



Jaume Puig. *Director General de GVC Gaesco Gestión*

Os dejamos la entrevista completa que concedió Jaume Puig para [Funds Society](#), donde habla sobre el fondo [GVC Gaesco 300 Places Worldwide y el turismo global](#).

A través del GVC Gaesco 300 Places Worldwide, FI buscan beneficiarse del crecimiento del turismo mundial al calor de una clase media creciente. ¿Qué previsiones tienen en mente para los próximos años?

El **turismo global crece a un ritmo superior al del PIB mundial**, por ello creemos que el fondo GVC Gaesco 300 Places Worldwide, FI va a obtener una rentabilidad superior a largo plazo que la que registren el conjunto de bolsas mundiales. Aunque en corto período de vida del fondo la rentabilidad ha sido muy superior, estimamos que a largo plazo puede ofrecer una rentabilidad anualizada de entre un 10% y un 12%.

¿Qué regiones son las que ofrecen mejores oportunidades en este momento?

Es un **fondo con una visión global del mundo**. De hecho, no está dirigido a capturar el

turismo local, el que efectúan las personas sin salir de su país, sino el **turismo global**, el que se efectúa en otros países del mundo. Desde este punto de vista, lo importante son aquellos lugares que más frecuenta el turista global. Invertimos en las empresas, sean del país que sean, que ofrecen servicios al turista global en aquellos **300 lugares más visitados del mundo**.

El fondo tiene en cuenta las 300 regiones más visitadas del mundo para comenzar con el proceso de inversión. ¿Tienen presencia en todas? ¿Cuántas compañías componen el fondo actualmente?

Más que 300 regiones son 300 lugares, monumentos y conceptos concretos. Puede tratarse tanto de ciudades como Nueva York, París, Roma, Singapur o Dubai, o de zonas delimitadas como puedan ser la Costa Amalfi italiana, el Big Sur en California, o la Great Ocean Road en Australia, de experiencias como la Oktoberfest en Munich o el Cherry Blossom en Japón, entre muchos otros.

Tenemos 45 empresas en la cartera que cubren distintos ámbitos de estos lugares. Desde empresas como **Priceline.com** que mediante sus central de reservas hoteleras B2C, Booking.com, los cubre todos, o empresas como **Visa**, que canalizan el flujo de transacciones monetarias de este turismo global, hasta empresas muy focalizadas como por ejemplo el **Aeropuerto de Venecia**, que opera el aeropuerto Marco Polo, o la empresa de ferrocarriles japonesa Central **Japan Railway** que opera el tramo del Shinkansen, tren bala, entre Tokyo y Kyoto, que todo turista en Japón utiliza, por ejemplo. Tenemos empresas de cruceros como **Carnival**, la mayor del mundo, que opera cruceros tanto en la zona del Caribe, como la del mediterráneo, como en Nueva Zelanda, por ejemplo, cadenas hoteleras como **Hilton, Mandarin, Shangri-la** o **Meliá**, por ejemplo, casas de alquileres de coches como **Sixt**, o empresas de maletas de viaje como **Samsonite**, entre otras muchas.

En cualquier caso **de cada empresa en la que invertimos sabemos a cuantos de los 300 lugares más visitados da servicios**.

El fondo cuenta con sectores relacionados con la actividad turística global, tanto de forma directa (hoteles, aerolíneas, aeropuertos....) como indirecta (a través de compañías que prestan servicios al turista, financiero, tarjetas de pago, lujo..... ¿Cuáles son las que ponderan más en el fondo? ¿Y las que menos?

Los sectores que más ponderan en el fondo son las **centrales de reserva**, tanto B2C como B2B, los **hoteles**, las **líneas aéreas** y los **cruceros**. Los sectores que pesan menos son el de restauración y el de touroperadores.

¿Qué tiene que tener una compañía para incorporarla en la cartera?

