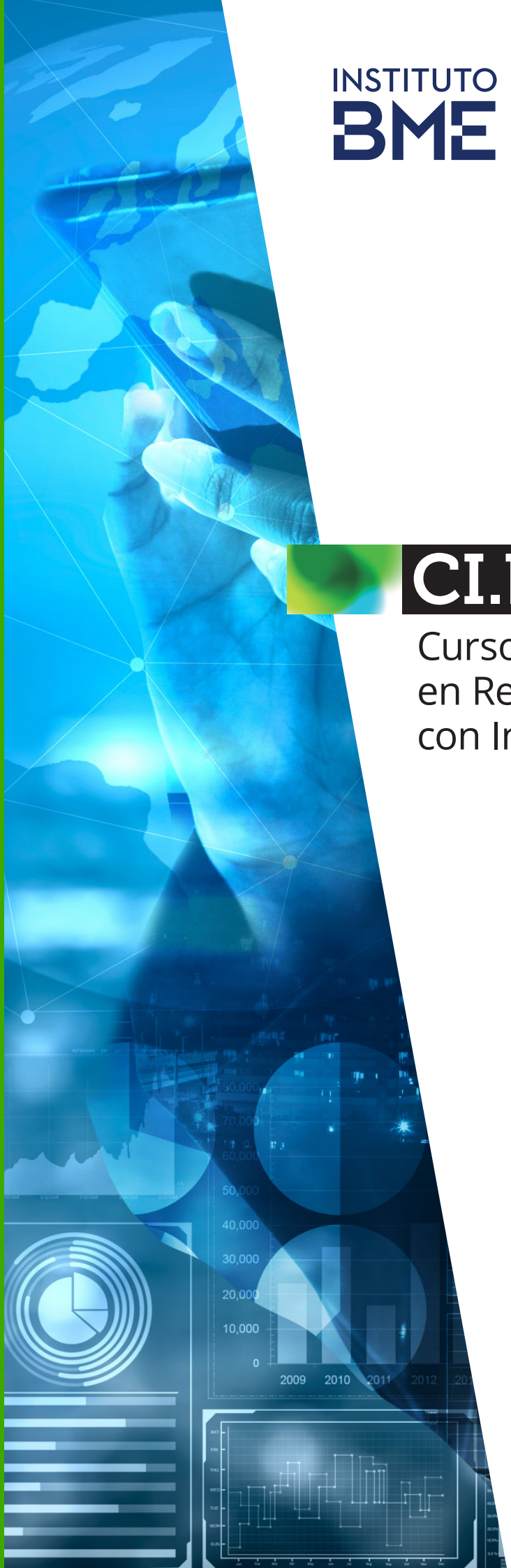
CENTRO DE FORMACIÓN
DE BOLSAS Y MERCADOS ESPAÑOLES

INSTITUTO BME

BME
a SIX company



# CI.RcI

## Curso Internacional en Relaciones con Inversores

Modalidad
on line

LD

CI.RcI

Curso Internacional
en Relaciones
con Inversores

# CÓMO DISEÑAR Y EJECUTAR CON ÉXITO UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN CON INVERSORES Y ANALISTAS

## ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE?

La función de Relaciones con Inversores se está constituyendo en un área estratégica dentro de las compañías por su contribución a la gestión del valor y a la correcta formación de expectativas. Sin embargo, el entorno actual de los mercados de capitales, cada vez más complejo y en continua evolución, exige, tanto a las compañías cotizadas, como a las firmas de Private Equity, nuevas estrategias y habilidades en su comunicación diaria con los inversores que les permita afrontar con rapidez y eficiencia los significativos desafíos que se presentan. Aspectos como las nuevas regulaciones del mercado y de las sociedades de capital, la creciente actividad de los robo-advisors o gestión automatizada de las carteras, la expansión de los medios de comunicación digitales y sociales, la proliferación de movimientos de activismo accionarial, las valoraciones ESG y los ISR, las políticas de shareholder engagement, o las estrategias de inversión smart beta, están generando impacto en el desempeño de las Relaciones con Inversores traduciéndose en el aumento de los requisitos de transparencia de las compañías y de la cualificación de los profesionales al frente de esta responsabilidad.

No será una cuestión de recursos, sino de visión, lo que facilite a las empresas aprovechar las oportunidades que ofrece este nuevo contexto de mercado, y rentabilizar mejor sus esfuerzos en la comunicación con sus inversores y resto de grupos de interés.

Este Curso Avanzado Online 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 y de las firmas de Private Equity: 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.

