

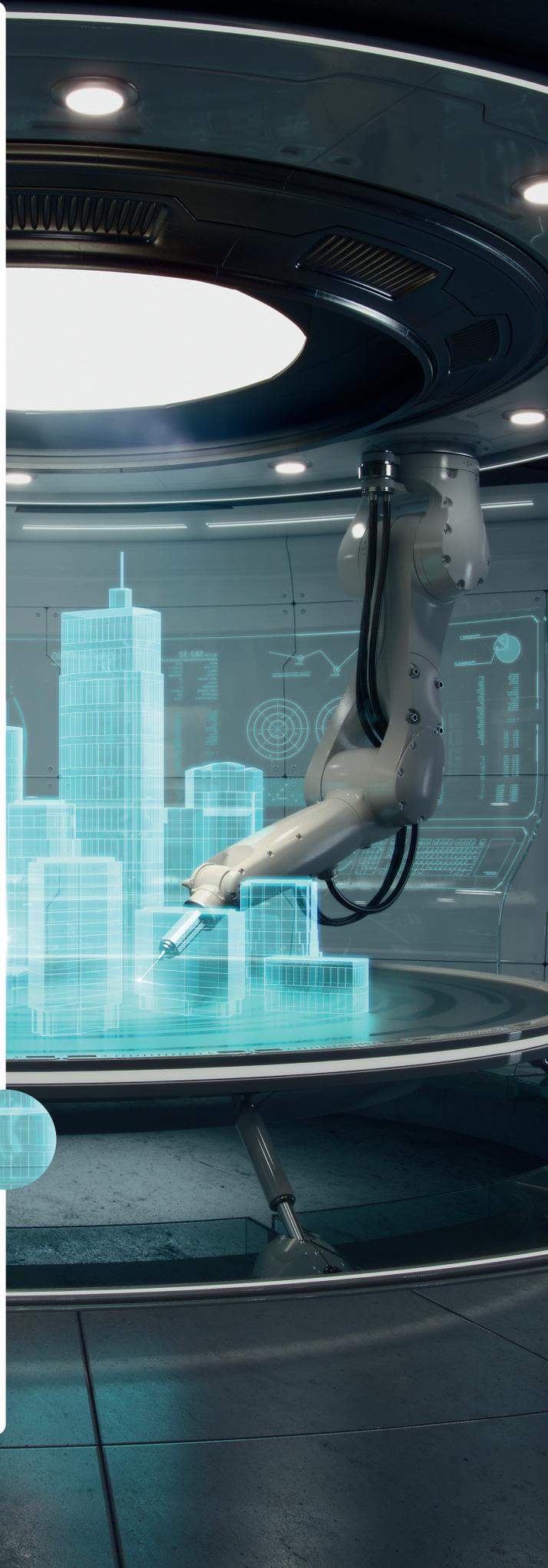
Innovación: fuente de valor

60 seconds with the
fund manager



SEPTIEMBRE 2022

Comunicación de marketing





**Geoffroy
Goenen**



**Antoine
Hamoir**

La innovación es la mejor estrategia corporativa para crear una ventaja competitiva e impulsar la rentabilidad y el crecimiento futuros. En Candriam, Geoffroy Goenen, Head of Fundamental European Equity, y Antoine Hamoir, CFA Senior Fund Manager, afirman que quienes innovan con éxito consiguen ser líderes en la industria, superar a la competencia y mejorar las previsiones financieras.

¿Por qué debería interesarle a un inversor esta estrategia centrada en la innovación?

Desde una perspectiva inversora, la innovación prevalece por delante de la calidad y el servicio, los cuales siguen siendo importantes pero solo como requisitos previos para cualquier negocio.

En el entorno global actual, existe una reducción del ciclo de vida de los productos, una mayor personalización de la demanda y digitalización. Las empresas con más éxito están acometiendo cambios profundos en sus modelos de negocio para enfrentarse a estos retos.

