

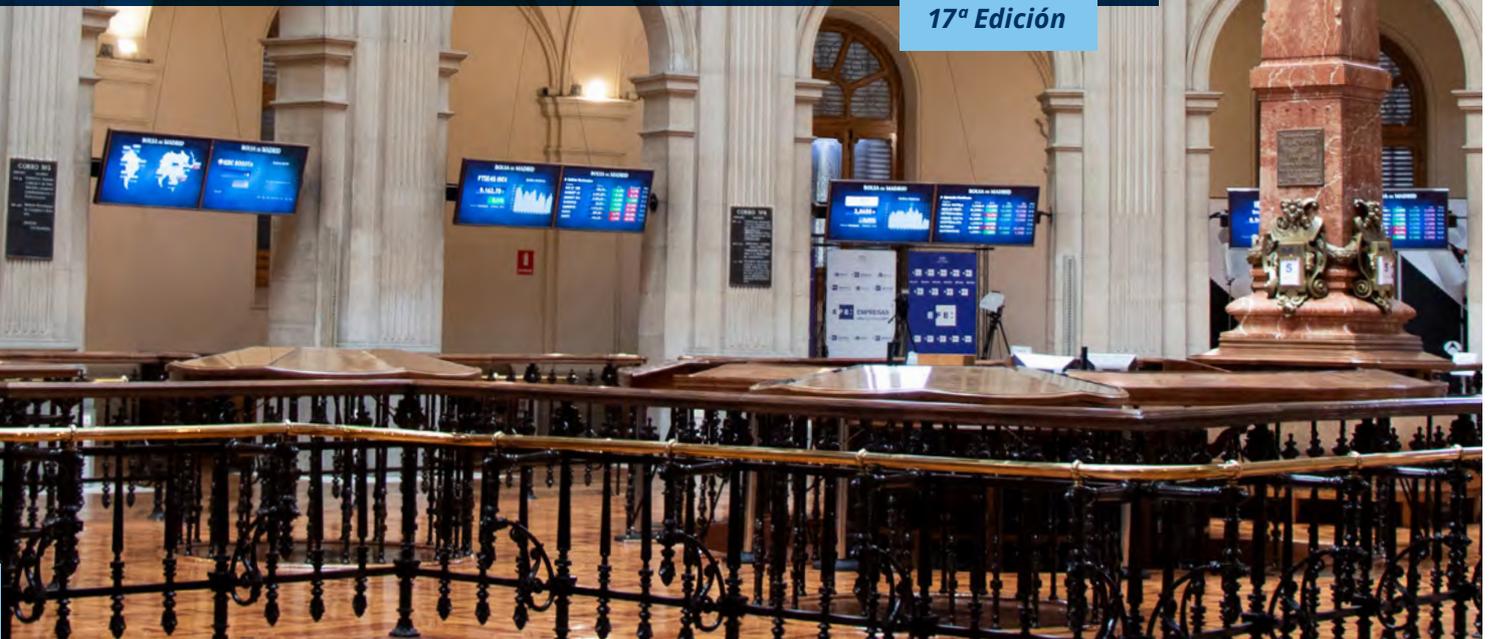
Curso Avanzado en Relaciones con Inversores

Instituto BME

Centro de formación de Bolsas y Mercados Españoles



RcI
17ª Edición



Patrocinado por:



Colaboradores:

BME Inntech



M O R R O W
S O D A L I



Certificación de calidad:



Testimoniales

Agnès Noguera, Consejera Delegada de Libertas 7

«El curso de Relaciones con Inversores del Instituto BME abarca mucho más que lo que su nombre sugiere. En la teoría y en la práctica se profundiza en el funcionamiento del mercado bursátil, los principales actores que participan en el mismo, los mecanismos de comunicación a todos los niveles con institucionales, con minoristas, con analistas etc. Particularmente, como consejera delegada de una compañía cotizada en el mercado continuo de pequeña capitalización, me ha sido muy útil. No solo por el contenido sino porque me ha abierto posibilidades desconocidas a pesar de mi larga experiencia en mercados financieros. Me ha hecho reflexionar sobre los porqués y los cómo de nuestra labor de comunicación con el mercado. Asimismo, me ha resultado muy estimulante la relación con mis compañeros de curso, de procedencias y experiencias profesionales muy variadas. Recomendaría a consejeros delegados que se animen a cursarlo ya que estoy segura de que sacaran partido del mismo a corto y largo plazo.»

Susana Criado, Directora de Capital en Radio Intereconomía

«He disfrutado mucho del curso de Relación con Inversores y ¡he sumado casos reales de empresas cotizadas! Desde comunicación de crisis, hasta cómo llevar una salida a bolsa, pasando por la creación de un departamento de relación con inversores: siempre con foco en la gran empresa, pero sin perder de vista empresas de tamaño mediano y pequeño que cotizan en bolsa ¡y de todos los sectores: infraestructuras, energía, telecomunicaciones, financiero...! Es un curso que toca negocio, regulación, comunicación y marketing con casos prácticos de compañías y profesionales que te transmiten su conocimiento, experiencia y ¡también su pasión! Un lujo también los compañeros: diferentes currículums y motivaciones que suman a cada una de las clases. ¡Más que recomendable!»

