

**Fuente:** Expresiones UDLAP

**Fecha:** 04 de agosto, 2017

## Narrativas, números y reflexiones (parte 1 de 2)

**Autor:** Dr. Felipe de Jesús Bello Gómez, Director Académico del Departamento de Banca e Inversiones, UDLAP.

¿Cómo es que una compañía puede valer miles de millones de dólares, cuando en realidad no ha obtenido más que pérdidas? Por ejemplo, durante las ya más de dos décadas de existencia, Amazon apenas ha obtenido beneficios durante los últimos tres trimestres. Ello, sin embargo, no ha sido obstáculo para que actualmente, su valor de mercado supere los 490,000 millones de dólares, lo que le convierte en la cuarta compañía más valiosa del mundo, sólo superada por Apple (780,000 millones), Alphabet (680,000 millones) y Microsoft (570,000 millones). En contraste, la compañía hoy en día más valiosa del mundo que no se dedica a la «nueva economía», Berkshire Hathaway, el conglomerado financiero industrial de Warren Buffett, el cual, durante el último medio siglo no ha hecho otra cosa que crecer y crecer de forma sostenida, con base a los ingentes flujos de efectivo que genera año con año (tan solo el año pasado, generó un flujo de efectivo libre de casi 20,000 millones), apenas alcanza el quinto lugar con una capitalización de mercado de «apenas» 420,000 millones de dólares; cifra muy superior al valor de mercado de ExxonMobil (340,000 millones), el gigante petrolero que otrora fuera la empresa más grande del mundo.

Aswath Damodaran, el prestigiadísimo profesor de valuación de empresas de la Stern Business School de la Universidad de Nueva York, ha publicado recientemente *Narrative and Numbers* (Columbia University Press, 2017) en el que, a partir de una nutrida serie de casos como los ya comentados, nos muestra la enorme influencia que puede tener en la valuación de empresas una buena narrativa, aun a costa de los modelos cuantitativos convencionales, como la valuación por descuento de flujos de efectivo libre.

Para Damodaran, la importancia de una buena narrativa para la valuación de empresas radica en que la forma más adecuada para persuadir a aquellos inversionistas se caracteriza por una forma de razonar más intuitiva y menos reflexiva, como es característico del *Sistema 1* popularizado por Daniel Kahneman (*Pensar Rápido, Pensar Despacio*; Debate, 2012), el afamado psicólogo ganador del Premio Nobel de Economía 2002.

Pero, entonces, ¿cómo podemos saber si como inversionistas somos más adeptos a las narrativas que a los números?

**Tags:** banca, Expresiones UDLAP, UDLAP, Universidad de las América Puebla

**Acerca del autor:** Ingeniero en Sistemas Computacionales, Maestro en Finanzas, Maestro y Doctor en Economía; actualmente está cursando un posgrado en Neurociencias Aplicadas al Marketing, en el ámbito Socio-Político. Con experiencia profesional en el ramo turístico, automotriz y financiero, además del académico, participó como consejero del Grupo Financiero Asemex-Banpais. Es Profesor Titular adscrito al Departamento de Banca e Inversiones de su alma-máter, la Universidad de las Américas, Puebla, donde además de haber diseñado y coordinado la Licenciatura en Banca e Inversiones (2007-2016), imparte asignaturas en las áreas de: Banca Comercial, Banca de Inversión, Banca Privada, Economía Conductual y Economía Gerencial, a nivel posgrado. A partir de Junio del 2017, tiene a su cargo la organización del Departamento de Banca e Inversiones de la Escuela de Negocios y Economía, en su carácter de Coordinador Académico de la Licenciatura en Banca e Inversiones y el Doctorado en Economía. Habiendo realizado inicialmente investigaciones en Inteligencia Artificial, Historia Empresarial y la relación entre la Cultura, la Política y el Desarrollo Económico, recientemente ha concentrado su interés tanto en el Análisis de los Factores Profundos del Desempeño Económico, particularmente en los aspectos Neurobiológicos de la Toma de Decisiones en los contextos financiero-mercantil y económico social, así como su impacto en el desarrollo socio-económico. Habiendo sido Miembro Fundador del Consejo Administrativo de la Universidad de las Américas, Puebla, forma parte del Consejo Consultivo del Centro de Desarrollo, Responsabilidad y Compromiso Social de esa misma institución.