

Copyright © 2015, Brett Steenbarger. All rights reserved.  
Publicată de John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.  
Publicată simultan în Canada.

Pentru ediția în limba română:

- I. George Chiriță (trad. și note) / email: [chirita.george85@yahoo.com](mailto:chirita.george85@yahoo.com)  
II. Cosmin Maricari (corectură și redactare) / email: [cosminmaricari@gmail.com](mailto:cosminmaricari@gmail.com)  
III. Daniel-Vasile Șes (redactor-șef) / email: [office@iblock.ro](mailto:office@iblock.ro)  
IV. Felicia Drăgușin (DTP) / email: [felixiulia@gmail.com](mailto:felixiulia@gmail.com)  
V. Daniel-Vasile Șes (design copertă) / email: [office@iblock.ro](mailto:office@iblock.ro)

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

STEENBARGER, BRETT N.

**Psihologia tradingului 2.0 : de la cele mai bune practici la cele mai bune procese** / dr. Brett N. Steenbarger ; trad. din lb. engleză de George Chiriță. - Rădești : iBlock.ro, 2026

Conține bibliografie

ISBN 978-630-6762-79-8

I. Chiriță, George

159.9

# PSIHOLOGIA TRADINGULUI 2.0

**De la cele mai bune practici  
la cele mai bune procese**

**de Dr. Brett N. Steenbarger**

**Traducere din limba engleză de George Chiriță**

iBlock.ro

Rădești, 2026

## CUPRINS

|                                                                             |     |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----|
| Epigraf                                                                     | vi  |
| Prefață                                                                     | vii |
| Introducere                                                                 | xi  |
| Preludiu                                                                    | xv  |
| Cel mai bun proces nr. 1: adaptarea la schimbare                            | 1   |
| Cel mai bun proces nr. 2: dezvoltarea pe puncte forte                       | 116 |
| Cel mai bun proces nr. 3: cultivarea creativității                          | 239 |
| Cel mai bun proces nr. 4: dezvoltarea și integrarea celor mai bune practici | 332 |
| Rezumat                                                                     | 490 |
| Concluzie: de la cele mai bune practici la cele mai bune procese            | 491 |
| Epilog                                                                      | 494 |
| Referințe                                                                   | 496 |
| Despre autor                                                                | 501 |

Cea mai importantă analiză pe care o poți face nu este una a literaturii de specialitate, ci una a ta. Dacă îți analizezi cele mai bune tranzacții la microscop, vei iniția astfel propria analiză și sunt șanse mari să observi cum te adaptezi cel mai bine la schimbare, cum înovezi, cum rămâi productiv și cum te controlezi cel mai bine. Ne este greu să ne dăm seama – mai ales în perioadele de pierdere – că, uneori, în anumite privințe, suntem deja traderii care sperăm să devenim. Sarcina noastră, atât pe piețe, cât și în viață, este să descoperim practicile și procesele care ne permit să exploatăm consecvent ceea ce este mai bun în noi.

Foarte puține provocări sunt la fel de nobile sau de satisfăcătoare ca aceea de a deveni pe deplin cea mai bună versiune a ta. Să înceapă odiseea!

Brett Steenbarger

## PRELUDIU

Nu mai știu cu siguranță când am început să mă concentrez asupra faptului că timpul este un eveniment. Există multe evenimente care ne ajută să definim timpul, de la rotația zilnică a Pământului la radiația emisă de atomii de cesiu. Marcăm timpul cu evenimente precum zile de naștere și aniversări; ne gândim la un an împărțit în anotimpuri și sărbători. Trezirea, masa, mersul la serviciu, întoarcerea acasă, vacanțele – trăim viața pe axa timpului punctată de evenimente.