Marta Traver, Head of Capital Markets & IR de Reig Jofre

«Es un curso muy completo que puede aplicarse a diferentes tipologías de compañías, por lo que su amplio alcance permite formarse con total seguridad sea cual sea el momento de su compañía. Personalmente, me ha servido para profundizar, actualizar y conocer cómo otras compañías actúan ante las múltiples y

diversas funciones de un departamento de RRII, y cómo relacionar este rol con el resto de la organización para lograr mejores y óptimos resultados. Además del conocimiento trasladado en las sesiones por todos los ponentes, el curso va un paso más allá. No sólo he tenido la oportunidad de conocer y compartir experiencias con grandes profesionales de distintos sectores y posiciones, sino también la generosidad por compartir experiencias, proveedores, contactos y materiales como lecturas, videos, etc ha sido muy enriquecedora sin ninguna duda.»

Michele Iaria, Corporate Finance Director de Molins

«Estoy muy agradecido por haber tenido la oportunidad de participar al Curso avanzado de Relaciones con Inversores. Pude profundizar, a través de una visión holística, el rol de una función clave para una empresa que pretende expresar en la mejor forma posible su potencial en los mercados financieros. Me llevo la certeza del papel estratégico que desempeña la comunicación con los inversores y los conocimientos necesarios para desarrollarla generando confianza y credibilidad.»

Julio César Gutiérrez, Director de Comunicación de SEDIGAS

«En el entorno empresarial actual, un relacionamiento eficaz con todos los grupos de interés es clave. Conocer y gestionar las expectativas de los inversores es hoy en día crítico para todas las compañías. Este curso ofrece una formación integral y práctica gracias a un variado elenco de profesores y ponentes, que aportan una sólida experiencia profesional para abordar temas complejos de una manera cercana, clara y accesible. Los conocimientos adquiridos no solo permiten mejorar el desempeño y efectividad en la gestión de la comunicación y la reputación corporativa con los inversores, sino también con cualquier otro grupo de interés. La interacción además con otros compañeros durante todo el curso, profesionales de diversas industrias, proporciona una valiosa perspectiva sobre cómo se abordan las relaciones con este grupo de interés en diferentes contextos y sectores. La experiencia superó todas mis expectativas y, por este motivo, recomiendo este curso a cualquier profesional interesado en mejorar y elevar sus competencias en la gestión de las relaciones con los inversores y otros grupos de interés.»

Cómo diseñar y ejecutar con éxito una estrategia de comunicación con inversores y analistas

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

La disciplina de Relaciones con Inversores se está constituyendo en un área estratégica dentro de las organizaciones, porque contribuye de manera crítica a la correcta formación de expectativas sobre el valor de mercado de la compañía en Bolsa.

Dentro de un mercado de valores en constante evolución, las compañías deben enfrentarse a situaciones dinámicas y cambiantes, y deben adaptar su política de comunicación a las exigencias de sus inversores o grupos de interés, velando al mismo tiempo por el cumplimiento de la legalidad. En este marco de actuación de las Relaciones con Inversores, la identificación de estos es uno de los principales retos diarios de esta función para maximizar la eficiencia en el uso de los recursos.

Nuevas regulaciones como la modificación de la Ley de Sociedades de Capital como consecuencia de la trasposición de la Directiva europea de fomento a la implicación de los accionistas a largo plazo, o nuevos conceptos y nuevas herramientas que aparecen de manera constante, como las nuevas redes sociales, los inversores orientados a las finanzas sostenibles y las valoraciones ESG, o las estrategias de inversión *smart beta*, están generando impacto en el desempeño de las Relaciones con Inversores y traduciéndose en el aumento de los requisitos de transparencia de las compañías y de la cualificación de los profesionales al frente de esta responsabilidad en las compañías cotizadas, así como en nuevas y mayores posibilidades de comunicación.

Este Curso Avanzado de Relaciones con Inversores pretende dar una respuesta a estas inquietudes globales, porque ha sido diseñado para profundizar

en las estrategias y aspectos más relevantes del área de Relaciones con Inversores dentro de la empresa cotizada: las funciones que debe cubrir, sus recursos y herramientas de comunicación, la estructura mínima y su encaje organizativo, etc. Asimismo, se analizará la interacción con otros agentes relevantes dentro del ámbito, tanto interno (Departamentos de Control de Gestión, Comunicación, Planificación Estratégica, Financiero, Asesoría Jurídica, etc.) como externos (Analistas de Inversión, Vendedores, *Traders*, Inversores Institucionales y Minoristas, Bancos de Inversión, *Brokers*, entes Reguladores, etc.). Al mismo tiempo, el programa del curso aborda aspectos relevantes para el desarrollo de las habilidades necesarias en Relaciones con Inversores como son el módulo dedicado a la Valoración de las Empresas cotizadas, o el enfocado al conocimiento de los aspectos claves de la operativa diaria de los mercados de valores.

