

ORIGINAL

Alternative stock market and its influence on the financial approach in commercial sector companies in Peru

Mercado alternativo de valores y su influencia en el planteamiento financiero en empresas del sector comercial en el Perú

Jaquelin Melo-Chihuan^{a*}  , Esterfilia Ruiz-Flores^a  , Pedro Orlando Vega-Espilco^a  

^aUniversidad Peruana Unión, Lima, Perú

*Corresponding Author: Jaquelin Melo-Chihuan 

How to cite: Melo-Chihuan, J. ., Ruiz-Flores, E. ., & Vega-Espilco, P. O. . (2023). Alternative stock market and its influence on the financial approach in commercial sector companies in Peru. *Edu - Tech Enterprise*, 1, 5. <https://doi.org/10.71459/edutech20235>

Submitted: 02-06-2023

Revised: 13-09-2023

Accepted: 27-12-2023

Published: 28-12-2023

ABSTRACT

The research aimed to determine the influence of the alternative stock market on financial planning in companies in the commercial sector of Peru. It was approached from a quantitative perspective, with a non-experimental design and a causal correlational scope, involving a sample of 321 employees from 23 companies in the commercial sector. The instrument used was the Financial Statement Analysis Guide, which allowed for the registration and subsequent measurement of indicators associated with variables and their application in the commercial sector. The results obtained in this study support the alternative hypothesis (Ha), indicating that the alternative stock market (MAV) does have a significant and positive impact on the financial planning of companies in the commercial sector in Peru. In conclusion, these findings support the importance of considering participation in the MAV as a viable strategy to improve financial structure and promote business growth.

Keywords: alternative stock market; financial planning; commercial sector.

RESUMEN

La investigación se planteó el objetivo de determinar la influencia del mercado alternativo de valores en el planteamiento financiero en empresas del sector comercial del Perú. Se abordó desde el enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental y con un alcance correlacional causal, la muestra fueron 321 funcionarios pertenecientes a 23 empresas del sector comercial. En cuanto a los instrumentos se utilizó la Guía de análisis de estados financieros, que permitió registrar y posteriormente medir los indicadores asociados a las variables y su aplicación en el sector comercial. Los resultados obtenidos en este estudio respaldan la hipótesis alternativa (Ha), lo que indica que el mercado alternativo de valores (MAV) sí incide de manera significativa y positiva en el planteamiento financiero de las empresas del sector comercial en el Perú. En conclusión, estos resultados respaldan la importancia de considerar la participación en el MAV como una estrategia viable para mejorar la estructura financiera y promover el crecimiento empresarial.

Palabras clave: mercado alternativo de valores; planteamiento financiero; sector comercial.

INTRODUCCIÓN

El tema que inspiró este estudio es que los proveedores y promulgadores del sector comercial, que planean expandir sus operaciones, necesitan crear una estrategia financiera sólida y buscar opciones ventajosas de financiamiento

para apoyar este crecimiento (Chávez y Burgos, 2021; Correa et al., 2021). Se evaluará la eficiencia de ingresar al Mercado Alternativo de Valores (MAV) en un corto plazo, para captar financiamiento a tasas anuales promedio de 8,1% soles, 4,5% tasas anuales en 2018. Este sector está conformado por empresas medianas, que se definen como aquellas con ventas anuales de al menos 1700 UIT pero que no superan las 2300 UIT (Huachillo et al., 2020).

Asimismo, la necesidad de las empresas del sector comercial de captar capital en el mercado bursátil, a través de espacios como la Bolsa de Valores de Lima y el Mercado Alternativo Bursátil (MAV), es el motor de la investigación que se presenta a continuación (Quevedo et al., 2022). La financiación se puede conseguir a través del MAV ofreciendo programas de emisión pública de instrumentos a corto plazo. El valor de las compañías de seguros de viaje ha aumentado como consecuencia de su introducción en los mercados de capitales, lo que ha tenido un efecto positivo tanto en los canales de comunicación interna y externa de las empresas como en la experiencia y la gestión de los negocios en desarrollo (Mejía et al. 2020). Una mayor inversión de capital en el mercado peruano aumentará la liquidez en los mercados de capitales, impulsará el crecimiento económico y estimulará la creación de empleo a nivel macroeconómico (Párraga et al., 2021).

El MAV es una opción popular, ya que ofrece a los inversores atractivos instrumentos financieros que pueden aumentar la rentabilidad y repartir el riesgo. La justificación del proyecto de investigación aborda las siguientes cuestiones:

¿Por qué es tan importante para la contabilidad? Un contable profesional debe conocer las distintas opciones de financiación para que las empresas puedan llevar a cabo una planificación financiera y reducir costes ante la necesidad de efectivo para respaldar proyectos de inversión e impulsar la expansión. Esto les ayudará a parecer más creíbles y eficientes a ojos ajenos. Por tanto, fortalece y actualiza el campo de la contabilidad y el asesoramiento financiero.

