



CONVERSACIONES IDEAL
RELACIÓN CON INVERSIONISTAS
JULIO 2025

IDEAL ADVISORS NEWS LETTER

Seis Razones para Hacer un Estudio de Percepción

Las empresas públicas realizan **Estudios de Percepción** para poder entender la opinión que el mercado tiene de ellas en un momento definido. Estas observaciones recolectadas permiten tomar decisiones informadas para mejorar sus programas de Relación con Inversionistas.

IDENTIFICAN FACTORES QUE AFECTAN LA VALUACIÓN DE LA EMPRESA

El mercado es el que determina el precio de la acción. Si existen factores que están influyendo en la percepción que tiene el mercado sobre la compañía, el precio se afecta.

MEJORAN LA COMUNICACIÓN CON EL MERCADO

Toda empresa pública busca tener una excelente relación con el mercado y que mejor iniciativa que preguntar a su audiencia: "¿Te gusta lo que estamos haciendo; por qué si o por qué no?"

AYUDAN A TOMAR MEJORES DECISIONES

Si la alta dirección está analizando el llevar a cabo una transacción, pero necesita un "empujón" para tomar la decisión, un Estudio de Percepción les puede dar la información que necesiten para llevarlo a cabo.



lizette@idealadvisorsllc.com



www.idealadvisorsllc.com



maria@idealadvisorsllc.com

ESTUDIO DE PERCEPCIÓN

El estudio se compone de una serie de entrevistas con stakeholders claves, como inversionistas, analistas y tenedores de deuda. Generalmente la realiza un tercero, quien sirve como el intermediario imparcial para hacer preguntas y llegar a conclusiones neutras. Este trabajo es una herramienta fundamental para un programa de RI.

Un Estudio de Percepción da retroalimentación honesta del mercado, sin filtros

Un **Estudio de Percepción bien realizado** ayuda a la administración a identificar esos factores que influyen en la opinión del mercado para poder hacer los cambios pertinentes y encontrar soluciones.

Por ejemplo, si una parte del negocio anteriormente fue redituable, pero actualmente no lo es, esto pudiera estar afectando su reputación. La compañía debiera cuestionarse si venderla o ejercer cambios.

Aunque el mercado no necesariamente tendrá la última palabra, pudiera influir para tomar una decisión.

El Estudio de Percepción funciona como otra herramienta de RI, en conjunto con reuniones, llamadas trimestrales y comunicados de prensa, que la compañía puede maximizar como un vehículo más para el intercambio de ideas.

DOS PREGUNTAS QUE NUESTROSENOS HACEN SOBRE LOS ESTUDIOS DE PERCEPCIÓN

1. Si hablo con mi audiencia regularmente y tengo buena relación con mis inversionistas y analistas, ¿Aún es necesario hacer un estudio de percepción?

2.Cuál es el mejor momento para hacer un Estudio de Percepción: ¿Anualmente? ¿Antes de una adquisición importante? ¿Después de hacer un cambio estratégico?

La respuesta en ambos casos es *afirmativa*. La información que la compañía puede obtener de un Estudio de Percepción puede ser bien diferente del feedback que obtiene de sus conversaciones cotidianas con el mercado. La razón es que, en una entrevista hecha por un tercero, el inversionista puede pedir el anonimato y expresarse de la forma más honesta y directa, sin preocuparse por un malentendido.

¿CUÁNDO HACER UN ESTUDIO DE PERCEPCIÓN?