# ÁMBITOS DE CONOCIMIENTO DEL CURSO ON LINE Y METODOLOGÍA

Tras trece años trabajando y articulando contenidos en el curso presencial de Relaciones con Inversores organizado por Instituto BME, iniciamos en esta ocasión la primera edición de este programa de formación avanzada en formato exclusivamente online.
Con este objetivo hemos adaptado y renovado todos los contenidos al medio online para aprovechar el tiempo de docencia de manera óptima y enfocada. Además hemos incorporado al claustro de profesores a profesionales internacionales de prestigio de los meercados financieros y del mundo empresarial de Amércia Latina.

El curso está estructurado en torno a ocho ámbitos de conocimiento: el primero y más amplio del curso, se refiere a los fundamentos de la disciplina de Relaciones con Inversores y los aspectos de planificación y gestión de un departamento o área de Relaciones con Inversores; el segundo aborda la importancia del Value Reporting y la normativa contable, tanto de naturaleza financiera, como no financiera; el tercero se ocupa de las políticas de involucración del accionista en el contexto de las Juntas Generales de Accionista así como de las políticas de retribución; el cuarto, aborda la operativa del mercado de valores, el análisis de mercado y las estrategias de inversión; el quinto, se refiere a la problemática de la valoración de empresas y de la gestión de expectativas en el contexto de las Relaciones con Inversores; el sexto, cubre la regulación financiera en términos de la relación de la empresa cotizada con los mercados de capitales; el séptimo integra el Gobierno Corporativo y el activismo accionarial; y el octavo, y último ámbito de conocimiento, se ocupa de la influencia de la Sostenibilidad, la Responsabilidad Social Corporativa y de las valoraciones ESG en el desempeño de las Relaciones con Inversores.

La metodología docente combinará, según la materia: i) la introducción de los conceptos teóricos necesarios para dominar cada ámbito de conocimiento, ii) la aplicación del método del caso 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, y iii) la presentación de situaciones reales o ficticias que permitan la aplicación práctica de los diferentes aspectos relevantes de la disciplina. Al finalizar el curso se realizará un pequeño examen tipo test, que será necesario superar para obtener la certificación correspondiente.

El programa será impartido por profesores que reúnen un perfil académico e internacional, pero sobre todo profesional del máximo nivel de experiencia y rigor. Además, la impartición de las clases online se realizará mediante la plataforma Zoom de última generación.

# NUESTRO CURSO



## DIRIGIDO A

- Departamentos de Relaciones con Inversores.
- CEOs
- Departamentos Financieros y CFOs.
- 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 Bermúdez.**
Socio y fundador de la consultora Sigma Rocket, iniciativa para impulsar las Relaciones con Inversores de la empresa cotizada. Asesor senior en Relaciones con Inversores, Estrategia y Finanzas Corporativas es considerado una de las principales autoridades en la disciplina de Relaciones con Inversores, tanto a nivel profesional, como académico. Con más de 33 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.

Doctor en Economía de la Empresa con mención *Cum Laude*, y licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales, ambos por la UAM. Diplomado PADE por IESE.

Director académico y profesor ponente del Curso Avanzado de Relaciones con Inversores que organiza el Instituto BME, este año en su 14ª edición. Asimismo, fue miembro fundador y presidente de la Asociación Española para las Relaciones con Inversores, de la que en la actualidad es miembro de honor.

Autor habitual en medios especializados de estudios de investigación y artículos de opinión sobre Relaciones con Inversores. Ha sido miembro del consejo editorial del semanario económico "Inversión" y de la revista "Economistas" del Colegio Oficial de Economistas de Madrid.

## 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 trasmita 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 de 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 la a 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 MIFID II o la directiva de involucración a largo plazo de los accionistas.
- 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 100 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 grabadas para que todo alumno, que por circunstancias profesionales o particulares no pueda conectarse a alguna sesión, pueda visionarla posteriormente al dia de celebración sin perder la continuidad del curso. Las sesiones tendrán lugar los martes y los jueves de 18:00 a 20:00 horas CMT.

# TEMARIO

## MÓDULO 1 (4 HORAS EN DOS SESIONES DE 2 HORAS)
## 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.
- 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.
- Casos prácticos: BASF y Telefónica.