Tras dieciséis años trabajando y articulando todos estos contenidos, iniciamos en esta ocasión la decimoséptima convocatoria del Curso Avanzado de relaciones con Inversores, para la que seguimos actualizando nuestros contenidos y temáticas con un enfoque eminentemente práctico del curso. En este sentido, el programa incorpora una significativa dotación de casos prácticos referidos a situaciones reales experimentadas por compañías cotizadas relevantes, tanto en el desempeño de su comunicación con inversores como del gobierno corporativo y la regulación de los mercados, cuyo debate y reflexión se apoyará en la técnica del caso y en la dinámica de trabajo en equipo.





Nuestro curso

DIRIGIDO A

- Departamentos de Relaciones con Inversores
- Consejeros delegados
- Departamentos financieros
- Departamentos de Control de Gestión
- Departamento de Estrategia Corporativa
- Departamentos de Comunicación Corporativa
- Departamentos de Asesoría Jurídica
- Secretaría General
- Analistas
- Gestores e Inversores Institucionales
- Inversores Minoristas
- Consejeros
- Periodistas de Prensa Económica

DIRECTOR ACADÉMICO

Francisco Blanco

Socio Fundador de la consultora Sigma Rocket. Es considerado una de las principales autoridades en la disciplina de Relaciones con Inversores, tanto a nivel profesional, como académico. Con más de 35 años de experiencia profesional principalmente en Telefónica, ha sido Director General Adjunto y Jefe de Gabinete de la Presidencia Ejecutiva de Telefónica, y también asumió la responsabilidad ejecutiva de constituir y desarrollar el departamento de Relaciones con Inversores de Telefónica durante más de seis años como Subdirector General. Asimismo, fue miembro fundador y presidente de la Asociación Española para las Relaciones con Inversores (AERI), de la que es miembro de honor.

Es doctor en Economía de la Empresa con mención Cum Laude, y licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, ambos por la UAM, y ha escrito diversos estudios de investigación y artículos de opinión sobre Relaciones con Inversores.

Nuestro curso

OBJETIVOS DEL CURSO

- Aprenda a desarrollar y presentar un *Equity Story* que capte el interés de sus inversores.
- Desarrolle las habilidades para obtener las mejores prácticas en la disciplina de Relaciones con Inversores.
- Diseñe una política de comunicación que transmita realmente su estrategia y sus fundamentales.
- Identifique las ventanas claves de comunicación para interactuar con los mercados.
- Aprenda a diseñar un Plan integral de Relaciones con Inversores y a gestionar con eficiencia las diferentes herramientas de comunicación.
- Conozca cómo desarrollar una estrategia integral de Internet y Redes Sociales en materia de Relaciones con Inversores.
- Entienda como afecta disponer de rating a su comunicación con inversores.
- Conozca las mejores prácticas sobre cómo construir un plan de comunicación y fidelización para los inversores minoristas.
- Comprenda los requisitos y expectativas de los inversores y analistas.
- Entienda las diferencias entre la formación y la gestión de expectativas y cómo contribuir desde la empresa a la formación de precios «justos» en Bolsa.
- Revise las normativas que pueden afectar a su estrategia de comunicación con los mercados, como es el caso de la reforma de la Ley de Sociedades de Capital.
- Aprenda a integrar las políticas de ESG como parte de la estrategia de comunicación con inversores de su compañía.
- Conozca todos los tipos de inversores que puede encontrarse, de los más tradicionales a los más novedosos, y cómo operan con sus diferentes estilos de inversión.
- Entienda el papel de las Relaciones con Inversores en las operaciones corporativas, así como su rol estratégico ante movimientos de activismo accionarial.
- Sepa quiénes siguen su compañía y comprenda qué metodologías de valoración aplican a su valor.
- Conozca las diferentes alternativas de remuneración al accionista, sus ventajas diferenciales e impacto fiscal.

ESTRUCTURA

El programa tiene una duración de 103 horas organizadas en 26 módulos y 4 workshops prácticos (cada uno de ellos de 4 o 2 horas de duración) además de la sesión de clausura. Las sesiones serán presenciales y grabadas para que todo alumno que por circunstancias profesionales o particulares no pueda asistir a alguna sesión pueda visionarla posteriormente al día de celebración sin perder la continuidad del curso. Las sesiones tendrán lugar los martes de 15:30 a 19:45h.



Temario

MÓDULO 1

EL VALOR ESTRATÉGICO DE LAS RELACIONES CON INVERSORES

Ponente: Francisco Blanco

- Por qué son necesarias las Relaciones con Inversores, origen, evolución y estado actual de la disciplina
- Concepto, misión y objetivos de las Relaciones con Inversores
- Cómo definir y ejecutar un Programa y Estrategia de Comunicación con Inversores
- Las Relaciones con Inversores frente al proceso de toma de decisiones del inversor institucional
- El valor estratégico de la unidad de Relaciones con Inversores en la empresa cotizada
- Cómo medir la rentabilidad y contribución a la generación de valor de la unidad de Relaciones con Inversores
- La contribución del CEO a la ejecución del programa de Relaciones con Inversores
- Asimetrías en las Relaciones con Inversores
- Los retos de las Relaciones con Inversores en el siglo XXI
- Caso práctico: BASF