Să zicem c-aș fi un sportiv și nivelul meu de energie ar depinde de momentul și modul în care mă antrenez și concurez. Uneori mă antrenez zilnic, alteori îmi iau o zi liberă, uneori mă antrenez foarte intens, alteori mai puțin intens. Dacă aș face un grafic al nivelului meu de energie în timp, aș observa creșteri și scăderi neregulate – aparent fără niciun tipar. Dar să presupunem că aș defini timpul în termeni de evenimente de performanță. Brusc, am avea un nou grafic – o nouă axă  $x$  – și regularitățile ar deveni evidente.

Este 10 noiembrie 2014. Sunt în bucătăria mea, așezat la blatul din centru, însoțit de cea mai tânără dintre cele patru pisici pe care le-am salvat, Mia Bella. Tocmai am terminat de revizuit graficele pieței, eliminând timpul din axele  $x$  și înlocuindu-l cu un ceas de evenimente. Examinând piețele din trecut, găsesc regularități izbitoare – unele pe care nu le-am mai văzut niciodată. În scurt timp voi vedea dacă aceste regularități oferă informații pe care să le pot aplica în timp real.

Am avut idei interesante despre piață în trecut. Aceasta pare însă diferită. Este ca și cum ai deschide o cușcă pentru animale transportată dintr-un adăpost rural din Kentucky, unde se ucid multe animale, ai lua în brațe un pisoi moale, gri, care toarce și ai ști că acesta este cel pe care-l vei lua acasă cu tine.

Cineva din zona în care se depozitează lăzile a observat-o pe Mia agățându-se de umărul meu și a comentat: „Te-a ales”. Așa se întâmplă cu toate lucrurile importante, fie că sunt parteneri de viață, vocații profesionale sau idei care schimbă paradigma: *ele te aleg pe tine*.

Dar trebuie să fii pregătit să fii ales...

## CAPITOLUL 1

## Cel mai bun proces nr. 1: adaptarea la schimbare

*Nu specia cea mai puternică supraviețuiește, nici cea mai inteligentă. Ci aceea care se adaptează cel mai bine la schimbare.*

Charles Darwin

### ■ Restaurantul lui Emil

Emil este un bucătar care a cumpărat un restaurant într-o suburbie prosperă. Restaurantul nu a fost profitabil în ultimii ani, în ciuda faptului că avea un meniu variat, un proprietar prietenos și o reputație bună în comunitate. Cuplurile tinere care s-au mutat în suburbii datorită sistemului de învățământ public superior, magazinelor convenabile și ratei scăzute a criminalității doreau altceva decât un restaurant tradițional, cu servire la masă. Ei doreau un pic din viața de oraș: un loc plin de viață unde să mănânce, să bea, să se întâlnească cu prietenii și să socializeze. Vechiul restaurant era pur și simplu... prea... vechi... iar proprietarul nu putea ține pasul cu schimbarea gusturilor clienților. Așa că a vândut localul lui Emil.

Emil a vorbit cu noii rezidenți mutați în zonă pentru a afla mai multe despre ceea ce își doreau de la un restaurant. Astfel a auzit că își doreau „prospețime”: mâncare proaspătă, un aspect proaspăt, muzică proaspătă. Le-a cerut să numească câteva dintre localurile lor preferate din oraș, apoi le-a vizitat. Acolo a văzut zone mari de bar cu mese lungi, astfel încât oamenii să poată socializa cu ușurință și să-și poată împărți cu prietenii „farfuriile mici”. Puțini oameni din aceste localuri se așezau la masă pentru a servi feluri principale mari și mese cu mai multe feluri. Mai degrabă, era vorba de a gusta, a bea și a socializa cu oamenii într-un mediu dinamic.

