



TRABAJO DE FIN DE GRADO

GRADO EN DERECHO



Título del trabajo / Work Title

EL CROWDFUNDING Y SU FISCALIDAD EN ESPAÑA

CROWDFUNDING AND ITS TAXATION IN SPAIN

Autor / Director

ÍÑIGO MARTÍNEZ SAN EMETERIO

CARLOS DE PABLO VARONA

CURSO ACADÉMICO

2019-2020

ÍNDICE

<i>1. APROXIMACIÓN AL «CROWDFUNDING»</i>	6
<i>1.1. RÉGIMEN GENERAL</i>	6
<i>1.2. SUJETOS INTERVINIENTES</i>	9
<i>1.3. RELACIONES ENTRE LOS ELEMENTOS SUBJETIVOS DEL CROWDFUNDING</i>	10
<i>2. LA PLATAFORMA DE CROWDFUNDING. RELACIONES CONTRACTUALES AD INTRA</i>	11
<i>3. EL PROMOTOR Y SU PROYECTO EN LA LEY 5/2015</i>	14
<i>3.1. EL PROMOTOR DEL PROYECTO DE FINANCIACIÓN</i>	15
<i>3.2. TIPOS DE PROMOTOR</i>	16
<i>3.2.1. Promotor persona física</i>	16
<i>3.2.2. Promotor persona jurídica</i>	18
<i>4. CLASES DE CROWDFUNDING</i>	20
<i>4.1. CROWDFUNDING NO FINANCIERO</i>	21
<i>4.1.1. Crowdfunding de donaciones o multidonación filantrópica</i>	23
<i>4.1.2. Crowdfunding con recompensa</i>	26
<i>4.2. CROWDFUNDING FINANCIERO</i>	28
<i>4.2.1. Crowd lending</i>	28
<i>4.2.2. Crowd investing</i>	32
<i>4.2.3. Límites del crowdfunding en la ley 5/2015</i>	37
<i>5. FISCALIDAD DE LAS OPERACIONES DE CROWDFUNDING EN ESPAÑA</i>	40
<i>5.1. LA FISCALIDAD EN EL CROWDFUNDING DE DONACIONES</i>	40
<i>5.1.1. El promotor del proyecto</i>	40
<i>5.1.2. El cooperador o aportante</i>	44
<i>5.2. LA FISCALIDAD EN EL CROWDFUNDING DE PREVENTA</i>	47
<i>5.2.1. El promotor</i>	47
<i>5.2.2. El aportante persona física</i>	51
<i>5.3. LA FISCALIDAD EN EL CROWDFUNDING DE PRÉSTAMOS O CROWDLENDING</i>	52
<i>5.3.1. El promotor</i>	52
<i>5.3.2. El crowdfunder prestamista</i>	54

<i>5.4. LA FISCALIDAD EN EL CROWDINVESTING. ESPECIAL REFERENCIA A LAS CUENTAS EN PARTICIPACIÓN</i>	55
<i>5.4.1. El promotor en el crowdinvesting</i>	57
<i>5.4.2. El aporte en el marco del crowdinvesting</i>	60
<i>5.5. LA FISCALIDAD DE LAS PFP</i>	62
<i>6. EL PRO BONO LEGAL Y LAS PLATAFORMAS WEB EN ESPAÑA</i>	63
<i>7. CÓMO ES EL CROWDFUNDING EN ITALIA</i>	65
<i>8. CONCLUSIONES</i>	68
<i>9. FUENTES DOCUMENTALES</i>	70

SINOPSIS

El crowdfunding es el procedimiento de conseguir liquidez gracias a un gran numero de cooperadores individuales para financiar un proyecto de negocio o una causa de casi cualquier tipo, siempre dentro del marco legal. Tradicionalmente se ha llevado a cabo mediante sistemas de suscripción, eventos benéficos y el denominado puerta a puerta. Sin embargo, hoy en día el término crowdfunding suele asociarse al método de financiación que funciona desde una plataforma web, permitiendo optar a fondos de muchos más cooperadores en potencia.

En el siguiente trabajo se tratará de ayudar en la comprensión y difusión de este gran medio para hallar financiación, al alcance de cualquier persona o entidad que cuente con acceso a la red y una idea u objetivo determinado que intente lograr o alguna necesidad que busque cubrir.

Todo el proceso podrá realizarse *online* gracias al desarrollo de una plataforma que sea capaz de unir ambas partes interesadas en un mismo fin y de gestionar el sistema de pagos y cobros que se precisa para que fructifique ese negocio jurídico que va a surgir del entendimiento entre la parte que solicita financiación y la que está dispuesta a ofrecerla según las condiciones que se acuerden.

SYNOPSIS

Crowdfunding is the process of obtaining financial resources from a crowd of individuals for the targets to finance a business project or cause. Crowdfunding has been conducted via subscriptions or benefit events collecting. However, today the term is more associated with achieving money by the use of website platforms, which permits crowdfunding to accomplish a great number of potential funders.

The following final coursework would try to help in the interpretation and broadcasting of this great way to look for financing, available to any person or entity. The only thing you should have is an access to the network and specific ideas or objectives to achieve or any need that other people or legal entity seek to cover.

The entire process could be carried out online thanks to the development of a web platform which is capable of uniting both interested parties at the same purpose. For the business agreement security is compulsory to dispose of a pays-and-collects system. Thanks to it the deal for financing would birth between the party requesting financing and the party willing to offer it according to the signed conditions that will appear in the website.

1. APROXIMACIÓN AL «CROWDFUNDING».

En el siguiente trabajo se tratará de ayudar en la comprensión y difusión de este gran medio para hallar financiación, al alcance de cualquier persona o entidad que cuente con acceso a la red y una idea u objetivo determinado que intente lograr o alguna necesidad que busque cubrir. Todo ello podrá realizarse vía *online* gracias al desarrollo de una plataforma que sea capaz de unir ambas partes interesadas en un mismo fin y de gestionar el sistema de pagos y cobros que se precisa para que fructifique ese negocio jurídico que va a surgir del entendimiento entre la parte que solicita financiación y la que está dispuesta a ofrecerla según las condiciones que se acuerden.

1.1. RÉGIMEN GENERAL.

El *crowdfunding* es un sistema de financiación basado en la cooperación de un público global con el objetivo de apoyar al promotor de un proyecto, depositando en él su confianza contribuyendo con sumas dinerarias y, todo ello, desde la rápida, cómoda y directa grada que es una plataforma online en la red.

En el campo etimológico tenemos que analizar los dos fragmentos que conforman el término anglosajón *crowdfunding*: ‘crowd’ significa ‘colectividad’ y ‘funding’ es un gerundio que viene de un verbo complejo que significa ‘proveer de fondos’. De ahí que se considere una vía de financiación que atrae fondos del público en general.

Como dicen Lázaro Sánchez y De la Vega García “bajo tal genericidad el *crowdfunding* revela su forma poliédrica y naturaleza multi-vectorial, dando cobertura a muchas y distintas realidades de multi-cooperación económica en proyectos ajenos”¹.

Cabe precisar que desde el manto conceptual se pueden diferenciar dos tipos de recaudación de fondos según el carácter propio o ajeno de la *plataforma*, la directa

¹ Lázaro Sanchez, E. y De la Vega García, F., *Crowdfunding: cooperación colectiva al servicio de la financiación*, Thomson Reuters Aranzadi, 2018, pág. 20.

y la indirecta. En el primer tipo, el directo, la plataforma es creada por el sujeto que busca la financiación, es decir, el promotor del proyecto. En la última, vía indirecta, es donde nos encontramos con un sujeto de gran protagonismo, el intermediario independiente, cuyo servicio es el de mediar entre los sujetos que realizan multitud de donaciones y el promotor que busca ese apoyo para lograr materializar su fin dentro del paisaje digital.

Con el fin de ilustrar mejor las líneas anteriores podemos mencionar dentro del tipo de financiación indirecta –*crowdfunding indirecto*–, *verbi gratia*, la web «*indiegogo*», que recoge, por ejemplo, un proyecto de búsqueda de financiación por parte de emprendedores zaragozanos para comercializar bicicletas² de carbono para moverse por la ciudad de una manera responsable, sostenible y respetuosa con el medio ambiente sin excesivo esfuerzo debido a la ligereza de todos sus componentes *full carbon*. La contribución se hace mediante la compra de equipos, tanto parciales como puede ser el cuadro o una bicicleta al completo.

Y por el otro flanco está el ejemplo de *crowdfunding directo* con la web de «*Médicos sin fronteras*»³, donde se halla en la propia web del promotor del proyecto humanitario el desglose en la asignación de la recaudación de fondos que se solicita, como proyectos de ayuda médico-humanitaria, captación de fondos para futuras emergencias y la gestión de la propia organización de *médicos sin fronteras*. Admite tanto donaciones puntuales por la vía de compra de kits sanitarios de diversos precios, como también por vía de suscripciones periódicas domiciliando en nuestras cuentas pagos mensuales.

El gran auge que ha logrado este tipo de sistema se comprende fácilmente dada la eficiencia y velocidad ofrecidas, además de la reducción de costes de transacción al simplificar los tipos de intercambio. A parte, se puede añadir el motivo de la seguridad que se proporciona en un volumen de negocios que puede ser masivo, quedando toda transacción registrada. Aunque aún queda mucho camino por

² <https://www.indiegogo.com/projects/cyclic-urban-bikes#/>

³ https://www.msf.es/colabora/dona/ayuda-msf?gclid=CjwKCAiAx_DwBRAfEiwA3vwZYs6E-L9qr-5M2czF7UM9fTrCauw6SdzerRYlclwHmOzNujClcNbCdhoCwewQAvD_BwE&gclsrc=aw.ds

delante para que esa seguridad sea mayor para proteger a todos los usuarios en los negocios y la base misma de la plataforma frente a cualquier amenaza informática o cualquier traición de confianza por el sujeto de la plataforma.

El modelo que más puede interesarnos es el indirecto, basado en la intermediación de ese tercero que, por gestionar ese masivo caudal dineralio en su conocida plataforma, salvaguardándolo y redirigiéndolo más tarde por sí o por vía de una compañía de depósito de fondos, hacia el promotor comprometido con el proyecto determinado, cobra una cantidad.

El contenido de este tipo de proyectos suele contener información precisa y clara, de fácil comprensión para el público. En algunas modalidades hay mínimos de información que deben cumplirse, pero no en todos.

La Ley 5/2015, de 27 de abril, de fomento de la financiación empresarial (LFFE), que regula el *crowdfunding* con perfil financiero, diferencia en su artículo 61 las informaciones preceptivas según el tipo de proyecto de financiación. En el art.61.1.b) se obliga a advertir de los riesgos en préstamos y participaciones en capital, y se precisa, además, que en la financiación por emisión de acciones se deberá proporcionar información adicional sobre el riesgo de *dilución* de la participación en la sociedad, del riesgo de no recibir dividendos y de no poder influir en la gestión de la sociedad. En caso de emisión de participaciones sociales se deberá informar también sobre las restricciones a la libre transmisibilidad de esas participaciones.

En el apartado c) de ese mismo artículo se recoge otra información básica, la de advertir de que la plataforma no es una empresa de servicios de inversión, ni entidad de crédito, y de que tampoco se encuentra adherida a fondos de garantía de inversiones o depósitos. En el siguiente apartado la ley nos dice que el público debe estar informado sobre la falta de supervisión de estos proyectos de financiación por la Comisión Nacional del Mercado de Valores o por el Banco de España.

Por otro lado en la letra h) del art.61.1 se obliga también a dar la información correspondiente sobre las tarifas aplicables a los inversores y a los promotores, el procedimiento de contratación y la forma de facturación.

Ya llegados al art.61. 2 y 3 veremos que esta información debe estar presente de forma permanente y actualizada en la pagina web bajo el nombre de información básica para el cliente en un apartado con visibilidad y fácil localización.

Puede decirse sin lugar a dudas que el *crowdfunding* brinda una gran visibilidad y ayuda a la expansión empresarial en el mercado dentro del sector al que pertenezca el proyecto objeto del *crowdfunding*.

Y no sólo eso, ya que es un instrumento que ayuda a realizar un barrido y un *checking* bastante fiable del nivel de interés que puede alcanzar el proyecto y de su acogida por el sector de mercado en donde se ubica y por su clientela en potencia. Ese seguimiento de la acogida en el mercado se puede hacer diariamente con datos contrastables a tiempo real en casi todas las plataformas de financiación participativa.

1.2. SUJETOS INTERVINIENTES.

En el *crowdfunding* intervienen tres sujetos: el promotor, los patrocinadores o cooperadores, y la plataforma.

- 1) Promotor. Como persecutor de la realización material de su idea, es el sujeto que tiene y asume la responsabilidad del proyecto para el cual pide financiación al múltiple público virtual.
- 2) Plataforma de financiación participativa –PFP– (plataforma de *crowdfunding*). Como ente intermediario, es la gestora, con personalidad pública o privada, propietaria del campo digital mediador en el que se ofrece esa capacidad de interacción entre promotor y micro-cooperador, prestando los elementos de

negociación y materialización de esta en una escala masiva de transacciones.

- 3) *Cooperadores o «crowdfunders».* Como aquellos protagonistas de la financiación del proyecto perseguido por el promotor que confían en él y apoyan la consecución de un objetivo.

Cuando hablamos de un *crowdfunding* más escorado hacia el tipo financiero la información ofrecida tiene que ser comprendida al nivel del «inversor medio» para que tome decisiones relativamente coherentes.

Para hablar de este tipo de inversor ha de atenderse al nivel de capacidad y de medios de información:

- Un inversor medio debe ser capaz de tomar la decisión fundada con la información arrojada sobre el proyecto en la PFP.
- Un inversor medio es aquel que, con unos medios de información normales sobre el proyecto, basa su respuesta de consumo con racionalidad y perspicacia.

1.3. RELACIONES ENTRE LOS ELEMENTOS SUBJETIVOS DEL CROWDFUNDING

Cuando los sujetos entablan una relación jurídica basada en *crowdfunding* –*la mayor parte crowdfunding de tipo indirecto*– surgen diversos tipos de negocio por la existencia de intermediación como servicio. Hallaremos por esto varias relaciones negociales incluidas dentro de los *crowdfunding* más habituales. Primero la que realiza el promotor solicitando un espacio virtual al sujeto responsable de la plataforma de financiación; después, la relación entre la plataforma y los usuarios

micro-cooperadores y, por último, la que surge entre el promotor y la pluralidad de cooperadores.

En la relación *plataforma-usuarios* podemos abarcar el nexo que existe entre la plataforma y el promotor, y entre la plataforma y el cooperador, por el simple hecho de que ambos son usuarios del servicio que la PFP ofrece. El carácter del contrato dependerá de la finalidad del mismo, del bien o servicio puesto a disposición.

Todo este entramado de negocios se estructura sobre la base del *contrato electrónico*.

El *click agreement*⁴ es el momento en el cual eclosiona la relación contractual basada en unas condiciones generales de contratación (CGC), expuestas de manera concentrada previamente a la aceptación de uso de la plataforma.

2. LA PLATAFORMA DE CROWDFUNDING. RELACIONES CONTRACTUALES AD INTRA.

En el mercado electrónico la PFP, como ya hemos dicho, habilita un portal web para la interacción entre promotor y contribuidores, “procurando el acoplamiento entre sus ofertas y demandas y disponiendo los procedimientos de negociación y consumación de las correspondientes operaciones”⁵.

Así pues, la plataforma de *crowdfunding* posibilita a los sujetos que buscan esa interacción que tomen parte en su entorno haciéndose *usuarios* y aceptando la *prestación electrónica* de los servicios de su portal. Esto implica que se guíen por la

⁴ Rodríguez de las Heras Ballell, V., «La responsabilidad de las plataformas: alcance, límites y estrategias», en AA.VV. [Moreno Serrano, E./Cazorla González-Serrano, L. (coords.)]. *Crowdfunding: aspectos legales*, Thomson-Reuters Aranzadi, 2016, págs. 369-393, especialmente pág. 381.

