

UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA
FACULTAD DE DERECHO

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**APROXIMACIÓN JURÍDICA A LA
TRIBUTACIÓN DEL CROWDFUNDING**

MAYO DE 2015

Autora

María García-Granero Gutiérrez

Directora

María Cristina Bueno Maluenda

ÍNDICE

LISTADO DE ABREVIATURAS	4
I. INTRODUCCIÓN	5
1. IDEAS PRELIMINARES	6
2. DEFINICIONES.....	7
3. HISTORIA DEL CROWDFUNDING	8
II. FUNCIONAMIENTO DEL CROWDFUNDING.....	11
III. TIPOS DE CROWDFUNDING.....	13
1. CROWDFUNDING BASADO EN DONACIONES – (DONATION BASED CROWDFUNDING).....	13
2. CROWDFUNDING BASADO EN RECOMPENSAS – (REWARD BASED CROWDFUNDING).....	14
3. CROWDFUNDING BASADO EN PRÉSTAMOS – (LENDING BASED CROWDFUNDING).....	16
4. CROWDFUNDING BASADO EN ACCIONES O PARTICIPACIONES EMPRESARIALES – (EQUITY BASED CROWDFUNDING).....	16
IV. DESARROLLO DEL CROWDFUNDING.....	17
1. PLATAFORMAS.....	17
2. CASOS DE ESTUDIO.....	19
2.1 Kickstarter	19
2.2 Goteo	20
2.3 Verkami	21
2.4 Riot cinema.....	22
2.5 Lánzanos.....	22
3. CROWDFUNDING COMO INVERSIÓN.....	23
V. MARCO JURÍDICO DEL CROWDFUNDING.....	23
VI. APROXIMACIÓN A LA TRIBUTACIÓN DEL CROWDFUNDING.....	25
1. MODELOS DE CROWDFUNDING BASADOS EN ACTOS DE TIPO LUCRATIVO.....	25

1.1 La figura jurídica de la donación.....	25
A) El emprendedor	26
B) El financiador	27
2. MODELOS DE CROWDFUNDING BASADOS EN EL TIPO DE RECOMPENSA	28
2.1 La figura jurídica de la compraventa o prestación de servicios	28
A) El emprendedor	30
B) El financiador	32
3. MODELOS DEL TIPO CON RETORNO.....	33
3.1 Figura jurídica del préstamo	33
A) El emprendedor	34
B) El financiador	34
3.2 La figura jurídica de la cuenta participación	35
A) El emprendedor	36
B) El financiador	37
3.3 La figura jurídica de acciones o participaciones en una sociedad de capital ...	38
A) El emprendedor	38
B) El financiador	39
VII. CONSIDERACIONES FINALES.....	40
VIII. CONCLUSIONES.....	43
IX. BIBLIOGRAFÍA.....	45

LISTADO DE ABREVIATURAS

CC:	Código Civil
CCAA:	Comunidades Autónomas
CCom:	Código de Comercio
CNMV:	Comisión Nacional del Mercado de Valores
IRPF:	Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas
IS:	Impuesto sobre Sociedades
ISD:	Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones
PFP:	Plataformas de Financiación Participativa
RAE:	Real Academia Española
Ss:	Siguientes

I. INTRODUCCIÓN

El presente estudio tiene la intención de acercarnos más al concepto del *crowdfunding*, y resolver cuestiones del tipo ¿qué es?, ¿cómo funciona?, ¿para qué sirve?, ¿qué tipos existen?, etc. Una vez delimitado el concepto se procederá a determinar la forma de tributación de esta figura, atendiendo a cada uno de sus tipos.

Debido a la novedad que supone esta forma de financiación en nuestro país, contamos con escasa regulación y estudios sobre la materia, Este sin duda es uno de los motivos principales de la elección del tema, la novedad, que esté muy presente en la actualidad y sea interesante para un conjunto amplísimo de diferentes profesionales.

El interés, a mi parecer, reside en que tanto los emprendedores que buscan financiación para sus ideas, como aquellas personas que buscan proyectos en los que colaborar, no están suficientemente informados de cómo deben tributar al realizar este tipo de operaciones, y temen que les pueda originar problemas, por lo que en numerosos casos desechan la idea de intervenir en el proyecto. Otro de los objetivos, sin duda, es hacer a su vez una aproximación a las ventajas y riesgos que acarrea esta actividad del *crowdfunding*.

El mayor mercado de *crowdfunding* es Estados Unidos pero en la actualidad Europa le sigue a buen ritmo, ya que esta fórmula se está fomentando progresivamente.

En España siguiendo la estela del Real Decreto Ley 4/2013 de 22 de febrero, de medidas de apoyo al emprendedor y estímulo del crecimiento y la creación de empleo y la Ley 14/2013 de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internalización, tenemos una normativa neonata que es la Ley 5/2015 de 27 de abril, de fomento de la financiación empresarial.¹ ya que finalmente este jueves 16 de abril el gobierno ha aprobado el proyecto de ley², que ya había sido aprobado por el consejo de ministro en el pasado mes de octubre.

¹ <http://www.boe.es/>

² <http://www.congreso.es/>

1. IDEAS PRELIMINARES

El sistema del *crowdfunding*, en español denominado micro-mecenazgo, permite que cualquier persona que tiene un proyecto en mente pueda desarrollarlo, a pesar de no contar personalmente con los medios económicos necesarios. Esto es posible debido a que es un sistema basado en la financiación colectiva y normalmente *online*, es decir que mediante la presentación de la idea por el emprendedor, incita y permite a aquellos que estén interesados, a colaborar económicamente en el mencionado proyecto.

Para aumentar las posibilidades de éxito en la recaudación del dinero y que el proyecto salga a delante es conveniente analizar cuál es la demanda del mercado, es decir la idea de nuestro proyecto deberá ser innovadora y creativa, pero a la par deberá generar interés en la sociedad.

Una idea destacable e interesante, en relación a la clave para alcanzar el éxito en una campaña de *crowdfunding*, es la aportada por RIVERA BUTZBACH:³ «La clave de la obtención de la financiación no está únicamente basada en la solvencia financiera del promotor, la clave está sobretodo en el interés que genera el producto o servicio que se ofrece y el proyecto que se promueve».

De una manera diferente pero siguiendo la misma línea en la obra de STEINBERG⁴ «The *crowdfunding* bible. How to raise money for any startup, video game, or Project» en que la que se vuelve a enfatizar sobre la necesidad de analizar la audiencia potencialmente interesada en el proyecto. De esta obra podemos extraer que un análisis previo del mercado es de vital importancia puesto que, a cuantas más personas abarque antes se alcanzara el objetivo económico del proyecto y a su vez se espera una mayor acogida por parte de los potenciales compradores.

³ Dicha cita la encontramos recogida en su libro «Crowdfunding: la eclosión de la financiación colectiva un cambio tecnológico, social y económico» y en <http://www.bubok.es/libros/214801/Crowdfunding-La-eclosion-de-la-financiacion-colectiva-un-cambio-tecnologico-social-y-economico-version-ebook-en-PDF>

⁴ Scott STEINBERG, es un experto de renombre mundial en el aprovechamiento de las nuevas tendencias de la tecnología para mejorar la estrategia de negocio y la vida familiar . Es a su vez el CEO de la firma de consultoría estratégica *techsavvy Global*, y autor del libro «The *crowdfunding* bible. How to raise money for any startup, video game or Project», en el que se dice que «Part of the process of evaluating whether to undertake a crowdfunding effort is to take a careful, critical look at your project and assess the size of the potential audience to whom it will appeal, as well as the perceived value it will bring them».

Se puede encontrar mas información a través de este link <http://www.crowdfundingguides.com/> en donde se puede descargar gratuitamente.

Como consecuencia de la aportación que han efectuado los financiadores del proyecto, podrán tener derecho a recibir una recompensa dependiendo del tipo de *crowdfunding* del que se trate. Las recompensas no tienen porqué ser solo monetarias, son variadísimas y de difícil enumeración ya que van desde el agradecimiento personalizado, a la entrega de acciones o participaciones del proyecto constituido, el poder acceder al producto creado a un precio muy inferior al de venta al público, incluso se podría considerar la opción de optar a un puesto de trabajo. Según el tipo de recompensa calificaremos los posibles tipos de *crowdfunding* que se pueden dar y estos los analizaremos uno por uno más adelante.

2. DEFINICIONES

Debido a la novedad del término, no se ha recogido aún en los diccionarios españoles⁵ al uso (diccionario de la RAE, etc.)⁶. Se trata de un concepto creado por los usuarios por eso acudimos a la definición construida colectivamente por ellos en *Wikipedia*. De esta manera el *crowdfunding* «Es la cooperación colectiva llevada a cabo por personas que realizan una red para conseguir dinero u otros recursos. Se suele utilizar Internet para financiar esfuerzos e iniciativas de otras personas u organizaciones»⁷.

No obstante, esta figura novedosa en nuestro sistema, ha sido definida también por numerables expertos en la materia. MARTÍN ROBLES, fundador de *Loogic*, y autor de «Emprender ligero» entre otros, se refirió a ella con la idea de que son «personas con dinero que confían en personas con ideas y juntos trabajan para sacar un proyecto adelante»⁸.

⁵ Aunque aún no está recogido por el diccionario de la RAE, otros diccionarios no españoles como Collins, define el concepto como «the funding of a project by a large number of supporters who each contribute a small amount» www.collinsdictionary.com

⁶ Pese a no encontrar en el diccionario de la RAE el término de *crowdfunding* o la traducción que le han dado al mismo, en nuestra lengua, de micromecenazgo, acudimos a la definición de «Mecenazgo» para la mayor aproximación posible del término, lo cual es definido como «Cualidad de “mecenas” - Persona que patrocina las letras o las artes. Protección dispensada por una persona a un escritor o artista.»

⁷ La definición se ha obtenido de <http://es.wikipedia.org/wiki/Micromecenazgo>

⁸ La reflexión personal de Javier MARTÍN ROBLES, está recogida en <http://www.seedquick.com>

WEISMAN, diseñador de videojuegos americano⁹, nos da otra idea de que es el *crowdfunding* desde el punto de vista de un usuario, de una persona que ha desarrollado sus proyectos obteniendo la financiación a través del sistema de financiación colectiva. Su idea se basa en que a pesar de que algunas personas puedan considerar que el *crowdfunding* es simplemente una inversión, que es sencillo e incluso lo consideran solo como dinero gratis... no lo es. Considera que no es solo eso, porque el *crowdfunding* es una gran obligación, en donde es necesario corresponder a los fans y mantenerse en continuo movimiento. Es una visión muy interesante que aporta otra perspectiva y nos permite delimitar el complejo y amplio concepto del *crowdfunding*.

3. HISTORIA DEL CROWDFUNDING

Alrededor de 1997 se comenzó a usar esta terminología para referirse a la cooperación o financiación colectiva para conseguir dinero u otros recursos para un proyecto. Este primer proyecto tuvo lugar cuando «*Marillion*», una banda británica, empleó este sistema para la financiación de su gira por Estados Unidos. Utilizó un método de donación a través de internet, la gente que quería que la gira saliera a delante podía colaborar económicamente consiguiendo una cantidad total de 60.000 dólares, de hecho la empresa ARTISSHARE se inspiró en el modo de financiación utilizado por la banda de rock, convirtiéndose en la primera plataforma de *crowdfunding*, en el 2000.