MÓDULO 2

DEFINICIÓN Y DESARROLLO DE LA UNIDAD DE RELACIONES CON INVERSORES

Ponente: Alberto Gárgoles

- Misión y Encaje Organizativo
- Planificación Programa Relaciones con Inversores: *Equity Story*, Identificación de actuales y potenciales accionistas, *Roadshow*
- Canales de Comunicación dentro de la compañía: Áreas de Negocio, Dirección financiera – Control de Gestión, Departamento de Comunicación, Secretaría General, Dirección – Consejo
- Estructura y Recursos
- Herramientas de Comunicación: Informe trimestral de resultados, Memoria, Página Web, Boletines
- Caso práctico: Sacyr

MÓDULO 3

CLAVES DE UNA INFORMACIÓN FINANCIERA EFICAZ: INTERPRETAR, COMPARAR, COMUNICAR

Ponente: Jesús Herranz

- Las NIIF como lenguaje contable internacional

- Análisis e interpretación de los estados financieros principales: Flujo de Caja, Estado de Ingresos y Gastos reconocidos, Cuenta de Pérdidas y Ganancias, Estado de Situación Financiera. Ejemplos prácticos, comparativas.
- Tratamiento de algunas operaciones y desgloses relevantes: combinaciones de negocios, test de deterioro, desinversiones, derivados, riesgos financieros. Ejemplos prácticos
- Mejores prácticas del Informe Anual. El Informe Anual Integrado
- Recapitulación sobre los elementos clave de una Información Financiera eficaz

MÓDULO 4

EL ROADSHOW Y EL INVESTOR DAY

Ponente: Steven Fernández

- Las 5W y 1H:
 - Qué (*What*): definición de mensajes
 - Quién (*Who*): participantes (internos, externos)
 - Cuándo (*When*): *timing*
 - Dónde (*Where*): selección de ubicaciones
 - Por qué (*Why*): definición de los objetivos
 - Cómo (*How*): ejecución
- Casos prácticos de *roadshows*: *profit warning*; máximos históricos; resultados trimestrales, operaciones corporativas
- Simulación por equipos de trabajo de preparación y realización de un *group meeting*/reunión *one on one* en los roles del equipo directivo de la empresa cotizada y del inversor institucional, a partir de la información pública de la compañía y de mercado (informes de analistas, prensa, regulación, etc.)
- Casos prácticos de *Investor Day*: actualización del plan estratégico vs. nuevo plan estratégico; *asset deep dive*

MÓDULO 5

LA GENERACIÓN DE CONFIANZA EN EL INVESTOR EN LA GESTIÓN DE LAS RELACIONES CON INVERSORES

Ponente: Francisco Blanco

- El caso Abengoa (primera parte): la gestión de la comunicación y del reporting de los resultados del tercer trimestre de 2014
- El caso Abengoa (segunda parte): La relevancia de la consistencia del mensaje en la gestión de la comunicación de las operaciones corporativas. El anuncio de ampliación de capital del 3 de agosto de 2015 y la gestión posterior del proceso de preparación de la transacción.

MÓDULO 6

LA PROBLEMÁTICA DE LA IDENTIFICACIÓN DE ACCIONISTAS Y EL TARGETING DE INVERSORES

Ponente: Carlos Saez

- Introducción y contexto
- Importancia de las actividades de intelligence en la función de RI
- ¿Qué es una identificación de Accionistas y para qué sirve?
- ¿Qué es un peer/targeting análisis?
- ¿Qué es un estudio de percepción?
- Análisis de inversores ESG
- Road Show con inversores
- Solicitud de voto/adhesiones a Ofertas a inversores
- Caso Práctico

MÓDULO 7

OPERACIONES CORPORATIVAS (M&A, ECM) Y RELACIONES CON INVERSORES

Ponente: María Rotondo

- Operaciones orgánicas vs transformacionales. Impacto en cotización, naturaleza, gobernanza, sinergias
- Revisión de tipología de operaciones Especiales: M&A y ECM. Fusiones, adquisiciones, salidas a Bolsa, listings, OPAs, Ampliaciones de Capital, emisión bonos, otros
- Rationale de una operación vs *Equity Story*. Lógica estratégica, industrial, financiera, accionarial de una operación
- Restricciones específicas en el ámbito de operaciones especiales: NDA, Folletos, Plan de comunicación específico
- Caso Práctico: OPA de compañía cotizada

MÓDULO 8

ATENCIÓN AL INVERSOR MINORISTA. EL CASO DE REPSOL EN ACCIÓN: «CÓMO CONSTRUIR UN MODELO DE RELACIÓN CON ACCIONISTAS MINORISTAS EXITOSO»

Ponente: Antonina Nedkova

- Establecimiento del Plan Estratégico de Accionistas:
 - Visualizando el objetivo
 - Negociando el presupuesto
 - Dotándose de recursos
- Establecimiento del Modelo de Relación con Accionistas:
 - Emulando el Modelo de Relación con inversores institucionales
 - Apalancando las fortalezas de la compañía

- Apoyándonos en las tecnologías y primando en éstas la innovación
- Construcción del Plan de Fidelización: el caso de Repsol en Acción:
 - Segmentación
 - Beneficios
 - Tarjetas/Comunidad
 - Comunicación
- Caso práctico: Repsol en Acción

