

Experiencias de **CROWDFUNDING**

en el Estado español y Cataluña:

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS, RETOS Y OBSTÁCULOS

Inspiración y recomendaciones para un instrumento más sólido
de financiación transversal colectiva, pública y privada de la cultura



Un informe de **X.net**
con asesoramiento jurídico de **Silvia Caparrós**

Versión 1.0, mejorada por los usuarios

Observaciones, críticas, comentarios, por favor escribir a: contact@whois--X.net

ÍNDICE

0. INTRODUCCIÓN	pág. 4
1. EL DESARROLLO DEL CROWDFUNDING	pág. 5
1.1. Plataformas de crowdfunding	pág. 6
1.2. Crowdfunding directo	pág. 6
1.3. Plataformas abiertas de proyectos	pág. 6
1.4. Crowdfunding de propuestas de proyectos	pág. 7
1.5. Crowdsourcing	pág. 7
1.6. Como inversión	pág. 7
2. CASOS DE ESTUDIO	pág. 8
2.1. Goteo	pág. 8
2.2. Verkami	pág. 9
2.3. Kickstarter	pág. 10
2.4. Lánzanos	pág. 11
2.5. Riot Cinema: El Cosmonauta	pág. 11
2.6. Metromuster: No Res	pág. 12
3. PRINCIPALES PROBLEMAS	pág. 13
3.1. Escalabilidad	pág. 13
3.2. Rentas del trabajo, no capital	pág. 14
3.3. Confusión entre la pre-compra, donación y bancos de tiempo	pág. 15
3.4. Inseguridad jurídica	pág. 16
3.5. Agotamiento de las comunidades	pág. 16
3.6. Polarización de iniciativas	pág. 16
3.7. Tasas, impuestos y gastos	pág. 17
3.8. Cultura Libre y CF	pág. 18
3.9. El papel de las administraciones públicas en el CF	pág. 18
4. CONCLUSIONES	pág. 18
INFORME JURÍDICO Y RECOMENDACIONES	pág. 19
1. MARCO JURÍDICO	pág. 19
2. CROWDFUNDING LUCRATIVO EN ESPAÑA:	
LAS DONACIONES Y OTRAS FORMAS DE MECENAZGO.	pág. 20
2.1. Las Donaciones.	pág. 20
2.1.1. Donatario (Emprendedor) Persona Física.	pág. 20
2.1.2. Donatario Persona Jurídica.	pág. 22
2.2. La Ley del Mecenazgo	pág. 23
2.2.1. Persona Física.	pág. 23
2.2.2. Persona Jurídica.	pág. 24
2.2.3. Las Entidades sin ánimo de lucro como Donatarios.	pág. 24
2.3. Otras formas de Mecenazgo.	pág. 25
2.4. Donaciones con recompensa	pág. 26
3. CROWDFUNDING CON RETORNO.	pág. 27
3.1. Préstamos.	pág. 28
3.2. Comunidad de Bienes.	pág. 29
3.3. Cuenta en participación.	pág. 30
3.4. Diferencias entre las anteriores figuras jurídicas.	pág. 31
4. NORMATIVA APLICABLE A LOS CFP YA LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA.	pág. 32
5. LA PROPUESTA DE LEY DE EMPRENDEDORES.	pág. 34
6. CONSIDERACIONES FINALES	pág. 35
7. ANEXOS	pág. 36

0. INTRODUCCIÓN

Crowdfunding es la denominación utilizada para referirse a financiación colectiva, normalmente, on-line. Algunos la llaman también financiación en masa¹, micromecenazgo, o micropatronazgo; aunque en puridad, no todo crowdfunding puede considerarse una modalidad de mecenazgo. Originado en el mundo anglosajón ha llegado con fuerza al Estado español donde ha tenido una buena acogida propiciada en parte por la sangrante crisis económica que empapa la realidad de estos momentos. En muchos ámbitos se ha planteado que podría llegar a sustituir formas tradicionales de producción de bienes culturales (inversión por parte de productoras, editores, ayudas públicas, prepagos, etc.) y en términos generales se presenta como la opción más democrática para producir cultura. Una de las ventajas que ofrece este sistema de financiación es que permite la posibilidad de que la ciudadanía, empresas públicas y privadas contribuyan con cualquier cantidad de dinero a fomentar el desarrollo de una iniciativa cultural. Además existen ciertos proyectos que por su carácter o tipología no encajan en ni en los requisitos de apoyo de entidades públicas ni llaman la atención de la iniciativa privada encuentran en las plataformas de crowdfunding (a partir de este momento abreviado como CF) una opción de encontrar financiación.

El CF, que está teniendo un impacto notable en el panorama cultural contemporáneo, ha proliferado especialmente en Cataluña que pese a no ser dóndemás circulación de fondos se genera, sí es donde más plataformas utilizan o se inspiran en el CF.

Se dice que el CF nació en 1997, cuando el grupo británico de rock Marillion promovió por Internet la financiación colectiva de una de sus giras. Pero en realidad, pese a que en la historia de la cultura encontramos muchos casos de financiación colectiva, otro ejemplo de CF contemporáneo lo encontramos con el nacimiento del software denominado libre, del Proyecto GNU y de la Free Software Foundation de la mano de Richard Stallman en los años 80.

Los programadores trabajaban en el desarrollo de sistemas operativos y aplicaciones sin cobrar a cambio; de ese momento incipiente se pasó a las donaciones que permitieron desarrollar más ampliamente determinados proyectos que habían de revertir en el bien común, ejemplos de ello los encontramos en Wikipedia, Creative Commons, el explorador Mozilla y muchos otros.

El CF rápidamente se reveló como un sistema de financiación ideal para este tipo de proyectos: rápido, sencillo, on-line y que apelaba a lo mejor de cada uno para construir, entre todos, un bien común. Es decir un sistema de financiación ad-hoc para proyectos tecnológicos en un entorno digital.

A lo largo de este informe introduciremos los diferentes tipos de plataformas y modelos de crowdfunding que se dan lugar en estos momentos. Este trabajo se ha realizado tras entrevistar a una cantidad sustancial de representantes de estas plataformas, personas o colectivos que las han usado para lanzar un proyecto y finalmente algunos de sus usuarios finales, es decir financiadores/as de estos proyectos. Hemos realizado una selección de plataformas nacionales que comparamos con una estadounidense por ser la más importante en la actualidad y gozar de mayor penetración social, con el objetivo de resaltar ciertas diferencias.

A continuación presentaremos varios casos de estudio para entender mejor las diferencias que hay entre estos proyectos. Acto seguido miraremos algunas de las problemáticas que abundan en esta nueva realidad y nos haremos eco de las dudas y preocupaciones que tienen los y las representantes de estas plataformas con quienes hemos podido hablar. Pese al indiscutible crecimiento de este sistema de financiación (se estima que un 63% de crecimiento en los tres últimos años²) es importante ver cuáles son los obstáculos y consecuencias que tiene para el sector cultural este mecanismo de recaudación de fondos. Para terminar presentaremos un conjunto de recomendaciones y posibles soluciones a los problemas planteados.

1. Del inglés crowd: multitud y to fund: financiar.

2. www.crowdsourcing.org/document/crowdfunding-industry-report-abridged-version-market-trends-composition-and-crowdfunding-platforms/14277

1. EL DESARROLLO DEL CROWDFUNDING

El crecimiento del crowdfunding ha sido espectacular. El éxito de esta fórmula de financiación colectiva aplicable a muchos y muy diferentes tipos de proyectos radica a nuestro entender, entre otras cuestiones, en que (i) es fácilmente accesible, gracias a Internet, para una multitud de personas tanto emprendedores como partícipes; (ii) no requiere fuertes inversiones que, en la mayoría de los casos, son decididas por cada partícipe, la suma de ellas es lo que cuenta; (iii) el mecanismo de pago y recepción de fondos es fácil y rápido; (iv) carece de rígidos formalismos, (v) no existen intermediarios—sin contar a la propia plataforma— que encarecen los proyectos, en especial en los supuestos de crowdfunding para creación de música, audiovisuales, videojuegos; por lo que además los financiadores se sienten más vinculados al proyecto financiado y (vi) 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, son imposibles de conseguir la mayoría de las veces.

Según “The Crowdfunding Industry Report”³ de Mayo de 2012 en 2011 se obtuvieron fondos por importe de 1,5 billones de USD en todo el mundo, lo que supone un crecimiento del 63% en los últimos tres años.

El mayor mercado de crowdfunding es, actualmente, los Estados Unidos, pero Europa le sigue a buen ritmo. Existen contabilizadas en el primer trimestre de 2012 unos 452 CFPs y 1.000.000 de proyectos llevados a cabo con éxito.

En el crowdfunding existen tres sujetos o partes diferenciadas: (1) el que busca la financiación para su proyecto (emprendedores y creativos), (2) las personas que aportan fondos (los financiadores) y (3) la plataforma tecnológica que facilita el contacto entre unos y otros, la cual lleva a cabo las tareas de selección de los proyectos, en la mayoría de los casos y, también, de asesoramiento, licencia de software y otras por las que, en algunos supuestos, puede cargar comisiones.

Las CFPs usualmente establecen un objetivo de financiación que de cumplirse supondrá que el emprendedor pueda retirar el dinero obtenido, dejando no obstante un porcentaje en concepto de comisión de remuneración de la plataforma, que suele ser del 5%. En caso de no cumplirse el objetivo, el dinero se devuelve a los partícipes y el emprendedor no percibe nada. Se trata de un mecanismo de seguridad conocido como “pledges”.

En otras plataformas, todas las contribuciones, salvo la comisión correspondiente, se entregan al emprendedor, aunque no se haya logrado el objetivo.

Los financiadores a cambio de su aportación y en función del tipo de proyecto que financian obtienen una recompensa, que puede ser (i) no económica, desde figurar en los créditos de una obra audiovisual a recibir una copia del libro o álbum financiado, entradas, una camiseta, un certificado y, en todo caso, la satisfacción de haber ayudado a alguien a llevar a cabo su proyecto; o (ii) un retorno económico financiero en forma de rentas, intereses, e incluso la recuperación del importe invertido.

El primer tipo de crowdfunding, al que denominaremos no lucrativo, se dirige habitualmente a proyectos sociales, de investigación así como a financiar la creación y/o explotación de obras del espíritu: música, audiovisual, literatura. Este modelo de financiación permite, además, al creador o al emprendedor mantener en propiedad su obra o su proyecto, ya que los financiadores no participan directamente en ella, en modo alguno, ni tienen ningún tipo de posibilidad de interferir en el proceso creativo o empresarial del emprendedor.

El crowdfunding lucrativo u oneroso, opuesto al anterior, se dirige más bien a proyectos de carácter empresarial, y en el entorno anglosajón tiene aplicación en la creación de contenidos artísticos digitales (video juegos, música y audiovisual). En este sistema de crowdfunding la empresa así creada puede pasar a ser a propiedad de los inversores, en función de las cuotas de participación de cada uno, junto con el emprendedor o creador, aquellos pueden tener facultades de control, supervisión y/o dirección del proyecto, por lo que no está indicado para todo tipo.

3. Informe sobre la industria del crowdfunding llevado a cabo por Crowdsourcing.org en colaboración con Crowdfunding LLC y Massolution, sobre la encuesta realizada el primer trimestre del 2012 sobre el sector, en la que participaron 135 plataformas de crowdsourcing. Este informe está disponible en www.crowdsourcing.org en versión resumida. También puede adquirirse a través de este website el informe completo.

1.1. Plataformas de crowdfunding

De hecho, las plataformas existentes en la actualidad están especializadas, en la mayoría de los casos, en uno u otro tipo de proyectos o iniciativas.

El Crowdsourcing son pues contribuciones financieras de los inversionistas online, patrocinadores o donantes para financiar iniciativas con fines de lucro o sin fines de lucro o empresas. Crowdfunding es una aproximación a recaudar capital para nuevos proyectos y negocios mediante la solicitud contribuciones de un gran número de participantes siguiendo tres tipos de modelos de crowdfunding: (1) donaciones, la filantropía y el patrocinio donde no hay esperado retorno financiero, préstamos (2) y (3) inversión a cambio de capital, ganancias o ingresos compartidos⁴.

De esos tres tipos de crowdfunding indicados, “The Crowdfunding Industry Report” identifica los siguientes modelos:

1. Crowdfunding basado en la participación en el capital que pretende el retorno mediante beneficios, rentas y acciones y/o participaciones (Equity-based crowdfunding)
2. Crowdfunding basado en préstamos (Lending-based crowdfunding)
3. Crowdfunding basado en recompensa (Reward-based crowdfunding)
4. Crowdfunding basado en donaciones (Donation-based crowdfunding)

En la actualidad en el Estado español co-existen distintos modelos en los que a las plataformas de CF se refiere que deberían explorarse y tenerse en cuenta con el fin de captar su potencial. No todas las plataformas funcionan de la misma manera ni buscan los mismos objetivos. Las diferentes plataformas que veremos potenciarán un sistema u otro dependiendo de criterios muy específicos. Las plataformas además potenciarán diferentes tipos de CF, directo, por proyectos que se van a iniciar, proyectos de continuación o que requieren fuerza de trabajo (o crowdsourcing).

1.2. Crowdfunding directo

Los proyectos crean sus propias plataformas para recibir donaciones como es el caso de Riot Cinema (ver caso de estudio más adelante) que constituye un ejemplo claro de estas prácticas, ya que actualmente trabaja en la financiación de una película a través de las contribuciones de agentes individuales que acceden al proyecto a través de su página web. Este tipo de plataformas se lanzan para promocionar proyectos específicos como películas, libros, programas de software o elementos de hardware, etc. De esta manera se consigue involucrar a la gente en su producción a cambio de material promocional, pases privados, reconocimiento, regalos y merchandising o retornos materiales como copias de la propia obra una vez concluida. Esto crea un vínculo directo entre audiencia y productores, que colaboran en la elaboración de la obra. En este tipo de casos las plataformas que se presentan para recaudar pertenecen a la propia productora y no sirven para acoger otros proyectos o iniciativas. Son plataformas muy personalizadas que buscan promover la comunicación directa.

1.3. Plataformas abiertas de proyectos

Otra modalidad posibilita que los agentes culturales describan un proyecto que desean desarrollar y proporcionen a sus potenciales patrocinadores la información sobre sus necesidades y sus resultados potenciales y posibles. Una vez proporcionada esta información, se hace un llamamiento abierto a financiar el proyecto mediante donaciones directas que son visibles y públicas. A partir de aquí, los artistas o productores llegan a acuerdos con sus promotores para ofrecerles beneficios futuros, mer-

4. Traducción del literal en www.crowdsourcing.org: “Financial contributions from online investors, sponsors or donors to fund for-profit or non-profit initiatives or enterprises. Crowdfunding is an approach to raising capital for new projects and businesses by soliciting contributions from a large number of stakeholders following three types of crowdfunding models: (1) Donations, Philanthropy and Sponsorship where there is no expected financial return, (2) Lending and (3) Investment in exchange for equity, profit or revenue sharing”.

chandising o visibilidad una vez que el proyecto se haya completado. De este modo, el dinero fluye directamente hacia los artistas sin necesidad de intermediarios. Kickstarter (o Verkami⁵ en España) constituye un ejemplo perfecto de este modelo de cofinanciación, pues ha permitido la producción de numerosos proyectos que abarcan películas, discos, libros, etc. Este sistema ayuda a mitigar los riesgos en el mercado exponiendo proyectos a inversores y analizando las reacciones sociales a estas iniciativas antes de que se lleven a cabo: si no logran una buena acogida, significa que la inversión es demasiado arriesgada. Estas plataformas suplantando o eliminando la figura del productor/a o intermediario y se presentan como un firme aliado para la producción de ciertos proyectos.

1.4. Crowdfunding de proyectos en marcha

Otro sistema de cofinanciación permite que se contribuya a la pervivencia de proyectos culturales, páginas web y blogs ya existentes. Flattr⁶ constituye un magnífico ejemplo de esto, ya que se trata de un sistema de donación basado en votar los sitios que cada uno considere dignos de recibir financiación. Así, los usuarios abren una cuenta en la que determinan una cantidad periódica de dinero que se destinará a todos los proyectos sobre cuyo botón Flattr se haga clic. De esta forma, los desarrolladores de software, blogueros, escritores, compositores y demás creadores podrán seguir produciendo mientras los usuarios que visitan sus sitios les proporcionan parte de los fondos que necesitan.

1.5. Crowdsourcing

Es necesario distinguir entre el crowdfunding y el crowdsourcing. El segundo caso implica la distribución de tareas o micro-actividades en un grupo social expandido. Ejemplos típicos de crowdsourcing los encontramos cuando para traducir un libro o película se habilita una plataforma que posibilita que cada usuario traduzca tan sólo un párrafo. De esta manera se pueden realizar actividades complejas en muy poco tiempo. Si bien esto no implica directamente el CF, sí es verdad que ciertas plataformas como Goteo o Riot Cinema, han introducido esta posibilidad en sus campañas. De esta manera se pueden realizar contribuciones económicas directas o donación de “tiempo” o dedicación a tareas específicas que necesitan ser desarrolladas.