En el libro «Crowdfunding: la eclosión de la financiación colectiva un cambio tecnológico, social y económico», RIVERA BUTZBACH recoge la idea de que: «La financiación colectiva no es nada nuevo, pero sí lo es su popularización y extensión global y masiva» es por ello que encontramos ejemplos de financiación colectiva anteriores a 1997. Por ejemplo, en 1989 el grupo español «Extremoduro» utilizó esta

⁹ Este diseñador de videojuegos, ha fundado cinco compañías de diseño de juegos, cada una de un género y segmento distinto de la industria. «*Shadowrun Returns*» ha sido un proyecto financiado a través de *kickstarter* en 2012, y tras el cual WEISMAN hizo la reflexión expuesta sobre el *crowdfunding*.

<https://www.kickstarter.com/projects/webeharebrained/shadowrun-returns>

La cita original de WEISMAN es: « Some people think crowdfunding is simply about an investment. It's not. They think it's easy, free money even... It isn't. There's no such thing. Crowdfunding [and connecting with fans] is a big obligation, and you need to correspond with them constantly and keep things moving».

técnica de microfinanciación para la grabación de su disco «Rock Transgresivo» así como su gira.

Por lo que entendemos que la aparición de Internet no ha creado este sistema de cofinanciación, pero se ha potenciado su utilización para agilizar el sistema, ya que Internet facilita la donación a cualquier persona a lo largo del mundo se eliminan de esta manera muchas barreras existentes anteriormente.

Empresarios franceses como POMMERAUD y COLBOC, realizaron una campaña a través de internet para buscar la financiación de su película «*Demain la Veille*» en el año 2004, logrando una suma total de 50.000 euros en solamente tres semanas. La financiación de proyectos cinematográficos ha estado a la orden del día, así más adelante en el año 2008, RINGELMANN, RUBIN y SCHELL fundan *IndieGoGo*¹⁰. Hoy en día, en España también se han dado casos de la utilización del sistema del *crowdfunding*, como por ejemplo con la película de «El Cosmonauta» estrenada en el 2013. La idea que utilizaron consistía en ofrecer a todo aquel que colaborara, introducir su nombre en los créditos de la película, partiendo de una colaboración mínima de dos euros. Es uno de los casos españoles más representativos.

Quizás *Univest* sea la primera de las plataforma cuya función es la de centralizar los proyectos que necesitan financiación, debido a que sus empresarios no tienen dinero suficiente utilizando las vías de recaudación tradicionales. Esta plataforma surge en Kiev, cuando aún no existía ni el término de «*crowdfunding*», además surge en un país donde por lo general la inversión tanto pública como privada, para los proyectos de este tipo, era totalmente nula.

En el año 2005 nace *Kiva*, que es una plataforma de microcréditos y préstamos «*peer-to-peer*», y a ésta le seguirán otras plataformas como *Prosper(.com)* en el 2006, *Lending(.com)* en el año 2007. Se trata de organizaciones sin ánimo de lucro, *Kiva* a su vez es considerada como la primera plataforma de *crowdfunding* como tal, cuya función es la de permitir a los empresarios prestar dinero para el desarrollo de proyectos distribuidos por todo el mundo. Es en esta época cuando el término de *crowdfunding*

¹⁰ *Indiegogo* es una plataforma de *crowdfunding* muy famosa y relevante, se diferencia de las demás porque su modelo, tecnología y equipo de expertos internos, hacen que sea una de las plataformas más confiables en la industria del *crowdfunding*. Aprovechan las herramientas que tienen en su poder para intensificar las campañas, de manera que atraigan el máximo interés posible y recaudar más fondos. Se puede obtener más información en su página web <https://www.indiegogo.com/>

aparece para referirse a estas pequeñas donaciones que se realizan en la red, pero podemos decir que todavía no es un término que se haya generalizado.

A partir del 2009 emerge definitivamente el *crowdfunding*, ya que en abril de este año nace la plataforma Kickstarter, fundada por tres estadounidenses, CHEN STRICKLER, y ADLER, y se trata de una plataforma que ha recaudado miles de millones de dólares, las cifras hoy en día abruma. Esta plataforma servía como un expositor del talento en general, no era para ningún tipo de sector concreto.

El funcionamiento de «Kickstarter» es un procedimiento sencillo que han introducido también las plataformas creadas con posterioridad, debido a su eficacia, realizando las modificaciones propias de cada empresa, por supuesto. El proceso consiste en la creación de un video en el que se presenta la propuesta, el dinero necesario y el tiempo que nos llevaría la creación del proyecto. La propuesta posteriormente es examinada por el equipo de Kickstarter, el cual decidirá sobre su aceptación y publicación en la plataforma.

Nace también «RocketHub» fundada por MEECE, COHEN y VUKICEVIC la cual se convierte en una de las tres plataformas más populares de *crowdfunding* junto con las ya referidas *Kickstarter* y *IndieGoGo*.

Un año después nacieron las plataformas españolas «Lánzanos» y «Verkami», y la francesa «Ulule», y tras esas un sinfín de plataformas que han ido surgiendo a lo largo del tiempo.

En el 2010 también LAWTON y MARON publican el primer libro editado sobre el fenómeno del *crowdfunding* «La revolución CrowdFunding: las redes sociales se reúnen para recaudar fondos»¹¹ dando muestra de lo popular que este sistema se está haciendo en muy poco tiempo.

En el año 2012, OBAMA, Presidente de EEUU, firmo el Acta de «Jumpstart Our Business Startups», también conocida como «la Ley de Crowdfunding», la cual permite a las *Startups*¹² recurrir al *crowdfunding* para su financiación.

¹¹ En este link podemos ver un poco más sobre este libro «La revolución CrowdFunding: las redes sociales se reúnen para recaudar fondos» en <http://www.thecrowdfundingrevolution.com/>

¹² De la misma manera que con el término de «*crowdfunding*», tampoco existe una definición en los diccionarios del término «*startup*» debido igualmente a su novedad. No obstante los usuarios la han definido de la siguiente manera: «Una compañía *startup*, compañía de arranque, compañía incipiente o, simplemente, compañía emergente es un término utilizado actualmente en el mundo empresarial el cual busca arrancar, emprender o montar un nuevo negocio y hace referencia a ideas de negocios que están

Debemos situarnos en el tiempo y recordar que estos años fueron fuertemente sacudidos por la crisis económica mundial, la cual bajó el valor de las viviendas y obligó a cerrar el grifo de los créditos. De esta manera se vio al *crowdfunding* como una solución a los problemas de financiación de estas *Startups* emergentes.

En este mismo año, nace también «*Fundable*», una plataforma fundada por los empresarios SCHROTER y CORL, que a diferencia de otras plataformas, citadas con anterioridad, surge para ayudar a los empresarios a financiar y hacer crecer su negocio a través de recompensas y *crowdfunding*.

Se debe concluir diciendo que la industria ha experimentado un crecimiento explosivo durante el transcurso de la última década, y el *crowdfunding* se ha convertido en su propio sistema financiero y además muy exitoso, así que es previsible que continúe siéndolo en los próximos años.

II. FUNCIONAMIENTO DEL CROWDFUNDING

En el *crowdfunding* existen tres sujetos, el que busca financiación para su proyecto (el emprendedor), las personas que aportan los fondos (los financiadores) y la plataforma tecnológica que facilita el contacto entre ambos.

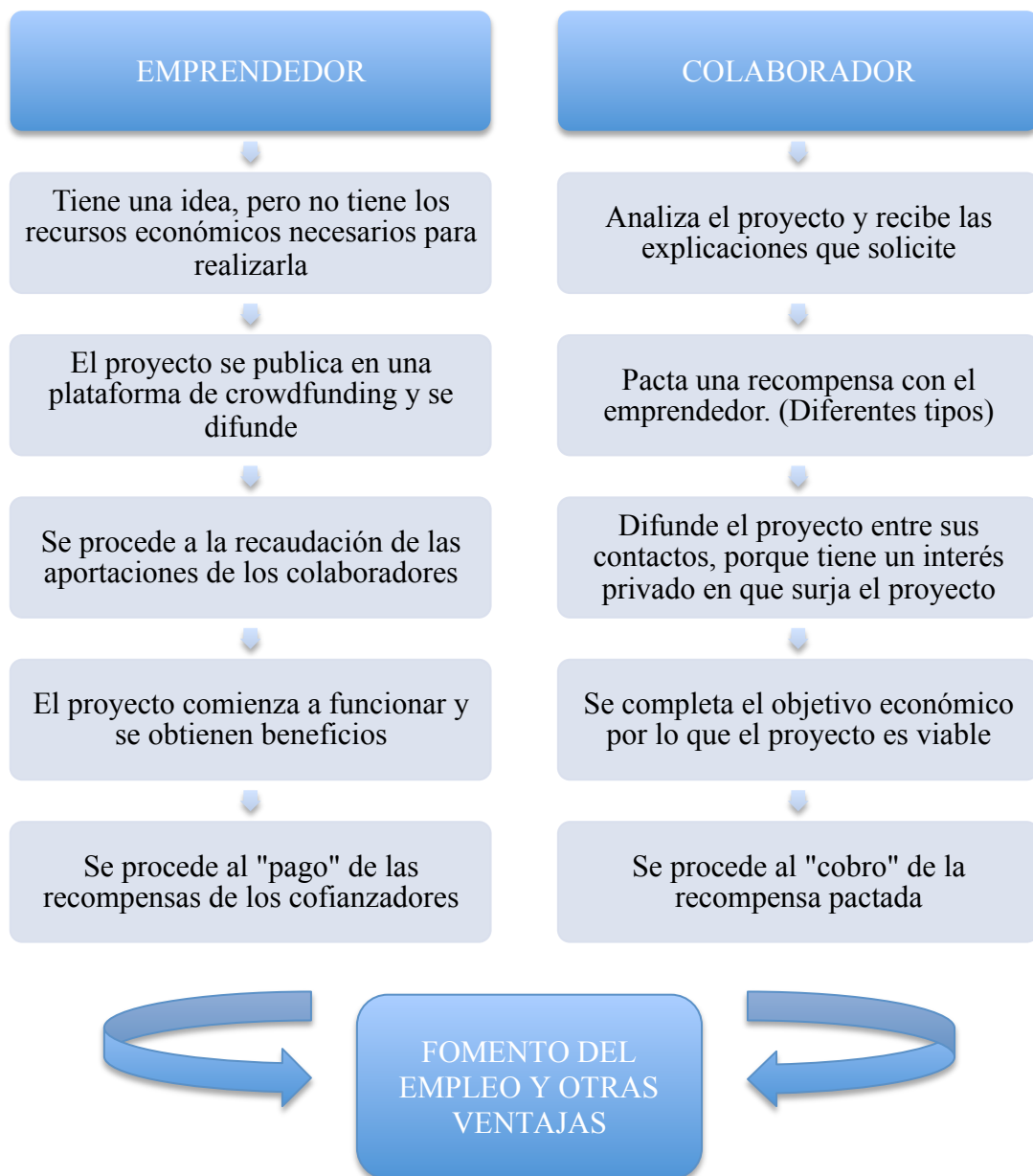
El emprendedor, creativo, persona que ha tenido la idea envía el proyecto a una web especializada. Debe precisarse un descripción suficiente del proyecto, la cantidad necesaria para que ese proyecto se pueda desarrollar, el plazo de tiempo en el que lo quiere recaudar, las recompensas que ofrecen (aunque éstas pueden ser pactadas directamente entre el colaborador y el emprendedor), etc. Este proyecto debe ser promocionado lo máximo posible durante el plazo de recaudación para intentar lograr la suma de dinero requerida.