Estado del Arte

Crevoisier (2019), en su trabajo de investigación abordó la determinación de la influencia del mercado alternativo de valores sobre la planificación financiera dentro del rubro empresarial enfocado al seguro de viaje. Se fundamentó bajo un paradigma positivista, de enfoque cuantitativo, de tipo explicativo correlacional. El sector peruano de los seguros de viaje se ve obstaculizado por la falta de una planificación financiera previsoras debido a los elevados tipos de interés que cobran los bancos por los préstamos y otras obligaciones obtenidas en el mercado. Estas tasas alcanzan un promedio del 12% anual en dólares estadounidenses. Las empresas del sector de seguros de viaje de Perú carecen de personal debidamente capacitado que pueda aplicar y supervisar alternativas de financiación que reduzcan los costes y aumenten la eficiencia, porque las empresas medianas carecen hoy en día de conocimientos adecuados sobre las numerosas opciones de financiación que tienen a su disposición. No investigan qué ventajas tiene el MAV sobre los métodos financieros convencionales y, en su lugar, restringen y se conforman debido a su resistencia al cambio hacia los instrumentos tradicionales.

Quevedo et al. (2022), en su artículo científico abordó el Conocer si la información no financiera, su preparación y divulgación es relevante para los directivos de las empresas cotizadas en la Bolsa de Valores de Lima (BVL). El estudio fue de carácter exploratorio y descriptivo, y se utilizó un instrumento de medición para recopilar datos de 69 empresas en diciembre de 2019. Se ha demostrado que los directivos conceden una gran importancia a los datos no financieros en el proceso de toma de decisiones, pero existe poca familiaridad con los informes no financieros utilizados a escala mundial y mucha menos aceptación para su divulgación voluntaria. Descubrir esta laguna permite analizar sus causas y aportar soluciones para colmarla. Al no disponer de datos públicos, este proyecto sólo puede centrarse en las empresas peruanas incluidas en la BVL. Esta investigación nos ha permitido comprobar que las empresas peruanas se interesan, utilizan y preparan datos no financieros que se centran en factores como el capital humano, la cultura corporativa, la estructura organizativa, las relaciones con las partes interesadas y la sostenibilidad.

Ponce y Yparraguirre (2019), iniciaron un estudio cualitativo descriptivo con el objetivo de determinar cómo afecta el Mercado de Valores Alternativos (MAV) a la financiación de las pequeñas y medianas empresas a través de activos inmobiliarios. Esto se debe a que la financiación bancaria tradicional es prohibitivamente cara y frena la expansión de las empresas más pequeñas. La investigación se llevó a cabo recopilando datos de 9 pymes participantes en el MAV entre 2017 y 2018; el cuestionario utilizado tuvo una fiabilidad del 79% y se basó en datos del SMV, así como en fundamentos estadísticos y teóricos relativos a la estructura de capital, la rentabilidad, el historial crediticio y las relaciones con las partes interesadas. También se realizó la prueba de hipótesis para cada indicador, de forma que se pueda verificar la fiabilidad de los datos de la muestra. Los resultados pertinentes en términos de rentabilidad, rendimiento de los activos y estabilidad de la evaluación del riesgo ayudan a la empresa a establecer relaciones positivas con las partes interesadas y a aumentar las ventas, lo que convierte al MAV en una opción de financiación viable para las medianas y pequeñas empresas.

Antay et al. (2017), abordaron un trabajo de maestría donde el objetivo general era «analizar el MAV para establecer los factores críticos de éxito que determinan su crecimiento, con el fin de desarrollar una propuesta de mejora para impulsarlo», siendo los subobjetivos «analizar el MAV incluyendo la regulación peruana vigente» y «desarrollar una propuesta de mejora para impulsar el MAV». Los factores críticos de éxito del MAV pueden determinarse estudiando

mercados comparables en otros países con objetivos similares. Encontrar los obstáculos para el desarrollo del mercado peruano de divisas alternativas; Crear y validar un plan para desarrollar e impulsar la expansión del mercado. Muchos factores de los elementos concluyentes impiden la expansión de la MAV; en primer lugar, las empresas a las que se dirige carecen de los conocimientos financieros necesarios para cotizar con éxito en bolsa. Por lo tanto, tienen que invertir dinero en poner sus finanzas en orden para poder pasar la auditoría y la evaluación de riesgos. Esto es malo para el crédito futuro, y aunque el MAV se promociona a menudo como una fuente de financiación con tipos de interés más bajos que el sistema financiero, en la práctica no es así. En segundo lugar, la relajación propuesta de los requisitos para este mercado alternativo (estados financieros semestrales, un único sistema de clasificación de riesgos, etc.) hace que el mercado sea más arriesgado, lo que desanima a los inversores a participar. Por último, muchas de las personas al frente de las medianas empresas carecen de la formación financiera necesaria, desconocen los conceptos financieros fundamentales y aún no han establecido prácticas sólidas de gobierno corporativo.