Técnicamente el crowdsourcing podría llegar a capitalizarse y presentarse como parte de la financiación necesaria para desarrollar un proyecto. De esta forma complementa de forma perfecta ciertas campañas de CF. En el caso de Goteo permite participar de los proyectos a diferentes niveles, de esta forma no se pone tanto énfasis en la donación como en la colaboración en ciertos proyectos, ya sea aportando tiempo, habilidades o dinero.

1.6. Como inversión

De forma reciente se ha especulado mucho sobre la posibilidad de lanzar campañas de CF que en lugar de ofrecer un libro, disco o retorno similar, se puedan entender como sistemas de inversión con opción a recibir participaciones o parte de los beneficios obtenidos por la comercialización del producto o proyecto. Si bien es verdad que en el Estado español esta práctica no se ha dado mucho, debido en parte a la inseguridad jurídica que existe en torno a la figura del micro-accionista, en EE.UU, como veremos más adelante, se ha pasado una legislación específica para promover este tipo de CF. Cuando analicemos el caso de Riot Cinema veremos cómo han sido uno de los pioneros de este modelo en el Estado español, pero también discutiremos algunos de los problemas con los que se han encontrado.

5. Analizaremos ambas plataformas en detalle más adelante.

6. <http://flattr.com/>

2. CASOS DE ESTUDIO

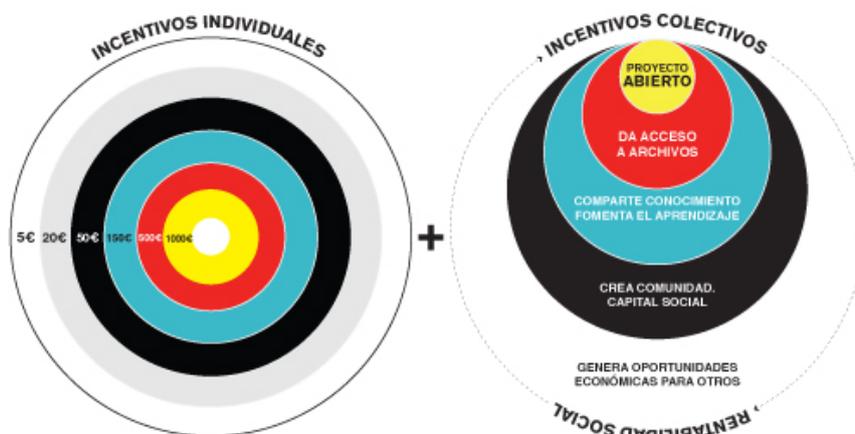
NOMBRE	AÑO DE INICIO	MEDIA DE PROYECTOS POR MES	MEDIA DE COSTE	RATIO DE ÉXITO	PORCENTAJE PARA PLATAFORMA	MEDIA DE DONACIÓN	MÁS PRODUCIDOS	NACIONALIDAD
Goteo	2010	8	5.000€	55%	8%	50€	Música y ecología	ESP
Verkami	2010	100	3.700€	73%	5%	25€	Música y audiovisuales	ESP
Kickstarter	2009	2.200	4.500\$	44%	5%(+5% amazon)	25\$/20€	Música y cine	EEUU
Riot Cinema	2009	1 (en total)	860.000€			7€ crowd 300€ inversores	Cine	ESP
Lánzanos	2010	50	3.000€	60%	5% (proyectos solidarios 1%)	20€	Cine y audiovisuales, libros, revistas	ESP

2.1. Goteo

Goteo⁷ es una red social de financiación colectiva (aportaciones monetarias) y colaboración distribuida (servicios, infraestructuras, microtarefas y otros recursos) desde la que impulsar el desarrollo autónomo de iniciativas creativas, proyectos culturales o de impacto social, que contribuyan al desarrollo del procomún, el conocimiento libre y/o el código abierto.

Goteo es una iniciativa gestionada por la Fundación Fuentes Abiertas, entidad sin ánimo de lucro creada por Platoniq, una organización internacional de productores culturales y desarrolladores de software, centrada en la producción y distribución de la cultura copyleft.

La principal diferencia de Goteo 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 como un sistema de prepagado de objetos o bienes culturales. Todos los proyectos que alberga la plataforma deben indicar de forma clara cuales son los retornos privados para la gente que realiza donaciones (camisetas, chapas, reconocimiento, etc.) pero también han de estipular cual es el retorno colectivo (qué comunidades se pueden beneficiar, cómo se puede reutilizar el código, que repercusiones sociales va a tener el proyecto, etc.).



Fuente: Goteo.org

Esta plataforma recoge donaciones monetarias pero también propone vías de colaboración directa con los proyectos, es decir promueve formas de crowdsourcing. Algunos proyectos requieren de programadores, desarrolladores, trabajos especializados, etc. a los que se puede contribuir. De esta forma Goteo se centra más en promover proyectos de base colaborativa que prototipos tan sólo con vías a ser comercializados.

Esta plataforma promueve una media de ocho proyectos al mes y estos proyectos suelen realizar una solicitud de financiación de unos 5.000 euros de media y tienen un ratio de éxito que ronda el 55% de los proyectos promovidos.

La plataforma se queda un 8% de la cantidad total recibida.

Las comunidades de las que provengan los diferentes proyectos son las que definirán que estos resulten exitosos o no. Desde Goteo nos constatan, pese a que no sea así con otras plataformas, que las comunidades más abigarradas y robustas son más capaces de promover proyectos que las más frágiles y inconexas. A pesar de esto los proyectos musicales o de orientación ecológica son los que mejor funcionan a la hora de recaudar la financiación necesaria para realizarse.

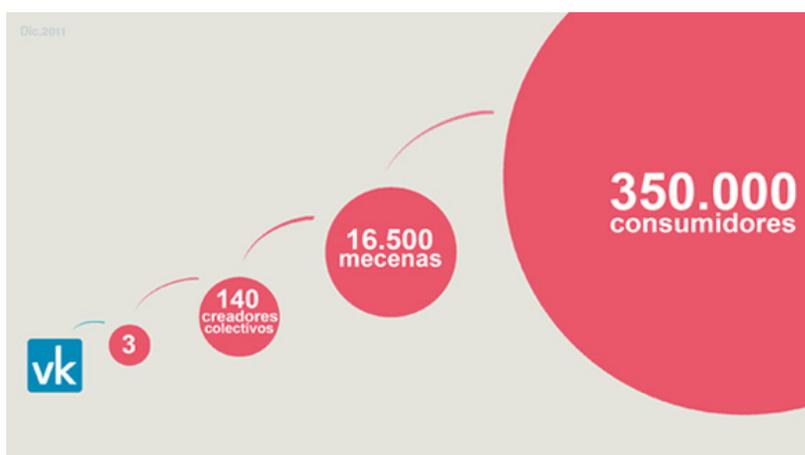
7. <http://www.goteo.org/>

La media de financiación por persona es de unos 50 euros pese a que las donaciones oscilan entre los 5 y los 300 euros. Aun así les gustaría que las entidades tributarias y la regulación facilitara y aclarara los beneficios que perciben los donantes y no complicaran la tributación.

En la actualidad Goteo está planteándose la posibilidad de abrir iniciativas paralelas enfocadas a regiones o tipologías de proyectos más concretas, trabajando en la inauguración de Goteo Euskadi en breve.

2.2. Verkami

Verkami⁸ es una plataforma de crowdfunding dirigida a creadores independientes que buscan financiación para materializar sus ideas. El proyecto, nacido en Mataró surge de la iniciativa privada de un padre y dos hijos: Joan, Adrià y Jonàs Sala, un biólogo, un historiador del arte y un físico y la identidad jurídica del mismo es una SCP.



Acción de Verkami en 2011. Fuente Verkami.com

Cualquier proyecto de carácter creativo tiene cabida en esta plataforma y se acogen iniciativas de creadores y emprendedores del mundo del arte, la cultura y la sociedad civil, acogiendo campos tan diversos como cine, música, teatro, cómic, proyectos comunitarios, diseño, software, fotografía, tecnología, obras sociales, inventos, periodismo, vídeo, literatura, etc.

De media la plataforma alberga unos 100 proyectos al mes, y tan sólo en 2012 ya llevan 430 proyectos promovidos. Normalmente los proyectos requieren una media de financiación que gira en torno a los 3700€, y en los casos de éxito se está recogiendo un 30% más de lo que se pide en primer lugar. Sin duda Verkami es una de las plataformas más exitosas del panorama nacional, el 73% de los proyectos que se presentan logran la financiación necesaria para realizarse.

Los donantes aportan de media unos 25 euros por proyecto y la plataforma recauda un 5% de lo aportado en los casos que las iniciativas tengan éxito. Una de las cosas que más destaca de esta plataforma es que una gran parte de los proyectos que promueve se enmarquen en el sector musical (casi un 30% del total). Esta cifra va seguida de proyectos de carácter audiovisual cuyos números son similares.

No se muestran muy interesados en fomentar proyectos que busquen inversores a cambio de ganancias monetarias sobre los beneficios generados y se sienten más cómodos trabajando con proyectos más pequeños pero con resultados tangibles. En parte esto responde a su filosofía, que prima los aspectos colaborativos sobre la vertiente económica. La legislación en torno a este tipo de propuestas tampoco resulta muy clara, por esa razón de momento descartan la idea. A Verkami le gusta pensarse como una plataforma que permite la pre-venta de productos y proyectos culturales más que iniciativa de mecenazgo.

A los responsables de Verkami les gustaría ver un código de buenas prácticas que ayudara a regular el sector y facilitar su desarrollo. Consideran que esto daría más seguridad a los donantes y haría que las plataformas pudieran tener un marco de desarrollo más claro.

8. <http://www.verkami.com/>

2.3. Kickstarter

Kickstarter es en la actualidad la plataforma de CF más grande, popular y conocida a nivel internacional, por esta razón decidimos entrevistarles con el objeto de conocer el potencial de este tipo de plataformas fuera del contexto nacional. Con sede en los EE.UU esta iniciativa se puso en funcionamiento en el año 2009 y su crecimiento ha sido exponencial. En la actualidad tienen una media de 2.200 proyectos activos por mes y desde su inauguración ya han acogido más de 71.500 proyectos recaudando en torno a los 363.000.000\$.

Su ratio de éxito supera el 44% por lo que en menos de 4 años han conseguido unos 306.000.000\$ para proyectos de carácter cultural o creativo. Sus donantes suelen aportar una media de 25\$ por proyecto, pero en algunos de ellos la cifra media se ha situado en torno a los 70\$ puesto que existe bastante disparidad entre las necesidades recaudatorias de los diferentes proyectos que albergan. El porcentaje para la propia plataforma por proyecto exitoso es del 5% de lo recaudado.

Category	Launched Projects	Total Dollars	Successful Dollars	Unsuccessful Dollars	Live Dollars	Live Projects	Success Rate
All	71,571	\$363 M	\$306 M	\$38 M	\$19 M	3,558	43.86%
Film & Video	20,233	\$88.37 M	\$73.39 M	\$12.86 M	\$2.12 M	768	39.34%
Games	3,030	\$62.85 M	\$53.24 M	\$3.70 M	\$5.91 M	229	34.09%
Design	2,505	\$53.56 M	\$45.46 M	\$4.65 M	\$3.45 M	160	36.72%
Music	16,800	\$53.41 M	\$47.52 M	\$4.35 M	\$1.54 M	784	54.19%
Technology	1,426	\$24.70 M	\$19.62 M	\$1.96 M	\$3.11 M	83	31.12%
Publishing	7,882	\$17.53 M	\$13.74 M	\$2.79 M	\$997.97 K	513	31.25%
Art	6,597	\$16.13 M	\$13.56 M	\$2.06 M	\$498.25 K	320	48.51%
Food	2,298	\$11.77 M	\$9.45 M	\$1.88 M	\$442.01 K	150	40.55%
Theater	3,628	\$11.11 M	\$9.75 M	\$847.65 K	\$509.85 K	152	64.47%
Comics	1,760	\$9.55 M	\$8.64 M	\$639.02 K	\$271.85 K	112	45.75%
Fashion	2,032	\$5.61 M	\$4.44 M	\$839.99 K	\$329.61 K	141	27.23%
Photography	2,376	\$5.51 M	\$4.59 M	\$786.25 K	\$130.34 K	108	37.61%
Dance	1,004	\$2.78 M	\$2.49 M	\$176.49 K	\$106.89 K	38	70.19%

Cifras totales de Kickstarter en Septiembre 2012

Los proyectos que más éxito tienen suelen estar enmarcados dentro del entorno de la música o del cine y los audiovisuales, pese a que de forma progresiva Kickstarter se ha ido definiendo como una plataforma prepago de bienes. Esto lo demuestra bien algunos de los proyectos más exitosos de la plataforma como Pebble un reloj de pulsera con sistema operativo Android, que necesitaba 100.000\$ para poder realizarse y recibió la friolera de 10.266.846\$. Por 99\$ de donación recibías un reloj cuyo valor de mercado estaba por encima de los 150\$, de esta forma queda claro el beneficio para los donantes. Otro ejemplo parecido fue el del reloj Tik Tok que necesitaba 15.000\$ y recaudó 942,578\$. El Elevation Dock es un dispositivo que te permite elevar el Iphone que también tuvo un éxito meteórico recaudando 1,464,706\$ de los 75.000\$ que pedía inicialmente, por 79\$ tenías un producto que posteriormente en tienda se vendería por 120\$. Vemos que de forma clara en Kickstarter se ha generado una cultura de la precompra y que los proyectos cuya recompensa es un objeto físico son los más exitosos.

Los videojuegos también tienen un importante lugar en Kickstarter, Ouya una consola de juegos es uno de los 8 proyectos que han recaudado más de un millón de dólares en la historia de la plataforma, alcanzando 8,596,475\$ en tan sólo 8 horas. Otro video juego Double Fine Adventure ocupa el segundo lugar de proyectos que más han recaudado con 3,336,372\$. Es de destacar que en esta plataforma no se acogen proyectos que tengan como fin recaudar fondos para campañas políticas o de caridad, los proyectos financiados han de ser de corte claramente creativo o cultural.

Recientemente, en septiembre de 2012, la plataforma decidió introducir importantes cambios en su sistema operativo, obligando a que todos los proyectos de base tecnológica o digital (hardware, software, robótica, videojuegos, redes sociales, etc.) tuvieran que tener por lo menos un prototipo operativo a la hora de empezar a recaudar. Con esto quieren proporcionar más inmediatez entre el proceso de donación y la entrega de resultados con el fin de no decepcionar o dilatar demasiado el tiempo de entrega a los donantes. Esto puede cambiar el tipo de proyectos que se propongan, en detrimento de proyectos más experimentales y favoreciendo proyectos más tangibles.

Sin duda Kickstarter ha definido un modelo a seguir y es un claro referente para otras plataformas nacidas en otros lugares, es por ello que 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 en el Estado español.

2.4. Lánzanos

Lánzanos⁹ es una plataforma de crowdfunding que empezó a operar a finales del año 2010 y que desde su puesta en marcha se ha convertido en un referente en el Estado español habiendo promovido más de 1.500 proyectos desde que iniciaron sus actividades. Los proyectos que albergan, siempre de carácter cultural y tecnológico, entre los que destacan los videojuegos y programas informáticos. A su vez acogen proyectos de carácter solidario.

La iniciativa, una SL promovida por tres socios, se diferencia de otras similares por acoger proyectos muy variados y de tamaños muy diferentes. La media actual de lo que solicita cada proyecto oscila entre los 2.000-2.500 euros y tienen un ratio de éxito de un 60% de los proyectos lanzados. De forma reciente entre los proyectos que abundan en la plataforma destacan los podcasts (que requieren de una financiación en torno a los 600€ o revistas y fanzines también de fácil financiación).

La plataforma se queda un 5% de lo recaudado por los proyectos en el caso que estos prosperen, si son proyectos de carácter solidario esta proporción baja a 1%. En la actualidad acogen una media de 50 proyectos al mes y están considerando la posibilidad de acoger proyectos que requieran de inversión a cambio de retornos sobre los beneficios del proyecto. Aun así nos comentan que el marco legislativo actual no es muy claro en torno a la legalidad de este tipo de iniciativas. La inseguridad jurídica que existe en torno a esta realidad complica la viabilidad de estas iniciativas.

De igual manera les gustaría ver un cambio en la ley de mecenazgo que facilitara la deducción tributaria a los donantes de los diferentes proyectos haciendo este tipo de plataformas más atractivas y viables.

Lánzanos ha introducido un sistema de filtrado propio para decidir qué proyectos se lanzan en búsqueda de inversión. Cualquier proyecto que se proponga sube a un apartado de la web denominado “la caja” en el que los usuarios de la plataforma pueden conocerlo y votar por él. Si alcanza los 100 votos pasa a la parte pública de la web para iniciar así la campaña de mecenazgo. De esta forma son las propias comunidades las que criban qué proyectos se lanzan y cuáles no.

2.5. Riot Cinema: El Cosmonauta

Riot Cinema¹⁰ es una pequeña productora audiovisual independiente nacida en Madrid en el año 2008. Uno de los proyectos más conocidos que han lanzado, y sin duda también uno de los más ambiciosos, es la película “El Cosmonauta”¹¹. Puesta en marcha en el año 2009, ésta es pionera en el Estado español al ser la primera película de largo metraje que se pretende financiar (sino totalmente, parcialmente) vía crowdfunding.