Una vez que el plazo finaliza y el proyecto ha recaudado el dinero necesario, se hace la transferencia para que el creador pueda implementar la idea, y se procede al pago de las recompensas a los colaboradores. ¿Pero qué sucede si el proyecto no ha sido financiado en su totalidad? Nos encontramos ahora ante dos posibles situaciones:

empezando o están en construcción, es decir son empresas emergentes apoyadas en la tecnología. Son ideas que innovan el mercado y buscan hacer de los procesos complicados más fáciles de realizar, estas van enfocadas a diferentes temas y usos (...)» Esta definición la encontramos recogida en <http://es.wikipedia.org/>

- «todo o nada»→ En este caso no se cobrará el dinero de las cuentas de los colaboradores y se procederá a su devolución, el proyecto no prosperará.
- «todo cuenta»→ En este tipo de modelo sí que se cobrará el dinero depositado en la cuenta por los colaboradores, empleando lo que ha conseguido recaudar, aunque no sea la cantidad total que precisaba en un primer momento.

El siguiente gráfico¹³ resume el funcionamiento del *crowdfunding*.



¹³ El presente gráfico consiste en plasmar de una manera más visual como se desarrolla cada paso, cuando se utiliza un tipo de *crowdfunding*. Está inspirado en otro similar localizado en <http://www.emprendilandia.es/que-es-el-crowdfunding>

III. TIPOS DE CROWDFUNDING

Tras el desarrollo del *crowdfunding* en los últimos años, surge en la actualidad la necesidad de diferenciar cuatro tipos diferentes, los cuales tienen términos y requisitos distintos, y por ello es necesario entender qué matices caracterizan a cada uno, con el objetivo de escoger el más conveniente para el desarrollo de un proyecto determinado.

A continuación vamos a clasificar los diferentes tipos de *crowdfunding* según el tipo de recompensa que obtienen los financiadores. Comparando diferentes clasificaciones que se han hecho¹⁴, se ha extraído la siguiente, considerando que la misma es la que más se adapta a la realidad y a las figuras jurídicas ya recogidas en nuestro ordenamiento jurídico.

1. CROWDFUNDING BASADO EN DONACIONES – (DONATION BASED CROWDFUNDING)

Este tipo de *crowdfunding* se caracteriza por el hecho de que aquellas personas que financian el proyecto lo hacen de una manera altruista, sin recibir alguna recompensa por ello. En algunos casos sí pueden recibir algún tipo de contraprestación pero siempre sin un gran valor económico, y por supuesto muy inferior a las que recibirían si fuera un *crowdfunding* basado en recompensa.

Este modelo es utilizado principalmente en la financiación de los proyectos sociales, solidarios y humanitarios. En estos proyectos se pretende alcanzar el objetivo económico, pero a la vez reducir al máximo los gastos derivados del pago de las recompensas. Un ejemplo curioso y de relativa actualidad donde se ha utilizado este método de cofinanciación basado en la donación ha sido en la campaña de «Podemos» para las elecciones europeas. Otros partidos políticos pequeños se están creando utilizando este sistema de financiación.

Es conveniente matizar que aunque algunas plataformas entregan «recompensas» por una aportación concreta de dinero, realmente lo que se está

¹⁴ <http://www.universocrowdfunding.com/tipos-de-crowdfunding/>
<http://www.crowdacy.com/tipos-de-crowdfunding/>
<http://www.creatiabusiness.com/5-tipos-de-crowdfunding-para-hacer-realidad-tu-proyecto/>
http://xnet-x.net/img/crowdfunding_cast.pdf

haciendo es una donación, ya que estas recompensas se conciben más como un agradecimiento, que como una recompensa como tal.

De esta manera se consigue involucrar a la gente en su producción a cambio de material promocional, pases privados, reconocimientos, regalos, merchandising, o incluso copias de una obra una vez concluida. MACLAINE, el cofundador de *Tutorfair*¹⁵ dice que «El *crowdfunding* hace que la gente se sienta parte del proyecto y se involucre emocionalmente».

En la mayoría de los casos, este tipo las plataformas que se presentan para recaudar dinero pertenecen a la propia productora y no sirven para acoger otros proyectos o iniciativas. Son plataformas muy personalizadas que buscan promover la comunicación directa.

Las acciones de recaudación de fondos llevadas a cabo anteriormente antes de la aparición de lo que hoy conocemos como *crowdfunding*, suponen la raíz histórica de este sistema, como acabamos de observar. Por esta razón el sistema de *crowdfunding* basado en donaciones es el que menos ha variado en relación con el origen, las grandes modificaciones y la masificación que está sufriendo se debe a los avances tecnológicos; pues internet, las redes sociales y la generalización de la realización de pagos de manera *online*, han sido claves para que haya podido evolucionar y desarrollarse de esta manera.

2. CROWDFUNDING BASADO EN RECOMPENSAS – (REWARD BASED CROWDFUNDING)

En esta variedad de *crowdfunding* se ofrece como contraprestación una recompensa a todos aquellos que financien el proyecto. La curiosidad de este tipo es que se basa en reunir recursos no monetarios, en consecuencia aunque se considera un tipo más de *crowdfunding*, también se le denomina «crowdsourcing». En muchos casos los que aportan los financiadores son recursos humanos o trabajos realizados por personas (como materiales audiovisuales).

¹⁵ «Tutorfair» es una compañía británica que opera una organización benéfica sin ánimo de lucro. El objetivo de esta plataforma es que por cada niño que pague los servicios de la empresa, esta se compromete a dar tutorías gratuitas a un niño cuyos padres no puedan permitírselo. Para obtener más información se puede acudir a su página web <https://www.tutorfair.com/>

Técnicamente el *crowdsourcing* podría llegar a capitalizarse y por lo tanto presentarse como una parte necesaria de la financiación de un proyecto, por ello que lo vamos a considerar el complemento perfecto de una campaña de *crowdfunding* en la que se recojan los recursos económicos necesarios. Algunas plataformas de *crowdfunding* permiten a los financiadores la participación en un proyecto a varios niveles.

Este tipo de financiación se utiliza por ejemplo en la traducción de un libro. En este caso se habilita una plataforma en donde los usuarios colaboradores pueden traducir un solo párrafo, así la traducción se hace entre todos sin demasiado esfuerzo y en muy poco tiempo.

De esta forma lo que se consigue es que no se ponga tanto énfasis en la donación en sí, como en la colaboración en el desarrollo real del proyecto aportando tiempo, habilidad o dinero.

Las recompensas que reciben los prestamistas, son productos o servicios, tampoco son monetarios. De este modo, los financiadores con frecuencia se involucran personalmente en el proyecto, a expensas de recibir una contraprestación artística, cultural o laboral.

A menudo el crowdsourcing se combina con otros tipos de *crowdfunding*, sobre todo en proyectos de carácter humanitario, social, o solidario. Unos de los trabajos más relevantes que se han dado en España a través de este método es el caso de «The iRegular Project»¹⁶.

¹⁶El caso de «The iRegular Project» se trata de un proyecto educativo dirigido al aprendizaje de los verbos irregulares en inglés, el cual ha sido traducido a los siete idiomas más hablados en el mundo. Es un proyecto totalmente innovador a pesar de la cantidad de paginas que existen sobre la materia, pero la forma de elaboración de la pagina es lo que le ha convertido en único. Para su desarrollo han participado muchas personas de diferentes partes del mundo, las cuales han colaborado con la traducción y la plasmación visual para que sea mas fácil y rápido la asimilación de los verbos. Sin la colaboración de todas estas personas no se podría haber llevado a cabo, o al menos no esta forma rápida y barata.

Del mismo podemos encontrar información más detallada en su pagina web: <http://theregularproject.com/es/> y en este video informativo en el que se presenta el proyecto https://www.youtube.com/watch?v=OAoSpVKDJ_A

3. CROWDFUNDING BASADO EN PRÉSTAMOS – (LENDING BASED CROWDFUNDING)

Este tipo de *crowdfunding* se rige por un sistema en el que los prestamistas financiadores contribuyen con un proyecto, de manera dineraria, a cambio de esta contribución recibirán el dinero que hayan aportado más unos intereses económicos añadidos, que hacen atractiva esta modalidad para los financiadores y fomenta que se anime el máximo número posible de personas.

En este tipo de fórmula, el riesgo que tienen los financiadores no es muy elevado a diferencia del tipo de *crowdfunding* basado en acciones y participaciones empresariales, -el cual veremos a continuación-. Por otro lado, tampoco se convierte en el tipo más beneficioso. Resulta evidente porque en las operaciones financieras cuanto más riesgo se asume, mayor es el beneficio que se puede obtener.

Este tipo de *crowdfunding* puede ser considerado como una buena alternativa a la financiación bancaria tradicional, más en estos años de crisis, en donde ha resultado prácticamente imposible obtener financiación bancaria para realizar proyectos.

Debido a la precaria situación económica, el fenómeno ha crecido increíblemente rápido y se espera que en los próximos años mantenga esta trayectoria ascendente y que, de la misma manera, gane popularidad a mayor escala.

A pesar de que hoy en día es considerado como otro tipo de *crowdfunding*, podría ser interpretado de tal manera que se considere que se ha alejado del concepto original que creó el movimiento del *crowdfunding*, y por lo tanto no considerarlo como tal. No obstante, esta cuestión está siendo objeto de debate en la actualidad y no existe un acuerdo todavía.

4. CROWDFUNDING BASADO EN ACCIONES O PARTICIPACIONES EMPRESARIALES – (EQUITY BASED CROWDFUNDING)

Probablemente el menos conocido de todos los tipos de *crowdfunding*, puesto que este modelo está encaminado, hacia los inversores de capital de riesgo, más que para el gran público. Es sin duda el modelo que el gobierno tiene más interés en controlar debido a las cantidades dinerarias que se manejan.

Consiste en que numerosos inversores aportan el dinero para llevar a cabo un proyecto emprendedor, y la recompensa que recibirán por ello será una acción o

participación de la empresa, con la expectativa de obtener un porcentaje de los potenciales beneficios que se generen en un futuro.

En esta variación de las formas cotidianas de inversión prima el objetivo de reducción del riesgo para el inversor. Cuando participa una gran multitud, la cantidad que debe ser aportada por cada uno disminuye, y con ello el riesgo personal del inversor. Es decir, cuando son muchos los inversores colaboradores llegarán a alcanzar el objetivo económico fijado de una manera mas fácil aportando una cantidad muy inferior de dinero a al que deberían aportar si fueran menos inversores.

Precisamente por el hecho de que invierten menos dinero, en el supuesto de que el proyecto una vez desarrollado no obtuviera los beneficios esperados, también perderían menos dinero, es a lo que denominamos menor riesgo en la inversión, ya que el dinero perdido es directamente proporcional al dinero invertido

Un claro ejemplo español, de este tipo de *crowdfunding*, es sin duda «Mobincube», la cual logró reunir una cantidad total de 900.000 euros alrededor de un número de treinta y tres inversores que aportaron solamente la cantidad de 3.000 euros cada uno.

Sobre este tipo de *crowdfunding* se debate, si se rompe o no la esencia del concepto que manejamos. La duda proviene de que esta modalidad no consiste en que varias personas colaboren para que surja un nuevo proyecto que necesita de su empuje económico para nacer, separándose así del camino tradicional, puesto que el verdadero interés de los inversores es obtener un beneficio económico, y por tanto se aleja del uso para el cual nació.