La innovación brinda una ventaja competitiva, impulsa el crecimiento futuro e incrementa la rentabilidad. En nuestra opinión, es la mejor estrategia corporativa para generar rentabilidades a largo plazo. Aquellos que innovan, se colocan a la cabeza de su sector y suelen mejorar las previsiones financieras al ganarle la partida a sus competidores.

Desde el punto de vista del inversor, una cartera diversificada de empresas innovadoras es atractiva porque tiene potencial para generar rentabilidades a lo largo de un ciclo económico.

¿Qué es innovar y cómo se identifica?

Aunque no hay una definición única para innovación, podríamos considerarla como un proceso mediante el cual unas ideas nuevas adquieren valor comercial. La innovación puede revestir distintas formas en función del sector. Hemos identificado tres tipos de innovación común a todos los sectores.

La más evidente es la referida a un producto, ya se trate de un producto nuevo, de un nuevo diseño o de una mejora sustantiva.

Más complicado es identificar la innovación en un proceso, como puede ser el modo en que se suministra un producto o se estructura una empresa. Encontramos un ejemplo en el diseño y producción modulares que hacen posibles menores costes, mayor flexibilidad, mejor calidad y más opciones para los clientes.

La innovación en marketing es aún menos tangible. Innovar en la estrategia de marca o en el posicionamiento de mercado puede implicar cambios en la forma en que se ofrecen productos o servicios.

Las empresas en cartera deben innovar en productos, procesos o marketing. Son innovadoras aquellas que deciden, de forma deliberada, cambiar un mercado, situando una fuerza coordinada de creatividad en el centro de la cultura empresarial. Es decir, la innovación no es competencia única del departamento de I+D, sino que forma parte del ADN de la empresa, desde el órgano directivo a toda la plantilla.

¿Es viable para las empresas innovadoras ser rentables financieramente?

Del “boom” tecnológico de los 90 aprendimos que no innovadoras consiguieron crear modelos de negocio sostenibles. Para evitar estos problemas, utilizamos un proceso de selección de títulos con el objetivo de identificar empresas que cuentan con sólidos fundamentos financieros y extra-financieros además de sus cualidades en materia de innovación.

Llevamos a cabo un análisis extra-financiero con el fin de comprender mejor las oportunidades y los riesgos asociados a los criterios ESG⁽¹⁾. Evaluamos la exposición de las actividades de las empresas con respecto a los grandes temas de sostenibilidad así como la gestión de las partes interesadas. Excluimos a las empresas que no respetan los 10 Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, así como a aquellas empresas cuyas actividades son controvertidas, como el armamento, el tabaco, el carbón térmico y las demás actividades que consideramos no sostenibles.

A continuación analizamos en profundidad cada empresa de este universo en función de cinco criterios fundamentales que combinan el análisis financiero y extra-financiero: la calidad de la gestión, el potencial de crecimiento, el posicionamiento competitivo, el nivel elevado de rentabilidad y el endeudamiento reducido.

Este proceso nos permite en último término reducir el universo⁽²⁾ de inversión en al menos el 20%.

¿En qué sectores encontráis mayor innovación?

Las tendencias innovadoras son más marcadas en algunos sectores. Cualquier estrategia innovadora estará sobre ponderada en el sector químico, sanidad, IT, industria y algunos segmentos del consumo, caracterizados por una I+D relativamente fuerte y cierto éxito en materia de innovación. Por otra parte, el sector financiero, el energético, los servicios públicos y las telecomunicaciones son sectores más uniformes en los que la innovación pasa a un segundo plano frente a economías de escala, liderazgo en costes, normativas y barreras geográficas de entrada.



Invertir en empresas creadoras de valor a partir de la innovación supone algunos sesgos de estilos y características de cartera. La cartera tendrá mayor exposición a mediana capitalización, crecimiento y factores de calidad. Sin embargo, el “active share” y el “tracking error ex-ante” de nuestra cartera muestran que una estrategia de innovación manifiesta diferencias fundamentales con respecto a una estrategia centrada en un índice de referencia.