Finalmente, Almagro et al. (2020), abordaron un estudio que surgió de una investigación realizada en un centro educativo de la Comunidad Autónoma de Andalucía (España) que, de acuerdo con la Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la Mejora de la Calidad Educativa (LOMCE), incluye Economía como asignatura obligatoria para los alumnos de cuarto de ESO. El objetivo de este estudio fue investigar las directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo (OCDE) para incorporar la educación financiera en el currículo de K-12 y cómo esas directrices se reflejan en el aula. Para ello, en un instituto de la ESO que atiende a la comunidad andaluza hemos desarrollado una técnica de corte naturalista basada en un estudio de caso instrumental. En cuanto a los resultados y conclusiones, hacemos especial hincapié en la colaboración de la LOMCE y las instituciones económicas y financieras en la definición de políticas educativas que lleven los contenidos de Economía a las aulas y en el impacto de estas políticas en el desarrollo de la cosmovisión económica de los alumnos.

Con base en los argumentos precedentes, y en el contexto financiero peruano, el mercado alternativo de valores emerge como un elemento de creciente relevancia para las empresas del sector comercial. Este mercado, caracterizado por su dinamismo y flexibilidad, plantea nuevas oportunidades y desafíos para las compañías que buscan optimizar su estructura financiera y expandir sus operaciones. En este sentido, el presente artículo se enfoca en explorar la influencia del mercado alternativo de valores en el planteamiento financiero de las empresas del sector comercial en el Perú. El objetivo fue determinar la influencia del mercado alternativo de valores en el planteamiento financiero en empresas del sector comercial del Perú.

Mercado alternativo de valores

Los programas del Mercado Alternativo se desarrollaron para facilitar a las pequeñas y medianas empresas el acceso al capital a través de las bolsas de valores (Romero et al., 2022). En lugar de ver el mercado alternativo como un mecanismo que suaviza los requisitos del régimen de oferta de valor, las PYMES tienen que verlo como un sistema que tiene en cuenta sus características únicas como empresas en fase inicial de desarrollo, con experiencia y datos históricos limitados, pero con un enorme potencial de crecimiento (Crevoisier, 2019).

Según las declaraciones de la OICV de 2017, el objetivo principal de un sector del mercado de PYMES debe ser facilitar el acceso de estas empresas a los mercados de capitales mediante la creación de un entorno adecuado, con normas acordadas para ellas que aseguren tanto a los emisores como a los inversores (Ponce y Yparraguirre, 2019). La Bolsa Peruana de Valores Alternativos (MAV) fue creada en 2012 por la Autoridad del Mercado de Valores (SMV) con el objetivo de desarrollar un mercado para las empresas no corporativas que optan por emitir acciones en una oferta pública a través de un régimen simplificado caracterizado por la relajación de los requisitos y las necesidades de información tanto para la emisión como para la negociación (Quevedo et al., 2022).

Planteamiento financiero

La planificación financiera es crucial para las operaciones empresariales porque establece las directrices sobre cómo debe proceder una organización para alcanzar sus metas y objetivos. Los elementos clave de la planificación financiera son (a) la planificación del flujo de caja y (b) la presupuestación de gastos (Gil et al., 2017). La planificación del flujo de caja implica la creación de una previsión del flujo de caja de la empresa. La planificación de utilidades tiene en cuenta la creación de informes de situación planificados (Achulla, 2023). Además de ser exigidos tanto por los inversores actuales como por los potenciales, un presupuesto de tesorería y unos estados financieros pro forma son piedras angulares de cualquier estrategia financiera interna sólida. La planificación financiera comienza con la creación de planes estratégicos a largo plazo, que a su vez guían el desarrollo de planes y presupuestos más tácticos a corto plazo. Los planes y presupuestos a corto plazo suelen ser útiles para llevar a cabo los objetivos estratégicos a largo plazo de una empresa (Correa et al., 2021).

MÉTODO

La investigación se abordó desde el enfoque cuantitativo, ya que la misma ya que se sustentó en datos reales para demostrar las hipótesis con apreciaciones numéricas y análisis estadísticos en la comprobación de la problemática

planteada (Hernández et al., 2014), según las características peculiares del fenómeno observado, en lo referente a la influencia del mercado alternativo de valores en el planteamiento financiero. Asimismo, la investigación fue de tipo aplicada, según Romero et al. (2022), un estudio de esta característica es aquel donde “se aplican diferentes conocimientos teóricos a situaciones determinadas o específicas, así como a los efectos prácticos que de ella resulten”.