IV. DESARROLLO DEL CROWDFUNDING

1. PLATAFORMAS

En la actualidad, en España existen diferentes tipos de plataformas para los diferentes tipos de *crowdfunding*, que hemos diferenciado, con el fin de captar el máximo potencial, de esta manera se va potenciar un sistema u otro dependiendo de criterios muy específicos.

Es importante determinar claramente cuáles son las plataformas de estos proyectos de *crowdfunding*, y qué requisitos deben cumplir, puesto que éstas van a ser quienes decidan sobre la publicación o no de un proyecto y las que pongan en contacto emprendedores y financiadores.

Las más estrictas y más vigiladas por la Ley son las plataformas de participación activa, cuya definición jurídica dada por la Ley 5/2015 de 27 de abril de Fomento de la Financiación Empresarial las conceptúa como aquellas «empresas autorizadas cuya actividad consiste en poner en contacto, de manera profesional y a través de páginas web u otros medios electrónicos, a una pluralidad de personas físicas o jurídicas que ofrecen financiación a cambio de un rendimiento dinerario, denominados inversores, con personas físicas o jurídicas que solicitan financiación en nombre propio para destinarlo a un proyecto de financiación participativa, denominados promotores». Sin embargo, en este mismo artículo 46 de la Ley, se excluye de esta consideración de plataforma de financiación participativa (PFP), a las empresas que desarrollen esta actividad, cuando la financiación captada por los promotores sea exclusivamente a través de:

- a) Donaciones.
- b) Venta de bienes y servicios.
- c) Préstamos sin intereses.

Estas plataformas ostentan el derecho de reserva de actividad, por lo que solo ellas podrán llevarla a cabo. Para que una empresa ostente la calidad de PFP, es necesario que haya obtenido la correspondiente autorización y que esté inscrita en el Registro de la Comisión Nacional del Mercado de Valores. Por otra parte, deberán estar así designadas en su denominación social.

Por esta razón, se prohibirá a toda persona, física o jurídica, no autorizada ni registrada como plataforma de financiación participativa el ejercicio de las actividades legalmente reservadas a las mismas y la utilización de sus denominaciones propias, así como cualesquier otra que pueda inducir a confusión. En consecuencia, los registros públicos denegarán la inscripción como tal de las empresas que no cumplan los requisitos anteriormente mencionados.

Atendiendo a lo publicado por FORBES¹⁷: «The right site for you all depends on which type of project you have, and the crowdfunding model you intend to use (...)». Es decir que es totalmente imprescindible escoger correctamente la plataforma de publicación del proyecto, dependiendo del tipo de *crowdfunding* que hayas elegido para la financiación del mismo.

2. CASOS DE ESTUDIO

Se ha realizado una selección de plataformas nacionales las cuales se van a comparar con una estadounidense por ser ésta la más importante en la actualidad y gozar de mayor penetración social, con el objetivo de resaltar ciertas diferencias.

Una tabla¹⁸ comparativa nos servirá para contrastar los resultados obtenidos por las plataformas de *crowdfunding* más representativas.

NOMBRE	MEDIA DE PROYECTOS AL MES	MEDIA DEL COSTE DEL PROYECTO	RATIO DE ÉXITO DE PROYECTOS	MEDIA DE DONACIÓN	PORCENTAJE PARA LA PLATAFORMA
KICKSTARTER	2.200	4.500€	44%	25\$	5%
GOTEO	8	5.000€	55%	50€	8%
VERKAMI	100	3.700€	73%	25€	5%
RIOT CINEMA	Total de 1	860.000€	-	7€	-
LÁNZANOS	50	3.000€	60%	20€	5%

2.1 Kickstarter

Es la plataforma¹⁹ de nacionalidad estadounidense que vamos a tomar como punto de referencia y comparación. La elección de la misma se debe a que es la plataforma de *crowdfunding* más grande, popular y conocida a nivel internacional. Como hemos visto en el epígrafe I.3, su lugar en la historia es de vital trascendencia para la evolución y desarrollo actual de este sistema de *crowdfunding*.

¹⁷ <http://www.forbes.com/> es la pagina oficial, en la que también podemos encontrar un listado con las plataformas punteras que puede servirnos de guía a la hora de escoger la plataforma que mejor se ajuste al proyecto objeto de publicación.

¹⁸ Los datos de elaboración de la presente tabla comparativa se han obtenido de la página web: http://xnet-x.net/img/crowdfunding_cast.pdf

¹⁹ <https://www.kickstarter.com/>

El crecimiento de ésta ha sido totalmente exponencial y entre los proyectos que consiguen el mayor porcentaje de éxito se encuentran los enmarcados en el entorno de la música, cine y los audiovisuales.

Esta plataforma fue la pionera en introducir en su sistema operativo variaciones como la obligación de que todos los proyectos de base tecnológica o digital tuvieran que tener por lo menos un prototipo operativo²⁰ a la hora de empezar a recaudar.

Este punto introducido en el año 2012 es muy relevante ya que a partir de este momento se van a beneficiar de esta plataforma solamente aquellos proyectos que sean más tangibles, desfavoreciendo a aquellos que tengan una grado de experimentalidad más elevado.

Sin duda Kickstarter ha definido un modelo a seguir y es un claro referente para otras plataformas nacidas en otros lugares, por ello es tan importante tener en cuenta la evolución de este sitio puesto que marcará los pasos a seguir por muchas de las iniciativas similares que están aconteciendo a nivel europeo o concretamente en nuestro propio Estado.

2.2 Goteo

Se trata de una iniciativa gestionada por la Fundación Goteo²¹, antes «Fuentes Abiertas», una organización internacional de productores culturales y desarrolladores de software, centrada en la producción y distribución de cultura *copyleft*²², en donde el autor de la obra va a permitir en diferentes medidas la libre reproducción, distribución, difusión y transformación de su obra.

²⁰ Un prototipo es un modelo (representación, demostración o simulación) fácilmente ampliable y modificable de un sistema planificado, probablemente incluyendo su interfaz y su funcionalidad de entradas y salidas. Existen diversos tipos de prototipos, pero el que nos ocupa, por ser el requerido en la plataforma «Kickstarter» es el operacional, que consiste en una repetición del prototipo en donde progresivamente se modifica y refina, hasta convertirse en el sistema final.

²¹ <http://fundacion.goteo.org/la-fundacion/>

²² Este término se utiliza en el ámbito informático (y se aplica de manera análoga a la creación literaria y artística) para designar el tipo de protección jurídica que confieren determinadas licencias que garantizan el derecho de cualquier usuario a utilizar, modificar y redistribuir un programa o sus derivados, siempre que se mantengan estas mismas condiciones de utilización y difusión. Unas veces se permitirá el uso comercial y en otras ocasiones no, dependerá de los derechos que quiera ceder el autor. <http://fundacioncopyleft.org/>

La principal diferencia de Goteo²³ respecto a otras plataformas similares es su interés en producir bienes que beneficien al común o que tengan un retorno colectivo. De esta forma se desmarcan de proyectos que funcionan más cómo un sistema de prepago de objetos o bienes culturales. Todos los proyectos que alberga la plataforma deben indicar de forma clara cuáles son los retornos privados para la gente que realiza donaciones, pero también han de estipular cuál es el retorno colectivo.

Los proyectos musicales o los de orientación ecológica son los que funcionan mejor a la hora de la recaudación, y como dato añadido diremos que esta plataforma no solo promueve el *crowdfunding* como tal, si no también formas de crowdsourcing. Un elemento que la caracteriza y que la diferencia de alguna de las plataformas contra las que compete.

2.3 Verkami

Nació en Mataró, por lo que se trata de una plataforma española, y surge de la iniciativa de la familia Sala, integrada por Joan, Adrià y Jonás Sala.

Es una plataforma dirigida a creadores independientes que buscan financiación para poder materializar sus ideas. Cualquier proyecto que albergue ese carácter creativo tiene cabida en esta plataforma, ya que acoge campos muy diversos. Quizá sea este uno de sus factores más representativos, y por ello es capaz de sacar adelante un elevado número de proyectos al año.

En esta plataforma no están interesados en fomentar aquellos proyectos en los cuales los inversores busquen ganancias monetarias sobre los beneficios que haya generado la empresa financiada (*Equity based Crowdfunding*). Por este motivo Verkami es conocida por ser una plataforma que potencia la preventa de productos y proyectos culturales (*Reward based crowdfunding*). En parte esto puede responder a su filosofía, donde priman los aspectos colaborativos en lugar de la vertiente económica²⁴.

²³ <https://goteo.org/>

²⁴ <http://www.verkami.com/>

2.4 Riot cinema

Se trata de una pequeña productora audio-visual e independiente. La plataforma²⁵ se creó para la financiación de la película “El Cosmonauta” convirtiéndose así en el primer largometraje español que se financió casi totalmente por la vía del *crowdfunding*.

La plataforma diseñada fue complementada por una campaña en “Lánzanos” otra plataforma de la que hablaremos a continuación. De la misma manera la citada película tuvo una gran acogida en las redes sociales así como en foros, charlas y encuentros.

La novedad que ha sido introducida por este proyecto es la categoría de los micro-inversores, (tema que trataremos en el siguiente epígrafe “crowdfunding como inversión”). A través de este sistema se ofrece la posibilidad a los inversores de financiar el proyecto, y posteriormente recibir un porcentaje de los beneficios obtenidos por la comercialización y explotación de la película y sus productos derivados.

2.5 Lánzanos

Se trata en otra plataforma de *crowdfunding* que se ha convertido en un referente en España. Esta plataforma ha sido promovida por tres socios y empezó a operar en el año 2010²⁶.

El factor que la diferencia de otras plataformas españolas, o incluso internacionales, se debe a que acoge proyectos muy variados y de tamaños diferentes, podemos decir que no tiene un prototipo de proyecto que suela publicar. Se ha llegado a considerar acoger proyectos que requieran inversión a cambio de retornos sobre los beneficios del proyecto. Como consecuencia de estos puntos diferenciadores, se ha colocado en poco tiempo entre las mejores plataformas de *crowdfunding* españolas.

Otro de sus aspectos diferenciadores es su sistema propio de filtrado, y es que para la publicación de un proyecto en la plataforma, primero debe superar una criba. Ésta consistirá en que al menos 100 personas deben votar por él, si alcanza este número de votos el proyecto será publicado.

²⁵ <http://riotcinema.com/>

²⁶ <http://www.lanzanos.com/>

3. CROWDFUNDING COMO INVERSIÓN

Con frecuencia se especula sobre la posibilidad de utilizar esta figura del *crowdfunding* no solo como medio de financiación, sino como una posibilidad de inversión. Este nuevo sistema planteado en lugar de ofrecer un producto se entiende como un sistema de inversión con opción a recibir participaciones o parte de los beneficios que se obtuvieran como consecuencia de la comercialización de ese producto financiado.

En España no se ha dado mucho en la práctica, ya que culturalmente es una práctica muy novedosa. Precisamente por la novedad, la figura del financiador micro-accionista no está bien protegida por el ordenamiento jurídico y genera una fuerte inseguridad en los potenciales financiadores y en consecuencia, no se atreven a dar el salto e invertir.

No obstante, debemos decir que los principales responsables de esta inseguridad que surge entre los sujetos participantes en este sistema de cofinanciación son nuestras propias instituciones, puesto que hasta hace dos días, no se había aprobado una Ley que regulara este sistema. Debido a ello, había una atmósfera de inseguridad jurídica, que de alguna manera frenaba el desarrollo correcto del sistema.

