



FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS

DOBLE GRADO EN DERECHO, FINANZAS Y CONTABILIDAD

El Crowdfunding en España y sus aplicaciones en el Ocio

Trabajo Fin de Grado presentado por Joaquín José Torres Moriño, siendo el tutor del mismo Carlos Sanchis Pedregosa.

Vº. Bº. del Tutor:

Alumno:

D. Carlos Sanchis Pedregosa

D. Joaquín J. Torres Moriño

Sevilla, Junio de 2017



FACULTAD DE TURISMO Y FINANZAS
DOBLE GRADO EN DERECHO, FINANZAS Y CONTABILIDAD

TRABAJO FIN DE GRADO
CURSO ACADÉMICO [2016-2017]

TÍTULO: EL CROWDFUNDING EN ESPAÑA Y SUS APLICACIONES EN EL OCIO

AUTOR: JOAQUÍN JOSE TORRES MORIÑIGO

TUTOR: DR. CARLOS SANCHIS PEDREGOSA

DEPARTAMENTO: Economía Financiera y Dirección de Operaciones

ÁREA DE CONOCIMIENTO: Economía Financiera y Contabilidad

RESUMEN:

En este trabajo estudiaremos el crowdfunding como fuente de financiación dada la importancia que está adquiriendo en los últimos años, para ello analizaremos el concepto de crowdfunding, incluyendo sus diversas clases, así como su evolución histórica desde su origen, centrándonos principalmente en la modalidad de recompensa. Adicionalmente analizaremos algunas de las plataformas de crowdfunding de recompensa más importantes tanto a nivel internacional como a nivel español y se realizara una comparativa entre las mismas.

Posteriormente nos adentraremos en la situación del crowdfunding en España en los últimos años con el objetivo de determinar la tendencia y hacer predicciones acerca de la situación de esta modalidad de financiación en el futuro. También se estudiara la legislación aplicable a las plataformas de financiación participativa y de la misma forma se analizara el impacto fiscal que tiene esta modalidad de crowdfunding entre los diferentes sujetos participantes en el proyecto de recaudación.

Para concluir determinaremos las posibles aplicaciones del crowdfunding en el mundo del ocio, ilustrando a través de ejemplos reales posibles usos.

TÉRMINOS CLAVE:

Plataformas de financiación participativa; crowdfunding de recompensa; fiscalidad del crowdfunding.

ÍNDICE

1	INTRODUCCION	7
1.1	CONCEPTO DE CROWDFUNDING	7
1.2	ORIGEN HISTORICO Y EVOLUCION.....	9
1.3	CLASES DE CROWDFUNDING	11
1.3.1	CROWDFUNDING DE RECOMPENSA	12
1.3.2	CROWDFUNDING DE DONACION	13
1.3.3	CROWDFUNDING DE EQUITY	13
1.3.4	CROWDFUNDING DE PRESTAMO	14
1.3.5	CROWDFUNDING INMOBILIARIO	15
2	PRINCIPALES PLATAFORMAS	17
2.1	KICKSTARTER.....	17
2.2	INDIEGOGO	18
2.3	ULULE.....	19
2.4	VERKAMI.....	19
2.5	LANZANOS	20
2.6	PLATAFORMAS ESPECIALIZADAS.....	20
2.6.1	Experiment	20
2.6.2	Doafund.....	21
2.6.3	Libros.com	21
2.6.4	Mi aportación	21
2.6.5	TinFunding.....	22
2.7	COMPARATIVA DE PLATAFORMAS	22
3	CROWDFUNDING EN ESPAÑA.....	25
4	ASPECTOS LEGALES DEL CROWDFUNDING	31
4.1	JUMPSTART OUR BUSINESS STARTUPS (JOBS).....	31
4.2	LEY DE FOMENTO DE LA FINANCIACION EMPRESARIAL	31
4.3	SITUACION LEGAL DEL CROWDFUNDING DE RECOMPENSA.....	33
4.4	FISCALIDAD DE LA FINANCIACION A TRAVES DE CROWDFUNDING	35
4.4.1	Patrocinadores.....	35
4.4.2	Promotor.....	36
4.4.3	Plataforma intermediaria	37

5	CROWDFUNDING EN EL MUNDO DEL OCIO	39
5.1	VOLUMEN DE NEGOCIO	39
5.2	COSTES DEL PROYECTO.....	39
5.3	EFEECTO DE LOS MEDIOS SOCIALES	40
5.4	POSIBLES APLICACIONES Y EXPERIENCIAS PREVIAS.....	42
5.4.1	Televisión y cine	42
5.4.2	Juegos.....	43
5.4.3	Libros.....	44
5.4.4	Hostelería	44
5.4.5	Edificios y obras de interés cultural	44
6	CONCLUSIONES.....	45
7	BIBLIOGRAFÍA.....	47
8	ANEXOS.....	49
8.1	LISTA PLATAFORMAS NACIONALES CROWDFUNDING.....	49

Relación de Tablas

Tabla 1-1 Recaudación del Crowdfunding a nivel global	10
Tabla 1-2 VC vs. Crowdfunding vs. Angel	11
Tabla 1-3 Cantidad recaudada en países europeos en 2015	11
Tabla 1-4 Recaudación por tipo de plataforma	12
Tabla 2-1 Recaudación Kickstarter	18
Tabla 2-2 Proyectos financiados sin éxito	18
Tabla 2-3 Comparativa de plataformas	23
Tabla 3-1 Volumen de capital medio recaudado en España estimado de 2015 a 2021 en dólares	25
Tabla 3-2 Recaudación del crowdfunding los años 2015-2016 en España	26
Tabla 3-3 Recaudación del crowdfunding de inversión los años 2015-2016 en España	26
Tabla 3-4 Recaudación del crowdfunding de no inversión los años 2015-2016 en España	27
Tabla 3-5 Plataformas inscritas en la CNMV	28

1 INTRODUCCION

La búsqueda de financiación ha sido un problema que han tenido que enfrentar todas las empresas de nueva creación a lo largo de la historia, el cual no ha hecho más que incrementarse en los últimos años debido a la mala coyuntura económica, esta necesidad originalmente se satisfacía con la financiación aportada por los círculos cercanos al emprendedor que comenzaba la actividad, empezando por si mismo, pasando por sus amigos y familiares y acabando en la búsqueda de socios y financiación proveniente de diferentes entidades, generalmente financieras. Pero hoy en día la realidad económica ha derivado en una situación en la cual los pequeños inversores carecen de cantidades relevantes para realizar operaciones de inversión prefiriendo muchos optar por una actitud proteccionista con sus ahorros, mientras que los grandes inversores se han vuelto increíblemente más exigente con sus inversiones, pidiendo unas mayores rentabilidades, o más seguridad en la inversión, haciendo que estas formas de financiación clásicas sean poco accesibles para proyectos arriesgados.

Esta búsqueda de financiación siempre ha resultado costosa y difícil para el emprendedor pero con el desarrollo de las tecnologías de la información ha surgido una nueva fuente de financiación alternativas que se han extendido como la pólvora, tal como el crowdfunding que es el resultado de un incremento en la facilidad de las personas para ponerse en contacto y poder llevar a cabo proyectos en común, donde antes resultaba tremendamente complicado poner en consonancia a más de un centenar de personas para que aporten capital a un proyecto teniendo que montar verdaderos operativos para recaudar un capital que es posible que ni siquiera se lograra, ahora basta con una página web y algo de marketing para obtener esa financiación tan necesaria, siempre y cuando se logre atraer a los mecenas. Esto es gracias a las nuevas tecnologías que han disminuido en gran medida el tamaño del mundo, donde anteriormente el radio de actuación de un emprendedor para buscar financiación se limitaba enormemente a su barrio o su ciudad, ahora con la globalización y el uso de internet a prácticamente nivel global el campo de actuación de un emprendedor se ha extendido enormemente.

1.1 CONCEPTO DE CROWDFUNDING

El crowdfunding pese a tener una gran variedad de nombres por los que es conocido, como micromecenazgo, financiación colectiva o financiación masiva (aunque el término más extendido es el anglicismo crowdfunding), no tiene una definición determinada y establecida que sea de aplicación a todas las modalidades de crowdfunding, como ejemplo de ello tenemos la definición del mismo que hace la ley 5/2015, de 27 de abril, de fomento de financiación empresarial, donde se le conoce bajo el nombre de plataformas de financiación participativa, pero este término solo es aplicable a las plataformas de crowdfunding de inversión, y no a las plataformas de recompensa y donación como veremos más adelante al tratar los aspectos legales del crowdfunding.

Tal es la situación que el término crowdfunding no se encuentra recogido en la Real Academia Española, recomendando esta que cuando queramos referirnos a este sistema de financiación abogemos por usar el término micromecenazgo, en lugar del anglicismo por el que todos conocemos a estas plataformas.

Pero pese a no existir una definición establecida por ningún organismo especializado en terminología, todos los nombres por lo que se le conoce atienden a un mismo concepto establecido en la comunidad que nos permite una definición inficiosa del crowdfunding como proceso por el cual se busca aportaciones por parte de un colectivo de individuos a través de programas informáticos, usualmente páginas

web, para reunir un capital con el cual llevar a cabo una empresa o un proyecto, a través de esta proceso se puede evitar en cierta medida tener que acudir a grandes inversores, bussines angels o entidades de capital riesgo pudiendo acudir a pequeños contribuyentes que en su conjunto provean el mismo capital pero con unas condiciones más favorables y con menores requisitos, llegando a darse el caso de que las contribuciones realizadas no impliquen ningún coste asimilándose a una donación.

Del concepto de crowdfunding se puede obtener una serie de características presentes en todas las modalidades de crowdfunding que lo caracterizan como fuente de financiación, independientemente de la finalidad que tenga el crowdfunding

En primer lugar su carácter digital, las plataformas de crowdfunding por el objetivo que persiguen tienen que ser eminentemente digitales, ya sea a través de aplicaciones móviles o de páginas web. El objetivo de una plataforma de crowdfunding es el llegar al mayor número de individuos con la mayor facilidad para el promotor del proyecto y para los patrocinadores, en un mundo donde las tecnologías de la información y la comunicación están cada vez más presentes, y el acceso a internet tiene ya alcance global y generalizado, una plataforma de crowdfunding basada en un formato puramente físico no solo está desfasado sino que resultado del todo improductivo, por ello que las principales plataformas tienen como característica no solo principal sino también esencial el formato informático de la plataforma.

En segundo lugar el carácter colectivo de la solicitud, las plataformas de crowdfunding no están dirigidas a captar individuos específicos ni colectivos determinados, se acepta cualquier contribución que se haga no investigando la situación económica ni personal del patrocinador así como sus intereses personales, se trata de una solicitud publica a la que puede acudir cualquier interesado, sin perjuicio de que el proyecto vaya enfocado u orientado a cierto sector, cualquier ayuda recibida es bienvenida, el limite a este carácter colectivo del crowdfunding lo encontramos en su modalidad de inversión, donde para proteger a los individuos inversores y a sus intereses se hace distinciones en su formación y en su labor profesional, teniendo limites de inversión aquellos individuos que no estén acreditados como profesionales, de estos límites hablaremos con más detalle posteriormente.

Uno de los inconvenientes de que cualquiera pueda realizar aportaciones y no se haga ningún control sobre la procedencia de la aportación o las condiciones personales del individuo consiste en que recaiga saber las plataformas de crowdfunding sospechas de ser utilizadas como plataformas de blanqueo de capitales, aspecto que está cobrando importancia y que está impulsando la regulación de las mismas, de igual forma las plataformas de crowdfunding tienen grupos de investigación asignados para supervisar la buena fe y legalidad del proyecto, como ejemplo de ello tenemos Kickstarter que somete a análisis el proyecto antes de publicarlo tal y como establece en su página web al explicarle al promotor del proyecto el funcionamiento de la pagina.

La tercera característica es el importe de las aportaciones, las aportaciones que se aceptan en las plataformas no suelen tener límites, y si los tienen suelen ser cantidades bastante elevadas como es el caso de Kickstarter que en España la contribución máxima por proyecto es de 8.500 € por persona, limite recogido en las condiciones de la contribución en su dominio, la regla general es que las aportaciones sean de escasa cuantía puesto que en estas plataformas priman el numero de patrocinadores sobre el valor de las aportaciones, de ahí el prefijo micro a la palabra mecenazgo. Esto se ve especialmente reflejado en los crowdfunding de recompensa donde se da una recompensa en función de la contribución, recompensa que se empieza a entregar desde muy escasa cuantía generalmente, como ejemplo de uno de tantos tenemos el videojuego Atom RPG, impulsado por Kickstarter, que aporta recompensa desde 5\$, habiendo llegado a reunir 24.088\$ de un total de 802 patrocinadores, dando una media de contribución de 30 euros por patrocinador como queda reflejado en su proyecto de financiación recogido en la página de Kickstarter.

1.2 ORIGEN HISTORICO Y EVOLUCION

En cuanto al origen del histórico del crowdfunding si desprendemos la característica digital de la plataforma de recaudación podemos encontrar su primer acto en 1883, como recoge la pagina Universo Crowdfunding al hablar del micromecenazgo en monumentos históricos, cuando Joseph Pulitzer, a través de su periódico organizo una plataforma de financiación con el objetivo de finalizar la Estatua de la Libertad de Nueva York a cambio de una réplica de la estatua de la libertad y el reconocimiento de su aportación en el periódico, lo que actualmente seria una recompensa típica de este modelo, de esta forma en 6 meses se recaudaron 100.000\$, lo que sería equivalente a varios millones de dólares hoy en día, con la colaboración de 125.000 ciudadanos. Nótese la tardanza de la recaudación con respecto a las plataformas actuales, donde Indiegogo recomienda que la duración del proyecto no exceda los 40 días en base a estudios estadísticos.