Por su parte, el diseño de investigación respondió a un diseño no experimental, dado que no hubo manipulación de las variables de estudio; es decir, solo se evaluaron y observaron los fenómenos en condiciones naturales para luego abordar los análisis descriptivos e inferenciales para dar respuesta a los objetivos de estudio.

Aunado a ello, responderá a un estudio correlacional causal de corte transversal; para hallar el vínculo intrínseco entre las variables de estudio y su sentido causal; es decir, posee un carácter causal o incidente que siempre repercutirá en un efecto. Asimismo, responderá a un corte transversal ya que en un intervalo de tiempo finito se podrá recabar la información y realizar el análisis correspondiente.

La población se conformó con 321 funcionarios pertenecientes a 23 empresas del sector comercial del Perú. Igualmente, con respecto a sus perfiles de dicha población estarán compuesta por gerentes organizacionales, personal contable, financiero y administrativo. Estos mismos sujetos conformaron la muestra distribuidos de la siguiente forma:

Tabla 1.
Muestra de estudio

Departamento	Perfil	Número muestral
Gerencia	Directivos y gerentes	80
Contabilidad y finanzas	Contadores	81
Administración	Administradores	80
Auxiliar contable	Auxiliar	80
Total		

Técnicas de recolección de datos

Se realizó un análisis documental, ello incluyó la revisión de comunicaciones, como correos electrónicos, memorandos e informes, para garantizar que son coherentes con los últimos cambios resultantes de la participación en los estados financieros empresariales. Asimismo, se utilizó una Guía de análisis de estados financieros, que permitió medir la relación existente entre las variables y su aplicación óptima dentro de los contextos organizacionales.

Procesamiento de la Información

Para el análisis e interpretación de la información se abordaron dos momentos principales: primero, el análisis estadístico descriptivo para puntualizar matrices de los parámetros de valoración de la muestra y sus dimensiones; a objeto de dejar evidencia numérica el comportamiento de la respuesta muestral. Este análisis se realizará por medio del software estadístico SPSS V.26 y hojas de cálculo de Excel.

Asimismo, para la contratación de hipótesis se emplearon los coeficientes del modelo estructural para esclarecer la incidencia del mercado alternativo de valores y su influencia en el planteamiento financiero en empresas del sector comercial. Esto permitió presentar el modelo de ecuación estructural correlativo entre variables y dimensiones para luego establecer los coeficientes estandarizados de dicho modelo estructural; para, establecer de forma consecuente los indicadores de bondad de ajuste y establecer el grado de incidencia entre las variables. Por medio del software estadístico Amos V.20.

Finalmente, los participantes facilitaron sus datos de forma voluntaria y se les informó claramente de los objetivos del estudio y de cómo beneficiaría a los hombres y mujeres del personal contable de la organización (sin coartar su iniciativa ni hacer que se sintieran amenazados). Por último, el anonimato se tuvo en cuenta desde el principio de la investigación fundamentando dicho principio bajo la declaración de Helsinki y la Ley de protección de datos personales del Perú número 29733.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Prueba de hipótesis

La prueba de normalidad se realizó para determinar si los datos siguen una distribución normal, lo que determinó el tipo de análisis estadístico inferencial (paramétrico o no paramétrico) que se emplea para el estudio. La prueba de normalidad de Kolmogórov-Smirnov se realizó para garantizar que las muestras del estudio son estadísticamente representativas de la población, y su valor p se analizó a la luz de las siguientes hipótesis nula y alternativa.

$H_a = p < 0,05$ Los datos no tienen un comportamiento de distribución normal

$H_o = p > 0,05$ Los datos tienen un comportamiento de distribución normal

Tabla 2.
Prueba de normalidad de los datos

	Kolmogórov-Smirnov			Resultado
	Estadístico	gl	Sig.	
Mercado alternativo de valores	0,364	321	0,000	No normal
Área financiera	0,365	321	0,000	No normal
Métodos de financiamiento	0,378	321	0,000	No normal
Actividad comercial	0,371	321	0,000	No normal
Planeamiento financiero	0,391	321	0,000	No normal
Concepción básica de finanzas y contabilidad	0,422	321	0,000	No normal
Conocimiento del mercado de valores	0,344	321	0,000	No normal

Dado que la prueba de normalidad de los datos de la Tabla 1 indicó que las variables y las dimensiones no presentaban normalidad (el valor- p es inferior al valor de significación teórico $\alpha = 0,05$), se utilizó el modelo de ecuaciones estructurales para realizar la prueba de hipótesis mediante el enfoque el método de estimación de la distribución libre asintótica.