Emil a acceptat faptul că piața se schimbase. Ceea ce atrăgea înainte clienții nu-i mai atrăgea și acum. O parte din ce în ce mai mare a populației care servea mese în oraș dorea o experiență socială, nu doar o masă liniștită și bine pregătită. Le plăcea să se plimbe de colo-colo și să încerce diferite feluri de mâncare, nu să stea jos și să se delecteze cu un singur fel principal. Băuturile creative și muzica contemporană săltărească erau o parte importantă a experienței. Noii clienți doreau mai mult decât muzica de fundal obișnuită și oferta tradițională de băuturi. Le plăceau sunetele electronice vesele, băuturile mixte inventive, berile artisanale, băuturile răcoritoare exotice și o selecție largă de vinuri unice de la podgorii de calitate.

Așa că Emil a reconstruit afacerea. În locul meselor și scaunelor grele din lemn, a cumpărat scaune modulare, colorate, care puteau fi aranjate și rearanjate rapid pentru a crea o varietate de medii, de la bar deschis la local de servit gustări și apoi la local de servit masă. Au dispărut tablourile tradiționale de pe pereți, înlocuite de lumini difuze care luminau lemnul exotic, piatra și blocurile de sticlă. Videoclipuri muzicale moderne erau redade pe ecrane mari, de înaltă definiție, amplificate de un sistem de sunet de înaltă calitate. Un site web nou, un feed pe Twitter și o pagină de Facebook îi informau pe clienți despre mâncărurile zilei. O serie de fotografii cu mâncărurile servite era încărcată în fiecare zi pe Instagram și conectată la alte rețele sociale.

Totuși, acestea nu erau schimbările radicale ale lui Emil. El a decis să nu schimbe meniul vechiului restaurant, ci să renunțe complet la meniuri. În locul meniului tradițional fix, completat cu câteva „specialități ale zilei”, Emil s-a angajat să prepare fiecare fel de mâncare

proaspăt în fiecare zi, pe baza ingredientelor pe care le putea procura în dimineața respectivă de la piețele locale. Dacă Emil și personalul găseau pește proaspăt de calitate superioară, bucăți excelente de carne de vită maturată și diverse fructe și ierburi locale, felurile de mâncare ale serii includeau combinații din aceste ingrediente. În fiecare zi, el și echipa sa din bucătărie creau un meniu complet nou. Sloganul de sub logoul restaurantului spunea totuși: „Un restaurant diferit în fiecare zi”.

Eliberat de constrângerile unui meniu, Emil le-a permis clienților săi să comande de pe tablete distribuite de personalul de servire. Acum, clienții puteau citi descrieri detaliate ale fiecărui fel de mâncare și ale ingredientelor sale, puteau introduce comenzile electronice și le puteau trimite imediat în bucătărie. Tabletele erau pe masa lor, disponibile tot timpul, astfel încât clienții puteau comanda băuturi proaspete și chiar împărtăși comentarii despre ceea ce le-a plăcut cel mai mult și cel mai puțin. Aceste comentarii i-au ajutat pe clienții care urmau să vină acolo să-și facă alegerile. Clienților le plăcea în mod special să citească sugestii pentru combinarea mâncărurilor și băuturilor. Pe măsură ce baza de comentarii a crescut, sistemul de comenzi a devenit un fel de site de socializare intern, unde ideile culinare erau colectate și clienții obișnuiți și-au construit reputații pentru recenziile lor despre mâncare și băuturi.

Atuul cel mai puternic al sistemului de comenzi era că îi crea o bază de date lui Emil. În timp, el a învățat ce le plăcea și ce nu le plăcea clienților. A descoperit că bărbații mai tineri preferau combinații de băuturi/mâncăruri diferite față de femeile de aproximativ 35 de ani. A învățat cum cuplurile comandau feluri de mâncare diferite față de clienții singuri; a descoperit că descrierile și imaginile mâncărurilor influențau foarte mult popularitatea acestora. Clienții de sex feminin preferau preparatele din carne de pasăre și pește în locul celor din carne roșie; clienții mai în vârstă căutau mese liniștite și mese cu mai multe feluri; clienții care comandau cele mai multe băuturi mixte erau și cei care comandau cele mai multe băuturi speciale pe bază de cafea. Treptat, baza de date l-a ajutat pe Emil să înțeleagă ce feluri de mâncare să scoată în evidență și pe care să le elimine. El a creat o experiență diferită în restaurant în serile de weekend față de după-amiezele din timpul săptămânii: mâncare diferită, amenajare diferită și muzică

diferită. Având la dispoziție date continue de la clienți, s-a adaptat rapid la schimbarea gusturilor.