¿Cómo buscáis empresas innovadoras con fundamentales fuertes?

Estamos convencidos de que la innovación combinada con un buen modelo de negocio genera mayor rentabilidad. Ahora bien, no es nada fácil identificar las fuentes donde reside este potencial de rentabilidad.

Si queremos identificar y medir la innovación, necesitamos un enfoque disciplinado, junto con una evaluación de fundamentales y una buena gestión de cartera. Hay que ser un experto del sector para encontrar el valor real, ya que la innovación de un producto en sectores cíclicos, por ejemplo, es muy diferente de la innovación de un producto en el sector farmacéutico.

Cada uno de los miembros de nuestro equipo ha estado dedicado a un determinado sector durante al menos diez años. Cuentan con una comprensión profunda del perfil financiero de una empresa y de los factores que impulsan su mercado correspondiente, además de las competencias y herramientas para crear modelos financieros propios y estimar el valor intrínseco de la empresa.

(1) El análisis ESG descrito con anterioridad se aplica al menos al 90 % de las inversiones de la estrategia, con exclusión de los depósitos, los fondos líquidos y los instrumentos derivados sobre índices.

(2) Solo tomamos en consideración los sectores que no quedan excluidos por la «Candriam Exclusion Policy» («Política de Exclusión de Candriam»). Se puede consultar este documento en <https://www.candriam.fr/fr/professional/market-insights/sri-publications/>

¿Para qué tipo de inversores es más adecuada esta estrategia?

Esta estrategia basada en la calidad y en la obtención de alfa debería generar un exceso de rentabilidad tanto a medio como a largo plazo. A lo largo de todo un ciclo económico, los inversores deberían esperar una rentabilidad positiva. Nuestro histórico demuestra que podemos diferenciarnos de nuestros competidores dentro del espacio de renta variable europea.

La estrategia está diseñada para resultar atractiva al cliente retail que buscan inversiones de calidad en renta variable a largo plazo y se centran menos en estrategias basadas en un índice de referencia.

Para inversores institucionales, esta estrategia puede añadir valor a una cartera "satélite".

Los principales riesgos de la estrategia son:

- **Riesgo de pérdida de capital**
- **Riesgo de inversiones en ESG**
- **Riesgo vinculado a las acciones**
- **Riesgo de cambio**

Riesgo de inversiones en ESG: Les objectifs extra-financiers présentés dans ce document reposent sur la réalisation d'hypothèses émises par Candriam. Ces hypothèses sont émises selon des modèles de notation ESG propres à Candriam dont la mise en œuvre nécessite l'accès à diverses données quantitatives et qualitatives, en fonction du secteur et des activités exactes d'une entreprise donnée. La disponibilité, la qualité et la fiabilité de ces données peuvent varier, et donc impacter les notes ESG de Candriam. Pour plus d'informations sur le risque d'investissement ESG, veuillez-vous référer aux Transparency Codes ou au prospectus s'il s'agit d'un fonds.



Este documento comercial se ofrece únicamente a título informativo. No constituye una oferta para comprar o vender instrumentos financieros. No se trata tampoco de una recomendación de inversión, ni confirma ningún tipo de transacción, excepto las que se acuerden expresamente. A pesar de que Candriam selecciona cuidadosamente los datos y las fuentes de este documento, no se puede excluir a priori la existencia de algún error u omisión. Candriam no se hace responsable de ninguna pérdida directa o indirecta como resultado del uso de este documento. Los derechos de propiedad intelectual de Candriam se deben respetar en todo momento, no pudiéndose reproducir el contenido del documento sin una autorización previa por escrito. Candriam recomienda a los inversores que consulten, a través de nuestra web www.candriam.com, los datos fundamentales para el inversor, los folletos informativos y cualquier otra información relevante antes de invertir en uno de nuestros fondos, incluido el valor liquidativo neto ("VL" o NAV" en sus siglas en inglés) de los mismos. Esta información está disponible en inglés y en un idioma nacional de cada país donde el fondo está autorizado para su comercialización.