

**E**l sector financiero tampoco es inmune a las modas y, al analizar la última década, los inversores tienen motivos de sobra para quedarse, cuando menos, perplejos.

En efecto, a la gestión growth de finales de los años noventa, se han sucedido afanes más o menos duraderos por los valores puntocom, los BRIC, la gestión alternativa y sus hedge funds de todo tipo, los estructurados y, en los últimos años, por la famosa arquitectura abierta. Esta última tendencia ha marcado un cambio radical por parte de la mayoría de las gestoras tras muchos años dedicados a la venta de fondos de la casa.

No entiendo mucho de marketing y las modas no han sido nunca una gran preocupación para mí, pero cuando se trata de gestión de activos, me parece que las prioridades deberían ser la coherencia, el análisis exhaustivo y la planificación a largo plazo. Personalmente y por simple sentido común, no he acabado nunca de entender cómo una gestora puede tener como argumento de venta el hecho de ofrecer a sus clientes varios miles de fondos de varias centenas de gestoras... cuando muchas veces resulta ya complicado conocer muy bien un solo fondo de inversión! Basta con recordar todas las catástrofes recientes (Lehman Brothers, Madoff...) para convencerse de que el perfecto conocimiento de todos los activos que compramos para las carteras de nuestros clientes es la clave de la gestión en este mundo globalizado y cambiante.

Sin duda alguna, lejos de cualquier tipo de especulación y de modas, existen otras maneras de gestionar el patrimonio de nuestros clientes. Es verdad que no son tan "modernas" y, además, son bastante más costosas para la gestora que la arquitectura abierta o guiada (otra denominación de moda). La gestión coherente, desde nuestro punto de vista, consiste en aplicar de manera recurrente una metodología rigurosa de análisis de valores y de seguimiento de todos los activos en cartera. Naturalmente, este tipo de gestión exige unos medios humanos (una batería de buenos analistas que aplican consistentemente una única metodología de análisis) y económicos importantes. No es ni fácil, ni rápida, ni barata, pero es la contrapartida para obtener unos buenos resultados a largo plazo y merecer la confianza de nuestros clientes en nuestra forma de entender la gestión. ■

# Mejor simple y consistente

SI A MENUDO RESULTA COMPLICADO CONOCER EN PROFUNDIDAD UN SOLO FONDO DE INVERSIÓN, ¿TIENE SENTIDO QUE UNA ENTIDAD TENGA COMO ARGUMENTO DE VENTA LA OFERTA DE VARIOS MILES DE FONDOS DE VARIAS CENTENAS DE GESTORAS?

\* Consejero delegado de CapitalatWork

