

Nota de Actualidad Número 6-Febrero de 2008

Pronósticos, tormentas y mercados

Adrián Zicari
Profesor en Finanzas
Graduate School of Business
Universidad de Palermo

¿Es posible hacer pronósticos en los mercados? Habitualmente leemos o escuchamos a muchos especialistas que hacen distintas proyecciones acerca del futuro de la macroeconomía: mercados internacionales, mercado local, la bolsa, las distintas alternativas de inversión. Ahora bien, ¿podemos siempre fiarnos de esos pronósticos? ¿no es que a veces no se cumplen?

Mark Twain decía que “pronosticar es difícil, en particular pronosticar el futuro”. Más allá del humor, pronosticar es muy difícil, porque es necesario tener un modelo confiable que nos explique qué podría suceder. Vale decir, suposiciones razonables acerca de cuáles son las causas y cuáles son las consecuencias. Por ejemplo, un incremento de emisión monetaria podría causar un incremento de la inflación. Aún así, una relación causa-consecuencia tan común como ésta puede estar influida por otras causas, que la condicionen o anulen. Por ejemplo, un fuerte incremento en la producción podría moderar o incluso compensar esa presión inflacionaria. ¿Cómo saber cuánto pesa cada causa en el resultado final? Para responder estas preguntas los especialistas preparan modelos matemáticos complejos, de modo que, dados ciertos datos vamos a llegar a ciertos resultados.

¿Esos modelos son infalibles? Ojalá lo fueran. La realidad es demasiado compleja para poder reducirla a un modelo matemático, por completo y sofisticado que éste sea. La realidad rara vez es “monocausal”, el común de las veces es “multicausal”. Un matemático francés del 1700, Pierre Laplace, imaginaba que si supiéramos todas las causas podríamos llegar a predecir todo sin error. Más cerca nuestro, Borges decía que la casualidad es el nombre que los hombres les ponemos a las causalidades que no podemos explicar. Algunas veces entonces, los mejores analistas, usando los mejores datos y los modelos más sofisticados, yerran en sus estimaciones.

Otra explicación, parte de que los pronósticos financieros son muy distintos de los meteorológicos. Más allá de que se tratan de ciencias distintas, hay un aspecto crucial que las distingue: la naturaleza es inanimada y lógicamente no reacciona frente a un pronóstico. En cambio, los mercados están compuestos por personas, que piensan, se entusiasman, se asustan y además, están muy atentos a los pronósticos sobre el mismo mercado.

Esto quiere decir, por ejemplo, que si un reconocido “gurú” da un mensaje optimista, el mercado puede contagiarse de ese optimismo y actuar en consecuencia. Siguiendo con nuestro ejemplo, subiría la bolsa. Esto es lo que se ha llamado la “profecía

autocumplida”, en este caso en su versión positiva. Lógicamente, el mismo “gurú” podría haber dado una apreciación negativa que dispere una caída de precios.

Siguiendo con nuestra comparación climática, luego de se emite un pronóstico de lluvia, las probabilidades de que llueva siguen siendo las mismas que antes. En otras palabras, el error en un pronóstico meteorológico se debe a alguna causa que no se ha tenido en cuenta (o se la ha subestimado), será un error “de Laplace”. En cambio, el error de un pronóstico económico o financiero puede deberse también a que los mercados “se enteraron” del pronóstico y actuaron en consecuencia.

Entonces, los pronósticos financieros nos pueden fallar por dos causas: porque nos equivocamos en los números o porque sencillamente, la gente, que es libre, actuó de un modo que no estaba previsto en nuestros mejores cálculos.

“Publicado en El Cronista Comercial, 20 de febrero de 2008”

Center for Business Research and Studies
Graduate School of Business
Universidad de Palermo

Av. Madero 942, 8° piso
C1106ACV – Buenos Aires, Argentina
Tel. (5411) 5199-1399
www.palermo.edu/gsb

Director:

Daniel Seva
dseva@palermo.edu

Coordinador general de investigación:

Diego Gauna
dgauna@palermo.edu

Finanzas y economía:

Conrado Martinez
cmarti1@palermo.edu

Rubén Ramallo
rramal1@palermo.edu

Marketing:

Gabriel Krell
gkrell@palermo.edu

Management:

Patricio O' Gorman
pogorman@palermo.edu