MÓDULO 9

LAS POLÍTICAS DE REMUNERACIÓN AL ACCIONISTA

Ponente: Alberto Barbero

- El debate académico: ¿es mejor remunerar o retener?
- Formas clásicas de remuneración al accionista:
 - pago de dividendo en efectivo
 - recompra de acciones para su amortización
- Nuevas formas de retribución al accionista: dividendo flexible o *scrip dividend*
- Fiscalidad
- Práctica: Análisis de las políticas de dividendos utilizadas actualmente por todas las sociedades pertenecientes al IBEX 35
- Caso práctico: Repsol
- Caso práctico: Banco Santander

MÓDULO 10

LOS PROXY ADVISORS

Ponentes: Juan M. Prieto

- Origen, razón y evolución de los asesores de voto
- La industria de los proxy advisors
- Inversores y asesores de voto en España
- Ventajas e inconvenientes de los *proxy advisors*
- Normativa y Códigos de Conducta
- Retos y tendencias de la industria
- Caso práctico: estudio de la agenda de una junta concreta, recomendaciones de voto e implicación

MÓDULO 11

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

Ponente: Juan Antonio Sánchez y Carlos Sanz

- Organización Juntas Generales de Accionistas (JGAs)
- JGA: tipos, proceso, y calendario

- Caso práctico JGAs: fases, constitución y adopción de acuerdos. Profundizar con videos reales de juntas accionistas para mostrar las distintas fases de una junta sobre casos reales. Profundizar en distintas casuísticas en los cálculos necesarios para la constitución y aprobación de acuerdos en función de los distintos puntos del orden del día y tipo de convocatoria
- LRA: análisis del accionariado
- Voto electrónico. Asistencia telemática. Demo aplicación asistencia telemática (*White labeling*)
- Futuro del voto electrónico. Alternativas
- Foro electrónico
- Juntas: estructura accionarial de una empresa
- Tipos de accionistas y comportamiento en JGAs: Las JGAs fuera de España
- Caso práctico: JGAs virtuales en Estados Unidos
- Prima de asistencia: caso Iberdrola
- Acciones con derecho de voto reducido: Google Case Study
- Loyalty shares: caso práctico mercado francés
- Cadena de voto: emisores, inversores e intermediarios
- Iniciativas digitales implantadas en JGAs: mensajería electrónica y blockchain
- Proxy Agent
- Caso práctico: ¿cómo vota un inversor extranjero en una JGA española?
- Proxy Solicitors

MÓDULO 12

INTERNET, APLICACIONES EN MOVILIDAD Y REDES SOCIALES: CÓMO DISEÑAR Y EJECUTAR UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL PARA INVERSORES

Ponente: Francisco Blanco

- Caso práctico: Tesla, @elonmusk y el uso de Twitter en la gestión de las Relaciones con Inversores
- Qué supone la comunicación digital en el entorno de los mercados financieros y las RR.II.
- Las tecnologías de empuje frente a las tecnologías de arrastre en la comunicación digital
- Internet como canal clave de divulgación de información relevante para los inversores y analista
- Cómo construir un *sitio web* de Relaciones con Inversores («accionistas e inversores») que sea funcional y que suponga al inversor una buena experiencia de uso. El modelo CUNIC
- Actividad de dinámica de trabajo en equipo sobre aplicación práctica del modelo CUNIC a los espacios web de «Investor Relations» de empresas consideradas mejores prácticas

- La utilización de las aplicaciones móviles para las Relaciones con Inversores: consideraciones operativas y de contenido, y referencias de mejores prácticas
- La importancia estratégica de las Redes Sociales en las Relaciones con Inversores del siglo XXI. Cómo diseñar una estrategia de Social Media para Relaciones con Inversores
- Tipología y características de las principales Redes Sociales y Blogs de opinión que afectan a las Relaciones con Inversores

Workshop 1: Como crear una campaña de comunicación efectiva en redes sociales en Relaciones con Inversores

Entidad Colaboradora: Sigma Rocket



Ponente: Daniel Campoy

- Aspectos a tener en cuenta para definir una estrategia de comunicación en redes sociales
- Redes sociales según mensajes y público: LinkedIn, Twitter y Youtube
- Formatos digitales adaptados a cada red social: imágenes, vídeos, infografías, etc.
- Social listening y analítica de resultados. Ejemplos de herramientas de medición
- Casos de éxito en estrategias de comunicación digital: Santander, Repsol y Merck/GSK
- Irrupción de nuevos entornos para nuevos públicos: TikTok, Instagram, Podcasts, Metaversos e IA
- Casos de éxito: Lanzamiento a bolsa de Coinbase, uso de TikTok de Iberdrola, y Acciona y Repsol en Instagram
- Ejercicio práctico en clase: partiendo de un informe de resultados, crearemos una estrategia de comunicación completa en redes sociales enfocada a las distintas audiencias y utilizando los distintos formatos revisados previamente en clase