Iar clienții? Le plăceau muzica ritmată, decorul modern și curat și aplicația „cool” pentru comenzi. Site-ul web a câștigat trafic; numărul de urmăritori pe Twitter și de prieteni pe Facebook a explodat: restaurantul lui Emil era în centrul atenției. Au existat și greutăți? Desigur. Un client a scăpat tableta și a spart ecranul. Acest lucru a dus la introducerea unor dispozitive de protecție noi pentru fiecare „meniu”. Câțiva clienți în stare de ebrietate au scris comentarii nepotrivite în recenziile lor, așa că Emil a instituit o monitorizare mai strictă a acestor comentarii. Câțiva clienți mai în vârstă, derutați de noul instrument electronic de pe masa lor, au avut nevoie de instrucțiuni privind modul de utilizare a tabletei. Acest lucru a dus la afișarea unor instrucțiuni simple, pas cu pas, pe panouri amplasate pe mesele din restaurant. Fiecare problemă a dus la o soluție și fiecare soluție i-a oferit lui Emil ocazia de a le arăta clienților că îi pasă.

Cel mai bun lucru a fost că Emil a putut angaja personal de bucătărie și chelneri de calitate superioară, deoarece oamenii doreau să facă parte din această afacere de generație nouă. El a anunțat bonusuri considerabile pentru membrii personalului care generau idei unice implementate în restaurant. Un chelner a sugerat că aplicația ar putea prelua și cererile muzicale ale oamenilor, astfel încât personalul să poată reda melodiile preferate ale clienților cât timp serveau masa acolo. Un bucătar junior a sugerat în plus arhivarea tuturor alegerilor muzicale, astfel încât baza de date să includă selecțiile muzicale ale clienților care au completat un profil. Apoi, când fiecare client făcea o rezervare pentru cină, melodiile sale preferate erau adăugate automat la lista de melodii din seara respectivă.

Emil a înțeles că adaptarea la piețele în schimbare înseamnă să fii dispus să te schimbi pe tine și să schimbi ceea ce faci. Noul restaurant a incorporat noi practici (redarea melodiilor preferate ale clienților), dar și noi procese (comenzi electronice bazate pe crowdsourcing). Prin recreionarea dimensiunilor sociale ale mesei, Emil a creat experiențe cu adevărat noi pentru clienți și un „avantaj” distinctiv pe piață. Datorită unei baze de date detaliate care urmărea comenzile și preferințele, el s-a asigurat că, în termenii lui Darwin, era „cel mai adaptabil la schimbare”.

Emil a putut realiza acest lucru doar acceptând schimbarea. „Un restaurant diferit în fiecare zi” a devenit atât o provocare, cât și o misiune. A rămâne inovator – niciodată static – a fost cheia succesului. În loc să structureze restaurantul așa cum dorea, Emil a lăsat clienții să definească experiența. Mottoul său nu era „Dacă îl construiești, vor veni”. Mai degrabă, el a descoperit ce îi făcea pe oameni să vină și și-a construit restaurantul în funcție de acest lucru.