Si entendemos el crowdfunding en su sentido más actual el origen lo encontramos en el año 1997 donde se realizo el primer crowdfunding de la historia reconocido como tal y al cual se le atribuye generalmente el origen del crowdfunding, el cual no fue realizado por ninguna empresa, ni ningún proyecto empresarial, o por un equipo de inversión, sino por una banda de rock británica, de nombre Marillion, que tal y como manifestó a lo largo de entrevistas obtuvo a través de su plataforma de fans la financiación que necesitaban para llevar a cabo su gira musical por Norte América, llegando a reunir en una época donde el acceso a internet no estaba tan extendido como ahora y por tanto el número de individuos a los que alcanzaba la oferta era menor, la cantidad de £39.000 (unos 60.000\$) pudiendo realizar su viaje a estados unidos gracias a la inestimable ayuda de sus fans, en un momento en el que la banda no ganaba el dinero suficiente para sobrevivir, su forma de captar capital consistió en mandar a todos los individuos recogidos en su base de datos de fans un adelanto de su nuevo álbum para que pudieran escuchar trazos de un disco que podría no llegar a realizarse nunca sin financiación, lo cual les sirvió para vender por adelantado 12.000 unidades. Esta actuación sirvió de inspiración e inicio un movimiento de financiación que impulso a la plataforma ArtistShare en 2001 la cual es la primera plataforma mundial de crowdfunding para artistas, permitiendo poner en contacto a estos últimos con sus fans haciendo las labores de intermediación entre ambos grupos de interés, de esta plataforma han salido numerosos artistas premiados incluyendo 10 premios Grammy y 29 nominaciones a los Grammy hasta el día de hoy y se sigue encontrando en funcionamiento.

Otro momento relevante en la cronología histórica de este proceso de implantación del crowdfunding como alternativa a la financiación bancaria lo encontramos en el año 2005, cuando una organización sin ánimo de lucro llamada Kiva, a través de internet fundo una plataforma de préstamos de escasa cuantía para zonas de todo el mundo con el cual se llevan a cabo diferentes empresas y actividades, como aliciente se permite a los contribuyentes estar informados de cómo avanza su inversión, lo cual ha supuesto una considerable ayuda para gente necesitada alrededor de todo el mundo que de otra forma no hubieran podido llevar a cabo sus proyectos todo viene detallado en su página web, esta plataforma seria imitada por diferentes entidades sin ánimo de lucro para llevar a cabo proyectos solidarios en zonas subdesarrolladas y hasta en países del primer mundo en sectores en riesgo de exclusión social.

Pero el verdadero momento de inflexión lo encontramos en 2009, el 28 de abril exactamente, con la inauguración de la plataforma principal de crowdfunding Kickstarter tal y como la misma plataforma recoge en su página web y que daría forma a la financiación colectiva en cualquier ámbito sin encontrarse limitado a los artistas, esta plataforma la comentaremos en detalle más adelante, seguida muy de cerca por Indiegogo fundada ese mismo año.

En el caso concreto de España, el crowdfunding tuvo su origen casualmente también de la mano de un grupo de rock, Extremoduro, que planteo una acción de crowdfunding, en su caso sin uso siquiera de una plataforma digital, sino vendiendo papeletas por valor de 1.000 pesetas y todos aquellos que aportaran dinero recibirían cuando se grabara el disco que se llevaría a cabo con el dinero de las papeletas vendidas, consiguiendo recaudar 250.000 pesetas. Posteriormente a este evento se producirían muchas más actuaciones de crowdfunding y se abrirían diferentes plataformas de origen español.

Si atendemos al futuro del crowdfunding desde su implantación en la comunidad internauta el crowdfunding no ha parado de crecer, nos basta con atender a la información recogida en el informe anual de 2016 sobre Crowdfunding realizado por Universo Crowdfunding para analizar la tendencia y la evolución de este sistema de financiación.

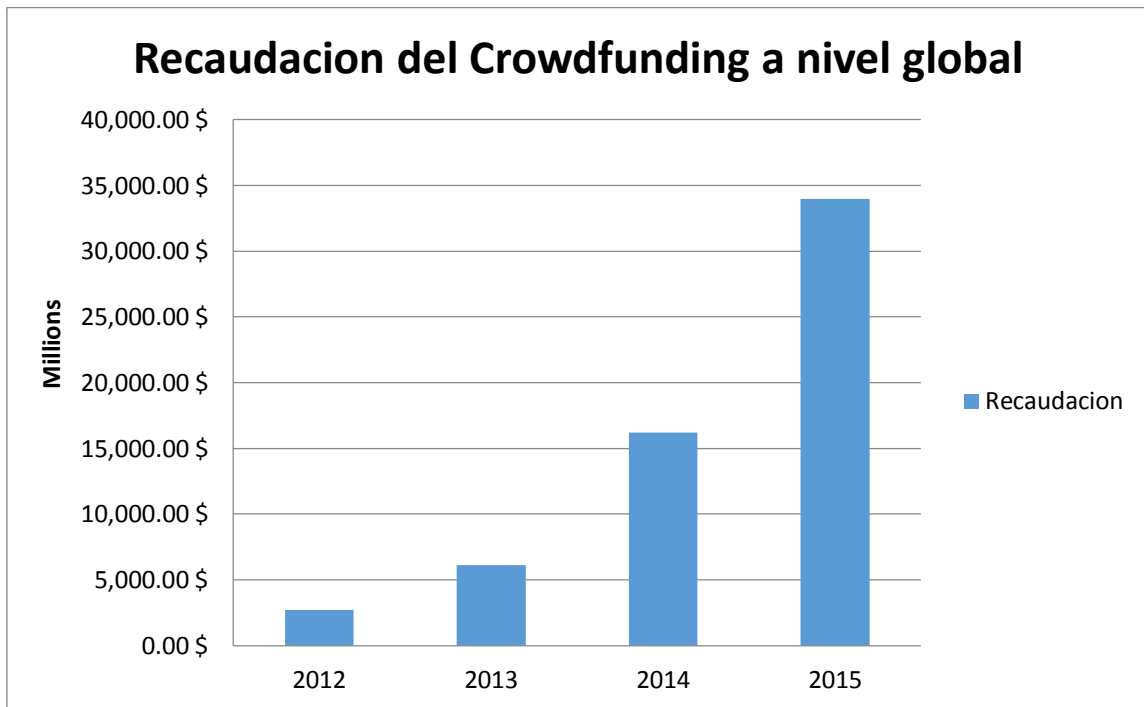


Tabla 1-1 Recaudación del Crowdfunding a nivel global

Fuente: *Elaboración propia con datos del "Informe anual de Crowdfunding en España 2016"*

En esta grafica podemos observar como la cantidad recaudada se incrementa de forma exponencial desde 2012, duplicándose el volumen de la recaudación prácticamente con respecto al año anterior, si atendemos a las cifras de forma anual, en el año 2012 se movieron en el mundo 2.700 millones de dólares que aumentaron en un 126% de cara al año 2013, donde se recaudaron 6.100 millones, cifra que siguió aumentando a una tasa de 166% en 2014 alcanzando los 16.200 millones y encontrando su tope en 2015 al encontrarse la cifra de 34.000 millones, suponiendo un incremento de 110%. Según estimaciones recogidas se espera alcanzar la cifra de 100.000 millones de dólares para el año 2019, y si analizamos la tendencia vemos que no resulta para nada descabellado, es mas el Banco Mundial estima que en el año 2020 el volumen de negocio de las plataformas de crowdfunding alcanzara los 90 billones de dólares, aunque la tendencia indica que se podría alcanzar esta cifra antes si se mantiene el mismo nivel de crecimiento.

Si analizamos la tendencia del crowdfunding entre los años 2009 y 2015 con respecto a la tendencia de los Venture Capital y los Bussines Angel podemos ver como el crowdfunding no solo alcanza rápidamente como fuente de financiación empresarial a las otras modalidades sino que si la tendencia persiste las dejara

relegadas a un segundo plano, convirtiéndose en fuentes de financiación secundarias con un menor peso en el mercado.

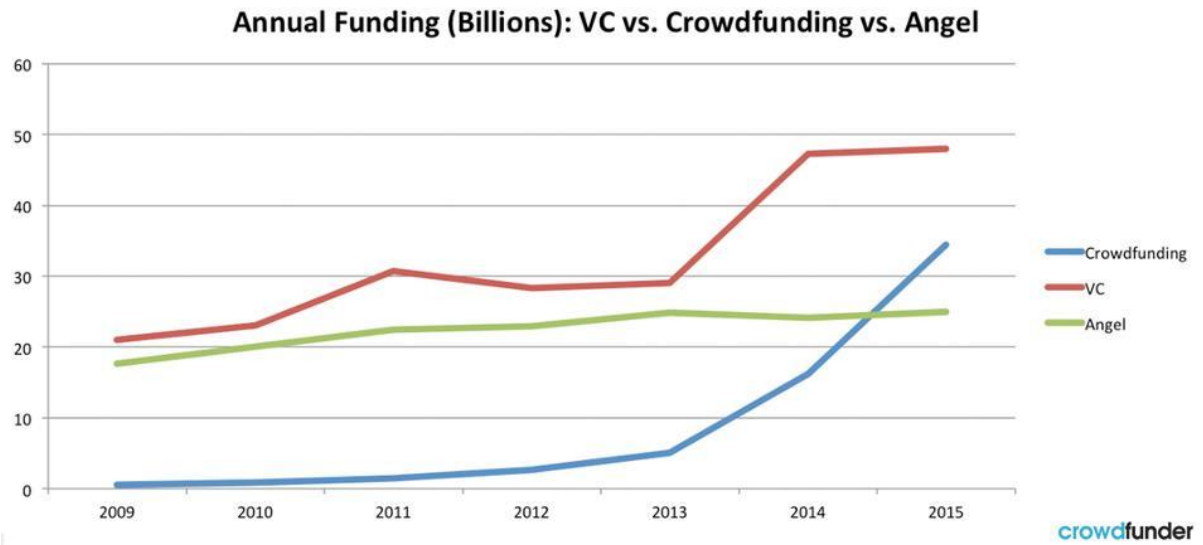


Tabla 1-2 VC vs. Crowdfunding vs. Angel

Fuente: Crowdfunder

Las plataformas más importantes se encuentran establecidas en estados unidos lo cual hace de Norteamérica la región líder en crowdfunding seguido de Asia y Europa. Dentro del ámbito europeo tiene el predominio reino unido, siendo el país que más recauda en este tipo de plataformas, como vemos en la siguiente grafica.

Cantidad Recaudada en países europeos en 2015 (millones de euros)

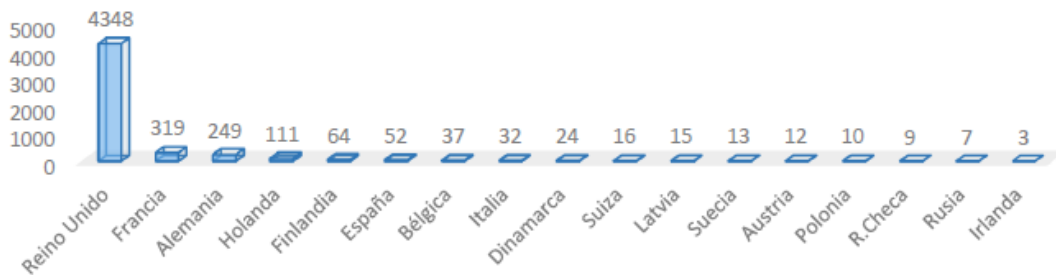


Tabla 1-3 Cantidad recaudada en países europeos en 2015

Fuente: Statista

Estas graficas ponen de manifiesto que el crowdfunding no ha consistido en una moda pasajera y que no se pueden dejar de lado esta tendencia que va adquiriendo solidez y volumen, que indica que el crowdfunding se está asentando como método de financiación alternativo, estableciéndose como una de las principales fuentes a tener en consideración de parte de las PYMES en la búsqueda de financiación.

1.3 CLASES DE CROWDFUNDING

Existen diferentes modalidades de crowdfunding orientadas a fines diversos en función de la voluntad de promotores y patrocinadores, dentro del crowdfunding hay dos categorías principales en las que dividir las plataformas de financiación, por un lado

está el crowdfunding de inversión, aquel del que se espera un retorno económico y se trata como una operación financiera donde se busca recuperar más dinero del invertido, dentro de esta categoría se encontraría el crowdfunding de equity y el crowdfunding de préstamo.

Por otra lado se encontraría el crowdfunding de no inversión, aquel que no se espera retorno sino la consecución del objetivo del proyecto financiado, siendo la meta el objetivo en sí mismo. Dentro de esta categoría se encontrarían las modalidades de recompensa y de donación.

Recaudación por tipo de plataforma (millones de Dólares)

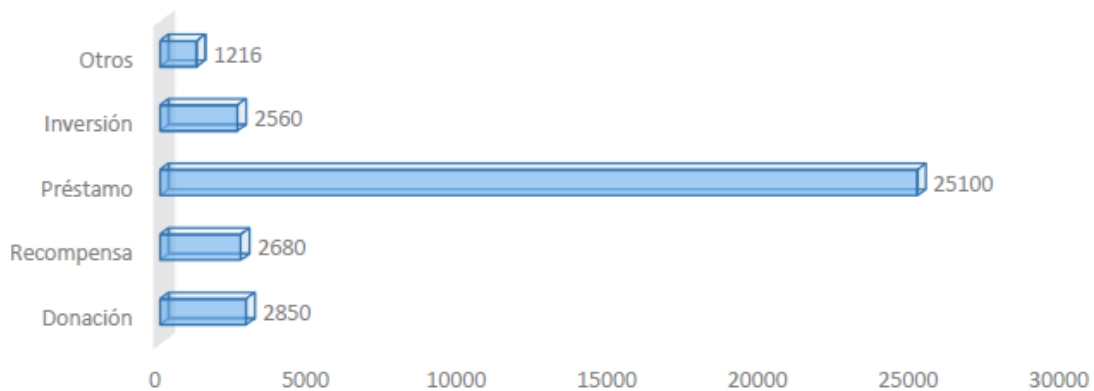


Tabla 1-4 Recaudación por tipo de plataforma

Fuente: Massolution

1.3.1 CROWDFUNDING DE RECOMPENSA

La primera categoría de crowdfunding que vamos a analizar es el crowdfunding de recompensa, categoría muy extendida que se ha ido popularizando en los últimos años, para determinar el concepto de crowdfunding de recompensa acudiremos a la guía básica de crowdfunding llevada a cabo por Valenti Acconcia. En esta modalidad de crowdfunding hay un promotor que busca la realización de un proyecto, el cual consiste generalmente en la producción de un producto a raíz de una idea propia e innovadora, y para ello acude a patrocinadores, que aportaran lo que consideren oportuno en base al interés que tengan en el proyecto.

Como contraprestación por la aportación, el promotor se compromete a entregar una recompensa al patrocinador, la cual puede optar una amplia variedad de modalidades, desde merchandising, ediciones limitadas, o reconocimientos, hasta la posibilidad de influir en el producto final de alguna forma. Las recompensas se encuentran divididas en tramos, de tal forma que a mayor aportación mayor recompensa, siendo estas habitualmente acumulativas, de tal forma que se obtengan las recompensas de los tramos inferiores al que se encuentra la aportación entregada. Estas recompensas pueden no ser ilimitadas, encontrándose condicionadas al alcance de un cierto número, principalmente en los tramos superiores, donde las recompensas tienen un alto impacto en el proyecto, ya sea en su producción o en su resultado final.

Hay diversas plataformas de esta modalidad de crowdfunding, siendo la más numerosa junto las plataformas de donación, las cuales veremos con detalle en el siguiente capítulo, aunque como detalle a resaltar, tan solo la plataforma de Kickstarter, la mayor plataforma de recompensa a nivel global recauda 1 millón de dólares al día.

Si bien atendiendo a la tabla 1-3 no es la modalidad de crowdfunding que más dinero mueve en comparación a las demás plataformas si es verdad que es la más conocida de forma indiscutida.

1.3.2 CROWDFUNDING DE DONACION

El crowdfunding de donación es la segunda modalidad de crowdfunding de no inversión, en esta modalidad al igual que en la anterior no se espera ningún tipo de beneficio económico como se establece en la guía básica de crowdfunding, pero en este caso se va mas allá, no esperándose ni siquiera una recompensa por la aportación entregada independientemente de la cantidad aportada.

El ánimo del promotor y del patrocinador en este caso suele ser la consecución de un fin altruista, con intención de implementar una mejora social o cubrir una necesidad personal. No interesa la recompensa porque suele ser suficiente recompensa para ambas partes la gratificación de llevar a cabo una actividad solidaria, un ejemplo de campañas de esta modalidad de crowdfunding la encontramos en la campaña para ayudar a Nepal tras los terremotos sufridos el 5 de abril de 2015.

Muchas plataformas tienen este enfoque solidario pero se comportan como un crowdfunding de recompensa, puesto que ambas cosas no están reñidas entre si, y una recompensa, por escasa que sea, ayuda a incentivar las donaciones y permite recaudar una mayor cantidad de capitales.

Normalmente las plataformas enfocadas a esta modalidad de crowdfunding suelen ser organizaciones sin ánimo de lucro, como ONG o plataformas de colaboración ciudadana, y no cobran comisiones por sus servicios o las necesarias para el mantenimiento de la plataforma, sin buscar en ningún momento un beneficio económico.

En esencia un crowdfunding de donación no se distingue mas allá de las clásicas recaudaciones de fondos para causas benéficas que la metodología de captación y recolecta de fondos, que en el crowdfunding tiene como base internet para llegar a los interesados y aumentar la publicad de la campaña, que es la que generalmente determina el éxito de la misma.

1.3.3 CROWDFUNDING DE EQUITY

El crowdfunding de equity se encuentra entre los crowdfunding de inversión junto con el crowdfunding de préstamo y está determinado por el ánimo de lucro. Siguiendo la línea de definiciones dadas por Valenti Acconcia en su guía, en esta modalidad de crowdfunding al igual que las anteriores, el promotor del proyecto busca financiación para iniciar el mismo, pero al contrario que las otras modalidades la contraprestación por la aportación consiste en hacer partícipe del capital y de los beneficios del proyecto a los patrocinadores del mismo.

En este caso esta modalidad actúa como una forma de buscar inversores interesados en el proyecto a nivel económico, no interesándose tanto en la realización del proyecto en si mismo sino en la obtención de retornos, de la misma forma que si se acude a otras formas de financiación como bussines angels o sociedades de capital riesgo. De esta forma el atractivo principal para los contribuyentes es el retorno económico, a mayor retorno mayor interés en el proyecto y por tanto una mayor recaudación en la campaña de crowdfunding.

Por el funcionamiento de esta modalidad de crowdfunding es necesario la existencia de una sociedad de capital y la posibilidad de retribuir beneficios a los patrocinadores, que en este caso encajan en el papel de inversores y no de mecenas, con los derechos que ello comporta.

Esta financiación se puede enfocar de diversas formas, por un lado se puede llevar a cabo en las fases tempranas del proyecto como método para sufragar los

costes y necesidades principales, mientras que por otro lado se puede realizar en etapas de crecimiento de start-up, para conseguir la financiación para expandirse usando la tendencia del negocio como aval ante los potenciales inversores de las expectativas de retorno.

El crowdfunding de equity por su carácter económico se encuentra mucho más regulado en el ámbito jurídico como trataremos más adelante, dado que las características de este crowdfunding lo hacen más complejo asimilándose a una relación mercantil entre promotor y patrocinadores, existiendo varios requisitos tanto para las plataformas como para los inversores que se encuentran limitados en sus aportaciones y en los riesgos que pueden tomar.

Esta modalidad permite el acceso de pequeños inversores en el mercado de las start-up, pudiendo contribuir y participar con una pequeña cantidad de capital, repartiéndose el riesgo de la inversión entre un mayor número de individuos.

1.3.4 CROWDFUNDING DE PRESTAMO

El crowdfunding de préstamo, también conocido bajo el término crowdlending, se trata de otra modalidad con carácter financiero que compone la vía alternativa más importante de cara a la financiación bancaria. En esta modalidad la inversión llevada a cabo tiene el carácter y tratamiento de préstamo y no de capital social, donde la figura del prestamista la compone el colectivo de individuos que participan de la financiación, teniendo el promotor del proyecto la posición de prestatario.

Según “Plataformas de financiación participativa y financiera crowdfunding” de Jose Luis Garcia-Pita y Lastres, en esta figura las plataformas de crowdlending tienen una labor más compleja que la de los crowdfunding de recompensa y donación puesto que antes de presentar un proyecto al público examinan la solvencia y capacidad de reembolso del promotor. El dinero recaudado por esta vía tiene el mismo tratamiento que cualquier préstamo tradicional, con unos plazos de reembolso y una tasa de interés preestablecidos de antemano, este interés queda determinado por la media de todos los intereses más bajos ofertados por todos los inversores hasta conseguir el 100% de lo solicitado, lo cual no significa que si el inversor estableció un tipo de interés superior al promedio reciba un interés de retorno inferior, sino que se le respetará la exigencia de interés en caso de encontrarse dentro del capital solicitado (en detrimento de aquellos que préstamo lo dieron a un tipo de interés inferior al promedio).