Desde mi punto de vista, el hecho de que ya tengamos esa ansiada Ley va a hacer que sean muchas más las personas que se animen a utilizar el sistema de *crowdfunding* tanto para los emprendedores como para los financiadores.

Por el contrario, en Estados Unidos se trata de un práctica potenciadísima y suficientemente asentada tanto jurídicamente como socialmente, y por ello este país se ha convertido en referente para los estados europeos que le siguen la pista de cerca.

De esta forma, merece la pena destacar el caso español de «Riot Cinema», el cual como hemos visto ha sido uno de los pioneros de introducir este modelo en nuestro Estado, sentando un precedente del que se puede aprender mucho.

V. MARCO JURÍDICO DEL CROWDFUNDING

El marco jurídico actual del *crowdfunding* debe analizarse basándose en la normativa general consolidada de nuestro ordenamiento, y a su vez conforme a la nueva normativa que regula el fomento de la financiación empresarial.

Las figuras jurídicas existentes en el sistema desde hace mucho tiempo, a las que se ha hecho referencia, son aquellas que se encuentran reguladas en el Código Civil y en el Código de Comercio, así como en alguna otra normativa más específica. Figuras como la donación, el préstamo, la compraventa, la prestación de servicios..., etc.

En este punto se debe tener en cuenta la normativa fiscal existente sobre estas figuras, muy importante de cara a determinar las obligaciones fiscales que van a recaer sobre los emprendedores y financiadores.

Una vez tenida en cuenta la existencia de la regulación y su estrecha vinculación con los distintos tipos de *crowdfunding*, analizaremos la normativa específica del tema que tanto se ha solicitado por los sujetos que operan dentro del sistema de *crowdfunding*, sobretodo requerida por las plataformas de *crowdfunding* españolas.

La Ley de Fomento de la Financiación Empresarial²⁷ pretende aportar un poco de luz, sobre la sombría regulación existente hasta el momento. Aportará una mayor seguridad jurídica lo que ha de consagrar el *crowdfunding* como una nueva forma de financiar el crecimiento económico, social y cultural para un mayor progreso y bienestar de las sociedades.

Finalmente, ha sido el jueves 16 de abril cuando el Gobierno ha aprobado²⁸ el proyecto de ley de Fomento de la Financiación Empresarial, por el que se regulan nuevas formas de acceso al crédito y a la financiación participativa, que como ya hemos dicho, se conoce como *crowdfunding*.

Dicho proyecto ya había sido aprobado con anterioridad en el mes de octubre por el consejo de ministros, pero el senado ha aportado elemento normativo más designando a la Comisión Nacional del Mercado de Valores, como la responsable de la

²⁷ Ley 5/2015 de 27 de abril, de fomento de la financiación empresarial

²⁸ A través de las enmiendas, propuestas por el Senado queda modificado respecto el proyecto de ley inicial, los requisitos de constitución de los fondos de titulización, para que no se apliquen sólo a los valores dirigidos exclusivamente a inversores cualificados. Los financiadores de estos fondos van a quedarse sujetos al régimen de supervisión y sanción de la normativa, y se extiende el criterio general sobre el régimen transitorio de los procedimientos administrativos previsto a las autorizaciones relacionadas con empresas de servicios de inversión y a los procedimientos sancionadores de la Ley del Mercado de Valores. En relación con los plazos también se han introducido pequeñas modificaciones, y de esta manera el tiempo para remitir a la CNMV los informes trimestrales de los fondos de titulización, se ha visto ampliado de uno a dos meses. Se debe tener en cuenta que la entrada en vigor se presupone en el momento de la publicación de la ley. En último lugar debemos tener en cuenta que este proyecto ha sido muy estudiado por las Cámaras, ya que el congreso a finales de año también introdujo modificaciones importantes respecto el proyecto inicial.

supervisión, inspección y sanción de los proyectos que se acojan a este modelo de financiación.

Esta nueva ley se convierte así en la primera respuesta del gobierno a la inseguridad jurídica existente en torno a esta realidad. De esta manera se presenta como una facilidad tanto para el desarrollo de los proyectos como para la confianza de los inversores a la hora de participar en proyectos de este tipo.

VI. APROXIMACIÓN A LA TRIBUTACIÓN DEL CROWDFUNDING

Los modelos de *crowdfunding*, presentes actualmente en el Estado español, deben relacionarse con las figuras jurídicas ya establecidas, sin olvidar que deben sufrir una adaptación debido a sus características especiales al ser generalmente *online* y por el gran número de personas que mueve un solo proyecto presentado para su desarrollo.

Por ello, el esquema se basa según el tipo de *crowdfunding*, a los que ya nos hemos referido anteriormente, y el sujeto que va a soportar esas obligaciones fiscales generadas por el desarrollo de la actividad.

1. MODELOS DE CROWDFUNDING BASADOS EN ACTOS DE TIPO LUCRATIVO

1.1 La figura jurídica de la donación

La regulación de esta figura se encuentra en nuestro Código Civil, el cual la define en sus artículos 618 y 619, como un «acto de liberalidad por el cual una persona dispone gratuitamente de una cosa en favor de otra, que la acepta. Es también donación la que se hace a una persona por sus méritos o por los servicios prestados al donante siempre que no constituyan deudas exigibles, o aquella en que se impone al donatario un gravamen inferior al valor de lo donado».

Una donación no va a acarrear ningún tipo de formalidad jurídica, salvo en el caso de que el objeto de la donación sea un bien inmueble, ya que en este caso es necesario la formalización pública y su inscripción en el Registro de la Propiedad correspondiente.

La contraprestación que recibirá el financiador será meramente de reconocimiento y satisfacción moral, puesto que como hemos dicho se trata de una disposición gratuita. *Goteo* es una plataforma que se caracteriza por publicar proyectos basados productos culturales, y como hemos dicho destaca por su interés por producir bienes que beneficien al común o que tengan un retorno colectivo, desmarcándose de otro tipo de proyectos relacionados con sistema de prepago. De esta manera es la propia plataforma quien exige que las contraprestaciones para la gente que realiza las donaciones deben estar previamente determinadas, (merchandising, reconocimientos etc). Debido al tipo proyectos que se financian, de carácter cultural, social, humanitario o solidario²⁹ los financiadores colaboran de manera altruista.

Una vez delimitado el concepto, procederemos a ver cómo deberá tributar este tipo de *crowdfunding* basado en donaciones, y para ello se debe hacer un diferenciación inicial según quién sea el sujeto sometido al tributo.

A) El emprendedor

El sujeto emprendedor que reciba una donación estará sometido a unas obligaciones fiscales y a unas obligaciones formales que deberá cumplir, éstas serán diferentes según se trate de una persona física o una persona jurídica.

- Si se trata de una persona física, tributará por el Impuesto de Sucesiones y Donaciones (ISD) y al mismo tiempo que tiene esta obligación fiscal, surgirá la obligación formal de liquidar el ISD dentro de los 30 días hábiles. En el caso de que se hayan realizado varias donaciones estas deberán declararse cada una individualmente.

Se debe tener en cuenta que las CCAA tienen competencia normativa en el ISD por lo que habrá que estar a sus tipos, sus reducciones, y de la misma manera a las bonificaciones.

Por último es usual que dentro del *crowdfunding* se realicen donaciones entre terceros que son ajenos, y en este caso no se les aplicará ningún tipo de reducción y/o bonificación.

²⁹ A modo de ejemplo, se muestra un proyecto más que ha sido recientemente cofinanciado, en *Goteo*, basándose en un *crowdfunding* de tipo lucrativo. El proyecto es «Menudos corazones» cuyo objetivo era la búsqueda de financiación para seguir contando con una plataforma de trabajo *online* para un grupo de padres en duelo de niños fallecidos por problemas de corazón.

- Si por el contrario se trata de un emprendedor que es una persona jurídica la tributación será mediante el Impuesto de Sociedades (IS) y deberán proceder a la liquidación de IS anual. Esta liquidación se llevará a cabo el año siguiente al de la donación.

Debemos hacer una mención a aquellas personas jurídicas que son entidades sin ánimo de lucro, pues éstas tienen un régimen especial en el IS, por el que tendrán las rentas exentas, sin embargo si que tendrán que hacer frente a una serie de obligaciones formales. Se presentará una declaración de las donaciones que han recibido a lo largo de todo el año, y dicha declaración deberá ser presentada entre el 1 y el 30 de enero sobre las donaciones recibidas el año anterior.

A su vez tendrá que presentarse la liquidación del IS. No obstante se debe tener en cuenta que las entidades sin ánimo de lucro pueden estar sujetas a distintos regímenes respecto del IS. Por esta razón, algunas no tienen obligación de presentar la mencionada declaración, y en cambio otras están obligadas por la totalidad de sus rentas, (si bien algunas de ellas pueden estar exentas). Para aquellas entidades que estén obligadas a la liquidación del IS, se debe distinguir entre las que quedan sujetas al régimen de la Ley 49/2002 de 23 de diciembre, de Régimen Fiscal de las Entidades Sin Fines Lucrativos y de los Incentivos Fiscales al Mecenazgo, también llamada Ley del Mecenazgo, las cuales tributarán al 10% y las demás, las entidades que no se encuentran en el régimen de la referida ley, las cuales tributarán al 25%.

B) El financiador

Como ya hemos visto en la figura del emprendedor, el donante que financie el proyecto también estará sometido a una serie de obligaciones fiscales y formales.

- Los donantes que sean personas físicas, no verán efectos en la liquidación del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF), salvo que las donaciones sean realizadas a entidades de la Ley de Mecenazgo, o a asociaciones de utilidad pública. Es decir, que las donaciones que se realizan en *crowdfunding*, normalmente se llevan a cabo entre terceros ajenos por lo que no se les aplica reducción y/o bonificación alguna.

Por el contrario se aplicará una deducción de un 25% de los donativos en el caso de que las donaciones se realicen a entidades de la Ley de Mecenazgo y de la misma manera se le aplicará una deducción del 10% cuando la donación se haga a favor de fundaciones y asociaciones de utilidad pública³⁰. Como obligación formal, las personas físicas que sean donantes deberán reflejarlo en su declaración del IRPF anual.

- En el caso de que esta figura del donante financiador sea ejercida por una persona jurídica no tendrá efectos en la liquidación del Impuesto de Sociedades, salvo que la donación se realice igual que en el caso anterior a entidades de la Ley de Mecenazgo o a fundaciones y asociaciones de utilidad pública.

En este caso debemos hacer referencia al artículo 20 de la Ley de Mecenazgo, el cual establece una deducción del 35% sobre la base de la donación, aplicándose un límite del 10% de la base imponible del ejercicio. El exceso que se produzca podrá aplicarse en los años posteriores sucesivos, con un máximo de hasta 10 años.

El efecto formal que acarreará esta donación en el crowdfunding será el de declararla en el IS. Deberá verificarse si la persona jurídica está obligada a realizar pagos a cuenta del Impuesto de Sociedades.

2. MODELOS DE CROWDFUNDING BASADOS EN EL TIPO DE RECOMPENSA

2.1 La figura jurídica de la compraventa o prestación de servicios

La figura de la compraventa está recogida en el Código Civil, concretamente en el artículo 1445, y se amplía en los artículos siguientes del CC, en el cual dispone que

³⁰En relación con la deducción del 10% que se les aplica a las personas físicas que hagan una donación a una empresa de nueva creación, acudiremos a lo dispuesto en el artículo 70 de la ley del IRPF, puesto que establece que para la aplicación de esta deducción se requerirá que el importe comprobado del patrimonio del contribuyente al finalizar el período de la imposición exceda del valor que arroja su comprobación al comienzo del mismo al menos en la cuantía de la inversión realizada. En el mismo artículo en su apartado segundo se especifica que tampoco van a computar los incrementos o disminuciones de valor experimentados durante el período impositivo por los elementos patrimoniales que al final del mismo sigan formando parte del patrimonio del contribuyente.

«Por el contrato de compra y venta uno de los contratantes se obliga a entregar una cosa determinada y el otro a pagar por ella un precio cierto, en dinero o signo que lo represente.» En este caso no es una entrega gratuita, como en el caso anterior, exige que la persona que recibe el bien pague a quien se lo entregó. Por otro lado, la prestación de un servicio va en la misma línea que la compraventa, salvo que lo que se entrega para financiar la causa no es un objeto material, sino la realización de un servicio útil y necesario para que se pueda cumplir el objetivo.

Además de la regulación del concepto por el Código Civil, existe otra calificación jurídica al concepto en el Código de Comercio (CCom). La compraventa mercantil, está recogida en los artículos 325 y 326 del C.Com. Atendiendo a lo dispuesto en el manual de Derecho Mercantil de SÁNCHEZ CALERO³¹: «la técnica de limitación de estos dos artículos es muy deficiente y crea graves problemas de interpretación». De todos modos consideraremos que es compraventa mercantil:

- Las compras de cosas muebles realizadas con la finalidad de lucrarse en la reventa
- Las ventas realizadas por los empresarios cuando el comprador también lo sea y adquiera la cosa para su actividad económica

En relación con el tipo de *crowdfunding* objeto de análisis, sacamos a colación el artículo 1274 CC, por el que se especifica cuál es la causa de este tipo de contratos como la prestación de servicios y la compraventa, es decir en los contratos onerosos «Se entiende por causa, para cada parte contratante, la prestación o promesa de una cosa o servicio por la otra parte; en los remuneratorios, el servicio o beneficio que se remunera, y en los de pura beneficencia, la mera liberalidad del bienhechor». Establecidos estos puntos, queda plasmado de una manera evidente que en estos tipos de *crowdfunding* que nos ocupa la prestación de cosa o servicio que entregue una persona para el desarrollo del proyecto que busca financiarse con este sistema de cofinanciación, acarreará una contraprestación por parte del emprendedor que busca la financiación de su proyecto. «Yo te doy una cosa o servicio y tu me pagas». Para este tipo de *crowdfunding* no es necesario su formalización.

Para este tipo de proyectos vamos a destacar la plataforma *Verkami*, puesto que en esta plataforma si son bien acogidos los proyectos que funcionan como un sistema de

³¹SÁNCHEZ CALERO, F., *Principios del Derecho Mercantil*, tomo II, Tecnos, Capítulo 8.

prepago, a diferencia de Goteo como ya hemos visto. En este sentido, los proyectos culturales que buscan financiación se pre-venden para conseguir financiación suficiente. Es decir que este sistema, como estamos analizando, se asemeja a una figura de compraventa alejándose de la iniciativa del mecenazgo.

En la propia plataforma de *Verkami* aparece como reclamo para escoger su plataforma que «Verkami es *crowdfunding* para financiar proyectos originales y creadores independientes», por lo tanto si lo que busca el emprendedor es la financiación de un proyecto innovador y de carácter cultural debería acudir a esta plataforma³².

La tributación de esta figura jurídica, la analizaremos otra vez desde la perspectiva de cada uno de los sujetos intervinientes en la operación, y las obligaciones fiscales y formales que surgen para cada uno de ellos.

A) El emprendedor

- Las obligaciones que tendría el emprendedor persona física varían si este sujeto realiza o no una actividad económica o profesional, pues bien en el caso de que no realizará actividad económica alguna no se le aplicaría ninguna obligación de tributación, así como ninguna obligación formal.

Esta posición es matizable de todos modos, puesto que sí que existe obligación de repercutir el IVA si la entrega del bien, o la prestación del servicio se realiza a título oneroso por el empresario o profesionales, ya sea con carácter eventual o habitual, en el desarrollo de su actividad económica o profesional³³.

³² «Be creative, go crazy, make up some wacky new perks or do something totally different [with your campaign]. The whole crowdfunding initiative is fresh so don't be boring. Take chances, as only positive things that can come from them. We live in an amazing age where a couple of people in a basement can create a feature film and distribute it worldwide. Don't take that for granted.» Es el consejo que da Brad CRAWFORD el creador del proyecto audiovisual cofinanciado mediante este tipo de crowdfunding «100 Yen: The Japanese Arcade Experience.» Este proyecto consiste en un documental de 68 minutos sobre la historia de los arcades (maquinas recreativas) japonesas.

³³ Serán actividades profesionales las que impliquen la ordenación por cuenta propia de factores de producción materiales y humanos, o solamente de uno de ellos, con la finalidad de intervenir en la producción o distribución de bienes o servicios. La actividad empresarial se manifiesta en la realización habitual o continuada de las entregas de bienes o prestaciones de servicios. Dicha actividad va a suponer que se declare la situación de alta en la actividad económica o profesional correspondiente, por lo que se le debería aplicar el régimen al que pertenezca.

En el caso de que la persona física sí que realizará una actividad económica o profesional, la tributación de este tipo de *crowdfunding* de recompensa debería repercutir en el IVA, al tipo correspondiente según el bien que se trate, pues bien dependiendo del bien se le aplicaría el tipo general del 21%, o en su caso el reducido del 10% o incluso el super-reducido del 4%.

Dicha repercusión en el IVA además acarrea unas obligaciones formales, las cuales son la emisión de facturas, llevar a cabo una liquidación del IVA anual o trimestral, así como incluirla en el libro registro de facturas.

Que la factura sea simplificada o no dependerá de que el importe de la misma, IVA incluido, no sobrepase los 400 euros.

Es preciso matizar y dejar claro que además de la declaración y liquidación del IVA, se deberá declarar el rendimiento en el impuesto correspondiente, es decir en el IRPF o en el IS.

- Sí el emprendedor es una persona jurídica, las obligaciones fiscales no presentan una gran variación. De este modo, del mismo modo sí de una persona física se tratara, deberá repercutir el IVA de esta operación de *crowdfunding* al tipo correspondiente del IVA a los cuales nos hemos referido en el apartado anterior, dependiendo del bien se trate en cada caso concreto.

No obstante, cuando la figura del emprendedor recae en una entidad sin ánimo de lucro, se debe tener en cuenta y comprobarse las exenciones³⁴ establecidas en el artículo 20 de la Ley 37/1992 de 28 de diciembre del Impuesto sobre el Valor Añadido.

En el caso de que se entregue algo por parte del emprendedor, persona física que no tenga ninguna actividad económica o profesional, será considerada como una promoción o como un regalo. En el caso de que se haya realizado como contrapartida a una donación deberá haberse tributado por ésta, pero por supuesto habrá que atender a cada caso concreto y en caso de que existiera algún tipo de duda o discrepancia realizar la correspondiente consulta a la Agencia Tributaria.

³⁴ Así en el apartado 12º del artículo 20 de la citada ley, se dispone que estarán exentas del impuesto del IVA las prestaciones de servicios y las entregas de bienes accesorias a las mismas efectuadas directamente a sus miembros por organismos o entidades legalmente reconocidos que no tengan finalidad lucrativa, cuyos objetivos sean de naturaleza política, sindical, religiosa, patriótica, filantrópica o cívica, realizadas para la consecución de sus finalidades específicas, siempre que no perciban de los beneficiarios de tales operaciones contraprestación alguna distinta de las cotizaciones fijadas en sus estatutos.

La aplicación de esta exención quedará condicionada a que no sea susceptible de producir distorsiones de competencia.

Por otra parte, las obligaciones formales a las que deberán hacer frente son las mismas que si de una persona física con actividad económica se tratara. De este modo repetimos una vez que deberán emitir las facturas correspondientes, liquidar el IVA anual o trimestralmente, e incluirlo en el libro de facturas.

En este caso la factura también será simplificada cuando el importe de la factura no supere los 400 euros y además de la declaración del IVA será preciso declarar el rendimiento en el impuesto correspondiente. No obstante, debe señalarse que las entidades sin ánimo de lucro podrán deducirse como IVA soportado solo en la parte de sus ingresos no exentos.

B) El financiador

Es la persona que va a recibir la recompensa y ésta será en forma de bienes u objetos, como ya se ha explicado al presentar este tipo de *crowdfunding*. Sobre esta persona recaen las siguientes obligaciones fiscales, así como aquellas obligaciones formales complementarias de las primeras.

- Tratándose el financiador de un persona física, podrá deducirse el IVA satisfecho solo cuando lo aportado, ya sea un objeto o un servicio prestado, formen parte de su actividad económica o profesional.

Es decir, se podrá deducir el IVA de las operaciones que estén vinculadas con el desarrollo de la actividad económica profesional, de lo contrario esta deducción no podrá realizarse. El momento de la deducción del IVA será trimestralmente y siempre que ésta proceda.

- Por otro lado, las personas jurídicas tienen las mismas obligaciones, podrán deducir el IVA satisfecho, con el mismo requisito que para las personas físicas, que se haya originado por la realización de su actividad económica o profesional. La deducción de este impuesto se hará trimestralmente o de manera mensual. No obstante si de una gran compañía se tratase esta deducción se deberá hacerse anualmente.

3. MODELOS DEL TIPO CON RETORNO

Dentro de este modelo de *crowdfunding* nos vamos a encontrar con cuatro tipos diferenciados, ya que los asemejamos con cuatro figuras jurídicas distintas. Los diferentes tipos englobados en este apartado tienen como nexo común, que tras su inversión recibirán una contraprestación monetaria una vez que el proyecto haya sido desarrollado adecuadamente. La citada contraprestación se obtendrá en virtud de los beneficios en forma de intereses, ganancias, rendimientos o dividendos, según el caso concreto.

Para este tipo de *crowdfunding* es recomendable la plataforma Lánzanos, debido a que esta plataforma acoge proyectos que busquen inversión, a cambio de los beneficios potenciales del proyecto. No obstante hasta el momento han existido dudas en relación a la tributación de ésta persona micro-inversora, así que deberemos esperar y analizar las consecuencias de la nueva ley de fomento de la financiación empresarial.

3.1 Figura jurídica del préstamo

Esta figura jurídica del préstamo se encuentra regulada por el Código Civil (Art. 1740)³⁵ y el Código de Comercio (Arts. 1740 y 1753). Sobre la base de los mencionados artículos, se dice que el préstamo simple o mutuo es el contrato por el que una persona (prestatario) que ha recibido de otra (prestamista) una cosa fungible en propiedad se obliga a devolverle otro de la misma especie y calidad. Estas normas son de carácter dispositivo, es decir que pueden ser alteradas por la voluntad de las partes.