## ■ Cel mai mare obstacol în calea adaptării

Ai înțeles deja relevanța restaurantului lui Emil pentru tranzacționarea pe piețele financiare. Ca traderi, avem idei despre cum să generăm profituri din piețe. Unele dintre aceste idei exploatează tendințele macroeconomice sau fundamentele companiilor. Altele se inspiră din modele tehnice sau din relații testate cu atenție între predictorii și rezultatele pieței. *Însă rareori participanții la piață dezvoltă procese explicite pentru adaptarea la piețele în schimbare.* În acest sens, suntem ca bucătarii care cred că, dacă continuăm să pregătim mâncăruri bune, clienții vor sta mereu la coadă la ușile noastre. Eșecul de a se adapta la piețele în schimbare se manifestă în spectacole triste și lipsite de sens: administratorii de portofolii urmăresc idei macroeconomice pe piețe dominate de efectele poziționării și sentimentului pe piață; traderii axați pe inerție pariază pe breakouturi pe piețe cu volatilitate redusă și limitate; administratorii de fonduri adaugă riscuri la portofoliile „diversificate”, chiar și atunci când corelațiile și volatilitățile cresc.

În fiecare dintre aceste cazuri, rezultatul este frustrarea și posibila interferență emoțională cu luarea deciziilor pe viitor. *Cauza principală a frustrării este însă logică, nu psihologică:* este consecința naturală a eșecului de a se adapta la o lume în schimbare. Proprietarul restaurantului care i-a vândut lui Emil era probabil frustrat de afacere, dar nu acesta este motivul pentru care succesul l-a ocolit. Era un proprietar bun de restaurant; făcea ceea ce îi făcea fericiți pe clienți. Din păcate, a continuat să facă acest lucru mult timp după ce un nou tip de client a intrat pe scenă.

Desigur, există traderi care au probleme de disciplină și un slab control al impulsurilor. Există, de asemenea, traderi care manifestă conflicte emoționale nerezolvate pe piețe, cu rezultate tragice previzibile. Dar administratorii de fonduri de succes nu se transformă brusc în isterici care-și pierd mințile. Când vedem profesioniști maturi care acționează din frustrare – ca proprietarul restaurantului – gata să renunțe la afacere, există o mare probabilitate ca aceasta să fie o eșec al evoluției, nu doar un eșec al psihicului.

### Ideea esențială

Perturbările emoționale ale tranzacționării oferă informații, semnalând adesea necesitatea de adaptare la piețele în schimbare.

Deci, de ce nu se adaptează profesioniștii inteligenți și de succes? De ce nu acceptăm schimbarea și provocările stimulante ale reînnoirii cum a făcut-o Emil? De prea multe ori, răspunsul este egoul: odată ce ne atașăm de o anumită realitate, devine dificil să acceptăm alta.

Fostul proprietar al restaurantului credea în meniul său. Era pasionat de gătit și de serviciile oferite clienților. Și această credință pasională i-a distrus afacerea. A devenit atât de atașat de modelul său de afaceri, încât nu a putut construi o alternativă. Nu voia să devină un restaurant diferit în fiecare zi. Voia ca clienții să vină în număr mare la restaurantul pe care el îl considera cel mai bun.

Aici se află o dilemă considerabilă. Antreprenorii au nevoie de o credință profundă și constantă în afacerile lor pentru a face față procesului dificil de punere pe picioare a unei afaceri. Această credință este cea care consolidează cultura unei companii și atrage talente dedicate misiunii firmei. Aceeași credință, însă, ne poate și întemnița. Devine dificil să acceptăm schimbarea atunci când inima și sufletul ne sunt dedicate într-un totuț lucrului pe care încercăm să îl facem. Ironia este că, cu cât suntem mai dedicați față de ceea ce facem, cu atât devine mai dificil să facem schimbările necesare pentru a rămâne în frunte. Gândește-te la inovațiile esențiale din lumea tehnologiei – rareori

acestea au provenit de la giganții industriei. Producătorii de calculatoare mainframe nu au fost pionierii pieței calculatoarelor personale; producătorii de calculatoare personale nu au fost cei care au popularizat tabletele și telefoanele inteligente; rețelele sociale au apărut mai mult din start-upuri decât din firme de software consacrate. În mod paradoxal, succesul poate ascunde semințele propriului eșec odată ce inovația devine statu-quo.