⁵ Lázaro Sánchez, E.J. y de la Vega García, F., *Crowdfunding: cooperación colectiva...* ob. cit., pág. 26.

Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico (LSSI), tanto si son de índole onerosa como si no. Estas prestaciones se definen en el apartado a) del anexo de esta ley. Se comienza con la definición de «*servicios de la sociedad de la información* o "servicios": 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».

Se profundiza enumerándolos en este orden «1.º La contratación de bienes o servicios por vía electrónica; 2.º La organización y gestión de subastas por medios electrónicos o de mercados y centros comerciales virtuales; 3.º La gestión de compras en la red por grupos de personas; 4.º El envío de comunicaciones comerciales y; 5.º El suministro de información por vía telemática.»

Desde el momento en el cual el portal web que ofrece la plataforma está activo y operativo, permite el acceso a los usuarios para comenzar negocios jurídicos por vía de la mediación o conexión de negocio que ésta realiza al procurarles toda la información sobre los términos para llegar a ese acuerdo contractual. La PFP tendrá ya identidad y autonomía jurídicas, junto con las obligaciones tributarias que nazcan.

Realmente, como dice Carrasco Perera, “los servicios prestados por la plataforma de *crowdfunding* no son, básica y fundamentalmente, los de intermediación a que la LSSI se refiere en su preámbulo como servicio de transmisión, copia, alojamiento y localización de datos en la red y para cuyos prestadores estatuye un específico régimen de responsabilidad en sus artículos 14 a 16”⁶, sino una finalidad más publicitaria y protecciónista.

⁶ Carrasco Perera, *Proyecto de ley de fomento de la financiación empresarial. La financiación participativa a través de plataformas de "crowdfunding"*, Revista CESCO de Derecho de Consumo Nº 12/2014, pág.194.

El mismo autor advierte también que “la PFP está sometida a los *deberes de información*, general o particular, impuestos en los artículos 10, 12 bis y 20 LSSI”⁷.

Lo que se suele describir al principio es el plan sobre el acuerdo de negocio que la PFP haya desarrollado, advirtiendo en la mayoría de las ocasiones que la plataforma se puede reservar el derecho de modificar información que aparezca en el portal, y lo más importante, eximirse de responsabilidades por los datos volcados por terceros y sobre los dominios donde enlaces anclados a la web puedan redirigirse.

La plataforma obliga por otro lado a la aceptación de unas normas de conducta y actuación cívicas y bajo el orden legal.

- Relación *plataforma-promotor*. La perfección contractual surge cuando se da la aceptación del proceso vía *internet* con el «*click agreement*».

I. Queda reconocida al promotor la capacidad de dar forma al proyecto que necesita la financiación de los micro-cooperadores, determinando las cantidades y líneas de los pagos para hacerlo posible, y en ciertos tipos de *crowdfunding* se fija la recompensa o contraprestación dada al contribuidor de la causa. Cuando todos los aspectos están aprobados habrá luz verde en la publicación del portal por la PFP.

II. En determinados casos, cuando el proyecto a financiar alcance o supere en plazo la cantidad establecida en los acuerdos, la PFP obtendrá derechos de *comisión* (comisión escalonada en porcentaje –%– en la mayoría de casos) realizando una deducción de los propios fondos recaudados en el momento de la transferencia de estos.

III. Se manifiestan también en esta relación las CGC que conforman el clausulado que protege las responsabilidades de la PFP y blinda el

⁷ Carrasco Perera, *Proyecto de ley de fomento de la financiación empresarial...*, cit.pág.194.

contrato en temas de seguridad y legalidad, estableciendo las vías oficiales de comunicación y los derechos y deberes de las partes que intervienen.

- Relación *plataforma-contribuidores*. El contrato de acceso les confiere la capacidad de contribución económica en la cantidad que se convenga y estime.

1. El contribuidor podrá realizar la cancelación de la contribución bajo *coste 0* siempre y cuando no haya expirado la fecha marcada como plazo límite para ello en el proyecto. En el proyecto también se estipula el medio de pago y reembolso que se soporta, tal como pueden ser los métodos de banca online, PayPal®, etc.

2. Cuando se llega a una cantidad determinada la plataforma realiza la oportuna transferencia de fondos a la cuenta que el promotor haya determinado dejando fuera la posibilidad de solicitud de reembolso a la plataforma.

3. Aparecen las CGC a las que hacía referencia unas líneas antes, en la relación de plataforma-promotor, pero vinculando ahora a la plataforma con los contribuidores.

3. EL PROMOTOR Y SU PROYECTO EN LA LEY 5/2015.

Son promotores las personas físicas o jurídicas que soliciten financiación por cuenta propia con el objetivo de destinar esta a un proyecto de financiación participativa.

La LFFE no regula la totalidad de modalidades de *crowdfunding*, ya que deja al margen las figuras donde no existe el matiz financiero en la actividad, tal y como

pueden ser las modalidades de *crowdfunding* basado en compraventas o donaciones.

Atenderemos en la siguiente sección las formas en que puede darse la solicitud de financiación bajo la pauta dispuesta en los arts. 49 y 50 LFFE.

3.1. EL PROMOTOR DEL PROYECTO DE FINANCIACIÓN.

Desde el ángulo de visión de la legislación española, la modalidad financiera de este tipo de proyectos de financiación es capaz de generar rendimientos dinerarios. Nacen de la financiación adquirida por solicitud del promotor al público inversor, utilizando la mediación y publicidad de la PFP en las formas reguladas en los arts. 49 y 50 en consonancia con las exclusiones –relativas a los proyectos que se realizan por medio de donaciones, ventas de bienes y servicios y de préstamos sin interés– del 46.2 LFFE. El promotor debe concretar y proporcionar a su proyecto de *crowdfunding* unas características de índole: [1]*empresarial* (en este proyecto empresarial la financiación que se busca obtener está destinada a integrarse en una actividad económica⁸), [2]*formativa* (a nivel empresarial se entiende –v.gr.: constitución, modificación o ampliación de centros formativos) o [3] *de consumo* (también de naturaleza formativa para financiación de estudios). Esto es lo que cuenta la ley española sobre el proyecto financiero del que se espera obtener ese lucro o rendimiento del que hablábamos antes. Más tarde comentaré el resto de tipos de promotor que quedan fuera de la ley 5/2015, cuando hable de los tipos de *crowdfunding* y la fiscalidad que les atañe.

La ley prohíbe que un promotor pretenda utilizar el *crowdfunding* para «La financiación profesional de terceros y en particular la concesión de créditos o préstamos», aunque sea *crowdfunding financiero*. Tampoco podrá utilizar los fondos para «La suscripción o adquisición de acciones, obligaciones y otros instrumentos

⁸ García-Pita Lastres, JL, *Plataformas de financiación*. Tirant lo Blanch, 2016., pág. 260.

financieros admitidos a negociación en un mercado regulado, en un sistema multilateral de negociación o en mercados equivalentes de un tercer país». Por último, la ley tampoco le permitirá «la suscripción o adquisición de acciones y participaciones de instituciones de inversión colectiva o de sus sociedades gestoras, de las entidades de capital riesgo, otras entidades de inversión colectiva de tipo cerrado y las sociedades gestoras de entidades de inversión colectiva de tipo cerrado».

El objetivo es que la plataforma logre un mayor ahorro para inversiones de tipo finalista.

3.2. TIPOS DE PROMOTOR.

A continuación, vamos a diferenciar al promotor como persona física y como jurídica. Diferenciación que lleva a cabo la ley 5/2015 de fomento de la financiación empresarial –LFFE–, reguladora de este tipo de emprendimiento. Esta norma exige unos requisitos según el tipo de persona que sea el promotor que en unas líneas pondremos de manifiesto.

3.2.1. Promotor persona física.

Si acudimos a la LFFE hallaremos en el artículo 67.1 ciertos requisitos:

1. *Residencia fiscal* en territorio del Reino de España o en otro Estado Miembro de la Unión Europea.
2. Promotor *no inhabilitado* por disposiciones de la ley concursal 22/2004 y semejantes en otros Estados de la Unión. No hay referencia a antecedentes.
3. No condenado por delitos contra el patrimonio o el orden socio-económico durante el cumplimiento de la condena.
4. Capacidad de obrar plena.
5. Mayoría de edad por el previo requisito. No puede haber limitaciones.

Existe la posibilidad de que un menor por la vía de la representación legal pudiera intervenir en una operación de *crowdfunding*: el *promotor-representante*. Se consideraría que el representante actúa en nombre propio pero por cuenta del menor que concibe la idea del proyecto.

Según Marín López, pueden surgir situaciones en las que el promotor ostente varios papeles, el de promotor y el de consumidor: el *promotor-consumidor*⁹. Esto surge así en los casos de *crowdfunding* que abarcan proyectos “formativos” o “de consumo”. Existe la posibilidad de que haya consumidores que busquen por estos medios lograr acceso a préstamos para poder adquirir algún bien o servicio.

La plataforma de *crowdfunding* es considerada a nivel legal como un intermediario por la Ley 22/2009 reguladora de los servicios de *intermediación para la celebración de contratos de préstamo*, en defensa de consumidores y usuarios. Se da especial importancia a la información previa a la formalización de ese tipo contractual.

Los artículos 85 y 86 de la ley 5/2015 nos redirigen a la legislación de consumidores cuando llegamos a este tipo de préstamos. La ley 2/2009, de 31 de marzo, por la que se regula la contratación con los consumidores de préstamos o créditos hipotecarios y de servicios de intermediación para celebrar contratos de préstamo o crédito será de aplicación al considerarse a la plataforma como un intermediario a los efectos que se refiere esta ley. La ley 5/2015 hace esa redirección hacia la 2/2009, pero introduciendo matices exonerando la aplicabilidad de ciertas disposiciones: «a) No será de aplicación la obligación de registro establecida por el artículo 3 de la citada Ley; b) No será de aplicación la obligación de disponer de un seguro de responsabilidad civil o aval bancario establecido por el artículo 7 de la citada Ley; c) No serán de aplicación las obligaciones sobre comunicaciones comerciales y publicidad y las obligaciones adicionales a la actividad de intermediación de los artículos 19.3 y 22 de la Ley 2/2009, de 31 de marzo.»

⁹ Marín López, M.J., “Crowdfunding, intermediario de crédito y préstamo al consumo”, Centro de Estudios de Consumo, 2015. Accesible en <http://blog.uclm.es/cesco/files/2015/05/Crowdfunding-intermediarios-de-cr%C3%A9dito-y-pr%C3%A9stamos-al-consumo.pdf>

También se produce otra redirección hacia la ley 16/2011, de 24 de junio, de contratos de crédito al consumo, cuando la plataforma tenga esa consideración de intermediario. En las relaciones entabladas desde la perspectiva del anteriormente citado promotor-consumidor habrá que atender al segundo punto del 86. Lo que dispone la ley 5/2015 es que «se entenderán cumplidos los siguientes requisitos con la publicación del proyecto por una plataforma de financiación participativa que haya obtenido la preceptiva autorización y se halle inscrita en el correspondiente registro de la Ley 16/2011: a) La presentación de una oferta vinculante a la que se refiere el artículo 8 de la citada Ley y; b) La comunicación de la información previa al contrato y su publicidad a la que se refieren los artículos 9 y 10 de la citada Ley.»

Es comprensible que en el momento de la publicación del proyecto en la PFP en busca de financiación, la plataforma quede excluida, por imperativo legal, de presentar la *oferta vinculante* y las obligaciones de *información precontractual* y de *publicidad*. Esto es cosa del promotor.

Debemos atender también al siguiente precepto, art. 87 Ley 5/2015, que aplica una prohibición significativa, la impuesta al promotor sobre la solicitud de financiación para préstamos hipotecarios. De esta forma, Lázaro Sánchez y de la Vega García afirman que se busca la protección ante la posible pérdida de bienes inmuebles que se configuran como vivienda habitual, ya que así se dispone en el 74.2 de esta Ley. “De la interpretación conjunta de los arts. 74 y 87 puede deducirse que si el prestatario-promotor-persona física es empresario, el proyecto sí que podría incorporar garantías hipotecarias sobre bienes distintos a la vivienda habitual” ¹⁰.

3.2.2. Promotor persona jurídica.

Los requisitos requeridos a las personas jurídicas que quieran constituirse como promotor en este tipo de negocio jurídico son los siguientes:

¹⁰ Emilio J. Lázaro Sánchez y Fernando de la Vega García, *Crowdfunding: cooperación colectiva...* ob. cit, pág. 252.

1. Constituirse con validez en España o en otro Estado Miembro de la Unión. La PFP comprobará el lugar de constitución de la promotora, si es preciso, solicitando la información registral.
2. Residencia fiscal en España u otro Estado miembro. A diferencia de las personas físicas, esta referencia se hace sobre la pura constitución, dada en Europa, sin hablar de moverla fuera del territorio de la Unión tras crearse.
3. Si el proyecto es soportado por operaciones de préstamo la promotora deberá precisar, por exigencia del art. 78.1.d Ley 5/2015, la forma social, aunque exista libertad en este aspecto. Podrán ser sociedades civiles o mercantiles (personalistas o de capital).

Existe una regulación especial en referencia a la promotora basada en una sociedad de capital haciendo hincapié en la pluralidad de derechos de los socios que la constituyen. Pero sobre todo lo más importante es la especial búsqueda de protección de los intereses de los eventuales *inversores* que se convertirán en socios de la entidad promotora, tal y como dice el art. 80 de la ley 5/2015.

Hay que recordar que este trabajo se encuentra orientado hacia la regulación del *crowdfunding financiero* en España, pero no debemos olvidar que existen varios tipos de *crowdfunding* donde el promotor no tiene ánimo de lucro y sus caracteres y requisitos no son estrictamente los que recoge la Ley 5/2015.

El promotor en el proyecto filantrópico

Es la persona física o jurídica que publica un proyecto donde la financiación obtenida viene de donaciones, préstamos sin interés (*préstamos no retributivos*) compradores de bienes o servicios siempre y cuando la aportación al proyecto sea menor al valor del bien o servicio que se va a recibir. También cabe la hipótesis de que el valor de lo recibido por el aportante no sea inferior sino igual o superior. Esto último tendría explicación simple, sin financiación previa no sería posible la creación propia del proyecto. El verdadero interés no es otro que lograr financiación para el desarrollo del proyecto renunciando a los posibles beneficios de esta primera etapa

de «preventas» cuando el producto este en fase de prototipo. Este *crowdfunding* no sería filantrópico, sería más bien de recompensa y se entendería como una compraventa a ojos del sistema tributario. Estos serían ejemplos sobre esta última referencia, sin estar presente ese carácter filantrópico: compra de una colmena¹¹ o de un *smartwatch*¹². Podría decirse que una gran parte de *crowdfunding* filantrópicos tienen naturaleza social y cultural, fructifican gracias a pequeñas donaciones de mucha gente.

4. CLASES DE CROWDFUNDING.

Llegados a este punto vamos a diferenciar dos tipos de *crowdfunding*, según la finalidad o el porqué de la participación de aquellos sujetos que aportan financiación (*crowdfunders*). La calificación dependerá de su orientación, de si está dirigida hacia la obtención de una rentabilidad financiera u otras formas de rendimiento o, en cambio, hacia una satisfacción de carácter más encaminado hacia la satisfacción moral. En el *crowdfunding* no financiero también se enmarca el *crowdfunding* basado en recompensa, en donde se puede incluir el *crowdfunding* de preventa/precompra cuando el producto que recompensa la aportación realizada por el *crowdfunder* tiene un valor similar a esta. Suelen ser productos innovadores que salen en preventa, esto es anticipadamente, teniendo la posibilidad de adquirirlo antes que el público general. Pueden ser incluso prototipos. Estos también necesitan realizar mejoras materiales o de diseño en el mismo producto y valoraciones de su futura clientela, además de una campaña publicitaria para ganar un espacio en el segmento del mercado donde quieren entrar.