Contrastación de hipótesis

Hipótesis de investigación

Existe influencia positiva y significativa del mercado alternativo de valores en el planteamiento financiero en empresas del sector comercial del Perú.

Hipótesis estadística

Ho: El mercado alternativo de valores no influye de forma significativa y positiva en el planteamiento financiero en empresas del sector comercial del Perú.

Ha: El mercado alternativo de valores incide de forma significativa y positiva en el planteamiento financiero en empresas del sector comercial del Perú.

Nivel de significación

El nivel de significación teórica es $\alpha = 0,05$, que corresponde a un nivel de confiabilidad del 95%.

Función de prueba

Se realizó por medio del modelo de ecuaciones estructurales mediante el método de "Distribución libre asintótica". Así mismo, la relación es directa (o positiva) si el coeficiente estandarizado entre ambas variables es positivo, de lo contrario la relación es indirecta (o negativa).

Regla de decisión

Rechazar Ho cuando la significación observada " p " de los coeficientes del modelo estructural es menor que α .

No rechazar Ho cuando la significación observada " p " de los coeficientes del modelo estructural es mayor que α .

Tabla 3.

Coefficientes del modelo estructural de la influencia positiva y significativa del mercado alternativo de valores en el planteamiento financiero en empresas del sector comercial del Perú

Relación			Coefficiente	Coefficiente estandarizado	S.E.	Sig.
F2: Área financiera	<---	F1: MAV	1,456	0,961	0,125	***
z1: Métodos de financiamiento	<---	F1: MAV	1,342	0,893	0,316	***
z2: Actividad comercial	<---	F1: MAV	1,000	0,880		
m1: Concepción básica de finanzas y contabilidad	<---	F2: PF	1,233	0,921	0,214	***
m2: Conocimiento del mercado de valores	<---	F2: PF	1,000	0,842		

*** Valores cercanos a cero

En la tabla 2 se demuestra que hay una fuerte influencia del MAV en el planteamiento financiero en empresas del sector comercial del Perú.

Cálculos

Del mismo modo, las dimensiones del MAV dan cuenta de la variable sobre una base unifactorial, con cargas factoriales estandarizadas positivas y elevadas (0,893; 0,880; 0,782 y 0,860 respectivamente), estimándose una correspondencia indirecta entre el error de los métodos de financiamiento y el conocimiento del mercado de valores. Además, la naturaleza unifactorial de la variable mercado alternativo de valores puede explicarse por sus dos dimensiones: cargas factoriales estandarizadas de 0,921% y 0,842% para las dimensiones mejora en el tiempo, cambio y estabilidad, respectivamente.

Modelo estructural: $F2=0,96x F1+e9$

F1= MAV

F2= Área financiera: 0,96 = coherente con el coeficiente de error típico.

Modelos de medida:

$z1=0,89x F1+e1$

$z2=0,88x F1+e2$

$z3=0,78x F1+e3$

$m1=0,92x F2+e5$

$m2=0,84x F2+e6$

z1: MF; z2: AC: métodos de financiamiento; z4: gestión de la infraestructura; m1: concepción básica de las finanzas; m2: conocimiento del mercado de valores.

Figura 3.

Coefficientes estandarizados del modelo estructural de la influencia del mercado alternativo de valores en el planteamiento financiero en empresas del sector comercial del Perú.

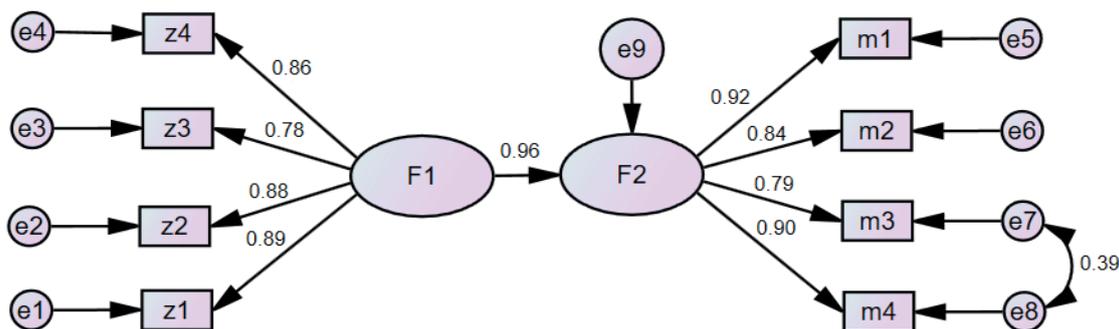


Tabla 3.

Indicadores de bondad de ajuste del modelo estructural de la influencia del mercado alternativo de valores en el planteamiento financiero en empresas del sector comercial del Perú.

