaje												
Hans Samalvides Martínez	1%												
Helbert Samalvides Martínez	0%												
Helbert G. Samalvides Dongo	99%												
Comercialización y Clientes	La experiencia de su accionista mayoritario le ha permitido obtener ventajas comparativas en términos de costos logísticos, administración de tierras propias y lazos comerciales con proveedores y clientes. Generando así una integración vertical del negocio, conociendo y participando en cada uno de los eslabones de la cadena productiva de su principal producto, el arroz.												
Principales Clientes	<p>Los principales clientes de la empresa se encuentran constituidos por:</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Cliente</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Otros</td> <td>27%</td> </tr> <tr> <td>Distribuidores Gumi</td> <td>3%</td> </tr> <tr> <td>Grupo Camposur</td> <td>4%</td> </tr> <tr> <td>Makro</td> <td>16%</td> </tr> <tr> <td>Mercado mayorista</td> <td>50%</td> </tr> </tbody> </table>	Cliente	Porcentaje	Otros	27%	Distribuidores Gumi	3%	Grupo Camposur	4%	Makro	16%	Mercado mayorista	50%
Cliente	Porcentaje												
Otros	27%												
Distribuidores Gumi	3%												
Grupo Camposur	4%												
Makro	16%												
Mercado mayorista	50%												

ASPECTOS FINANCIEROS Y ECONÓMICOS			
Situación Financiera	<i>Activo total</i>	El activo total en el 2020 es de S/. 107,624.00, mostrando un aumento con respecto al 2019.	
	<i>Pasivo total</i>	El pasivo total en el 2020 es de S/.63.968.00, la cual muestra una disminución con respecto al periodo anterior-	
	<i>Patrimonio neto</i>	El patrimonio neto de la compañía al 2020 fue de S/. 43,644.00	
	<i>Ventas anuales</i>	Las ventas netas acumuladas fueron de S/. 15,732.00	
	<i>Utilidad bruta</i>	La utilidad bruta al 2020 es S/. 4,540.00	
	<i>Utilidad operativa</i>	La utilidad operativa al 2020 es S/. 3,267.00	
Indicadores Financieros	<i>Rentabilidad</i>	Margen bruto	28.9%
		Margen operativo	20.8%
		Margen neto	7.8%
		ROE	2.8%
		ROA	1.1%
	<i>Liquidez</i>	Liquidez general	0.95x
		Prueba ácida	0.12x
		Capital de trabajo	S/. 4,768.00
		Ciclo de conversión de efectivo	497 días
	Rating	<i>Clasificadora de riesgo</i>	JCR Latino América Empresa Clasificadora de Riesgo S.A.
<i>Calificación</i>		Instrumentos de corto plazo: CP2+ (se cuenta con la certeza en el pago oportuno del principal e intereses)	
<i>Perspectiva</i>		Estable	

Nota: La tabla muestra datos generales, económicos y financieros para describir el perfil de la empresa Camposur INC S.A.C al 2020.

Tabla 20

Perfil de la empresa Eco Acuícola S.A - 2020

FICHA DOCUMENTARIA																			
Descripción General	Constituida en Piura el 12 de diciembre de 2001, se dedica a la crianza, proceso, congelado y exportación de langostinos; junto a ECOSAC Agrícola S.A.C conforman el Grupo Económico Eco Acuícola. Asimismo, está vinculada a un grupo de empresas relacionadas a la familia Mustafá Aguinaga como Costa del Sol S.A., Hotelera Cusco S.A., Gran Hotel El Golf Trujillo S.A., Turismo Costa del Sol S.A., Saliendo S.A.C., además de Promotora y Servicios Lambayeque S.A.C., Alsur Perú, Agrícola Alsur Cusco, La Bocana e Interamericana.																		
ASEPECTOS RELEVANTES																			
Sector y Actividad Económica	El sector económico de la empresa es agrario y tiene por actividad económica la producción y exportación de langostinos.																		
Línea de Negocio	La empresa produce y exporta a través de Eco Acuícola S.A.C. langostinos y a través de la subsidiaria ECOSAC Agrícola productos de exportación.																		
Composición Accionaria	<p>La empresa tiene la siguiente composición accionaria:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Accionario</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Anissa G. Mustafá Aguinaga</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>Ismael N. Mustafá Aguinaga</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>Rachida J. Mustafá Aguinaga</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>Diego F. Vera Flores</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Eduardo E. Vera Gutiérrez</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Guillermo A. León Arámbulo</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>Basem R. Mustafá Aguinaga</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>Mario D. Mustafá Aguinaga</td> <td>27%</td> </tr> </tbody> </table>	Accionario	Porcentaje	Anissa G. Mustafá Aguinaga	1%	Ismael N. Mustafá Aguinaga	1%	Rachida J. Mustafá Aguinaga	8%	Diego F. Vera Flores	10%	Eduardo E. Vera Gutiérrez	10%	Guillermo A. León Arámbulo	20%	Basem R. Mustafá Aguinaga	24%	Mario D. Mustafá Aguinaga	27%
Accionario	Porcentaje																		
Anissa G. Mustafá Aguinaga	1%																		
Ismael N. Mustafá Aguinaga	1%																		
Rachida J. Mustafá Aguinaga	8%																		
Diego F. Vera Flores	10%																		
Eduardo E. Vera Gutiérrez	10%																		
Guillermo A. León Arámbulo	20%																		
Basem R. Mustafá Aguinaga	24%																		
Mario D. Mustafá Aguinaga	27%																		
Comercialización y Clientes	Su mercado es principalmente el del exterior los Estados Unidos de Norte América, Europa y Asia, lo que le permite solicitar la restitución de derechos arancelarios – drawback. La diferencia se comercializa en el mercado nacional.																		
Principales Clientes	<p>Los principales clientes de la empresa se encuentran constituidos por los siguientes países:</p> <p><i>Alemania:</i> Se exporta uva, pimienta morrón y pimienta del piquillo.</p> <p><i>Alemania:</i> Se exporta uva, pimienta morrón y pimienta del piquillo.</p> <p><i>Austria, Brasil, China, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Emiratos Árabes, Guatemala, Honduras, India, Indonesia, Italia, Corea, Kuwait, Lituania, Malasia, Nueva Zelanda, Panamá, Polonia, Puerto Rico, Rumania, Rusia, Suecia, Tailandia, Taiwán, Venezuela:</i> Se exporta uva.</p> <p><i>Canadá e Inglaterra:</i> Se exportan uva, palta y mango.</p> <p><i>España y Estados Unidos:</i> Se exportan uva, palta, mango, pimienta morrón, pimienta del piquillo, páprika y langostino.</p> <p><i>Holanda:</i> Se exportan uva, palta, mango y langostino.</p> <p><i>Portugal:</i> Se exportan uva y palta.</p>																		

Nota: La tabla muestra datos generales, económicos y financieros para describir el perfil de la empresa Eco Acuícola S.A al 2020.

Tabla 21

Perfil de la empresa Gerens Escuela de Gestión y Economía S.A. - 2020

FICHA DOCUMENTARIA		
Descripción General	Fue constituida el 11 de noviembre de 1998 en Lima. La empresa está encargada de brindar los servicios de consultoría en las áreas de gestión y economía. Es la promotora de la Escuela de Post Grado GERENS (institución educativa que brinda servicios de capacitación y consultoría en temas de gestión y economía) y la Universidad Peruana de Recursos Naturales.	
ASEPECTOS RELEVANTES		
Sector y Actividad Económica	El sector económico de la empresa es diversas - educación y tiene por actividad económica escuela de gestión.	
Línea de Negocio	La empresa cuenta con las siguientes líneas de negocio:	
	<i>1. Consultoría en Planeamiento estratégico</i>	Se brinda servicios orientados a la instauración del proceso de gestión estratégica en las empresas e instituciones.
	<i>2. Consultoría en Gestión por procesos</i>	Se adecuan los procesos y estructura organizativa de manera que apoyen efectivamente en la implementación de la estrategia.
	<i>3. Consultoría en Obras por Impuestos</i>	Permite ejecutar de forma rápida y eficiente proyectos de desarrollo con financiamiento de la empresa privada.
	<i>4. Consultoría en Desarrollo organizacional</i>	Se brindan servicios para apoyar a las instituciones públicas en el proceso de modernización.
	<i>5. Consultoría en Gestión del desempeño</i>	Se brinda servicios relacionados a la gestión de capital humano con un enfoque estratégico, y en cuanto a las entidades públicas son desarrollados siguiendo los lineamientos dados por SERVIR.
	<i>6. Consultoría en Relaciones Comunitarias y RSE</i>	Se ofrecen herramientas para gestionar con éxito las crecientes expectativas de los grupos de interés.
	<i>7. Consultoría en Gestión integral de riesgos de seguridad</i>	Junto con Team Consulting Perú S.A. en una alianza estratégica se brinda una línea sobre la gestión integral de riesgos.
	<i>8. Consultoría en Gestión de Proyectos, Infraestructura y Construcción</i>	Se brindan servicios en la que su organización aprende a desarrollar o reforzar las buenas prácticas de dirección de proyectos.
	<i>9. Consultoría en Economía y Finanzas</i>	Se brindan servicios para atender necesidades de las empresas en temas de economía y finanzas con una visión holística del negocio.

	10. Consultoría en Beneficios Tributarios en I+D+i	Se brinda asesoramiento técnico, legal y tributario para lograr, ante la entidad estatal competente, un exitoso acogimiento al Régimen de Beneficios Tributarios.																						
Composición Accionaria	<p>La empresa tiene la siguiente composición accionaria:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Accionario</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Carlos Oviedo Valenzuela</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Vania Ucovich Helbling de Lussi</td> <td>6%</td> </tr> <tr> <td>Antín Alexis Ucovich Helbling</td> <td>6%</td> </tr> <tr> <td>Victor Esteban Góbitz Colchado</td> <td>21%</td> </tr> <tr> <td>Pedro Felipe Mendo Cabrejos</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>Franjo Thomas Kurtovic Diaz</td> <td>21%</td> </tr> <tr> <td>Mariluz Tomi Adaniya Guevara</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Jesús Armando Gallegos M.</td> <td>13%</td> </tr> <tr> <td>Ana Rosa Adaniya Guevara</td> <td>15%</td> </tr> <tr> <td>Rodrigo Alfonso Prialé Zevallos</td> <td>15%</td> </tr> </tbody> </table>		Accionario	Porcentaje	Carlos Oviedo Valenzuela	0%	Vania Ucovich Helbling de Lussi	6%	Antín Alexis Ucovich Helbling	6%	Victor Esteban Góbitz Colchado	21%	Pedro Felipe Mendo Cabrejos	2%	Franjo Thomas Kurtovic Diaz	21%	Mariluz Tomi Adaniya Guevara	0%	Jesús Armando Gallegos M.	13%	Ana Rosa Adaniya Guevara	15%	Rodrigo Alfonso Prialé Zevallos	15%
Accionario	Porcentaje																							
Carlos Oviedo Valenzuela	0%																							
Vania Ucovich Helbling de Lussi	6%																							
Antín Alexis Ucovich Helbling	6%																							
Victor Esteban Góbitz Colchado	21%																							
Pedro Felipe Mendo Cabrejos	2%																							
Franjo Thomas Kurtovic Diaz	21%																							
Mariluz Tomi Adaniya Guevara	0%																							
Jesús Armando Gallegos M.	13%																							
Ana Rosa Adaniya Guevara	15%																							
Rodrigo Alfonso Prialé Zevallos	15%																							
Comercialización y Clientes	La empresa brinda servicios de consultoría especializada en temas de gestión y economía desde hace 20 años. Ha logrado construir un posicionamiento sólido dentro del sector minero, y otras industrias relacionadas. También, ha brindado servicios a empresas que operan en los sectores energético, construcción y a entidades gubernamentales.																							
Principales Clientes	1. Empresas del sector privado	Se encuentra orientado en mayor parte al sector minero, destacando: Antapaccay, Buenaventura, Cerro Verde, Las Bambas, entre otras.																						
	2. Instituciones del sector público	Se dan por concurso públicos, destacando: el Ministerio de Energía y Minas, COFIDE, Concytec, Osinergmin, FONAFE, Ministerio de Economía, entre otros.																						

Nota: La tabla muestra datos generales, económicos y financieros para describir el perfil de la empresa Gerens Escuela de Gestión y Economía S.A. al 2020.

Tabla 22

Perfil de la empresa Globokas Perú S.A. - 2020

FICHA DOCUMENTARIA			
Descripción General	Constituida en Lima el 23 de abril del 2007 con el objetivo de fomentar la inclusión social y bancarización en el Perú. Se encuentra compuesta por una red de agentes corresponsales operando con diversas. Tiene una cobertura nacional con flexibilidad para desplegar un Agente KasNet en cualquier zona urbana y/o rural en el Perú. Es una subsidiaria de GTV GlobokasNet LLC.		
ASEPCTOS RELEVANTES			
Línea de Negocio	1. Plataforma de Recaudación	Su sistema transaccional KasNet permite a cualquier entidad financiera conectarse a los diversos servicios de pago disponibles en Globokas y ofrecerlos desde cualquiera de sus canales disponibles de atención.	
	2. Agencia de cobros KasNet	Ofrece servicio de recaudación de pagos del mercado, arrienda espacios en favor de aliados comerciales para que puedan desarrollar sus actividades económicas. Los servicios que brinda son: depósitos, retiros, transferencias, consultas, pago de cuota, pago de servicios, venta de SOAT, pasajes de bus, venta de equipos móviles, remesas internacionales, historial crediticio y giros nacionales.	
	3. Agente Multibanco KasNet	Conjunto de establecimientos comerciales que ofrecen a sus clientes la posibilidad de realizar operaciones de diversas entidades financieras y de más de 900 servicios. Cualquier farmacia, bodega, bazar o comercio legalmente constituido, sin importar su ubicación, tiene la posibilidad de convertirse en un Agente KasNet. Los servicios que se brindan son: depósitos, retiros, pagos de servicios, consulta de saldos y movimientos, transferencia y giros nacionales.	
	4. Agentes Móviles	Ayuda a potenciar el uso de canales alternativos de pago, redirigiendo a los clientes hacia agentes corresponsales cercanos, logrando así la descongestión de la agencia y mejora de la eficiencia de la ventanilla. Funcionan a través de un conjunto de personas entrenadas y capacitadas que atienden en un módulo al interior de las oficinas bancarias.	
Composición Accionaria	La empresa tiene la siguiente composición accionaria: GTV GlobokasNet LLC con el 99.98% y Globokas Managment LLC con el 0.02%.		
Comercialización y Clientes	La cobertura de Globokas es nacional con flexibilidad para desplegar un Agente KasNet en cualquier zona urbana y/o rural en el Perú. Los Agentes KasNet se pueden conectar a una red satelital y llegar a más de 6.000 localidades.		
Principales Clientes	La empresa cuenta con diversos clientes de diferentes segmentos.	1. Bancos	Scotiabank, Banco GNB, BanBif, Banco Ripley, Mibanco, Banco Falabella, Banco Pichincha.
		2. Financieras y cajas	Financiera CrediScotia, Financiera Confianza, Compartamos Financiera, QAPAQ, Caja Arequipa, Caja Piura, Caja Sullana, Caja Cusco, Caja Huancayo, Caja Trujillo, Caja Tacna, Caja Municipal Ica.
		3. Empresas de servicios	Movistar, Entel, Bitel, EPS Grau S.A., Luz del Sur, Enel, Distriluz, SEAL, Electro oriente, Cable más, Paysafecard.