Resumiendo. Podemos decir que, aunque haya diversas clases o especies de *crowdfunding*, existen dos grandes grupos de proyectos: los *filantrópicos* o

¹¹ <https://www.indiegogo.com/projects/flow-hive-2--2#/>

¹² <https://www.kickstarter.com/projects/getpebble/pebble-time-awesome-smartwatch-no-compromises>

altruistas, como procedimientos de contribución social de la colectividad, sin tener carácter financiero y; los que buscan el lucro, denominados *financieros* y que se conforman como un «sistema de inversión colectiva» ¹³.

4.1. CROWDFUNDING NO FINANCIERO.

Cuando escuchamos el término *no financiero* solemos unirlo a negocios que no implican una inversión o remuneración para la persona que aporta. Entonces como decimos, atamos cabos y llegamos a la conclusión de que nos estamos refiriendo a donaciones y recompensas de carácter quasi simbólico en comparación con lo aportado. Esta conclusión es correcta, pero a la vez precipitada, porque, por ejemplo, estaríamos dejando fuera a un modelo muy importante de *crowdfunding*, la búsqueda de financiación mediante las *preventas*.

El modelo de preventa consiste en que el aportante recibe un producto del proyecto como contraprestación a su contribución, generalmente con un descuento en el precio pagado.

En esta modalidad se persigue el patrocinio del proyecto haciendo que se aproxime al modelo mas filantrópico, el de las donaciones, pero no pertenezca a este por ese carácter oneroso que le da la contraprestación nacida de una compra. La compra de la que hablamos se da con pago anticipado o puede ser también compra de cosa futura, y todo ello sin un ánimo gratuito de los aportantes al proyecto del emprendedor, ya que esperan esa entrega de lo comprado como contrapartida en el negocio.

¹³ Emilio J. Lazaro Sanchez y Fernando de la Vega Garcia, *Crowdfunding: cooperación colectiva...*, ob. cit., pág.33.

No podrá clasificarse dentro de las preventas a las operaciones en las que no se transfiere un bien y, según Blanc¹⁴, deberán de catalogarse como contratos de obra o servicio.

Cuando nos encontramos con este tipo de emprendimiento debemos tener en cuenta que el propio modelo implica riesgos ya que puede darse el caso de que el producto no sea librado o expedido. Por ello la entrega del producto puede ser aleatoria, aunque esto no implica la desaparición del perfil contractual de compraventa.

Como decíamos el *crowdfunding no financiero* suele ser utilizado para proyectos sociales o culturales. Los micro-cooperadores, que es el género de patrocinador que más participa en casos de esta índole, lo que hacen es entregar pequeñas cantidades sin la intención de que les sean devueltas con el fin de ayudar a conseguir un objetivo por gratificación personal y, económicamente, a fondo perdido, sin esperar nada a cambio. Es el altruismo de los filántropos al natural.

Puede que haya ocasiones en las que se retorne el donativo en forma de recompensa representativa de este, de menor valor al pago realizado. La mayor parte de las veces esa recompensa es algo simbólico.

Para cerciorarse de que se está hablando de este género de *crowdfunding* hay que profundizar e inspeccionar con rigor, oteando por la mira de la fiscalidad, la existencia del *animus donandi* más último en el movimiento jurídico. Mi manera de ver esta cuestión es la siguiente. Para el nacimiento de esa acepción propia de *crowdfunding no financiero*, en su sentido más puro, requeriría gratuidad sin estar presente el aura del negocial-comercialismo que podría observarse en una búsqueda de obtener publicidad de manera camuflada.

¹⁴ N. Blanc, Mystérieux «don avec contrepartie», in Le cadre juridique du crowdfunding, sous la direction d'A.-V. Le Fur, Société de Législation comparée, 2014. pág.257. Citado por Soto Moya, M., *Tributación del crowdfunding*, Tirant Lo Blanch, 2018.

4.1.1. Crowdfunding de donaciones o multidonación filantrópica.

4.1.1.1. Consideraciones generales.

La naturaleza jurídica de las entregas de dinero en pro de la financiación de un proyecto concreto de filantropía o altruista, suele ser la donación. Es una liberalidad al ser el acto mediante el cual un sujeto realiza la disposición de dinero, en la mayor parte de los casos, en favor de otro que lo necesita para lograr un fin. Ese otro puede ser una persona física o jurídica, denominada emprendedor.

Esto encajona la maniobra dentro del régimen jurídico privado, y por ello también, el régimen fiscal al que ha de someterse. Será donación siempre que no exista contraprestación por parte del promotor. Aunque hay que aclarar que «la naturaleza liberal no se pierde, aunque el donante obtenga algún beneficio de la actividad del emprendedor, siempre que la ventaja este abierta a cualquier usuario (donaciones para mantener la Wikipedia) ... La canalización del proyecto a través de una entidad sin ánimo de lucro de nueva creación o ya existente que patrocine el proyecto permitirá tanto al financiador como a la entidad receptora de los fondos disfrutar de los incentivos fiscales al mecenazgo, siendo por ello su régimen fiscal más beneficioso».¹⁵

Podría servir como ejemplo la financiación del partido político *Unidas Podemos*¹⁶ que lleva utilizando este sistema desde 2015 para evitar dependencias o presiones del *lobby* de la banca y de demás fuerzas empresariales. Quien concede esta financiación no lo hace por el lucro, ya que el partido político lo que trata de lograr es la devolución íntegra del montante total recibido, tras las elecciones. Pero la realidad es que no se puede conocer el resultado electoral de antemano, por mucha encuesta orientativa que se haga y, por ende, tampoco el número de representantes

¹⁵ De Pablo Varona, C., «La fiscalidad de la financiación participativa (“crowdfunding”)», en AA.VV., *La fiscalidad de emprendimiento*, Thomson Reuters Aranzadi. 2018, pág. 330.

¹⁶ Minerva Marcos. Artículo publicado en la web de Moncloa. *Podemos vuelve a pedir microcréditos a los ciudadanos a pesar del cansancio electoral*. 26 de septiembre de 2019. Accesible en <https://www.moncloa.com/podemos-pide-ciudadanos-euros-campana/>

que alcanzarán en las Cámaras, del que depende la dotación que le corresponde según los PGE. No existe una certeza absoluta de devolución. En la pagina web de Podemos se aclara, en resumen, el funcionamiento. Y dice así. «Mediante los Microcréditos ofrecen a la ciudadanía la posibilidad de hacer un préstamo civil al Partido Político PODEMOS con vistas a sufragar los gastos electorales.

A tal objeto, se ha calculado que la subvención por gastos electorales correspondientes a un resultado conservador permitiría devolver íntegramente el importe suscrito mediante la subvención de gastos electorales. Una vez recibida la subvención para dichos gastos, ésta se aplicará de forma íntegra, directa y privilegiada a la devolución del préstamo. Sólo en el improbable caso de que el total de la subvención fuera menor que el total del préstamo recibido, el total de las cantidades no cubiertas deberán ser devueltas de forma proporcional en el plazo máximo de 12 meses».¹⁷

4.1.1.2. Referencia al histórico crowdfunding de Doñana.

En la década de los 50, la marisma de Doñana era una de las escasas grandes zonas de fauna salvaje, refugio de miles de especies, sobre todo de aves migratorias de todo el continente europeo.

La mentalidad de los dirigentes del régimen dictatorial franquista que comandaba el Estado español en la época, sumido en el aislamiento internacional por las democracias vecinas, buscaba ampliar las zonas productivas para revertir la situación económica. Se vio en las marismas de Doñana¹⁸ una gran oportunidad. Trató de domarse el gran humedal canalizando los márgenes el río Guadalquivir

¹⁷ [Https://participa.podemos.info/es/microcreditos/informacion](https://participa.podemos.info/es/microcreditos/informacion)

¹⁸ «Doñana, las raíces del panda. 50 años del Parque Natural», *Panda* (Revista oficial WWF España), nº145 (otoño 2019), pags.10-15.

llegando a imponerse por decreto bajo pena de expropiación la plantación de millones de árboles específicos para la producción de papel, madera y caucho.

En el año 1952 los científicos José Antonio Valverde y Francisco Bernis llegaron a las marismas para anillar aves. Y quedaron fascinados con tal variedad de especies habitantes de este paraje único. Estos eran amigos de un gran terrateniente, llamado Mauricio González Gordon, educado en Inglaterra y que cuya familia tenía cotos en esta zona. Estos científicos realizaron un informe sobre este terreno. Y el aristócrata M. González Gordon lo hizo llegar a manos de Francisco Franco, jefe de estado y del régimen, rogándole que tuviera consideración el paraje natural y lo protegiese. Fue en vano, pero consiguieron que sus tierras y las explotaciones que en ellas se realizaban se hicieran bajo su propia dirección por su condición de propietarios. Así podían modular el terreno afectando lo menos posible al entorno natural.

El informe al que he hecho referencia anteriormente llegó al resto de Europa causando gran revuelo dentro del colectivo científico, incluyendo hasta al primer director general de UNESCO, Julian Huxley. Se filmaron largometrajes naturalistas sobre la zona, entre los cuales destaca *Wild Spain*, cuya proyección en instituciones naturalistas europeas se hizo con la idea de recaudar fondos, de una colecta *stricto sensu*, con el fin de adquirir el corazón de Doñana y lograr su preservación.

En el año 1961 Julian Huxley, el director de la Unesco junto a otros creó *World Wildlife Fund* (WWF) con el objetivo de recaudar fondos y actuar protegiendo la naturaleza a nivel mundial. Comprar las tierras en Doñana fue una de las prioridades en la primera década de vida de esta organización. La *BBC* y *The Times*, tras el revuelo que causó *Wild Spain*, dieron mucha publicidad al asunto.

Así fue como de la mano de WWF nació uno de los mas importantes *crowdfunding* de la historia contemporánea más próxima, con la finalidad de preservar la naturaleza para lograr dicha adquisición y su protección. Llegaron aportaciones grandes y pequeñas de un público plural en manera individual, especialmente desde

Inglaterra y Suiza, y de daneses, holandeses y suecos, que sabían de lo vital de este enclave para muchas de las especies de aves en sus tierras, sobre todo los ánsares.

Tras haberse dirigido el príncipe Bernardo de Holanda en calidad de presidente de WWF a Franco solicitando la protección de las marismas, este aceptó con el ansia de salir de la situación de aislamiento y bloqueo internacional. En el año 1963 se logró reunir, gracias a este *crowdfunding* pionero en el mundo, la suma de 23 millones de pesetas. El gobierno español otros 16 millones. Con el total se adquirieron cerca de 6.700 hectáreas. Un año más tarde, en 1964, la WWF realizó la cesión de los terrenos al CSIC (Consejo Superior de Investigaciones Científicas) que es «una Agencia Estatal para la investigación científica y el desarrollo tecnológico, con personalidad jurídica diferenciada, patrimonio y tesorería propios, autonomía funcional y de gestión, plena capacidad jurídica de obrar y de duración indefinida».

En mayo de 1969 se logró recaudar la cifra de 25 millones de pesetas para comprar otra parte importante de la reserva conocida como Guadiamar, de 3.200 hectáreas de extensión. Se volvió a ceder al CSIC para su gestión. También a finales de ese mismo año, tras muchos refuerzos burocráticos, el 14 de agosto de 1969 el Consejo de ministros declaró parque Nacional las 35.000 hectáreas que forman el núcleo del entorno natural de Doñana.

Esta es una de primeras y mas importantes operaciones de *crowdfunding* de donaciones de la historia reciente de nuestro país. Y lo más satisfactorio es que la recompensa puede ser disfrutada por todos.

4.1.2. Crowdfunding con recompensa.

Es aquel tipo de *crowdfunding* en el que el promotor busca financiarse a cambio de una recompensa vía entrega de bienes o servicios, generalmente en paquetes

ajustados al valor de la donación. Por ello se desmarca del *crowdfunding* puramente gratuito ya que el inversor va a obtener una contrapartida.

Cuando la aportación a ese fondo para el proyecto sea superior al importe de la recompensa podría darse una donación modal o remuneratoria, el donante impone una carga concreta, que ha de ser inferior al valor de lo donado. Si el financiador recibe una contraprestación del mismo valor que su aportación, su tratamiento fiscal sería equivalente al de una compraventa o permuta¹⁹, aunque ahora no vamos a entrar a precisar la fiscalidad ya que lo haremos en otro apartado del trabajo.

La Dirección General de Tributos²⁰ apunta en la dirección del régimen mixto cuando haya una disparidad apreciable en relación a los valores de lo donado y lo recibido en concepto de recompensa. Se busca la relación del tipo con el artículo 619 dentro del Código Civil, de las donaciones con causa onerosa o retributivas. El aspecto de la tributación en estos supuestos atenderá a esa diferencia, buscando la bipartición del valor donado en la parte que supone el precio del producto y la parte de la propia donación contenida en la aportación. Esa primera parte, la que cubre el valor de lo recibido, tributaría en el marco del IVA o como transmisión patrimonial onerosa y teniéndose en cuenta para el IRPF. Y la diferencia que supera el valor de mercado del bien estará sujeta al ISD.

Tras esta observación hay que entrar también a valorar aquellos casos en donde la diferencia de valores es exacerbada. Cuando la recompensa no significa nada en absoluto en la comparativa hay que entender que “no tiene sustantividad propia como para merecer un tratamiento diferente”²¹ al de una donación plena, no onerosa o retributiva.

¹⁹ Lázaro Sanchez, E.; de la Vega García, E.: *Crowdfunding: cooperación colectiva...*, ob. cit., pág.146.

²⁰ Contestación de la Dirección General de Tributos de 26 de diciembre de 2013 (V3672-13).

²¹ De Pablo Varona, C., «La fiscalidad de la financiación participativa...», ob. cit., pág. 363.

4.2. CROWDFUNDING FINANCIERO.

A diferencia del *crowdfunding* no financiero, aquí el *crowdfunder* cuando la situación es óptima obtiene una retribución en forma de dividendos o por venta de participaciones o valores a un mayor valor del obtenido, y también cabe la opción de unos intereses retributivos.

Por tanto, en esta clase se busca una entrega de financiación por parte de la colectividad a cambio de un rendimiento económico futuro.

4.2.1. Crowdrlending.

El *crowdlending* o *crowdfunding* basado en préstamos se adhiere a la descripción genérica del negocio que aparece en el art. 1740 Cc, según el cual «por el contrato de préstamo, una de las partes entrega a la otra, o alguna cosa no fungible para que use de ella por cierto tiempo y se la devuelva, en cuyo caso se llama comodato, o dinero u otra cosa fungible, con condición de devolver otro tanto de la misma especie y calidad, en cuyo caso conserva simplemente el nombre de préstamo. El comodato es esencialmente gratuito. El simple préstamo puede ser gratuito o con pacto de pagar interés.»

En este tipo de *crowdfunding* el cooperador suele ser el inversionista que busca un beneficio por dar en préstamo una cantidad dineraria al promotor del proyecto. Este le ofrece a aquél una retribución por ese capital aportado en forma de tipo de interés.

También hay casos en los que ese perfil inversor no se da y se busca ayudar en una campaña de alguna organización sin ánimo de lucro. Hablamos entonces de un *crowdlending gratuito*.

El modelo de *crowdlending financiero* o con retribución sí se encuentra regulado específicamente, en la LFFE, con la finalidad de “reforzar la protección del inversor y la transparencia”²² y rebajar el nivel de riesgo que corren los inversores. Más tarde abordaré las medidas que tratan de mitigar ese factor dentro del apartado de los *límites del crowdfunding*, aunque cabe añadir ya que la plataforma tiene que ser diligente y evaluar la solvencia y viabilidad del proyecto para catalogarlo con un nivel de riesgo u otro. Esto es muy difícil de llevar a cabo con precisión. El *crowdlending* de índole *gratuita*, en cambio, no goza de una regulación que le sea propia.

Es un sistema *standard* de financiación en el cual media una plataforma-web de financiación participativa para lograr esa recaudación y crear el proyecto gracias a sus medios electrónicos que lo publicitan y facilitan la contratación del negocio jurídico, multiplicando su escala y grado de accesibilidad al mercado.

