

Libros

Recetas para aprender a invertir en Bolsa

Guía práctica del premio Nobel de Economía William F. Sharpe

MIGUEL RODRIGUEZ Madrid

Lo que ante todo me interesa es ayudar al inversor individual a tomar buenas decisiones en el terreno del ahorro y la inversión, normalmente con el apoyo de profesionales del mundo de la inversión como podrían ser los asesores financieros, los gestores de fondos, los servicios de asesoría y los gestores de activos personales". Esta es la premisa

bajo la cual nace *Inversores y mercados* (Ediciones Deusto, 2008), la última obra del premio Nobel de Economía de 1990 William F. Sharpe.

Sharpe ha dedicado gran parte de su vida a investigar la formación de precios en los mercados. La presente obra trata de aplicar los conocimientos adquiridos por este profesor de la Universidad de Stanford a la vida real, al día a día del inversor de a pie.

Para ello, Sharpe va más allá. "Para determinar la mejor cartera de inversiones para un individuo es necesario tener en consideración otros aspectos además del precio de los activos", sostiene el autor en el prefacio de la obra.

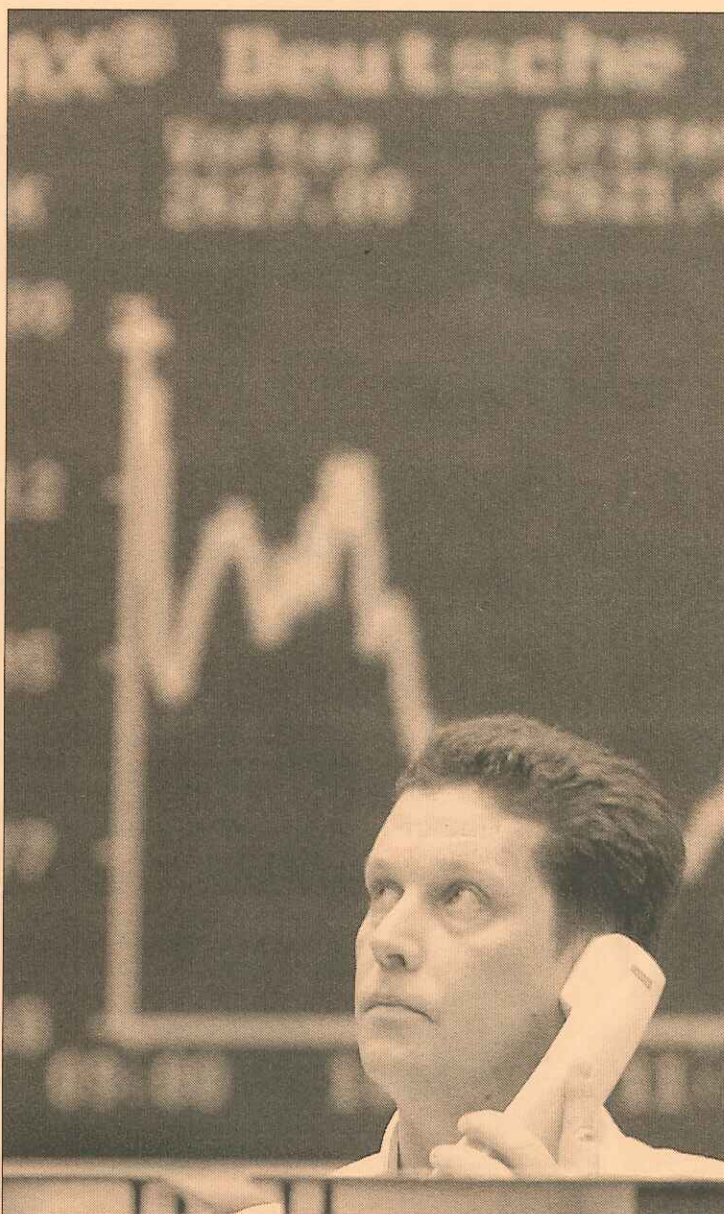
Sharpe parte de la idea de que los inversores no deben sólo maximizar el valor de la cartera, sino también la utilidad esperada de la misma, y ello requiere comprender las distintas maneras en que el precio de los activos refleja las diversas situaciones de los inversores y sus visiones de futuro. "En consecuencia, me ocupo aquí tanto de la determinación de precios como de

la elección de la cartera de inversiones. Y lo trato más como un solo tema que como dos asuntos separados".

A lo largo del libro, William Sharpe trata de demostrar que los profesionales de la inversión no pueden realizar óptimas apuestas para sus carteras, a menos que comprendan los factores que determinan la formación de precios de los activos. El

problema es que tradicionalmente el saber sobre la formación de precios ha sido inaccesible para el inversor de a pie, quedando reservado a los expertos en finanzas.

Sharpe consigue acercar al lector las claves de la formación de precios desde una óptica no matemática. Y lo



Sharpe desgrana las claves para la construcción de carteras. BLOOMBERG

El autor logra tender un puente entre la mejor teoría financiera y la práctica diaria de los inversores en mercados reales

hace con un enfoque eminentemente práctico, con casos concretos salpicados a lo largo de la obra, que facilitan la comprensión para el no iniciado al mundo de las finanzas. Logra, así, tender un puente entre la mejor teoría financiera y la práctica inversora en el mundo real.