Nota: La tabla muestra datos generales, económicos y financieros para describir el perfil de la empresa Globokas Perú S.A. al 2020.

Tabla 23

Perfil de la empresa Lari Contratistas S.A.C - 2020

FICHA DOCUMENTARIA											
Descripción General	Constituida en Lima el 03 de diciembre de 2012, es una empresa contratista orientada principalmente a brindar servicios de instalación y mantenimiento de servicios públicos y de abonados en redes telefónicas, banda ancha y eléctrica, diseño de construcción de planta externa para servicios de telecomunicaciones y afines. La empresa junto a Antonio Lari, Huanca Autos, Investimenti, Transporte, Lari Obras y Servicios SPA conforma el Grupo económico Lari.										
ASEPCTOS RELEVANTES											
Sector y Actividad Económica	El sector económico de la empresa es diversas y tiene por actividad económica la instalación y mantenimiento de servicios públicos.										
Línea de Negocio	La empresa se desempeña en los sectores de telecomunicaciones, comunicaciones, electricidad y construcción, a través de cuatro líneas de negocio.										
	<table border="1"> <tr> <td>1. Telefonía</td> <td>Desarrollo y mantenimiento de planta externa, altas, averías de telefonía básica, telefonía pública, tendido de redes de alta y baja tensión, entre otros.</td> </tr> <tr> <td>2. Edificaciones</td> <td>Contrato Programa de Obras Civiles para locales y oficinas de Telefónica del Perú a nivel nacional.</td> </tr> <tr> <td>3. Obras civiles</td> <td>Plantado de postes, canalizaciones para tendido de cable telefónico, fibra óptica, cámaras subterráneas.</td> </tr> <tr> <td>4. Electricidad</td> <td>Obras eléctricas en baja tensión: cortes, reconexiones, lectura de medidores, reparto de recibos y obras civiles.</td> </tr> </table>	1. Telefonía	Desarrollo y mantenimiento de planta externa, altas, averías de telefonía básica, telefonía pública, tendido de redes de alta y baja tensión, entre otros.	2. Edificaciones	Contrato Programa de Obras Civiles para locales y oficinas de Telefónica del Perú a nivel nacional.	3. Obras civiles	Plantado de postes, canalizaciones para tendido de cable telefónico, fibra óptica, cámaras subterráneas.	4. Electricidad	Obras eléctricas en baja tensión: cortes, reconexiones, lectura de medidores, reparto de recibos y obras civiles.		
	1. Telefonía	Desarrollo y mantenimiento de planta externa, altas, averías de telefonía básica, telefonía pública, tendido de redes de alta y baja tensión, entre otros.									
	2. Edificaciones	Contrato Programa de Obras Civiles para locales y oficinas de Telefónica del Perú a nivel nacional.									
3. Obras civiles	Plantado de postes, canalizaciones para tendido de cable telefónico, fibra óptica, cámaras subterráneas.										
4. Electricidad	Obras eléctricas en baja tensión: cortes, reconexiones, lectura de medidores, reparto de recibos y obras civiles.										
Composición Accionaria	<p>La empresa tiene la siguiente composición accionaria:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Accionario</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Leonardo Lari Castañon</td> <td>15%</td> </tr> <tr> <td>Juan A. Lari Fallaque</td> <td>27%</td> </tr> <tr> <td>Antonio Lari Castañon</td> <td>22%</td> </tr> <tr> <td>Antonio Lari Castañon y Rubi E. Nalvarte Abad</td> <td>36%</td> </tr> </tbody> </table>	Accionario	Porcentaje	Leonardo Lari Castañon	15%	Juan A. Lari Fallaque	27%	Antonio Lari Castañon	22%	Antonio Lari Castañon y Rubi E. Nalvarte Abad	36%
Accionario	Porcentaje										
Leonardo Lari Castañon	15%										
Juan A. Lari Fallaque	27%										
Antonio Lari Castañon	22%										
Antonio Lari Castañon y Rubi E. Nalvarte Abad	36%										
Comercialización y Clientes	La empresa cuenta con 12 años en el mercado y, desde su creación, la facturación se encuentra concentrada en Telefónica del Perú (89%); empresa con la que mantiene una larga trayectoria comercial (más de 10 años). Asimismo, viene ampliando sus operaciones con compañías de otros sectores, con lo que consecuentemente se espera que la concentración de clientes vaya disminuyendo.										
Principales Clientes	<p>Los principales clientes de la empresa se encuentran constituidos por:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Cliente</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Telefónica del Perú</td> <td>89.0%</td> </tr> <tr> <td>Otros</td> <td>4.4%</td> </tr> <tr> <td>Luz del Sur</td> <td>2.2%</td> </tr> <tr> <td>Enel</td> <td>4.4%</td> </tr> </tbody> </table>	Cliente	Porcentaje	Telefónica del Perú	89.0%	Otros	4.4%	Luz del Sur	2.2%	Enel	4.4%
Cliente	Porcentaje										
Telefónica del Perú	89.0%										
Otros	4.4%										
Luz del Sur	2.2%										
Enel	4.4%										

Nota: La tabla muestra datos generales, económicos y financieros para describir el perfil de la empresa Lari Contratistas S.A.C al 2020.

Tabla 24

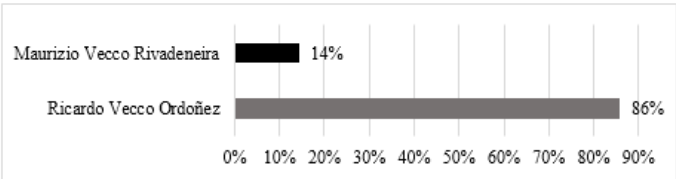
Perfil de la empresa Medrock Corporation S.A.C. 2020

FICHA DOCUMENTARIA											
Descripción General	Constituida en Lima el 14 de noviembre del 2006, tiene como objeto social de la formación y funcionamiento de un laboratorio para efectuar experimentos científicos, operaciones químicas farmacéuticas, investigación; así como, la fabricación, elaboración industrial y productos farmacéuticos, galenos, dietéticos y edulcorantes. El grupo económico está conformado por: Medrock Corporation S.A.C., Eske Corporation S.A.C., Eske Fisheries S.A.C., Baxley Group S.A.C. y Medrock Corporation División Brasil S.A.C.										
ASEPECTOS RELEVANTES											
Sector y Actividad Económica	El sector económico de la empresa es industrial y tiene por actividad económica la industria farmacéutica.										
Línea de Negocio	Cuenta con cuatro líneas de productos, las cuales son: Institucional, genérico, marca y maquila.										
Composición Accionaria	La empresa tiene la siguiente composición accionaria: Rohit Ratnakar Rao 90% y Marco Antonio Hurtado Pazos 10%.										
Comercialización y Clientes	Las ventas vienen consolidándose a nivel nacional y en el extranjero. En el mercado local realiza sus ventas a través de alianzas estratégicas de distribución. Y en lo que respecta a sus exportaciones, cuenta con clientes en países como Ecuador, Chile, Bolivia, Costa Rica, República Dominicana, entre otros, quienes encargan a la Compañía la producción de sus líneas de marca propia o adquieren productos de la línea genéricos y/o marcas de Medrock.										
Principales Clientes	<p style="text-align: center;">Los principales clientes de la empresa se encuentran constituidos por:</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>Cliente</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Otros</td> <td>77%</td> </tr> <tr> <td>Droguería Cadillo S.A.C.</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>InRetail Pharma S.A.</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>Mifarma S.A.C.</td> <td>10%</td> </tr> </tbody> </table>	Cliente	Porcentaje	Otros	77%	Droguería Cadillo S.A.C.	5%	InRetail Pharma S.A.	8%	Mifarma S.A.C.	10%
Cliente	Porcentaje										
Otros	77%										
Droguería Cadillo S.A.C.	5%										
InRetail Pharma S.A.	8%										
Mifarma S.A.C.	10%										

Nota: La tabla muestra datos generales, económicos y financieros para describir el perfil de la empresa Medrock Corporation S.A.C. al 2020.

Tabla 25

Perfil de la empresa Representaciones Química Europea S.A.C - 2020

FICHA DOCUMENTARIA							
Descripción General	Constituida en Lima el 09 de diciembre del 1999, es una empresa comercial que busca suministrar material médico al mercado de salud tanto privado como público. La sociedad está organizada bajo la estructura de grupo económico con la empresa Lattitude International S.A.C., asimismo, mantiene operaciones con la empresa relacionada Logística Médica Integral S.A.C. Se ha consolidado en los segmentos de hemodiálisis y oncología.						
ASEPCTOS RELEVANTES							
Sector y Actividad Económica	El sector económico de la empresa es industrial y tiene por actividad económica la importación y comercialización de equipos médicos.						
Línea de Negocio	La empresa cuenta con cuatro líneas de negocio: Hemodiálisis, Oncología, Laparoscopia y Desinfectantes. Sin embargo, las principales a diciembre 2018 son Hemodiálisis y Oncología.						
Composición Accionaria	<p>La empresa tiene la siguiente composición accionaria:</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Nombre del Accionario</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Maurizio Vecco Rivadeneira</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>Ricardo Vecco Ordoñez</td> <td>86%</td> </tr> </tbody> </table>	Nombre del Accionario	Porcentaje	Maurizio Vecco Rivadeneira	14%	Ricardo Vecco Ordoñez	86%
Nombre del Accionario	Porcentaje						
Maurizio Vecco Rivadeneira	14%						
Ricardo Vecco Ordoñez	86%						
Comercialización y Clientes	La empresa dirige sus ventas tanto al sector público como al privado.						
Principales Clientes	Los principales clientes de la empresa se encuentran constituidos por: EsSalud, Ministerio de Salud, Clínica Internacional, Instituto Nacional de Salud del Niño, Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas, AUNA, Instituto Nacional de Salud del Niño San Borja, Clínica San Felipe, SANNA, Clínica Anglo Americana, Farmacia Universal y Clínica Centenario Peruano Japonesa.						

Nota: La tabla muestra datos generales, económicos y financieros para describir el perfil de la empresa Representaciones Química Europea S.A.C al 2020.

Resultados obtenidos de la recolección de datos

Tabla 26

Cuadro resumen del perfil de las empresas del MAV al 2020

EMPRESAS	ASPECTOS RELEVANTES			
	Sector Económica	Actividad Económica	Líneas de Negocio	Principales Clientes
A. JAIME ROJAS	Diversas	Equipamiento médico integral	La empresa desarrolla 6 líneas de negocio	Fuerzas Armadas, MINSA, EsSalud, etc.
CHAVÍN	Industrial - agrícola	Producción y comercialización de frutas y vegetales	Los productos congelados son la principal línea de negocio.	Alemania, Holanda, Reino Unido, etc.
ATRIA ENERGÍA	Sectores públicos	Generadora y comercializadora de energía	Posee 4 líneas de negocio	Ancash, Piura, Ica, etc.
BAM	Diversas	Conservación forestal y agricultura.	Posee 2 líneas: Plantaciones forestales y créditos de carbono.	Distribuidores, clientes directos y plataformas.
CAMPOSUR	Agrario	Comercialización de productos agrícolas.	Posee 2 líneas: arroz nacional y arroz importado.	Makro, Mercado mayorista, Grupo Camposur, etc.
ECOACUÍCOLA	Agrario	Producción y exportación de langostinos.	Posee 1 línea: langostinos.	Alemania, Brasil, China, Canadá, etc.
GERENS	Diversas - educación	Escuela de gestión	Posee alrededor de 10 líneas en relación a consultorias.	Empresas del sector público y privado.
GLOBOKAS	Diversas	Procesamiento de datos	Posee 4 líneas de negocio	Bancos, financieras y cajas, empresas de servicios.
LARI CONTRATISTAS	Diversas	Instalación y mantenimiento de servicios públicos.	4 líneas: Telefonía, edificaciones, obras civiles, electricidad.	Luz del Sur, Enel, Telefónica del Perú, etc.
MEDROK	Industrial	Industria farmacéutica	4 líneas: Institucional, genérico, marca y maquila.	Mifarma, InRetail Pharma, etc.
QUÍMICA EUROPEA	Diversas	Importación y comercialización de equipos médicos.	4 líneas: Hemodiálisis, Oncología, Laparoscopia y Desinfectantes	EsSalud, Ministerio de Salud, AUNA, SANNA, etc.