Se da un contrato de préstamo entre la parte promotora, prestataria en la operación, y la parte inversora. Aquí el portal-web de la plataforma de financiación participativa tiene un papel de mero facilitador de la contratación de financiación, poniendo en contacto al público de internet con el promotor que necesita hallar esa financiación. Así lo establece el artículo 51.1.b) de la Ley 5/2015 de fomento de la financiación empresarial (LFFE) disponiendo que se podrá encargar del «desarrollo, establecimiento y explotación de canales de comunicación para facilitar la contratación de la financiación entre inversores y promotores».

La diferenciación básica existente entre el *crowdlending* y los préstamos bancarios básicos radica en «la concurrencia simultánea de varios prestamistas en una sola operación, lo que facilita la posibilidad de conseguir financiación».²³

²² De Pablo Varona, C., «La fiscalidad de la financiación participativa...», ob. cit., pág. 386.

²³ Ramírez Herrera; Muñoz Campano: «El *crowdlending* como nueva herramienta de financiación. Análisis de su incidencia en España», *Análisis financiero*, nº 130 (2016), pág. 44.

El art. 76 LFFE obliga en este tipo de préstamos a ofrecer una serie de informaciones para que los préstamos sean de alguna manera más seguros y viables.

Se dispone que «los proyectos de financiación participativa instrumentados a través de préstamos contendrán, al menos, la siguiente información sobre los préstamos:

- a) Una breve descripción de las características esenciales del préstamo y de los riesgos asociados a la financiación.
- b) Modo de formalización del préstamo y, en caso de formalización mediante escritura pública, lugar de su otorgamiento e indicación de quién correrá con dichos gastos.
- c) Descripción de los derechos vinculados a los préstamos y su forma de ejercicio, incluida cualquier limitación de esos derechos. Se incluirá información sobre la remuneración y amortización de los préstamos, y limitaciones a la cesión.»

Para una mayor precisión en la información negocial del contrato se deben de incluir las condiciones del proyecto en el que se juntan el promotor y los inversores. Requisitos de carácter informativo sobre:

- a) El tipo de préstamo, importe total del préstamo y la duración del contrato de préstamo.
- b) La tasa anual equivalente, calculada de acuerdo con la fórmula matemática que figura en la parte I del anexo I de la Ley 16/2011, de 24 de junio, de contratos de crédito al consumo.
- c) El coste total del préstamo incluyendo los intereses, las comisiones, los impuestos y cualquier otro tipo de gastos incluyendo los de servicios accesorios con excepción de los de notaría.
- d) La tabla de amortizaciones con el importe, el número y la periodicidad de los pagos que deberá efectuar el promotor.

- e) El tipo de interés de demora, las modalidades para su adaptación y, cuando procedan, los gastos por impago y una advertencia sobre las consecuencias en caso de impago.
- f) En su caso, las garantías aportadas, la existencia o ausencia de derecho de desistimiento y de reembolso anticipado y eventual derecho de los prestamistas a recibir indemnización.

¿Hay riesgo de impago? Desde luego. Debido a la incertezas en la valoración de la solvencia del promotor y del riesgo del proyecto es fácil de comprender que el financiador asume ciertos riesgos. Aunque la plataforma de *crowdfunding* por obligación legal examine los proyectos que selecciona y de por aptos por su aparente solidez para su publicación es el propio prestamista quien tiene que operar con sentido común.

La ley reguladora del IVA dispone que los préstamos, donde puede aplicarse este tipo de *crowdfunding*, sean considerados como un servicio de actividad económica. O también, si son una actividad accesoria o necesaria para otra que sí se encuentre sujeta al impuesto indirecto, cuya obligación principal también estará afectada a aquél. Es necesario que se den unos ingresos continuados en el tiempo, revestidos en la forma de interés. Esta actividad que tiene carácter comercial no puede ser ocasional ya que el objetivo de una actividad de este tipo es el lucro continuado. No parece ser este el supuesto genérico de las pequeñas contribuciones realizadas en el *crowdlending*, por lo que la mayoría de las operaciones de esta naturaleza quedarían fuera del ámbito de aplicación del impuesto sobre el valor añadido que grava las actividades económicas.

Y si nos encontrásemos ante un caso que **sí** se ha de someter a IVA quedaría, al entenderse como una actividad económica basada en un servicio, exento en virtud del art.20.1.18.c) LIVA, por entrar en la descripción de concesión de créditos y préstamos en dinero por cualquier forma.

4.2.2. Crowdinvesting.

A este tipo de *crowdfunding* suelen acudir las sociedades que no logran obtener financiación de las fuentes tradicionales por anonomasia.

El *crowdinvesting* sugiere un modelo de *crowdfunding* donde el público cooperador es inversionista en renta variable, siendo más comprometido con el proyecto y formando parte de él, ya que del éxito de éste depende el porcentaje de beneficios de aquél. Se paga por derechos sobre la sociedad promotora del proyecto en cuestión. De esta manera sus socios serán los cooperadores que han invertido vía PFP.

Los nuevos socios, según el capital aportado, habrán suscrito unas acciones o adquirido participaciones sociales determinadas con un valor volátil, pero del que se espera un beneficio exponencial.

Se realiza una inversión múltiple materializada por medio del incremento del capital social de la promotora. Esta maniobra financiera implica el riesgo de que la participación de los socios previos se diluya y también lo haga su porcentaje de control sobre la sociedad. Para eludir tal riesgo, “se revelan como posibles alternativas de conveniente consideración: la emisión o creación de acciones o participaciones sin voto, la de acciones o participaciones con significativa prima en la concertación de pactos que regulen estas eventualidades, pero fuera del orden de la sociedad”²⁴.

Cabe exponer ahora que existe variedad en el tipo de socios que conforman la sociedad, no todos tienen las mismas características, derechos y responsabilidades.

²⁴ Lazaro Sanchez, E., y De la Vega Garcia, F., *Crowdfunding: cooperación colectiva...*, ob. cit. pág.37.

Crowdinvesting de cuentas en participación

El contrato de cuentas en participación es una figura recogida en el derecho mercantil que gracias al *crowdfunding* está recuperando sus niveles de uso ya que se encontraba hace dos décadas en la marginación jurídica. Esta fórmula contractual «sirve para invertir en modelos de negocio ajenos sin crear personalidad jurídica limitando la responsabilidad a la aportación efectiva».²⁵

Los protagonistas en este contrato son dos:

1. El *cuenta partícipe*. Es la persona que toma la decisión de aportar o contribuir con capital u otros materiales a la proyección de un negocio del que se pronostica la obtención de beneficios.
2. El *gestor*. Persona que ejerce la dirección y la gestión del proyecto de su propio negocio que acepta recursos de personas ajenas (cuenta partícipes) que le servirán de gran ayuda para llegar a esa consecución de objetivos y fructificación de beneficios.

Esos beneficios se repartirán la cuota, que será proporcional a lo aportado, como se haya establecido contractualmente entre los cuenta partícipes.

Si se dieran pérdidas los cuenta partícipes no podrían reclamar el montante inicial y asumirían las pérdidas. El riesgo de las operaciones de cuentas de participación, por tanto, es elevado. Pero también hay que decir que la responsabilidad es muy limitada, sólo ha de asumirse la pérdida de lo aportado en la inversión. Esta es una característica diferenciadora de un contrato de préstamo ordinario, en donde incluso si se da mora del deudor se recuperaría lo prestado.

El promotor *stricto sensu* es el único que actúa verdaderamente como director de las operaciones mercantiles, actuando en nombre propio y por cuenta propia bajo su responsabilidad.²⁶

²⁵ WebSite de BrickFunding©: <https://www.brickfunding.com/es/news/20171004-contrato-cuentas-en-participacion-y-crowdfunding/>

²⁶ Soto Moya, M., *Tributación del crowdfunding*. Ob. cit. Pág.80.

Generalmente, por lo que se dice en estas líneas previas se puede extraer que nace una relación bilateral entre los participantes en el proyecto y su gestor. El gestor recibe la financiación en cuestión para darle aplicación en un proyecto determinado y bajo su propia responsabilidad. Las decisiones que se toman en ese proyecto le corresponden al socio gestor, titular visible de la dirección de la empresa que ejecuta ese proyecto.

Esta idea se extrae del art. 242 del Código de Comercio que determina lo siguiente: «los que contraten con el comerciante que lleve el nombre de la negociación, sólo tendrán acción contra él, y no contra los demás interesados, quienes tampoco la tendrán contra el tercero que contrató con el gestor, a no ser que éste les haga cesión formal de sus derechos». Por ello el dueño del propio negocio es el gestor del mismo, el promotor, que es quien participa en el tráfico mercantil y reparte con los participantes el rendimiento obtenido según lo pactado y atendiendo al porcentaje de participación en el proyecto.

«En la sentencia del Tribunal Supremo de 5 de febrero de 1998 se destaca el hecho de que para que exista un contrato de cuenta es preciso que el negocio continúe perteneciendo privativamente al gestor y que éste haga suyas las aportaciones efectuadas por el partícipe, quien no tendrá intervención alguna en el negocio, salvo en la percepción, en su caso, de las ganancias sostenidas.»²⁷

Otras ventajas adicionales de esta modalidad son:

- Estructura legal simple. Su facilidad de formalización, sin escritura pública, mediante contrato privado
- La gran privacidad que ofrece al cuenta partícipe frente a terceros

²⁷ Soto Moya, M., *Tributación del crowdfunding*, ob. cit.105. Pág.81.

También cuando acudimos al artículo 239 del código de comercio, donde se hace referencia a los socios partícipes, vemos que estos socios participan en los resultados ya sean beneficios o pérdidas. No hay obligación de que el gestor restituya la financiación aportada por los inversores, ya que estos desde un primer momento han asumido un riesgo más alto o más bajo para obtener un rendimiento mayor o menor²⁸.

Dependiendo del tipo de sociedad que se haya constituido por parte del promotor-gestor, en el caso que este no haya constituido una sociedad limitada podría responder ante sus actos con su patrimonio y no solamente con los bienes aportados al proyecto que haya solicitado por *crowdinvesting*.

Crowdinvesting accionarial

Se da cuando un sujeto emprendedor libremente opta por la cesión de un porcentaje de la participación de su sociedad a terceros por un determinado valor. Así se obtendrán fondos para poder llevar a cabo el proyecto en cuestión.

Los emprendedores tienen mayor número de posibilidades de terminar una ronda de financiación de sus proyectos de negocio, conocidos como *start-up*, para sacar adelante este en un periodo muy poco avanzado del proyecto, prácticamente estaríamos hablando de búsqueda de financiación en la fase inicial, donde aún no hay ninguna viabilidad asegurada. El factor riesgo es muy elevado ya que no hay datos ni una posición asentada del negocio en el mercado, pero el pro que tiene sería que por una inversión mucho más reducida se obtendrá un porcentaje de la *start-up* mucho mayor que en una fase más avanzada. El riesgo es elevado sí, pero la rentabilidad de su inversión en un futuro próximo y optimista podría dispararse. Ese riesgo abarata la inversión que ha de hacerse para apropiarse de un porcentaje de la *start-up* mediante acciones y por ello aumenta el número de posibles

²⁸ Sergi Mateo –Social Media & Blockchain Marketing Consultant–. «*Business angels y crowdinvesting para invertir en startups*». Web: <https://sergimateo.com/business-angels-crowdinvesting-invertir-startups/>

inversores por su mayor accesibilidad, incluso para principiantes en el mundo de la inversión y, sobre todo, del capital riesgo.

Como venimos explicando, lo que sucede en este tipo de negocio es que un grupo de inversores se obligan al pago, en forma de aportación al capital vía acciones o participaciones, para con un empresario que se compromete a gestionar ese caudal de fondos que solicitaba por *crowdinvesting* con el objetivo de obtener unos rendimientos por la actividad que realice. Esos rendimientos habrán de repartirse entre los accionistas, sujetos que han contribuido al capital social. Un ejemplo ilustrativo de *crowdfunding* accionarial en la región cántabra sería el de una nueva cerveza, la Dougalls.²⁹

Dejando atrás la clasificación anterior nada impide realmente al inversor, socio en el caso del *crowdinvesting* accionarial o cuenta partícipe en el de participación a cuenta, pueda colaborar con la sociedad aportando, no solo su capital, sino también sus conocimientos técnicos, empresariales y de los mercados para lograr un desarrollo superior de la entidad en la que tiene participación.

Esto es lo que generalmente hacen los denominados «*bussiness angels*», magnates en el mundo de los negocios que buscan proyectos de inversión novedosos y con mucho potencial de crecimiento, que suelen ir de la mano de «*starts-ups*» y sus proyectos emprendedores. Ejemplos sonantes de este tipo de *crowdfunding* en España pueden ser el caso de la agencia de viajes *online* «*eDreams*», *start-up* creada en Barcelona que ahora ya cotiza en bolsa y también el ejemplo de «*softonic*», empresa *online* para descarga de *software*, nacida también en Barcelona en el año 1997, cuando en 2013 el fondo suizo «*Partners*» compró el 30% de esta empresa por 82'5 millones de euros haciendo millonarios a sus inversores iniciales.

²⁹ <https://www.fellowfunders.es/blog/2019/06/03/cervezas-dougalls-bate-todos-los-records-en-ronda-de-equity-crowdfunding-a-traves-de-una-plataforma-espanola/>

También cuando acudimos al artículo 239 del código de comercio, donde se hace referencia a los socios partícipes, vemos que estos socios participan en los resultados ya sean beneficios o pérdidas. No hay obligación de que el gestor restituya la financiación aportada por los inversores, ya que estos desde un primer momento han asumido un riesgo más alto o más bajo para obtener un rendimiento mayor o menor³⁰. Por otro lado, sí que hay obligación de liquidar la cuenta cuando se haya previsto.

A colación también viene disponer que el inversor que se hace con acciones o participaciones sólo responderá con los bienes o derechos aportados al proyecto. Cuando una sociedad impulsa un proyecto, la responsabilidad para los *crowdfunders* y para el socio mayoritario es la misma. Normalmente será una sociedad de responsabilidad limitada, y tanto unos como otros sólo responderán con lo dicho, los bienes aportados. Si no fuera limitada, todos responderían con todos sus bienes.

4.2.3. Límites del crowdfunding en la ley 5/2015.

Como en toda regulación siempre vamos a encontrarnos con unas limitaciones, tanto subjetivas como objetivas, y también modales.

Centrándonos en la regulación que hace el ordenamiento jurídico español en la LFFE diremos que el límite será temporal-cuantitativo y se aplicará sobre el volumen de fondos y el número de proyectos operativos dentro de las plataformas de *crowdfunding*.

Al ser operaciones de riesgo el legislador español ha optado por establecer ciertos límites de carácter temporal-cuantitativo, sobre volumen de fondos y número de

³⁰ Sergi Mateo –Social Media & Blockchain Marketing Consultant–. «*Business angels y crowdfinventing para invertir en startups*». Web: <https://sergimateo.com/business-angels-crowdfinventing-invertir-startups/>

proyectos en curso por parte de un mismo promotor, sin olvidarse de los plazos, para garantizar la seguridad jurídica.

Atendiendo al art.68.1 Ley 5/2015 se vislumbra que, aunque haya varias operaciones de *crowdfunding* a cargo de un mismo promotor y de la persecución de un mismo proyecto la ley hace responsable a la PFP del cumplimiento del límite a un proyecto por promotor en su portal web. Esto entiendo que implica que el legislador no cierra la puerta a que un proyecto pueda estar solicitando inversión por varios portales. Las plataformas de financiación participativa tendrán que estar atentas y protegerse y proteger a los inversores mediante la toma de medidas de cautela.

Aunque hallemos una pluralidad de portales abiertos a inversores existe una regulación legal de máximos cuantitativos sobre el capital para un único proyecto nutrido por cuantiosas vías de inversión participativa. La norma general implica que por cada proyecto se establece un máximo de 2.000.000 € por plataforma en un año (ronda de financiación), aunque si el público que puede acceder es restringido a inversores acreditados esa cifra se incrementará a los 5.000.000 €.