Tiene que cumplir con cuatro criterios, los tres primeros son los que utilizamos en todos

nuestros fondos de renta variable, y un cuarto añadido específico para este fondo:

1. En primer lugar, el pertenecer a un **subsector de futuro** con una importante posicionamiento en el mismo.
2. En segundo lugar, una **gerencia con una fuerte visión a largo plazo**, cuya estrategia a unos años vista se imponga al corto plazo.
3. En tercer lugar, tener el **mayor descuento fundamental posible**. Monitorizamos el descuento fundamental del fondo y calculamos el valor fundamental del fondo, entendiendo que el descuento fundamental de hoy va a explicar una parte importante de la rentabilidad futura del fondo.
4. En el caso específico de este fondo, incorporamos un cuarto criterio: **Él número de los 300 lugares en el mundo a la que la empresa esté dando servicio**. A cuantos más lugares de servicio, mejor, aunque tenemos en cuenta también la calidad de los mismos. Por ejemplo, si la empresa prestara servicio a un solo lugar, tendría prioridad el número que este lugar ocupa dentro de los más visitados por los turistas globales.

¿Discriminan por capitalización?

No, **la capitalización bursátil de las empresas no es nunca un criterio de selección en este fondo**. En la cartera coexisten empresas muy grandes, con otras medianas y pequeñas.

Por el contrario, ¿cuándo deciden vender?

La venta depende básicamente de dos factores:

1. En primer lugar, de que **no exista una manifiesta sobrevaloración fundamental**, es decir que la empresa en cuestión, pese a ser de calidad, no cotice fuera del rango máximo de valoración que calculamos.
2. En segundo lugar, **que en la empresa sucedan cambios importantes bien de estrategia empresarial bien de gerencia que dejen a la empresa en una situación peor a nuestro juicio**. Por ejemplo, recientemente la empresa suiza Kuoni anunció una importante reestructuración, abandonando sus actividades de touroperador, que nos ha parecido muy interesante y oportuna.

Tiene una historia corta pero no por eso exenta de rentabilidad. Cerró 2014 con una revalorización de más del 6% y este año ya superan el 20% ¿Se han marcado un objetivo anual? ¿Cuáles son sus previsiones?

Nuestro objetivo es que a largo plazo sean un fondo que proporcione una rentabilidad más

elevada que el que ofrecen el conjunto de bolsas mundiales. Creemos que las perspectivas son buenas dado que el crecimiento económico a nivel mundial, en torno a un 3,5%, es sólido.

Además hay que tener en cuenta, viendo la evolución del turismo global, que **es un turismo que resiste muy bien incluso en contextos económicos mas desfavorables. Para el turista global el turismo es más una necesidad que un lujo.**

¿Qué plazo creen que cubriría correctamente el ciclo de inversión en el fondo?

Es un fondo pensado para inversores con un horizonte temporal de entre 3 y 5 años.

Es un fondo de renta variable internacional, con lo que tiene un riesgo inherente. ¿Cómo controlan la volatilidad del fondo?

Al invertir en prácticamente todo el mundo su riesgo es inferior al de un fondo de renta variable que invierta únicamente en una sola zona geográfica, de la misma manera que por ejemplo la volatilidad de un índice de bolsa mundial, como pueda ser el MSCI World, es más baja que la de un índice local como pueda ser el Eurostoxx-50. **El crecimiento económico del mundo es más estable que el de sus zonas por separado.**

Es un fondo al que tiene acceso cualquier inversor -existen clases de participaciones distintas en función a la cantidad invertida- pero ¿creen que es óptimo para cualquier perfil?

Es óptimo para cualquier inversor en renta variable, le brinda la oportunidad de invertir en un segmento determinado de la economía, el turismo global, que puede proporcionar rentabilidades superiores a la de los índices bursátiles principales a medio plazo. En función de cual sea su perfil debería invertir un porcentaje inferior o superior de su cartera en el fondo.

Puedes encontrar más detalles del fondo en la web de [GVC Gaesco Gestión](#) o llamando al 914 315 606.

Síguenos: