

Renato Paludetto

COME GUADAGNARE IN BORSA CON LA PSICOLOGIA



\$ Soldi/FrancoAngeli

Indice

1. La psicologia applicata alla Borsa	pag. 11
1. Il legame tra psicologia e Borsa	» 11
2. Lo scopo di questo libro	» 12
3. Perché serve conoscere la psicologia degli investitori	» 12
<i>Soluzioni dei test</i>	» 18
2. La Borsa e l'analisi tecnica e fondamentale	» 20
1. Che cos'è la Borsa	» 20
2. Che cos'è l'analisi fondamentale	» 21
3. Che cos'è l'analisi tecnica	» 22
4. L'affinità tra analisi tecnica e cliché psicologici	» 24
3. Doppi massimi e doppi minimi	» 26
<i>Test</i>	» 26
1. Il doppio massimo	» 26
1.1. Le ragioni psicologiche	» 27
2. Il triplo massimo	» 29
3. Il doppio minimo	» 31
3.1. Le ragioni psicologiche	» 33
4. Il triplo minimo	» 35
<i>Soluzione del test</i>	» 36

Copyright © 1999 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy

Edizione	Anno
2 ^a 3 ^a 4 ^a 5 ^a 6 ^a 7 ^a	2000 2001 2002 2003 2004 2005 2006 2007

È vietata la riproduzione, anche parziale o ad uso interno o didattico, con qualsiasi mezzo effettuata, compresa la fotocopia, non autorizzata. Per legge la fotocopia è lecita solo per uso personale purché non danneggi l'autore. Ogni fotocopia che eviti l'acquisto di un libro è illecita ed è punita con una sanzione penale (art. 171 legge n. 633/41). Chi fotocopia un libro, chi mette a disposizione i mezzi per fotocopiare, chi comunque favorisce questa pratica commette un furto e opera ai danni della cultura.
Stampa: Tipomozza, via Merano 18, Milano.

I lettori che desiderano essere informati sulle novità pubblicate dalla nostra casa editrice possono scrivere, inviando il loro indirizzo a: "FrancoAngeli, viale Monza 106, 20127 Milano" (e.mail: fangeli@tin.it) o consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it ordinando poi i volumi desiderati alla loro libreria preferita.

4. I tagli orizzontali e i tagli obliqui	pag.	37
<i>Test</i>	»	37
1. Che cos'è un taglio orizzontale	»	38
1.1. Come si utilizza?	»	38
1.2. Le ragioni psicologiche	»	40
2. Il taglio obliquo e le sue differenze	»	42
2.1. Le ragioni psicologiche	»	42
2.2. Esempi di tagli obliqui	»	45
<i>Soluzione del test</i>	»	45
5. Le medie mobili e la psicologia del trend	»	46
<i>Test</i>	»	46
1. Il concetto di media mobile	»	46
2. Le diverse medie mobili e la media ottimale	»	51
2.1. Le ragioni psicologiche	»	51
3. Il concetto di trend primario e secondario	»	53
3.1. Le ragioni psicologiche	»	55
<i>Soluzione del test</i>	»	56
6. I rettangoli e la zona franca	»	57
<i>Test</i>	»	57
1. Come nascono i rettangoli	»	58
2. La "zona franca"	»	60
3. Possibili sviluppi dei rettangoli	»	62
3.1. Le ragioni psicologiche	»	65
<i>Soluzione del test</i>	»	66
7. I triangoli e la lotta psicologica	»	67
<i>Test</i>	»	67
1. Come si forma un triangolo	»	68
2. Le difficoltà operative ed intuitive	»	72
2.1. Le ragioni psicologiche	»	73
3. Possibili sviluppi dei triangoli	»	75
<i>Soluzione del test</i>	»	76

8. Il testa e spalle	pag.	78
<i>Test</i>	»	78
1. Come nasce un testa e spalle	»	78
2. L'importanza della <i>neck-line</i>	»	80
2.1. Le ragioni psicologiche	»	82
3. Evoluzioni del testa e spalle	»	83
<i>Soluzione del test</i>	»	83
9. Il gap. Quando serve il sangue freddo	»	85
<i>Test</i>	»	85
1. Che cos'è un gap	»	86
2. Apertura e chiusura di un gap	»	87
3. Quando serve il sangue freddo	»	90
<i>Soluzione del test</i>	»	93
10. Euforia contagiosa e <i>panic selling</i>	»	94
<i>Test</i>	»	94
1. Il <i>panic selling</i>	»	94
2. Casi di <i>panic selling</i>	»	95
3. L'euforia contagiosa	»	96
4. Italia, I e III trimestre 1998	»	97
<i>Soluzione del test</i>	»	99
11. La magica regola dello <i>stop-loss</i>	»	100
1. Il caso dei cinque investimenti	»	100
2. L'utilità dello <i>stop-loss</i> contro l'istinto	»	102
12. Investitori diversi, psicologie diverse	»	105
<i>Test</i>	»	105
1. La psicologia del "parco buoi"	»	106
2. La freddezza degli investitori istituzionali	»	106
3. Come capire quando e chi sta sul mercato	»	107
4. Mai mettersi contro la psicologia di mercato dominante	»	110
<i>Soluzione del test</i>	»	111

Glossario	pag. 113
Saggezza di Borsa in pillole	» 120
Bibliografia	» 121
Appendice - Siti Internet dove è possibile reperire i grafici	» 123

“Quando giochi a poker non guardare gli occhi del tuo avversario, ma la sua fronte.”

