

LA METAMORFOSIS DE UN CLÁSICO (FONDITEL)

O (SE CREEN QUE SOMOS TONTOS)

DIARIO NEGOCIO

Aunque Fonditel es más conocida por la gestión de los fondos de pensiones de Telefónica y de otras grandes compañías —donde maneja en total **3.827 millones de euros**—, el éxito de su estilo de gestión motivó la creación en 2003 de una gestora de fondos de inversión, para atender las necesidades financieras de sus clientes, que se convirtió con rapidez en una referencia dentro de las firmas independientes del sector, con 432 millones de euros en activos bajo gestión.

En 2006 llegó a controlar casi **800 millones**, gracias a los buenos resultados de sus fondos de retorno absoluto que, con nombres como Velociraptor, Albatros y Octopus, consiguieron impactar en los inversores y marcar un cambio de tendencia en la denominación de las instituciones de inversión colectiva.

Pero la crisis también les pasó factura y la gestora entró en un proceso de reorganización, que comenzó hace dos años con la incorporación de Jaime Martínez como director de inversiones y de Fermín Álvarez como consejero delegado en febrero de 2010. Javier González, director de marketing de Fonditel Gestión, reconoce que tuvieron miedo de no saber reaccionar porque no estaban acostumbrados a situaciones complicadas. Pero los resultados de rentabilidad del último año les hacen mostrarse optimistas con los cambios emprendidos.

"No ha cambiado la filosofía, pero sí las personas y los procedimientos. Tuvimos que plantearnos en qué habíamos fallado. Hemos reforzado el equipo de inversiones y mejorado los procedimientos. Y esto nos ha permitido construir unos cimientos más sólidos por si viene otra crisis", asegura Jaime Martínez.

El estilo que caracteriza a Fonditel, según sus responsables, sigue siendo la innovación y la utilización de la inversión alternativa para conseguir mayor rentabilidad en las carteras, sin olvidar la diversificación y la preservación de capital, un objetivo fundamental como gestora de planes de pensiones.

"Nos fijamos en activos de capital riesgo, inmobiliarios y materias primas, que en otros fondos son residuales, pero que han contribuido a la historia de éxito de Fonditel", explica Martínez. "No creemos en el seguimiento de los índices ni en la gestión pasiva. Pensamos que disponer de un amplio abanico donde invertir, enriquece las carteras. Y no tenerlo, las empobrece. No dedicamos casi recursos a la selección de valores, sino que los dedicamos a seleccionar activos".

Jaime Martínez compara la manera de gestionar de Fonditel con la de los endowments o fondos de inversión de las universidades norteamericanas porque "tienen un mayor porcentaje de activos alternativos que solo se pueden permitir los inversores a largo plazo como los fondos de pensiones".

Al estar enfocados en la selección de activos, prefieren tener una gama concentrada de productos con comisiones ajustadas y sin presión comercial por captar activos. Javier González recuerda que Fonditel fue pionera en introducir las comisiones de éxito. "Aparte de la preservación de capital, la orientación al cliente se encuentra en el ADN de la firma. Los inversores quieren la máxima rentabilidad para sus ahorros, pero no son expertos financieros. Parte de nuestro éxito es no hacerles decidir dónde invertir, para eso pagan una comisión, para que nosotros tomemos las decisiones".

Sin presión comercial

Ser una firma independiente de un grupo financiero permite centrarse más en los resultados de rentabilidad de los fondos que en la comercialización continua de novedades para la red

de distribución. "Una de las virtudes de Fonditel es que no hay obsesión por el margen. Tenemos más libertad para dedicarnos a la gestión. Y si conseguimos buenos resultados, los inversores perciben que estamos alineados con sus intereses", subraya.

Los responsables de la gestora reconocen que pertenecer a un grupo como Telefónica ofrece ciertas ventajas, como facilitar el acceso a determinados proveedores y la negociación de servicios, lo que repercute también indirectamente en la rentabilidad, algo que para otras firmas es más complicado. "Los clientes valoran mucho que seamos independientes pero con solidez, porque piensan que si gestionamos los planes de una compañía como Telefónica es porque lo hacemos bien y que lo haremos igual de bien con su dinero", afirma Jaime Martínez.

Esta orientación muy volcada en el cliente es lo que forzó el cambio de rumbo de la gestora hace dos años, con la implantación de un control de riesgos más riguroso. Un proceso que no se percibe a simple vista pero que está dando sus frutos, según los responsables de Fonditel. "Por la exigencia que muestran, es muy satisfactorio volver a ofrecer rentabilidad a nuestros clientes que, aunque se vieron perjudicados por la crisis, mantuvieron su fidelidad", resalta Martínez.

El trabajo en equipo se ha convertido en otra seña de identidad de la firma. "Aquí no hay gestores estrella que actúen por su cuenta. El equipo de gestión está compuesto por 11 profesionales, algunos que son especialistas en deuda, renta variable, inmobiliario, y otros que son responsables de multiactivos, como materias primas, divisas", explica el director de inversiones de Fonditel.

En junio y diciembre se diseñan las grandes líneas maestras que marcarán la estrategia durante los próximos semestres, que luego se van perfilando en las reuniones del comité semanal, donde se analizan más detenidamente los acontecimientos de los mercados y se profundiza en la evolución de algunos activos, aparte de buscar ideas de inversión. "Cada gestor tiene capacidad de decisión, porque la experiencia es muy importante, pero debe de hacerlo en base a unas herramientas que emitan señales de alerta. Y justamente estamos trabajando en implementarlas, porque son vitales para nuestra manera de gestionar", enfatiza Martínez.

Además, cada 15 días uno de los gestores se reúne con el equipo comercial para intercambiar impresiones sobre la evolución de los fondos y la forma en que los clientes lo perciben. "Nos sirve para tener los pies en la tierra", subraya el director de inversiones de Fonditel. Un 'atterrizaje' necesario para no perder de vista la credibilidad ante los inversores, en un momento en que la industria de inversión en general intenta recuperar la confianza, advierte González.