Se trata de la modalidad de crowdfunding que más dinero mueve en el mercado a nivel global, como queda claramente retratado en la tabla 1-4 encontrándose muy por delante del resto de plataformas de financiación participativa, esto es debido a la cantidad de inversores que buscan una rentabilidad de sus ahorros superior a los planes de ahorros ofertados por las entidades financieras. Esta modalidad de financiación les permite ponerse en contacto directamente con los individuos solicitantes del préstamo y tomar decisiones con toda la información a su disposición, pudiendo elegir el riesgo al que se someten y el interés que valoran que merece ese riesgo.

Uno de los motivos que están impulsando esta modalidad de financiación es la alta rentabilidad de los préstamos otorgados para los prestamistas, puesto que la rentabilidad del crowdlending es superior a los productos de inversión ofertados por entidades financieras como son los depósitos a plazo fijo o los bonos de deuda de Estados solventes. Si atendemos a las cifras las rentabilidades del crowdlending se encuentran en un interés de retorno del 5% al 8% de promedio como recoge la plataforma Crowdlending.es, cifras que se encuentran muy por encima de la rentabilidad ofertada por depósitos y los bonos donde nos encontramos con rentabilidades del 1-2%

Otra ventaja del crowdlending la encontramos en su liquidez, puesto que varias plataformas están incorporando paulatinamente a sus servicios mercados secundarios donde los prestamistas pueden vender su participación en caso de necesidad de liquidez inmediata, si bien esta liquidez no está exenta de riesgo puesto que dependiendo de la evolución de la empresa y las condiciones del préstamo puede estar más o menos demandado.

1.3.5 CROWDFUNDING INMOBILIARIO

Esta no es una de las grandes modalidades del crowdfunding, siendo muchas veces obviada durante la realización de análisis dado que su implantación es excesivamente reciente, de esta forma según el informe de crowdfunding en España de 2016 de Angel Gonzalez y Javier Ramos, no había constancia de ella hasta el año 2016 careciendo de datos de esta modalidad en 2015 , pero debido al crecimiento que está experimentando esta modalidad, y la importancia que está adquiriendo en el ámbito español esta modalidad de inversión, creemos que es relevante su mención y aclaración en qué consiste.

Esta modalidad de crowdfunding, como de su nombre se desprende, se centra en el mercado inmobiliario y su especialidad la encontramos en el hecho de que los proyectos se realizan sobre inmuebles, invirtiendo en la construcción de casas u otros proyectos inmobiliarios, reduciendo el peso de los bancos en la necesidad de financiación de productos inmobiliarios que requieren una gran inversión para ser llevados a cabo.

La rentabilidad de estos proyectos suele ser muy elevada, oscilando entre el 4% y el 15% según la plataforma InvesReal, el funcionamiento de esta modalidad consiste en que cada operación inmobiliaria establece un coste total de inversión que se reparte proporcionalmente entre todos los inversores en función de su aportación, adquiriendo el estatus de copropietario e la misma proporción. La plataforma de crowdfunding es administrada con la finalidad de obtener rentabilidad durante un periodo de tiempo que varía en función del objetivo del proyecto. Al finalizar el proyecto el inmueble es vendido con la intención de obtener un retorno que cubra la inversión llevada a cabo y adicionalmente genere beneficios.

Plataformas relevantes de esta modalidad tenemos Housers, Privalore o InmoCrowd plataformas que permiten aportaciones desde cifras muy reducidas, pudiendo invertir en el mercado del ladrillo con tan solo 50 €.

2 PRINCIPALES PLATAFORMAS

Hay una gran variedad de plataformas existentes en el mercado de diversas modalidades y con características diferenciadoras. A continuación vamos a analizar algunas de las plataformas más representativas a nivel nacional e internacional, dado que comentar y comparar la totalidad de las plataformas existentes sería un trabajo de investigación en sí mismo.

2.1 KICKSTARTER

Kickstarter es una de las principales plataformas a nivel mundial de nacionalidad americana, en su página web nos dan toda la información relativa a su origen histórico así como su funcionamiento y datos sobre recaudación, esta plataforma se remonta al año 2009, concretamente el 28 de abril, aunque su inclusión en el mercado español se produjo en el año 2015 el 2 de junio, cuando abrió oficialmente el servicio de su plataforma al mercado español, meses antes de que Kickstarter cambiara su forma jurídica y pasara de tratarse de una corporación (Inc.) a una Corporación de Beneficio Público (PBC), fue creada por Perry Chen el cual es el actual presidente de la compañía. Esta compañía se centra en productos de ocio como juegos de mesa, videojuegos o comics.

El modelo de negocio de Kickstarter consiste en cobrar una comisión sobre los proyectos que han logrado financiarse exitosamente dentro del plazo de tiempo establecido, de tal forma que Kickstarter deduce de los fondos recaudados un 5% del total, por el lado contrario en caso de que no se alcance la meta objetivo de la financiación no se llevara a cabo el cobro de ninguna comisión, de la misma forma que el solicitante de la financiación no recibirá ninguna contribución por parte de los mecenas, siguiendo por tanto un modelo de todo o nada donde si no se alcanza la meta establecida dentro del periodo determinado, el cual tiene un máximo de 60 días, la financiación no se produce, no siendo posible por tanto la existencia de financiaciones parciales.

En este dominio se ha contribuido hasta la fecha más de 3,06 billones de dólares de los cuales 2,68 billones se recaudaron exitosamente al lograr el objetivo de la financiación, lo cual significa que Kickstarter ha recaudado exitosamente el 87,58% de las contribuciones prestadas por los mecenas.

Si bien es cierto que la media del índice de éxito de los proyectos presentados en Kickstarter se encuentra tan solo en torno al 35,82%, el 78% de los proyectos que en algún momento fueron lograron recaudar más del 20% de su meta, terminaron financiándose con éxito, tal y como recoge la propia plataforma en sus estadísticas abiertas al público.

Atendiendo al número de proyectos publicados podemos observar como las principales categorías que usan este modelo de financiación son “Cine y video”, “Música”, “Publicaciones” y “Juegos”, categorías que ocupan por sí mismas el 51,4% de la totalidad de los proyectos llevados a cabo por la plataforma, estos son sectores que tienen una gran influencia en los seguidores de sus proyectos, que provocan un gran impacto en los medios sociales, lo cual podría poner de manifiesto la relación entre el impacto social y la probabilidad de éxito del proyecto, relación que analizaremos más adelante.

