



LO MEJOR DE 2 ESTRATEGIAS

Efecto Halloween y Último

Esta estrategia combina 2 anomalías estacionales del mercado de capitales muy simples.

El efecto Último y el efecto Halloween los cuales se han documentado en profundidad en varias publicaciones científicas demostrándose que pueden ser rentables. Además, veremos que la combinación de ambos efectos mejora el resultado.



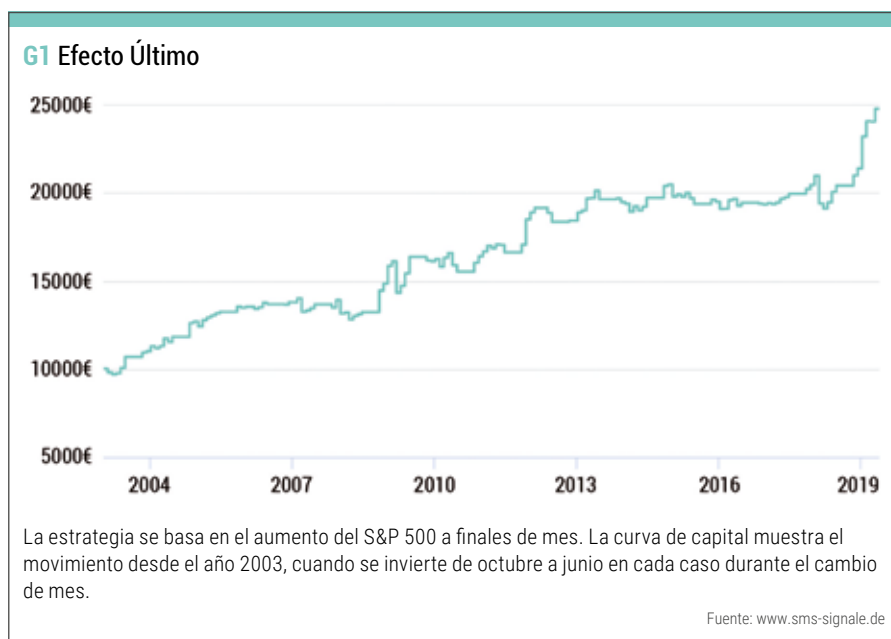
André Stagge

André Stagge ha trabajado como gestor de carteras de inversión durante 10 años, obteniendo más de 500 millones de euros en beneficios para sus clientes. Es distribuidor certificado de Eurex, técnico financiero certificado (CFTe) y analista financiero colegiado (CFA).

www.andre-stagge.de

✉ info@andre-stagge.de

Echemos un vistazo al efecto Halloween. La idea es simple y se mencionó por primera vez en el Financial Times en 1964. Es una extensión del clásico método de vender en mayo y desaparecer, que ha sido ampliamente estudiado. Según el efecto Halloween, las acciones se venderán a finales de abril y se comprarán a principios de noviembre. A pesar del paso del tiempo, esta anomalía del mercado de capitales parece seguir existiendo. El efecto Halloween ofrece a los traders el mismo rendimiento a largo plazo que una inversión de "comprar y mantener", pero con solo la mitad del riesgo. Los estudios científicos demuestran



T1 Métricas

Total de operaciones:	179
Operaciones con ganancia:	135
Operaciones con pérdida:	44
Factor de ganancia:	2,04
Ganancia media por operación:	214 Euro
Pérdida media por operación:	321 Euro
Máx. pérdida:	16,06%
Ratio de ganancia:	75%

La tabla muestra las figuras clave más importantes de la estrategia desde 2003.

Fuente: www.sms-signale.de

que esta anomalía del mercado de capitales es muy robusta. En 36 de los 37 mercados probados, el efecto Halloween generó ganancias. En el caso del mercado de valores británico, las investigaciones se remontan a 1694 y describen el efecto como rentable. Sin embargo, a los académicos les resulta difícil justificarlo porque, en teoría, si los mercados fueran realmente eficientes, tales rendimientos no deberían ser posibles durante tanto tiempo. En realidad, cada vez más participantes del mercado explotarían esta ventaja con lo que en consecuencia el efecto se compensaría con las transacciones resultantes. Sin embargo, como profesionales, sabemos que no todos los participantes del mercado siempre actúan racionalmente y que sus objetivos y motivos pueden ser muy diferentes. Por ejemplo, puede ocurrir que la demanda de acciones se mantenga permanentemente más alta durante los meses de invierno que en verano:

- Las decisiones estratégicas de negocios y de inversión se toman normalmente entre noviembre y abril, y se generan más entradas corporativas durante ese tiempo.
- Los flujos de fondos tienen un mínimo durante los meses de verano y continúan durante los meses de invierno.
- La frecuencia de las noticias es más baja en verano que en invierno (caída del verano).
- La liquidez es menor durante los meses de verano, ya que el número de participantes en el mercado es significativamente menor. Como resultado, los volúmenes de negociación caen y se genera menos interés en acceder a las acciones a la baja.