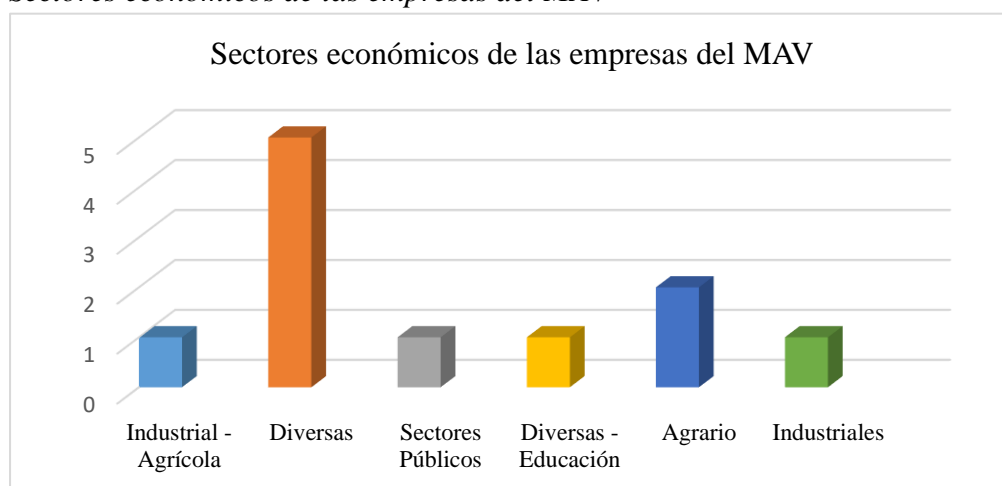
Nota: Cuadro resumen del perfil de las empresas del MAV listadas al 2020

Las empresas que se describieron son aquellas que se encuentran cotizando en el Mercado Alternativo de Valores, éstas empresas cuentan con una gran solidez y buen desenvolvimiento en el segmento del mercado en el que se desarrollan. Como A. Jaime Rojas Representaciones Generales S.A.C que sirve como proveedor de equipos médicos y de laboratorio a organismos públicos como EsSalud, el Ministerio de Salud, entre otros. Por otro lado, Gerens Escuela de Gestión y Economía S.A. también brinda diferentes servicios de consultoría a organismos públicos como el Ministerio de Energía y Minas, Ministerio de Economía, COFIDE, FONAFE. Por su parte, Globokas Perú SAC generó una mayor demanda por sus servicios debido a la necesidad de las empresas por mantener sus niveles de recaudación y atención a sus clientes, todo esto como producto a la pandemia y las medidas sanitarias, las empresas comenzaron a explorar los canales alternativos y digitales, entre sus nuevos clientes figuran: Banco del Comercio, Banco Falabella, Caja Maynas, Caja Los Andes, Cooperativa Pacifico, Cooperativo Los Andes, Financiera Compartamos, Cibertec, Electro Ucayali, Integra Retail, POS Móvil, Universidad Autónoma, entre otros.

La participación de empresas dentro del MAV es muy diversificada en relación a los sectores económicos, encontramos empresas comerciales, industriales, de servicios, agrícolas. Lo que permite optar por instrumentos de financiamiento diferenciado debido al sector en el que se desarrollan estas empresas.

Figura 8

Sectores económicos de las empresas del MAV



Nota: Gráfico que representa las empresas del Mercado Alternativo de Valores según sectores económicos.

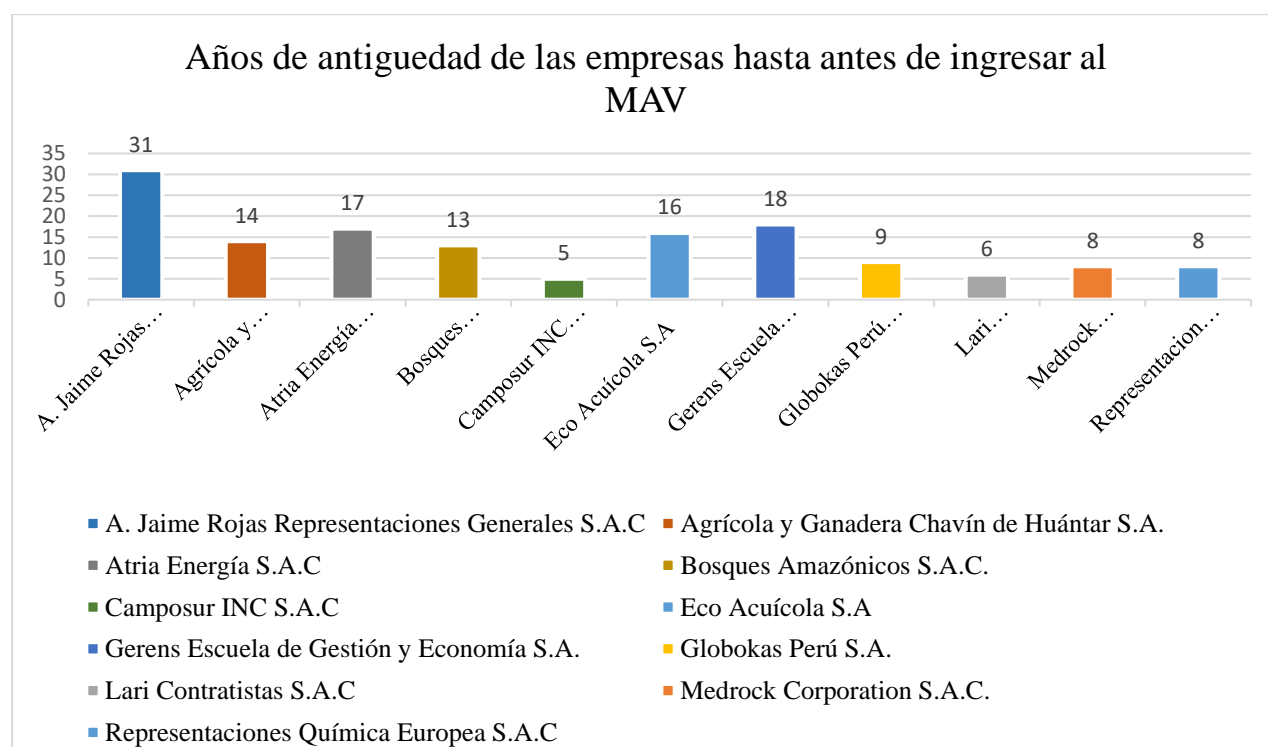
Además, se puede apreciar que muchas de estas empresas exportan como Agrícola y Ganadera Chavín de Huántar S.A. que exporta a países como Bélgica, Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Holanda, Alemania, entre otros. Por otro lado, la empresa Eco Acuícola S.A. exporta a

países de Europa, América y Asia, productos como langostinos, además de uva, pimiento (en sus variedades, morrón y piquillo), palta y mango. Las exportaciones contribuyen de forma positiva a la economía peruana.

Cuando se habla de experiencia en el mercado, la antigüedad resulta un factor importante en las empresas, en cuanto a las empresas del MAV la antigüedad va desde los 5 a los 31 años, lo que supone que las empresas que cotizan en el MAV presentan cierto grado de experiencia luego de decidir su ingreso al mercado alternativo. A esto debe sumarse la capacidad de solventar los costos y gastos que se requieren para el ingreso al mercado alternativo, además de los costos de emisión de valores y gastos por mantenimiento de la emisión, la gran mayoría de las pymes en crecimiento o en sus primeros años de vida no suelen pueden cubrir estos costos y gastos, además de cumplir con los requerimientos que este señala.

Figura 9

Años de antigüedad de las empresas hasta antes de ingresar al MAV



Nota: Se muestra los años de antigüedad de las empresas actualmente listadas antes de su ingreso al Mercado Alternativo de Valores

La composición accionaria de las empresas se encuentra compuesta por miembros de una misma familia lo que supone que las empresas se constituyen como empresa familiar y después de ingresar al MAV la organización jerárquica aún se mantiene en el tiempo.

4.1.2. Analizar los factores determinantes del acceso al financiamiento de las pymes al Mercado Alternativo de Valores (MAV).

Los factores determinantes son aquellos factores que se encuentran previamente al ingreso al mercado alternativo peruano en relación a la realidad de cada empresa. Estos factores contribuyeron de forma significativa para poder cumplir con los requerimientos establecidos y que son de cumplimiento obligatorio, para ello es importante verificar información histórica de las empresas, para poder analizar su situación antes y después de ingresar al MAV. Las empresas empiezan a presentar su información financiera desde su ingreso al MAV, y es por ello que se hace una revisión de la información financiera histórica de cada una de las empresas desde el año en que publicaron por primera vez dicha información contenida en la página web de la SMV. Según la data de la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV), se ha obtenido la siguiente información acerca de las empresas que se encuentran dentro del MAV al 2020:

Tabla 27

Información histórica utilizada de las empresas del MAV

EMPRESA	AÑO DE INICIO DE PUBLICACIÓN DE INFORMACIÓN FINANCIERA	REFERENCIA
A. Jaime Rojas Representaciones Generales S.A.C	2014	Memoria anual del año 2014. Informe de Clasificación de Riesgo del año 2014 Hechos de importancia del año 2014.
Agrícola y Ganadera Chavin de Huántar S.A.	2012	Memoria anual del año 2012. Informe de Clasificación de Riesgo del año 2013. Hechos de importancia del año 2013.
Atria Energía S.A.C	2018	Memoria anual del año 2018 y 2019. Informe de Clasificación de Riesgo del año 2018.
Bosques Amazónicos S.A.C.	2020	Informe de Clasificación de Riesgo del año 2019.
Camposur INC S.A.C	2018	Memoria anual del año 2018. Informe de Clasificación de Riesgo del año 2018.
Eco Acuicola S.A	2017	Memoria anual del año 2017. Informe de Clasificación de Riesgo del año 2018.
Gerens Escuela de Gestión y Economía S.A.	2016	Memoria anual del año 2016. Informe de Clasificación de Riesgo del año 2017.
Globokas Perú S.A.	2016	Memoria anual del año 2016. Informe de Clasificación de Riesgo del año 2017.
Lari Contratistas S.A.C	2018	Memoria anual del año 2018. Informe de Clasificación de Riesgo del año 2017.
Medrock Corporation S.A.C.	2014	Memoria anual del año 2014. Informe de Clasificación de Riesgo del año 2013.
Representaciones Química Europea S.A.C	2017	Memoria anual del año 2017. Informe de Clasificación de Riesgo del año 2013 y 2014.

Nota: La tabla muestra la base de datos utilizada para realizar la revisión de la información histórica de las empresas listadas en el MAV al 2020.

Se presenta a continuación la información detallada de cada una de las empresas del MAV:

Tabla 28

Información histórica de la empresa A. Jaime Rojas Representaciones Generales S.A.C

FICHA DOCUMENTARIA													
ASPECTOS RELEVANTES													
Reseña histórica	Fue fundada en 1972 como una empresa unipersonal ubicada en el centro de Lima y el 31 de enero de 1983 se transforma en una S.A. tomando la razón social actual. En sus inicios se dedicó a la comercialización de instrumental médico hospitalario, realizó su primera importación de diferentes regiones del mundo. A lo largo del tiempo ha logrado la representación de importantes proveedores de diferentes países, capacitando a sus técnicos e ingenieros en los talleres de sus proveedores.												
Capital Social	A diciembre de 2014 es de S/. 16'047,040.00												
Línea de negocio	Ventas por procesos, ventas directas, división de cirugía, división de endoscopía, división de esterilización y desinfección, división de proyectos hospitalarios.												
Comercialización y clientes	Las ventas de la empresa se dirigen principalmente a Sector Salud sirviendo como proveedor de material médico hospitalario. Tiene un amplio portafolio de productos de productos integrada por marcas de alta gama. Entre sus clientes encontramos: Fuerzas Armadas, ESSALUD, Ministerio de Salud (MINSA), clientes públicos (Ministerios, Gobiernos Regionales, Municipalidades, Universidades) distribuidores (compran para vender al estado o a otros particulares menores) y clientes privados (médicos o usuarios finales).												
Abastecimiento	La empresa importa sus productos de Alemania, Israel, España, China, Italia, Corea, Estados Unidos, entre otros, los cuales se transportan vía marítima por el puerto del Callao o por una proporción menor a través del aeropuerto Jorge Chávez.												
Estrategia	Tiene por estrategia aumentar su participación a nivel nacional, se creó un canal de distribuidores.												
Composición accionaria	<p style="text-align: center;">Los accionistas están conformados por</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>Accionista</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Jessica María Jaime Vega</td> <td>15%</td> </tr> <tr> <td>Duilio Martín Jaime Vega</td> <td>15%</td> </tr> <tr> <td>Abelardo Mariano Jaime Vega</td> <td>15%</td> </tr> <tr> <td>Julia Amalda Vega Palacios</td> <td>27%</td> </tr> <tr> <td>Abelardo Emiliano Jaime Rojas</td> <td>28%</td> </tr> </tbody> </table>	Accionista	Porcentaje	Jessica María Jaime Vega	15%	Duilio Martín Jaime Vega	15%	Abelardo Mariano Jaime Vega	15%	Julia Amalda Vega Palacios	27%	Abelardo Emiliano Jaime Rojas	28%
Accionista	Porcentaje												
Jessica María Jaime Vega	15%												
Duilio Martín Jaime Vega	15%												
Abelardo Mariano Jaime Vega	15%												
Julia Amalda Vega Palacios	27%												
Abelardo Emiliano Jaime Rojas	28%												

Directorio	<i>Nombres y apellidos</i>	<i>Cargo</i>
	Abelardo Emiliano Jaime Rojas	Presidente del Directorio
	Julia Arnalda Vega Palacios	Director
	Abelardo Mariano Jaime Vega	Director
	Duilio Martin Jaime Vega	Director
	Jessica María Jaime Vega	Director
	André B. Pareja Lecaros	Director
Plana Gerencial	<i>Nombres y apellidos</i>	<i>Cargo</i>
	Duilio Martin Jaime Vega	Gerente General
	Fernando Huamanchumo Quiroz	Gerente Administrativo
	Julio Mario Paretto Zuñiga	Gerente Comercial
	Jhonatan Muñoz Albornoz	Gerente de Operaciones
	Juan Alonso Trigueros La Rosa	Contador
Empresas vinculadas	La empresa Manufactura Medica y Ortopedia SAC, y la empresa Telemedicina de Perú	
Hechos de importancia	Se manifiesta la necesidad de ampliar el número de Directores y por unanimidad se decidió nombrar al Sr. Andrés Bautista Pareja Lecaros Bellido.	
	De conformidad al Reglamento de Hechos de Importancia, Información Reservada y otras Comunicaciones se presenta la información financiera semestral al 30 de junio de 2014.	
	Se presentan los estados auditados del año 2012 y 2013 por la empresa auditora Moore Stephens.	
	Se realiza un aumento de capital por un monto ascendente a 3'011,000.00, mediante la capitalización de resultados acumulados.	

