

## Un reciente estudio destaca la existencia de una ventaja competitiva para las gestoras “boutique” en la industria europea de la gestión de fondos

- Un estudio académico identifica una “prima boutique” en la industria europea de fondos
- Los fondos de las gestoras “boutique” tienden a obtener mejores resultados que los de las grandes entidades
- Los asesores y plataformas tendrían que hacer más para promover estas “boutiques”

2 de marzo de 2020

Un nuevo estudio académico sugiere que los gestores especializados, “boutique”, obtienen mejores resultados que sus competidores más grandes, de manera significativa en el caso de los fondos de renta variable europea de pequeña y mediana capitalización, y en renta variable de mercados emergentes.

En el que se considera el primer estudio académico sobre el desempeño de los gestores “boutique” frente a sus competidores en gestoras de mayor tamaño, el profesor de gestión de activos de la Cass Business School, Andrew Clare, comenta que la “prima de las boutique”, demostrada por AMG Group en 2015 para la renta variable estadounidense, también parece ser evidente en la industria europea de la gestión de fondos. Ha descubierto que el rendimiento de las “boutique” en Europa es, de media, un 0.56% anual y un 0.23% anual (neto de comisiones) superior – o un 0.82% y un 0.52% bruto.

El profesor Clare ha analizado 120 grandes corporaciones de fondos y ha identificado más de 780 “megafondos” de largo plazo y de todos los sectores *equity*, y ha registrado su rendimiento desde enero de 2000 hasta julio de 2019. Al no existir una definición oficial de “gestora boutique”, preguntó a tres consultoras de inversión líderes que asesoran a planes de pensiones institucionales y a compañías de seguros, así como a los integrantes del Group of Boutique Asset Managers (GBAM), que identificaran las firmas que creyeran merecer llamarse boutiques para realizar una comparativa.

El profesor Clare identificó una rentabilidad superior significativa en cuatro sectores de fondos de renta variable en particular: en las cotizadas europeas de gran capitalización, en las cotizadas europeas de pequeña y mediana capitalización, en mercados emergentes globales y en las cotizadas de gran capitalización a nivel global.

Utilizando el modelo de cinco factores Fama y French, así como un índice modelo (dos metodologías rivales desarrolladas para evaluar la habilidad de los gestores), para ajustar el riesgo de rentabilidades recopiladas en Morningstar, el profesor Clare descubrió que la "prima de las boutique", neta de comisiones, ronda el 1.00% anual en el sector europeo de mediana y pequeña capitalización, y el 0,50% anual en el sector de fondos de mercados emergentes.

El profesor Clare resumía:

*"Los resultados aportan pruebas suficientes como para justificar un mayor análisis de esta parte tan importante de la industria de la gestión de fondos. Los futuros estudios deberían centrarse en los factores que sustentan esa "prima de las boutique", tales como la estructura de propiedad de las gestoras y/o su forma de diseñar la cartera".*

El presidente del Group of Boutique Asset Managers (GBAM), Tim Warrington, afirmaba:

*"Nosotros vemos las gestoras boutique como compañías pequeñas, especializadas y con una fuerte motivación, cuyo objetivo es batir al mercado de forma continua, alineando sus intereses con los de sus partícipes. Por lo tanto, no es sorprendente que el profesor Clare haya encontrado pruebas evidentes que sugieren la existencia de una "prima de boutique" entre las empresas más pequeñas. Dado que la capitalización de esta prima a lo largo del tiempo podría producir importantes beneficios adicionales para los inversores, los asesores y las plataformas de fondos deberían hacer mucho más para mostrar estos beneficios a los inversores de largo plazo".*

**Group of Boutique Asset Managers**

John Morgan, Company Secretary, GBAM Ltd

[www.gbammanagers.com](http://www.gbammanagers.com)