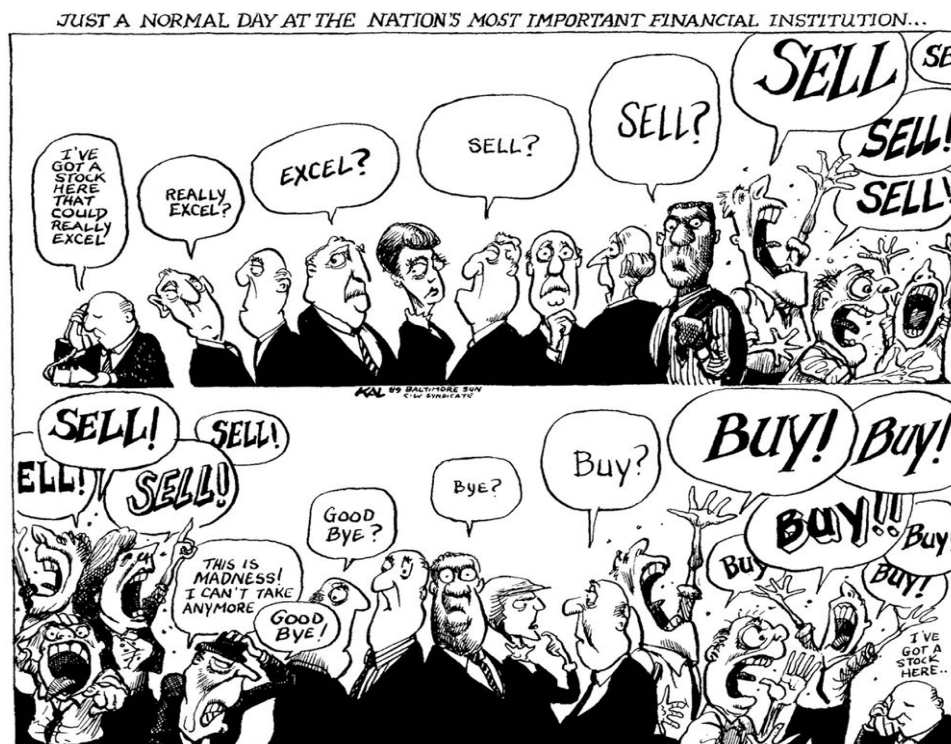


Nuestro modo de vida actual se caracteriza por la posibilidad de un acceso fácil e inmediato a cualquier tipo de información, incluso sin que nosotros la requiramos. Móviles, televisiones, radios, periódicos...cientos de proveedores de noticias y chismorreos nos bombardean con toda clase de noticias y comunicados. Novedades casi siempre dramáticas que cambiarán el mundo a partir de... ya!!

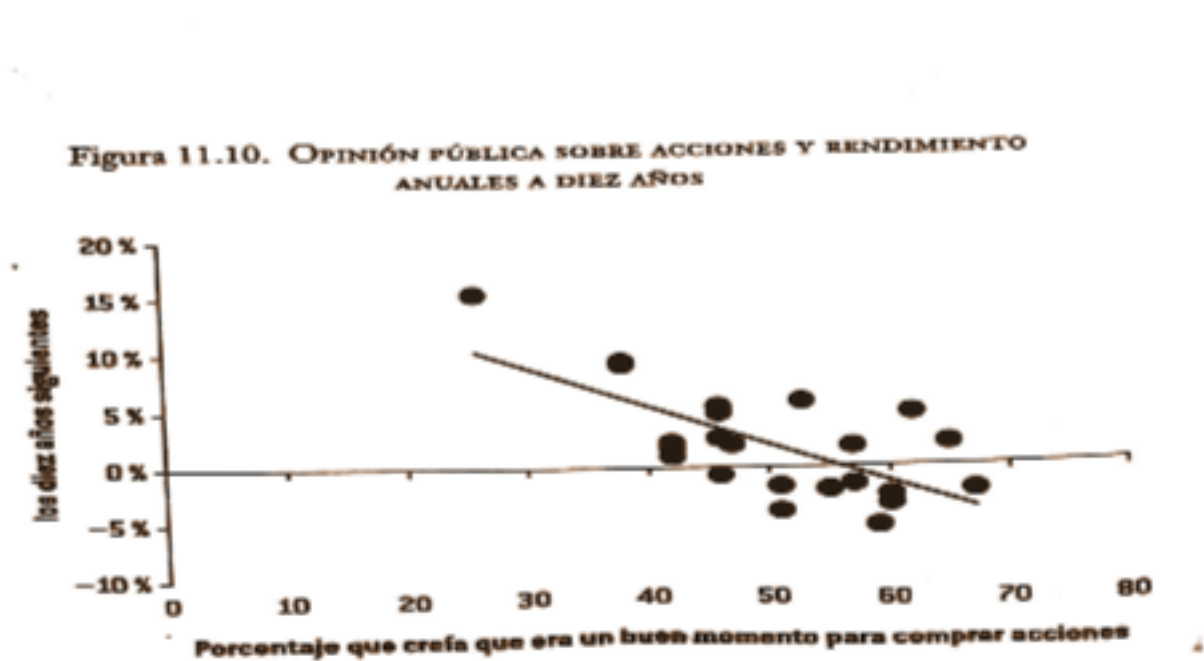
Todos ellos son agentes de la información de diverso pelaje que viven de nuestra atención, instituciones que tienen por negocio conseguir audiencia, oyentes, lectores y clicks que, a su vez, les conseguirá anunciantes y beneficios. Su vida depende de despertar nuestro interés. Y claro está, es mucho más fácil despertar nuestro interés con noticias dramáticas que nos dejan el corazón en un puño.