Cuando la ley se refiere a inversores acreditados es necesario moverse a su artículo 81. Estos son los considerados como clientes profesionales, que en general serán todos aquellos que se puedan encajonar en la descripción legal que da el nuevo artículo 205 del Real Decreto Legislativo 4/2015, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Mercado de Valores, modificado por el Real Decreto-ley 14/2018, de 28 de septiembre. El 205 con su concepto de cliente profesional engloba a todo aquel a quien «se presume la experiencia, conocimientos y cualificación necesarios para tomar sus propias decisiones de inversión y valorar correctamente sus riesgos».

Nuestra ley 5/2015 es más específica y aporta más concreción en su disposición delimitadora del inversor acreditado (cliente profesional). Diferencia primero dos categorías, la de empresario y la de persona física.

Dentro de la primera, y cumpliendo dos de las tres condiciones que nombro a continuación, entrará aquel empresario cuyo «total de las partidas del activo sea igual o superior a 1 millón de euros» ó, «que el importe de su cifra anual de negocios sea igual o superior a 2 millones de euros» y, «que sus recursos propios sean iguales o superiores a 300.000 euros».

Y en la segunda, de las personas físicas también serán considerados inversores con acreditación si cuentan con ingresos anuales superiores a 50 mil euros o con patrimonio financiero superior a 100 mil euros. También sin tener estas características puede solicitarse la consideración de inversor acreditado renunciando expresamente a su tratamiento como cliente no acreditado.

En la ley 5/2015 está previsto un límite máximo de recaudación del 125% del capital determinado para la financiación del proyecto establecida como necesaria para su realización, y siempre dentro del plazo temporal máximo determinado (art.69.2).

Esto ocurre en el mejor de los casos, pero también puede pasar que no se alcance la financiación requerida. Por ello la ley ha establecido en el 69.5 que si se alcanza el 90% sí se llevaría a cabo ajustándose a esa financiación, pero si fuese menor al 90% se debe proceder a la íntegra devolución de los fondos recibidos por los aportadores.

La duda que surge ahora es quién sería el encargado de la devolución de fondos si no se llegase a ese umbral del 90%.

La ley no es muy clarificadora. Ofrece una respuesta variable según el tipo de negocio jurídico ante el que nos encontremos. Quien ha de realizar la devolución debe ser el sujeto jurídico que haya recibido la misma, y según la ley 5/2015 el promotor no puede ser quien devuelva los fondos porque no los ha llegado a tener a su disposición cuando se da el caso de no lograr ese mínimo requerido de

financiación. Entonces caben varias hipótesis aquí, y es que dependiendo de la naturaleza de la PFP será ella quien-devuelva la inversión o no.

Si la PFP es una entidad híbrida, con su propio sistema de recaudación y gestión de fondos sí será esta quien devuelva las cantidades pertinentes a cada inversor. En cambio, la mayor parte de las plataformas de *crowdfunding* no son híbridas, sino que cuentan sólo con el portal recaudador y se ayudan para la gestión de los fondos de terceras entidades de carácter financiero, que administran esos pagos. También puede ocurrir que el promotor disponga de ese sistema gestor de pagos y de una PFP, entonces será él.

5. FISCALIDAD DE LAS OPERACIONES DE CROWDFUNDING EN ESPAÑA.

Según el sujeto que uno sea, aportante o receptor de la aportación, habrá de fijarse en lo que se está ofreciendo en la campaña de *crowdfunding*. Si se oferta un producto o servicio (o incluso una experiencia) se aplicará Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA). Por otro lado, si lo que se ofrece es una parte de capital o de beneficios se rendirán cuentas en base al Impuesto de Sociedades (IS). Y, si no se promete ninguna contraprestación a cambio de la aportación se aplicará el Impuesto de Sucesiones y Donaciones (ISD).

5.1. LA FISCALIDAD EN EL CROWDFUNDING DE DONACIONES.

5.1.1. El promotor del proyecto.

En esta tipología de *crowdfunding* el régimen jurídico aplicable es el genérico que regula las donaciones, ya que queda fuera de la regulación específica de la LFFE. Quedan fuera de esta última por tanto las plataformas de financiación participativa en las que se capta financiación mediante donaciones para los promotores que las

solicitan. Los promotores se someterán a la regulación general de donaciones, conformado por disposiciones del Código Civil, Código de Comercio e, incluso de la ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de información y de comercio electrónico. Y por supuesto a la Ley 29/1987, de 18 de diciembre, del impuesto sobre sucesiones y donaciones, atendiendo obviamente a las transmisiones lucrativas *inter vivos*.

La Dirección General de Tributos se ha pronunciado en este sentido en la consulta vinculante V2831-13, de 26 de septiembre de 2013. Habla de un caso de micro financiación por donaciones para mantenimiento de un blog. Estos donativos de los lectores se consideran una verdadera donación que deberá regirse por el Impuesto de Sucesiones y Donaciones (ISD). La DGT dice que «en tanto en cuanto las cantidades a recibir lo sean sin contraprestación, tendrán la consideración de operaciones de carácter lucrativo, por lo que, al tratarse de una persona física, resultará aplicable el Impuesto de Sucesiones y Donaciones».³¹

Habrá que atender además, a las variables que pueden darse y tener en cuenta otros tipos impositivos en función de la naturaleza de los sujetos, si son personas físicas y jurídicas, ya que las consecuencias fiscales serán diferentes. Y también, dentro de las personas jurídicas habrá que diferenciar las entidades sin ánimo de lucro ya que tienen una regulación específica respecto de las demás.

- **Promotor persona física**

Atendiendo al art.5 de la Ley del ISD (LISD) el *donatario* persona física que recibe la donación de forma *lucrativa*, esto es, sin dar a cambio una contraprestación, queda obligado al pago del impuesto como *contribuyente*. La ley deja al margen de esta fórmula a las sociedades.

³¹ Consulta Vinculante V2831-13, de 26 de septiembre de 2013 de la Subdirección General de Impuestos Patrimoniales, tasas y precios públicos.

Las personas que reciben la financiación tributarán por el incremento de su patrimonio, que demuestra capacidad económica por parte del sujeto pasivo. En el *crowdfunding* de donaciones la causa de su utilización es la necesidad de fondos y, en muchas ocasiones, la necesidad de fondos del donatario. Y por ello se entiende aceptada la donación desde el mismo momento que se da esa solicitud al posible público donante. Cuando lo aportado es una cantidad dineraria no hay problema en el cálculo del incremento patrimonial, pero sí podría surgir si se donasen bienes muebles o inmuebles. En este caso la DGT ha determinado que el valor debe de ser similar al de mercado. También lo ha reiterado el Tribunal Supremo.

Vamos a tratar ahora sobre la base imponible, que estará constituida por la cantidad de dinero otorgada por el donante, eso sí, restando las cargas y deudas que sean deducibles (arts. 12 y 16 LISD). Según el art.20 LISD, la base imponible coincidirá con la cantidad adquirida por la donación. Hay que poner el relieve que las Comunidades Autónomas pueden aprobar reducciones en virtud de la Ley 22/2009, que regula el sistema de financiación de las CCAA. La DGT ha dejado claro que será el donatario como sujeto pasivo quien presentará la autoliquidación por el ISD ante los órganos tributarios de la CA en que tenga su vivienda habitual (art.32 Ley 22/2009).

La DGT ha aclarado también que en los casos de que el donatario no sea un residente de territorio español, la donación tributará en España si el dinero que se aporta por donación se encontrase en España, en una sucursal en territorio español. Y también nos fijaremos en qué comunidad autónoma se encuentra la sucursal en cuestión.

Hay que subrayar que, en lo que atañe al donatario, «las donaciones en *crowdfunding* se declaran individualmente, eliminando el riesgo de la *tributación progresiva*, ya que al no acumularse las cantidades entregadas no se salta a los tramos superiores del tipo impositivo, ya que,... en cualquier impuesto progresivo el

fraccionamiento de la base en varias que tributen en el mismo escalón supone una menor cuota tributaria».³²

- ***Promotor persona jurídica***

Cuando la aportación es recibida por una persona jurídica, este incremento patrimonial estará sujeto al Impuesto de Sociedades. También se atenderá al valor de mercado de lo recibido, como dice el art.17.4.a) Ley IS (LIS).

Aquí pueden surgir dos variables según el tipo de entidad que reciba la aportación, si tiene o no ánimo lucrativo, ya que si fuere el último caso habría que acudir a la ley 49/2002, específica del régimen fiscal de las entidades sin ánimo de lucro. Aunque en este trabajo vamos a hablar solamente del primer caso, el de las entidades que buscan beneficio económico.

Esto no quita que no escriba unas líneas sobre la fiscalidad del *crowdfunding* de donaciones a entidades sin ánimo de lucro. Aquí entra en juego el Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones (ISD). El sujeto receptor de la donación es quien deberá tributar por ella siguiendo las directrices de la Ley 29/1987 de Sucesiones y Donaciones. El impuesto es complicado de gestionar debido a la falta de armonía en los tipos de cada Comunidad Autónoma. El tributo es variable.

La LIS desde el año 2015 ha reducido del 28 al 25% el tipo general de gravamen, aunque hay que precisar que para las entidades de nueva creación ese porcentaje desciende hasta el 15% para incentivar estas operaciones. Podrán tributar al 15% el primer periodo impositivo en el que la base imponible sea positiva y en el siguiente, y así queda dispuesto en el artículo 29 de la ley del impuesto de sociedades.

Es habitual que entre los promotores de proyectos de *crowdfunding* se den los requisitos necesarios para acceder a las deducciones recogidas en la LIS, ya que

³² Soto Moya, M., *Tributación del crowdfunding...*, ob. cit., pág. 118.

los proyectos en cuestión suelen ser de investigación, emprendimiento, dando lugar a empleo, etc. Por ejemplo, en materia de investigación y desarrollo la deducción será del 25% de los gastos en el periodo y del 8% de las inversiones realizadas en elementos de equipos o materiales de inmovilizado, sujetos a esa actividad. Y sobre los gastos de innovación tecnológica, la base de la deducción nos aguarda en el artículo 35.2.b) LIS, siendo del 12%. También se ofrece una deducción de 3.000 € por creación de empleo contratando de forma indefinida a jóvenes menores de 30 años.

5.1.2. El cooperador o aportante.

Desde la perspectiva del cooperador-donante podemos dejar introducida la idea de que, si la donación se realiza, *verbi gratia*, a una fundación, el sujeto que dona puede beneficiarse de ciertas deducciones fiscales. Es una forma de alentar la realización de estas contribuciones a entidades sin ánimo lucrativo.

- ***Aportaciones de personas físicas.***

Las donaciones hechas por *crowdfunding* son donaciones *modales* ya que han de invertirse en un proyecto determinado, aunque los aportantes ni pretenden una contraprestación ni establecen cláusulas para que la ejecución del proyecto se realice de una u otra forma.

Para que los transmitentes o donantes puedan acogerse a las deducciones fiscales de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo, los donativos deben tener como destinataria a alguna de las entidades recogidas en el artículo 16: «(a) Las entidades sin fines lucrativos a las que sea de aplicación el régimen fiscal establecido en el Título II de esta Ley, (b) El Estado, las Comunidades Autónomas y las Entidades Locales, así como los Organismos autónomos del Estado y las entidades autónomas de carácter análogo de las Comunidades Autónomas y de las Entidades

Locales, (c) Las universidades públicas y los colegios mayores adscritos a las mismas, (d) El Instituto Cervantes, el Institut Ramón Llull y las demás instituciones con fines análogos de las Comunidades Autónomas con lengua oficial propia, (e) Los Organismos Públicos de Investigación dependientes de la Administración General del Estado.»

En el art. 19 de la Ley 49/2002 se deja establecida la deducción de la *cuota íntegra* del *IRPF* de los donantes. El resultado se da de la aplicación a la base de la deducción del compendio de donaciones y aportaciones los porcentajes que se determinen.

Con las aportaciones dinerarias tendremos de base de deducción al importe de la donación. Para los primeros 150 euros de base se llega al 80% de deducción. Al superar esa cantidad se limita a un 35% para la cantidad restante, que ascendería al 40% si se hubieran dado donaciones previamente justo en los ejercicios anteriores a la misma entidad. La deducción se ha modificado por el R.D. Ley 7/2020, de 5 de mayo.

El artículo 69.1 de la Ley del *IRPF* señala que las deducciones no son ilimitadas, y por ello la base de las deducciones no puede superar el 10% de la base liquidable del contribuyente.

En mi opinión, es criticable que a nivel estatal de regulación no se haya incluido en el art. 16 con las recientes reformas –*con la Ley 27/2014, de 27 de noviembre, en BOE núm. 62, de 13 de marzo de 2015 o; con el Real Decreto-ley 18/2019, de 27 de diciembre*– de la ley 49/2002 a las personas emprendedoras cuando día tras día en esas fechas se hablaba de favorecer el emprendimiento y al futuro emprendedor de “a pie”.

- ***Aportaciones de personas jurídicas.***

Hay que comenzar por decir que, como advierte Pedreira Menéndez, “hoy en día el mecenazgo no puede ser entendido como una acción totalmente altruista, sobre todo en el ámbito empresarial” ... porque realmente el mecenazgo lo que implica es “una acción estratégica-corporativa” ³³.

Dejando esto a parte, los gastos que haya supuesto la donación realizada por la vía del *crowdfunding* y la plataforma de financiación participativa que lo gestione se considerarán gastos deducibles en el Impuesto de sociedades (IS).

Atendiendo al artículo 20 de la Ley 49/2002 se establece que estos sujetos tienen derecho a una deducción del 35% de la base de deducción determinada según el artículo 18 de la misma Ley. A diferencia del donante persona física es un porcentaje fijo. Queda por debajo de la deducción del Impuesto sobre Sociedades. Puede aumentar al 40% si se hubieren llevado a cabo donaciones a la misma entidad por importes iguales o superiores.

Puede decirse que el coste para Hacienda, a nivel fiscal, es menor si se diese la consideración de gasto porque tributaría un 25%. Mientras la deducción por donativo asciende como decía *supra* al 35% pudiendo incluso alcanzar el 40%. Así, atendiendo al art. 26 de la Ley del mecenazgo, veremos que los gastos realizados para fines de interés general serán deducibles. Por tanto, el coste de buscar ser publicitado de una u otra forma será muy diferente.

Aunque el *animus donandi* sea menor que al deseo de publicitarse, si se busca hacerlo de una manera menos agresiva y a menor coste, la divulgación que pueda hacer el promotor, que recibe la aportación en forma de donación, puede que sea suficiente.

³³ Pedreira Menéndez, J.: «Propuestas para la reforma del sector no lucrativo. Especial consideración del régimen aplicable a las fundaciones y el mecenazgo», *Quincena fiscal*, nº 11/2015, pág.67.

En cambio, si se persigue una opción más contundente y se exigen ciertas acciones publicitarias por parte del *crowdfunder* hacia la entidad promotora, el aportante no podrá acceder a los incentivos por mecenazgo y deberá tributar como gasto en publicidad, en prestación de servicios al fin y al cabo siendo deducible en el IS eso sí. Pero no podrá acceder a las deducciones de incentivos al mecenazgo de la Ley 49/2002.

Normalmente, el promotor de un *crowdfunding* no va a publicitar el nombre de sus patrocinadores ni se va a comprometer a ello, aunque a veces sí, suscribiendo un convenio de colaboración en actividades de interés general regulado por el art. 25 de la Ley de incentivos fiscales al mecenazgo. La mayor parte de los casos estaremos ante donaciones y no prestaciones de servicio publicitario.

5.2. LA FISCALIDAD EN EL CROWDFUNDING DE PREVENTA.

5.2.1. El promotor.

- *Promotor persona física.*

Comenzamos diciendo que aquellas personas que obtengan un beneficio económico derivado de su actividad a cambio de la entrega de un bien o de prestación de un servicio, estarán sujetos al *IRPF* al ser considerados los ingresos como rendimientos de una actividad económica. Las operaciones de *crowdfunding* que tienen por objeto el intercambio de dinero por un producto ya sean bienes o servicios tendrán la consideración de compraventa. Será una compraventa, aunque con la peculiaridad de que se entrega una cantidad dineraria previamente a recibir entrega de la contraprestación. Por tanto, se da una financiación.

Es frecuente que se acuda a una rebaja en el precio del producto como reclamo para el aportante potencial.