Categoría	Proyectos publicados	Dólares contribuidos	Dólares recaudados	Dólares en proyectos activos	Proyectos activos	Índice de éxito
Todas	354.630	3,06 B \$	2,68 B \$	40 M \$	4.809	35,82 %
Juegos	31.446	644,70 M \$	581,39 M \$	7,67 M \$	590	34,62 %
Diseño	26.755	629,03 M \$	554,67 M \$	15,99 M \$	577	34,35 %
Tecnología	29.397	610,31 M \$	525,06 M \$	6,60 M \$	600	19,81 %
Cine y vídeo	62.037	374,86 M \$	314,43 M \$	1,78 M \$	473	37,21 %
Música	51.696	194,78 M \$	177,74 M \$	839,06 K \$	447	49,73 %
Moda	20.236	117,34 M \$	100,84 M \$	2,29 M \$	354	24,12 %
Publicaciones	37.403	117,19 M \$	100,17 M \$	1,56 M \$	494	30,30 %
Comida	22.970	115,84 M \$	96,37 M \$	1,36 M \$	293	25,03 %
Arte	26.164	81,25 M \$	71,19 M \$	676,12 K \$	345	40,57 %
Comics	9.724	64,64 M \$	59,31 M \$	828,01 K \$	194	52,92 %
Teatro	10.476	41,51 M \$	36,98 M \$	175,12 K \$	106	60,19 %
Fotografía	10.282	34,49 M \$	29,81 M \$	286,25 K \$	89	30,36 %
Baile	3.583	12,34 M \$	11,46 M \$	51,43 \$	39	62,56 %
Artesanías	7.994	12,23 M \$	10,03 M \$	164,18 K \$	144	23,69 %
Periodismo	4.467	11,51 M \$	9,67 M \$	153,14 K \$	64	21,62 %

Tabla 2-1 Recaudación Kickstarter

Fuente: Kickstarter

Categoría	Proyectos financiados sin éxito	0% financiado	1% a 20% financiado	21% a 40% financiado	41% a 60% financiado	61% a 80% financiado	81% a 99% financiado
Todas	224.528	49.761	139.437	21.641	8.544	3.232	1.911

Tabla 2-2 Proyectos financiados sin éxito

Fuente: Kickstarter

2.2 INDIEGOGO

Indiegogo es la segunda plataforma de recompensa más extendida del mundo tal y como pone de manifiesto en su página web, la cual sigue de cerca a Kickstarter como plataforma de negociación colectiva de esta modalidad, siendo fundada en el año 2007 por Danae Ringelmann, Eric Schell y Slava Rubin con sede en Estados Unidos,

concretamente en California, como respuesta a los problemas de búsqueda de financiación, estando establecida además en más de 223 países.

Indiegogo se encuentra en dura rivalidad con Kickstarter dándose el caso de que en su propia página web tienen un apartado nombrado específicamente “Indiegogo vs Kickstarter” donde pone de manifiesto las ventajas que presenta su plataforma en contraposición de la competencia, destacándose por su mayor participación en los proyectos de la plataforma ofreciendo soporte durante y después de el proceso de crowdfunding.

En cuanto al modelo de negocio es el mismo que el presente en Kickstarter, consistiendo en el cobro de una comisión del 5% sobre el total de financiación recaudado, pero al contrario que en Kickstarter presenta la opción de un financiamiento flexible por el cual se pueden conservar las contribuciones realizadas incluso si no se ha alcanzado la meta objetivo

Relacionado con esta plataforma tenemos Generosity, una página de recaudación de fondos personal orientada no al mundo de los negocios sino a las vicisitudes de la vida ordinaria, presentándose como opción para gastos de carácter urgente, como una boda, una mascota que precise de atención veterinaria o una urgencia médica, hasta matriculas universitarias. Esta campaña se diferencia de las anteriores en que el gasto de recaudación es nulo y los usuarios solo tienen que pagar los costes de procesamiento, no cobrando Indiegogo una comisión por el servicio como beneficio.

Un dato digno de curiosidad es que Indiegogo ha llevado a cabo la campaña para la financiación del primer bebe nacido gracias al crowdfunding, cuando en el año 2011 los Haleys, una pareja que tenía problemas para concebir hijos de forma natural iniciaron una campaña con una meta de 5.000 dólares para poder llevar a cabo un procedimiento de fertilidad, recaudando 8.050 dólares y logrando cumplir su sueño de ser padres.

2.3 ULULE

Ulule, como recoge en su página web, fue lanzada en octubre de 2010 en Francia por Alexandre Boucherot, distinguiéndose esta plataforma de las anteriores por su carácter principalmente europeo siendo la mayor plataforma de crowdfunding a nivel europeo.

Si atendemos a las estadísticas presentadas en la página oficial de Ulule podemos ver que se han financiado exitosamente 17.930 proyectos habiendo recaudado la cantidad de 79.446.271€ con una tasa de éxito de 67%, muy superior a las plataformas Indiegogo y Kickstarter.

Ulule cobra una comisión del 8,07% sobre el capital recaudado pero a diferencia de otras plataformas, en ese porcentaje se reúne todos los costes del servicio, tanto asesoramiento como procesamiento, en esta comisión también se incluye el impuesto del IVA, de forma que la comisión varía dependiendo del tipo impositivo determinado por el país. Esta comisión no se aplica a aquellos proyectos que recauden más de 100.000€, donde la comisión dependerá del volumen de la recaudación así como el método de aportación de la contribución, siendo mayor la comisión cuando esta se realiza a través de tarjeta bancaria.

2.4 VERKAMI

Al igual que el resto de plataformas la financiación referida a esta plataforma la encontramos en su propia página web. Verkami es una plataforma de financiación de origen español, fundada en 2010 en un municipio de Cataluña por Jonas Salas y sus dos hijos. Plataforma que ya ha financiado 5.188 proyectos entre los cuales destaca

un documental titulado L'Endemà que obtuvo 348.830 € ostentando el record de crowdfunding a nivel europeo.

En cuanto al modelo de negocio de Verkami sigue el estándar de las plataformas de crowdfunding, cobrando una comisión sobre el total recaudado que en el caso de Verkami es de 5% más IVA, que en el momento actual se sitúa en una comisión de 6,35% después de impuestos.

2.5 LANZANOS

Lánzanos se trata de otra plataforma de origen español, creada en 2010 cuenta con la característica de que es la primera plataforma creada en España, la cual se creó imitando el modelo de negocio de Kickstarter, cobrando una comisión del 5% sobre el capital recaudado. Si bien Lánzanos es una plataforma de naturaleza mixta puesto que permite el desarrollo de proyectos solidarios pudiendo actuar también como plataforma de donación, se centra principalmente en la modalidad de recompensa.

Tal como recoge su página web se diferencia de las demás plataformas de financiación en que es posible la financiación offline, a través del canjeo de vales en contraposición a la financiación vía tarjeta de crédito o Paypal enfocado a la recaudación en metálico de la financiación, de forma que los mecenas podrán comprar estos vales físicamente para posteriormente canjearlos por las recompensas ofertadas en el proyecto, de esta manera se amplía los canales de financiación permitiendo incrementar el número de recaudaciones. Un ejemplo práctico es que junto con la venta de entradas para un concierto se oferten estos vales para la financiación de un nuevo disco.

Otra diferencia en el funcionamiento de LANZANOS, es que además de someter a investigación que proyectos se publican en la plataforma, tienen un método de filtrado de proyectos por los patrocinadores a través de una sección llamada "La Caja" donde se encuentran los proyectos pendientes de aprobación, si alguno de estos proyectos alcanza 100 votos se considera aprobado y puede comenzar su campaña de mecenazgo.