MÓDULO 13

LA PROBLEMÁTICA DE LA SALIDA A BOLSA DESDE LA PERSPECTIVA DE LAS RELACIONES CON INVERSORES: EL CASO SOLTEC

Ponente: Meritxell Pérez

- Alternativas de financiación
- Beneficios de cotizar
- El rol de los asesores

- La importancia del «momentum»
- El proceso paso a paso:
 - Elaboración del *equity story*
 - Presentación a analistas financieros
 - *Early looks*
 - *Deep dive*
 - *Intention to Float*
 - Publicación de informes de análisis
 - Investor Education
 - Road Show
 - Claves en la fijación del precio
 - Allocation
- El toque de campana
- El día después en una compañía cotizada
- El caso: Soltec Power Holdings

MÓDULO 14

BEHAVIORAL FINANCE

Ponentes: Enrique Castellanos

- Introducción
- Errores de Autoengaño
- Errores en el procesamiento de la información
- Errores consecuencia del estado de ánimo
- Errores de influencia social
- Aplicación Práctica

MÓDULO 15

LAS RELACIONES CON LOS INVERSORES INSTITUCIONALES

Ponente: Enrique Marazuela

- Concepto de Inversor Institucional
- Clasificación de Inversores Institucionales
- Descripción de Inversores Institucionales:
 - Fondos de inversión
 - Fondos de pensiones
 - Aseguradoras
 - Fundaciones y *Endowments*
 - Fondos soberanos
 - *Hedge Funds*
- Teoría Moderna de Carteras
- Estrategias de Inversión activa y pasiva
- Selección de compañías
- El día a día del Inversor Institucional

MÓDULO 16

EL ROL DE LOS ANALISTAS *SELL-SIDE* Y DE LOS VENDEDORES

Ponentes: Bosco Ojeda y Pierre Nadelar

- Misión de los analistas
- Relación con las empresas cotizadas
- Relación con otros departamentos del banco
- La relación del analista con distintos tipos de inversores
- Recomendaciones de analistas: significado, impacto real y cómo reaccionar
- Cómo maximizar las relaciones con los analistas
- ¿En qué consiste la profesión de vendedor de Renta Variable? (eslabón entre el banco de inversión y el cliente institucional)
 - Definición
 - Descripción
 - Tipología
 - Funciones y evolución de estas con el tiempo
 - Responsabilidades
 - Reconocimiento
 - Agenda - Día típico de un vendedor de renta variable
- La importancia del vendedor para los clientes institucionales
- ¿Cómo hacer un aliado de un vendedor de Renta Variable?

MÓDULO 17

ANÁLISIS Y VALORACIÓN DEL MERCADO: VALORACIÓN DE EMPRESAS

Ponente: Luis Prota

- Métodos de valoración absoluta, teoría, ventajas e inconvenientes: valor contable, descuento de flujos, descuento de dividendos, *Residual Income*, TIR, EVA
- Cálculo de la tasa de descuento, primas de riesgo, beta
- Diferentes modelos para calcular el valor residual, teoría, ventajas/inconvenientes
- Métodos y múltiplos de valoración relativa, descripción, ajustes y uso práctico: PER, PCF, PSales, EV/EBITDA, FCFE *Yield*, *Dividend Yield*, UFCF *yield*, PBV, *metric to growth*
- Suma de partes: combinando valoración absoluta, múltiplos, *mark to market*
- Errores típicos cometidos al valorar compañías
- Recomendación sobre *stocks*, un enfoque práctico: valoración frente a precio, valoración absoluta frente a valoración relativa, corto plazo frente a largo plazo, catalizadores, *newsflow*, valores defensivos, valores de alta beta
- Caso práctico

Workshop 2: Cómo elaborar y presentar un Equity Story enfocado

Ponente: Francisco Blanco

- Actividad de dinámica de trabajo en equipo consistente en la producción y presentación del *Equity Story* de NH Hotel Group a partir del caso desarrollado para dicha práctica y de la información disponible, tanto pública de la compañía, como de mercado
- Qué es y qué no es el *Equity Story* de una compañía cotizada
- Proceso de elaboración del *Equity Story*
- Estructura y contenidos de un *Equity Story* enfocado
- La estrategia corporativa y el modelo de negocio en el *Equity Story*
- Modelos alternativos de *Equity Story*
- Cómo presentar un *Equity Story*: principios básicos, recursos y técnicas
- Casos prácticos

MÓDULO 18

«CRISIS MANAGEMENT»: EL CASO DE LA EXPROPIACIÓN DE YPF

Ponente: Pablo Bannatyne

- Frecuencia, tipología, prioridades y lecciones aprendidas
- Contribución de RR. II. a la gestión de la crisis
- Del Plan a la práctica
- El caso de gestión de la expropiación de YPF

MÓDULO 19

LA IMPORTANCIA DE LAS CALIFICACIONES EN LAS RELACIONES CON INVERSORES

Ponente: Carlos Winzer

- Qué es un *rating*
- Proceso de calificación
- Para que le sirve un *rating* a una compañía cotizada
- Como debería gestionar la dirección financiera la comunicación con las agencias de calificación
- La importancia de mantener un equilibrio entre la retribución al accionista y el preservar la calidad crediticia
- El ejemplo de Telefónica en la metodología de *Moody's Investors Service*
- Caso práctico