## MÓDULO 2 (4 HORAS EN DOS SESIONES DE 2 HORAS)
## DEFINICIÓN Y DESARROLLO DE LA UNIDAD DE RELACIONES CON INVERSORES.
*Ponente: Ricardo Jiménez*

- 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, Secretaria General, Dirección - Consejo.
- Estructura y Recursos.
- Herramientas de Comunicación: Informe trimestral de resultados, Memoria, Página Web, Boletines.
- Caso práctico: Ferrovial.

## MÓDULO 3. (4 HORAS EN DOS SESIONES DE 2 HORAS)
## 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 (4 HORAS EN DOS SESIONES DE 2 HORAS)
## EL ROADSHOW Y EL INVESTOR DAY
*Ponente: Bruno Rangel*

- *Roadshow:*
  - ¿Qué es un *Roadshow*?
  - Objetivos y tipos de r*odshows: Deal-based* y *non-deal*
  - Estrategia para llevarlo a cabo: ¿Qué, con quién, para quién, ¿cuándo y dónde los hago?
  - Caso práctico: *Deal based Roadshow* para colocar Senior Notes en mercados internacionales y Non-deal *Roadshow* para hacer "marketing" con inversores actuales y potenciales.
- *Investor Day*:
  - Objetivo y elementos clave para su éxito.
  - Caso práctico de *Investor Day*: Definición de objetivos de la empresa con el evento, mensajes para lograrlo, materiales, públicos, expositores, fechas, ubicaciones, logística, preparación y seguimiento.

## MÓDULO 5 (UNA SESIÓN DE 2 HORAS)
### RELACIÓN CON INVERSORES PARA INVERSORES DE DEUDA
*Ponente: Isabel Margarita Bravo*

- La importancia de la relación con inversores para los inversores de deuda.
- Información continua, que genera confianza y fortalece relaciones de largo plazo ... mucho más que una clausula de información.
- Estrategia financiera con foco en la gestión de liquidez, gestión de deuda, cobertura y política dividendos.
- Perfil financiero saludable, evolución de *key indicators/covenants* y también *Equity Story*.
- Finanzas verdes o sostenibles, una nueva exigencia de los inversores y una oportunidad.

## MÓDULO 6. (UNA SESIÓN DE 2 HORAS)
### 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 7 (4 HORAS EN DOS SESIONES DE 2 HORAS)
### LA GENERACIÓN DE CONFIANZA EN EL INVERSOR 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 8 (UNA SESIÓN DE 2 HORAS)
### LA PROBLEMÁTICA DE LA IDENTIFICACIÓN DE ACCIONISTAS Y EL TARGETING DE INVERSORES.
*Ponente: Lidia De Gasparis*

- La estructura del accionariado.
- Sistemas de identificación de accionistas.
- Metodología para *targeting* de inversores.
- Marco legal de la identificación de accionistas.
- Casos prácticos.

## MÓDULO 9 (UNA SESIÓN DE 2 HORAS)
### ASPECTOS CLAVE DE LA OPERATIVA DE MERCADOS BURSÁTILES PARA LAS RELACIONES CON INVERSORES.
*Ponente: Jesús González Nieto*

- Principales productos negociados en las bolsas de valores.
- Principales operaciones financieras.
- El valor de la liquidez.
- Sistemas multilaterales de negociación (SMN): "Las Plataformas".
- Sistemas de interconexión del Sistema Bursátil Español (SIBE).

# TEMARIO

## MÓDULO 10 (4 HORAS EN DOS SESIONES DE 2 HORAS)
## ATENCIÓN AL INVERSOR MINORISTA. EL CASO DE REPSOL EN ACCIÓN: "COMO 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 11 (UNA SESIÓN DE 2 HORAS)
## LOS PROXY ADVISORS

*Ponente: Juan Prieto*

- Los *Proxy advisors*
  - Origen, objeto y evolución de los asesores de voto. Los escándalos financieros.
  - *Proxy advisors* internacionales. Transparencia sin competencia.
  - Inversores responsables y asesores de voto en España.
  - Ventajas e inconvenientes del *proxy advisor*. Competencia.
  - Regulación. Código de Conducta. *Best Practice Principles Group.*
  - Retos y tendencias de la industria. Tecnología y regulación.
- Caso práctico: estudio de la agenda de una junta y recomendaciones de voto con un caso concreto.