Para ello parte de simulaciones sencillas; comienza por aspectos clave del funcionamiento del mercado para poco a poco entrar en los matices y la complejidad de los mercados reales. "Progresivamente vamos pelando las distintas capas de la cebolla, revelando así los entresijos internos y avanzando hacia los casos más complejos", apunta el autor.

Un libro ligado a un programa de ordenador

La obra de William F. Sharpe tiene una vocación eminentemente pedagógica. Hasta tal punto que *Inversores y mercados* se complementa con un programa de ordenador elaborado por Sharpe y que permite al lector crear mercados virtuales, en los que el usuario establece las condiciones de partida y tras un periodo de tiempo puede analizar los resultados de la cartera, el riesgo asumido y la ganancia obtenida.

El programa, denominado Apsim, es gratuito y puede descargarse en la página de internet del profesor Sharpe (<http://www.stanford.edu/~wfsarpe/apsim/index.html>). Este es el programa que el autor utiliza para elaborar los casos prácticos del libro. Por ello, Sharpe recomienda utilizar estos casos para aprender a manejar el programa, y luego ir añadiendo modificaciones a los supuestos según el gusto o las preferencias del lector.

El objetivo de la obra de Sharpe, y del programa sobre la que se asienta, es en última instancia analizar los efectos de la interacción de los inversores en los mercados de capitales y las implicaciones para aquellos que asesoran a los individuos en materia financiera. El programa lo que permite es estudiar los factores que intervienen en los mercados reales a través de un laboratorio, un mercado virtual, en el que el usuario plantea las condiciones de partida para distintas situaciones.

LECTURAS

Una creatividad que no vende

TÍTULO: *Rompefrenos*

AUTOR: Juan José Pérez Cuesta y Rafael Esteve

EDITORIAL: Empresa Activa

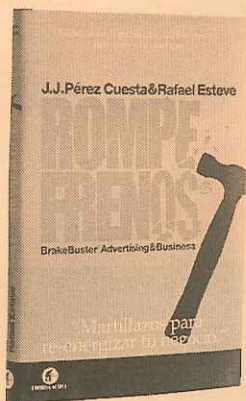
PRECIO: 16 €

R. CORRERO

Nunca antes la publicidad había sido tan creativa, pero tampoco tan ineficaz. Esta es la tesis que sostienen Juan José Pérez Cuesta y Rafael Esteve en este texto denuncian de la publicidad estéril. Entre esta categoría sitúan a anuncios como el "be water my friend" (sé agua,

amigo mío) de Bruce Lee para BMW, "que sólo consigue que la marca crezca a un ritmo inferior al año anterior".

Los autores proponen una nueva forma de entender la publicidad que pasa por renunciar al anuncio de impacto y entretenimiento y explotar el potencial que tiene la marca. Entre las que sí han sabido hacerlo citan a ING Direct como exponente de una publicidad "nada glamorosa, pero con argumentos claros y robustos". El libro ayuda a desactivar los frenos men-



tales a la compra que tiene todo potencial cliente. Enseña a aprovechar las percepciones negativas (como Orbit), a desdramatizar problemas (Viagra), a realizar demostraciones de producto (Geox) o a encontrar personas que puedan convertirse en avales (como Jane Fonda para L'Oréal).

El mayor activo de una empresa

TÍTULO: *Liderazgo, empresa y deporte*

AUTORES: J. C. Cubeiro y Leonor Gallardo

EDITORIAL: LID

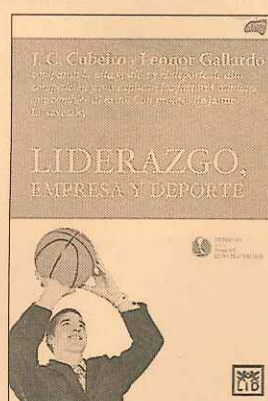
PRECIO: 19,90 €

P. ÁLVAREZ

Dice Jaime Lissavetzky, secretario de Estado de Deporte, en el prólogo de la obra, que el liderazgo en la empresa y en el deporte nunca es un fin en sí mismo, sino que está al servicio de construir un equipo ganador, capacitándonos para situar en

cada puesto a la persona más apropiada. Asegura que al igual que los deportistas son lo mejor del deporte, las personas y su talento son el mayor activo de las empresas.

Los autores comparan en qué se parecen la empresa y el deporte. Es necesario que haya estrategia, ya que no basta con ganar, sino que hay que perseguir un sueño. También tener en equipo: el triunfo colectivo sabe mejor. Las emociones juegan un papel importante: hay que saber canalizarlas, nunca eliminarlas.



Y todo esto no se consigue sin empeño, sin la suficiente fuerza para superar los problemas que aparecen en el camino. El libro recoge una guía con los 100 mejores deportistas españoles de la historia y con el centenar de líderes empresariales con mayor reputación en la actualidad.