

Madrid, 18 de mayo de 2011



aeca

COLABORA



MABX
MERCADO ALTERNATIVO BURSÁTIL

Dirección:

Domingo García Pérez de Lema

Coordinación:

Teresa Mariño Garrido

Antonio Duréndez Gómez-Guillamón

Equipo de trabajo:

Manuel Castilla Cubillas

Francisco Javier Martínez García

Juan Monreal Martínez

Ángel Meroño Cerdán

Natalia Ortiz Martínez de Mandojana

Javier Montoya del Corte



XUNTA
DE GALICIA



IGAPE



Observatorio
Económico
de la Pyme
Región de Murcia



Universidad
Politécnica
de Cartagena



Fundación
UCEIF

UNIVERSIDAD DE
MURCIA

Cátedra de Empresa Familiar



Santander
UNIVERSIDADES



MOTIVACIÓN

1. La aparición de un Mercado Alternativo Bursátil para Empresas en Expansión (MAB) es muy reciente en España. En marzo 2008, la CNMV autorizó a BME.
2. FUNCAS (2007) manifiesta la resistencia de las Pymes españolas a innovar en mecanismos de financiación alternativo. El MAB no ha tenido una amplia aceptación por las empresas españolas.
3. Otros mercados como Alternext (1.500 empresas) y AIM (130 empresas).

OBJETIVOS

Conocer el grado de conocimiento del MAB por parte de las empresas de cara a determinar la potencialidad de este mercado en España.

PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN:

¿Qué mercado potencial “real” tiene España?

¿Cuáles son las principales barreras que tienen las empresas para acceder al MAB?

INTERÉS:

Elaborar propuestas de actuación para favorecer la salida de empresas al MAB.

DISEÑO DE LA MUESTRA

Requisitos Circular 5/2010 MAB

Empresas en fase de crecimiento en términos de ventas

Fondos propios mínimos de € 6,5 mm.

Base de datos: Directorio Central de Empresas (DIRCE)

Muestreo estratificado en poblaciones finitas

Marco muestral: 6.992 empresas

Muestra: 837 empresas españolas (error muestral $\pm 3,8$ ptos, nivel de confianza 95%)

Encuestas: entrevista personal

Trabajo de campo: junio-septiembre (2010)

¿Conoce el MAB?

Sí	39,3%
No	60,7%
Total	100,0%

En caso de conocer el MAB: Grado de conocimiento (escala 1: poco a 5: alto)

Requisitos formales de acceso al MAB	2,34
Normas de contratación	2,29
El asesor registrado y el proveedor de liquidez	2,24
La información exigible de cara al MAB	2,37
La metodología de valoración de la empresa para entrar al MAB	2,28
Los costes de entrada al MAB	2,16

¿De cara al futuro en su planificación financiera considera como alternativa la salida al MAB?

Sí a corto plazo (próximos 2 años)	3,0%
Sí a medio-largo plazo (más de 2 años)	8,7%
No	88,2%
Total	100,0%

En caso negativo, ¿La consideraría una alternativa si los incentivos públicos fueran más favorables?

Sí	25,0%
No	75,0%

Financiar el crecimiento de la empresa	3,67
Asegurar la continuidad del negocio	3,17
Diversificar el riesgo de la empresa	3,09
Superar restricciones crediticias	3,08
Posibilitar la conversión en liquidez de las acciones	3,07
Obtener una valoración objetiva de la empresa	2,97
Notoriedad e imagen de la empresa	2,93
Profesionalizar la gestión	2,83
Incrementar las inversiones en I+D+i	2,81
Resolver problemas en el proceso de sucesión	2,66
Implantar gobierno corporativo	2,59

Pérdida de control	3,66
Turbulencia de los mercados bursátiles	3,59
Resistencia al cambio de los propietarios	3,56
Falta de información sobre el MAB	3,38
Elevados costes de salida	3,36
Elevadas exigencias de información	3,23
Pérdida de confidencialidad	3,22
Resistencia al cambio de los directivos	3,17
Trámites complejos	3,14
Falta de personal interno especializado	2,98
Sistemas de control de la gestión insuficientes	2,84

PROPUESTA DE ACTUACIÓN

Metodología mixta:

- Tipo cuantitativo: acciones que las empresas consideren más relevantes para favorecer la salida al MAB.
- Tipo cualitativo: panel de expertos (julio 2010).

Incentivos fiscales para empresas: deducción en ISociedades y AJD	3,89
Incentivos fiscales para inversores: deducción en IRPF e I transmisiones patrimoniales	3,85
Ayudas financieras para la entrada en el MAB	3,70
Ayudas financieras para analizar la viabilidad de la salida al MAB	3,68
Apoyo institucional regional en empresas que salgan al MAB	3,58
Acciones generales de difusión del MAB	3,40
Formación individualizada a la empresa sobre el MAB	3,49
Potenciar grupos de inversores especializados en valores de empresas tipo MAB	3,36
Eliminar los límites de los derechos de voto de acciones	3,05

1. Difusión del MAB:

- Conocer la potencialidad y segmentación del mercado
- Presentaciones a clúster.
- Foros de trabajo con empresas potenciales.
- Redacción de guía MAB donde se explique el mercado.
- Difundir casos de éxito de empresas MAB.
- Analizar las claves de éxito de otros mercado.

2. Incentivos fiscales a las empresas e inversores:

- Créditos blandos para financiar la salida al MAB.
- Deducción en IRPF de las cantidades invertidas en acciones MAB.

3. Creación de información financiera de empresas MAB:

- Demanda de información financiera a prensa especializada.
- Informes de seguimiento de empresas MAB.
- Creación de un índice MAB.

gracias por su atención



COLABORA