No es necesario la formalización del contrato de préstamo pero, no obstante, sí es muy recomendable su formalización por escrito, para evitar que se ocasionen problemas en un futuro. Dicha recomendación deriva de que el emprendedor que recibe el préstamo obtendrá los recursos necesarios para poder realizar el proyecto que ha ideado, y el beneficio del financiador será la obtención futura de unos intereses que generará esa devolución incrementada del dinero, o aquello que se haya pactado entre

³⁵ «Artículo 1740 CC.- Por el contrato de préstamo, una de las partes entrega a la otra, o alguna cosa no fungible para que use de ella por cierto tiempo y se la devuelva, en cuyo caso se llama comodato, o dinero u otra cosa fungible, con condición de devolver otro tanto de la misma especie y calidad, en cuyo caso conserva simplemente el nombre de préstamo. El comodato es esencialmente gratuito. El simple préstamo puede ser gratuito o con pacto de pagar interés.»

ambos. Por lo que para que se cumplan las expectativas del financiador es útil su formalización escrita. De la misma manera es conveniente para el emprendedor que recibe el préstamo, para que en el momento de la devolución no se le requiera algo que no se había pactado inicialmente.

A) El emprendedor

En este caso concreto, tanto las personas físicas como las personas jurídicas cuando actúen como sujeto emprendedor dentro de este tipo de *crowdfunding* estarán obligadas fiscalmente a practicar una retención del 21% sobre los intereses. Es necesario matizar que las personas físicas que no realicen ningún tipo de actividad económica o profesional, no se les aplicara en ningún caso la retención de los intereses pertinentes. Esta retención deberá ser liquidada trimestral o anualmente.

B) El financiador

- En el caso de las personas físicas éstas deberán soportar una retención al 21% sobre los intereses obtenidos y deberán tributar en el IRPF. La forma de tributar en el IRPF será como rendimientos de capital mobiliario y se deberán integrar en la base imponible del ahorro, encontrándose regulado en el artículo 25 del IRPF. Este rendimiento tributará al 21% (cuando al cantidad este comprendida entre 0 a 6.000.-€), al 25% (de 6.001 a 24.000.-€), y al 27% (a partir de los 24.001.-€) . Es preciso aclarar que en el caso de que sea una persona física sin actividad económica, solamente soportará la mencionada retención en el caso de que el emprendedor sea obligado retenedor. No hay que olvidar que a la obligación de tributar en el IRPF, le acompaña la obligación formal de hacer constar en la declaración anual del IRPF, los interés recibidos como contraprestación por haber colaborado en el financiación del proyecto.
- Tratándose por el contrario de una persona jurídica la figura del financiador en este tipo de *crowdfunding*, también deberá soportar una retención del 21% sobre los intereses obtenidos, los cuales deberán tributar en el IS. La forma de tributar para el tipo general de las empresas será entre el 30-35% si, por el contrario, la persona jurídica se tratara de una microempresa, el porcentaje de tributación se

vería reducido al 20-25%. El tipo de gravamen para los sujetos pasivos de este impuesto esta recogido en el art 28 de la ley del IS.

Al igual que en el supuesto anterior, surgirá la obligación de declarar dichos intereses obtenidos en la declaración anual del IS, pero no obstante siempre será preciso verificar en cada caso concreto, si la persona jurídica está obligada a realizar pagos a cuenta del IS.

3.2 La figura jurídica de la cuenta participación

Para abordar este tipo de *crowdfunding* primero tenemos que hacer una aproximación jurídica a la figura de la cuenta de participación. Para esta aproximación utilizaremos la normativa vigente relacionada, y así en los arts. 239 y ss. del C.Com. quedan establecido que «los comerciantes podrán interesarse los unos en las operaciones de los otros, contribuyendo para ellas con la parte del capital que convinieren, y haciéndose partícipes de sus resultados prósperos o adversos en la proporción que determinen.»

De este concepto extraemos que los inversores podrán intervenir en los proyectos que proponen los emprendedores, aportando una cantidad económica que formará parte del capital, y de este modo estarán condicionados por el resultado que obtenga el proyecto una vez realizado. Es decir que si el proyecto tiene un resultado positivo en el mercado y obtiene beneficios, los inversores partícipes obtendrán una ganancia, pero de la misma manera, si el proyecto no tiene un buen resultado final deberán soportar también esa carga.

Las cuentas en participación no están sujetas a ninguna solemnidad, pudiendo contraerse privadamente de palabra o por escrito, y probándose su existencia por cualquiera de los medios reconocidos en Derecho, y así queda recogido en el art. 240 del C.Com.

Para este tipo de *crowdfunding* debemos tener también en cuenta que no se va a poder utilizar más crédito que aquel que el comerciante haga y dirija en su nombre y bajo su responsabilidad individual.

A) El emprendedor

- La persona física que participe como emprendedor en este tipo de *crowdfunding*, cuando realice una actividad económica o profesional, tendrá diferentes obligaciones fiscales dependiendo de si el resultado del proyecto en el que se ha participado ha tenido beneficios y por lo tanto se ha obtenido una ganancia o si por el contrario han ocasionado pérdidas, en su actividad económica.

Si se han producido beneficios y se obtiene una ganancia el emprendedor deberá soportar la obligación fiscal la retención del 21% sobre la ganancia del cuenta participe. Los beneficios que haya obtenido deberán tributar en el IRPF y por supuesto cumplir la obligación formal complementaria del deber de liquidar dicha retención y la declaración del IRPF.

Si por el contrario se generan pérdidas, la transmisión por parte del emprendedor a los partícipes, es decir a los inversores, se integrarán como rendimiento en el IRPF del gestor, es decir del emprendedor. Dicho rendimiento tributará en su IRPF y deberá ser liquidado como corresponde, anualmente, en la declaración del IRPF.

- En el caso de que sea una persona jurídica aquella sobre la que recaiga la figura del emprendedor, también deberemos hacer una distinción según se obtengas pérdidas o ganancias.

Tratándose de una ganancia se genera la misma obligación fiscal que surge para las personas físicas, y de este modo el emprendedor deberá soportar la obligación fiscal de la retención del 21% sobre la ganancia del cuenta participe, y por su puesto cumplir la obligación formal complementaria del deber de liquidar dicha retención.

Si por el contrario se generara una pérdida, estas también deberían integrarse como un rendimiento en la cuenta del gestor, es decir el emprendedor. Como ya hemos dicho la transmisión de una pérdida del emprendedor a los inversores, implica para ese emprendedor un rendimiento de su actividad, el cual tributará y se liquidará en su IS anual.

B) El financiador

- Tratándose el financiador de una persona física, también habrá una distinción dependiendo si la operación de la cuenta de participación ha producido ganancias o pérdidas.

En el caso de ganancia deberá soportar una retención de un 21%, y deberá tributar en el IRPF como un rendimiento de capital mobiliario, integrándose en la base imponible del ahorro. Este rendimiento tributará al 21% (cuando la cantidad este comprendida entre 0 a 6.000.-€), al 25% (de 6.001 a 24.000.-€), y al 27% (a partir de los 24.001.-€).

Si por el contrario nos encontramos ante una situación de pérdida económica el emprendedor persona física podrá deducir las pérdidas transferidas, como un rendimiento de la actividad económica. Los rendimientos de actividades económicas se encuentran recogidos en el artículo 27 de la ley del IRPF.

En cualquier caso, se haya obtenido una ganancia o una pérdida patrimonial, se generará la obligación formal de declararlo en su correspondiente declaración anual del IRPF.

- En el caso de que sea una persona jurídica aquella sobre la que recaiga la figura del financiador, tendrá que soportar diferentes obligaciones fiscales atendiendo al mismo criterio de si la situación es de obtención de beneficios, por lo tanto ganancia, o por el contrario de pérdida.

Tratándose de una situación positiva en la que ha tenido un buen resultado y los inversores/financiadores han obtenido unos beneficios estos deberán soportar una retención del 21% y tributar de la manera que corresponda en el IS. Establecido lo anterior establecemos que el tipo general será del 30-35%, y si de una microempresa se tratara el tipo reducido sería del 20-25%.

Conjuntamente el inversor persona jurídica deberá realizar la pertinente declaración de estas ganancias en su declaración anual del IS, pero siempre verificando si dicha persona jurídica concreta tiene obligación de realizar pagos a cuenta del impuesto de sociedades.

3.3 La figura jurídica de acciones o participaciones en una sociedad de capital

El capital social atendiendo a la definición que da el derecho mercantil es la cifra de las aportaciones realizadas por los socios a las compañías mercantiles. Tiene relevancia económica dado que identifica los derechos de los socios según su participación y, asimismo, cumple una función de garantía frente a terceros dado que constituye punto de referencia para exigir la efectiva aportación patrimonial a la sociedad y la retención del existente hasta cubrir la cifra del capital social repartiendo entre los socios la diferencia restante de los beneficios de la sociedad. Es una cifra estable, a diferencia del patrimonio social, cuya cifra variará según el buen funcionamiento de la compañía mercantil.

Este tipo de *crowdfunding* se va a basar en que los financiadores van a utilizar este sistema más que como una operación de financiación, como una posibilidad de inversión. Es decir que su objetivo y el móvil que les lleva a financiar el proyecto es la posibilidad de obtener unos beneficios futuros que pueden ser en forma de dividendos o rendimientos de capital inmobiliario.

En el caso de la obtención de dividendos, hablaremos de sociedades de capital, por lo que la forma jurídica de este tipo de *crowdfunding* debe recogerse en una escritura privada, y posteriormente su inscripción en el Registro Mercantil.

En el caso de tratarse de sociedades civiles donde la contraprestación que recibirá el financiador serán rendimientos de capital mobiliario, deberá también formalizarse, pero será suficiente con un contrato privado. Elevarlo a documento público es potestativo en este caso.

A) El emprendedor

- En este tipo de *crowdfunding* no existe la posibilidad de que el emprendedor sea una persona física, puesto que el sujeto activo siempre va a ser una sociedad de capital. Como hemos dicho, busca recaudar el capital social mediante los inversores, que con sus aportaciones se convertirán en accionistas o partícipes de la sociedad.

- Tratándose de personas jurídicas, las entidades deberán soportar en el caso de obtener dividendos una retención del 21% sobre dichos dividendos, y deberán liquidar correctamente la retención que se les ha hecho.

Si la contraprestación que obtiene el financiador se basa en rendimientos de capital mobiliario, se les retendrá una parte de dichos rendimientos, y liquidarla trimestral o anualmente, lo que le corresponda.

B) El financiador

- Tanto como si el financiador persona física, ha recibido dividendos o rendimientos de capital mobiliario, deberán soportar una retención al 21%, y tendrá que tributar en el IRPF. Debido a la obligación de tributar, surge la obligación formal de efectuar su declaración en el IRPF.

Solamente si nos encontramos en un supuesto en el que se reciben dividendos, podremos aplicar la deducción para las empresas nuevas, teniendo en cuenta lo dispuesto en el artículo 70 IRPF, y de este modo se podrá realizar una deducción del 20% de las cantidades invertidas en suscripción de acciones o participaciones de SA, SRL, SAL, o SRL, de nueva o reciente creación. El límite de esta deducción está establecido en 50.000 euros, pero para poder efectuar esta deducción es preciso cumplir los requisitos del artículo 68.1 de la Ley del impuesto sobre la renta de las personas físicas.

- En el mismo sentido cuando el financiador sea persona jurídica, tanto si ha recibido dividendos o rendimientos de capital inmobiliario, deberá soportar una retención al 21% y tributar en el IS. El tipo de tributación será del 30-35%, salvo que se trate de una microempresa, ya que en este caso el tipo de tributación se ve reducido al 20-25%. Esta retención debe declararse en la declaración anual del Impuesto de Sociedades, verificando en cada caso concreto, si la persona jurídica está obligada a realizar pagos a cuenta del IS.