- Los traders venden algunas de sus acciones para disfrutar de algo especial en vacaciones. Los recursos financieros que no se gastan durante las vacaciones regresan al mercado de valores.

Todos estos factores pueden ayudar a mantener el efecto Halloween funcionando. Como resultado, se aconseja a los traders que mantengan sus acciones durante los meses de invierno y no necesariamente durante el verano. Los beneficios de la estrategia son obvios: es una metodología muy simple con una larga trayectoria y un coste extremadamente bajo cuando se implementa con futuros o ETF (se producen 2 transacciones por mercado al año). Las desventajas para los traders activos se encuentran en el largo período de tenencia, 6 meses. Otro beneficio de la estrategia de Halloween es que puede combinarse fácilmente con otras estrategias, lo que ofrece un enfoque general mejorado.

Efecto Último

La principal estrategia que queremos presentar en este artículo es la del efecto Último, también conocido como el efecto de cambio de mes. De acuerdo con ella, las acciones obtienen rendimientos significativamente más altos durante el cambio del mes que durante el resto del mes o la mitad del mes. También para este efecto existen diferentes enfoques explicativos: la ciencia no es unánime, qué factor desempeña el principal papel en este caso o si es posible que en él afecten otros factores aún no descubiertos. Una explicación fácil de entender es el pago de nóminas, primas de seguro

Los estudios científicos demuestran que esta anomalía del mercado de capitales es muy robusta.

Instantánea de Estrategia

Nombre de la estrategia:	Efecto Halloween y Último
Tipo de estrategia:	Estacional
Horizonte temporal:	Gráfico diario y mensual
Configuración:	A largo de octubre a junio del 26 del mes (si es vacacional: más tarde) al 5 del mes siguiente (si es vacacional: antes)
Entrada:	A precio de cierre o intradía. Por tiempo.
Límite de pérdidas:	No
Toma de beneficios:	No
Límite de pérdidas deslizante:	No
Salida:	Puramente basada en el tiempo
Gestión del riesgo y del dinero:	Conservadora, no se proporcionan límites de pérdidas
Número promedio de señales:	9 por año

particularmente interesante que el efecto de fin de mes sea particularmente fuerte a fines de diciembre.

Implementación de una estrategia combinada

Para implementar la estrategia de Halloween, comprará el S&P 500 a principios de noviembre y mantendrá la posición hasta finales de abril. Durante los 6 meses comprendidos entre mayo y octubre, este enfoque no invierte y se mantiene en efectivo. En la estrategia Última, los futuros se compran el 26 de cada mes. Si este día cae en un día festivo o en un fin de semana, la fecha de compra se desplaza al siguiente día de negociación. La posición se mantiene hasta el final del quinto día del calendario del mes siguiente. Si el quinto día cae en un día festivo o en un fin de semana, la venta se desplaza al día de negociación anterior. Así que aquí estamos invertidos un máximo de 10 días. El semestre de verano es estadísticamente peor, también afecta a la estrategia. Por lo tanto, estadísticamente hablando, es mejor implementar la estrategia solo 9 veces al año, de octubre a junio. Durante los meses de julio, agosto y septiembre,

En el caso del mercado de valores británico, las investigaciones se remontan a 1694 y describen el efecto como rentable.

y planes de ahorro, que generalmente ocurren a final de mes. Esta demanda de acciones eleva en consecuencia al mercado. Además, con frecuencia trimestral se da un movimiento en las compañías de fondos hacia sus cuentas. Similar al efecto Halloween, el efecto Último es un enfoque muy simple que ha estado funcionando durante mucho tiempo y necesita comparativamente pocas transacciones y, por lo tanto, tiene pocos costes. Las desventajas son el bajo tiempo de inversión, tan sólo el 25 % del tiempo, a través del cual podríamos perder grandes movimientos del mercado. Solo por esta razón, ofrecemos la oportunidad de una combinación con el efecto Halloween, por lo que ambas estrategias no tienen límites de pérdidas ni objetivos de salida. Es

ninguna de las acciones debe mantenerse de manera permanente ni vale la pena ejecutarla. A la inversa, un semestre invernal es estadísticamente mejor, los traders pueden considerar una inversión constante en acciones de noviembre a abril en lugar de solo invertir alrededor de los cambios del mes.

Conclusión

El efecto Último podría funcionar todo el año, pero mejora al combinarlo con el efecto Halloween. Con esta combinación, los traders solo deben entrar siguiendo el efecto de cambio mensual de octubre a junio. De esta manera, durante los meses de invierno, sólo consideraremos una inversión continua en acciones de noviembre a abril.