



La estrategia value de A&G mira más allá de la IA: sectores olvidados al alza

Estrategias de Inversión
27/06/2026



En un mercado muy condicionado por unas pocas grandes compañías y por narrativas como la inteligencia artificial, ¿cómo distingue un analista value entre una tendencia estructural con recorrido y una moda que el mercado ya ha descontado en exceso?

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA
DE CONTRIBUYENTES

[Añadir Estrategias de Inversión en Google](#)

En **Paradigm Value Catalyst** no trabajamos en buscar tendencias estructurales o modas. Nuestro valor reside en buscar catalizadores concretos de compañías que pensamos que van a aflorar el valor de la empresa.

Al final, lo importante es la relación que hay entre lo que podemos ganar y lo que podemos perder. Si una acción sube mucho porque el mercado se entusiasma con la narrativa y el catalizador todavía no se ha materializado, pensamos que el valor sí que puede estar bastante en precio y entonces quizás nos da una oportunidad para cerrar la posición. Sin embargo, los mercados son muy volátiles y a veces también ofrecen oportunidades cuando corrigen para entrar o para aumentar la posición.

Paradigma Value Catalyst busca compañías con valoración atractiva y un catalizador claro. ¿Qué tipo de catalizadores estáis encontrando hoy con más frecuencia: cambios de gestión, recompras, operaciones corporativas, mejora de márgenes, desapalancamiento o una simple normalización del sentimiento del mercado?

Uno de los catalizadores que estamos encontrando con más frecuencia es el del aumento de capacidad. En muchos sectores, la demanda está creciendo mucho más rápido que la oferta y las compañías están aumentando su capacidad productiva. Es interesante porque, en esta fase, las compañías sufren a nivel de márgenes y de beneficios por el impulso y la magnitud de la inversión que están experimentando, tanto en OPEX como en CAPEX, y a veces el mercado no termina de reconocer el potencial que tienen.

Sin embargo, **cuando esta capacidad entra en funcionamiento, el catalizador se materializa.** La compañía está mucho mejor posicionada para recoger toda esa demanda y los beneficios se disparan.

Después de un periodo de fuerte rentabilidad del fondo y con el mercado global en máximos o cerca de ellos en varias zonas, ¿es más difícil encontrar compañías infravaloradas? ¿Dónde están apareciendo ahora las oportunidades más interesantes para un inversor paciente?

Diría que no está siendo nada difícil encontrar compañías infravaloradas. De hecho, si miramos la rentabilidad del índice mundial, la mayoría está concentrado en tecnología y en algunas pocas compañías. Encontramos sectores que en el año tienen rentabilidades negativas, como el **sector salud, consumo discrecional o servicios de la comunicación.** Es cuando el mercado se focaliza en un área en concreto que a veces deja un poco despistados a otros sectores, y es donde estamos encontrando oportunidades.

De hecho, **un ejemplo muy interesante es el sector salud, que no solo este año, sino los últimos tres años, acumula una diferencia de**

rentabilidad con el índice mundial de un 30%. Estamos encontrando oportunidades de gran calidad, con crecimientos muy fuertes a valoraciones superatractivas. También en consumo discrecional estamos encontrando catalizadores muy puntuales y muy atractivos en el **sector de lujo.**

La inversión value exige tiempo, pero el inversor particular suele impacientarse cuando una tesis tarda en aflorar. ¿Qué señales os hacen mantener la convicción en una compañía y cuáles os indican que el catalizador previsto puede no materializarse?

Nosotros **seguimos muy de cerca todas nuestras compañías.** Hablamos frecuentemente con los equipos directivos, con competidores y con expertos de la industria para identificar si los proyectos que esperamos que van bien siguen su curso. Si vemos que un catalizador material de la compañía no va a ejecutarse o tarda lo suficiente como para detraer nuestra rentabilidad, entonces cerramos la posición tan rápido como podemos. **Lo importante es ser ágiles.** Somos flexibles y no pasa nada; en el largo plazo, quizás esa compañía corrige y nos da una oportunidad de entrada.

De la misma forma, si el tiempo pasa y el catalizador que se va a materializar está cada vez más cerca, y además ganamos visibilidad, eso muchas veces **nos genera una confianza** para incluso aumentar posición en la compañía.

Se defiende la importancia de entender bien las compañías y no invertir como si fuera un juego o una moda. En un entorno de acceso inmediato a mercados, redes sociales y mucho ruido financiero, ¿qué errores veis más a menudo en los inversores particulares y cómo puede la gestión activa ayudar a evitarlos?

Para mí, **el error más importante es invertir sin entender en lo que estás invirtiendo.** Porque si no lo entiendes, ¿cómo vas a comprar más?, ¿cómo vas a mantener tu posición?, ¿cuándo tienes que vender? Al final,

estás dependiendo de un titular o del precio de la cotización.

Las compañías cambian constantemente: hay cambios regulatorios, hay nuevos competidores, hay innovaciones, y necesitas muchísimo tiempo y muchísimo recurso para realmente estar cerca de cómo las compañías evolucionan. Yo creo que aquí es especialmente importante la gestión activa, porque hay un equipo detrás que está dedicando el 100% de su tiempo en entender cómo estos cambios afectan a la compañía y a la tesis de inversión.

Cuando inviertes en un fondo como Paradigm Value Catalyst, no solo estás invirtiendo en 30 compañías; estás invirtiendo en un equipo que lleva más de 30 años analizando compañías sin tener tan en cuenta tendencias o modas, y realmente poniendo el foco en proyectos de compañías. Al final, esta forma de invertir es la que nos ha permitido generar un 18% de rentabilidad anualizado desde el lanzamiento.