Nota: La tabla muestra la información a nivel histórico de la empresa A. Jaime Rojas Representaciones Generales S.A.C para describir el perfil de la misma en el momento de su ingreso al mercado alternativo.

Tabla 29

Información histórica de la empresa Agrícola y Ganadera Chavín de Huántar S.A.

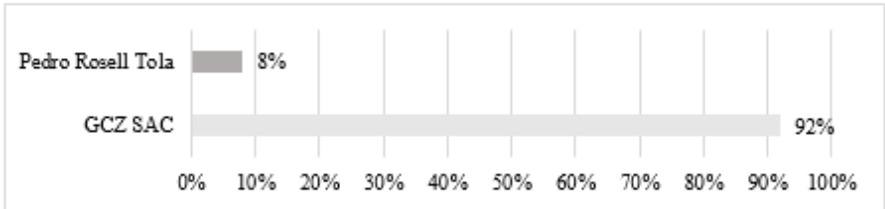
FICHA DOCUMENTARIA									
ASPECTOS GENERALES									
Reseña histórica	La empresa fue creada en el 98 por los hermanos Mario Salazar Vergaray y Mónica Salazar Vergaray en Casma - Ancash. En sus inicios la empresa tiene la actividad de producción y exportación de frutas y vegetales, siendo sus productos principales espárrago, mango y palta.								
Capital Social	A diciembre de 2012 es de S/. 15'378,460								
Línea de negocio	La empresa presenta una línea de productos frescos (espárragos verdes, uva, mango, tangelo, granada y palta) y una línea de productos congelados (mango, espárragos, camote y granada).								
Comercialización y clientes	La empresa tiene ventas que se dirigen principalmente al mercado de exportación estando conformado por el 90%. Estas exportaciones se dirigen a países de América, Europa Oriental, Europa Occidental y Asia.								
Abastecimiento	La empresa trabaja con un gran número de proveedores, agricultores y compañías agrícolas, con la finalidad de desarrollar una plataforma de abastecimiento que sea competitiva. Además se cuenta con diferentes proveedores para diferentes insumos, materiales y servicios, como empaque y material de embalaje, además del uso de pesticidas y fertilizantes.								
Estrategia	La empresa busca consolidar la integración vertical para incrementar el volumen de sus exportaciones. También participa activamente en Ferias Internacionales de Alimentos, lo que le permite afianzar y expandir sus operaciones.								
Composición accionaria	<p style="text-align: center;">Los accionistas están conformados por</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>Accionista</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Salazar Arteaga Luisa Alberto</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>Salazar Vergaray Mario</td> <td>49%</td> </tr> <tr> <td>Salazar Vergaray Mónica</td> <td>49%</td> </tr> </tbody> </table>	Accionista	Porcentaje	Salazar Arteaga Luisa Alberto	2%	Salazar Vergaray Mario	49%	Salazar Vergaray Mónica	49%
Accionista	Porcentaje								
Salazar Arteaga Luisa Alberto	2%								
Salazar Vergaray Mario	49%								
Salazar Vergaray Mónica	49%								

Directorio	<i>Nombres y apellidos</i>	<i>Cargo</i>
	Salazar Vergaray Mario	Presidente del Directorio
	Gal'Lino Vargas Machuca Juan José	Director
	Torres Morales Carlos	Director
Plana Gerencial	<i>Nombres y apellidos</i>	<i>Cargo</i>
	Mónica Salazar Vergaray	Gerente General
	Juan Galindo Vargas Machuca	Gerente de Administración y Finanzas
Empresas vinculadas	Agro-inversiones Chavín S.A.C.	
Hechos de importancia	Se crea la Gerencia de Planta y nombramiento del Sr. Carlos Rolando Morales Morales, de nacionalidad guatemalteca, como Gerente de Planta.	
	Se acepta la renuncia del Sr. Carlos Guillermo Torres Morales y se designa al Sr. Guillermo Alejandro Palma Heredia como nuevo Director.	

Nota: La tabla muestra la información a nivel histórico de la empresa Agrícola y Ganadera Chavín de Huántar S.A para describir el perfil de la misma en el momento de su ingreso al mercado alternativo.

Tabla 30

Información histórica de la empresa Atria Energía S.A.C

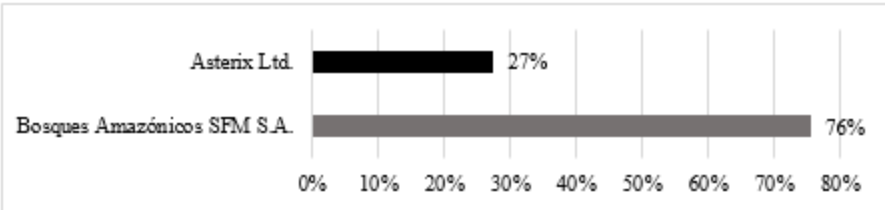
FICHA DOCUMENTARIA							
ASPECTOS GENERALES							
Reseña histórica	La empresa hasta el 2018 tenía la denominación Eléctrica Santa Rosa S.A.C., sin embargo luego tomó la denominación actual. El grupo económico al que pertenece la empresa tiene más de 25 años de experiencia en el diseño, fabricación, montaje, operación y mantenimiento, y puesta en marcha de pequeñas y medianas centrales hidroeléctricas.						
Capital Social	A diciembre de 2018 es de S/. 4'056,075.00						
Línea de negocio	La empresa tiene 4 líneas de negocio: la comercialización de Energía (tiene contratos de compra de energía con grandes generadores y provee energía a distintas empresas industriales), generación de Energía (mantiene la Central Hidroeléctrica Purmacana), autogeneración (ofrece instalación de mini Centrales Térmicas para consumo propio) y servicios adicionales de Valor Agregado (Servicios post venta).						
Comercialización y clientes	La empresa tiene la siguiente participación en el 2018 por industria con respecto a Mwh: agroindustria 6.4%, alimentos 6.4%, bebidas 13.7%, cables 0.9%, cafetera 0.3%, cerámicos 0.9%, comercio 2.5%, educación 0.0%, energía 0.7%, ganadería 0.0%, hidrocarburos 1.4%, inmobiliaria 0.0%, metalúrgica 2.6%, minería 11.9%, molinera 2.5%, otros 1.3%, papel 5.0%, pesquería 5.1%, químicos 3.7%, textil 10.4%, transporte 1.9%, vidrios, cauchos y plásticos 22.3%.						
Abastecimiento	La empresa mantiene coberturas con proveedores de energía.						
Estrategia	Tiene como meta convertirse en el socio estratégico de sus clientes en temas energéticos, logrando para ellos ahorros sustanciales y optimización de consumo. En el 2018 se planteó como metas la descentralización de las ventas, refuerzo del equipo comercial y mejora en la propuesta comercial.						
Composición accionaria	<p>Los accionistas están conformados por:</p>  <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>Accionista</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Pedro Rosell Tola</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>GCZ SAC</td> <td>92%</td> </tr> </tbody> </table>	Accionista	Porcentaje	Pedro Rosell Tola	8%	GCZ SAC	92%
Accionista	Porcentaje						
Pedro Rosell Tola	8%						
GCZ SAC	92%						

Directorio	<i>Nombres y apellidos</i>	<i>Cargo</i>
	Pedro Rosell Tola	Director
	Guillermo Cox Harman	Director
	Fernando Vega Sánchez	Director
	Jaime Ladines Arrieta	Director
Plana Gerencial	<i>Nombres y apellidos</i>	<i>Cargo</i>
	Pedro Rosell Tola	Gerente General
	Jaime Ladines Arrieta	Gerente de Finanzas
	Fernando Vega Sánchez	Gerente Comercial y Legal
	Lucianna Moreno	Gerente de Recursos Humanos
Hechos de importancia	Se fortalece el equipo Gerencial.	
	Se desarrolla el área del servicio al cliente.	
	Se incorporaron nuevos empleados en las áreas de proyectos y finanzas.	

Nota: La tabla muestra la información a nivel histórico de la empresa Atria Energía S.A.C para describir el perfil de la misma en el momento de su ingreso al mercado alternativo.

Tabla 31

Información histórica de la empresa Bosques Amazónicos S.A.C.

FICHA DOCUMENTARIA							
ASPECTOS GENERALES							
Reseña histórica	La empresa forma parte de un grupo económico que viene invirtiendo en el sector forestal, agrícola y acuícola.						
Capital Social	A diciembre de 2020 es de S/. 70'442,268.00						
Línea de negocio	La empresa posee 3 líneas de negocio que funcionan de manera complementaria: plantaciones forestales, créditos de carbono, y acuicultura.						
Comercialización y clientes	La empresa se constituye como el propietario del área privada más grande de la Amazonia.						
Estrategia	En una primera etapa la empresa tiene por objetivo la producción de madera tropical de alto valor internacional utilizando modelos de reforestación siendo estos eficientes y validados internacionalmente. También se planea impulsar el programa de reforestación y también iniciar el proceso de clonación de árboles plus30, esto permitirá incrementar la capacidad de aprovechamiento de las plantaciones. La empresa mantiene alianzas estratégicas, además también se están negociando alianzas con empresas internacionales.						
Composición accionaria	<p>Los accionistas están conformados por</p>  <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>Accionista</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Asterix Ltd.</td> <td>27%</td> </tr> <tr> <td>Bosques Amazónicos SFM S.A.</td> <td>76%</td> </tr> </tbody> </table>	Accionista	Porcentaje	Asterix Ltd.	27%	Bosques Amazónicos SFM S.A.	76%
Accionista	Porcentaje						
Asterix Ltd.	27%						
Bosques Amazónicos SFM S.A.	76%						
Directorio	<i>Nombres y apellidos</i>	<i>Cargo</i>					
	David Martín Saettone Watmough	Presidente del Directorio					
	Juan José Cárdenas Mares	Director					
	Sergio Luis Hanna Zubieta Director	Director					
	Patricia María Miloslavich Hart	Director independiente					
	Walter Herрман Wust Morán	Director independiente					

	<i>Nombres y apellidos</i>	<i>Cargo</i>
Plana Gerencial	Jorge Gil Cantuarias Falconi	Gerente General
	Jorge Chávez	Gerente Técnico
	JCC Inversiones S.A.C.	
Empresas vinculadas	Desarrolladores Amazónicos S.A.C.	
	Rainforest Aquafarms S.A.C.	
	En el 2015 la empresa obtuvo el Premio de las Naciones Unidas otorgado por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), siendo la empresa considerada como la mejor empresa en restauración de áreas degradadas en la categoría de Selva y Perú, así como el Predio Nacional de Entomología.	

Nota: La tabla muestra la información a nivel histórico de la empresa Bosques Amazónicos S.A.C. para describir el perfil de la misma en el momento de su ingreso al mercado alternativo.

Tabla 32

Información histórica de la empresa Camposur INC S.A.C

FICHA DOCUMENTARIA									
ASPECTOS GENERALES									
Reseña histórica	El origen de la compañía se remonta al año 1983 con las actividades agrícolas y agroindustriales que venía realizando el Sr. Helbert Samalvides Dongo como empresa unipersonal. Con el tiempo se logró cultivar un poco más de 1,200 hectáreas de arroz, así como cerca de 800 hectáreas entre menestras y cereales. Estuvo acompañado de 150 agricultores de diferentes valles costeros, lo que ayudó en la consolidación en el negocio de acopio y habilitación. En el 2013 se inició con las fases producción de semillas y cultivo, pasando por la fase de cosecha, post cosecha, y finalizando con el procesamiento y comercialización.								
Capital Social	A diciembre de 2018 es de S/3'662,799.								
Línea de negocio	La empresa tiene como línea principal la producción de arroz según variedades de arroz, orígenes, procedencia (nacional e importada)								
Comercialización y clientes	Las ventas se encuentran dirigidas netamente al mercado nacional. La empresa comercializa principalmente arroz superior, por otro lado también comercializa el arroz corriente que es demandado por comedores populares. La empresa tiene los siguientes clientes principales: Rosa Blanca SAC 1.1%, Jiménez SAC con 1.2%, Cofaza Trading con 1.5%, Cesar Alvarado V. con 1.8%, Gumi SAC 3.0%, Varios con BV norte con 3.6%, White Lion SAC con 4.3%, Makro con 13.5%, otros varios con 44.7% y varios con BV sur 24.1%.								
Abastecimiento	La empresa trabaja de cerca con un gran número de proveedores de los cuales se destacan pequeñas agricultores con quienes se desarrollan cadenas productivas con la finalidad de desarrollar una plataforma de abastecimiento de insumos que sea competitiva, y permita garantizar calidad, eficiencia, continuidad y rentabilidad de los cultivos. Otro tipo de proveedores es en referencia a diferentes insumos, materiales y servicios, y que son usados en el proceso de producción.								
Composición accionaria	<p>Los accionistas están conformados por</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Accionista</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Samalvides Martinez Hans</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Samalvides Martinez Helberth</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>Samalvides Dongo Helbert Gaspar</td> <td>99%</td> </tr> </tbody> </table>	Accionista	Porcentaje	Samalvides Martinez Hans	0%	Samalvides Martinez Helberth	1%	Samalvides Dongo Helbert Gaspar	99%
Accionista	Porcentaje								
Samalvides Martinez Hans	0%								
Samalvides Martinez Helberth	1%								
Samalvides Dongo Helbert Gaspar	99%								

Directorio	<i>Nombres y apellidos</i>	<i>Cargo</i>
	Samalvides Dongo Helbert Gaspar	Presidente
	Samalvides Martínez Helberth	Vice- Presidente
	Samalvides Martínez Hans	Director
	Luis Fernando Martinot Oliart	Director
	Luis Alberto Chocano Belaunde	Director
Plana Gerencial	<i>Nombres y apellidos</i>	<i>Cargo</i>
	Jorge Luis Miranda Vela	Gerente General
	Julio Gean K. Sebastiani Bedoya	Gerente de Administración y Finanzas
	Oscar Enrique Burga Rivera	Gerente Legal
	José Antonio Bozzo Bravo	Gerente de Operaciones
	Alfredo Martín Ruiz Santibañez	Gerencia Comercial
Empresas vinculadas	Camposur Foods S.A.C.	
Hechos de importancia	La empresa emitió una declaración jurada de compromiso de implementación de los principios de gobierno corporativo de forma gradual.	
	La empresa se adaptó por primera vez a las Normas Internacionales de Información Financiera.	