A continuación, mencionamos algunas situaciones específicas que ameritan un Estudio de Percepción. Esta lista no es limitativa, aunque en nuestra opinión, los más comunes son éstos :

1. Antes o después de un **evento relevante**
2. Para evaluar el **desempeño del equipo directivo**
3. Cuando existe un **underperformance del precio de la acción**
4. Para abordar **las expectativas correctamente**
5. Para ser una alternativa de inversión **más atractiva para los inversionistas y analistas**
6. Cuando el **programa de RI necesita una actualización**



1

ANTES O DESPUÉS DE UN EVENTO RELEVANTE

Un evento relevante afecta el precio de una acción, como una adquisición o una desinversión o cambios en la naturaleza del negocio. La compañía puede hacer el estudio antes, en caso de que no se haya tomado la decisión todavía; o después, para evaluar como el mercado tomó la noticia. Especialmente, si el precio de la acción baja, la empresa querrá entender el porqué el mercado no aceptó el cambio o si algunos detalles de la transacción no fueron claros.

2

PARA EVALUAR EL DESEMPEÑO DEL EQUIPO DIRECTIVO

Si el mercado no está convencido de las habilidades del equipo directivo, o si no están familiarizados con algún ejecutivo, un Estudio de Percepción ayudaría a identificar los detonantes para devolver la confianza. Por ejemplo, la retroalimentación pudiera concluir que es necesario incrementar su visibilidad con un Non Deal Roadshow adicional a la cobertura con la prensa o talvez sea necesario un entrenamiento para reforzar las habilidades de la Administración.

3

CUANDO EXISTE UN UNDERPERFORMANCE DEL PRECIO DE LA ACCIÓN

Talvez la empresa se pregunta: ¿Por qué la acción no refleja positivamente las decisiones tomadas y el sólido desempeño?

Quizás el *underperformance* de la acción se debe a otros factores desconocidos por el equipo interno. Un Estudio de Percepción podría contestar todas estas preguntas. Pudieran existir otros factores que influyan en el precio de la acción que pueden identificarse mediante preguntas específicas para llegar al punto.

4

PARA ABORDAR LAS EXPECTATIVAS CORRECTAMENTE

Una de las responsabilidades más importantes del equipo de RI es el de ser "los ojos y los oídos" de la compañía. Otra es la de abordar las expectativas internas tanto externas. La retroalimentación de los inversionistas puede indicar que la compañía no está manejando correctamente estas expectativas y el mercado pudiera estar confundido, preocupado o desilusionado de los resultados. Lo más importante es cerrar el *gap* entre el desempeño de la emisora y lo que los inversionistas esperan de ella. Esto, monitoreando al mercado y comunicando correctamente.

5

PARA QUE LA COMPAÑÍA SEA MÁS ATRACTIVA PARA LOS INVERSIONISTAS Y ANALISTAS

Esta es una excelente razón para realizar un Estudio de Percepción ya que muchas empresas buscan: i) diversificar su posición accionaria; e ii) incrementar su cobertura de analistas. Así que, ¿Porque no ir directamente a los *targets* y preguntarles que necesitan para invertir y dar cobertura a la empresa? Las respuestas pueden guiar al *Management* para determinar los objetivos que deben alcanzar y aumentar el interés de los inversionistas y analistas.

6

CUANDO EL PROGRAMA DE RI NECESITE UN *REFRESH*

Un Estudio de Percepción puede ayudar a la empresa a priorizar los cambios en actividades de RI que más generen valor para maximizar la percepción del mercado. Esto resulta muy útil especialmente si el programa de RI lleva varios años sin actualización. Estos cambios pueden ser algo tan simple como cambiar el formato de la llamada trimestral para dar más espacio al CFO además de la participación del CEO; o puede ser algo más significativo como el asistir a ciertas conferencias como un Non Deal Roadshow en ciudades no visitadas anteriormente.

BENEFICIOS AL REALIZAR UN ESTUDIO DE PERCEPCIÓN

- Se entiende mejor el cómo el mercado percibe la empresa, sus *peers* y su industria
- Se toman decisiones con más seguridad basadas en las principales preocupaciones del mercado
- Se mejora la comunicación y el contenido en los mensajes que transmite el equipo de IR
- Se detectan más claramente los fundamentales de la valuación de una acción
- Se promueve una empresa más atractiva para el mercado

PERMITENOS SER “TUS OJOS Y TUS OÍDOS” EN EL MERCADO