El presupuesto total al que se aspira lograr es de 860.000€, para ello desde Riot Cinema diseñaron una plataforma propia de microfinanciación que complementaron con una campaña en Lánzanos. Durante esta primera campaña recaudaron algo más de 150.000€ de los 40.000€ que se habían propuesto conseguir (131.000 en tan sólo 3 días a través de Lánzanos). Desde el año 2009 hasta ahora, han conseguido un total de 420.000€ lo cual supone casi un 50% del total de la producción. Sin duda una cantidad muy significativa.

El Cosmonauta ha sido un proyecto muy activo tanto en redes sociales como en foros presenciales, charlas, encuentros, conferencias, etc. cosa que ha logrado despertar el interés de unos 4500 cofinanciadores que han contribuido diferentes cantidades en el proyecto, siendo 7 euros la media de las aportaciones.

Otra novedad que introduce este proyecto es la categoría de micro-inversores, es decir, ofrece la oportunidad de aportar fondos a cambio de un porcentaje de los beneficios obtenidos por la comercialización y explotación tanto de la película como de sus productos derivados (100 euros = 0,011%). A través de esta vía han conseguido unos 300.000€. Esta categoría les ha traído algunos problemas puesto que en la actualidad hay mucha incertidumbre jurídica en torno a la figura del micro-inversor, pese a que por lo que nos cuentan, parece que ya se han superado las diferentes trabas legales.

9. <http://www.lanzanos.com/>

10. <http://www.riotcinema.com/>

11. <http://www.elcosmonauta.es/>

El Cosmonauta también ha conseguido financiación privada y alguna ayuda pública a proyectos transmedia relacionados al proyecto, cerrando de esta manera su presupuesto.

Pese al éxito mediático y la enorme repercusión que ha tenido la iniciativa los responsables de la película tienen sus dudas en torno a si repetirían modelo de financiación para futuros proyectos. Admiten que el CF constituye una vía interesante para pequeños y medianos proyectos, pero no tanto para iniciativas como películas de presupuesto medio o alto. Se invierte mucho tiempo y tiene mucho desgaste mediático. Por otra parte les gustaría que hubiera más claridad legal en torno a este tipo de formas de financiación. Esto facilitaría tanto el desarrollo de los proyectos como la confianza de inversores a la hora de participar en proyectos de este tipo. Asimismo, una ley de mecenazgo adecuada sería muy bienvenida en este contexto. Pese a ello se muestran muy satisfechos con los resultados obtenidos hasta el momento y por tener oportunidad de realizar una película con plena libertad creativa y sin restricciones por parte de inversores o productores externos.

2.6. Metromuster: No Res

No Res¹² es una película de carácter documental que narra los últimos días de vida de la Colònia Castells, una de las pocas colonias fabriles que quedan en Barcelona, que será derruida en 2011. La iniciativa, puesta en marcha en 2010, viene impulsada por Metromuster¹³, una pequeña productora independiente de Barcelona.

El presupuesto total que necesitan para realizar la producción es de 80.000€, de los cuales han conseguido 10.000€ a través del CF. Otros 5.000€ van a ser sufragados a través del crowdsourcing, es decir, la donación voluntaria de horas de trabajo en diferentes competencias de la película. Los donantes han hecho aportaciones que rondan en torno a los 20€ de media y se realizaban de forma directa a través de una pasarela de pago Pay Pal. También han hecho uso de otras plataformas como Verkami o Lánzanos para impulsar algunas de sus campañas, por ejemplo la banda sonora de la película se ha financiado a través de una campaña CF específica.

Para el resto de financiación han conseguido que el canal público autonómico catalán TV3 se convierta en co-productor de la iniciativa, aportando un 20% de la financiación necesaria. Es pionera en Cataluña como co-producción cinematográfica con la televisión pública de una obra licenciada en creative commons, hecho que también ha conllevado sus complicaciones y quebraderos de cabeza, puesto que no existen protocolos definidos para este tipo de alianzas. Las televisiones públicas no están acostumbradas a trabajar con contenidos licenciados bajo licencias libres. El primer ejemplo en el Estado Español es de 2011 con “Copiad Malditos”. El documental financiado por TVE y licenciada en Creative Commons, narra todos los problemas que se ha encontrado el realizador a la hora de licenciar de esta forma el propio documental. También es interesante destacar que No Res ganó el primer premio del Festival DocumentaMadrid, del cual la SGAE es socia.

Este proyecto nunca ha tenido un objetivo comercial, por ello no se han planteado nunca mecanismos que procurasen un retorno económico a los financiadores, es un proyecto social que quieren que tenga un impacto político. Para ellos es importante definir mejor la categoría de retorno social, puesto que ayudaría a comprender el verdadero valor de ciertas acciones culturales.

Uno de los problemas que se han encontrado a la hora de producir la película es que las ayudas públicas existentes no aceptan el CF como un sistema válido dentro de los planes de financiación. En estos momentos existen incompatibilidades entre la financiación pública y sistemas como el micro-mecenazgo o mecanismos similares. Por ello reclaman una mejor comprensión legal del CF y que se planteen formas para compatibilizarlo con otros mecanismos de financiación más tradicionales.

12. <http://no-res.cc>

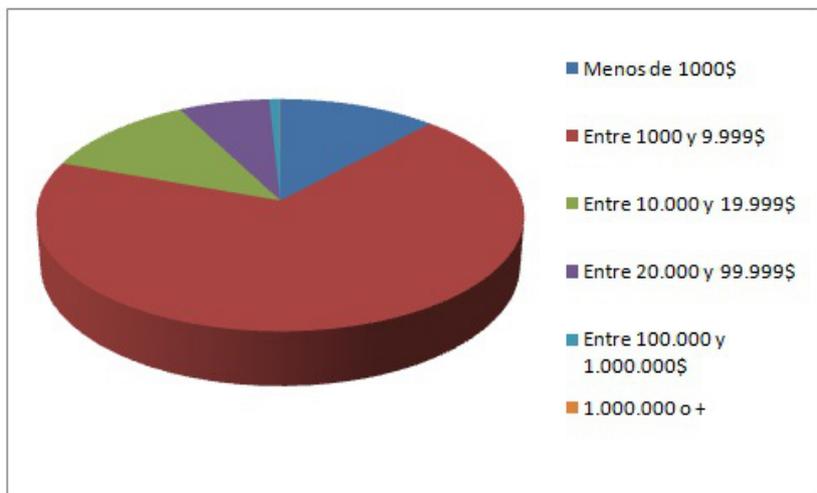
13. <http://metromuster.cc/>

3. PRINCIPALES PROBLEMÁTICAS

Tras un minucioso estudio del sector y tras consultarlo con profesionales directamente involucrados en el mantenimiento y promoción de plataformas de CF, resulta necesario destacar algunas de las principales problemáticas que se han ido desarrollado en esta esfera. Si bien esta sección abundará en casos no nacionales, esto se debe a que al ser un fenómeno de reciente aparición en Cataluña (que es pionera en este sentido) y el Estado español, es más fácil mirar datos de proyectos más longevos en los que estos problemas se han hecho más acuciantes. En este sentido pondremos de relieve problemáticas que no tengan que ver tanto con peculiaridades regionales sino que estén directamente relacionadas con la microfinanciación de proyectos culturales.

3.1. Escalabilidad

Una peculiaridad del CF es que es una herramienta útil para financiar proyectos de presupuestos pequeños o medianos, pero debido a las características de este tipo de plataformas es muy complicado financiar proyectos que requieran grandes inversiones o que se prolonguen en el tiempo. Las plataformas de CF sirven para captar la atención de las comunidades durante unos 30 días (normalmente con picos de financiación que se agudizan los últimos tres días). Proyectos que requieran niveles elevados de financiación no suelen encajar en estas dinámicas. Un estudio de las franjas de financiación de Kickstarter durante el año 2011 nos muestra esta realidad de forma prístina. El 58,5% de proyectos financiados con éxito pedían entre 1.000 y 10.000 dólares. Después nos encontramos que un 11,8% de proyectos se encuentran en la franja de menos de 1.000\$ y otro 11,8% se encuentra en la franja de entre 10.000 y 20.000\$. Las demás cifras resultan anecdóticas, entre 100.000 y 1.000.000 sólo ha habido un 0,8% de proyectos y de más de un millón de dólares sólo nos encontramos un 0,03% de los proyectos.



Porcentaje de éxito por franjas de coste en Kickstarter

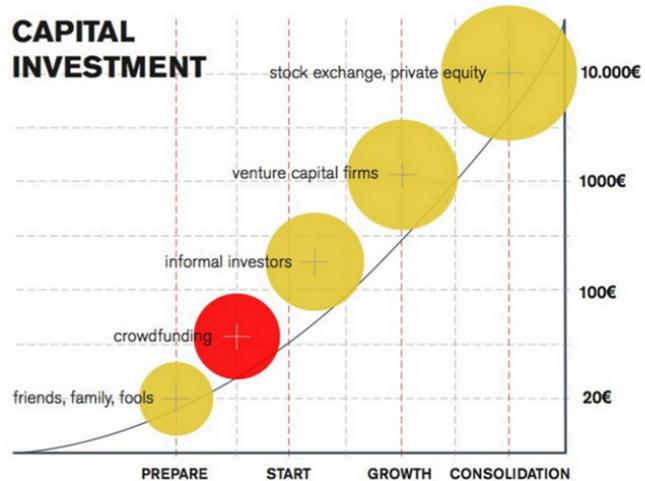
En Riot Cinema, una productora Madrileña que en estos momentos está trabajando para poder financiar la película “El Cosmonauta”, nos confirman nuestras sospechas. Nos comentan que bajo el marco jurídico y fiscal actual “el CF es una herramienta útil para proyectos de una envergadura concreta, cortos, video-clips, etc. pero no para proyectos grandes como películas”. Pese a que casi han logrado financiar el 50% del presupuesto total a través de micro-donaciones nos cuentan que ha sido un trabajo muy duro e intenso que no tienen seguro si volverían a hacer.

Todos los representantes de proyectos que han sido financiados vía CF nos aportan una visión similar. Se requiere mucho tiempo y visibilidad para poder llevar a cabo una campaña exitosa. En la actualidad y si no cambia el marco regulatorio el CF tiene sentido para proyectos cuya financiación oscile entre los 3.000 y los 15.000 euros, a partir de entonces su financiación deviene muy complicada. Es necesario alertar que cierta tipología de proyectos no requiere más financiación que esta, pero en casos como el desarrollo de videojuegos, cine, teatro, etc. estas cantidades son muy bajas.

Este factor nos alerta a su vez que tan sólo proyectos o iniciativas que cuenten con gran visibilidad mediática podrán cruzar ciertos umbrales de financiación, discriminando de esta manera proyectos más minoritarios o cuyo acceso a los medios (ya sea por razones políticas, técnicas o de otra razón) sea más difícil.

3.2. Rentas del trabajo, no capital

Los fondos que capta el CF son principalmente fruto de las rentas directas del trabajo. Al no considerarse una forma de inversión (oscila entre la noción de colaboración y la de pre-compra) son pocas las ocasiones en las que se derivan fondos provenientes de capital financiero u otros fondos de inversión. Esto limita mucho el espectro de caudales al que pueden acceder los proyectos. Esto a su vez determinará de forma clara el tamaño y volumen de proyectos que se podrán realizar de forma periódica.



Una de las peticiones y demandas más repetidas a lo largo de la entrevista es la posibilidad de entender el CF como una forma de inversión. En la actualidad algunos proyectos como “El Cosmonauta” han abierto la posibilidad de que se cree una base de micro-accionistas que puedan financiar la película a cambio de un porcentaje de los beneficios que se generen. Aún así la legislación actual no es del todo clara en este sentido y la inseguridad jurídica de este tipo de iniciativas puede ser un verdadero obstáculo a su proliferación.

En el Estado español se intentó lanzar un proyecto llamado Seedquick¹⁴ con el que recaudar capital semilla para proyectos empresariales pero debido a la falta de claridad jurídica respecto a las posibilidades reales del micro-accionariado el proyecto se encuentra parado a la espera de cambios legislativos.

En Estados Unidos fué notorio el cierre de la plataforma Profounder¹⁵ dedicada a recoger capital semilla para financiar proyectos empresariales incipientes. Una declaración de su web deja claras las razones del cierre del proyecto:

“Pese al desarrollo positivo del proyecto, el marco regulatorio actual nos impide seguir con las innovaciones que consideramos son necesarias de cara a nuestros clientes, por esta razón hemos decidido cerrar esta compañía¹⁶”.

En Europa existen proyectos incipientes que buscan micro-financiación para empresas, cómo es el caso de la finesa Venture Bonsai¹⁷, y pese a que su objetivo es acoger proyectos de toda la Unión Europea, ya advierten que no pueden responsabilizarse por la incompatibilidad de los diferentes marcos regulatorios de los proyectos.

Es importante reseñar que ninguno de estos proyectos se dirige a empresas de carácter cultural o creativo, sino que por lo general buscan empresas de base tecnológica que puedan obtener resultados a corto plazo. Es bien sabido que las cuentas de resultados de empresas culturales tardan una media de cuatro años en dar resultados positivos, por lo cual no los hacen especialmente interesantes como campo especulativo.

Con el objetivo de promover este tipo de plataformas y facilitar su crecimiento recientemente en los EEUU se ha promovido la Jumpstart Our Business Startups Act¹⁸ (más conocida como la JOBS Act). Este marco legislativo aprobado el 5 de abril de 2012 y entre otros cambios permite que las empresas tengan hasta 500 accionistas antes de tener que registrarlos como tal. Facilita mucho los movimientos de estas empresas y la posibilidad de hacerse con una base accionarial. Pese a que la ley se pasó con el apoyo de ambos lados de la cámara de representantes, han surgido algunas críticas que es importante tener en cuenta, la más destacada la proveniente de la Federación de Consumidores de America¹⁹ (CFA) que denuncia la pérdida de garantías para los inversores y la posibilidad de que surjan iniciativas fraudulentas difíciles de detectar.

14. <http://www.seedquick.com/>

15. <http://blog.profounder.com/>

16. <http://blog.profounder.com/2012/02/17/profounder-shutting-down/>

17. <https://www.venturebonsai.com/>

18. http://en.wikipedia.org/wiki/Jumpstart_Our_Business_Startups_Act

19. <http://www.consumerfed.org/>

En el Estado español plataformas como Lánzanos ya nos han dicho que de haber un marco regulatorio más claro estarían interesados en lanzar proyectos que requiriesen de una base de micro-inversores. Pese a no haber puesto ninguna pega, la CNMV mira con recelo este tipo de proyectos e iniciativas y en algunos casos ha estudiado su legalidad. Esto se debe a la novedad que supone tener una base de inversores pese a que aparentemente la legislación actual lo permite siempre y cuando no se pretenda recaudar más de dos millones de euros.

3.3. Confusión entre la pre-compra, donación y bancos de tiempo

En estos momentos es necesario aclarar de forma clara la diferencia entre diferentes conceptos que se dan lugar bajo el paraguas del CF. Por un lado están plataformas de pre-compra (como podrían ser Fanstylers²⁰ en las que los usuarios pueden comprar artículos de moda antes de ser producidos, facilitando así su producción). Otras plataformas como Aloud Music²¹ facilitan la descarga de música de las diferentes bandas que producen y permiten que se realicen donaciones directas a las mismas. Estas plataformas han nacido gracias a las facilidades de las redes digitales para acceder a las bases de fans o futuros clientes y el intercambio monetario. Algunas, cómo ya hemos visto son de forma explícita espacios destinados a este fin, otras como Kickstarter o Verkami lo son de forma implícita²². Esto implica que a la larga, lo que producen estas plataformas son productos cerrados, elementos tangibles o bienes consumibles. Esto puede ir en detrimento de la producción de manifestaciones culturales donde lo experimental, lo procesual o la crítica estén presentes. Es decir, el peligro es que el CF populariza lo popular y acabe siendo un complemento al mercado. Aunque, en ocasiones el CF ha servido para que comunidades hicieran visibles la necesidad de financiación y distribución de creaciones que de otra manera no se habrían conocido, sin duda el CF no es suficiente para cubrir las necesidades de las áreas de producción cultural y pensamiento contemporáneo que han quedado más descubiertas gracias a los constantes recortes de financiación pública. Esto nos hace cuestionarnos el papel que va a tener esta herramienta en la producción de la cultura y nos obliga a mostrarnos cautos respecto a su posible papel en la financiación de la cultura contemporánea.

De forma reciente han nacido plataformas como Flattr²³ que permiten realizar donaciones directas a webs, blogs o proyectos que estén en internet. El usuario/a de este sistema realiza una donación fija que se distribuye a final de mes entre todos aquellos lugares que ha visitado y a los que ha votado a través de un botón Flattr. Estas donaciones llegan de forma directa a los responsables de los proyectos sin que se espera que el donante reciba nada a cambio. Este sistema ha permitido que proyectos más marginales o de carácter político pudieran encontrar una financiación que de otra manera hubiera sido muy difícil de lograr.

Podemos encontrar sistemas menos sofisticados de donación directa en otros sitios y proyectos culturales. Normalmente elaboradas con pasarelas de pago como Pay-Pal o similares esta relación directa con el usuario no ha conseguido arraigar en el Estado español pese a que en otros países europeos (especialmente Países Bajos y Escandinavia) su uso se encuentra más normalizado.