Nota: La tabla muestra la información a nivel histórico de la empresa Camposur INC S.A.C para describir el perfil de la misma en el momento de su ingreso al mercado alternativo.

Tabla 33

Información histórica de la empresa Eco Acuícola S.A.

FICHA DOCUMENTARIA																			
ASPECTOS GENERALES																			
Reseña histórica	La empresa remonta sus inicios en el año 2000 con una pequeña prueba en pozas, las cuales antiguamente eran utilizadas para cultivar tilapia en una zona cercana al Río Piura. Posteriormente inicia sus actividades en el 2001 y tiene por negocio la actividad acuícola y agroindustrial. Tiempo después se dio un paso importante hacia la industrialización de sus productos y se inició con la construcción de la Planta de conservas, para procesar los productos cosechados. En el 2014 se empezó la construcción de la planta de congelado con el fin de procesar, congelar y empaclar el langostino. En el mismo año por razones de índole impositiva, se decidió escindir la compañía; la operación agrícola a través de su subsidiaria ECOSAC AGRÍCOLA y el resto de operaciones con ECO ACUÍCOLA.																		
Capital social	Al 31 de diciembre del 2017 la empresa cuenta con un capital social S/. 71,577,395.																		
Línea de negocio	La empresa comercializa langostinos enteros, cola de langostinos y langostinos con valor agregado.																		
Comercialización y clientes	Las ventas de la empresa son para exportación (principalmente a Estados Unidos y Europa), la cual son aproximadamente el 95%, mientras que el 5% restante son las ventas locales.																		
Composición accionaria	<p>Los accionistas están conformados por:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Accionista</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Anissa Gabriela Mustafá Aguinaga</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>Ismael Bagib Mustafá Aguinaga</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>Rachida Juanita Mustafá Aguinaga</td> <td>8%</td> </tr> <tr> <td>Diego Fabrizio Vera Flores</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Eduardo Ernesto Vera Gutiérrez</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Guillermo Alejandro León Arámbulo</td> <td>20%</td> </tr> <tr> <td>Basem Ricardo Mustafá Aguinaga</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>Mario Daud Mustafá Aguinaga</td> <td>27%</td> </tr> </tbody> </table>	Accionista	Porcentaje	Anissa Gabriela Mustafá Aguinaga	1%	Ismael Bagib Mustafá Aguinaga	1%	Rachida Juanita Mustafá Aguinaga	8%	Diego Fabrizio Vera Flores	10%	Eduardo Ernesto Vera Gutiérrez	10%	Guillermo Alejandro León Arámbulo	20%	Basem Ricardo Mustafá Aguinaga	24%	Mario Daud Mustafá Aguinaga	27%
Accionista	Porcentaje																		
Anissa Gabriela Mustafá Aguinaga	1%																		
Ismael Bagib Mustafá Aguinaga	1%																		
Rachida Juanita Mustafá Aguinaga	8%																		
Diego Fabrizio Vera Flores	10%																		
Eduardo Ernesto Vera Gutiérrez	10%																		
Guillermo Alejandro León Arámbulo	20%																		
Basem Ricardo Mustafá Aguinaga	24%																		
Mario Daud Mustafá Aguinaga	27%																		
Directorio	<table border="1"> <thead> <tr> <th style="text-align: center;"><i>Nombres y apellidos</i></th> <th style="text-align: center;"><i>Cargo</i></th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">Guillermo León Arámbulo</td> <td style="text-align: center;">Presidente</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Ricardo Mustafá Aguinaga</td> <td style="text-align: center;">Director</td> </tr> </tbody> </table>	<i>Nombres y apellidos</i>	<i>Cargo</i>	Guillermo León Arámbulo	Presidente	Ricardo Mustafá Aguinaga	Director												
<i>Nombres y apellidos</i>	<i>Cargo</i>																		
Guillermo León Arámbulo	Presidente																		
Ricardo Mustafá Aguinaga	Director																		

	Guillermo León Arámbulo	Director
	Eduardo Ernesto Vera Gutiérrez	Director
Plana Gerencial	<i>Nombres y apellidos</i>	<i>Cargo</i>
	Guillermo León Arámbulo	Gerente General
	Mauricio Cabera Castillo	Gerente de Administración y Finanzas
	Gerd Burmester Bast	Gerente Comercial
	Luis Alonso Bustamante Pinillos	Gerente Agrícola de Cultivos Rotativos y Palto
	Paulo de Tarso De Miranda Duarte	Gerente Agrícola de Uva
	Ricardo José Arrese Pérez	Gerente de Producción
	Gustavo León Temple	Gerente Acuícola
Empresas vinculadas	Empresa ECOSAC AGRÍCOLA S.A.C.	
Hechos de importancia	La empresa presenta diferentes certificaciones (tales como: Certificación BAP, ISO 14001-2004) que garantizan la inocuidad, calidad y seguridad tanto de sus productos como sus procesos, de esta forma llega a los mercados más exigentes del mundo.	
	Las inversiones realizadas en ECO ACUÍCOLA y su subsidiaria ECOSAC AGRÍCOLA a finales del 2017 conforman un total de US\$ 140, 249,739 a través de terrenos, edificaciones, unidades de transporte, muebles y enseres, maquinaria y equipo, y plantaciones.	
	ECO ACUÍCOLA ha sido parte del Ranking de Empresas con Mejor Reputación - Perú 2013. Ha ganado el Premio Regional a la Competitividad 2011 y el Premio a la Excelencia y Calidad Positiva Vida.	
	La compañía y su subsidiaria presentan los estados financieros de Situación Financiera y de Resultados de sus operaciones de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), emitidas por el International Accounting Standards Board (IASB) vigentes al 31 de diciembre de 2016.	
	En el mes de setiembre de 2017 se firmó un protocolo sanitario con China para la exportación de langostinos congelados, siendo ECOSAC una de las empresas peruanas calificadas. Con el fin de hacer frente a esta oportunidad, la compañía ha empezado a incursionar en el mercado asiático, a través de Corea y Vietnam, para luego concretar las gestiones necesarias para iniciar con las exportaciones directas a China.	

Nota: La tabla muestra la información a nivel histórico de la empresa Eco Acuícola S.A. para describir el perfil de la misma en el momento de su ingreso al mercado alternativo.

Tabla 34

Información histórica de la empresa Gerens Escuela de Gestión y Economía S.A.

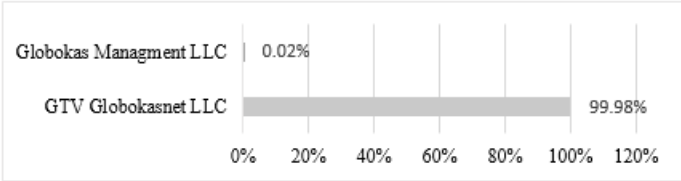
FICHA DOCUMENTARIA																							
ASPECTOS GENERALES																							
Reseña histórica	Fue fundada en 1998 por un grupo de profesionales con una destacada trayectoria académica y profesional, en razón de contribuir a mejorar el desempeño de las empresas privadas e instituciones públicas.																						
Capital Social	A diciembre de 2016 es de S/9'926,619																						
Línea de negocio	La empresa tiene varias líneas de negocios, específicamente para atender las necesidades del cliente.																						
Composición accionaria	<p style="text-align: center;">Los accionistas están conformados por</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Accionista</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Mariluz Tomi Adaniya Guevara</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>Pedro Felipe Mendo Cabrejos</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>Vania Ucovich Helbling</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>Antun Alexis Ucovich Helbling</td> <td>3%</td> </tr> <tr> <td>Ivo Ucovich Dorsner</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td>Víctor Esteban Gobitz Colchado</td> <td>15%</td> </tr> <tr> <td>Jesús Armando Gallegos Monteagudo</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>Ana Rosa Adaniya Guevara</td> <td>16%</td> </tr> <tr> <td>Rodrigo Alfonso Prialé Zevallos</td> <td>16%</td> </tr> <tr> <td>Franjo Thomas Kurtovic Díaz</td> <td>22%</td> </tr> </tbody> </table>	Accionista	Porcentaje	Mariluz Tomi Adaniya Guevara	1%	Pedro Felipe Mendo Cabrejos	2%	Vania Ucovich Helbling	2%	Antun Alexis Ucovich Helbling	3%	Ivo Ucovich Dorsner	9%	Víctor Esteban Gobitz Colchado	15%	Jesús Armando Gallegos Monteagudo	14%	Ana Rosa Adaniya Guevara	16%	Rodrigo Alfonso Prialé Zevallos	16%	Franjo Thomas Kurtovic Díaz	22%
Accionista	Porcentaje																						
Mariluz Tomi Adaniya Guevara	1%																						
Pedro Felipe Mendo Cabrejos	2%																						
Vania Ucovich Helbling	2%																						
Antun Alexis Ucovich Helbling	3%																						
Ivo Ucovich Dorsner	9%																						
Víctor Esteban Gobitz Colchado	15%																						
Jesús Armando Gallegos Monteagudo	14%																						
Ana Rosa Adaniya Guevara	16%																						
Rodrigo Alfonso Prialé Zevallos	16%																						
Franjo Thomas Kurtovic Díaz	22%																						
Directorio	<i>Nombres y apellidos</i>	<i>Cargo</i>																					
	Jesús Armando Gallegos Monteagudo	Presidente del directorio																					
	Franjo Thomas Kurtovic Díaz	Director																					
	Rodrigo Alfonso Prialé Zevallos	Director																					
	Ana Rosa Adaniya Guevara	Director																					
	Víctor Esteban Gobitz Colchado	Director																					
	Antun Alexis Ucovich Helbling	Director																					

	<i>Nombres y apellidos</i>	<i>Cargo</i>
Plana Gerencial	Rodrigo Alfonso Prialé Zevallos	Gerente General
	Mariluz Adaniya Guevara	Gerente de Consultoría
	Elena Adela Torres Seoane	Gerente Administración y Finanzas
Empresas vinculadas	Escuela de Postgrado Gerens S.A.	
Hechos de importancia	Asume su compromiso con las prácticas de Buen Gobierno Corporativo (BGC).	

Nota: La tabla muestra la información a nivel histórico de la empresa Gerens Escuela de Gestión y Economía S.A. para describir el perfil de la misma en el momento de su ingreso al mercado alternativo.

Tabla 35

Información histórica de la empresa Globokas Perú S.A.

FICHA DOCUMENTARIA							
Reseña histórica	La empresa Globokas Perú S.A. fue constituida en 23 de abril del 2007, iniciando operaciones en diciembre del mismo año. La empresa es subsidiara de GTV GlobokasNet LLC, grupo gestor de la red de agentes corresponsales con gran presencia en el mercado.						
Capital Social	A diciembre del 2016 la empresa posee un capital de S/. 20,496,370.						
Línea de negocio	La red de agentes ofrece sus servicios en 2 líneas de negocios: Transacciones financieras y transacciones no financieras.						
Comercialización y clientes	Son 17 instituciones financieras que usan los servicios de Globokas Perú: BBVA Banco Continental, Scotiabank, Crediscotia, Banco Financiero, Banbif, Banco Ripley, Financiera Confianza, Caja Arequipa, Caja Trujillo, Caja Sullana, Caja Huancayo, Caja Ica, Caja Piura, Financiera Qapaq, Mibanco, Caja Cusco y Caja Tacna. Estas instituciones financieras representan el 51% de depósitos más créditos del sistema financiero peruano.						
Estrategia	Para hacer frente a un mercado que cambia y evoluciona la estrategia es la red de cajeros corresponsales, con una posición de mercado consolidada con la adquisición de Pagaltoke, con presencia geográfica en más de 530 distritos. La siguiente pieza estratégica de esta sociedad son las tiendas TCC, con infraestructura de tipo bancario que permite atender una creciente gama de servicios. Finalmente, Perú Express, empresa autorizada para el servicio de envío de dinero a nivel nacional e internacional, brinda la posibilidad de expandir la gama de servicios en agentes corresponsales.						
Composición accionaria	<p>Los accionistas están conformados por:</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Accionista</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Globokas Management LLC</td> <td>0.02%</td> </tr> <tr> <td>GTV Globokasnet LLC</td> <td>99.98%</td> </tr> </tbody> </table>	Accionista	Porcentaje	Globokas Management LLC	0.02%	GTV Globokasnet LLC	99.98%
Accionista	Porcentaje						
Globokas Management LLC	0.02%						
GTV Globokasnet LLC	99.98%						
Directorio	<i>Nombre y apellidos</i>	<i>Cargo</i>					
	Juan José Marthans	Presidente					
	Gino O. Picasso	Director					
	Yang Chang Caro	Director					

	<i>Nombre y apellidos</i>	<i>Cargo</i>
Plana Gerencial	Juan José Marthans	Gerente General
	Yang Chang Caro	Vicepresidente de Finanzas y Administración
	Hillmer Reyes Murillo	Vicepresidente Comercial y Proyectos
	Franz Avila	Vicepresidente de Innovación y Desarrollo
	Karla Asano	Vicepresidente de IT y Operaciones
	Hugo Ortiz	Gerente de Ventas
	Jorge Ríos	Gerente de Sistemas
	Empresas vinculadas	Empresa GTV Globokas LLC, GTV Management LLC y junto con Globokas Perú SA, conforman el Grupo GKN.
Hechos de importancia	Adquisición de TCC; con 9 oficinas en Lima y 13 en provincias estas agencias son ahora centros de pagos gracias a la habilitación de nuestro sistema KasNet; complementamos los servicios de venta de equipos celulares, líneas de teléfono y diferentes promociones que ofrecen estos centros con nuestro servicios de pagos a otras entidades.	
	En 2015 se inició el proceso de recaudación directa con empresas de servicios, esta vinculación permite brindar un servicio más completo a los agentes sin necesidad de depender de las entidades financieras.	
	En 2016 se continuó con la implementación de servicios influenciados por nuevas tecnologías, iniciando así numerosos proyectos: TagPay (cuentas virtuales), actualización remota de POS, aplicación para los agentes (acceso a información como búsqueda de códigos de pago), entre otros.	