Pseudo R cuadrado	Medida de ajuste	Valor	Límite aceptable*
Índice de ajuste normado	NFI	0,841	≥ 0,9
Índice de ajuste comparativo	GFI	0,916	≥ 0,9
Índice ajustado de bondad de ajuste	AGFI	0,753	≥ 0,85
Índice relativo de ajuste	RFI	0,579	≥ 0,9
Raíz cuadrada del erro cuadrático medio	RMR	0,009	≤ 0,1

* Byrne, B. (2010). Structural Equation Modeling with AMOS. 2da. Ed. New York. Routledge Taylor & Francis Group.

Según con el ajuste indicadores, se cumplen dos de los indicadores; por lo tanto, el modelo estructural estimado es válido.

Aunado a ello, hay incidencia reveladora y positiva de la influencia del mercado alternativo de valores en el planteamiento financiero en empresas del sector comercial del Perú, la desviación estándar de la determinación del coeficiente es 0,961 y la significancia observada es 0,000, podemos concluir que el MAV contribuye en un 96 % al planeamiento financiero.

Asimismo, se observó la influencia del mercado alternativo de valores en el planteamiento financiero de las

empresas y el aporte de cada dimensión. El área financiera aporta en un 89% a la planeación financiera, los métodos de financiamiento el 88%, y la actividad comercial aporta un 78% al sector. Además, se muestran aportes de las dimensiones del planeamiento financiero; la concepción básica de finanzas y contabilidad 92%, y el conocimiento del mercado de valores.

DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos en este estudio respaldan la hipótesis alternativa (Ha), lo que indica que el mercado alternativo de valores (MAV) sí incide de manera significativa y positiva en el planteamiento financiero de las empresas del sector comercial en el Perú. Estos hallazgos son consistentes con la literatura previa que sugiere que la participación en el MAV puede proporcionar a las empresas nuevas oportunidades de financiamiento y diversificación de inversiones. La influencia reveladora y positiva del MAV se refleja en la alta desviación estándar del coeficiente (0,961) y en la significancia observada (0,000), lo que sugiere que el MAV contribuye en un impresionante 96% al planeamiento financiero de las empresas estudiadas.

En tal sentido, Ponce y Yparraguirre (2019) en sus resultados destacaron la importancia del MAV como una opción viable de financiación para las pymes, al demostrar mejoras en la rentabilidad, rendimiento de los activos y estabilidad en la evaluación del riesgo, lo que ayudó a establecer relaciones positivas con las partes interesadas y a impulsar las ventas.

Además, los análisis revelaron la contribución diferencial de diversas dimensiones del planeamiento financiero. Se encontró que el área financiera aporta en un 89%, los métodos de financiamiento en un 88%, y la actividad comercial en un 78%. Esta distribución de contribuciones destaca la importancia de considerar múltiples aspectos en el diseño de estrategias financieras en el contexto del MAV. Por otro lado, las dimensiones específicas del planeamiento financiero, como la concepción básica de finanzas y contabilidad (92%) y el conocimiento del mercado de valores, también demostraron tener un impacto significativo en el planteamiento financiero global de las empresas.

El Mercado Alternativo de Valores (MAV) en Perú representa una ventana de oportunidades significativas para las empresas del sector comercial que buscan diversificar sus fuentes de financiamiento y fortalecer su estructura de capital. Este mercado, diseñado para pequeñas y medianas empresas (PYMES) con potencial de crecimiento, ofrece una plataforma menos onerosa y con requisitos más flexibles en comparación con el mercado bursátil principal. La inclusión en el MAV permite a estas empresas acceder a capital a través de la emisión de valores como bonos o acciones, lo cual es crucial para su expansión y consolidación.

Desde un enfoque administrativo, la participación en el MAV implica para las empresas del sector comercial en Perú la oportunidad de replantear sus estrategias financieras. La posibilidad de captar inversión directa del público inversionista no solo proporciona los fondos necesarios para proyectos de expansión y mejora operativa, sino que también conlleva un ejercicio de transparencia y gestión corporativa. Las empresas deben adoptar prácticas de gobierno corporativo que incluyen una gestión administrativa más estructurada, lo cual es bien recibido por inversores y socios comerciales por igual.

Desde la perspectiva contable, la incursión en el MAV exige una preparación y presentación de estados financieros bajo estándares internacionales de reporte financiero (IFRS). Esto no solo mejora la transparencia financiera sino que también prepara a la empresa para competir y operar eficientemente en mercados globales. La adaptación a estos estándares requiere de un enfoque contable más riguroso y detallado, asegurando que la información financiera refleje de manera precisa la situación económica de la empresa.