Por último hemos visto aparece plataformas que facilitan los denominados “bancos de tiempo”. Proyectos cómo Comunitats²⁴ nacido en Cataluña o el más reciente Favoralia²⁵ surgido en Baleares, permiten a las usuarias y usuarios intercambiar favores o servicios, ya sea de forma directa o a través de la acumulación de puntos intercambiables con otras usuarias de la red. Esta iniciativa es interesante puesto que ofrece un mercado de servicios mucho más amplio, con la posibilidad de hacer favores presenciales y también online, que se ofrecen a escala nacional. El sistema se basa en el intercambio de puntos, lo que permite una mayor flexibilidad que el intercambio de tiempo, además el intercambio de puntos permite que no sea un simple trueque o “favor por

20. <http://www.fanstylers.com/IndexES.asp/>

21. <http://aloudmusic.com/>

22. No es de sorprender que uno de los proyectos más exitosos en Kickstarter de 2011 fue el Iphone Elevation Dock, un soporte para Iphone cuya donación mínima era mucho inferior al precio de mercado del producto final <http://www.kickstarter.com/projects/hop/elevation-dock-the-best-dock-for-iphone>.

23. <http://flattr.com/>

24. <http://www.comunitats.org/>

25. <http://favoralia.com/>

favor”, sino que se ofrecen unos favores y después, los puntos obtenidos pueden utilizarse para conseguir servicios de otros usuarios. Este tipo de sistemas, que técnicamente no podemos considerar CF resultan igualmente interesante y pueden tenerse en cuenta para realizar tareas muy específicas que no se puedan retribuir de monetariamente.

En definitiva vemos cómo pese a compartir ciertos parecidos con los sistemas de CF estas variantes buscan objetivos diferentes y funcionan de otra forma. Es frecuente la confusión por parte de la prensa o medios de comunicación que tienden a englobar todas estas prácticas bajo la etiqueta del CF pese a que estrictamente no lo sean.

3.4. Inseguridad jurídica

Uno de los problemas que más hemos encontrado a lo largo del trabajo de campo realizado es la constatación de que muchos de los representantes de plataformas denunciaban la falta de un marco jurídico específico para el CF. Este vacío regulatorio se ha compensado gracias al trabajo individual de cada una de las plataformas pese a que siguen existiendo ciertas incoherencias o dudas respecto a determinadas prácticas. El tema de la micro-inversión es un claro ejemplo de ellos. En la segunda parte de este informe ahondaremos en esta realidad aportando soluciones y propuestas específicas para paliar esta realidad.

3.5. Agotamiento de las comunidades

El éxito de la financiación de los diferentes proyectos está directamente vinculado con la capacidad que tengan sus instigadores de movilizar a sus comunidades más cercanas y a los grupos sociales directamente beneficiados por los mismos. Desde Goteo nos dejan claro que el éxito de las iniciativas viene marcado por el tamaño de las comunidades que movilicen o sean capaces de interpelar. Aun así, en estos momentos las comunidades interpeladas por el CF son pequeñas y su límite de apoyo se está poniendo de manifiesto.

Muchos proyectos de software libre o de carácter con fines ecologistas cuentan con nichos de población muy reducidos para apoyarlos. Este agotamiento de ciertas comunidades, que no pueden contribuir a la financiación de todos los proyectos que se plantean puede suponer un verdadero límite al crecimiento del CF. Si bien es verdad que en EE.UU esto no ha acontecido, también es necesario tener en cuenta que sus campañas se dirigen a grupos de población mucho más extensos y numerosos que los que encontramos en el Estado español. Este problema podría solucionarse abriendo la posibilidad de que estas plataformas recibieran fondos procedentes de capital financiero, cosa que en el actual panorama jurídico y fiscal es complicado como ya hemos avanzado anteriormente.

Si tenemos en cuenta el carácter sectorial de ciertas prácticas culturales vemos claramente que la composición y tamaño de las comunidades a las que pueden interpelar es muy reducido. La incapacidad de aumentar o regenerar estas comunidades supone un reto colectivo que aun no se ha asumido.

3.6. Polarización de iniciativas

Queda patente a través de las encuestas realizadas a las diferentes plataformas de CF que existe una gran polaridad en lo que se refiere a la tipología de proyectos que gozan de mayor éxito. En todas las plataformas consultadas la música es una de las propuestas que goza de mayor popularidad seguido de proyectos audiovisuales y en ocasiones revistas o publicaciones similares.

Proyectos más experimentales, arriesgados o críticos, cuestan más de financiar y quedan marginados dentro del contexto general de las plataformas de CF. En este sentido el CF nunca podrá reemplazar fuentes de financiación de carácter público que por su naturaleza se veían obligadas a destinar recursos a estos proyectos más minoritarios pero no por ello de menor interés.

Category	Successfully Funded Projects	Less than \$1,000 Raised	\$1,000 to \$9,999 Raised	\$10,000 to \$19,999 Raised	\$20,000 to \$99,999 Raised	\$100 K to \$999,999 Raised	\$1 M+ Raised
All	29,033	3,441	19,911	3,442	1,982	247	10
Music	8,471	899	6,453	830	280	8	1
Film & Video	7,514	739	4,783	1,162	773	57	0
Art	2,962	550	2,123	213	74	2	0
Theater	2,200	305	1,704	144	46	1	0
Publishing	2,226	384	1,498	227	113	4	0
Photography	835	125	586	96	28	0	0
Dance	662	62	566	28	6	0	0
Food	836	50	475	204	103	4	0
Comics	724	113	474	77	51	8	1
Games	891	59	422	183	173	49	5
Fashion	493	59	335	68	27	4	0
Design	820	71	316	158	202	71	2
Technology	399	25	176	52	106	39	1

Distribución de financiación en Kickstarter por franjas económicas y categorías de proyectos
Fuente <http://www.kickstarter.com/help/stats> (04/09/2012)

Comunidades con escaso acceso a las redes, inmigrantes, personas mayores, población analfabeta digitalmente, etc. nunca podrán optar a la financiación de sus proyectos porque sus posibles donantes no habitan las redes.

Productos más fáciles de mover como la música o ciertos audiovisuales tienen más garantías de éxito puesto que son productos de más fácil consumo. En este sentido, los proyectos de base material se imponen sobre otros más efímeros o no basados en la producción concreta de un producto tangible.

Desde aquí nos preguntamos si se crearán plataformas específicas destinadas a llegar a estos nichos de población con menor presencia en las redes. Igualmente sería interesante buscar sistemas que mitigaran, si no erradicaran, estas formas de desigualdad.

3.7. Tasas, impuestos y gastos

Al no estar contemplado el CF bajo la actual ley de mecenazgo y no estar muy claro su estatus jurídico uno de los problemas que se encuentran los usuarios de estas plataformas es la incapacidad para prever el coste real y administrativo de las diferentes campañas. Si las plataformas retienen entre un 5 y 8% sobre lo obtenido en concepto de gastos de mantenimiento, a esta cantidad hay que sumar las diferentes tasas bancarias por el coste de las transferencias. Pasarelas de pago como PayPal a su vez cobran si se considera que se ha realizado una compra (3,4% + €0,35 EUR entre 0 y 2.500EUR²⁶), concepto poco claro en el CF. A su vez, quienes reciben el dinero final, si son empresa o trabajadores autónomos han de facturar para obtener el ingreso (factura con un 21% de IVA). En definitiva, se puede llegar a obtener cerca de un 30% menos de lo esperado al final del proceso. Si a esta cantidad hemos de añadir los costes de producir y distribuir los regalos y diferentes bonificaciones y las horas de trabajo invertidas en mantener viva la campaña (estimadas en unas 4 horas diarias para campañas de más de 12.000 euros durante 30 días), no es de extrañar que muchas de las personas que hemos consultado que han trabajado con plataformas de CF tengan una relación ambivalente con la experiencia con las mismas.

Estas plataformas sirven para dotar de visibilidad a los proyectos y en algunos casos, como la famosa #15mparato el éxito es indiscutible (pese a no ser un proyecto cultural sino una iniciativa de carácter político), pero en términos generales, conseguir una campaña exitosa requiere mucho trabajo y en algunos casos, la inversión horaria realizada, las tasas y los impuestos que se imponen sobre los resultados hacen que muchos usuarios reconsideren si volverían a utilizar este mecanismo para realizar proyectos futuros. Este factor se ve agudizado por la improbabilidad que se llegue a elaborar la ley de mecenazgo que pese a estar en la agenda política durante las últimas legislaturas, de momento no parece que se vaya a materializar.

26. https://www.paypal.com/es/cgi-bin/webscr?cmd=_display-receiving-fees-outside&countries=

3.8. Cultura Libre y CF

Cómo ya hemos visto algunas plataformas han introducido una noción de retorno que consideramos es muy interesante: el retorno social.

Debería asumirse que un tipo de financiación como el CF que hace expresamente un llamamiento a “la comunidad” para realizarse, debería plantear como inherente a su propia naturaleza la idea de producir siempre un retorno a “la comunidad”. De esta forma vemos cómo se abre una vía para considerar el CF como un mecanismo que podría contribuir a financiar determinados objetos o proyectos culturales, sino que también es capaz de promover la creación de retornos que benefician a sectores sociales más amplios. Consideramos que es necesario realizar una distinción clara entre las plataformas o proyectos que tan sólo buscan favorecer el retorno privado de las que propician beneficios comunes.

Si bien no existen parámetros estandarizados para medir el impacto social de un proyecto cultural, sí que podemos utilizar algunos de los indicadores diseñados en entornos como la economía social, la banca ética o la cultura libre para poder valorar el retorno social de dichos proyectos. De esta manera consideramos que si las administraciones públicas apoyan el CF, deberían en todo caso apoyar este tipo de iniciativas, fortaleciendo las plataformas ya existentes y contribuyendo a generar bienes comunes.

Los objetos y proyectos de la cultura libre siempre enfatizan en el valor de la cultura más allá de la esfera privada. En ese sentido sería interesante integrar este pensamiento en las plataformas de CF participadas de microaccionariado pensando en sistemas de inversión que no generen solo retornos particulares sino que puedan dejar un pozo más fértil.

3.9. El papel de las administraciones públicas en el CF

Las administraciones públicas deberían enfatizar y apoyar aquellas plataformas que propician un retorno social de los productos generados. La cultura libre ha definido estándares, ha desarrollado licencias y lleva mucho tiempo pensando en cómo fortalecer los procesos que contribuyan a la creación de riqueza colectiva en contraposición con el beneficio únicamente individual. Todo este conocimiento y experiencia pueden resultar extremadamente valiosos para pensar la relación de los organismos públicos con el CF.

Además consideramos que desde las administraciones públicas se debería de apoyar y premiar únicamente a aquellas plataformas que fomentan la transparencia y el desglose económico de los proyectos que acogen. Es necesario fortalecer principios democráticos como la transparencia y la claridad presupuestaria, mostrando ejemplaridad y contribuyendo a la creación de modelos de CF éticos y sostenibles, sobretodo considerando que el CF, por su propia naturaleza, exige apoyo a la comunidad. No puede hacerlo más que con absoluta transparencia.

En momento alguno debería la administración pública diseñar o implementar sus propias plataformas de CF. Esta concurrencia iría en claro detrimento y perjudicaría a las plataformas ya establecidas. Es necesario diseñar certificados de calidad y transparencia que distingan a aquellas plataformas con vocación pública y con retorno social de las que tienen un perfil claramente comercial, pero en ningún momento deberían las administraciones suplantar esta función. Sí contribuir al crecimiento de las plataformas invirtiendo en su crecimiento y robustez, nunca en los proyectos que albergan.

Las instituciones públicas, en concreto los gobiernos autonómicos y locales, pueden favorecer este tipo de financiación reduciendo la carga impositivas tanto para el inversor como para el receptor y las propias plataformas. De este modo se podría paliar de inmediato la falta de una ley de mecenazgo satisfactoria y la subida del IVA.

Por otra parte, una vez establecida la seguridad jurídica para los inversores, las instituciones públicas pueden vehicular el encuentro de dichos inversores con los usuarios de las plataformas para potenciar el mercado y el uso del CF en la nueva producción cultural. Y por último, las plataformas necesitan apoyos para reformar su estructura técnica y aumentar su eficiencia.

4. CONCLUSIONES

Para concluir queríamos dejar constancia de una serie de reflexiones y recomendaciones generales en torno al fenómeno del CF. Si bien hemos constatado la solvencia de este mecanismo de financiación, también hemos podido constatar que, en las condiciones legislativas actuales, son muchos los proyectos discriminados o que no tienen en este tipo de soportes su marco ideal de financiación. Proyectos más experimentales, menos mediáticos o que no tienen como finalidad producir un objeto están en clara desventaja. En este sentido el CF no puede sustituir las ayudas públicas o formas de apoyo estatal a la cultura, ni las inversiones privadas. Un objetivo deseable sería tender a integrar los 3 sistemas de financiación de forma armoniosa.

El CF funciona para aquellas obras que tienen su propia comunidad o visibilidad mediática. Iniciativas que por motivos económicos o sociales no gozan de esta visibilidad se verán siempre marginados dentro de este tipo de sistemas recaudatorios en los que la popularidad juega un papel tan importante.

En la actualidad y con el actual marco jurídico y, sobretodo, impositivo, CF limita mucho el tamaño de los proyectos que se vayan a realizar, recordemos que las iniciativas de EE.UU que han recaudado más de 1 millón de dólares (en Europa esta cantidad nunca se ha conseguido), eran en su mayoría productos que no requerían esta cantidad, sino que necesitaban mucho menos pero cuyo precio de mercado era superior al requerido por las donaciones. En este sentido son siempre pre-compras exitosas. Proyectos de carácter cinematográfico, grandes producciones teatrales o iniciativas similares lo tienen mucho más difícil para conseguir superar determinados marcos de financiación si no se plantea un marco jurídico e impositivo seguro que permita retornos económicos para inversiones privadas.

El principal problema que acontece en el Estado español respecto al CF es la iniquidad impositiva que empaña el proceso. Las normativas para este tipo de plataformas no consideran en absoluto el riesgo y el valor de estas iniciativas. Esto a su vez imposibilita que se puedan desarrollar plataformas que permitan la inversión privada en proyectos culturales, limitando el número y tamaño de las mismas que dependen de comunidades muy específicas que acaban agotándose.

Tampoco existe mucha claridad respecto a la figura del micro-accionista que será una pieza clave para conseguir que los fondos que puedan llegar a recaudar el CF no sean tan sólo producidos por rentas del trabajo sino que pueda entrar capital financiero. Consideramos muy importante que se desarrolle el marco jurídico-fiscal adecuado que permita e incentive la inversión privada en proyectos de micro-accionariado. Esto podría contribuir a solventar en parte el problema del desgaste de las comunidades de mecenas comentado anteriormente.

De forma paralela la actual ley de mecenazgo no beneficia para nada este tipo de plataformas. Apenas se reportan beneficios para los donantes que pueden deducir las donaciones siempre y cuando prescindan de obtener ningún producto o regalo como retorno. Una ley de mecenazgo que premiara las donaciones de forma más clara sería un factor clave para lanzar este tipo de iniciativas y hacerlas más interesante para grandes donantes. Un primer paso en esta dirección debería ser una reducción en el cargo fiscal aplicado a este tipo de inversiones y donaciones. Esta competencia, que corre a cargo de las comunidades autónomas y locales, podría ayudar a mitigar en parte la falta de una ley de mecenazgo desarrollada desde el gobierno central y la subida del IVA

Es importante conceptualizar y poder definir mejor el concepto de retorno social. Esta noción, debería ser central para las plataformas ya que el CF “pide” a las comunidades y por ellos debería integrar automáticamente un retorno más amplio y social. Los parámetros actualmente diseñados para medir el impacto de ciertos proyectos que utilizan las administraciones públicas no encajan con la realidad del CF y de la era digital. Se deberían integrar las experiencias de la cultura libre y de la banca ética porque mucho más próximas a la nueva realidad.. Definir claramente la categoría del retorno social es clave para que el CF no devenga tan sólo un sistema de pre-compra y sea una herramienta eficiente de financiación de proyectos que busquen un mayor calado socio-cultural.

Por último sería muy útil, además de realizar los necesarios cambios en el actual marco fiscal y jurídico, confeccionar una guía de buenas prácticas para el sector que facilitara la comprensión de los derechos y beneficios que se pueden obtener por parte de las usuarias y usuarios, pero también definiendo de forma clara los límites jurídicos y legales a los que se enfrentan las propias plataformas. Esto permitiría que el sector pudiera crecer sin enfrentarse de forma continuada a la incertidumbre.

El CF nunca puede sustituir la financiación pública de la cultura. El CF complementa y fomenta nuevas formas de financiación. La creación de plataformas públicas de CF sería claramente nociva e iría en detrimento de las plataformas ya existentes. Sería una competencia desleal para las mismas y borraría la diversidad cultural que ellas crean.

La instituciones culturales que utilicen del CF directamente en lugar de apoyar las plataformas existentes o fomentar la organización de nuevas, crearían una suerte de copago cultural que no tiene sentido ni lugar porque utiliza los pocos recursos culturales públicos que quedan para competir con los emprendedores culturales y para pedir a los ciudadanos que inviertan para permitir existir a la institución cuando ya se están pagando impuestos en este sentido.