VII. CONSIDERACIONES FINALES

El crecimiento del *crowdfunding* ha sido espectacular, el éxito de esta fórmula de financiación colectiva, se podría deber a que es aplicable a muchos y muy diferentes tipos de proyectos. Y hacemos referencia otra vez al «Crowdfunding: la eclosión de la financiación colectiva un cambio tecnológico, social y económico» de RIVERA BUTZBACH donde se recoge esta idea de que: «La prueba más fehaciente de la magnitud del fenómeno es la enorme extensión y variedad de portales de lanzamiento de proyectos y la increíble cantidad de proyectos financiados con éxito».

Gracias a Internet es fácilmente accesible, para una multitud de personas tanto emprendedores como partícipes, y además no requiere fuertes inversiones por parte de los inversores, ya que cada financiador es libre de aportar la cantidad que pueda y considere. Finalmente lo que cuenta es que la suma total conseguida alcance el objetivo económico fijado y se pueda desarrollar el proyecto, por esto cuanto mas gente participe, menores deberán ser las aportaciones, y es por este motivo que los objetivos se alcanzan aunque las contribuciones sean pequeñas cantidades.

A su vez como ha quedado plasmado es necesario que al proyecto esté dirigido a algún público que sea consumidor del producto, puesto que de lo contrario no encontraría financiadores, ni beneficios por su distribución en el caso de que se reuniera el objetivo económico. Para alcanzar una buena idea y sin dejar de lado la creatividad de la misma es conveniente darle varias vueltas al proyecto antes de presentarlo y así lo recoge SPIRER³⁶ en su libro «CrowdFunding: The Next big Thing» cuando dice que «The perfect pitch comes from refining and distilling core ideas over and over».

El hecho de que carezca de formalismos rígidos que dificulten su normal desarrollo, es otro de los puntos a favor del sistema de *crowdfunding*, así como el que no existan intermediarios (obviando la participación de la plataforma de *crowdfunding*) que encarezcan los proyectos.

La forma de pago, vía *online*, es fácil y rápida, hecho que fomenta la participación de los potenciales emprendedores a colaborar en el desarrollo del proyecto objeto de financiación. Hoy en día la sociedad actual está acostumbrada a realizar

³⁶ Se puede encontrar más información en su blog <http://www.garyspirer.com/> y en <http://www.crowdfundingthenextbigthing.com/>

compras diarias por internet, los miedos se han ido disipando poco a poco y la comodidad y rapidez es indudable.

Sustituye fórmulas tradicionales de financiación (bancaria, subvenciones, financiación corporativa como pueda ser el capital riesgo, el *Venture debt*, *private equity*) a las que bien el proyecto, bien el emprendedor no tienen acceso por distintas razones o que, en un entorno de crisis como en el que estamos y hemos estado en mayor intensidad en los años anteriores, son imposibles de conseguir la mayoría ocasiones.

Teniendo en cuentas estas consideraciones, se puede extraer que la financiación de ideas vía *crowdfunding* conlleva una serie de ventajas económicas, ya que el objetivo es recaudar los recursos necesarios para el correcto desarrollo del proyecto. Además, este sistema permite que se pueda obtener más dinero que con cualquier otro sistema de financiación tradicional puesto que al tratarse de plataformas *online*, están abiertas a todo el mundo.

Además de las evidentes ventajas económicas, que han quedado plasmadas a lo largo de toda la exposición del tema se genera otro tipo de ventajas:

- Una vez que el proyecto está publicado en la plataforma, los emprendedores van a recibir mucha información útil a través de las opiniones de los potenciales financiadores del proyecto.
- En el caso de que el proyecto obtenga el 100% de la financiación que necesita, se puede interpretar como una señal de que ese producto ha sido aceptado por el mercado y que consecuentemente, se obtendrán unos beneficios económicos con su comercialización.
- Si por el contrario el proyecto no recibe el apoyo de los potenciales financiadores, es igualmente un indicativo de que el proyecto debería pulirse un poco más, ya que quizás aún no este preparado para su salida al mercado.
- Además con el apoyo de algunos proyectos importantes, se fomenta la cultura, y se permite que el autor pueda realizar su obra, de la cual podrá disfrutar mucha gente.
- Además con esta iniciativa del *crowdfunding*, se crean puestos de trabajo, ya que recaudada la cantidad necesaria para que se pueda desarrollar un determinado proyecto, parte de ello se destinará a la obtención de recursos humanos que materialicen la idea objeto de financiación.

De la misma manera que hemos extraído las ventajas, este sistema de cofinanciación, también tiene problemas que le rodean.

Una gran problemática en torno a este sistema es sin duda la escalabilidad, pues el *crowdfunding* es un sistema útil para la financiación de proyectos que requieran presupuestos pequeños y que tengan una envergadura concreta. De esta manera, aquellos que requieran grandes inversiones o que se prolonguen en el tiempo serán difíciles de financiar, y raramente tendrán éxito.

El gran problema del *crowdfunding* hasta la fecha ha sido la inseguridad jurídica que le rodea, pues hasta la promulgación de esta nueva Ley de Fomento de la Financiación Empresarial, los representantes de las plataformas denunciaban la falta de un marco jurídico específico para el *crowdfunding*. En este momento hay grandes expectativas en esta ley, pero es pronto para juzgar si es o no suficiente. De momento se trata de un buen punto de partida que deberá corregirse atendiendo a las nuevas exigencias que surjan con el desarrollo del propio sistema del *crowdfunding*.

Por otro lado, nos encontramos con la polarización de las iniciativas en lo que se refiere en la tipología de los proyectos que gozan de mayor éxito, así en cabeza está la música, seguida de proyectos audiovisuales y revistas, quedando los proyectos más experimentales o arriesgados con dificultades para alcanzar el éxito y poder financiarse.

Además, existe un conflicto con el papel que deben tomar las administraciones públicas en el *crowdfunding*, que sugerimos quede resuelto de la siguiente forma. Estas administraciones públicas deberían apoyar las plataformas que propician el retorno social de los productos generados, y por supuesto potenciar el mercado y el uso del *crowdfunding*, sin crear en ningún momento sus propias plataformas, ya que se perjudicaría gravemente a las ya establecidas.

VIII. CONCLUSIONES

El concepto del *crowdfunding* ha quedado correctamente delimitado a pesar de no contar todavía con una definición aportada por la RAE, a través de las definiciones aportadas por expertos en la materia.

Aquellas personas que tengan en mente un proyecto, pero que no puedan desarrollarlo por no contar con los recursos económicos necesarios, podrán beneficiarse de este mecanismo de financiación, cuya solvencia sin duda ha quedado demostrada.

El proyecto deberá publicarse en una plataforma de *crowdfunding*, la cuál deberá ser elegida según el tipo de *crowdfunding* que se vaya a utilizar, puesto que cada una está orientada hacia un tipo concreto. La elección correcta puede llegar a ser trascendental para alcanzar el objetivo económico del proyecto.

Los tipos de *crowdfunding* han sido clasificados atendiendo a las recompensas que van a recibir los financiadores. Según el tipo de recompensa se asemejarán más a una figura jurídica que a otra y su forma de tributar, consecuentemente, también será diferente.

El *crowdfunding* funciona para aquellas obras que tienen su propia comunidad o visibilidad mediática. Aquellas iniciativas que por motivos económicos o sociales no gocen de esta visibilidad se verán siempre marginados dentro de este tipo de sistemas recaudatorios en los que la popularidad juega un papel tan importante. Por otro lado, los proyectos de carácter cinematográfico, las grandes producciones teatrales o las iniciativas similares también lo tienen mucho más difícil para conseguir superar determinados marcos de financiación, puesto que las cantidades económicas que precisan para que sus proyectos nazcan son muy elevadas, y por lo tanto se tarda más en recaudarlas. En este sentido también los inversores en este tipo de proyectos recibirán sus recompensas en un lapso temporal mayor, circunstancia que también dificulta el éxito de estos proyectos.

No obstante, y a pesar de lo anterior, debemos tener en cuenta que el *crowdfunding* nunca va a poder sustituir la financiación pública de la cultura, ya que la función del mismo es complementar y fomentar nuevas formas de financiación. La creación de plataformas públicas de *crowdfunding* sería claramente nociva e iría en detrimento de las plataformas ya existentes.

En este sentido es conveniente apoyar a las plataformas que ya han demostrado claramente su efectividad y que generarán una relación sana y sostenible entre las administraciones públicas y el sistema del *crowdfunding*

Con la nueva Ley 5/2015 de 27 de abril, de Fomento de la Financiación Empresarial, se eliminan muchos problemas anteriores relativos a la inseguridad jurídica. No obstante parece que aún existe cierta penumbra en torno a la figura del micro-accionista, el cuál es una pieza clave para conseguir que los fondos que puedan llegar a recaudar el *crowdfunding* no sean tan sólo producidos por rentas del trabajo sino que pueda entrar capital financiero. Quizás con la nueva ley de reciente aprobación vemos como este problema se disipa y no sigue siendo una traba para la financiación de estos proyectos.

Por esta razón se considera muy importante que se termine de consolidar y desarrollar un marco jurídico-fiscal que sea adecuado y que permita e incentive la inversión privada en proyectos de microaccionariado.

IX. BIBLIOGRAFÍA

- MARTÍN QUERALT, J., *Manual Derecho Tributario, Parte Especial*, 10ª edición, Aranzadi, Pamplona, 2013.
- MARTÍN QUERALT, J., *Curso de Derecho financiero y tributario*, 25ª edición, Tecnos, Madrid, 2014.
- MERINO JARA, I., *Derecho Tributario, Parte Especial, Lecciones adaptadas al EEES*, edición 2012, Tecnos, Madrid.
- RIVERA BUTZBACH, E., *Crowdfunding: La eclosión de la financiación colectiva un cambio tecnológico, social y económico*, 1ª edición, ediciones microtemas.com, Barcelona, 2012.
- SÁNCHEZ CALERO, F., *Principios del Derecho Mercantil*, t. II, 19ª edición, Aranzadi, Huarte, 2014
- SPIRER, G., *CrowdFunding: The Next Big Thing*, edición 2014, CreateSpace Independent Publishing platform, North Charlestone, South Carolina.

Páginas web consultadas:

- <http://www.boe.es/>
- www.bubok.es
- <http://www.congreso.es/>
- <http://www.creatiabusiness.com>
- <http://www.crowdacy.com>
- www.crowdfundingguides.com
- www.crowdfundingrevolution.com
- <http://www.crowdfundingthenextbigthing.com/>
- <http://www.elcapitalistainfiel.com.es>
- <http://www.elmundo.es/>
- <http://economia.elpais.com/>
- <http://www.empTFrendelandia.es>
- <http://www.emprendelandia.es>
- <http://www.fandyu.com>
- <http://2012.fcforum.net>
- www.forbes.com

- <https://www.fundable.com>
- www.fundacioncopyleft.com
- <https://goteo.org>
- www.indiegogo.com
- <https://www.kickstarter.com>
- <http://laflecha.net>
- <http://www.lanzanos.com>
- www.microtemas.com/libro/crowdfunding
- <http://www.porypara.es>
- <http://riotcinema.com>
- <http://www.seedquick.com>
- <http://web.spaincrowdfunding.org>
- www.thecrowdfundingrevolution.com
- www.theireglarproject.com
- www.tutorfair.com
- <http://www.universocrowdfunding.com>
- <http://www.verkami.com>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Micromecenazgo>
- <http://xnet-x.net>