## MÓDULO 12 (UNA SESIÓN DE 2 HORAS)
## JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

*Ponente: Pedro Saa*

- Organización de la Junta General de Accionistas.
- Libro Registro de Accionistas. Voto y Foro Electrónico.
- Estructura accionarial y participación en las juntas.
- Cadena de voto: emisores, inversores e intermediarios.
- *Proxy Solicitors* y Agentes de voto.
- Futuro y regulación: la nueva directiva de derechos de accionistas.
- Casos prácticos:
  - Constitución y adopción de acuerdos en Junta General.
  - Comportamiento y evolución del voto. Casos de disidencia.
  - Prima de Asistencia, *loyalty shares* y acciones con restricción de voto.
  - Ejemplo de uso de *Blockchain* en juntas de accionistas

## MÓDULO 13 (4 HORAS EN DOS SESIONES DE 2 HORAS)
## 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 analistas.
- Análisis de la experiencia de uso de Internet en Estados Unidos en materia de RR.II.
- 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 (4 HORAS EN DOS SESIONES DE 2 HORAS)
## COMO CREAR UNA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN EFECTIVA EN REDES SOCIALES EN RELACIONES CON INVERSORES

*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
- Nuevas redes sociales para nuevos públicos: TikTok, Instagram, Clubhouse, Discord...
- Casos de éxito:
  – Lanzamiento a bolsa de *Coinbase*.
  – Uso de TikTok de Iberdrola.
  – Acciona y Repsol en Instagram
- Caso práctico en dinámica de trabajo en grupos para elaboración de una estrategia de comunicación para campaña de lanzamiento de un informe de resultados o un nuevo *Equity Story* haciendo un buen uso de los medios digitales: web, uso de redes sociales, formatos, social ads, etc.

# TEMARIO



## MÓDULO 14 (UNA SESIÓN DE 2 HORAS)
### 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

## MÓDULO 15 (UNA SESIÓN DE 2 HORAS)
### BEHAVIORAL FINANCE
*Ponente: 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 16 (4 HORAS EN DOS SESIONES DE 2 HORAS)
### 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.
  - *HedgeFunds.*
- Teoría Moderna de Carteras.
- Estrategias de Inversión activa y pasiva.
- Selección de compañías.
- El día a día del Inversor Institucional.

## MÓDULO 17 (4 HORAS EN DOS SESIONES DE 2 HORAS)
### EL ROL DE LOS ANALISTAS SELL-SIDE Y DE LOS VENDEDORES.
*Ponente: César Medina*

- 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.
- Operativa diaria de los analistas *sell-side*.

### ENTENDIENDO EL ROLE DE UN EQUITY SALES INSTITUCIONAL Y SU RELACIÓN CON EL EQUIPO DE RELACIÓN CON INVERSIONISTA
*Ponente: Alex Pallin*

- Agenda
- Cual es el role de un *Equity sales*
- Que lugar ocupa la división de *Equity sales* en un banco de inversión

- Cuales son las funciones principales del role
  - Distribución de informes de mercado
  - IPO's/Mercado Primario
  - Inteligencia de mercado & generación de ideas
  - Eventos/Reuniones con compañías
- El día a día de un *Equity sales*
- Cómo el role de un *Equity sales* añade valor - conociendo al cliente
- Tipos de Clientes
  - *HF's* vs. *Long Only's*
  - Estilos de inversión – p.e. *growth* vs. *value*
- Una mirada en detalle a IPO's y el role de un *Equity sales*
- Estructura para la generación de ingresos en *Equity sales*
- Plataformas de generación Alpha
- Cambios en la regulación y su impacto
- Conexión entre el role de un *Equity sales* y el equipo de relación con inversionistas
- Conclusiones

## WORKSHOP 2 (4 HORAS EN DOS SESIONES DE 2 HORAS)
## 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 (4 HORAS EN DOS SESIONES DE 2 HORAS)
## 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, P/Sales, 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.

## MODULO 19 (UNA SESIÓN DE 2 HORAS)
## "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.

## MODULO 20 (UNA SESIÓN DE 2 HORAS)
## LA IMPORTANCIA DE LAS CALIFICACIONES EN LAS RELACIONES CON INVERSORES

*Ponente: Carlos García y Luis Peiro-Camaro*

- Qué es un *rating*.
- Para que le sirve un *rating* a una compañía cotizada.
- Proceso de calificación y comunicación con las agencias de notación.
- La metodología de S&P Global aplicada dentro de los *Corporates* del sector inmobiliario.
- Caso práctico.

# TEMARIO

## MÓDULO 21 (4 HORAS EN DOS SESIONES DE 2 HORAS)
## 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 Pharmacy.
- Sociedad y mercado de valores.
  - Transparencia.
  - Conducta, casos de *insider trading.*
  - Directiva 2017/828.