En este sentido apoyar a las plataformas que han demostrado de clara su efectividad e incorporar manuales de buenas prácticas y, valiéndose de los conocimientos producidos desde la cultura libre, generando indicadores de retorno social, generaría una relación sana y sostenible entre las administraciones públicas y el CF.

Vistas estas circunstancias, hemos planteado un estudio jurídico con ánimo de proponer soluciones a estas problemáticas y de fomentar un CF que permita la combinación de inversión ciudadana, emprendedora y pública a la vez.

INFORME JURÍDICO Y RECOMENDACIONES

1. MARCO JURÍDICO

Los modelos de Crowdfunding que actualmente se dan en el estado español deben encardinarse en las figuras jurídicas que nuestro ordenamiento tiene establecidas, adaptándose al entorno on-line y al fenómeno de la masificación.

Analizaremos el marco jurídico actual del crowdfunding, basándonos en la normativa general a falta de una normativa específica, como la JOBS Act norteamericana¹, que deberá llegar en cumplimiento de la promesa electoral del partido gobernante de aprobar una ley de emprendedores, sobre la que después volveremos.

En primer lugar nos referiremos a los modelos en los que se lleva a cabo el crowdfunding mayoritariamente: el crowdfunding no lucrativo vía donaciones o similares, abordando sus aspectos fiscales; y distinguiéndolo del crowdfunding en el que se obtiene una recompensa, no económico-financiera.

Seguidamente trataremos del crowdfunding lucrativo, buscando las formas jurídicas que mejor encajan en los modelos de crowdfunding que persiguen la obtención de un retorno económico-financiero, a partir de las figuras de nuestro ordenamiento jurídico. Atenderemos también a su tratamiento fiscal.

En tercer término haremos mención de las obligaciones que los titulares de las plataformas de crowdfunding deben cumplir atendiendo a (i) su consideración de prestador de servicios de la sociedad de la información; (ii) la circunstancia de que muchos por no decir la mayoría de los financiados son consumidores y usuarios, no profesionales de la inversión; y (iii) la captación de fondos que el crowdfunding supone.

Por último, haremos una referencia a la prometida ley de emprendedores y plantearemos las propuestas que a nuestro entender han de favorecer dos aspectos fundamentales (i) mayor transparencia y competitividad entre los CFPs; y (ii) mayor seguridad jurídica lo que, en definitiva, 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.

1. La Jumpstart Our Business Startups Act de los EEUU fue firmada por el Presidente Obama el 5 de Abril de 2012, su principal objetivo es dotar de seguridad y al mismo tiempo flexibilidad el mercado de valores para potenciar la financiación de pequeños negocios. Dedicó su Título III expresamente al Crowdfunding, al que denomina Capital Raising Online, estableciendo una exención especial respecto del cumplimiento de determinados requisitos para acceder al mercado de valores para compañías privadas de pequeño tamaño, con el límite de 1.000.000USD de fondos emitidos y ciertas limitaciones también respecto de los inversores a fin de poner techo a estas y, por tanto, ofrecer la seguridad que se puede perder al no cumplir los requisitos de la Ley de Valores. Ver la disposición en <http://www.gpo.gov/fdsys/pkg/BILLS-112hr3606enr/pdf/BILLS-112hr3606enr.pdf>

2. CROWDFUNDING LUCRATIVO EN ESPAÑA: LAS DONACIONES Y OTRAS FORMAS DE MECENAZGO

2.1. Las Donaciones.

La financiación colectiva tal y como hoy está implementada, supuestos particulares y minoritarios al margen, consiste en decenas, cientos o millares de donaciones a favor de una persona o un grupo de personas o una institución.

Una donación “*es un acto de liberalidad por el cual una persona dispone gratuitamente de una cosa a favor de otra, que la acepta*” tal y como dispone el artículo 618 del Código Civil (CC).

Por tanto, para empezar, las donaciones que suponen numerosos actos de crowdfunding son actos jurídicos con una regulación propia en el Código Civil²; a las que se aplica en aquello no específicamente regulado, las disposiciones generales de los contratos y obligaciones³.

La donación sólo obliga al donante (financiador) cuando es aceptada por el donatario (emprendedor y/o creativo). Las donaciones admiten la imposición de condiciones al donatario; y así la condición de que sólo se haga entrega de los fondos cuando se haya alcanzado un objetivo de financiación determinado, es válida.

Si bien estas condiciones no se imponen directamente por los donantes a los donatarios, si no por las plataformas de crowdfunding, los CFPs, debe entenderse que las partes del acto jurídico, financiador y emprendedor o creador, han aceptado estas condiciones, para lo que es importante que las normas⁴ que figuren en los sitios Web de los CFPs, conteniendo las reglas, sean claras, transparentes y aceptadas, sobre este particular volveremos en el epígrafe 5.

En cuanto a la forma la donación es libre, no requiriendo ninguna formalidad, salvo para los supuestos de donación de bienes inmuebles para los que la ley exige la escritura pública. En consecuencia, la donación realizada en documento privado de forma electrónica es válida.

En principio, pues, el crowdfunding como donación, no presenta desde la perspectiva jurídico-civil, complicaciones.

Veamos ahora las consecuencias derivadas de su tratamiento fiscal.

Las donaciones como actos jurídicos que son están sometidas a imposición fiscal.

El impuesto sobre donaciones se regula en Ley 29/1987, de 18 de diciembre, del Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones (LISD). En virtud de su artículo 2 se trata de un impuesto cedido a las CCAA, las cuales disfrutan de capacidad normativa respecto de las reducciones, la tarifa del impuesto, las cuantías y coeficientes del patrimonio preexistente y las deducciones y bonificaciones de la cuota.⁵

EL sujeto pasivo del impuesto sobre donaciones (ISD) es el donatario, el que recibe la donación y sólo afecta a personas físicas, por cuanto las donaciones que perciben las personas jurídicas quedan sujetas al Impuesto sobre Sociedades (IS).

De esta manera, resulta gravado con este impuesto el emprendedor persona física pero no otras entidades, con o sin ánimo de lucro que tienen su propio régimen; por ello vamos a hacer la siguiente distinción:

- Donatario Persona Física
- Donatario Persona Jurídica
- Entidades sin ánimo de lucro

2.1.1. DONATARIO (EMPRENDEDOR) PERSONA FÍSICA.

El hecho imponible que grava el ISD es la adquisición ínter vivos a título gratuito de bienes y/o derechos (lo que incluye dinero), por tanto es un impuesto directo que grava el incremento del patrimonio que, con ocasión del acto de la donación, experimenta el donatario.

2. Artículos 618 a 656 CC.

3. Artículos 1.088 a 1.314 CC.

4. Términos y condiciones, aviso legal, condiciones de uso o cualquier otra terminología utilizada para referirse a los textos contractuales del sitio web del CFPs.

5. Artículo 48 de la Ley 22/2009, de 18 de diciembre, por la que se regula el sistema de financiación de las Comunidades Autónomas de régimen común y Ciudades con Estatuto de Autonomía y se modifican determinadas normas tributarias.

Para la cuantificación del impuesto debe partirse de la base imponible, que es la cantidad que el emprendedor percibe, de donde se obtiene la base liquidable, aplicando a la anterior las reducciones que correspondan en función de la CCAA donde resida el emprendedor, practicándose en primer lugar las del Estado y seguidamente las de las CCAA⁶. Las reducciones toman en consideración la relación de parentesco entre donante y donatario, las posibles minusvalías o discapacidades del donatario y el destino del dinero: inversión en vivienda habitual, inversión en primera empresa, transmisión del negocio preexistente del donante. No existe en la actualidad en ninguna CCAA reducciones que permitan aplicarse a las donaciones masivas del crowdfunding, las cuales a mayor abundamiento se realizan básicamente a favor de extraños, con los que no se guarda ningún tipo de parentesco, excepciones al margen.

La cuota íntegra se obtiene aplicando a la base liquidable el tipo impositivo según la escala que corresponda asimismo, en función de la CCAA de residencia y, en su defecto, la estatal de la propia LISD (que se muestra en el Anexo I a modo de ejemplo).

Por último, obtendremos la cuota liquidable aplicando a la cuota íntegra un coeficiente multiplicador en función de la cuantía de los tramos del patrimonio preexistente del donatario y del grado de parentesco con el donante.

Las donaciones del crowdfunding se situarán habitualmente entre las del Grupo IV (extraños).

Patrimonio preexistente-Euros	Grupos del artículo 20 ⁷		
	I y II	III	IV
De 0 a 402.678,11	1,0000	1,5882	2,0000
De más de 402.678,11 a 2.007.380,43	1,0500	1,6676	2,1000
De más de 2.007.380,43 a 4.020.770,98	1,1000	1,7471	2,2000
Más de 4.020.770,98	1,2000	1,9059	2,4000

Por el lado positivo, el hecho de que las donaciones deban declararse individualmente elimina el riesgo de la tributación progresiva, ya que al no acumularse las cantidades entregadas no se salta a los tramos superiores del tipo impositivo.

El plazo para declarar el ISD es de treinta días hábiles a contar desde la fecha del acto o contrato mediante el cual se produce la donación; mientras que en Catalunya es un mes, de fecha a fecha.

¿Cuál es pues la situación de un emprendedor o un artista o un autor que recibe múltiples donaciones? A priori debemos decir que complicada.

Lo primero que debemos considerar es la CCAA donde reside, a efectos fiscales, el donatario pues ésta determinará la cuota tributaria a satisfacer.

Para ello la Ley 22/2009, de 18 de diciembre, por la que se regula el sistema de financiación de las Comunidades Autónomas de régimen común y Ciudades con Estatuto de Autonomía y se modifican determinadas normas tributarias establece, en su artículo 28, que se tomará como residencia habitual a efectos del ISD aquel territorio en el que el Donatario haya permanecido un mayor número de días en los cinco años anteriores al devengo del impuesto.

El donatario deberá declarar todas y cada una de las donaciones recibidas en los plazos establecidos, a contar desde el momento de la percepción de las mismas, sin que normalmente resulten aplicables las reducciones establecidas por las diferentes CCAA.

El coeficiente multiplicador será, en la mayoría de los casos, el del grupo IV, si bien consideramos que en función del patrimonio del donatario no se aplicaría el coeficiente máximo.

Así las cosas, se hace evidente la dificultad de cumplir con la norma fiscal. A la ingente cantidad de trabajo hay que sumar la imposibilidad práctica de llevar a cabo esta colosal tarea, debido a que para declarar una donación deben conocerse los datos del donante. En ese aspecto la normativa sobre pro-

6. Para quien esté interesado en profundizar en los distintos regímenes según las CCAA recomendamos la lectura del informe "Panorama de la Fiscalidad Autonómica y Foral" realizado por el Consejo General del Registro de Economistas y Asesores Fiscales. El REAF es un órgano especializado del Consejo General de Colegios Economistas de España creado en marzo de 1988.

7. El artículo 20 LISD determina los siguientes grupos en función del parentesco:

Grupo I: adquisiciones por descendientes y adoptados menores de veintidós años

Grupo II: adquisiciones por descendientes y adoptados de veintiuno o más años, cónyuges, ascendientes y adoptantes

Grupo III: adquisiciones por colaterales de segundo y tercer grado, ascendientes y descendientes por afinidad.

Grupo IV: en las adquisiciones por colaterales de cuarto grado, grados más distantes y extraños.

tección de datos, que exige el consentimiento de las personas para tratar sus datos, puede convertirse en un impedimento si la CFPs no ha habilitado sistemas de comunicación de datos que cumplan con la normativa vigente⁸.

Al margen del aspecto burocrático, nada desdeñable, **¿Qué supone, en términos económicos, la sujeción del crowdfunding al impuesto de donaciones para el donatario?**

Veámoslo con un ejemplo: Un banda de rock residente en Mollerussa consigue recaudar vía crowdfunding 60.000€ para editar su tercer disco.

No existen reducciones en Catalunya para este tipo de donación, y deberemos aplicar su escala a todas y cada una de las aportaciones. Suponiendo que ninguna de las donaciones ha superado los 50.000€ individualmente, se aplicará a cada una la tarifa mínima del 7%. El resultado debería multiplicarse por el coeficiente del 2, al tratarse de donaciones de extraños; lo que llevaría a la banda de rock a satisfacer al fisco catalán la cantidad de 8.400,00€.

Si la banda de rock fuera residente en la Comunidad de Andalucía, todavía debería pagar más, la friolera de 9.180€⁹.

Si bien es el donatario el obligado al pago del ISD, para el donante también pueden haber consecuencias fiscales.

Desde este punto de vista, la donación de un bien tributa en el impuesto sobre la renta de las personas físicas (IRPF) o Impuesto sobre Sociedades (IS) si el donante es una mercantil.

La donación se declara como una venta, debiendo computarse la ganancia obtenida. Esto es, la diferencia entre el valor de adquisición del bien y el valor del mismo bien cuando se donó, lo que se grava es el incremento patrimonial.

El valor de transmisión será siempre el declarado por el donatario en el ISD sin que pueda exceder del valor de mercado; y el valor de adquisición del valor a efectos de ISD en la fecha de adquisición sin que pueda, a su vez, exceder el valor de mercado; en ambos casos se sumaran los gastos derivados. A la diferencia entre uno y otro valor, esto es, al incremento patrimonial se le aplicará el tipo de gravamen correspondiente.

No obstante, en el supuesto del crowdfunding al tratarse de una donación de dinero lo que se produce en realidad es una pérdida patrimonial pero ésta no tiene efectos en la tributación del donante, por cuanto según la normativa del IRPF las pérdidas que se deben a transmisiones lucrativas por actos "inter-vivos" o a liberalidades no son deducibles.

Tampoco existe en este supuesto ningún tipo de desgravación fiscal, como sí ocurre en las donaciones amparadas en la llamada Ley del Mecenazgo, Ley 49/2002 de régimen fiscal de las Entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo, que seguidamente veremos; o las realizadas para la conservación y restauración del patrimonio cultural de España, recogidas en la Ley 16/1985 del Patrimonio Histórico Español.

2.1.2. DONATARIO PERSONA JURÍDICA.

Es habitual que las personas jurídicas, que se dotan de la forma de sociedades de capital u otras, acudan a otros mecanismos de financiación, de los que hay un amplio abanico entre los que pueden optar en función del estado de madurez del proyecto, u otras variables.

Así los "Family and Friends", Business Angels, Capital Riesgo, Venture Debt y la Banca tradicional, entre las más comunes, se presentan, a priori, como los mecanismos de financiación más apropiados. Veremos en el epígrafe 4 otras figuras jurídicas también aplicables para los supuestos de crowdfunding con retorno que se sumarían a las anteriores.

No obstante, dada la evolución del crowdfunding no deben descartarse aquellos supuestos en los que los perceptores de las donaciones, los donatarios, sean personas jurídicas; por lo que someramente nos referimos a la tributación de estas entidades.

8. Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal y su reglamento de desarrollo aprobado por Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre.

9. Andalucía tiene tarifa propia, comenzando por el 7,65%; en cuanto a los coeficientes multiplicadores se aplican los del estado referidos anteriormente.

Las cantidades percibidas por una persona jurídica¹⁰ en concepto de donación tributan por el impuesto de sociedades¹¹, como cualquier otra renta que perciba, integrándose en su base imponible el valor normal de mercado del elemento patrimonial adquirido.

El tipo aplicable es el general del 35% salvo que la persona jurídica se encuentre en alguno de los supuestos de tipos reducidos del artículo 28 LIS.

En materia de Impuesto de Sociedades, a diferencia del Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones y también, en cierta medida, el IRPF, las CCAA no tienen capacidad normativa, ya que este impuesto no está cedido por el estado español.

2.2. La Ley del Mecenazgo.

La Ley del Mecenazgo tiene el objetivo de fomentar las iniciativas de mecenazgo y promover la participación de la sociedad civil en la defensa del patrimonio artístico de dos formas:

- Incrementado los incentivos fiscales al mecenazgo
- Mejorando la fiscalidad de las entidades sin fines lucrativos.

La ley define el mecenazgo en su artículo 1º como: *“la participación privada en la realización de actividades de interés general”* apartándose por tanto del concepto clásico de mecenas protector de las artes y las letras¹².

En el artículo 17 se reconocen como mecenazgo los donativos, donaciones y aportaciones realizadas a favor de las entidades recogidas en el artículo 16 de entre las que destacan, a nuestros efectos, las Entidades sin fines lucrativos a las que sea de aplicación el régimen fiscal establecido en el Título II de esta ley, que veremos.

Los artículos 25 a 27 de la Ley 49/2002 señalan otras formas de mecenazgo.

- a. Convenios de colaboración empresarial en actividades de interés general.
- b. Gastos en actividades de interés general.
- c. Programas de apoyo a acontecimientos de excepcional interés público.

Veamos en primer lugar las deducciones por donaciones y donativos.

Para la determinación de estas deducciones fiscales no basta con referirse a la Ley del Mecenazgo, sino que hay que acudir a la normativa fiscal específica que se contempla en La Ley del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (LIRPF)¹³, y en la Ley del Impuesto de Sociedades (LIS), en función de lo que resulte de aplicación al donante.