Nota: La tabla muestra la información a nivel histórico de la empresa Globokas Perú S.A. para describir el perfil de la misma en el momento de su ingreso al mercado alternativo.

Tabla 36

Información histórica de la empresa Lari Contratistas S.A.C

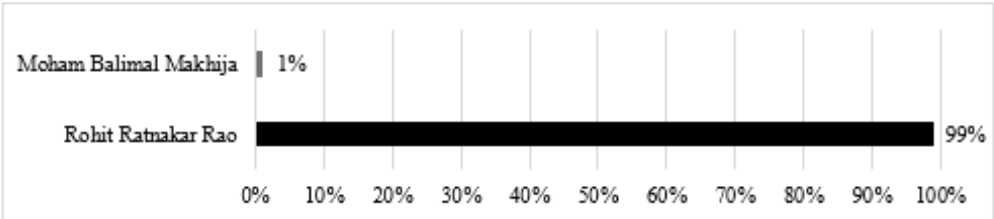
FICHA DOCUMENTARIA											
ASPECTOS GENERALES											
Reseña histórica	Luego de operar como Consorcio Lari Mantto desde el año 2006, la sociedad Antonio Lari Mantto S.A.C. se constituyó el 3 de diciembre de 2012.										
Línea de negocio	La empresa cuenta con las siguientes líneas de negocio: Telefonía Fija (Desarrollo y mantenimiento de planta externa), Edificaciones (Contrato Programa de Obras Civiles), Obras civiles (Plantado de postes, canalizaciones para tendido de cable telefónico, fibra óptica, cámaras subterráneas) y Electricidad (Se ejecutan obras eléctricas en baja tensión).										
Comercialización y clientes	La empresa tiene como principales clientes a: Telefónica del Perú, Luz del Sur, Enel, Contugas, Internexa, y Minera Chinalco.										
Abastecimiento	Los principales proveedores de la Compañía son el Sr. Antonino Lari Castañón, Solución en Ingeniería Tecnológica y Operaciones Múltiples Perú S.A.C y Telefónica del Perú S.A.A										
Estrategia	La empresa dentro de su plan estratégico se centra en puntos específicos, tales como: crecimiento (mediante un valor diferencial y ventajas competitivas), eficiencia y calidad (lograr una mayor rentabilidad e incremento de competitividad) y optimización Financiera (mejorar la situación patrimonial con la entrada de nuevo capital).										
Composición accionaria	<p>Los accionistas están conformados por:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Accionista</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Leonardo Lari Castañón</td> <td>15%</td> </tr> <tr> <td>Juan Antonio Lari Fallaque</td> <td>27%</td> </tr> <tr> <td>Antonino Lari Castañón</td> <td>22%</td> </tr> <tr> <td>Antonino Lari Castañón y Rubi Elena Navarte</td> <td>36%</td> </tr> </tbody> </table>	Accionista	Porcentaje	Leonardo Lari Castañón	15%	Juan Antonio Lari Fallaque	27%	Antonino Lari Castañón	22%	Antonino Lari Castañón y Rubi Elena Navarte	36%
Accionista	Porcentaje										
Leonardo Lari Castañón	15%										
Juan Antonio Lari Fallaque	27%										
Antonino Lari Castañón	22%										
Antonino Lari Castañón y Rubi Elena Navarte	36%										
Directorio	<i>Nombres y apellidos</i>	<i>Cargo</i>									
	Antonino Lari Castañón	Presidente									
	Jorge Leonardo Zevallos Coll	Presidente									
	Tulio Juan Borasino Delso	Presidente									

	<i>Nombres y apellidos</i>	<i>Cargo</i>
Plana Gerencial	Antonino Lari Castañón	Gerente General
	Tulio Juan Borasino Delso	Gerente de Operaciones
	Luis Martín Sánchez Gallo	Gerente de Administración y Finanzas
	Luis Enrique Miyashiro Malpartida	Contador General
Empresas vinculadas	Lari Obras y Servicios SAS (Colombia)	
	Auto Lari EIRL	
	Consortio Antonio Lari Mantto	

Nota: La tabla muestra la información a nivel histórico de la empresa Lari Contratistas S.A.C para describir el perfil de la misma en el momento de su ingreso al mercado alternativo.

Tabla 37

Información histórica de la empresa Medrock Corporation S.A.C.

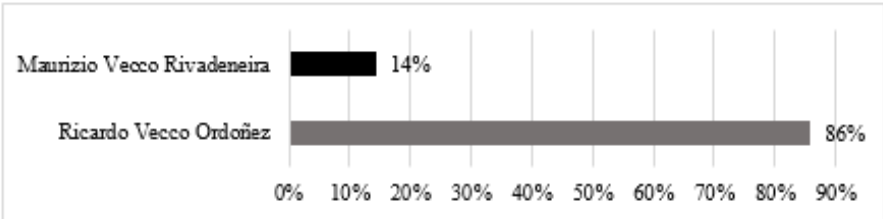
FICHA DOCUMENTARIA							
ASPECTOS GENERALES							
Reseña histórica	La empresa se crea en el 2006, y tiene como objetivo la formación funcionamiento de un laboratorio para efectuar experimentos científicos, operaciones químicas farmacéuticas, investigación, análisis, diagnóstico, tratamiento, desarrollo de medicamentos y productos farmacéuticos, entre otros.						
Capital Social	A diciembre de 2014 es de S/.26'000,000						
Línea de negocio	La empresa produce y vende una serie de productos farmacéuticos, los cuales se diferencian por su estado en: medicamentos sólidos y medicamentos líquidos. Su línea de productos se encuentra compuesta por Genérico, Institucional, Marca y Maquilla.						
Comercialización y clientes	La empresa ha logrado a través de los años consolidar los canales de comercialización de sus productos, a fin de garantizar la eficiencia y distribución de los mismos. Los clientes de la Compañía se encuentran cadenas farmacéuticas, boticas y farmacias independientes, laboratorios, clínicas e instituciones del Estado Peruano, como: Seguro Social de Salud, Albis S.A., Mifarma S.A.C., ADELGACEPERU.COM S.A.C., Doctor Andreu Q.F., SA, entre otros.						
Abastecimiento	La empresa tiene entre sus principales proveedores de principios activos a los mejores laboratorios de la India y China, países líderes en el desarrollo y comercialización de materias primas para la industria farmacéutica, tiene como proveedores principales a Dresden Lab S.A.C., Suan Pharma, China Jiangsu International, Ningbo Free Trade Zone Yuanfang Bio, VERMEN SERVICIOS S.A.C., entre otros.						
Estrategia	La empresa tiene como estrategia en continuar con el lanzamiento de productos de marca propia y expandirse en el ámbito internacional a través de exportaciones.						
Composición accionaria	<p style="text-align: center;">Los accionistas están conformados por:</p>  <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>Accionista</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Moham Balimal Makhija</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>Rohit Ratmakar Rao</td> <td>99%</td> </tr> </tbody> </table>	Accionista	Porcentaje	Moham Balimal Makhija	1%	Rohit Ratmakar Rao	99%
Accionista	Porcentaje						
Moham Balimal Makhija	1%						
Rohit Ratmakar Rao	99%						

Directorio	<i>Nombres y apellidos</i>	<i>Cargo</i>
	Rohit Ratnakar Rao	Presidente del Directorio
	Marco Antonio Hurtado Pazos	Vicepresidente
	Gino Michelini Mora que tiene por cargo	Director
	Vicente Lanegra Mucha	Director
	Athang Joshi	Director
Plana Gerencial	<i>Nombres y apellidos</i>	<i>Cargo</i>
	Bisht Pramod Khem Singh	Gerente General
	Gino Michelini Mora	Gerente de Finanzas
	Jhonny Ruiz Valdez	Gerente de Administración
	Juan Vargas Vargas	Dirección Técnica
	Carmen Miranda Venero	Jefe de Aseguramiento de la Calidad
	Vicente Lanegra Mucha	Gestión de Planta
	Athang Pradip Joshi	Gestión de Importaciones
Hechos de importancia	La empresa obtiene la certificación de “Buenas Prácticas de Manufactura”, que son recomendadas por la Organización Mundial de Salud (OMS).	
	Junta General de Accionistas se acordó aumentar el capital social en la suma de S/3'000,000 por capitalización de utilidades.	

Nota: La tabla muestra la información a nivel histórico de la empresa Medrock Corporation S.A.C. para describir el perfil de la misma en el momento de su ingreso al mercado alternativo.

Tabla 38

Información histórica de la empresa Representaciones Química Europea S.A.C

FICHA DOCUMENTARIA							
ASPECTOS GENERALES							
Reseña histórica	La empresa inicia sus operaciones en 1999 su objeto principal es suministrar material médico al mercado de salud, durante su desarrollo se ha consolidado en el nicho de mercado de Hemodiálisis y Oncología.						
Capital Social	A diciembre de 2017 es de S/.4'211,206						
Línea de negocio	La empresa tiene el siguiente portafolio de productos: hemodiálisis, oncología, laparoscopia, desinfectantes, equipos Médicos						
Composición accionaria	<p>Los accionistas están conformados por:</p>  <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>Accionista</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Maurizio Vecco Rivadeneira</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>Ricardo Vecco Ordoñez</td> <td>86%</td> </tr> </tbody> </table>	Accionista	Porcentaje	Maurizio Vecco Rivadeneira	14%	Ricardo Vecco Ordoñez	86%
Accionista	Porcentaje						
Maurizio Vecco Rivadeneira	14%						
Ricardo Vecco Ordoñez	86%						
Directorio	<i>Nombres y apellidos</i>	<i>Cargo</i>					
	Ricardo Vecco Ordoñez	Presidente del Directorio					
	Ana Sofía Rivadeneira Espinoza	Director					
	Maurizio Vecco Rivadeneira	Director					
	José Ávalos Hernández	Director					
	Víctor Guevara Torres	Director					
	Carlos Rivadeneira	Director Alterno					
Plana Gerencial	<i>Nombres y apellidos</i>	<i>Cargo</i>					
	Ricardo Vecco Ordoñez	Gerente General					
	Ángel Rosas Carnero	Gerente comercial					
	Nikolai Ríos Cabrera	Jefe de Administración y Finanzas					
	Maurizio Vecco Rivadeneira	Jefe de Operaciones					

Empresas vinculadas	Lattitude International SAC
Hechos de importancia	Empresa Peruana del Año 2016 otorgado por la Asociación Civil Empresa Peruana del Año.
	Incorporación de Directores Independientes con alta trayectoria profesional.
	Implementación de Buenas Prácticas de Gobierno Corporativo.
	Certificación ISO 9001 en los procesos: Comercialización y Distribución de Dispositivos Médicos de las líneas de Hemodiálisis, Oncología y Laparoscopia.
	Obtención de contratos de exclusividad con Empresas de prestigio fabricantes de material y equipo médicos.
	Implementación de Normas internacionales de Información Financiera (NIIF) en nuestros procesos contables y financieros.

Nota: La tabla muestra la información a nivel histórico de la empresa Representaciones Química Europea S.A.C para describir el perfil de la misma en el momento de su ingreso al mercado alternativo.

Resultados obtenidos de la recolección de datos

La información histórica de las empresas que hasta el 2020 se encontraban listadas en el MAV nos ha permitido determinar los factores que han sido relevantes para acceder al mercado alternativo peruano. Entre estos podemos señalar:

Tabla 39

Factores determinantes para el acceso de las empresas al mercado peruano

Factores determinantes para el acceso de las empresas al MAV	Frecuencia (%)
Decisión de la empresa de transparentar y presentar información	20.75
Probabilidad alta de crecimiento económico de la empresa	5.66
Información histórica de la empresa	20.75
Planeamiento estratégico	1.89
Práctica de Buen Gobierno Corporativo	20.75
Profesionalización de los cargos gerenciales y directorales	5.66
Directorio conformado por miembros independientes	1.89
Certificación ISO	1.89
Estado financieros adecuados a las NIIF	20.75
Total	100.00

Nota: La tabla muestra los factores determinantes para las empresas del MAV listadas al 2020.

Cada uno de estos factores se puede evidenciar en la información descrita de cada una de las empresas MAV:

- Decisión de la empresa de transparentar y presentar información: Con respecto a este factor determinante hacemos referencia a que todas las pymes suelen estar poco dispuestas a brindar información financiera y la decisión de hacer pública su información financiera es un paso importante para el ingreso al mercado alternativo.
- Probabilidad alta de crecimiento económico de la empresa: Este factor puede manifestarse de distintas formas. En el caso de la empresa Representaciones Química Europea ha realizado contratos de exclusividad con empresas prestigiosas. Por otro lado,

la empresa Globokas Perú S.A. continuó con la implementación de nuevas tecnologías adaptándose a los nuevos retos que surgen con el avance tecnológico. La empresa Bosques Amazónicos S.A.C. obtuvo un reconocimiento por parte de las Naciones Unidas siendo considerada como la mejor empresa en restauración de áreas degradadas.