Al tenerse por una compraventa acudiremos al artículo 27 de la LIRPF, incluso aunque la realización del negocio se realice de forma esporádica, los rendimientos obtenidos por el promotor del proyecto se entenderán como rendimientos de actividades económicas.

A la hora de determinar la base imponible se cuantificarán los ingresos en relación a las contraprestaciones, ya que la aportación puede ser de valor superior a lo que se recibe. La diferencia debe tributar conforme a lo dispuesto en la Ley del IS. El montante íntegro de la aportación no es rendimiento de actividad económica, sino que únicamente lo será la parte del valor de mercado de la recompensa.

En la LGT, art.13, se explica que aunque el promotor y la plataforma hubiesen dado un nombre o unas características al producto que se ofrece al público habrá de determinarse la naturaleza de este, separando cuando así corresponda los diferentes negocios que se den, como compraventa más donación. Cada negocio tendrá efectos tributarios por separado atendiendo a su naturaleza.

Para el cálculo del rendimiento neto en la estimación directa deberá reducirse el rendimiento íntegro en los gastos deducibles, y para serlo deben ser gastos propios de la actividad, justificados y registrados en los registros contables, art.11 LIS.

Los gastos deducibles podrán ser si los hay: los gastos de personal, la Seguridad Social de los empleados de la empresa, el consumo que genera la explotación, amortización del inmovilizado, etc...

Cuando hablamos de «preventas» en *crowdfunding* el montante de ingresos estará ligado a cubrir los gastos dejando la posibilidad de que la ganancia dineraria sea inexistente al aplicar gastos deducibles equilibrando los ingresos de actividad económica, que sería la financiación aportada por los *crowdfunders*, con los gastos necesarios para que el proyecto prospere.

Tras aplicar las deducciones acudiremos al artículo 32 de la Ley de IRPF, sobre las reducciones. Se explica que los rendimientos conseguidos durante un periodo de generación de más de 2 años o los obtenidos muy irregularmente en el tiempo, se reducirán en un 30% cuando sean imputados en un mismo periodo impositivo y siempre y cuando no se supere la cantidad de 300.000 euros anuales.

◊ ***El Impuesto sobre el Valor Añadido.***

En el *crowdfunding* de recompensa el promotor entrega un bien o presta un servicio como contraprestación a la aportación que se le proporciona. Se produce el hecho imponible del IVA, recogido en el art. 4.2.a) LIVA, gravando el consumo en el momento en que se realiza la venta, ya sea habitual u ocasional. En el art. 5 se indica quiénes tendrán la consideración de *empresarios* o *profesionales*. El promotor puede entrar en esta calificación, ya que este dedicará la cantidad recaudada a desarrollar la actividad que implica su proyecto. La consulta vinculante de 26 de septiembre de 2013³⁴ aclara que las operaciones que no encuentren contraprestación serán lucrativas y aquellas otras que sí, serán catalogadas como onerosas al darse el hecho imponible.

Sobre el devengo del impuesto, diremos que en el IVA es instantáneo porque el hecho imponible se realiza en momento concreto³⁵ y por tanto el porcentaje aplicable, variable en el tiempo, será aquel vigente en el momento de ese devengo.

La regla general es esa, pero en el régimen de preventas lo que sucede es un pago anticipado por la contraprestación. Por este motivo el devengo se produce en el momento del pago y no cuando se recibe la contraprestación. Para que se pueda

³⁴ Consulta Vinculante V2831-13, de 26 de septiembre de 2013 de la Subdirección General de Impuestos Patrimoniales, tasas y precios públicos.

³⁵ Mellado Benavente, F. y Argente Álvarez J., *Fiscalidad Básica CISS*. Wolters Kluwer. «Impuesto devengado».

https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASMTIwMztbLUouLM_DxblwMDS0NDQ3OQQGZapUtckhIQaptWmJOcSoAgztYojUAAA=WKE

acoger a este régimen el objeto o prestación de la contraprestación al precio debe estar determinado desde que se da el pago. Tenemos que hablar de una contraprestación futura y cierta.

En el caso de los servicios el devengo del impuesto puede retrasarse hasta que se haya hecho efectiva la prestación. «No se puede identificar, como hace la Inspección de los Tributos, devengo del Impuesto con expedición de la factura». Se dice que «toda factura deberá contener la fecha en que se hayan efectuado las operaciones que se documentan o en la que, en su caso, se haya recibido el pago anticipado, siempre que se trate de una fecha distinta a la de expedición de la factura. De manera que habrá que estar para el devengo de la operación a la fecha en que los servicios se efectúen, realicen o ejecuten, con independencia de la fecha de la factura»³⁶.

En el caso del devengo del IVA en prestaciones de servicios «es independiente de la fecha de su pago salvo que el mismo se produzca de forma anticipada antes de que finalice la prestación de dichos servicios, en cuyo caso el devengo de lo pagado anticipadamente se anticipa a dicho momento por lo que se refiere a la parte satisfecha».

Por completar el análisis de entregas, en los casos en que el bien se deba expedir y transportar hasta el destinatario, que serán mayoría, en virtud del art.68.2 LIVA el impuesto se aplicará siempre que partan desde un punto interior del territorio español. Eso se ha precisado también en la CV 3091-11, de 30 diciembre de 2011, de la DGT.

- ***Promotor persona jurídica. Impuesto sobre Sociedades.***

³⁶ Tribunal Económico-Administrativo Central, resolución de 25 de septiembre de 2002 [02836/2000/00/00]

El artículo 4 de la LIS establece como hecho imponible la obtención de renta del contribuyente, cualquier incremento del patrimonio.

Las contraprestaciones habrán de tenerse en cuenta para determinar el beneficio a gravar. Se deduce que son deducibles aquellos gastos de actividad empresarial que contribuyan a la generación de ingresos. Las recompensas que se dan al aportante son consideradas verdaderos gastos, ya que no son entregas gratuitas, «afirmación que puede confirmarse teniendo en cuenta lo establecido en el artículo 15.e) de la LIS»³⁷. Se nombra como no deducibles las liberalidades y donativos y se infiere lo dicho *supra*, aunque hay que precisar que si esos actos son gastos de relaciones públicas o fórmulas para incrementar los ingresos no se tienen que calificar como liberalidades y sí serían gastos deducibles.

Sanz Gómez y Lucas Durán comentan que «habida cuenta de que tales gastos tendrán asociados su correspondiente IVA, se seguirá el régimen habitual para el cómputo de los gastos de las actividades económicas: si el IVA repercutido no resultó deducible, se incluirá el mismo en el gasto que se detraerá de los ingresos; por el contrario, si el IVA resulta deducible no se incluirá tal cuantía en el gasto a efectos del IS».³⁸

Sobre el IVA me remito a lo dicho en el apartado de las personas físicas, ya que es igual.

5.2.2. El aportante persona física

Cuando el aportante recibe una contraprestación por valor similar a lo aportado estaremos hablando de una compraventa al uso, pero puede ocurrir que la recompensa no sea concurrente con el precio aportado.

³⁷ Soto Moya, M., *Tributación del crowdfunding...* Ob. cit., Pág.156.

³⁸ Sanz Gómez, R.J. y Lucas Durán, M.: «Implicaciones tributarias del crowdfunding o financiación colectiva». *Quincena fiscal*, ISSN 1132-8576, Nº 9, 2015, pág.41.

Cuando lo que recibe el aportante es de valor inferior, acudiremos al art.59 del Reglamento del ISD, que afirma que solamente habrá una tributación por la diferencia, sin perjuicio de la tributación por las prestaciones que sí son concurrentes. La DGT en 2016 dijo que en la medida en que las prestaciones recibidas superen las efectuadas por los aportantes, estas estarán sujetas al ISD por concepto de donación. La parte que sí coincide con la prestación dada se incardina dentro de la modalidad de transmisiones patrimoniales onerosas del impuesto sobre transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados o al IVA según las circunstancias³⁹.

Sobre el IVA diremos que según el art. 84 LIVA, el sujeto pasivo en una contraprestación por crowdfunding de recompensa es el promotor, y si este se encontrase fuera del territorio de aplicación del IVA, en el extranjero, el sujeto que adquiere la recompensa en territorio IVA pasará a ser sujeto pasivo. Por ejemplo, si nos envían una bicicleta como recompensa nosotros adquirentes pagaremos el IVA. Se da una inversión en el sujeto pasivo de esta forma, siempre y cuando los promotores lo sean profesionalmente.

5.3. LA FISCALIDAD EN EL CROWDFUNDING DE PRÉSTAMOS O CROWDLENDING

5.3.1. El promotor

- ***Promotor persona física.***

Cuando el aportante concede una cantidad al promotor por la vía del *crowdlending* no es un rendimiento de actividades económicas ya que debe devolverla junto con los intereses pactados. No constituye renta para el IRPF. Lo que sí se puede decir

³⁹ Consulta vinculante V1811-16, de 25 de abril de 2016.

es que los gastos que suponen las devoluciones de los intereses, siempre y cuando se cumplan los requisitos que dicte la ley, podrán ser deducibles. En la LIRPF se da una remisión desde el art.28.1 al art.10 de la LIS, dejando a esta última disposición que se ocupe de la regulación y, tal y como decimos, de la deducción que nos ocupa. Habrá posibilidad de deducción, precisa la DGT, siempre y cuando se siga el principio de correlación⁴⁰ entre los gastos y los ingresos, de no ser así, la posibilidad de deducción se esfumará. Los límites para estas deducciones serán los del art. 20 LIS. En resumen, el promotor puede deducir los intereses en el IRPF al considerarse como gastos imprescindibles para el emprendimiento de la actividad económica.

Cabe mencionar ahora el tema de la retención que ha de realizarse al satisfacer los intereses. Siguiendo el art. 76 del Reglamento de IRPF, no será la plataforma quien la realice, sino que el encargado de practicarlas será el propio prestatario ocupando la posición fiscal de retenedor. La plataforma es un mero intermediario en el pago.

- ***Promotor persona jurídica.***

La única diferencia con respecto a la financiación tradicional es que serán varios prestamistas y no solamente un sujeto como una entidad bancaria.

Como se ha dicho anteriormente no se habla de un ingreso ya que la cantidad que es aportada al promotor va al pasivo de la contabilidad de este. No origina tributo por beneficio. Y ese pasivo se irá diluyendo a medida que se reembolse el interés pactado.

Para referirme a los gastos deducibles me remito a lo expresado sobre el art.10 LIS en el apartado anterior.

La sociedad tendrá obligación de practicar retenciones a los prestamistas. Esta retención será del 19%, sin importar el tipo de persona que ocupe el puesto del prestamista (art.128.6.a LIS).

⁴⁰ Consulta Vinculante DGT V2371-15 de 28 julio 2015.

5.3.2. El crowdfunder prestamista

- **Prestamista persona física**

El aportante, al proceder por la vía del *crowdfunding*, tiene derecho a conocer el tipo de préstamo, su importe y su duración y demás datos en caso de impago, en virtud de la ya explicada LFFE en sus disposiciones sobre la información obligatoria. Si faltase alguna información por concretar durante la determinación de formas o cálculos antes de la formalización del negocio será la plataforma de financiación quien se encargue de proporcionarla en virtud del 76.3 LFFE. Se quiere dar un plus de protección al inversor. Y también al promotor, ya que la PFP establece mínimos y máximos respecto al tipo de interés.

Para los prestamistas que aportan el capital se deriva la carga fiscal de la obtención de un rendimiento obtenido del capital aportado, ya que todo tipo de retribución por intereses se considera contraprestación (art.25 LIRPF) que ofrece un rendimiento positivo hacia el patrimonio.

- **Prestamista persona jurídica.**

Se establece en el Plan General Contable que el interés retributivo corresponde a la cuenta “ingresos de crédito”. Hay que añadir que las comisiones pagadas a la PFP son gastos deducibles, representados como “otros gastos financieros”.

Las entidades que tengan residencia en España y hagan de inversoras en un *crowdlending* deberán tributar según lo establecido en la LIS por los beneficios obtenidos en forma de interés retributivo.

En el caso de que una entidad no residente en España, pero europea, financiase por *crowdlending* a una entidad nacional, aquella quedaría exenta de tributar por el

Impuesto de la renta a no residentes (IRNR) y esta entidad nacional, por ende, no deberá practicar retención. En el caso de las entidades españolas que sean inversoras con posición de crowdlender sí deberán tributar por las ganancias recibidas por los intereses en el IS por ser rendimientos de su capital.

En cuanto al tipo impositivo con el que se gravan estas operaciones será del 25% generalmente, como dice el art.29 LIS, aunque en algunos casos podría bajar al 15 cuando la sociedad promotora sea de nueva creación.

5.4. LA FISCALIDAD EN EL CROWDINVESTING. REFERENCIA ESPECIAL A LAS CUENTAS EN PARTICIPACIÓN.

En el *crowdinvesting* caben tanto el *crowdfunding* accionarial como el realizado por medio de cuentas en participación.

Es un tema complejo. El intercambio de una aportación por acciones o participaciones en una sociedad estará sujeto al impuesto de transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados (ITPAJD), si bien exento en el marco del IS.

Diferencia entre acciones y participaciones

Es importante tener clara la diferencia entre los conceptos de acción y participación para seguir adelante.

Las acciones son las partes en las que se divide el capital social de una empresa. Partes alícuotas del capital social que compone la empresa (arts.1.3 y 5 Ley de Sociedades de Capital -LSC-). Son emitidas por la sociedad para financiarse, son propias de las Sociedades Anónimas (SA). Esa emisión se da para financiar el proyecto que se decida o para el propio crecimiento de la sociedad, y puede hacerse al inicio de la actividad empresarial, o de manera posterior. Estar en posesión de acciones otorga derechos económicos sobre la empresa como puede ser el reparto

de beneficios. Esos derechos también pueden ser políticos, ya que si uno cuenta con gran cantidad del porcentaje accionario su voz tendrá más fuerza en la gestión de la propia sociedad. Las acciones son de libre transmisión en el mercado y pueden tener diferentes valores, un valor nominal (de compra) y un valor de mercado.

Cuando hablamos de participaciones lo hacemos sobre los porcentajes de propiedad que un inversor tiene sobre el capital social. Son propias de las Sociedades de Responsabilidad Limitada (SL). El capital social se divide en partes alícuotas indivisibles (arts.1.2 y 5 LSC). Esas participaciones, al contrario que las acciones, no pueden transmitirse libremente en el mercado y por ello tampoco tienen valor de mercado. Para esa transmisión suele ser necesaria la aprobación del resto de socios y propietarios⁴¹. Otra gran diferencia respecto de las acciones es que las participaciones sólo conllevan derechos económicos y no políticos, y por tanto, no se dispone de derecho a voto en la toma de decisiones de la compañía. El valor de las participaciones (valor nominal) debe constar en los Estatutos de la sociedad se determina por la situación financiera de la empresa en su plano interno y por los beneficios esperados, manteniéndose al margen de los factores del mercado que sí influyen sobre las acciones.

Cuando el inversor ejecute la compra de las acciones de las que hablamos se le aplicará una deducción del 20% del coste de esa operación de adquisición de acciones en su declaración del IRPF, siempre y cuando la empresa en cuestión donde invierte sea una Sociedad Limitada o Anónima y realice una actividad económica⁴².

Como dice la AEAT, los contribuyentes podrán deducirse el 20 por ciento de las cantidades satisfechas en el período por la suscripción de acciones o participaciones en empresas de nueva o reciente creación, pudiendo además de la

⁴¹ <https://hoyfinanzas.com/finanzas-corporativas/diferencia-entre-acciones-y-participaciones/>

⁴² Ochoa, I., «El argumento del capital». Post: *Conoce la fiscalidad del crowdfunding*. <https://igorochoa.net/2017/10/08/fiscalidad-del-crowdfunding-donacion-recompensa-inversion-prestamo/>

aportación temporal al capital, aportar sus conocimientos empresariales o profesionales adecuados para el desarrollo de la entidad en la que invierten en los términos que establezca el acuerdo de inversión entre el contribuyente y la entidad.⁴³

En el momento en que el inversor decida vender las participaciones, la ganancia o pérdida patrimonial que se produzca deberá de incluirse en la declaración de la Renta.