Tanto la LIRPF como la LIS contemplan deducciones aplicables a las rentas de las Personas Físicas y Jurídicas que han realizado donaciones.

2.2.1. PERSONA FÍSICA.

El artículo 68.3 LIRPF establece la deducción por donativos para las personas físicas, válida también para empresarios individuales, que se aplica sobre la cuota íntegra del IRPF. De conformidad con este artículo los contribuyentes (financiadores) podrán aplicar:

- a. Las deducciones previstas en la Ley del Mecenazgo, en concreto en el artículo 19 que contempla una deducción del 25 por ciento del importe de los donativos, donaciones y aportaciones realizadas; considerándose como base de la deducción el importe del donativo si es dinerario y, en los demás casos, su valor contable en el momento de la transmisión, según establece el artículo 18 de la propia Ley del Mecenazgo.

10. Salvo las sociedades civiles que tributan por el régimen de atribución de rentas en el IRPF

11. Real Decreto Legislativo 4/2004, de 5 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Impuesto sobre Sociedades, modificado a su vez por la Ley 35/2006 del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas y de modificación parcial de las leyes de los Impuestos sobre Sociedades, sobre la Renta de no Residentes y sobre el Patrimonio

12. Según el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, Mecenas es la persona que patrocina las letras o las artes. Ver www.rae.es

13. Ley 35/2006, de 28 de noviembre, del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas y de modificación parcial de las leyes de los Impuestos sobre Sociedades, sobre la Renta de no Residentes y sobre el Patrimonio.

- b. Una deducción del 10 por ciento de las cantidades donadas a las fundaciones legalmente reconocidas que rindan cuentas al órgano del protectorado correspondiente, así como a las asociaciones declaradas de utilidad pública, no comprendidas en la Ley del Mecenazgo¹⁴.

La base de ambas deducciones no podrá superar el 10 por ciento de la base liquidable del contribuyente por así disponerlo el artículo 70 LIRPF.

A su vez, las rentas derivadas de las donaciones que consistan en la aportación de bienes, muebles y/o inmuebles y derechos y que tengan la consideración de actividad de mecenazgo quedan exentas del IRPF, por así disponerlo el artículo 33.4 LIRPF

2.2.2. PERSONA JURÍDICA.

Derogadas prácticamente las deducciones por inversiones en bienes de interés cultural y producciones cinematográficas del artículo 38 LIS, por la modificación que operó las disposiciones derogatorias de la LIRPF, restan actualmente las siguientes deducciones aplicables al impuesto sobre sociedades:

- a. La deducción del 5 por ciento establecida en el artículo 38.5 LIS de las inversiones en la edición de libros que permitan la confección de un soporte físico, previo a su producción industrial. Deducción que desaparecerá paulatinamente hasta su total desaparición en el 2014.
- b. La deducción contemplada en el artículo 20 de la Ley del Mecenazgo que se cifra en un 35 por ciento de la base de la donación, determinada según lo dispuesto en el artículo 18 de la propia ley. La base de esta deducción no puede exceder del 10 por ciento de la base imponible del período impositivo. Las cantidades que excedan de dicho límite se podrán aplicar en los períodos impositivos posteriores inmediatos y sucesivos con el límite de 10 años.

También las rentas derivadas de estas donaciones, al igual que sucede con las personas físicas, quedarán exentas.

2.2.3. LAS ENTIDADES SIN ÁNIMO DE LUCRO COMO DONATARIOS.

Las entidades sin ánimo de lucro, también personas jurídicas, pueden optar, por su parte, por un régimen fiscal especial establecido en el Título II de la Ley del Mecenazgo.

Son Entidades sin fines lucrativos las que se enumeran en el artículo 2º de la propia Ley:

- a. Las fundaciones.
- b. Las asociaciones declaradas de utilidad pública.
- c. Las organizaciones no gubernamentales de desarrollo a que se refiere la Ley 23/1998, de 7 de julio, de Cooperación Internacional para el Desarrollo, siempre que tengan alguna de las formas jurídicas a que se refieren los párrafos anteriores.
- d. Las delegaciones de fundaciones extranjeras inscritas en el Registro de Fundaciones.
- e. Las federaciones deportivas españolas, las federaciones deportivas territoriales de ámbito autonómico integradas en aquéllas, el Comité Olímpico Español y el Comité Paralímpico Español.

14. El artículo 32 de la Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, reguladora del Derecho de Asociación, establece: " 1. A iniciativa de las correspondientes asociaciones, podrán ser declaradas de utilidad pública aquellas asociaciones en las que concurren los siguientes requisitos:

a. Que sus fines estatutarios tiendan a promover el interés general, en los términos definidos por el artículo 31.3 de esta Ley, y sean de carácter cívico, educativo, científico, cultural, deportivo, sanitario, de promoción de los valores constitucionales, de promoción de los derechos humanos, de asistencia social, de cooperación para el desarrollo, de promoción de la mujer, de promoción y protección de la familia, de protección de la infancia, de fomento de la igualdad de oportunidades y de la tolerancia, de defensa del medio ambiente, de fomento de la economía social o de la investigación, de promoción del voluntariado social, de defensa de consumidores y usuarios, de promoción y atención a las personas en riesgo de exclusión por razones físicas, sociales, económicas o culturales, y cualesquiera otros de similar naturaleza.

b. Que su actividad no esté restringida exclusivamente a beneficiar a sus asociados, sino abierta a cualquier otro posible beneficiario que reúna las condiciones y caracteres exigidos por la índole de sus propios fines.

c. Que los miembros de los órganos de representación que perciban retribuciones no lo hagan con cargo a fondos y subvenciones públicas.

No obstante lo dispuesto en el párrafo anterior, y en los términos y condiciones que se determinen en los Estatutos, los mismos podrán recibir una retribución adecuada por la realización de servicios diferentes a las funciones que les corresponden como miembros del órgano de representación.

d. Que cuenten con los medios personales y materiales adecuados y con la organización idónea para garantizar el cumplimiento de los fines estatutarios.

e. Que se encuentren constituidas, inscritas en el Registro correspondiente, en funcionamiento y dando cumplimiento efectivo a sus fines estatutarios, ininterrumpidamente y concurriendo todos los precedentes requisitos, al menos durante los dos años inmediatamente anteriores a la presentación de la solicitud.

f. Las federaciones y asociaciones de las entidades sin fines lucrativos a que se refieren los párrafos anteriores.

Para disfrutar de la consideración de Entidad sin fines de lucro deben cumplir con los requisitos del artículo 3 de la Ley del Mecenazgo¹⁵.

Este régimen contempla importantes exenciones en el Impuesto de Sociedades, por ejemplo la exención de las rentas obtenidas de donaciones y donativos¹⁶; la exención de las rentas obtenidas de determinadas explotaciones económicas, entre las que destacan “Las explotaciones económicas consistentes en la organización de representaciones musicales, coreográficas, teatrales, cinematográficas o circenses”.

Se establecen también exenciones en el Impuesto sobre Bienes Inmuebles y en las Plusvalías Municipales, amén de un gravamen reducido al 10% en el Impuesto de Sociedades para las rentas no exentas.

Aquellas entidades sin fines lucrativos a las que no sea de aplicación el régimen fiscal establecido en la Ley de Mecenazgo tributan, no obstante, a un tipo reducido del 25% por tenerlo así dispuesto el artículo 28 LIS.

En consecuencia con lo anterior, para determinadas actividades culturales el régimen de la entidad sin ánimo de lucro amparado en la Ley del Mecenazgo es muy conveniente.

2.3. Otras formas de Mecenazgo.

El Título III de la Ley de Mecenazgo regula los beneficios fiscales aplicables a otras actuaciones de mecenazgo distintas de la realización de donativos, donaciones y aportaciones, son las recogidas en los artículos 25 a 27.:

- a. Convenios de colaboración empresarial en actividades de interés general.
- b. Gastos en actividades de interés general.
- c. Programas de apoyo a acontecimientos de excepcional interés público.

A los fines de este informe puede revestir cierto interés los convenios de colaboración empresarial, una suerte de contrato de patrocinio o esponsorización, que pueden suscribirse con las entidades sin ánimo de lucro contempladas en esta normativa.

Los gastos derivados de estos convenios de colaboración empresarial tendrán la consideración de gasto deducible a efectos de la determinación de la base imponible de los Impuestos sobre

15. Resumidamente, estos requisitos son: “(1) Que persigan fines de interés general, como pueden ser, entre otros, los de defensa de los derechos humanos, de las víctimas del terrorismo y actos violentos, los de asistencia social e inclusión social, cívicos, educativos, culturales, científicos, deportivos, sanitarios, laborales, de fortalecimiento institucional, de cooperación para el desarrollo, de promoción del voluntariado, de promoción de la acción social, de defensa del medio ambiente, de fomento de la economía social, de desarrollo de la sociedad de la información, o de investigación científica y desarrollo tecnológico, entre otros; (2) Que destinen a la realización de dichos fines al menos el 70 % de las siguientes rentas e ingresos que obtengan; (3) Que la actividad realizada no consista en el desarrollo de explotaciones económicas ajenas a su objeto o finalidad estatutaria; (4) Que los fundadores, asociados, patronos, representantes estatutarios, miembros de los órganos de gobierno y los cónyuges o parientes hasta el cuarto grado inclusive de cualquiera de ellos no sean los destinatarios principales de las actividades que se realicen por las entidades, ni se beneficien de condiciones especiales para utilizar sus servicios; (5) Que los cargos de patrono, representante estatutario y miembro del órgano de gobierno sean gratuitos; (6) Que, en caso de disolución, su patrimonio se destine en su totalidad a alguna de las entidades consideradas como entidades beneficiarias del mecenazgo a los efectos previstos en los artículos 16 a 25 de Ley, o a entidades públicas que persigan fines de interés general; (7) Que estén inscritas en el registro correspondiente; (8) Que cumplan las obligaciones contables previstas en las normas por las que se rigen o, en su defecto, en el Código de Comercio y disposiciones complementarias; (9) Que cumplan las obligaciones de rendición de cuentas que establezca su legislación específica; y (10) Que elaboren anualmente una memoria económica en la que se especifiquen los ingresos y gastos del ejercicio”.

16. Artículo 6: Están exentas del Impuesto sobre Sociedades las siguientes rentas obtenidas por entidades sin fines lucrativos:

1. Las derivadas de los siguientes ingresos:
 - a. Los donativos y donaciones recibidos para colaborar en los fines de la entidad, incluidas las aportaciones o donaciones en concepto de dotación patrimonial, en el momento de su constitución o en un momento posterior, y las ayudas económicas recibidas en virtud de los convenios de colaboración empresarial regulados en el artículo 25 de esta Ley y en virtud de los contratos de patrocinio publicitario a que se refiere la Ley 34/1998, de 11 de noviembre, General de Publicidad.
 - b. Las cuotas satisfechas por los asociados, colaboradores o benefactores, siempre que no se correspondan con el derecho a percibir una prestación derivada de una explotación económica no exenta.
 - c. Las subvenciones, salvo las destinadas a financiar la realización de explotaciones económicas no exentas.
2. Las procedentes del patrimonio mobiliario e inmobiliario de la entidad, como son los dividendos y participaciones en beneficios de sociedades, intereses, cánones y alquileres.
3. Las derivadas de adquisiciones o de transmisiones, por cualquier título, de bienes o derechos, incluidas las obtenidas con ocasión de la disolución y liquidación de la entidad.
4. Las obtenidas en el ejercicio de las explotaciones económicas exentas a que se refiere el artículo siguiente.
5. Las que, de acuerdo con la normativa tributaria, deban ser atribuidas o imputadas a las entidades sin fines lucrativos y que procedan de rentas exentas incluidas en alguno de los apartados anteriores de este artículo.

Sociedades y sobre la Renta de no Residentes, y del rendimiento neto de las actividades económicas en régimen de estimación directa del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas.

No obstante, esta actividad de patrocinio difícilmente puede llevarse a cabo de forma masiva ni electrónicamente, a distancia.

2.4. Donaciones con recompensa.

Nos referimos a aquellos supuestos en los que la liberalidad del financiador se ve recompensada por la obtención de un objeto relacionado con el proyecto financiado. Este objeto o recompensa puede ser de lo más variado: desde el reconocimiento en los créditos de la obra o prestación financiada, hasta el envío de una camiseta, una entrada para un concierto, un pin, un cd de música o un dvd con una obra audiovisual.

A nuestro modo de ver, debe distinguirse entre todos estos supuestos, por cuanto algunas de estas recompensas (cd de música, dvd entre otras) pueden ser consideradas como una contraprestación al dinero entregado, esto es, como una compra.

En los casos en los que se considere una compra, esto es un intercambio de un bien por dinero, la entrega del objeto estará sujeta al impuesto sobre el valor añadido¹⁷ y, bien el receptor de los fondos, bien el CFP deberá emitir la correspondiente factura.

Asimismo, de considerarse este intercambio objeto/dinero una actividad profesional o empresarial, el destinatario de los fondos (emprendedor y/o creador) deberá cumplir con las obligaciones de carácter fiscal, mercantil y laboral, en su caso, que impone la normativa vigente.

Otro aspecto que debe considerarse es la consecuencia jurídica en el supuesto que no se obtenga la financiación necesaria para desarrollar el proyecto y los financiadores no reciban su contraprestación. Estaríamos ante un incumplimiento contractual.

Más allá de estas consideraciones, entender este tipo de crowdfunding como una sistema de venta on-line obligaría al CFP a someterse al ordenamiento jurídico vigente en materia de comercio electrónico, al que nos referimos en el epígrafe 4.

17. Establece la Ley 37/1992, de 28 de diciembre, del Impuesto sobre el Valor Añadido, en su artículo 4: "1. Estarán sujetas al impuesto las entregas de bienes y prestaciones de servicios realizadas en el ámbito espacial del impuesto por empresarios o profesionales a título oneroso, con carácter habitual u ocasional, en el desarrollo de su actividad empresarial o profesional, incluso si se efectúan en favor de los propios socios, asociados, miembros o partícipes de las entidades que las realicen (...)"

3. CROWDFUNDING CON RETORNO

La madurez del crowdfunding vendrá en el momento en que se convierta en una forma de captación de fondos más para el establecimiento de nuevas empresas y creación de obras y contenidos; convirtiéndose en una alternativa real a los medios de financiación tradicionales.

Para que ello sea posible y fructifique con éxito deben buscarse las estructuras jurídicas que posibiliten la obtención del retorno económico-financiero para el financiador, aquí mejor llamado inversor, y al mismo tiempo otorguen seguridad jurídica a ambas partes, por tanto también al emprendedor, tomando a su vez en consideración que:

- La contratación de la financiación se realiza online, lo que impone la búsqueda de instrumentos jurídicos flexibles que no requieran la forma pública para su nacimiento y posteriores modificaciones ni complicadas formalidades y que permitan la adopción de un marco regulador basado en la autonomía de la voluntad de las partes, habida cuenta de la variedad de empresas, iniciativas y obras que pueden financiarse.
- Los inversores pueden contarse por varias decenas, por cientos o por miles, en su caso, aunque también hay forma de limitarlos.

Ello nos ha llevado a excluir de este epígrafe:

1. Las sociedades de capital¹⁸, las cuales si bien resultan el mecanismo típico para emprender un proyecto empresarial, ofrecen los siguientes inconvenientes: (i) requieren la forma pública para su constitución, sus modificaciones y su disolución; (ii) están sujetas a una estricta regulación a fin de proteger los derechos de sus inversores y de los terceros con los que se relacionan, lo que acaba dando lugar a un exceso de trámites y requisitos para cualquier actuación¹⁹; (iii) no encajan en aquellos supuestos en que el emprendedor o creador busca financiación para una obra artística, científica o literaria concreta; diferente será aquel supuesto en el que lo que se financia es la empresa que se dedica a generar contenidos: audiovisuales, software y videojuegos y cuya vocación por tanto es la duración indefinida.
2. El contrato de patrocinio que, como comentamos, difícilmente tendrá cabida en un entorno on-line masificado.

Asimismo, queda excluido del presente informe el uso del crowdfunding para la financiación on line masiva de compañías start-ups que suponga una actividad financiera²⁰.

Habida cuenta, pues, de las anteriores premisas hemos identificados los siguientes instrumentos jurídicos de nuestra legislación, como los más adecuados para la financiación de proyectos, obras y prestaciones:

- a. Préstamos.
- b. Cuentas en participación
- c. Comunidad de bienes

Tienen todos ellos en común que son contratos típicos de nuestro ordenamiento jurídico, esto es, cuentan con una regulación propia que otorga seguridad jurídica pero que, a la par, permiten la incorporación de pactos negociados y adaptados a la situación en concreto, con base al principio de la autonomía de la voluntad de las partes.

El hecho de que estos contratos vayan a ser suscritos por un número indeterminado de personas con las que no se negocian, a priori, las condiciones individualmente conlleva que deban plantearse como contratos-tipo con regulación uniforme en todos ellos predispuesta por el CFPs y, en su caso, el receptor de la financiación; y por tanto sujetos a condiciones generales.