- Profesionalización de los cargos gerenciales y directorales y directorio conformado por miembros independientes: En este caso la empresa Agrícola y Ganadera Chavín de Huántar S.A. cual incorpora a dos directores independientes, estos tienen una gran experiencia y trayectoria con empresas agroindustriales de exportaciones, además del área de finanzas. Por otro lado, la empresa Camposur se destaca la participación dos directores independientes; cargos ejercidos por los señores Luis Martinot Oliart y Luis Chocano Belaunde, por lo que se considera que Camposur ha logrado disminuir el riesgo en la dirección y gestión de la empresa.
- Certificación ISO: La empresa Química Europea tiene esta certificación en comercialización y distribución de dispositivos médicos de las líneas de hemodiálisis, oncología y laparoscopia. Por su parte, la empresa Eco Acuícola S.A. tiene diversas certificaciones ISO que garantizan la calidad y seguridad de sus productos.
- Estados Financieros adecuados a las NIIF: La mayoría de las empresas presentaron sus estados financieros según las NIIF previo ingreso al mercado alternativo, tales como Eco Acuícola S.A., Camposur INC S.A.C, entre otras.

- 4.1.3. Comparar los aspectos generales de las pymes en el Mercado Alternativo de Valores (MAV) frente al Alternative Investment Market (AIM)

Tabla 40

Comparación entre el mercado alternativo peruano y europeo

FICHA DOCUMENTARIA			
DIMENSIÓN	INDICADORES	MERCADO ALTERNATIVO DE VALORES (MAV)	ALTERNATIVE INVESTMENT MARKET (AIM)
Marco Normativo	Reglamento del Mercado Alternativo de Valores - MAV	Se menciona sobre los requisitos y obligaciones que se deberán cumplir si se desea ingresar a este tipo de mercado.	
	Guía Principal del Mercado de Capitales del AIM		Presenta criterios para su ingreso, una vez admitida las responsabilidades por parte de la empresa son sencillas y están dirigidas a fomentar su crecimiento.
Características	Beneficios	Mayor diversidad de instrumentos de inversión, oferta de emisores con mejores estándares de gobernanza y gestión, instrumentos de buen rendimiento, emisores supervisados, montos de financiamiento con tasas bajas, tarifa de inscripción reducida, costos de colocación y listados más bajos, debido a los formularios estándar disponibles en el portal de la SMV, menores requerimientos y obligaciones de información, mayor valor de empresa que se financia mediante el MAV, mayor percepción de estabilidad y transparencia y favorece a la posición financiera y mejora la imagen de la empresa.	Facilita el acceso de capital para el crecimiento, ya que las empresas obtienen financiamiento para un mayor desarrollo; el crear un mercado en la que se encuentren las acciones de las empresas y así ampliar la base de accionistas; fomentar el compromiso de los trabajadores, incrementando su motivación y rendimiento a largo plazo; incrementar la capacidad de las empresas para realizar adquisiciones; crear un perfil de la empresa al público (esto debido a la prensa y los informes de los analistas) ayudando a mantener liquidez en las acciones de la compañía; mejora la situación de la empresa con respecto a los clientes y proveedores.

	Requerimientos de ingreso	Empresas que se encuentren domiciliadas en el Perú, ventas anuales menores a S/.350 MM (promedio últimos 5 años), no tener valores listados en la BVL o alguna bolsa extranjera, memoria anual del último ejercicio, 1 informe de Buen Gobierno Corporativo, clasificación de Riesgo a partir del 3° año, EEFF anuales del último ejercicio, EEFF de situación semestral, adecuación a las NIIF, 15 días de plazo máximo de inscripción.	Sin capitalización mínima de mercado, no se exige ningún registro de negociación, no hay un nivel prescrito de acciones en manos públicas, no hay aprobación previa de los accionistas para la mayoría de las transacciones, asesor designado es necesario en todo momento, en la mayoría de los casos, los documentos de admisión no han sido preseleccionados por la Bolsa ni por el UKLA. El UKLA sólo examinará un documento de admisión AIM cuando también sea un folleto con arreglo a la Directiva sobre el folleto.
	Principales participantes	CAVALI - Registro Central de Valores y Liquidaciones, Superintendencia del Mercado de Valores (SMV), Clasificadoras de riesgo, Sociedades Agentes de Bolsa (SAB)	Nomad, Broker, Informante contable, Firma de abogados, Market maker, Firma de relaciones públicas, Registrador.
	Emisiones	Se detallan las emisiones realizadas por las empresas que han cotizado en el MAV desde el 2013 al 2019.	Se detallan las emisiones realizadas por las empresas que han cotizado en el MAV hasta el 2019.

Nota: Comparativa entre el mercado alternativo peruano y el mercado alternativo europeo.

Resultados obtenidos de la recolección de datos

El marco normativo del AIM se encuentra establecido por la Bolsa de Valores de Londres, la misma que emitió la Guía Principal del Mercado de Capitales del AIM, aquí se establecen puntos clave acerca de los aspectos legales y contables que debe cumplir una empresa que decide ser admitida en este mercado alternativo, además se plantean el proceso por la que una empresa debe pasar para poder realizar una OPI y todas las consideraciones relevantes para que esta sea exitosa. Por otro lado, el marco normativo del MAV se encuentra establecido por la Superintendencia de Valores de Lima, la cual emitió el Reglamento del Mercado Alternativo de Valores – MAV, el cual posee disposiciones específicas con respecto al MAV, acerca de las responsabilidades que tienen las empresas emisoras del MAV, tales como la presentación de información financiera, hechos de importancia, al igual que las sanciones de no presentar dicha información. Además, también se establece las obligaciones de las SAB aplicado al mercado alternativo.

Cuando se hablan de los beneficios que se obtendrían de ingresar tanto al MAV como al AIM, estos son similares, en ambos se habla de un acceso de financiamiento con tasas menores a del sistema bancario y que permita garantizar el crecimiento de estas empresas. Por otro lado, cuando se habla del perfil como una empresa pública, se establece un mayor conocimiento acerca de la misma ya que se percibe un mayor nivel de transparencia y estabilidad, este aspecto mejora significativamente la percepción que se tiene acerca de la empresa y en consecuencia permite una mejor relación entre los clientes y proveedores, además de posibles inversionistas.

En cuanto a los requerimientos de ingreso se puede apreciar que con lo que respecta al AIM éstas son menores a diferencia del MAV y esto se debe a que el AIM es representación de una regulación light. Por otro lado, en cuanto a los participantes de los mercados alternativos se puede evidenciar que las empresas del MAV tienen entidades de apoyo, como son las SAB, sin embargo, el AIM posee una comunidad de apoyo, que brinda una guía personalizada para cada empresa durante el proceso de admisión y durante toda su permanencia en el mercado alternativo europeo.

Finalmente, cuando hablamos acerca de las empresas que pertenecen al MAV y al AIM, se puede ver una diferencia importante, hasta el 2020 las empresas del mercado alternativo peruano conforman 11 empresas y el mercado alternativo europeo un total de 863 empresas, tomando en cuenta que en el mercado alternativo solo pueden ingresar empresas peruanas y en el mercado alternativo europeo es más accesible en ese aspecto.

4.2. Discusión

4.2.1. Describir el perfil de las pymes que accedieron al Mercado Alternativo de Valores (MAV).

Como señala Nuño de León (2012) una de las características culturales de las pymes es que mantiene una continuidad y propiedad familiar, y al describir la composición accionaria de las empresas que pertenecen al MAV hasta el 2020, esta se compone por miembros de una misma familia. Tenemos en el caso de la empresa A. Jaime Rojas Representaciones Generales S.A.C, en la que su composición accionaria se encuentra: Abelardo E. Jaime Rojas, Abelardo M. Jaime Vega, Duilio M. Jaime Vega y Jessica M. Jaime Vega, y en la cual conforman parte del grupo Económico A. Jaime Rojas. Además, como señala Contreras (2017) en los resultados de su investigación, como parte del perfil de las empresas del mercado alternativo, es que estas se encuentran controladas por varias familias, y la familia de primera generación es la que se encuentra encargada de la gestión de la empresa, y es por ello que difícilmente tienen directores independientes.

4.2.2. Analizar los factores determinantes del acceso al financiamiento de las pymes al Mercado Alternativo de Valores (MAV).

Como señala Lovera, M., Paco, E. & Palomino, H. (2017) en su investigación llegaron a un total de 12 factores determinantes para el ingreso de las pymes peruanas al mercado alternativo, llamados Factores Críticos de Éxito (FCE), según se señalan a continuación: Apertura de accionistas para transparentar información, auditor externo con presencia internacional, proyección y crecimiento económico sostenible de la empresa, formación de Track record previo, historia de la empresa y/o años operando, perfil del empresario en cuanto a liderazgo y visión a largo plazo, planeamiento estratégico financiero, práctica de Buen Gobierno Corporativo en cuanto a EEFF auditados adecuados a las NIIF, práctica de Buen Gobierno Corporativo en cuanto a directorio integrado por miembros independientes, practica de Buen Gobierno Corporativo en cuanto a profesionalización de los cargos gerenciales y directorales, presentación de garantía específica, reputación del Directorio y/o Gerente General. En nuestra investigación podemos señalar algunos de estos determinantes que fueron muy importantes para el ingreso de las pymes estudiadas al MAV. En cuanto, al factor determinante; Apertura de accionistas para transparentar información, se puede apreciar en la empresa A. Jaime Rojas Representaciones Generales S.A.C en la que se puede apreciar en los hechos de importancia del año 2014 que presenta

la información financiera semestral, siendo este aspecto relevante para el cumplimiento de las obligaciones como empresa listada del MAV.

4.2.3. Comparar los aspectos generales de las pymes en el Mercado Alternativo de Valores (MAV) frente al Alternative Investment Market (AIM)

Hay que considerar que existen diversas razones por la que las empresas de diferentes países deciden ingresar al AIM. Como señala la *A guide to AIM* (2010), en primer lugar, presenta una regulación equilibrada, ante esto diferentes investigaciones han señalado que el AIM presenta una regulación light. Palacín y Pérez (2015), mencionaban en su investigación que el mercado alternativo europeo posee un entorno normativo mucho más leve y las empresas suelen elegir aquellos mercados en la que su reglamentación es inferior. El caso exitoso del AIM es debido a que su regulación es flexible y permite determinar qué normas son necesarias para garantizar su éxito. Entonces, nos queda claro que una regulación light es fundamental para impulsar los mercados alternativos y convertirse en un instrumento de financiación para las empresas, sin embargo, este tipo de regulación al requerir menos exigencias tiene que complementarse con otros mecanismos para garantizar que los mercados alternativos funcionen adecuadamente.

El AIM permite la admisión de empresas de diferentes países, y por ello como señala la *A guide to AIM* (2010) tiene una amplia base de inversores internacionales, además tiene una amplia cobertura regional, actualmente posee alrededor de 40 industrias de más de 28 países. Por otro lado, el mercado alternativo europeo posee una red de asesores expertos para brindar apoyo a las pymes que deseen unirse a este mercado y también durante toda su estadía, como se señalaba en la *A guide to AIM* (2015) se tiene como apoyo a los Nomad, Broker, informante contable, firma de abogados, firma de relaciones públicas y un registrador, todos estos tienen funciones diseñadas específicamente que sirven de apoyo para cada empresa.

El Alternative Investment Market se creó en el 19 de junio de 1995, Felipe (2015) señala que es uno de los mercados alternativos más antiguos y establecidos, cuando las bolsas de otros países decidieron abarcar el sector de las pequeñas y medianas empresas implementando así sus propios mercados alternativos, por su parte el AIM ya tenía 10 años en el mercado, un tiempo importante en el que pudo adquirir experiencia y le permitió desarrollarse, colocándose así en una situación ventajosa frente a los mercados alternativo que recién se estaban estableciendo. El mercado alternativo peruano se creó en junio del

2012, a diferencia del AIM tiene pocos años de vida, lo que probablemente permita la existencia de algunos aspectos a mejorar, ya que el tiempo de desarrollo es mucho menor. El mercado alternativo europeo inicio con 10 empresas listadas y actualmente posee alrededor de 863 empresas, el mercado alternativo peruano empezó listando alrededor de 2 empresas y actualmente posee 11 empresas listadas.

V. CONCLUSIONES

Los factores determinantes simplifican y facilitan el proceso de ingreso de las empresas al Mercado Alternativo de Valores peruano, haciendo que este se realice en menos tiempo de lo que se necesitaría normalmente. Como se señala, estos factores determinantes se encuentran presentes en el momento previo del ingreso de estas empresas al mercado alternativo peruano según la información histórica detallada líneas anteriores. El nivel de frecuencia varía en cada empresa, ya que como se ha podido observar en cada una de las empresas descritas anteriormente se encuentran en condiciones diferentes cuando salen a cotizar al MAV, y esto hace que las empresas tengan la presencia en mayor o menor medida de los factores determinantes.

Es necesario recalcar la importancia de este mercado alternativo peruano para las pequeñas y medianas, y esto se debe en esencia de la creación de una herramienta de financiamiento hecha específicamente para estas empresas y los numerosos beneficios que trae consigo, en primer lugar como alternativa de financiamiento frente a la problemática de la pymes para obtener financiamiento en la banca tradicional, ya que estos financiamientos presentan altos costos, además de las garantías excesivas, entre otros aspectos. Sin embargo, el acceso al mercado alternativo produce un efecto positivo en las empresas que va más allá del aspecto económico, las empresas que decidan acceder al mercado alternativo peruano logran tener una mejora exponencial a nivel organizacional, ya que desarrollan mejores prácticas de gobernanza y de gestión.

Las pequeñas y medianas empresas tienen numerosos aspectos positivos; conforman gran parte del estrato empresarial, son fuente de empleo, además de su contribución en nuestra economía a nivel nacional, sin embargo, es necesario señalar que éstas también tienen aspectos negativos alarmantes. En cuanto a nivel del personal que labora dentro de estas empresas este suele ser menos cualificado y con una menor formación técnica, además dentro de las pymes existe menos posibilidades de crecimiento a nivel profesional. Por ello, el propósito del ingreso de las pequeñas y medianas empresas al mercado alternativo debe estar enfocado en que las empresas crezcan, que exista una transición, pasen de ser pequeñas a medianas o de medianas a grandes empresas, porque a pesar de que estas generan trabajo, no generan trabajo de calidad, las condiciones de trabajo de estas empresas no suelen ser las mejores, lo que expone a sus trabajadores a potenciales peligros. De esta forma su crecimiento y desarrollo debería ser la meta principal.