La influencia del MAV en el planteamiento financiero en empresas del sector comercial en Perú también se extiende al acceso a un mayor abanico de inversores. Tradicionalmente, las PYMES han dependido de financiamiento bancario o de capital propio para sus inversiones. Sin embargo, el mercado de valores ofrece una alternativa atractiva con potencialmente menores costos de capital y mayor flexibilidad en las condiciones de financiamiento. Esto permite a las empresas no solo financiar sus operaciones de manera más eficiente sino también optimizar su estructura de capital.

En términos de visibilidad, la participación en el MAV eleva el perfil de la empresa dentro de la comunidad financiera y comercial. Esta visibilidad incrementada puede traducirse en mejores condiciones comerciales con proveedores, clientes y entidades financieras. La percepción de ser una empresa listada, aunque en un mercado alternativo, otorga un sello de credibilidad y estabilidad que puede ser decisivo en negociaciones comerciales y financieras.

La influencia del MAV se extiende igualmente a la valoración de la empresa. Al estar públicamente listadas, las empresas pueden beneficiarse de una valoración de mercado de sus acciones, lo que puede ser un indicador valioso para la gestión administrativa y financiera. Esta valoración de mercado ofrece una herramienta adicional para la toma de decisiones estratégicas, incluyendo fusiones y adquisiciones, alianzas estratégicas o emisión de nuevas acciones.

En el ámbito de la gestión del riesgo, el acceso al MAV también permite a las empresas del sector comercial diversificar sus fuentes de financiamiento, reduciendo así su dependencia de fuentes tradicionales y, por ende, su exposición a riesgos asociados a la concentración de financiamiento. La posibilidad de acceder a capital a largo plazo a través de la emisión de bonos, por ejemplo, permite una mejor planificación financiera y una gestión de riesgo más eficiente.

Finalmente, el MAV actúa como un catalizador para que las empresas del sector comercial en Perú adopten mejores prácticas en todos los aspectos de su gestión. El proceso de preparación para ser listadas implica una revisión profunda de la estructura organizativa, los procesos internos y las prácticas de gestión financiera y operativa. Esto no solo facilita el cumplimiento de los requisitos del mercado sino que también contribuye a la profesionalización y eficiencia operativa de la empresa, colocándola en una posición más competitiva tanto en el mercado local como en el ámbito internacional.

CONCLUSIÓN

Para concluir se puede indicar que este estudio proporciona evidencia convincente de que el mercado alternativo de valores ejerce una influencia positiva y significativa en el planteamiento financiero de las empresas del sector comercial en el Perú. Los resultados respaldan la importancia de considerar la participación en el MAV como una estrategia viable para mejorar la estructura financiera y promover el crecimiento empresarial. Además, la investigación destaca la relevancia de abordar diversas dimensiones del planeamiento financiero para maximizar el impacto del MAV en la gestión financiera de las empresas. Estos hallazgos tienen importantes implicaciones para las autoridades reguladoras, las empresas y otros actores del mercado financiero, ya que subrayan la importancia de fomentar un entorno propicio para el desarrollo del MAV y de promover la educación financiera y la capacitación en el mercado de valores.

REFERENCIAS

- Achulla, R. (2023). *Contabilidad gerencial y toma de decisiones del sector industrial de Villa el Salvador, 2022*. [Tesis de grado, Universidad Peruana de las Américas, Perú]. <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3595/1%20TESIS%20ACHULLA%20HUARACA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Almagro, J., Fernández, S. y Fernández, J. (2020). Economía financiera en el contexto escolar en España: marcando ideológicamente la educación. *Revista Chakiñan de Ciencias Sociales y Humanidades*, (11), 31-42. <https://doi.org/10.37135/chk.002.11.02>
- Castillo, L. (2021). La gestión por competencias para el desarrollo organizacional en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. *Industria Data*, 24(1), 97-120. <http://dx.doi.org/10.15381/idata.v24i1.16287>
- Chávez, I. y Burgos, V. (2021). Factores económicos externos en el crecimiento de la economía peruana: Un modelo vector autorregresivo (VAR). *Quipukamayoc*, 29(61), 37-46. <http://dx.doi.org/10.15381/quipu.v29i61.21628>
- Correa et al. (2021). Implementación de la contabilidad gerencial para la efectiva toma de decisiones en una microempresa gráfica de Lima Metropolitana. *Natura@económica*, 6(1), 43-59. <http://revistas.lamolina.edu.pe/index.php/neu>
- Crevoisier, G. (2019). *Mercado alternativo de valores y su influencia en el planeamiento financiero de las empresas del sector de seguros de viaje en el Perú*. [Tesis de grado, Universidad de Lima, Perú]. https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/10312/Crevoisier_Repetto_Giorgia_Vanessa.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gil, S., Gutiérrez, J. y Vivas, N. (2017). *Mercado alternativo de valores- diagnóstico de los factores críticos de éxito que limitan su crecimiento y propuestas de mejora*. [Tesis de maestría, Universidad ESAN, Perú]. https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1177/mef201719_R.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Huachillo, L., Ramos, E. y Pulache, J. (2020). La gestión financiera y su incidencia en la toma de decisiones financieras. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(2), 356-362. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000200356
- Mejía, C., Torres, G., Chacón, J., Morales, L., López, C., Tapie, Y., Verastegui, A. (2020). Incidentes laborales en trabajadores de catorce ciudades del Perú: causas y posibles consecuencias. *Revista de la Asociación Española de Especialistas en Medicina del Trabajo*, 28(1), 20-27. https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1132-62552019000100003
- Párraga, S., Pinargote, N., García, C. y Zamora, J. (2021). Indicadores de gestión financiera en pequeñas y medianas empresas en Iberoamérica: una revisión sistemática. *Dilemas Contemporáneos: Educación, Políticas y Valores*, 8(2). <https://doi.org/10.46377/dilemas.v8i.2610>