Esta exposición a los medios nos genera un estado de nerviosismo artificialmente alto, especialmente si tenemos en cuenta el nivel de confort del que gozamos en Occidente.

Donde la influencia de los medios es más notoria es en el campo de la economía y la bolsa. Los inversores suelen ser blanco fácil para los medios, el miedo atávico a perder dinero al igual que la codicia son estimulados con noticias y titulares agresivos. Pasamos de la más brillante euforia al más oscuro pesimismo en una semana.

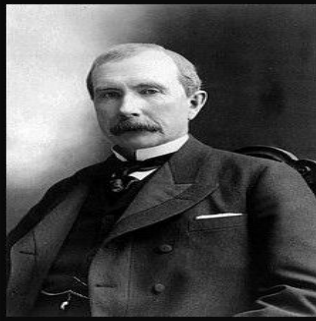


Es un hecho que la mayoría nos dejamos llevar por el relato que nos cuentan los medios, como prueba tenemos las encuestas que se realizan de forma periódica a los inversores estadounidenses. Les suelen preguntar si creen que es un buen momento para comprar acciones, históricamente ha habido una fuerte relación entre el resultado de estas encuestas y los resultados de la bolsa: ¡¡una relación inversa!! Los estadounidenses (y todos los demás también) creen que es un buen momento para comprar cuando el precio está inflado y las acciones cotizan por encima de su precio real. Por contra, creen que no es momento de comprar cuando los precios están muy deprimidos. Mirad el gráfico.



Debemos esforzarnos en racionalizar las noticias que escuchemos y sobretodo quitarles importancia.

Cuando veamos los periódicos con titulares hablando de beneficios récord, empresas de bolsa anunciándose en los periódicos y nos venga algún vecino, amigo o cuñado contándonos cuánto han ganado en bolsa...es claramente una señal de peligro. Mirad que decía Rockefeller.



Cuando mi limpiabotas invierte en Bolsa yo lo
vendo todo

(John D. Rockefeller)

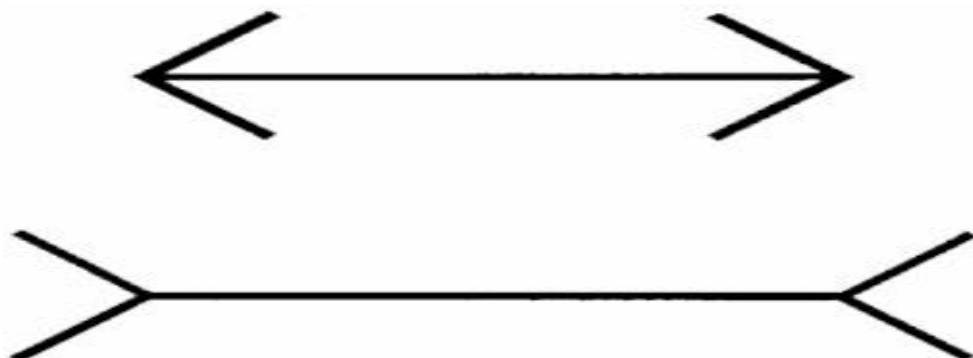
akifrases.com

Debemos relativizar las malas noticias: palabras como crisis, recesión, crash, son muy a menudo utilizadas por los medios pero son situaciones que se dan pocas veces en la vida. En cambio, son grandes oportunidades de compra ya que el mundo tiende a seguir girando aunque caiga la bolsa.

La ilusión de Müller-Lyer.

Esta famosa ilusión óptica formada por dos flechas es una buena analogía de cómo ven los inversores el mercado de la bolsa.

Las flechas tienen la misma longitud, pero en un caso los extremos apuntan hacia fuera y en los otros apuntan hacia dentro. En cuanto miras las flechas es inevitable que una de ellas parezca más larga que la otra, pero debes tener claro que se trata de un efecto óptico y que en esa situación no puedes fiarte de tus impresiones.



Las decisiones relacionadas con una cartera de inversión nunca jamás han de ser tomadas en caliente, ni con el estómago sino por el contrario han de ser tomadas tras haberlas pensado varios días o semanas y con máxima racionalidad.

Como inversores debemos conseguir ser fríos y tomar distancia ante las opiniones de los “expertos” de los medios de comunicación. Mirad cuántas malas noticias han tenido los inversores americanos y mirad la evolución final de la bolsa USA desde 2009.



“En cierto modo, los titulares son lo que nos confunde. Las malas noticias son titulares, pero la mejora progresiva no lo es”.—Bill Gates.

Cuando aparezcan las malas noticias, por favor no dudéis en poneros en contacto conmigo, os ayudaré a superar esos miedos, a pensar y a tomar mejores decisiones.

Un abrazo.

www.lluissegui.com