Si lo que se cataloga como recompensa se denomina reparto de dividendos la sociedad que haga esa repartición se verá en la obligación de retener, según el art.128 LIS, el 19% y además declararla. El inversor la incluirá en su declaración de la Renta.

5.4.1. El promotor en el crowdinvesting.

La constitución de una cuenta en participación no crea una nueva persona jurídica. Es el gestor, con consideración de comerciante, quien opera y, por tanto, quien está sujeto a fiscalidad directa. La persona puede ser física o jurídica, no se ponen trabas para ningún tipo. La celebración del contrato de cuenta participación sí esta sujeta al ITPADJ pero exenta en la modalidad de operación societaria y no sujeta en las demás (arts.19.1, 22.2 y 45.1.b LITPADJ).

En el *crowdinvesting*, la mayor parte de los proyectos son practicados por sociedades, personas jurídicas. Por ello vamos a hablar más de fiscalidad del promotor persona jurídica y, por consiguiente, del IS, que es donde se encuentra la fiscalidad representativa de este tipo de *crowdfunding*.

⁴³ AEAT (Manual online). Accesible en:
https://www.agenciatributaria.es/AEAT.internet/Ayuda/16Presentacion/100/9_2.shtml

Imposición directa. Impuesto de Sociedades.

Crowdfunding accionarial

Cuando un *crowdfunder* realiza una aportación en este tipo de proyectos de financiación, adquiere la titularidad de socio por acciones en aquél.

Cuando se reparten dividendos el Reglamento del IS establece la obligación de «practicar retención, en concepto de pago a cuenta del IS, al receptor de las rentas derivadas de la participación en fondos propios de cualquier tipo de entidad, de la cesión a terceros de capitales propios y las restantes rentas comprendidas en el artículo 25 de la Ley 35/2006, de 28 de noviembre, del IRPF y de modificación parcial de las Leyes de los Impuestos sobre Sociedades, sobre la Renta de No Residentes y sobre el Patrimonio».

El Impuesto de Sociedades implicará para el promotor una tributación sobre los beneficios del proyecto de entre el 25% y el 15%. Si nos desplazamos hasta el Impuesto sobre la Renta de No Residentes el porcentaje varía entre el 24 y el 19%. Tributará por sus beneficios del proyecto. En su caso repartirá dividendos y tributarán por ellos los *crowdfunders*.

Crowdfunding de cuenta participación

Las rentas que el gestor satisfaga a los cuenta partícipes se consideran fiscalmente como rentas de capital. Por esto tributarán igual que los intereses de los préstamos y, a su vez, estarán sujetas a retención. Para el gestor esas rentas que reparte son gasto deducible.

Si el gestor tiene pérdidas deberá integrarlas dentro de su actividad económica como rendimiento. El cuenta partícipe se la imputará en el tributo pertinente según su personalidad en la proporción que le corresponda. El gestor tributará la mayor parte de las veces como persona jurídica y lo hará en el IS. Mientras, el cuenta partícipe lo hará según su personalidad física o jurídica, en IRPF o en IS.

Profundizando. La participación adquirida por el partícipe no gestor tiene la condición contable de activo financiero derivado de endeudamiento, y no de participación en capital. La aportación no se considera ingreso, no se entenderá como beneficio para la conformación de la base imponible para calcular la deuda a tributar.

La retribución al partícipe será gasto deducible. Sólo si la hubiere por logro de beneficios. Se le da la consideración contable de gasto deducible al beneficio, en los términos que señala el PGC. Para el IS la retribución del aportante no gestor por parte del gestor se considerará gasto deducible fiscalmente en el ejercicio de su devengo. «Las rentas que abona el gestor al partícipe tienen consideración de rendimiento del capital mobiliario, y están sujetas a retención a cuenta, con tipo del 19 por ciento, que debe practicar e ingresar el gestor»⁴⁴, siguiendo la idea del art.62.1 del Reglamento del IS.

El gestor, sin importar su carácter, deberá practicar retención, ha realizar en el momento en que los rendimientos sean exigibles. No debemos olvidar mencionar las bonificaciones y deducciones que se recogen en la LIS para favorecer las actividades de desarrollo, innovación, y demás materias favorecidas por estos beneficios fiscales y a los que la entidad promotora puede acogerse.

La retención se practica sobre los rendimientos de capital mobiliario, que serán los dividendos. La cuantía que habremos de incluir en la declaración del IRPF es la diferencia entre el bruto del dividendo y los gastos de administración y custodia de las acciones. En cambio, si hablamos de venta de acciones lo hacemos sobre ganancias o pérdidas patrimoniales, y esto no tiene retención a practicar. En la declaración IRPF introduciremos el resultado de la diferencia entre el precio de compra y el de venta y los gastos que estas operaciones impliquen, denominados corretajes.

⁴⁴ Soto Moya, M., *Tributación del crowdfunding...* Ob. cit., pág.179.

Imposición indirecta. El Impuesto sobre el Valor Añadido.

Atendiendo al artículo 7.12 LIVA, las entregas de dinero del promotor al inversor no están sujetas a IVA al ser una operación del gestor hacia el interior de la participación y que el pago se da del propio objeto de la sociedad conformada por el gestor y los partícipes.

No habrá sujeción a IVA en las operaciones de reparto de beneficio siempre y cuando el pago sea dinerario (TJUE)⁴⁵. Sólo lo hará cuando, en condición de comerciante, realice operaciones con terceros.

5.4.2. El aportante en el marco del crowdfounding.

Interesa aquí la aportación dineraria al proyecto. Las cantidades que se reporten en el reparto de los resultados de la cuenta en participación y en el reparto de dividendos.

- ***Aportante persona física.***

El financiador que recibe dividendos u otro rendimiento de capital se verá obligado a soportar retención del 19%, 21% o 23% según el baremo. Deberá tributar y hacer la declaración correspondiente de IRPF.

La obtención de rendimientos es gravada como rendimiento de capital mobiliario – art.25.2 LIRPF–, al ser la contraprestación por cesión a terceros de capitales propios. El devengo corresponde al periodo impositivo en el que el inversor pueda exigir ese rendimiento –art.14.1.a) LIRPF–.

Si nos encontramos con el caso de recepción de dividendos existe deducción sobre la cuota íntegra, arts. 68 y 70 LIRPF, en un 30% de las cantidades satisfechas por

⁴⁵ Sentencia TJUE de 19 de abril de 2007 (Asunto C-455/05, *Velvet & Steel immobilien und Handels GMBH*)

suscripción de acciones o participaciones cuando sean en entidades de nueva creación. La base máxima para esta deducción será de 60.000 euros al año.

La adquisición por el contribuyente de acciones se da bajo deducción en el momento que nace la sociedad o si se da ampliación de capital dentro de los 3 años siguientes a la creación de la sociedad. Esta deducción es conocida con el sobrenombre de *Business Angels*. Como condición temporal, éstas deberán permanecer dentro del patrimonio de aquél un mínimo de 3 años y un máximo de 12 años.

Quedarán excluidos los gravámenes sobre ganancias patrimoniales por transmisión de acciones o participaciones en las que se hubiere practicado deducción cuando, según el art. 38.2 LIRPF, se reinvierte el total, tras transmitir esos títulos, en otras acciones o participaciones de empresas de nueva creación.

No serán deducibles los gastos ocasionados por las comisiones que cobre la plataforma de financiación.

La venta de acciones, con ganancias o pérdidas patrimoniales, no tiene retención.

- **Aportante persona jurídica.**

El rendimiento obtenido por sociedades, entidades, etc., con personalidad jurídica es catalogado como ingreso (si hay ganancias) o gasto (si hay pérdidas) a los ojos del IS.

El aportante accionarial con personalidad jurídica que recibe dividendos o rendimientos de capital inmobiliario deberá soportar retención del 19%. Además, deberá tributar en IS. Aquí el tipo general de tributación será del 25%, salvo que la empresa sea de reciente creación, descendiendo hasta el tipo reducido del 15%.⁴⁶

⁴⁶https://www.agenciatributaria.es/AEAT.internet/Inicio/Ayuda/Manuales_Folletos_y_Videos/Manuales_practicos/_Ayuda_Folleto_Actividades_economicas/4__Impuesto_sobre_Sociedades/4_3_Tipo_de_gravamen_y_cuota_integra/4_3_Tipo_de_gravamen_y_cuota_integra.html

5.5. LA FISCALIDAD DE LAS PFP.

Como hemos dicho a lo largo de este trabajo, la plataforma de financiación es, en la mayoría de las ocasiones, el agente intermediario entre el promotor y los cooperadores o *crowdfunders*. Por ese corretaje o esa labor de mediación y, muchas veces, gestión de los fondos recaudados hasta su entrega final al promotor, puede percibir una comisión.

La fiscalidad de las operaciones de la plataforma es variable. Será diferente cuando sí participa en la relación entre promotor y financiador a cuando no lo hace.

Si la plataforma no participa lo único que hace es mediar y poner en contacto a los dos sujetos, quien busca financiación y quien quiere cooperar y financiar. Esa labor de mediación implica tributación al IS respecto a la tributación directa. Y sobre la indirecta diremos que como ha ofrecido y prestado un servicio por vía electrónica también estará sujeta a IVA dicha prestación según el artículo 69.3.4º LIVA.

En cambio, cuando la PFP recibe los fondos y los gestiona, a parte de realizar la mediación, tendremos que acudir a examinar la naturaleza jurídica de la plataforma para saber más sobre su fiscalidad.

Cuando sea una sociedad mercantil habrá de atenderse al tipo de negocio jurídico mediante el que se efectúa la transmisión de los fondos recaudados. Es variable y le corresponderán o no deducciones.

Si hablamos de fiscalidad indirecta y atendemos al art. 20.1.18º LIVA veremos que la PFP queda exenta y solo se gravará el servicio de mediación. La intermediación financiera no. Cabe una excepción a la exención cuando hablemos del cobro de créditos –obtención de los pagos– de una deuda dineraria. Esto se exime de exención por ser un servicio de facilitación del cobro de dinero debido por consumidores a acreedores de estos.

Cuando la PFP se valga de una entidad de «servicios de pago» para el cobro y la gestión de los fondos recaudados, para la financiación de los proyectos en los que sea mediadora, surge una prestación de servicios que suele retribuirse por vía de una comisión del 1%. Por tanto, surge un gravamen sobre la prestación de dicho servicio, y se somete a IVA. Pero atendiendo al artículo 20.1.18.h) LIVA, se preverá exención sobre operaciones de transferencias, tarjetas de pago, órdenes de pago, etc.

Cuando estemos ante el caso de que la PFP se financie por vía de donaciones y dando su servicio gratuitamente no se considerará sujeto pasivo por no dirigirse a la obtención de ingresos.

Por tanto, los pagos que entidades realicen a la plataforma por su actividad de mediación sí estarán exentos de IVA, pero las cantidades que se paguen por reservar un hueco en la web de la PFP sí habrá de sujetarse al impuesto indirecto del IVA, y no sólo de los sujetos que busquen financiación, sino también de todo aquél que se quiera publicitar en su portal web de cualquier otra forma.

6. EL PRO BONO LEGAL Y LAS PLATAFORMAS WEB EN ESPAÑA

El *pro bono* legal es la labor que realiza un profesional de la abogacía o incluso bufetes enteros, sin buscar una contraprestación o retribución monetaria. Es el trabajo jurídico desempeñado en favor de sujetos o entidades sin ánimo de lucro que lo necesiten.

Pro bono jurídico no es igual a «asistencia jurídica gratuita» ya que en este último caso existe una necesidad económica que impide una defensa jurídica en situaciones donde es obligatoria.

En cambio, donde hallamos *pro bono* no tiene por qué existir necesidad económica y, en la mayor parte de las ocasiones, los *pro bono* no se solicitan para la defensa de los sujetos pasivos, (procesados) en causas penales. Esto último es cosa del «turno de oficio» prestado por los abogados inscritos en él a través del Colegio de Abogados y, a parte, no será altruista, sino que estará retribuida según los presupuestos acordados para Justicia.

Un ejemplo de los primeros nacimientos de portal web para poner en contacto a abogados *pro bono*, interesados en proporcionar sus conocimientos y su ayuda legal de manera solidaria, con personas u ONGs (y sus beneficiarios) que estén buscando esta ayuda profesional nace del convenio entre la Fundación «HazloPosible» y «Wolters Kluwer», en 2014. Ese convenio fructifica en la plataforma web *Probonos.net*.⁴⁷

Existe un paralelismo entre el crowdfunding y este sistema de puesta en contacto, ya que facilita que el profesional solidario que busca una satisfacción moral de forma altruista pueda conocer y proporcionar su ayuda a otros sujetos que no necesariamente estén en su territorio ni tengan que desplazarse. Son todo ventajas para ambas partes.

No hay que olvidar que también es un instrumento, un medio publicitario, ya que el portal web donde se anuncian esos servicios llega a muchos usuarios y estos usuarios que se sirvan de los servicios y vean que son efectivos y satisfactorios se lo agradecerán también por la vía publicitaria del «boca a boca».

Crowdfunding y *crowdsourcing* son métodos de financiación de análoga estructura. El término *crowdsourcing*⁴⁸ fue acuñado por primera vez en 2006 por Jeff Howe. El crowdsourcing conlleva externalizar servicios abiertamente por parte de sujetos dedicados profesionalmente a prestarlos. Al ser una convocatoria abierta a personal

⁴⁷ Cristina Sancho. «Pro Bono Legal, faceta solidaria de los profesionales del Derecho». Wolters Kluwer España. Web: <http://wolterskluwer.blogcanalprofesional.es/pro-bono-legal-faceta-solidaria-de-los-profesionales-del-derecho/>

⁴⁸ Howe, J. «The rise of crowdsourcing». *Wired Magazine* vol. 14 [2006/6/6]. Págs. 1-4.

acreditado, todo sujeto profesional que accede a un sistema de *crowdsourcing* puede elegir el caso que mejor se adapte a su campo de conocimiento, aportando una posible vía o propuesta.

Como el acceso es generalizado y de personas acreditadas las soluciones aportadas serán variadas y se retroalimentarán entre sí, logrando un servicio muy completo en un tiempo reducido que puede solucionar problemas u ofrecer servicios de gran complejidad. Gracias al pequeño esfuerzo de mucha gente seremos capaces de vencer el desafío más grande. Lo más difícil es la concentración del esfuerzo, y de ello tratan de encargarse los sistemas de *crowdsourcing*. Son el cauce que aumenta el caudal del esfuerzo.

7. CÓMO ES EL CROWDFUNDING EN ITALIA.

Italia ha sido el primer país europeo en introducir una regulación jurídica en materia de *crowdfunding*, sobre todo en *crowdinvesting*. Aun son muy necesarias modificaciones para lograr que las plataformas de financiación ofrezcan una mayor eficiencia, como en EE.UU.

El Decreto Legge del 18 de octubre de 2012 n. 179 (“Decreto Crescita 2.0”) define el *crowdfunding* como un instrumento para la financiación de start-up centradas en proyectos de innovación.⁴⁹

En este Decreto Legge (D. Crescita 2.0) se define a las startups emprendedoras o innovadoras como sociedades que cumplen los siguientes requisitos:

- Reciente creación, menos de 48 meses de antigüedad.
- Sede/domicilio en Italia.
- No repartir ni haber repartido dividendos.
- Contar con un valor total de producción e inmovilizado inferior a 5.000.000 €.
- Ofrecer productos o servicios innovadores y de alto valor tecnológico.

⁴⁹ Fuente: Ministerio dell'Economia e delle Finanze. Governo Italiano. Giacomo Morri e Marco Ravetta. *Reale Estate Crowdfunding. Un'innovazione finanziaria per gli investimenti immobiliari*. «DOI: 10.14609/ti_2_16_1i»
Web: «https://www.agenziaentrate.gov.it/portale/documents/20143/324351/Real+Estate+Crowdfunding+innovazione_Cap_2_MorriRavetta.pdf/2af50b25-e291-a598-86b3-7d772ef74d16»

- No ser una sociedad nacida en la cuna de la escisión de otra empresa o de la fusión de otras sociedades.