- Ponce, R. y Yparraguirre, M. (2019). *El mercado alternativo de valores y su impacto en la financiación en las medianas y pequeñas empresas en el Perú durante los periodos 2017 a 2018*. [Tesis de grado, Universidad Tecnológica del Perú, Perú]. https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3597/Rocio%20Ponce_Marita%20Yparraguirre_Tesis_Titulo%20Profesional_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Quevedo, M., Chong, E. y Rivero, E. (2022). Relevancia de la información no financiera para los directivos de las empresas listadas en la bolsa de valores de Lima. *Quipukamayoc*, 30(62), 23-31. <http://dx.doi.org/10.15381/quipu.v30i62.22691>
- Romero, E., Cartagena, B. y Velázquez, G. (2022). La Responsabilidad Social de la Contabilidad y su Importancia: Una Revisión Teórica y Sistemática. *Revista Hechos Contables*, 2(1), 32-44. <https://doi.org/10.52936/rhc.v2i1.88>
- Salazar, F., González, J., Sánchez, P. y Sanmartin, J. (2021). Contabilidad administrativa, herramienta para la toma de decisiones gerenciales. *Revista de Ciencias Sociales*, 6(2). <https://www.redalyc.org/journal/5727/572765408001/html/>
- Varona, L. y González, J. (2021). Crecimiento económico y distribución del ingreso en Perú. *Problemas del Desarrollo*, 52(205). <https://doi.org/10.22201/iiiec.20078951e.2021.205.69636>
- Véliz, T. y Véliz, C. (2021). Los microempresarios del altiplano y el capital semilla, una visión desde la antropología empresarial. *Comunic@cción*, 12(4), 247-256. <http://dx.doi.org/10.33595/2226-1478.12.4.541>
- Vite, P., Benalcazar, J., Ollague, J. y Pacheco, A. (2022). Estudio del uso de herramientas financieras en las microempresas de la ciudad de Santa Rosa. *Revista Digital Publisher*, 7(2), 366-379.
- Zavaleta, E. (2023). La Corrupción en la Administración Pública y su impacto en el desarrollo político, económico y social, en el contexto peruano. *Comunic@cción*, 14(1), 72-85. <http://dx.doi.org/10.33595/2226-1478.14.1.786>
- Zumba, M. y Bermúdez, C. (2023). Modelo de gestión financiera y toma de decisiones en las medianas empresas, análisis de estudios previos. *Cuadernos de Economía y Administración*, 10(1). <https://doi.org/10.46677/compendium.v10i1.1176>

FINANCIACIÓN

Ninguna.

CONFLICTO DE INTERESES

Ninguno.

CONTRIBUCIÓN DE AUTORÍA

Conceptualización: Jaquelin Melo-Chihuan, Esterfilia Ruiz-Flores, Pedro Orlando Vega-Espilco.

Curación de datos: Jaquelin Melo-Chihuan, Esterfilia Ruiz-Flores, Pedro Orlando Vega-Espilco.

Análisis formal: Jaquelin Melo-Chihuan, Esterfilia Ruiz-Flores, Pedro Orlando Vega-Espilco.

Investigación: Jaquelin Melo-Chihuan, Esterfilia Ruiz-Flores, Pedro Orlando Vega-Espilco.

Redacción - borrador original: Jaquelin Melo-Chihuan, Esterfilia Ruiz-Flores, Pedro Orlando Vega-Espilco.

Redacción - revisión y edición: Jaquelin Melo-Chihuan, Esterfilia Ruiz-Flores, Pedro Orlando Vega-Espilco.