MÓDULO 20

NORMATIVA Y REGULACIÓN

Ponente: Gonzalo Fernández Atela

- Sociedad e inversores
 - Conflicto propiedad y control, caso Shlensky v Wrigley
 - Sarbanes Oxley
 - Dodd Frank
 - Cumplimiento normativo, caso Abbot, CVS Pharamcy
- Sociedad y mercado de valores
 - Transparencia
 - Conducta, casos de *insider trading*
 - Directiva 2017/828

MÓDULO 21

GOBIERNO CORPORATIVO Y DERECHOS DEL ACCIONISTA EN LA REFORMA DE LA LEY DE SOCIEDADES DE CAPITAL

Ponentes: Javier Ibáñez y Cristina Bajo

- Informe de Gobierno Corporativo: Valor normativo, y valor de mercado
- Praxis de Gobierno Corporativo en los Consejos
- Comisiones de Compliance y de Auditoría
- Índices y rankings
- Junta General de Accionistas
- Implicación de accionistas a largo plazo
- Casos prácticos:
 - Clasificación de miembros del Consejo de Administración
 - Propuesta de composición de las Comisiones de Auditoría y Nombramientos y Retribuciones
 - Grado de seguimiento de las Recomendaciones del Código de Buen Gobierno relativas a la composición del Consejo de Administración y sus Comisiones.
 - Aproximación a las recomendaciones de voto de los *proxy advisors* más relevantes

MÓDULO 22

EL ACTIVISMO ACCIONARIAL Y EL PAPEL DE LAS RELACIONES CON INVERSORES

Entidad Colaboradora: Sodali

**M O R R O W
S O D A L I**

Ponente: Borja Miranda

- Tipos de Activismo accionarial y motivaciones del inversor

- Tendencias del mercado y marco jurídico español
- Defensa frente al activismo (tácticas y equipo):
 - Preventiva - Evaluación de posible activismo
 - Reactiva - Gestión de crisis
 - Equipo de trabajo (interno y externo). Papel estratégico del IR y casos
- *Proxy Solicitation* - Rol y ayuda de un *proxy solicitor* dentro del equipo de asesores
- Análisis de casos pasados
- Ejercicio práctico

MÓDULO 23

ASPECTOS CLAVE DE LA OPERATIVA DE MERCADOS BURSÁTILES PARA LAS RELACIONES CON INVERSORES

Ponente: Jesús González Nieto

- Productos negociados en la Bolsa española
- Principales operaciones financieras
- El valor de la liquidez
- Sistemas multilaterales de negociación (SMN): «Las Plataformas»
- Sistemas de interconexión del Sistema Bursátil Español (SIBE)

MÓDULO 24

LA RELACIÓN CON LOS INVERSORES A TRAVÉS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Ponente: Rafael Rubio

- Los medios de comunicación como instrumento privilegiado de comunicación con los accionistas
- Necesidad de estar a la oferta y no sólo a la demanda
- Papel del departamento de Relaciones con Inversores en la comunicación empresarial. Un mayor protagonismo en momentos de crisis por su credibilidad y su mayor conocimiento de las cuentas y balances empresariales
- Riesgos y beneficios en las relaciones con los medios de comunicación. «El silencio no es rentable» y «El periodista y el asesino», dos títulos a tener en cuenta
- Medios on-line y Redes Sociales. El riesgo de subcontratar su seguimiento
- Los riesgos de la Inteligencia Artificial en la relación con los medios

Workshop 3: El Sistema Interconexión Bursátil Español

Entidad Colaboradora: BME Inntech

Ponente: Enrique Castellanos

- Acceso a través del Terminal de INFOBOLSA a información general del mercado, información técnica y fundamental específica de una compañía, así como a informes y recomendaciones de valores, analizando la pantalla de profundidad de dichos valores y el ticker general del mercado
- Acceso al entorno de simulación del Terminal de negociación SmartSIBE, practicando la introducción de órdenes y ejecuciones en mercado abierto, así como en periodos de subasta y *fixing* (MaB)

MÓDULO 25

FINANZAS SOSTENIBLES Y ESG

Ponentes: Tomás Conde

- De *shareholders* a *stakeholders* o de RSC a ESG. Integración
- Informes de sostenibilidad. Ley 11/2018. NFRD y la actual CSRD
- Stakeholder engagement y gobierno de la ESG
- Estándares de reporting: GRI, SASB, IIRC (IFRS), TCFD, TNFD, EFRAG vs ISSB
- *Principles for Responsible Investment* PRI, *Principles for Responsible Banking* y los *Principles for Responsible Insurance*
- Los ODS de Naciones Unidas, el Pacto Mundial y el Acuerdo de París
- El plan de finanzas sostenibles de la EU, la Taxonomía europea de finanzas sostenibles y el actual tsunami regulatorio ESG
- Ratio GAR y BTAR para entidades financieras
- CSDDD *Due Diligence* Directive y Green Claims Directive
- ESG ratings regulation y principales índices ESG
- DJSI: el índice de sostenibilidad por antonomasia
- DJSI: caso práctico del IBEX 35. El CSA de S&P