Ignoto

1. La psicologia applicata alla Borsa

1. Il legame tra psicologia e Borsa

Il legame che esiste tra il mondo della psicologia e l'altro mondo altrettanto affascinante della Borsa è più stretto di quanto si possa immaginare, e si chiama uomo!

Come la gran parte di voi già ha potuto sperimentare per esperienza personale o in maniera indiretta, le leggi economiche che regolano l'acquisto e la vendita di un bene sono spesso e volentieri infrante da impulsi altrettanto forti dell'animo umano, il quale per definizione è razionale ed irrazionale allo stesso tempo: pensiamo a quante volte ammalati dalle splendide e luccicanti vetrine abbiamo acquistato oggetti che al momento ci sembravano utili e persino irrinunciabili, e che poi a distanza di tempo, e in luoghi meno sfarzosi, abbiamo scoperto essere superflui per non dire inutili!!

In Borsa, le meravigliose ed accattivanti vetrine non ci sono, ma ad operare troveremo sempre e comunque uomini che, per quanto scaltri e navigati possano essere, e per quanto scrupolo adottino nel seguire le regole di costruzione e di difesa di un portafoglio, sono pur sempre uomini!

2. Lo scopo di questo libro

L'obiettivo di questo libro è di spiegare in maniera semplice ed accessibile a tutti, quei meccanismi che a volte scattano nella psicologia di ciascuno e le condizioni necessarie che si devono creare al fine di permettere tali automatismi, il tutto agganciato all'analisi tecnica quale *trait d'union* tra il modo di operare di molti investitori, e la psicologia che potremo definire collettiva. Questa trattazione risulta sicuramente utile sia a coloro che hanno già masticato i concetti fondamentali dell'analisi tecnica, sia a coloro che per la prima volta si avvicinano a questo pianeta sconosciuto, rendendolo ad entrambi più familiare e sicuramente più accettabile, in quanto riesce a spiegare in maniera logica e condivisibile certe assunzioni che prima venivano seguite un po' per partito preso. Ad ogni modo prima di iniziare, nel capitolo 2 si potrà trovare una breve spiegazione di che cosa sia la Borsa, l'analisi fondamentale e l'analisi tecnica, invitando i lettori già introdotti in questi argomenti, a passare direttamente al capitolo 3.

3. Perché serve conoscere la psicologia degli investitori

È importante conoscere la psicologia degli investitori e di se stessi, in quanto gran parte delle operazioni che la gente comune (e non solo) compie in borsa, viene influenzata dallo stato d'animo, dalle sensazioni, dalla paura, dalle emozioni, che sono soltanto individuali, e influenzate dalla situazione contingente, nonché dalla propria storia ed esperienza personale. Se poi alcuni di questi elementi sono comuni a molti e quindi condivisi, ecco che un sentimento personale può diventare un "sentimento" di mercato (o *sentiment*), in grado d'influenzare i movimenti di un'azione o dell'intera Borsa.

Provate a chiedere a tutti coloro che sono stati scottati dal crack dei mercati finanziari del lunedì nero dell'ottobre 1987,

cosa pensano della Borsa e come hanno reagito in quella occasione e negli anni successivi: sicuramente vi racconteranno di aver preso una grande paura, e di essere rimasti dentro un bel pezzo per riprendersi i propri soldi, e di non volerne più sapere.

Ma chi è entrato il giorno dopo, martedì, la pensa in tutt'altro modo!

Il ragionamento che fa una persona che sta guadagnando è diverso da quello che fa chi si trova in pareggio dopo un rialzo e un successivo ribasso, ed è diverso ancora da quello di chi è andato ben in perdita, magari subito dopo l'entrata.

Vediamo i diversi casi e proviamo a saggiare subito la vostra indole speculativa! (Soluzioni a fine capitolo.)

Test 1: Due settimane fa avete comperato 1.000 azioni Eni a 10.000. In una settimana le azioni sono salite a 10.850, poi in questa a 11.400. Oggi sono scese a 11.000 (fig. 1). Cosa fate?

- A) Nulla, le tenete.
- B) Le vendete e portate a casa il guadagno.
- C) Ne comperate ancora, perché ora sono un po' scese e il titolo vi piace.

Test 2: Due settimane fa avete comperato 5.000 azioni Aem a 2.020. La prima settimana sono salite fino a 2.100, poi dopo

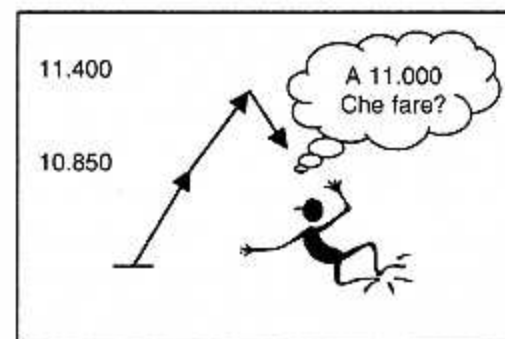


Fig. 1