O ilustrare pătrunzătoare a dificultăților de adaptare la schimbare poate fi găsită într-un studiu de cercetare realizat în 1945 de Karl Duncker. El a pus o problemă subiecților din studiu, arătându-le un perete din plută, o cutie cu piuneze, o lumânare, o masă și o cutie de chibrituri. Provocarea era să folosească aceste resurse pentru a fixa lumânarea pe perete în așa fel încât să nu picure pe masă când este aprinsă. Subiecții au încercat, în genere, o varietate de soluții, de la tentativa de a fixa lumânarea pe perete până la aprinderea lumânării și lipirea ei de perete cu ceara uscată. Niciuna dintre aceste soluții nu a funcționat; niciuna nu garanta că lumânarea aprinsă nu va picura pe masa. Soluția corectă era să scoată piunezele din cutie, să pună lumânarea în cutie, să fixeze cutia pe perete cu piunezele și apoi să aprindă lumânarea. Oamenilor le-a fost greu să rezolve această problemă, a sugerat Duncker, din cauza a ceea ce el a numit fixitate funcțională<sup>1</sup>. Erau atât de obișnuiți să vadă cutia ca un recipient pentru piuneze, încât nu au reușit să-și imagineze utilizarea acesteia ca suport pentru lumânare. Se pare că erau prinși în capcana tiparelor mintale pe care le aveau.

Iată partea interesantă: subiecții care s-au confruntat cu exact aceeași problemă a lumânării, dar cărora li s-au arătat inițial piunezele scoase din cutie, au rezolvat problema mult mai ușor. Odată ce cutia a fost separată de conținutul său, participanților la studiu nu le-a fost greu să perceapă utilizări alternative pentru cutie. În loc să o vadă ca pe un recipient pentru piuneze, au perceput-o ca pe o cutie goală. Cu un cadru perceptiv

<sup>1</sup> Blocajul psihologic care ne face să folosim obiectele doar așa cum ne-am obișnuit să ne folosim (n.tr.).

diferit, subiecții nu mai erau fixați funcțional și au putut să-și schimbe setul mintal și să rezolve ceea ce părea de nerezolvat.

În povestea noastră despre Emil, bucătarul, este clar că el a reușit nu prin îmbunătățirea vechiului restaurant, ci prin schimbarea mentalității sale și redefinirea conceptului de restaurant. Poate că fostul proprietar, fixat funcțional, a încercat o serie de schimbări în meniu și decor, fără niciun rezultat. Dar, atât timp cât rămânea fidel vechii definiții a restaurantului, era sortit să meargă în sens opus față de dorințele noii generații de clienți.

Fixitatea emoțională alimentează fixitatea funcțională. Când ne identificăm cu un mod de tranzacționare sau un tip de analiză, nu numai că nu putem percepe alternative: *de obicei nici nu vrem să le vedem*. Cu mulți ani în urmă, am vorbit cu un administrator de fonduri de investiții în acțiuni cu poziții long/short care se lupta cu performanța. Se considera un maestru în alegerea acțiunilor, bazându-se pe abilitatea sa de a identifica valoarea subevaluată de piață. Această orientare către valoare l-a transformat într-un contrarian<sup>2</sup>: îi plăceau companiile bune care nu erau apreciate de Wall Street. Problema era că aceste companii neapreciate deveneau adesea și mai neapreciate înainte ca piața să le acorde recunoașterea cuvenită. Acțiunile care erau o achiziție excelentă, cu o reducere de 20% față de maximele lor, deveneau o povară pentru portofoliu odată ce ajungeau la 35% sub maximul lor. Acest lucru a dus la decizii agonizante privind vânzarea acțiunilor la companii bune la prețuri avantajoase sau păstrarea celor pierzătoare și asumarea riscului de performanțe slabe și răscumpărări ale investitorilor.

