



Eduardo Martínez Abascal

## Claridad en el lenguaje

Uno de los problemas que tenemos los financieros es que cada poco tiempo, inventamos nuevas palabras para referirnos a los mismos o similares productos (o conceptos). Y además en inglés. A veces incluso, estos nombres son un eufemismo de la realidad o, peor, una ocultación de la realidad misma. Pondré dos ejemplos.

Hipoteca "Subprime". "Prime" en inglés quiere decir principal, de primera calidad, óptimo. Por ejemplo, *prime minister* (primer ministro) o *prime time*, la hora de máxima audiencia televisiva. Según esto, una hipoteca "prime" sería la de máxima u óptima calidad. Y por tanto una hipoteca subprime, sería justo la que viene debajo en calidad; algo así como muy buena, pero sin ser la mejor. Pues bien, todos sabemos que en realidad, las hipotecas subprime son de muy, muy mala calidad, algo así como pésimo, o por lo menos muy malo.

Otro ejemplo. "Hedge funds". "Hedge" en inglés significa cobertura ante riesgos. Por tanto un "hedge fund" sería un fondo que cubre sus riesgos y es muy conservador. Pues bien, la realidad es más bien la contraria. Normalmente, los hedge fund suelen ser fondos muy apalancados y por tanto con bastante riesgo.

Esta falta de claridad tiene como consecuencia que el inversor acaba por no entender lo que compra y lo que es peor, a veces el regulador tampoco lo entiende. Y de aquí vienen, en parte, los problemas que el sistema financiero acarrea en estos días.

Creo que el problema de falta de claridad afecta a muchas -¿todas?- las profesiones. A veces es debido al lenguaje muy técnico que usamos. Por ejemplo, un CDO (*colletarized debt obligation*) es difícil de entender; ahora bien, el contrato de 500 páginas que escriben los abogados para describirlo, es mucho más complicado todavía.

A veces el problema está en el uso de palabras que suenan bien pero cuyo significado es etéreo. Por ejemplo, "producto de mayor valor añadido", suele indicar producto más caro, pero ¿es también un producto más valioso para el cliente?... pues a veces sí y a veces no.

Creo que nos iría bien hacer el pacto de ser claros y transparentes (decir la verdad). Recuérdese aquello de que "se puede engañar a uno todas las veces, o a todos una vez, pero no se puede engañar a todos, todas las veces". Y si alguna vez no entendemos algo, lo mejor es preguntar. Y si la respuesta no es clara, pues quizá es mejor no comprar aquello que no entendemos totalmente.

Profesor del IESE

PRESENTA EN LA CAPITAL INGLESA SU CAMPAÑA DE ENCENDIDO DE LUCES

# Madrid estrena su Navidad en Londres

La capital quiere recuperar al turista británico y reforzar su imagen como destino cultural, culinario y de compras.

AMPARO POLO. Londres

La World Travel Market que estos días se celebra en Londres se ha convertido en la feria de turismo más pesimista de los últimos años. Las dudas sobre la situación económica mundial no dejan mucha esperanza al sector del ocio, aunque hay destinos que no tiran la toalla. Uno de ellos es Madrid, que acaba de presentar en Londres su campaña de encendido de luces de Navidad, en un acto donde se unieron moda, gastronomía y cultura.

El evento tuvo lugar en el Museo Victoria & Albert, uno de los más suntuosos de la ciudad, y a él acudieron representantes del mundo turístico, diseñadores, artistas y parte de la población española en Londres, entre ellos, el empresario Alejandro Agag.

Destino

El objetivo es conseguir que el turista británico elija la capital española como destino de sus escapadas, una tendencia que ha ido en aumento en los últimos cinco años. En 2007, cerca de 16 millones de británicos eligieron España para pasar sus vacaciones. De ellos, sólo 270.000 visitaron la capital, una cifra casi simbólica, pero que las instituciones y comerciantes de Madrid (representadas en Londres por la Asociación de Creadores



En la imagen, varios de los asistentes al evento aplauden al cocinero Sergi Arola (a la derecha).

Durante el acto, se unieron moda, gastronomía y cultura

de la Moda y Acotex) quieren afianzar. "El turista británico que llega a Madrid está interesado en la cultura, la gastronomía y las compras, y tiene un poder adquisitivo alto, lo que le convierte en un turista muy interesante para nosotros", señala Miguel Ángel Villanueva, delegado de Economía y Empleo del Ayuntamiento de Madrid.

José Luis Zoreda, presidente del lobby Exceltur, explica que la iniciativa madrileña es "original y puede ayudar a situar Madrid

en el circuito de compras europeo, lo que sería un buen complemento a la parte cultural de la ciudad".

Desde hace un año, la capital ha liberalizado el comercio del centro de la ciudad, que puede abrir sin ningún tipo de restricción horaria todos los días del año. Además, Madrid aprovechará su presencia en Londres para publicitar su candidatura a los Juegos Olímpicos de 2016 y para mostrar el Paseo del Arte como motor del cambio de la ciudad.

| Ciudad    | Máx | Min | Condiciones | Ciudad    | Máx | Min | Condiciones | Ciudad    | Máx | Min | Condiciones | Ciudad   | Máx | Min | Condiciones | Ciudad     | Máx | Min | Condiciones |
|-----------|-----|-----|-------------|-----------|-----|-----|-------------|-----------|-----|-----|-------------|----------|-----|-----|-------------|------------|-----|-----|-------------|
| A Coruña  | 15  | 11  | Nuboso      | Sevilla   | 19  | 10  | Nuboso      | Berlín    | 13  | 5   | Nuboso      | Londres  | 12  | 6   | Nuboso      | Viena      | 11  | 5   | Despejado   |
| Barcelona | 16  | 13  | Lluvioso    | Tenerife  | 25  | 17  | Lluvioso    | Bruselas  | 15  | 11  | Lluvioso    | Moscú    | 9   | 0   | Despejado   | Zurich     | 12  | 4   | Lluvioso    |
| Bilbao    | 14  | 7   | Lluvioso    | Valencia  | 19  | 10  | Nuboso      | Estocolmo | 7   | 2   | Nuboso      | París    | 13  | 9   | Nuboso      | Miami      | 27  | 23  | Nuboso      |
| Madrid    | 12  | 5   | Nuboso      | Zaragoza  | 14  | 7   | Nuboso      | Fráncfort | 12  | 5   | Nuboso      | Praga    | 12  | 4   | Despejado   | Nueva York | 10  | 3   | Despejado   |
| Málaga    | 19  | 10  | Nuboso      | Ámsterdam | 13  | 10  | Lluvioso    | Ginebra   | 13  | 9   | Lluvioso    | Roma     | 19  | 10  | Despejado   | Rabat      | 20  | 12  | Despejado   |
| Mallorca  | 18  | 14  | Lluvioso    | Atenas    | 17  | 10  | Nuboso      | Lisboa    | 19  | 12  | Despejado   | Varsovia | 11  | 3   | Nuboso      | Tokio      | 15  | 11  | Despejado   |

TRANSPORTE DE FONDOS Y GESTIÓN INTEGRAL DE EFECTIVO

# Loomis

91 506 20 40 C/RETAMA, 3, 13ª PLANTA · 28045 MADRID