Por otro lado, con respecto a la comparación entre el mercado alternativo peruano y el Alternative Investment Market (AIM), podemos señalar como aspectos relevantes, en primer lugar, que el mercado alternativo europeo presenta una larga trayectoria cubriendo el mercado de la pequeña y mediana empresa, además de un buen manejo de su marco normativo, ya que en la medida que el mercado alternativo europeo ha ido creciendo este ha ido evolucionando y desarrollándose para satisfacer las necesidades cambiantes de los inversionistas y las empresas, garantizando así un equilibrio adecuado entre la protección de los inversores y las necesidades de las medianas y pequeñas empresas. Además, la comunidad de apoyo es un factor muy importante en este mercado, ya que la empresa es guiada a lo largo del proceso de acceso al AIM y durante toda su permanencia dentro del mercado alternativo, de esta forma existe más confianza y seguridad a las empresas al estar listadas en el mercado alternativo europeo, ya que posee profesionales capacitados y dispuestos a apoyar a las empresas durante su estadía. Por otro lado, las empresas optan por su admisión en el mercado europeo, ya que este cuenta con una gama de opciones como el tamaño de la empresa, etapa de desarrollo y requisitos de captación de capital.

VI. RECOMENDACIONES

El nivel de conocimiento en temas de la cultura bursátil es un aspecto importante en aquellas empresas que cumplen con los requisitos de ingreso al MAV. Para que los dueños de estas pequeñas y medianas empresas consideren al mercado alternativo peruano como una opción de financiamiento es importante el nivel de conocimiento del funcionamiento de este mercado, creando así un nivel de confianza y seguridad, que por consecuencia trae consigo la probabilidad de que estas empresas ingresen a cotizar en el MAV.

Las empresas deben evaluar su ingreso al mercado alternativo peruano en función a su necesidad de financiamiento, además de su capacidad económica para solventar todos los costos necesarios. Además, una planificación adecuada es un aspecto fundamental para estas empresas, evaluando los diferentes aspectos que involucraría el iniciar el proceso de adecuación a los requerimientos del mercado alternativo peruano.

Por otro lado, también es muy importante considerar el tiempo que duraría el proceso de acceso de una pyme al MAV, por ello es muy importante que la empresa pueda contar con un equipo de trabajo que permita y facilite el proceso de acceso. La planificación es un aspecto muy importante en el proceso de ingreso al MAV, ya que depende en gran medida de las condiciones de cada empresa.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abdulsaleh, A. & Worthington, A. (2013). Small and Medium-Sized Enterprises Financing: A Review of Literature. *International Journal of Business and Management*; 8(14), 36-54
https://www.researchgate.net/publication/288075194_Small_and_Medium-Sized_Enterprises_Financing_A_Review_of_Literature
- Aquino, C. (2018). *Estudio comparativo del financiamiento a través del Mercado Alternativo de Valores y el Sistema Bancario (caso empresa: Company, Estructuras y Construcción S.R.L.)*. (Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Cajamarca). ALICIA.
https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/RUNC_a2dd2b0168b00254baadb3248200c91d
- Céspedes, J. & Martínez, R. (2019). Análisis del mercado de valores como alternativa de financiamiento para las PYMES en Latinoamérica. *Pensamiento Crítico*, 24(1), 167–198.
<https://doi.org/10.15381/pc.v24i1.16564>
- Céspedes, M. (2019). *Viabilidad de acceso al Mercado Alternativo de Valores de la Edpyme en la ciudad de Chiclayo, 2019*. (Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo). Repositorio de Tesis USAT.
<https://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/2503>
- Chávez, D. (2020). *Financiamiento en el Mercado Alternativo de Valores para las Pymes - Perú 2019*. (Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte). ALICIA.
https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UUPN_394123a755d98785697d65e20ec7f3d3
- Congreso de la República del Perú. (2 de julio de 2013). Ley que modifica diversas leyes para facilitar la inversión, impulsar el desarrollo productivo y el crecimiento empresarial. [Ley 30056 de 2013]. DO: 498461.
- Contreras, E. (2018). Más allá del mercado alternativo de valores: En la búsqueda de una mayor gestión profesional en las empresas peruanas. *Review of Global Management*, 2(1), 25-28. <https://doi.org/10.19083/rgm.v2i1.668>
- Contreras, E. (2017). *Mercado alternativo de valores peruano: perfil de las empresas emisoras no financieras*. (Tesis de maestría, Universidad de Piura). ALICIA.
https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UDEP_95ce6667eb8647c6130b648493ea0b09
- Decreto Supremo N°007 del 2008 (Ministerio de Economía y Finanzas) Para las disposiciones aplicables a la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de la micro y pequeña empresa y del acceso al empleo decente. 30 de setiembre de 2008.

- Diario Gestión. (11 de julio de 2018). *La tarea que debe cumplir una empresa para obtener capital en el MAV*. <https://gestion.pe/tu-dinero/finanzas-personales/tarea-debe-cumplir-empresa-obtener-capital-mav-238130-noticia/?ref=gesr>
- Dunn de Ávila, J. (8 de agosto de 2019). *Mecanismos de financiamiento para pymes a través del mercado de valores: La experiencia internacional y recomendaciones para Uruguay*. CAF. <http://scioteca.caf.com/handle/123456789/1531>
- Espinel, K., Daza, M. & Paredes, V. (2015). Modelo alternativo de financiamiento para Pymes. (Mercado de valores). *Revista estudiantil Vía Libre*; 8(6), 40-61. https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/via_libre/article/view/3692
- Felipe, A. (2015). *Mercados de Valores para empresas de pequeña y mediana capitalización: un nuevo modelo alternativo de mercado de valores en Europa* (Tesis doctoral, Universidad Autónoma de Madrid). Biblos-e Archivo. <https://repositorio.uam.es/handle/10486/671676>
- Flores, G. (2018). La Bolsa Boliviana de Valores como alternativa de financiamiento para las PyMEs de la ciudad de Cochabamba. *Revista Perspectivas*; 21(42), 71-96. http://www.scielo.org/bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1994-37332018000200004&lang=pt
- Gamez, A., Morales, M. & Ramirez, C. (2018). Estado del arte sobre problemáticas financieras de las pymes en Bogotá, Colombia y América Latina. *Económicas CUC*; 39(2), 77-94. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6989516>
- García, A. (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). (Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú). Repositorio Institucional de la PUCP. <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/12061>
- Herrero, J. (2012). Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa. <https://www.paraninfo.es/catalogo/9788497320290/administracion--gestion-y-comercializacion-en-la-pequena-empresa>
- Huamán, E. (2019). *Mercado Alternativo de Valores y su incidencia en los costos de acceso en las pequeñas y medianas empresas comerciales de Lima Metropolitana - 2017*. (Tesis de pregrado, Universidad de San Martín de Porres). ALICIA. https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/USMP_ed975daff6cd023bb37377a782da6b2a
- Laitón, S. & López, J. (2018). Estado del arte sobre problemáticas financieras en pymes: estudio para América Latina. *Revista Escuela De Administración De Negocios*, (85), 163-179. <https://doi.org/10.21158/01208160.n85.2018.2056>

- Livise, W. & Palomino, J. (2020). *El impacto del Mercado Alternativo de Valores MAV en la gestión financiera de las Pymes, en el Perú, año 2018*. (Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas). ALICIA. https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UUPC_c5e13a6d451a7c9076efff8221443aed
- London Stock Exchange (2010). *A guide to listing on London Stock Exchange*. <https://docs.londonstockexchange.com/sites/default/files/documents/gudetolisting.pdf>
- London Stock Exchange (2010). *A Guide to AIM*. https://www.lseg.com/sites/default/files/content/documents/A_Guide_to_AIM.pdf
- London Stock Exchange (2015). *A Guide to AIM*. <https://docs.londonstockexchange.com/sites/default/files/documents/a-guide-to-aim.pdf>
- Lovera, M., Paco, E. & Palomino, H. (2017). *Factores críticos de éxito para el acceso de la mediana empresa al Mercado Alternativo de Valores*. (Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú). Repositorio Institucional de la PUCP. <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/9418>
- Medina, S. (2020). *Mercado Alternativo de Valores (MAV) como estrategia de gestión financiera en las medianas empresas comerciales del sector informático en la región de Lima 2016 - 2017*. (Tesis de maestría, Universidad de San Martín de Porres). ALICIA. https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/USMP_b69814a6c48cfaf49167c9c088d3eaaad
- Mendiola, A., Aguirre, C., Alatriza, Y., Lévano, F. & Vera, C. (2016). *El mercado alternativo de valores como mecanismo de financiamiento para la mediana empresa: Propuesta normativa de mejora*. <https://www.esan.edu.pe/publicaciones/serie-gerencia-para-el-desarrollo/2016/mercado-alternativo-de-valores-como-mecanismo-de-financiamiento-para-la-mediana-empresa-propuesta/>
- Mendiola, A., Aguirre, C., Campos, P., Cuadros, G., Lodwig, D. & Regis, M. (2016). *Estructura alternativa de financiamiento de medianas empresas a través del mercado de valores peruano*. <https://www.esan.edu.pe/publicaciones/serie-gerencia-para-el-desarrollo/2016/estructura-alternativa-financiamiento-de-medianas-empresas-a-traves-del-mercado-valores-peruano/>
- Mendiola, A., Aguirre, C., Chuica, S., Palacios, R., Peralta, M., Rodríguez, J. & Suárez, E. (2014). *Factores críticos de éxito para la creación de un mercado alternativo de emisión de valores para las pymes en el Perú*. <https://www.esan.edu.pe/publicaciones/serie-gerencia-para-el-desarrollo/2014/factores-criticos-exito-creacion-mercado-alternativo-emision-valores/>

- Ministerio de la Producción (2019). Anuario Estadístico Industrial, Mipyme y Comercio Interno 2019. <https://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/en/shortcode/oe-documentos-publicaciones/publicaciones-anuales/item/940-anuario-estadistico-industrial-mipyme-y-comercio-interno-2019#url>
- Molina, D. & Sánchez, A. (16 de agosto de 2017). Obstáculos para la micro, pequeña y mediana empresa en América Latina. Pymes, Innovación Y Desarrollo. <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/pid/article/view/17700>
- Montalvan, J. (2019). Determinantes financieros para que las pymes en Ecuador tomen la decisión de buscar financiamiento en el Mercado de Valores Ecuatoriano (MVE). (Tesis de pregrado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/13643>
- Nuño de León, P. (2012). Administración de pequeñas empresas. <http://aliatuniversidades.com.mx/rtm/index.php/producto/administracion-de-pequenas-empresas/>
- Organización Internacional del Trabajo (2009). Políticas para las mipymes frente a la crisis: Conclusiones de un estudio comparativo de América Latina y Europa. https://www.ilo.org/santiago/publicaciones/WCMS_191351/lang--es/index.htm
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2018). Financiamiento de pymes y emprendedores 2018: un marcador de la OCDE. <https://www.oecd.org/acerca/>
- Palacín, M. & Pérez, C. (diciembre de 2015). Los mercados alternativos bursátiles: una perspectiva regulatoria. Cuadernos de Economía. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0210026616000030>
- Rojas, L. (10 de julio de 2017). Situación del financiamiento a PyMEs y empresas nuevas en América Latina. CAF. <https://scioteca.caf.com/handle/123456789/1076>
- Saavedra, M., Palacín, M., & Pérez, M. (2019). Un estudio comparativo del mercado alternativo bursátil español y mexicano. Actualidad Contable Faces, 22(39), 174-199. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=257/25760520008>
- Superintendencia del Mercado de Valores. (26 de junio de 2012). Resolución 00025/2012. Por la cual tiene el objeto de regular el funcionamiento del MAV. https://www.smv.gob.pe/frm_SIL_Detallev1.aspx?data=DD78FE0026E0E376CDA480AA0317AA87AB17A3CE87DF26E984A56555
- Supo, I. (2020). *Mercado Alternativo de Valores como alternativa de financiamiento para las Pequeñas y Medianas Empresas en el Perú*. (Tesis de pregrado, Universidad Católica San Pablo). ALICIA. https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCSP_3cd5baf84a6c3a8bfa1bd2c1bcb2f17

- Unión Europea (2020). Guía del usuario sobre la definición del concepto de pyme. <https://op.europa.eu/es/publication-detail/-/publication/756d9260-ee54-11ea-991b-01aa75ed71a1/language-es>
- Urbina, R. (2018). Funcionamiento del mercado alternativo de valores (MAV). *Revista Moneda* 176, 23-28. <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Moneda/moneda-176/moneda-176-04.pdf>
- Valdivia, E. & Salazar, J. (2016). *Mercado alternativo de valores como fuente de financiamiento de corto plazo para las Medianas Empresas de la Ciudad de Cajamarca, año 2016*. (Tesis de pregrado, Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo). ALICIA. https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UPAG_b6c75f4ab4455a396a42cd91e3f3a533

ANEXOS

FICHA DOCUMENTARIA	
Descripción General	
ASEPCTOS RELEVANTES	
Sector y Actividad Económica	
Línea de Negocio / Principales Productos	
Composición Accionaria	
Comercialización y Clientes	
Principales Clientes / Distribución Geográfica de Clientes	

FICHA DOCUMENTARIA	
ASPECTOS RELEVANTES	
Reseña histórica	
Capital Social	
Línea de negocio	
Comercialización y clientes	
Abastecimiento	
Estrategia	
Composición accionaria	
Directorio	
Plana Gerencial	
Empresas vinculadas	
Hechos de importancia	

FICHA DOCUMENTARIA			
DIMENSIÓN	INDICADORES	MERCADO ALTERNATIVO DE VALORES (MAV)	ALTERNATIVE INVESTMENT MARKET (AIM)
<i>Marco Normativo</i>	<i>Reglamento del Mercado Alternativo de Valores - MAV</i>		
	<i>Guía Principal del Mercado de Capitales del AIM</i>		
<i>Características</i>	<i>Beneficios</i>		
	<i>Requerimientos de ingreso</i>		
	<i>Principales participantes</i>		
	<i>Emisiones</i>		