I-am sugerat administratorului că dilema sa ar putea fi rezolvată prin crearea unui filtru relativ simplu pentru fluxul de bani creat de fiecare nume din registrul său. I-am arătat cum fiecare tranzacție cu fiecare acțiune s-a produs fie mai aproape de cel mai bun preț de cumpărare la momentul respectiv, fie de cea mai bună ofertă. Aceste informații de execuție, cumulate în timp, ar putea oferi o indicație utilă asupra gradului în care cumpărătorii sau vânzătorii acumula sau distribuiau acțiunile lor sub presiune. Așteptând să evalueze pozițiile în

<sup>2</sup> Potrivit dicționarului Merriam-Webster, un „contrarian” este un investitor care cumpără acțiuni atunci când majoritatea celorlalți vând și vinde atunci când ceilalți cumpără (n.tr.).

acțiunile sale fundamentale puternice până când acestea ar fi dat semne timpurii de acumulare, administratorul ar fi putut să-și limiteze pierderile și să-și valorifice mai eficient pariurile.

Administratorul m-a privit complet șocat. Era ca și cum i-aș fi sugerat să-și rezolve problemele maritale inițiind o aventură extraconjugală. „Dar eu sunt un selecționar de acțiuni”, a explicat el. „Asta fac eu cel mai bine. Dacă încep să fac ceva diferit, nu voi avea niciodată succes.” Pentru el, acțiunile tranzacționate pe baza fundamentelor erau ca niște cutii pline cu piuneze. Era fixat funcțional și emoțional: orice analiză care nu se referea la fundamentele companiei era suspectă. Din perspectiva mea, un filtru al fluxului de bani pentru expunerea sa la risc l-ar fi putut face un selecționar de acțiuni fundamentale mai eficient, la fel cum concentrarea pe factorul social l-a făcut pe Emil un mai bun patron de restaurant. Dar administratorul nostru nu voia să urmărească fluxurile de bani și să-și perfecționeze execuția intrării; voia să fie mai isteț decât piața și să găsească valorile nerecunoscute. Într-un sens foarte important, el căuta validarea de sine, nu maximizarea profitului. Și asta este o barieră greu de depășit în calea schimbării prin adaptare.

## ■ Puterea angajamentului flexibil

Textul lui Antti Ilmanen, *Expected Returns* (Rezultate așteptate), este remarcabil pentru cadrul său conceptual. În carte, el împarte piețele în „elementele de bază” și explică rezultatele în termeni de interacțiune între acești factori. Ca trader activ, eu privesc elementele de bază diferit față de cele ale lui Ilmanen, dar abordarea structurală este similară. Pornind de la vasta gamă de indicatori tehnici din literatura de specialitate, identific un set mic de factori potențiali ai pieței, cu o corelație redusă, și evaluez care dintre aceștia influențează evoluția prețurilor în cea mai recentă perioadă de stabilitate a pieței. La baza acestei abordări se află noțiunea de *regimuri*: ceea ce determină prețul într-o anumită perioadă nu este neapărat ceea ce mișcă piețele în alta. Când plasez o tranzacție, nu pariez pur și simplu că piața va crește sau va scădea: fac și o presupunere cheie, și anume că regimul stabil (staționar) care a definit trecutul recent va continua în viitorul imediat.

De exemplu, în regimul indicilor de acțiuni care a fost dominant în timpul redactării acestui capitol, atitudinea și poziționarea au fost factori statistici semnificativi ai evoluției prețurilor viitoare. Atunci când raportul dintre opțiunile put și call pe acțiuni a fost ridicat și am asistat la creșteri ale volatilității și corelațiilor intersectoriale, am observat tendințe de revenire în contractele futures pe indicii S&P 500. În schimb, raportul scăzut între opțiunile put și call, precum și volatilitatea și corelațiile modeste au condus la rezultate mai slabe ale indicei. În alte perioade de piață, atitudinea și poziționarea nu au fost atât de importante pentru randamentele pieței. Factori precum dinamica și amploarea pieței au fost mult mai valoroși ca predictorii ai pieței. După cum observă Ilmanen, factorii determinanți ai evoluției prețurilor se schimbă în timp. Un investitor de succes găsește instrumente care surprind o serie de factori determinanți și, astfel, obține profituri în toate regimurile de piață.