Workshop 4: Integración de ESG en los métodos de análisis tradicionales. Elaboración de dos casos prácticos

Entidad Colaboradora: KPMG



Ponente: Teresa Royo

- Tendencias
- Riesgos y oportunidades
- Métodos de valoración
- Ratings ESG

MÓDULO 26

GESTIÓN DE EXPECTATIVAS Y GAP DE VALOR

Ponente: Francisco Blanco

- Proceso de formación de Expectativas
- Valor de mercado vs valor intrínseco
- Uso y abuso de las Medidas Alternativas de Rendimiento
- Los dilemas de los métodos de valoración
- El *Gap* de valor
- Estrategias para cerrar la brecha de valor
- Caso práctico: Neinor Homes
- La problemática del *Guidance*: la Gestión de Expectativas
- La gestión basada en expectativas (EBM) como herramienta para alinear objetivos internos de la compañía con el mercado
- Casos prácticos

CLAUSURA

Alfredo Echevarría, Director de Análisis, Lighthouse,
Instituto Español de Analistas



Profesorado

Francisco Blanco Bermúdez	Director Académico del Curso Avanzado de Relaciones con Inversores, Doctor en Economía de la Empresa por la UAM, Socio-Fundador de Sigma Rocket, fundador y ex Presidente de AERI
Alberto Gárgoles	Head of Investor Relations, Sacyr
Jesús Herranz	Director de Planificación y Control de Ferrovial
Steven Fernández	Director General de Mercados Financieros y Desarrollo Corporativo de Naturgy
Daniel Campoy	Socio-Fundador y Consultor senior en Comunicación Digital de Sigma Rocket
Carlos Saez	Country Head de Georgeson en España
Alberto Barbero	Técnico senior de la CNMV
Meritzell Pérez de Castro-Acuña	Investor Relations Global Director, Soltec Power Holding
Juan M. Prieto	Fundador de Corporance Asesores de Voto
Juan Antonio Sánchez	Vicepresident, Corporate Services, Banco Santander

Carlos Sanz Vicepresident Corporate Services, Banco Santander

Luis Prota Investor Relation Grupo Masmóvil

Bosco Ojeda Gestor en el fondo GVC Columbus European Midcaps

Pierre Nadelar exDirector de Relaciones con Inversores y Comunicación Corporativa, Opdenergy

Enrique Marazuela Miembro del Equipo Rectoral (Director de Asuntos Económicos y Relaciones de Empresas) de la Universidad Pontificia Comillas y Past President de CFA Society Spain

Antonina Nedkova Responsable de relación con accionistas y contenidos digitales, Dpto. Relaciones con Inversores de Repsol

Pablo Bannatyne Subdirector de Relaciones con Inversores de Repsol

Carlos Winzer Senior Vice President, Corporate Finance Group, Moody's Investors Service

Gonzalo Fernandez Atela Abogado, Zunzunegui Securities Lawyers, LLM Columbia University

Javier Ibáñez Director de la Cátedra Garrigues ICADE (Comillas). Alastria co-founder, Board & CITT Head.

Cristina Bajo Vicesecretaria del Consejo en BME

María Rotondo Urcola 30 años en banca de inversión, especialista sector TMT, consejera de Telefónica, CACEIS y Libertas 7 Advisory Board Headspring y Hotelab. Co-Directora y profesora Exec Education IE University

Borja Miranda Managing Director, Morrow Sodali

Jesús González Nieto-Márquez Director Gerente de BME Growth

Rafael Rubio Periodista, fundador de Bolsalia y Borsadiner

Enrique Castellanos Director del Instituto BME

Tomás Conde Director de Sustainable finance & ESG en N WORLD, asesor ESG de AERI

Teresa Royo Socia de sostenibilidad y buen gobierno de KPMG España

Alfredo Echevarria Director de Análisis, Lighthouse. Instituto Español de Analistas





Información general

FECHAS DE CELEBRACIÓN

Del 15 de octubre de 2024 al 13 de mayo de 2025

DURACIÓN

103 horas

26 módulos + 4 workshops prácticos

+ Sesión de Clausura

HORARIO

Martes de 15:30 a 19:45 h

LUGAR DE CELEBRACIÓN

Palacio de la Bolsa de Madrid

Plza. de la Lealtad, 1. 28014 Madrid

PRECIO

3.700€. Las inscripciones recibidas y abonadas antes del 31 de julio tendrán un 10% de descuento (no acumulable con otros descuentos)

PLAZAS LIMITADAS

Las plazas se asignarán por riguroso orden de inscripción.

MÁS INFORMACIÓN E INSCRIPCIONES

Contactando con Instituto BME:

Tel.: 649 192 275 – 91 589 12 22

institutobme@grupobme.es

www.institutobme.es

Los alumnos que cumplan con un 80% de asistencia al curso recibirán un **Certificado de Asistencia**.

BME

Plaza de la Lealtad, 1
Palacio de la Bolsa
28014 Madrid
España

T + 34 91 589 12 22

T + 34 91 589 12 17

T + 34 649 19 22 75

www.institutobme.es

institutobme@grupobme.es