

Actualidad profesional

LA INTELIGENCIA COLECTIVA Y LA FINANCIACIÓN PARTICIPATIVA O CROWDFUNDING



Ricardo J. Palomo

*Catedrático de Economía Financiera en la Universidad
Ceu San Pablo*

*Vicepresidente de la Fundación para la Innovación
Financiera y la Economía Digital
Socio de Dictum Abogados y de Dictum Futurae*

Era el año 1906 cuando el inquieto científico británico Francis Galton paseaba en la feria de ganado de Plymouth. Observando a la multitud de asistentes se le ocurrió ofrecer un pequeño premio a la persona que acertase el peso de un buey que se subastaba al final de ese día. Consiguió 787 respuestas que computó metódicamente, formando así una muestra integrada por algunos pocos expertos en ganado, bastantes no expertos y una gran proporción de lo que él mismo identificó como meros transeúntes ignorantes. Calculó la media aritmética de las opiniones que resultó ser de 1.197 libras (542,9 kg.) Cuando se celebró la subasta del buey y se registró oficialmente la medida de su peso, éste fue de 1.198 libras (543,4 kg.) Ninguno de los encuestados acertó plenamente, pero es evidente que funcionó la inteligencia colectiva o la sabiduría de la masa, multitud o *crowd*, resumida en su opinión media.

Éste es sólo uno de los ejemplos más conocidos sobre la capacidad de una multitud para generar una opinión

consistente, con independencia de sus opiniones individuales. De hecho, este tipo de comportamientos se asemejan estadísticamente a las denominadas distribuciones “Normales” de probabilidad, con una mayoría de resultados en torno a la media y algunos resultados muy extremos o dispares que configuran la clásica campana de Gauss.

La inteligencia colectiva puede superar a la inteligencia del más capacitado de sus individuos, pues al igual que ocurre con los principios de la teoría de la diversificación de carteras de activos o inversiones, la diversificación de las opiniones entre individuos tiende a un comportamiento medio que reduce el riesgo (en las carteras) y la dispersión (en las opiniones o decisiones). Por ello, la inteligencia colectiva impide también que prácticamente nadie pueda batir de forma consistente y mantenida al resto de inversores o de apostantes.

Este concepto es el que impulsa, por ejemplo, el motor de búsqueda de Google, que es capaz de encontrar justo lo que buscamos entre más de 1.000 millones de sitios web, con capacidad predictiva sobre lo que estamos buscando a partir de las primeras entradas de texto.

Personalmente utilizo mi confianza en la inteligencia colectiva cuando tomo decisiones triviales como la elección del sabor de un helado entre las más de 30 opciones que me ofrece la heladería, aunque no siempre soy (somos) consciente/s de que muchas decisiones las sesgamos ante la opinión mayoritaria y la influencia de eso que denominamos entorno, que no es otra cosa que las modas (resultado de comportamientos agregados) y de la opinión de los que nos rodean. Un buen ejemplo de ello son las valoraciones de productos, alojamientos, restaurantes, medidas habitualmente de forma gráfica con una escala de estrellas que recoge la opinión de los usuarios y que, claramente, influyen de forma decisiva en las decisiones de otros usuarios.

Cabe indicar que no faltan opiniones muy críticas sobre la inteligencia colectiva, algunas inspiradas en cuestiones de superioridad o en diferencias de clase. Así, el norteamericano Henry David Thoreau (1817-1862) afirmaba que *la masa no siempre está a la altura de sus mejores componentes, sino que se degrada al nivel de los peores*. Su compatriota Bernard

Baruch (1870-1965) afirmaba que *un individuo puede ser razonable, pero convertirse en un terco cuando se incorpora a la masa*. Para el alemán Friedrich Nietzsche (1844-1900) *la locura es la excepción en los individuos, pero la regla general en los grupos*.

En este contexto, no es por casualidad que la voz *crowdfunding*, traducible como financiación multitudinaria o masiva, o más habitualmente como financiación participativa (en el sentido de que permite la participación de muchos inversores) tenga ese interesante componente de inteligencia colectiva por el cual los proyectos de inversión que más convencen a la pluralidad de inversores son los que consiguen la financiación que demandan.

La financiación empresarial mediante la emisión de acciones o mediante la colocación de bonos entre el público incorpora esa necesidad del emisor por convencer a una pluralidad de accionistas o de bonistas; sin embargo, la obtención de financiación bancaria tradicional se basa en la necesidad convencer a un único pero experto inversor.

Las Plataformas de Financiación Participativa (PFP) o de *crowdfunding* en sus diversas modalidades: Financiación Propia Participativa (FPP) o *Equitycrowdfunding*; y, Financiación Ajena Participativa (FAP) o *Crowdlending*; son el escaparate en el que emprendedores y empresas (llamados promotores) exponen sus planes de negocio y su *pitch* (breve presentación audiovisual) permitiendo que, virtualmente, la totalidad de los habitantes del planeta (en la práctica sólo los potencialmente inversores-aportantes) valoren los proyectos y tomen las decisiones individuales que catalizarán en un resultado de inteligencia colectiva que conducirá, de forma agregada, al éxito o al fracaso de la campaña.

La accesibilidad y transparencia de estas plataformas deviene en una suerte de democracia económica en la que los inversores eligen en qué actividades invierten su dinero de forma directa; al contrario de cómo lo hace un depositante de fondos en un banco, ya que obtiene una rentabilidad tasada con independencia del modo en que esos pasivos bancarios son invertidos por la entidad en proyectos de inversión empresarial o personal. Así, la función de intermediación y conversión de riesgos que realiza el banco es inhibida en las PFP por la asunción directa del riesgo por parte del inversor de la plataforma.

Es evidente que no hay que subestimar la inteligencia colectiva. Si se crea un grupo suficientemente amplio y diverso y se toman decisiones de interés general, el resultado tiende a ser intelectualmente superior a la decisión de los individuos tomados aisladamente, sin importar cuán inteligentes o bien formados estén individualmente. Pero también hay que tener en cuenta que, por ejemplo, en las burbujas económicas, una agregación de decisiones individuales produce una decisión colectiva irracional, pues como afirmaba el economista Herbert Simon (1916-2001), *el ser humano es limitadamente racional y las emociones también pesan en nuestras decisiones individuales*.

Los sistemas de precios de mercado o los sistemas de votación inteligente o la financiación participativa pueden agregar y producir decisiones y juicios colectivos que

representan no lo que piensa cada persona, sino, más bien, lo que todos ellos piensan. Paradójicamente, el mejor modo de que un grupo sea inteligente es que cada persona que lo compone actúe de la forma más independiente posible.

Sin duda alguna las nuevas tecnologías están permitiendo que la inteligencia colectiva ayude en la toma de decisiones de los individuos, y entre estas decisiones, las de consumo e inversión no son la excepción sino algunas de las principales.