17. Establece la Ley 37/1992, de 28 de diciembre, del Impuesto sobre el Valor Añadido, en su artículo 4: "1. Estarán sujetas al impuesto las entregas de bienes y prestaciones de servicios realizadas en el ámbito espacial del impuesto por empresarios o profesionales a título oneroso, con carácter habitual u ocasional, en el desarrollo de su actividad empresarial o profesional, incluso si se efectúan en favor de los propios socios, asociados, miembros o partícipes de las entidades que las realicen (...)"

18. La sociedad de responsabilidad limitada, la sociedad anónima y la sociedad comanditaria por acciones son sociedades de capital. Están reguladas por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de Julio, que aprueba el Texto Refundido de la Ley de Sociedades de Capital; sin perjuicio de la aplicación del resto del ordenamiento jurídico.

19. Debe decirse no obstante que las últimas reformas de las sociedades de capital han flexibilizado y simplificado algunos de sus trámites y actos. Así la ley referida en la anterior nota, la Ley 3/2009 de 3 de abril de modificaciones estructurales de las Sociedades Mercantiles, y las posteriores modificaciones aparecidas en los años 2010, 2011 y 2012 en diversas normas jurídicas.

20. Tal y como la misma se define en la Ley 24/1988 de 28 de julio del Mercado de Valores.

Estos contratos no requieren formalidades específicas, en concreto no necesitan de forma pública, bastando el documento privado que puede suscribirse electrónicamente, lo que los hace especialmente apropiados para la financiación colectiva on-line.

Como inconveniente principal debemos resaltar el hecho de que estos contratos no acceden a registro público, sin perjuicio de que sus condiciones generales sí puedan depositarse en los registros de bienes muebles de los registros mercantiles provinciales.

Por ello presentan la desventaja de que no existe un régimen de publicidad formal como el que otorga el registro mercantil a las sociedades de capital²¹, ni el control de legalidad que el propio registro ejerce.

Por último, antes de pasar al análisis de las figuras propuestas, no podemos dejar de insistir en que la elección de una u otra figura jurídica dependerá, en gran medida, del objeto de la financiación: el proyecto empresarial, social o el contenido protegible por derechos de autor o derechos conexos, por cuanto de dicha elección pueden derivarse consecuencias jurídicas, que deben tenerse presentes, respecto de la titularidad de lo creado y respecto de su régimen de explotación.

3.1. Préstamos.

El contrato de préstamo se regula en el artículo 1.740 y siguientes CC. Es el contrato mediante el cual una parte (Prestamista) entrega a la otra (Prestataria) una cosa, en nuestro supuesto dinero, con la condición de que éste sea devuelto. Los préstamos pueden ser gratuitos o con la condición de pagar intereses junto con el principal.

El préstamo será mercantil, si alguno de los contratante es comerciante o si las cosas prestadas se destinan a actos de comercio²².

El contrato de préstamo no requiere de formalidad alguna, siendo válido el documento privado que puede formalizarse electrónicamente.

Los contratos de préstamo que se articulen para la financiación colectiva deberán contemplar estipulaciones respecto de las siguientes cuestiones:

- Fecha para la puesta a disposición del capital del préstamo.
- Objeto al que debe destinarse el préstamo.
- Fecha para la devolución del principal y forma de pago.
- Determinación del tipo de interés y su forma de pago (mensual, trimestral, al término del préstamo u otras).
- Posibilidad de amortización anticipada.
- En algunos supuestos posibilidad de que el capital prestado se convierta en capital del financiado, siempre y cuando éste sea una sociedad.
- Posibilidad de ceder el contrato para cualquiera de las partes.
- Disposiciones generales respecto de los notificaciones, legislación aplicable y fuero.

Desde el punto de vista de su fiscalidad, los intereses recibidos por el prestamista tributarán por el IRPF o IS en función de si el inversor es una persona física o jurídica. La tributación ha variado desde el 1 de enero de 2012 en el IRPF²³, la renta que suponen los intereses tributará la tipo medio que corresponda según el resto de rentas del financiador.

Por otra parte los intereses están sujetos a retención del 21% sobre la base tanto en el caso de las personas físicas²⁴ como en el de las personas jurídicas²⁵, que deberá ser practicada por el emprendedor, sea éste una persona jurídica o física en los términos del artículo 76 del RIRPF²⁶.

21. Abarca la publicación de la constitución, los actos posteriores, la legalización de los libros, el depósito de las cuentas.

22. Artículo 311 del Código de Comercio, Real Decreto de 22 de agosto de 1885

23. Real Decreto-Ley 20/2011 de 30 de diciembre de medidas urgentes en materia presupuestaria, tributaria y financiera para la corrección del déficit público.

24. Artículo 75 del Real Decreto 439/2007, de 30 de marzo, por el que se aprueba el Reglamento del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas y se modifica el Reglamento de Planes y Fondos de Pensiones, aprobado por Real Decreto 304/2004, de 20 de febrero.

25. Artículo 58 Real Decreto 1777/2004 de 30 de Julio del Reglamento del Impuesto de Sociedades.

26. Artículo 76. Obligados a retener o ingresar a cuenta:

1. Con carácter general, estarán obligados a retener o ingresar a cuenta, en cuanto satisfagan rentas sometidas a esta obligación:
 - a. Las personas jurídicas y demás entidades, incluidas las comunidades de propietarios y las entidades en régimen de atribución de rentas.
 - b. Los contribuyentes que ejerzan actividades económicas, cuando satisfagan rentas en el ejercicio de sus actividades.
 - c. Las personas físicas, jurídicas y demás entidades no residentes en territorio español, que operen en él mediante establecimiento permanente.
 - d. Las personas físicas, jurídicas y demás entidades no residentes en territorio español, que operen en él sin mediación de establecimiento permanente, en cuanto a los rendimientos del trabajo que satisfagan, así como respecto de otros rendimientos sometidos a retención o ingreso a cuenta que constituyan gasto deducible para la obtención de las rentas a que se refiere el artículo 24.2 del texto refundido de la Ley del Impuesto sobre la Renta de no Residentes.

Dentro de la figura de los préstamos, pueden plantearse también los llamados **préstamos participativos**, que por lo que se desprende de su normativa²⁷ están indicados únicamente para realizarse a favor de personas jurídicas, si bien no se dice expresamente.

Los préstamos participativos tienen la ventaja de que el interés es variable y atiende a la evolución de la actividad de la empresa prestataria. El criterio para determinar dicha evolución podrá ser: el beneficio neto, el volumen de negocio, el patrimonio total o cualquier otro que libremente acuerden las partes contratantes. Además, puede acordarse un interés fijo con independencia de la evolución de la actividad.

El clausulado de este tipo de préstamos sería similar al anteriormente referido. En estos supuestos es esencial establecer claramente los parámetros que determinan la aplicación del interés.

En general, los préstamos son válidos para la financiación de cualquier tipo de proyecto, obra o prestación, y no suponen injerencia alguna de los prestamistas en la propiedad de lo financiado ni en su posterior desarrollo o explotación.

3.2. Comunidad de Bienes.

La Comunidad de Bienes (CB en lo sucesivo) aparece definida en el artículo 392 del CC como la propiedad de una cosa o de un derecho que pertenece proindiviso a varias personas.

A efectos del crowdfunding puede resultar interesante la CB que se constituye con la finalidad de intervenir en el mercado, de forma dinámica, produciendo bienes y servicios y, que por tanto, desarrollará el proyecto; pero también puede resultar válida una CB cuyos socios únicamente ponen dinero en común para después invertirlo en un proyecto, sea cual sea la forma jurídica de éste, e incluso junto con otros inversores. En cualquiera de los dos casos, los inversores canalizan sus aportaciones al emprendedor a través de esta figura jurídica y obtienen sus rentas, esto es, su retorno a través de la misma.

La CB, strictu sensu, requiere para su existencia que su objeto sea indivisible (comunidad pro indiviso); por lo que una comunidad cuyo objeto fuera dinero sería más acertadamente una cotitularidad de bienes (comunidad pro diviso). Pero esta matización de naturaleza jurídica y doctrinal no impide que pueda constituirse una CB cuyo objeto sea el dinero²⁸.

Otras características de la CB son: (i) que haya una pluralidad de miembros que la constituyen de modo simultáneo y no sucesivo; (ii) que las aportaciones tengan la misma naturaleza (todos dinero, por ejemplo) aunque haya variación en la cantidad; y (iii) que todos estén unidos por la misma relación jurídica, por el negocio de aportación a la masa común.

La CB se rige a falta de disposiciones específicas por las reglas que establece el CC que básicamente determinan: (i) el reparto proporcional en las cargas y beneficios; (ii) el uso de la cosa común; (iii) la regla de la unanimidad para la alteración de la cosa común; (iv) el acuerdo de la mayoría para la administración y gestión de la CB; y (v) reglas para la división de la cosa común, entre otras.

Una Comunidad de Bienes que pretenda llevar a cabo financiación colectiva deberá contar con una regulación propia, un pacto entre socios o copropietarios, la denominación es lo de menos. Lo que importa verdaderamente es que se estipule el funcionamiento de la CB.

El pacto que regule la CB deberá contener, entre otras, estipulaciones sobre:

- La forma de tomar las decisiones y las mayorías necesarias. Es importante establecer un pacto de sindicación para la unidad de voto en determinadas materias.
- La forma de administrarse y las facultades de los que administran.
- Reglas respecto del reparto de los beneficios y de la contribución a las cargas.
- Reglas para la venta de la cuota de participación de los miembros y la existencia de derechos de preferencia para el resto de los copropietarios así como reglas de valoración de la cuota en tales casos.
- Causas de división de la CB, posible existencia de normas especiales para el pago de la cuota de división
- Procedimiento para la división.
- Reglas de mediación en caso de conflictos entre los copropietarios.

27. Real Decreto-ley 7/1996, de 7 de junio, sobre Medidas Urgentes de carácter Fiscal y de Fomento y Liberalización de la Actividad Económica.
28. La Comunidad de Bienes es la figura jurídica elegida por www.thecrowdangel.com para que los inversores canalicen sus aportaciones a los proyectos.

La CB es un mecanismo flexible, rápido y sencillo que no requiere de formalidades para su constitución, basta un contrato privado para su nacimiento, salvo que se realicen aportaciones de bienes inmuebles. Tanto la constitución de la CB como la suscripción de estos pactos, que se funden en un único documento, puede llevarse a cabo online.

Las CB no tienen personalidad jurídica propia, se trata de un patrimonio propiedad de un conjunto de propietarios, por lo que todos ellos son, individualmente, responsables frente a terceros, sin limitación y sin perjuicio de que el copropietario que responda pueda reclamar posteriormente al resto proporcionalmente a sus cuotas. Quizá éste es uno de sus mayores inconvenientes.

Por ello, indicábamos al principio que, a efectos del crowdfunding, la CB no debía ser la que explotara directamente el negocio o el proyecto, sino simplemente el instrumento en el que contribuir con aportaciones para después invertir en el proyecto, negocio e incluso en la creación de contenidos protegibles por derechos de autor o derechos conexos.

La CB presenta otro inconveniente si su finalidad es financiar proyectos creativos, ya que en función de cómo se articule, si se incorpora al creador como copropietario de la misma, puede conducir a la interpretación de que la obra así financiada ha sido creada en régimen de colaboración, en virtud de la normativa sobre propiedad intelectual contenida en Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia (TRLPI).

La consideración de una obra como colaborativa determina, de conformidad con el artículo 7 TRLPI un régimen propio respecto de su titularidad y su explotación, requiriendo el consentimiento de todos los coautores para su modificación y divulgación; permitiendo a los coautores la explotación separada de sus aportaciones salvo perjuicio a la obra o pacto en sentido contrario.

Por ello, habida cuenta que los acuerdos entre los autores pueden modificar en cierta medida este régimen que se regula, supletoriamente, por las disposiciones de la CB; es importante en los supuestos de creación de contenidos que optan por instrumentar la financiación a través de una CB, establecer muy claramente los términos y condiciones que regularán las relaciones entre el/los autor/es y los copropietarios, a fin de distinguir la creación del régimen de explotación de la obra.

En cuanto al tratamiento fiscal, no obstante no tener personalidad jurídica, las CB están sujetas a imposición, tanto directa como indirecta; pero para ello deben constituir una unidad económica patrimonial separada de sus miembros y susceptible de imposición, como establece el artículo 35.4 de la Ley 58/2003, de 17 de diciembre, General Tributaria.

El hecho de que no tenga personalidad jurídica propia lleva a la comunidad de bienes a tributar por IRPF, en lugar de IS, mediante el régimen de atribución de rentas; esto es, quienes tributan son sus socios a quienes se les atribuyen las rentas de la Comunidad en función de su participación.

El copropietario tributará por estas rentas junto con las que obtenga por otras actividades económicas, por su participación en otra comunidad de bienes u otras.

Del mismo modo que se atribuyen las rentas también se atribuye a cada copropietario en función de su participación los gastos deducibles y los debidos a bienes de inversión.

También es posible que sólo uno de los copropietarios lleve a cabo la actividad económica, en tal caso, las rentas percibidas sólo tendrán calificación de rendimiento de actividades económicas para este comunero, pero para los demás que sólo aportan capital, las rentas obtenidas tendrán la calificación de rendimiento de capital mobiliario y, por tanto, tributarán como he visto anteriormente para los préstamos.

Al igual que en los préstamos las rentas a satisfacer a los copropietarios están sujetas a retención con independencia de que estos sean contribuyentes por IRPF o por IS.

3.3. Cuenta en participación.

La Cuenta en Participación (CP) es un contrato regulado en el Código de Comercio, artículos 239 a 243, en virtud del cual una o más personas (Partícipes) se obligan a realizar una aportación de bienes y/o derechos, puede ser dinero, a un comerciante (propietario-gestor o cuenta-partícipe gestor), quien adquiere la aportación en propiedad para destinarla a su negocio, bajo su exclusiva responsabilidad, con el fin de obtener un resultado que deberá repartir con los aportantes, de conformidad con lo pactado.

Se trata de una figura jurídica en pleno renacimiento, debido a los problemas de financiación actuales, de una parte, y a los bajos tipos de interés, de otra.

La Cuenta en Participación permite pues la obtención de fondos por parte del emprendedor, quien mantiene la propiedad de su negocio y es el único responsable frente a terceros, a diferencia de la CB.

Es un contrato de colaboración empresarial que, en gran medida, se asemeja a las denominadas empresas conjuntas del ámbito anglosajón, las joint venture. No obstante, en estas últimas hay un control compartido del negocio, de forma opuesta a lo que sucede en la CP.

No es necesaria la condición de comerciante por todos los participantes en el negocio de cuenta partícipe, bastando para ello que lo sea el propietario-gestor.

Son sus características principales:

1. No nace una nueva persona jurídica, es un contrato entre las partes.
2. No hay una titularidad compartida sobre el fondo común que se forma con las participaciones de cada cuenta-partícipe.
3. Las aportaciones al cuenta-gestor son a título de propiedad.
4. Los cuenta partícipes, inversores, deberán soportar el riesgo del negocio, esto es la pérdida o beneficio del mismo pero hasta el máximo de su aportación. No son responsables frente a terceros ni tienen participación en la gestión del negocio.
5. No requiere la forma pública para su constitución.
6. No puede adoptarse una razón comercial común a todos.
7. El comerciante gestor es el responsable frente a terceros.

El Contrato de Cuenta en Participación se muestra también como un mecanismo sencillo, ágil y rápido para establecer un vehículo de financiación colectiva. Puede formalizarse online, al no requerir forma pública ni formalidad alguna y permite libertad de pactos, respetando siempre la regulación mínima que se contiene en el Código de Comercio.

Así pues, entendemos que un Contrato de Cuenta Partícipe deberá contener estipulaciones respecto de:

- La puesta a disposición de las cantidades comprometidas.
- La participación en los beneficios y en las ganancias.
- Mecanismos de control e información respecto de la actividad del gestor, en particular de los estados financieros.
- Posibilidad de cesión de la posición del cuenta-partícipe.
- Terminación del contrato y disposiciones sobre el resultado de la explotación.

Respecto del tratamiento fiscal, las rentas que el cuenta gestor satisfará, en su caso, a los cuenta partícipes tienen la consideración de rentas del capital y, por tanto, tributan del mismo modo que los intereses de los préstamos y están sujetas a retención. Para el gestor tales rentas tendrá la consideración de gasto deducible, en consecuencia.

Igualmente, si en lugar de reparto de beneficios, hay un reparto de pérdidas que el cuenta partícipe se imputará en la parte que le corresponda como una pérdida en su correspondiente impuesto; y el cuenta-gestor al transferir una pérdida deberá integrarla como un rendimiento dentro de sus actividades económicas.

El gestor por lo demás tributará por IS o IRPF en función de su calidad de persona jurídica o física, y el cuenta partícipe igual, si es comerciante, o por IRPF en caso de no serlo.