## MÓDULO 22 (4 HORAS EN DOS SESIONES DE 2 HORAS)
## 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.

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 23 (4 HORAS EN DOS SESIONES DE 2 HORAS)
## OPERACIONES CORPORATIVAS (M&A, ECM) Y RELACIONES CON INVERSORES.
*Ponente: Juan Carlos Mateos*

- Comunicación: *Stakeholders* (analistas, inversores, medios, reguladores). Restricciones a la información sensible antes de anuncio de cierre de la transacción.
- Información disponible posterior al cierre y al anuncio de la transacción.
- Operaciones Especiales: M&A y ECM. Fusiones, adquisiciones, salidas a bolsa (IPO), *listings*, OPAs, Ampliaciones de Capital.
  - Los "*Do's Dont's*".
  - Saber hasta dónde llegar en la divulgación de información.
  - El caso específico de los IPOs.
- Medición de impactos: variables operativas y sinergias, gobernanza, impacto en *market cap.*
- Relaciones con Inversores en el contexto de la operación corporativa.
- Caso práctico de compañía cotizada.

## MÓDULO 24 (4 HORAS EN DOS SESIONES DE 2 HORAS)
## EL ACTIVISMO ACCIONARIAL Y EL PAPEL DE LAS RELACIONES CON INVERSORES.
*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.

## WORKSHOP 3 (4 HORAS EN DOS SESIONES DE 2 HORAS)
## OPERATIVA DE MERCADO
*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* (BME Growth).

## MÓDULO 25 (4 HORAS EN DOS SESIONES DE 2 HORAS)
## SOSTENIBILIDAD, RSC Y ESG.
*Ponente: Rodrigo Vilela*

- Visión general:
  - Qué es ESG.
  - ¿Cuáles son los principales temas considerados dentro de cada aspecto?
  - Por qué el tema ha ido ganando relevancia.
  - Cuáles son los principales compromisos globales: Pacto Mundial y Agenda 2030 (ODS)
  - Desafío de la integración ESG en el contexto de las inversiones.
  - ¿Cuáles son los principales *frameworks* existentes?
- Gestión ESG integrada al negocio:
  - El papel de la Alta Dirección y el Gobierno Corporativo bien estructurado.
  - ¿Cómo incorporar ESG en la gestión? Herramientas de aplicación y ejemplos.
  - El Relato Integrado.
- Cómo informar sobre los compromisos y acciones de ESG:
  - Mapeo y participación de las partes interesadas.
  - Definición de temas materiales.
  - Informe de Sostenibilidad de acuerdo con los Estándares GRI.
  - CDP y TCFD: herramientas específicas para la divulgación del cambio climático.
- ESG y Relaciones con Inversores:
  - Cuál es el papel de la sostenibilidad y las RI?
  - ¿Cuáles son las convergencias entre los informes orientados al inversor y los informes ESG?
  - ¿Qué reportar? ¿En qué momento?
  - Indicadores: qué criterios básicos se analizan
  - Cómo valorar indicadores ESG.
  - Valor compartido.
  - Emisiones de deudas sostenibles: caminos existentes.

## WORKSHOP 4 (4 HORAS EN DOS SESIONES DE 2 HORAS)
## INTEGRACIÓN DE ESG EN LOS MÉTODOS DE ANÁLISIS Y MEDICIÓN TRADICIONALES. ELABORACIÓN DE DOS CASOS PRÁCTICOS.
*Ponentes: Ignacio Santamartina y Javier Colilla*

### WORKSHOP 1ª PARTE:
Necesidad de demostrar que un proyecto o actividad es verde:
- El contexto.
- La necesidad.
- Caso práctico mediante herramienta informática AESGOO para la aplicación de diferentes metodologías según los países (Taxonomía, *Green Bond Principles*, y otros).
- Medición de la Valoración Económica del Capital Natural.

### WORKSHOP 2ª PARTE:
Cómo aprovechar la información obtenida al demostrar que un proyecto o actividad es verde, para acreditar el cumplimiento de los 17 ODS y sus 169 metas:
- Casos prácticos mediante utilización de diferentes métricas estandarizadas (GRI, SASB, TCFD).
- Las confluencias entre los distintos estándares, tanto para los ODS, como para la Taxonomía Ambiental, y la Taxonomía Social.
- Cómo evitar riegos y aprovechar oportunidades.