Există multe moduri de a înțelege și evalua regimurile pieței. John Ehlers, cunoscut pentru lucrarea sa privind ciclurile pieței creată pentru MESA, definește seria cronologică a oricărui activ ca fiind rezultatul unei componente liniare (tendință) și al unei componente ciclice (revenire la medie). Dacă o piață este dominată de componenta sa liniară, vrem să ne comportăm ca niște adepți ai tendințelor. Dacă o piață este dominată de componenta sa ciclică, vrem să ignorăm atât punctele forte, cât și punctele slabe. Succesul nu se găsește nici în a fi *un trader care urmărește inerția și nici într-unul care urmărește revenirea la medie*; cei care sunt mereu tauri sau mereu urși se confruntă în cele din urmă cu pierderi masive. Mai degrabă, cheia succesului în tranzacționare constă în flexibilitate – capacitatea de a-ți adapta tranzacțiile la mediile de piață în schimbare – la fel cum Emil s-a adaptat la mediul schimbat în care oamenii preferă să ia masa.

O implicație importantă a acestei linii de gândire este că, odată ce ne definim ca un anumit tip de trader, semănăm semințele propriului nostru eșec. Dacă ne identificăm ca fiind adepți ai tendințelor, ne expunem frustrării pe piețele cu volatilitate redusă și cu variații mari. Dacă ne identificăm ca fiind adepți ai extremelor pieței, ne expunem riscului de a fi depășiți de mișcările puternice ale inerției. Când o piață se apropie de vârful sau de baza unui interval, strategia care a generat

profituri în mediul ciclic poate duce acum la ruină dacă se manifestă o depășire a intervalului de preț.

### Ideea esențială

Ciclurile scurte de viață ale regimurilor de piață garantează că traderii de succes sunt cei care se adaptează cel mai rapid la condițiile de piață în schimbare.

Pentru mine, ca psiholog, aceasta a fost una dintre cele mai mari surprize în colaborarea cu administratorii profesioniști de fonduri: majoritatea traderilor eșuează nu pentru că le lipsesc resursele psihologice necesare, ci pentru că nu se pot adapta la ceea ce Victor Niederhoffer numește „cicluri în continuă schimbare”. Frustrarea lor este rezultatul tranzacționării rigide, nu cauza principală a acesteia. Niciun exercițiu psihologic, în sine, nu va schimba situația pentru un retailer de mari dimensiuni care nu reușește să se adapteze la cumpărăturile online sau pentru o companie de jocuri care ignoră realitatea virtuală. Disciplina de a rămâne fidel propriilor principii este sortită eșecului dacă nu este însoțită de procese la fel de riguroase care să asigure schimbarea prin adaptare.

Dar cum putem fi pasionați de ceea ce facem în prezent și, în același timp, hotărâți să renunțăm la asta atunci când vântul schimbării începe să suie?



Când Chris și Gina au venit la biroul meu pentru a încerca să-și salveze căsnicia, nu dădeau semne că ar fi un cuplu disfuncțional. Vorbeau calm, pe un ton uniform, nu iscau certuri și nu aveau atitudini defensive, frecvente în cuplurile cu probleme. Cu toate acestea, se gândeau serios la despărțire. Tema la care reveneau mereu era că se îndepărtaseră unul de celălalt. Nu prezența unui conflict major îi determinase să se gândească la despărțire, ci mai degrabă absența legăturii pe care o simțiseră odată profund. Mai mult decât orice, voiau să știe: unde dispăruse?