3.4. Diferencias entre las anteriores figuras jurídicas.

Llegados a este punto se hace conveniente a modo de resumen resaltar las diferencias que existen entre las figuras jurídica revisadas: Préstamos, Comunidad de Bienes y Cuentas en Participación:

1. En las CB los copropietarios mantienen la propiedad de sus aportaciones, mientras que en la CP la propiedad se pierde al atribuírsele al gestor. En el contrato de préstamo se pone a disposición del tercero el dinero pero con obligación de restitución.
2. Respecto del régimen de responsabilidad de los financiadores, resulta agravado en la CB donde todos son responsables frente a terceros, individualmente, por el total. En la CP el cuenta partícipe no es responsable frente a terceros, aunque si asume la posible pérdida en el negocio y, por tanto, de su aportación. En el Préstamo, por el contrario, no hay responsabilidad ni pérdida de la aportación, salvo que el proyecto/obra o negocio resulte fallido y no se pueda retornar el capital.
3. Por último en relación a la capacidad de gestión y/o decisión, la CB se presenta como el mecanismo en el que el inversor tiene mayor participación decisoria, no así la CP o los préstamos, en los que la contribución del inversor es la aportación económica.

4. NORMATIVA APLICABLE A LOS CFP YA LA CONTRATACIÓN ELECTRÓNICA.

Los CFPs son plataformas tecnológicas que intermedian entre los inversores y aquellos que buscan financiación para su obra o proyecto.

Desde la perspectiva de la legislación vigente, son Prestadores de Servicios de la Sociedad de la Información (PSI), con independencia de la forma jurídica que revistan y, por tanto, están sujetos a la normativa contenida en la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico (LSSI).

Son PSI las personas físicas o jurídicas que proporcionan un servicio de la sociedad de la información, entendido éste como *“todo servicio prestado normalmente a título oneroso, a distancia, por vía electrónica y a petición individual del destinatario. El concepto de servicio de la sociedad de la información comprende también los servicios no remunerados por sus destinatarios, en la medida en que constituyan una actividad económica para el prestador de servicios”*²⁹.

El establecimiento de un PSI no requiere de autorización previa, sin perjuicio de que la actividad que vaya a desarrollar esté sujeta.

A los efectos de este informe interesa remarcar la obligación de facilitar determinada información que tienen los PSI en virtud del artículo 10 LSSI.

Los PSI, esto es, los CFPs están obligados a facilitar, de manera fácil, directa, gratuita y accesible por medios electrónicos, a los destinatarios de sus servicios y a los órganos competentes la siguiente información:

- Su nombre o denominación social; su residencia o domicilio; su dirección de correo electrónico y cualquier otro dato que permita establecer con él una comunicación directa y efectiva.
- Los datos de su inscripción en el Registro Mercantil en el que, en su caso, se encuentren inscritos o de aquel otro registro público en el que lo estuvieran para la adquisición de personalidad jurídica o a los solos efectos de publicidad.
- Los datos relativos a la autorización administrativa previa, en el supuesto que En el caso de que su actividad estuviese sujeta a ella.
- El número de identificación fiscal que le corresponda.
- Si el servicio de la sociedad de la información hace referencia a precios, además se requiere información clara y exacta sobre el precio del producto o servicio, indicando si incluye o no los impuestos aplicables y, en su caso, sobre los gastos de envío o en su caso aquello que dispongan las normas de las Comunidades Autónomas con competencias en la materia.
- Los códigos de conducta a los que, en su caso, esté adherido y la manera de consultarlos electrónicamente.

Esta obligación informativa se entiende cumplida si el CPF la incluye en su página o sitio de Internet.

Asimismo los contratos que financiadores y destinatarios de la financiación deberán suscribir electrónicamente a través del CPE, son contratos que producen todos los efectos previstos por el ordenamiento jurídico, debiendo cumplir, normativa general al margen³⁰, otra más específica, derivada de:

1. La condición de tratarse de un contrato electrónico.
2. La condición de tratarse de un contrato-tipo o con condiciones generales de contratación.
3. El hecho que una parte de los intervinientes sea, en muchos casos, consumidores y usuarios.
4. la naturaleza jurídica que la contraprestación tenga (compra de un bien).

Así deberá atenderse a:

- La propia de la LSSI, artículos 27 a 29.
- La Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre condiciones generales de la contratación.

29. De las definiciones contenidas en el Anexo de la propia LSSI.

30. El artículo 23 LSSI dispone: “(...) Los contratos electrónicos se regirán por lo dispuesto en este Título, por los Códigos Civil y de Comercio y por las restantes normas civiles o mercantiles sobre contratos, en especial, las normas de protección de los consumidores y usuarios y de ordenación de la actividad comercial”. Además de la normativa referida en el informe el CFPs deberá cumplir con la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal; y puede resultar también de aplicación La Ley 34/1988 de 11 de noviembre General de Publicidad y la Ley 3/1991 de 10 de enero de Competencia Desleal, entre otras.

- El Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras Leyes Complementarias y, en Catalunya, la Llei 22/2010, de 20 de juliol, del Codi de consum de Catalunya.
- La Ley 7/1996, de 15 de enero, de Ordenación del Comercio Minorista.

De forma resumida los contratos, que se establezcan para formalizar la financiación requerida, deberán cumplir los siguientes requisitos:

1. Debe ponerse a disposición de los usuarios, antes de iniciar el procedimiento de contratación, de forma permanente, fácil y gratuita, información clara, comprensible e inequívoca sobre los siguientes extremos:

- a.** Los distintos trámites que deben seguirse para celebrar el contrato.
- b.** Si el prestador va a archivar el documento electrónico en que se formalice el contrato y si éste va a ser accesible.
- c.** Los medios técnicos que pone a su disposición para identificar y corregir errores en la introducción de los datos, y
- d.** La lengua o lenguas en que podrá formalizarse el contrato.

Se exceptúa de la obligación anterior aquellos contratos en los que ambos contratantes así lo acuerden y ninguno de ellos tenga la consideración de consumidor, o aquellos otros celebrados exclusivamente mediante intercambio de correo electrónico u otro tipo de comunicación electrónica equivalente.

2. También deberán ponerse a disposición del destinatario las condiciones generales a que, en su caso, deba sujetarse el contrato, de manera que éstas puedan ser almacenadas y reproducidas por el destinatario. La redacción de dichas condiciones generales deberá ajustarse a los criterios de transparencia, claridad, concreción y sencillez.

3. Realizado el contrato el CPF deberá proceder a confirmar la contratación realizada, **con las mismas excepciones que en el apartado 1.**

4. Los contratos celebrados por vía electrónica en los que intervenga como parte un consumidor se presumirán celebrados en el lugar en que éste tenga su residencia habitual; y los celebrados entre empresarios o profesionales, en defecto de pacto entre las partes, se presumirán celebrados en el lugar en que esté establecido el prestador de servicios.

Por último no podemos cerrar este epígrafe sin hacer una breve mención a la Ley 24/1988 de 28 de Julio del Mercado de Valores a fin de indicar que, si bien los CPFs intermedian en la captación de fondos a favor de terceros, quedan excluidos de la consideración de empresas de servicios de inversión y, por tanto, de su sistema regulatorio.

No obstante, aquellos CPFs focalizados en proyectos empresariales podrían, en función de los servicios precisos que prestaran, quedar englobados en el concepto de empresa de asesoramiento financiero del artículo 64. d de la Ley del Mercado de Valores por lo que deberán atender y cumplir la normativa de aplicación; o en un futuro en la proyectada ley de emprendedores que a continuación comentamos.

5. LA PROPUESTA DE LEY DE EMPRENDEDORES.

Como comentábamos en otro apartado de este informe el Gobierno actual realizó la promesa a su electorado de llevar a las cámaras parlamentarias para su aprobación la llamada Ley de Emprendedores.

La realidad se ha impuesto, y las medidas de reforma y recortes que el Estado ha debido aplicar, por exigencias de la UE, han justificado dejar en un tercer plano la promesa electoral. Decimos tercer plano, ya que la Ley de Emprendedores no figura ya ni el Programa de Reformas del Gobierno del segundo semestre del 2012³¹.

La proposición de Ley de Apoyo a los Emprendedores lleva fecha del 29 de Junio del 2011.

Como anuncia el artículo 1º de la proposición de Ley, su objeto consiste en definir (i) la figura del emprendedor, (ii) dotarlo de un marco regulatorio y (iii) regular las actividades de los inversores privados informales, el capital riesgo informal³² y los Business Angel³³.

El emprendedor se define en la ley como aquella persona física que está en los trámites previos para desarrollar una actividad económica. Se incluyen también las personas jurídicas siempre que no lleven más de dos años en su actividad.

Se excluyen entre las actividades que un emprendedor puede llevar a cabo, por razones obvias, las bancarias, de seguros y de Fondos de Pensiones.

En cuanto a la regulación de los inversores privados informales, Business Angels y capital riesgo informal, destaca la exigencia para tener tal consideración que más de un 75% de su activo debe destinarse a emprendedores, vía participación en su capital o vía préstamos participativos.

Esta última frase “vía participación en su capital o vía préstamos participativos” nos conduce a creer que la ley de emprendedores está pensando en las sociedades de capital como mecanismos en los que aglutinar las inversiones privadas.

Estos inversores pueden organizarse, a su vez, en personas jurídicas y deben formar parte de las llamadas Redes de Business Angels que deberán ser registradas en un registro a tal efecto creado en la Comisión Nacional del Mercado de Valores la cual, a su vez, las supervisará y velará por el cumplimiento de sus obligaciones.

Estas redes de Business Angels podrán adoptar distintas formas jurídicas. Sus requisitos quedan pendientes de posterior desarrollo reglamentario.

El proyecto de Ley de Apoyo a los Emprendedores establece importantes incentivos fiscales, como no podía ser menos si lo que se busca es potenciar la creación de empresas, que afectan a todos sus sujetos: emprendedores e inversores.

Modifica, también, la regulación de las entidades de capital-riesgo para permitirles invertir en proyectos de menor entidad y establece la creación de un fondo público-privado para capital semilla, entre otras disposiciones.

Se echa en falta la referencia a la captación masiva de fondos online, pues a pesar de contar con la normativa de la LSSI, entendemos que no es suficiente y deberían establecerse otras obligaciones que protegieran los intereses económicos de las partes.

Habría que atender al desarrollo legislativo de esta propuesta o reglamentario, en su caso.

Se trata pues de una iniciativa loable que, de aprobarse, podría suponer un espaldarazo al emprendimiento en general y, en particular, a los proyectos tanto de personas físicas como jurídicas orientados a la creación.

Una productora audiovisual, una pequeña editorial, un nuevo sello discográfico podrían acogerse a este nuevo marco regulatorio, desde una doble perspectiva: (i) contando con un entorno fiscal incentivado; y (ii) acudiendo a financiación adaptada a sus necesidades.

31. Presentado en el Consejo de Ministros el 13 de Julio del 2012. Ver www.la-moncloa.es

32. Se utiliza el término de capital riesgo informal por oposición al capital riesgo regulado en la ley 25/2005 de 24 de noviembre, ley reguladora de las entidades de capital-riesgo y sus sociedades gestoras, cuyo artículo 2 establece que su “objeto principal consiste en la toma de participaciones temporales en el capital de empresas no financieras y de naturaleza no inmobiliaria que, en el momento de la toma de participación, no coticen en el primer mercado de Bolsas de valores o en cualquier otro mercado regulado equivalente de la Unión Europea o del resto de países miembros de la OCDE (...)”. Las entidades de capital riesgo son vehículos adecuados para la captación de financiación para proyectos empresariales en estados iniciales y llevarlos a su punto de madurez, no han sido contempladas pues requieren un compromiso mínimo de inversión de 500.000€ a cada inversor y debe contar con un número de accionistas o partícipes igual o inferior a veinte.

33. Según Wikipedia: “Un inversor angelical (conocido como Business Angel en Europa o simplemente “ángel”) es un individuo próspero que provee capital para un start-up, usualmente a cambio de participación accionarial. Los ángeles típicamente invierten sus propios fondos, no como las entidades de capital de riesgo (o venture capitalists[1]), quienes administran profesionalmente dinero de terceros a través de un fondo. Un número cada vez mayor de ángeles inversores se están organizando en redes, grupos o clubes de ángeles para compartir esfuerzos y unir sus capitales de inversión”.

6. CONSIDERACIONES FINALES.

A modo de cierre y resumen final de este informe podemos concluir que:

1. La actividad de crowdfunding tanto no lucrativo como lucrativo dispone de un marco jurídico en el estado español del que puede realizarse una doble lectura: (i) otorga cierta seguridad jurídica a todos los agentes implicados, en cuanto a las figuras jurídicas en las que puede acogerse; (ii) es desincentivador por su tratamiento fiscal, tanto a nivel del estado español como de sus CCAA.
2. Resulta evidente que para potenciar el crowdfunding como una actividad de mecenazgo que apoye proyectos incipientes, de cualquier índole, se requiere un mejor tratamiento fiscal, tanto para los inversores como para los emprendedores.
3. Al margen de iniciativas desde el estado central, como la ley de emprendedores, cuya evolución habrá que seguir. Las CCAA tienen capacidad normativa, tanto en el impuesto sobre donaciones como en el impuesto sobre la renta para promover el crowdfunding, a través del establecimiento de reducciones en las donaciones y deducciones en la cuota en el IRPF.
4. Respecto del crowdfunding no lucrativo, debe distinguirse entre los supuestos de donación pura y, en todo caso, examinar las consecuencias fiscales; de los supuestos en los que existe una contraprestación que pueda considerarse como una entrega de un bien sujeta a tributación.
5. Con relación al crowdfunding con retorno o lucrativo, existen distintas figuras jurídicas aplicables, cuya elección dependerá del objetivo a financiar, así como de las expectativas del inversor y los riesgos que esté dispuesto a asumir. A modo de resumen disponemos en el Anexo II un cuadro comparativo de su régimen fiscal.
6. Frente a la flexibilidad, simplicidad y libertad de pactos que suponen los préstamos, las cuentas en participación y las comunidades de bienes, las sociedades de capital ofrecen mayor información y transparencia, al menos sobre el papel. Cuanto mayor sea la necesidad de financiación más conveniente se hace la implantación de estructuras societarias.
7. Mientras tanto, una mayor especialización de los CFPs facilitará una mejor aplicación de las distintas figuras jurídicas, en función de los diferentes proyectos u obras que busquen financiación, creando contratos marco con condiciones generales que mejorarán el conocimiento de los instrumentos disponibles por parte de todos los intervinientes.
8. Cualquiera de las figuras jurídicas expuestas debe adaptarse al caso concreto, y los CFPs deben buscar el asesoramiento adecuado en cada supuesto, a fin de cumplir con el ordenamiento jurídico vigente, no sólo el estatal, sino también el de la CCAA de su establecimiento.
9. El asesoramiento es recomendable siempre y para todos, no sólo para los CFPs sino también, para los inversores y los emprendedores y creadores.
10. En ese sentido, es importante verificar en cada caso las consecuencias fiscales, sobretudo en el entorno actual en que la normativa fiscal varía constantemente.
11. Como decíamos, en definitiva, es necesario el apoyo de todas las administraciones, cada una en el marco de sus competencias. Desde el gobierno central se hace urgente la tramitación de la ley de emprendedores a fin de regular estas nuevas formas de financiación e incentivar la creación de empresas, dotándolas de seguridad jurídica y transparencia; desde los gobiernos autonómicos utilizando su capacidad normativa fiscal, en la medida de sus posibilidades para, vía incentivos fiscales, estimular la ayuda al emprendedor.

En Barcelona a 18 de Septiembre de 2012.

Silvia Caparrós de Olmedo (Col. ICAB nº 18.148)

ANEXO I

Escalas tipos gravamen LISD

Base liquidable Hasta euros	Cuota íntegra Euros	Resto base liquidable Hasta euros	Tipo aplicable Porcentaje
0,00	-	7.993,46	7,65
7.993,46	611,50	7.987,45	8,50
15.980,91	1.290,43	7.987,45	9,35
23.968,36	2.037,26	7.987,45	10,20
31.955,81	2.851,98	7.987,45	11,05
39.943,26	3.734,59	7.987,46	11,90
47.930,72	4.685,10	7.987,45	12,75
55.918,17	5.703,50	7.987,45	13,60
63.905,62	6.789,79	7.987,45	14,45
71.893,07	7.943,98	7.987,45	15,30
79.880,52	9.166,06	39.877,15	16,15
119.757,67	15.606,22	39.877,16	18,70
159.634,83	23.063,25	79.754,30	21,25
239.389,13	40.011,04	159.388,41	25,50
398.777,54	80.655,08	398.777,54	29,75
797.555,08	199.291,40	en adelante	34,00

ANEXO II

Fiscalidad Financiador

	PERSONA FÍSICA				PERSONA JURÍDICA	
	ACTIVIDAD ECONÓMICA/PROFESIONAL		NO ACTIVIDAD		IS	retención
	IRPF	retención	IRPF	retención		
Préstamo	12,75 al 30,50% ³⁴	21%	12,75 al 30,50%	21%	20-25% ³⁵ 30-35% ³⁶	21%
CB	12,75 al 30,50% ³⁷	0	12,75 al 30,50%	21%	20-25% 30-35%	No
CP	12,75 al 30,50%	21%	12,75 al 30,50%	21%	20-25% 30-35%	21%

34. A esta escala deberá sumarse la escala autonómica que haya aprobado cada CCAA.

35. Tipos para micro-empresa

36. Tipo general

37. Puede deducirse en proporción a su participación los gastos deducibles y los debidos a bienes de inversión.



Licencia CC 3.0 BY – SA

<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/es/>

contact@whois--x.net

MAQUETACIÓN: Roger Costa Puyal