## MÓDULO 26 (4 HORAS EN DOS SESIONES DE 2 HORAS)
## GESTIÓN DE EXPECTATIVAS Y GAP DE VALOR
*Ponente: Francisco Blanco*

- Proceso de formación de Expectativas.
- Valor de mercado vs valor intrínseco.
- Los dilemas de los métodos de valoración.
- El Gap de valor.
- Estrategias para cerrar la brecha de valor.
- 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.

# PROFESORADO

**Francisco Blanco Bermúdez**
Director Académico del *Curso Avanzado en Relaciones con Inversores*, Doctor en Economía de la Empresa por la *UAM*, Socio-fundador de *Sigma Rocket,* fundador y ex presidente de *AERI*.

**Ricardo Jiménez**
Ex Director de Relaciones con Inversores de *Ferrovial,* socio de *Sigma Rocket* y Ex Presidente de *AERI*.

**Jesús Herranz**
Director de Planificación y Control de *Ferrovial*.

**Bruno Rangel**
Director de Relaciones con Inversores de *Grupo Salinas*.

**Isabel Margarita Bravo**
Ex Directora Ejecutiva de Finanzas de *Telefónica Chile*, consejera independiente en *Ripley Corp*.

**Lydia De Gasperis**
Director de Corporate services, *Georgeson*

**Alberto Barbero**
Técnico senior de la *CNMV* y Profesor asociado de la *Universidad de Alcalá.*

**Daniel Campoy**
Socio-Fundador y Consultor senior en Comunicación Digital de *Sigma Rocket*,.

**Juan M. Prieto**
Fundador de *Corporance Asesores de Voto*.

**Pedro Saa**
Managing Director, *ComputerShare Iberia*.

**Luis Prota**
Investor Relations *Grupo Masmóvil.*

**César Medina**
Analista y equity strategy, *Morgan Stanley*

**Alex Pallin**
Institutional Equity Sales, *Bradesco.*

**Enrique Marazuela**
Ex Director de Inversiones, de *BBVA Banca Privada*, ex presidente de CFA España.

**Antonina Nedkova**
Responsable de Relación con Accionistas y Contenidos Digitales, Departamento de Relaciones con Inversores de *Repsol.*

**Pablo Bannatyne**
Subdirector de Relaciones con Inversores de *Repsol.*

**Carlos García**
Associate Director Corporate Ratings, *S&P Global.*

**Luis Peiro-Camaro**
Associate Corporate Ratings , *S&P Global.*

**Gonzalo Fernández Atela**
Abogado, Atela 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*.

**Juan Carlos Mateos**
Ex CFO de diversas compañías cotizadas como *Aleática* y *Grupo Pochteca*, y ex ejecutivo de diversas instituciones de banca de inversión como *HSBC México, BBVA Bancomer y Merrill Lynch México.*

**Borja Miranda**
Managing director, *Morrow Sodali*.

**Jesús González-Nieto**
Director Gerente y Vicepresidente de *BME Growth*.

**Enrique Castellanos**
Director del *Instituto BME*.

**Rodrigo Vilela**
Director de Relaciones con Inversores y ESG de *Light.*

**Ignacio Santamartina**
Socio de *Natvalue*.

**Javier Colilla**
Socio director de *Natvalue*.

# INFORMACIÓN GENERAL

**FECHAS DE CELEBRACIÓN**
Del 1 de marzo de 2022 al 27 de octubre de 2022, con interrupción de clases durante los meses de julio y agosto de 2022

**DURACIÓN**
100 horas
26 módulos + 4 *workshops* prácticos

**HORARIO**
Martes y jueves de 18:00 a 20:00 horas

**LUGAR DE CELEBRACIÓN**
Clases online impartidas a través de la plataforma Zoom del Instituto BME

**PRECIO**
3.200 €, para inscripciones múltiples simultáneas, consultar descuentos.

**PLAZAS LIMITADAS**
Las plazas se asignarán por riguroso orden de inscripción.

**MAS INFORMACIÓN E INSCRIPCIONES**
Contactando con Instituto BME:
Tel.: 91 589 12 22 / 17
institutobme@grupobme.es
www.institutobme.es

Los alumnos que cumplan con un 80% de asistencia al curso y superen un exámen tipo test, recibirán un Certificado de Asistencia.

+info

www.institutobme.es
institutobme@grupobme.es
Telfs. 91 589 12 22
91 589 12 17

Siguenos también en:

INSTITUTO BME
Plaza de la Lealtad, 1
Palacio de la Bolsa
28014 Madrid

AENOR
Empresa Registrada
ER-01 79/2/98

CERTIFIED EQNet QUALITY SYSTEM