

## Srdeční investice: chtěl boty, ale koupil akcie výrobce, a vydělal

Původně si chtěl český investor Jan Pravda koupit jen boty. Nakonec ale vedla jeho návštěva obuvnictví ke koupi akcií. Boty polského výrobce obuvi NG2 se mu sice osobně nelíbily, měl ale pocit, že by u zákazníků mohly uspět. "Stály jen 1500 korun, ale vypadaly mnohem dražší, byly navíc hodně praktické," vzpomíná spolujitel investičního fondu Sanning Capital. Na akciích společnosti NG2 podle svých slov skutečně vydělal. Kolik, to říci nechce. "Když se vám nějaký produkt jako zákazníkovi líbí nebo odhadujete, že se lidem bude líbit, tak je to lepší ukazatel než složité propočty ohodnocení akcií, které stejně vycházejí jen z minulých výsledků firmy a pro její budoucí vývoj vůbec nemusí být směrodatné," říká Pravda.

Podle analytiků oslovených HN je mezi investory řada těch, kteří se při výběru akcií řídí intuicí i tím, jestli mají firmu v oblíbenosti. "Domnívám se, že většina investorů si aspoň jednou za život koupila tu 'svoji' oblíbenou akcii. Příkladem mohou být firmy se silnou značkou, příběhem, který za společností stojí, se kterým se může investor ztotožnit. Klasickým příkladem může být firma Apple, Google, McDonald's nebo nedávné IPO akcií Facebooku," říká například analytik Fio banky David Brzek.

V Česku však zatím na burze takových firem příliš není. Podle analytiků mají takový potenciál "srdečních akcií" například akcie pivovarů nebo fotbalových klubů. "Pokud jde o české firmy, kultovní a investory vyhledávanou akcií by mohla být například Kofola, Student Agency nebo Avast," říká Pravda.

Někteří analytici nicméně varují. "Do výběru investice emoce nepatří. Pokud investor přesto 'podlehne' a rozhodne se takovou akcií nakoupit, nikdy by neměl riskovat více než 3 až 5 procent portfolia," říká makléř Patria Direct Petr Žabža.

Většina investorů si někdy koupila tu "svoji" oblíbenou akcii.

David Brzek  
analytik Fio banky