Costes Ocultos

Miguel de Juan Fernández- *A bordo del ARGOS* 22 Noviembre 2013

> *"**Una nueva misión:** Hemos desplazado nuestra misión central desde el **pastoreo** a la **comercialización** y nuestro valor fundamental desde **gestionar** activos a **recolectar** activos. Hemos llegado a alejarnos de una industria de gestión y nos hemos acercado a una industria de marketing, entrando en una furiosa orgía de "proliferación de productos" que no ha servido a nuestros inversores. Una vez fuimos una industria que "vendía lo que hacíamos" y nuestro nuevo lema ha pasado a ser "si podemos venderlo, lo haremos". Por ejemplo, justo en el pico del último gran mercado alcista creamos 494 nuevos "fondos de crecimiento agresivo", invertidos principalmente en acciones de tecnología y telecomunicaciones. Las consecuencias para nuestros inversores fueron devastadoras."*
>
> *John C. Bogle- Fundador de Vanguard Group*
> *Financial Industry Regulatory Authority- First Joint Meeting (Washington DC 15-10-2007)*

Ayer estuve dando una charla en el Aula Leonesa de Inversión sobre el Argos Capital y cuál es el concepto que los argonautas consideramos como propio de una inversión inteligente. Fue bastante práctica y aproveché para revisar algunas operaciones que hemos realizado y algunas de las que no realizamos- y su porqué- antes de comenzar con el Argos. Ello me dio el motivo para escribiros de un tema que cuando en su día lo conocí me pareció francamente mal.

Lo cierto es que como dice Bogle- y se merece todo nuestro respeto- la industria de fondos ha variado mucho respecto a su misión; naturalmente que hay excepciones, no todos son ovejas negras y me da en la nariz que la presión que la gestora pueda sufrir por objetivos va a tener mucho que ver en lo que voy a contar,…y en ese sentido, dejadme echar un capote a la casa en la que tenemos el Argos, creo que la presión no llega a los niveles más típicos de otras entidades para suerte de los inversores.

Comenta Bogle, creo que en su libro Enough! que, dentro de los cambios que no le gustan dentro de la industria, se refiere al hecho de los eventos que las entidades gestoras son tan aficionadas a patrocinar, sean conferencias para hablar de la crisis y sus fondos, en concreto los nuevos; o para hablar de la macroeconomía …y de sus fondos, en concreto los nuevos; o para hablar de los mejores sectores para invertir …y de sus fondos, en concreto los nuevos; …en fin, o torneos de golf o, o, o, …¡o de sus fondos, en concreto los nuevos!

El caso es que a Bogle lo que le fastidia es que quien paga esas promociones no es la gestora, sino los partícipes de los fondos. Es uno de los gastos ocultos que existen dentro de la industria y que el Argos no tiene. Nunca me pareció muy justo que los actuales partícipes pagaran los gastos en los que incurren aquellos que luego cobrarán comisiones si logran captar nuevos inversores para sus fondos. Quizás la CNMV tenga un tema en el poner algo de orden a este respecto pues muchos, muchos pequeños inversores se ven afectados de esta situación.

Como digo, ese olvidarnos de la situación original o de la misión original que dio pie a los fondos de inversión, es un tema realmente preocupante y que camina en contra de los inversores que nos confían sus patrimonios. Si encima aprovechamos para meterles un dedo en el ojo, que notan pero no ven, terminarán por abandonar un vehículo que tiene muchas ventajas y se habrá matado una industria por falta de ética.

A lo largo de estos años al frente del Argos he visitado a muchos argonautas, en Logroño, en Oviedo, en para hablar del Argos se me ha ocurrido pensar en asignarle esos gastos a nadie que no sea yo. No podría

mirar a la cara a ninguno de mis argonautas (a quienes trato de ver como reyes, príncipes y héroes) y decirles que tienen que ser ellos quienes me paguen los gastos para captar a otros posibles argonautas,…no es justo, **no está bien**, por si acaso el Bien y el Mal aún le importa a alguien.

A mí sí que me importa la ética en el trabajo y ésta, en muchas ocasiones, conlleva aceptar costes y sacrificios. El que los clientes se enteren o no es secundario, quien está dispuesto a defraudar su confianza pensando en que no se enteran terminará defraudándola- en cualquier circunstancia- aunque sepa que se enteran. Vale que no todos son reyes, príncipes y héroes,…pero tampoco podemos tratarlos como esclavos que nos deben la vida. Más bien es al contrario si vamos a ello. No podemos basarnos en simplemente hacer aquello que se puede porque el árbitro no está mirando. La ética puede suponer parecer un soberano idiota de cuando en cuando,…bienvenido sea ese momento de idiotez si es a costa de no portarnos mal con la confianza que se nos ha otorgado.

Un abrazo a todos y hasta el próximo artículo.