Una *start-up* de innovación necesita cumplir al menos dos de los siguientes requisitos:

- Invertir en investigación y desarrollo un valor igual o superior al 15% de la diferencia entre el valor de coste y el valor total que tiene la producción.
- Contar en la plantilla profesional de la sociedad con trabajadores o colaboradores con al menos un tercio de personas con estudios universitarios terminados (*possessione di laurea*) con al menos tres cursos superados o *dottorato* (término del grado o comienzo de nuestro máster en España para especializarse), ya sea en curso o acabado y sin importar si los estudios se han realizado en Italia o en el extranjero. Deberán ser al menos dos tercios de la plantilla si hablamos de los estudiantes que no han acabado pero han superado los tres primeros cursos, preceptivos para esta contabilización.
- Ser titular, depositario o tener disposición de una concesión o licencia para desarrollar industria privada con objeto del desarrollo de inventos para el industrial.

Según esta ley, en Italia existen dos tipos de plataformas de *crowdfunding*:

- Las plataformas ordinarias.
- Las plataformas de gestión de banca, o también llamadas sociedades de inversión reglamentada.

En una plataforma ordinaria un solo sujeto puede invertir hasta 500 euros en un solo proyecto y con un máximo de 1.000 euros por año. Una sociedad puede invertir en cambio, hasta 5.000 euros en un solo proyecto con el máximo anual de 10.000 euros.

En las plataformas de gestión de banca o sociedades de inversión reglamentada, el inversor tras haber sido aprobado o acreditado por la CONSOB (institución pública

responsable de la regulación de los mercados financieros italianos), se le autoriza para inversiones superiores a 500 euros siempre y cuando supere el test MIFID de conocimiento sobre operaciones e instrumentos financieros. En este tipo de plataformas de gestión de banca también habrá de añadirse el requisito cuantitativo de la presencia de inversores profesionales o acreditados en al menos un 5% del capital del proyecto financiado.

Con el Decreto Legge n. 3 de 24 de enero de 2015 (“Decreto Crescita 3.0”) se introdujeron algunas innovaciones importantes, particularmente en el *crowdinvesting*. Sobre todo hacia el lado de la financiación que pueden adquirir mediante *crowdfunding* las PYMES (PMI en Italia). En Italia las PYMES son aquellas sociedades con menos de 250 trabajadores y una facturación inferior a 50 millones de euros.

Una PYME emprendedora o innovadora será aquella que satisfaga al menos 2 de los siguientes requisitos:

- Tener un gasto en investigación, desarrollo e innovación (I+D+I) de al menos el 3% de la diferencia entre costes y valor total de producción.
- Tener como 1/5 de empleados con título universitario o máster, o con 1/3 en posesión de una *laurea magistrale* o doctorado en España.
- Estar en posesión de una patente o *brevetto* sobre tecnología privada

Con el Decreto Crescita 3.0 las PYMES innovadoras y las start-up emprendedoras pueden tener su sede en un país europeo, eso sí, teniendo oficinas en Italia. También se permite al inversor profesional, bajo solicitud, realizar directamente una inversión del 5% del capital social.

Cada plataforma de *crowdfunding* puede decidir el grado de riesgo de cada perfil de proyecto para calificarlo, y cada inversor puede seleccionar cual es la mejor opción para financiar proyectos sin necesidad de pasar por el banco. Antes cada inversor era controlado por la CONSOB, perdiendo el sistema así mucha eficiencia.

Aún queda mucho que avanzar ya que solamente las *start-up* innovadoras y las PYMES innovadoras son los sujetos a los que se les permite el acceso a la financiación por el *crowdfunding* del que hemos hablado supra. Por otro lado, también está el límite cuantitativo expuesto anteriormente a los inversores, y también el límite objetivo impuesto ya que solamente se podrán financiar así proyectos de bienes o servicios innovadores o aquellos otros que tengan un fin público o social.

8. CONCLUSIONES.

Gracias a la innovación tecnológica el consumo y sus formas también lo han hecho. Nuestro mundo se encuentra conectado y las redes que lo unen son un escenario perfecto para el desarrollo creativo de formas de negocio. El consumo de bienes y servicios se ha visto incrementado a un nivel exponencial, y con ello las diversas formas de ofertar aquellos al público. La forma de consumir tan variable y variada, contando con un amplio abanico de opciones, ha permitido que el consumidor forme parte de la cocreación de ese proceso de consumo y, obviamente, en la creación de valor sobre los bienes y servicios ofertados.

La crisis socio-económica del 2008 iniciada con la quiebra de *Lehman Brothers* y posteriormente seguida de muchos otros negocios, entidades financieras y, sin olvidarnos también, de las familias, como un efecto domino a nivel global, provocó que la manera de buscar financiación para el nuevo florecimiento económico cambiase.

En estos años el *crowdfunding* ya existía tal y como es hoy pero apenas era un modelo conocido. El hambre siempre agudiza el ingenio y las personas que buscaban dar un empujón a sus proyectos o buscar apoyo financiero para poder llevarlos a cabo encontraron en el *crowdfunding* una vía alternativa a las antiguas

vías para lograr financiación, ya que las entidades crediticias y bancarias convencionales exigían grandes avales y condiciones un tanto abusivas, imposibles de sobrellevar para la mayor parte de las familias, de los empresarios que buscaban reflotarse y, de los nuevos emprendedores que trataban de establecerse mediante un proyecto empresarial concreto.

El altruismo está estrechamente unido a la necesidad. La precariedad provocada por la crisis y los recortes presupuestarios que la siguieron, sobre todo en sectores de I+D+I, de los que tanto dependen otros como la Sanidad o la Educación, y de los que solamente nos acordamos cuando ocurren calamidades como la que estamos viviendo. La nueva y repentina crisis del virus COVID-19 y la pandemia que le sigue ha hecho reaccionar al ser altruista que los seres humanos llevamos dentro, incrementando el número de proyectos de crowdfunding basados en donaciones con el fin de parar la situación de emergencia sanitaria y la saturación del sistema de salud. Ejemplo claro es el proyecto denominado *Respiradores-Fighting COVID-19*⁵⁰. Como digo, esto sólo es un ejemplo de los muchos otros que le han precedido para fines igual de legítimos. Y como dije *supra*, con el apoyo del pequeño esfuerzo de mucha gente seremos capaces de vencer en el desafío más grande. Sólo hay que aprender a concentrarlo mediante un cauce. El caudal del esfuerzo y la microfinanciación, al igual que en los grandes ríos con sus afluentes, será más fuerte si es unitario.

Me atrevería a asegurar que, tras las noticias de estas últimas semanas de abril de 2020 por culpa de la crisis sanitaria mundial del COVID-19, el acceso a la financiación clásica se va a reducir y va a incrementarse la vía del *crowdfunding*. Todo ello por la crisis económica que se avecina tras haberse paralizado por un largo periodo de tiempo la vida social y, en consonancia, la actividad económica en casi todo el globo. Me hago aquí eco de un titular periodístico del diario económico *Expansión* (del 1 de mayo de 2020) que dice así «*El Gobierno prevé que el PIB se*

⁵⁰ <https://es.gofundme.com/f/546pc3-fighting-corona-v> . Accedido el 27/3/2020.

hunda un histórico 9,2%, el paro se dispare al 19%, el déficit al 10,34% y la deuda al 115,5% este año»⁵¹.

	<i>PIB real</i>	<i>Consumo privado</i>	<i>Consumo público</i>	<i>Inversión</i>	<i>Exportaciones</i>	<i>Importaciones</i>	<i>PIB nominal</i>	<i>Empleo</i>	<i>Tasa de paro (%)</i>
2019	2'0	1'1	2'3	1'8	2'6	1'2	3'6	1'5	14'1
2020	-9'2	-8'8	2'5	-25'5	-27'1	-31'0	-10'1	-9'7	19'0
2021	6'8	4'7	1'8	16'6	11'6	9'3	8'7	5'7	17'2

* fuente *Expansión*⁴⁹ y Ministerio de Hacienda.

En nuestro país se prevé un descenso en el PIB del 9% en 2020, cifra astronómica si la comparamos con la crisis económica tras la quiebra de *Lehman Brothers*, cuando en España bajo entre un 4'5 y 5%. La incertidumbre socio-económica es abrumadora.

Confiamos en que la «desescalada» a la que se refiere el Gobierno sea seguida por la «V asimétrica» en el plano económico y no por una «U». Siempre que hay un desastre o una guerra la actividad económica no tarda en despegar, como ocurrió hace un siglo tras la Primera Guerra Mundial y los «felices años veinte» que la precedieron. Y, por supuesto, el *crowdfunding* tomará parte importante en ese futuro que ya nos está esperando.

9. FUENTES DOCUMENTALES.

9.1. Bibliografía

- Lázaro Sanchez, E. y De la Vega García, F., *Crowdfunding: cooperación colectiva al servicio de la financiación*, Thomson Reuters Aranzadi, 2018.

⁵¹ <https://www.expansion.com/economia/2020/05/01/5eabd6bae5fdeace108b4684.html> . Acceso 2/5/2020.

- Rodríguez de las Heras Ballell, V., «La responsabilidad de las plataformas: alcance, límites y estrategias», en AA.VV. [Moreno Serrano,E./Cazorla Gonzalez-Serrano,L. (coords.)]. *Crowdfunding: aspectos legales*, Thomson-Reuters Aranzadi, 2016.
- Carrasco Perera, *Proyecto de ley de fomento de la financiación empresarial. La financiación participativa a través de plataformas de "crowdfunding"*, Revista CESCO de Derecho de Consumo Nº 12/2014, pág.194.
- García-Pita Lastres, JL, *Plataformas de financiación*. Tirant lo Blanch, 2016.
- Marín López, M.J., “Crowdfunding, intermediario de crédito y préstamo al consumo”, Centro de Estudios de Consumo, 2015.
- N. Blanc, Mystérieux «don avec contrepartie», in Le cadre juridique du crowdfunding, sous la direction d'A.-V. Le Fur, Société de Législation comparée, 2014.
- De Pablo Varona, C., «La fiscalidad de la financiación participativa (“crowdfunding”)», en AA.VV., La fiscalidad de emprendimiento, Thomson Reuters Aranzadi, 2018.
- «Doñana, las raíces del panda. 50 años del Parque Natural», Panda (Revista oficial WWF España), nº145 (otoño 2019).
- Ramírez Herrera; Muñoz Campano: «El crowdlending como nueva herramienta de financiación. Análisis de su incidencia en España», Análisis financiero, nº 130 (2016).
- Tributación del crowdfunding, Soto Moya, M. Tirant Lo Blanch, 2018.
- Pedreira Menéndez, J.: «Propuestas para la reforma del sector no lucrativo. Especial consideración del régimen aplicable a las fundaciones y el mecenazgo», Quincena fiscal, nº 11/2015
- Sanz Gómez, R.J. y Lucas Durán, M.: «Implicaciones tributarias del crowdfunding o financiación colectiva». Quincena fiscal, Nº 9, 2015.
- Howe, J. «The rise of crowdsourcing». Wired Magazine vol.14 [2006/6/6].

9.2. Jurisprudencia y doctrina administrativa.

- Sentencia TJUE de 19 de abril de 2007 (Asunto C-455/05, Velvet & Steel immobilien und Handels GMBH)
- Contestación de la Dirección General de Tributos de 26 de diciembre de 2013 (V3672-13).
- Consulta vinculante a la Subdirección General de Impuestos Patrimoniales, tasas y precios públicos. Vinculante V2831-13, de 26 de septiembre de 2013.
- Consulta Vinculante a la Subdirección General de Impuestos Patrimoniales, tasas y precios públicos. V2831-13, de 26 de septiembre de 2013
- Tribunal Económico-Administrativo Central, resolución de 25 de septiembre de 2002 [02836/2000/00/00]
- Dirección General de Tributos (Resolución) Consulta vinculante V1811-16, de 25 de abril de 2016.
- Dirección General de Tributos (Resolución) Consulta Vinculante DGT V2371-15 de 28 julio 2015.

9.3. Referencias a vínculos web

- <https://www.indiegogo.com/projects/cyclic-urban-bikes#/>
- https://www.msf.es/colabora/dona/ayuda-msf?gclid=CjwKCAiAx_DwBRAfEiwA3vwZYs6E-L9qr-5M2czF7UM9fTrCauw6SdzerRYIclwHmOzNujClcNbCdhoCwewQAvD_BwE&gclsrc=aw.ds
- <http://blog.uclm.es/cesco/files/2015/05/Crowdfunding-intermediarios-de-cr%C3%A9dito-y-pr%C3%A9stamos-al-consumo.pdf>
- <https://www.indiegogo.com/projects/flow-hive-2--2#/>
- <https://www.kickstarter.com/projects/getpebble/pebble-time-awesome-smartwatch-no-compromises>
- Minerva Marcos. Artículo publicado en la web de Moncloa. Podemos vuelve a pedir microcréditos a los ciudadanos a pesar del cansancio electoral. 26

- de septiembre de 2019. Accesible en <https://www.moncloa.com/podemos-pide-ciudadanos-euros-campana/>
- <Https://participa.podemos.info/es/microcreditos/informacion>
 - WebSite de BrickFunding©:
<https://www.brickfunding.com/es/news/20171004-contrato-cuentas-en-participacion-y-crowdfunding/>
 - Sergi Mateo –Social Media & Blockchain Marketing Consultant–. «Business angels y crowdinvesting para invertir en startups». Web:
<https://sergimateo.com/business-angels-crowdinvesting-invertir-startups/>
 - <https://www.fellowfunders.es/blog/2019/06/03/cervezas-dougalls-bate-todos-los-records-en-ronda-de-equity-crowdfunding-a-traves-de-una-plataforma-espanola/>
 - Mellado Benavente, F. y Argente Álvarez J., Fiscalidad Básica CISS. Wolters Kluwer. «Impuesto devengado».
https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAEAMtMSbF1jTAAASMTlwMztbLUouLM_DxbIwMDS0NDQ3OQQGZapUt-ckhIQaptWmJOcSoAgztYojUAAAA=WKE
 - <https://hoyfinanzas.com/finanzas-corporativas/diferencia-entre-acciones-y-participaciones/>
 - Ochoa, I., «El argumento del capital». Post: Conoce la fiscalidad del crowdfunding. <https://igorochoa.net/2017/10/08/fiscalidad-del-crowdfunding-donacion-recompensa-inversion-prestamo/>
 - AEAT Manuales. Accesible en:
https://www.agenciatributaria.es/AEAT.internet/Inicio/Ayuda/Manuales_Folletos_y_Videos/Manuales_practicos/_Ayuda_Folleto_Actividades_economicas/4_Impuesto_sobre_Sociedades/4_3_Tipo_de_gravamen_y_cuota_integra/4_3_Tipo_de_gravamen_y_cuota_integra.html
 - AEAT (Manual online). Accesible en:
https://www.agenciatributaria.es/AEAT.internet/Ayuda/16Presentacion/100_9_2.shtml

- Cristina Sancho. «Pro Bono Legal, faceta solidaria de los profesionales del Derecho». Wolters Kluwer España. Web:
<http://wolterskluwer.blogcanalprofesional.es/pro-bono-legal-faceta-solidaria-de-los-profesionales-del-derecho/>
- Ministerio dell'Economia e delle Finanze. Governo Italiano. Giacomo Morri e Marco Ravetta. Reale Estate Crowdfunding. Un'innovazione finanziaria per gli investimenti immobiliari. «DOI: 10.14609/ti_2_16_1i»
Web: «https://www.agenziaentrate.gov.it/portale/documents/20143/324351/Real+Estate+Crowdfunding+innovazione_Cap_2_MorriRavetta.pdf/2af50b25-e291-a598-86b3-7d772ef74d16»
- <https://es.gofundme.com/f/546pc3-fighting-corona-v>
- <https://www.expansion.com/economia/2020/05/01/5eabd6bae5fdeace108b4684.html> . Acceso 2/5/2020.