2.6 PLATAFORMAS ESPECIALIZADAS

Aunque la mayoría de las plataformas de crowdfunding están abiertas a cualquier tipo de proyectos existen algunas plataformas orientadas a proyectos con características específicas, siendo su especialización su característica principal que permite su diferenciación. Aquí vamos a añadir algunas plataformas que no se identifican con el modelo de recompensa pero que por su particular aplicación y funcionamiento sirven de ejemplo de aplicaciones del crowdfunding a ámbitos específicos.

2.6.1 Experiment

Experiment es una plataforma, según su página web, orientada a la investigación y desarrollo científico a la que pueden acudir los grupos de investigación en busca de financiación en cualquier etapa de la investigación.

Las recompensas ofertadas por la plataforma consisten principalmente en compartir los resultados de sus experimentos e investigaciones, llegando a incluir los datos recabados y demás información, lo cual adquiere un interés especial para otros grupos de investigación.

En esta plataforma adicionalmente cuenta con la existencia de un equipo de investigación propio que examina y aprueba el proyecto antes de ser publicado en la plataforma, lo cual da seguridad para los patrocinadores que se encuentran

interesados en fomentar la investigación científica pero carecen de los conocimientos necesarios para evaluar con criterio los proyectos presentados.

Un ejemplo de éxito de esta plataforma fue la investigación del genoma de una gata con una variedad anormal de mutaciones, lo cual abrirá líneas de investigación y estudio de enfermedades y procesos en el desarrollo embrionario

2.6.2 Doafund

Doafund se trata de una plataforma de crowdfunding cuyo objetivo es ayudar a las familias que se encuentran atravesando dificultades económicas para que puedan soportar los pagos hipotecarios gracias a las contribuciones de personas y organizaciones para evitar el desahucio de las familias. La naturaleza de esta plataforma es de donación puesto que lo que prima es la ayuda a las familias que lo necesiten.

Es una plataforma de crowdfunding que pone en contacto a familias con dificultades económicas que les impiden hacer frente a sus pagos hipotecarios, con personas y organizaciones dispuestas a ayudarlos a través de patrocinios sociales. Su objetivo es ayudar a que estas familias conserven su hogar y no sean desahuciadas.

En este caso el proyecto se identifica con la familia a la que se quiere ayudar de tal manera que los patrocinadores puedan elegir en base a los criterios que estimen más oportunos a que familia quieren ayudar.

Esta plataforma opera sin comisiones, llegando las contribuciones íntegramente a las familias necesitadas.

2.6.3 Libros.com

Libros.com es más que una plataforma de crowdfunding, siendo una editorial que desarrolla sus proyectos editoriales gracias a las contribuciones de los patrocinadores. Esta editorial asegura en su servicio que el autor no costeara ningún coste en la edición, diseño y distribución.

Publican cualquier género de escritos, desde novelas, ensayos, libros de texto y hasta reportajes fotográficos. En lugar de cobrar una comisión comparten los beneficios resultado del libro en un porcentaje de 50%, el motivo de no cobrar la comisión es que el autor no recibe el dinero derivado del crowdfunding el cual va destinado a los gastos relacionados con la publicación del libro.

Es una alternativa interesante a la publicación ordinaria de libros, ya que reduce los requisitos exigidos por las editoriales, lo cual suele ser el paso más complejo del proceso de publicación de un libro.

2.6.4 Mi aportación

Mi aportación es una ONG de ámbito español, financiada a través de su propia plataforma de crowdfunding que funciona de forma similar que Doafund, teniendo como objetivo ayudar a las necesidades familiares que vayan en el día a día de la vida familiar. Dentro de esta plataforma se pueden encontrar una gran variedad de necesidades, pero todas ellas extremadamente concretas y de escasa cuantía, dado que lo que importa es ayudar a solventar la eventualidad esta plataforma acepta mas contribuciones que las dinerarias, aceptando ropa o libros por ejemplo, de la misma forma esta no es una plataforma de todo o nada donde si no se llega a cubrir la necesidad no se procede a reunir las contribuciones, sino que se lleva a cabo la recaudación de financiación de forma parcial y Mi aportación intenta encontrar medios para cubrirla totalmente.

Un ejemplo de proyecto de esta plataforma se encuentra en la ayuda para pagar el alquiler del mes, el coste de unas gafas nuevas, o el pago de tasas universitarias.

2.6.5 TinFunding

Esta plataforma tiene especial relevancia para los colectivos de estudiantes de ámbito universitarios que ha surgido en España como resultado de la reducción de becas y el incremento de los requisitos de acceso, así como la subida de tasas universitarias debido a la crisis financiera.

Esta plataforma funciona bajo el mismo principio que la venta de artículos para financiar viajes universitarios, pero en este caso cada alumno tiene una hucha abierta en la cual acaba el dinero que destinen los interesados en la compra de artículos (a un precio similar al de la tienda) del catalogo de la pagina, alejándose del concepto clásico de crowdfunding donde la recompensa la establece el individuo y acercándose mas a una tienda online donde se puede apoyar a estudiantes determinados con la compra.

2.7 COMPARATIVA DE PLATAFORMAS

Como hemos dicho anteriormente, el comportamiento de las plataformas de crowdfunding es muy similar unas de otras, diferenciándose principalmente en el público al que se orientan, las comisiones estipuladas, y las condiciones establecidas para alcanzar la financiación, con la expectativa de obtener una mejor visión general comparada de estas plataformas vamos a llevar a cabo una comparativa de plataformas entre las más importantes del mercado dentro de la modalidad de recompensa, para ello nuestra principal fuente de información utilizada serán sus páginas webs donde podemos encontrar el reglamento sobre su funcionamiento, aunque también acudiremos al análisis de tecnología.org para recabar algunos datos concretos como el ratio de éxito de sus proyectos.

Podemos ver que la principal diferencia entre las plataformas analizadas la encontramos en el periodo de tiempo que tienen publicados los proyectos para que puedan alcanzar el objetivo alcanzado. Un aspectos en el que todas las plataformas son inflexibles es en la modificación de proyectos cuando afecta a patrocinadores que ya han realizado su aportación, de tal forma que se pueden modificar los proyectos para que se adecuen a las necesidades pero siempre respetando y asegurando los intereses de los patrocinadores previos a la modificación, esta protección se expande llegando al punto de que ciertas plataformas ni siquiera dejan modificar el proyecto durante su campaña.

En cuanto al índice de éxitos, el ratio es mayor en las plataformas de una dimensión menor con respecto a las plataformas con mayor número de proyectos esto se puede atribuir a un mayor control de los proyectos promocionados debido al menor volumen de trabajo, aunque también se podría atribuir al hecho de que las plataformas más conocidas atraen más proyectos mal planteados al no realizar estudio de que plataforma se adapta mas a sus necesidades y su público objetivo, ponemos como ejemplos los proyectos tecnológicos iniciados en Kickstarter (categoría con menor índice de éxito) que podrían haber tenido más éxito si hubieran publicado su proyecto en plataformas especializadas en ámbito tecnológico, ya que atraerían de esta forma a un público más dispuesto a patrocinar este tipo de proyectos.

En lo referente a las aportaciones, la mayoría de las plataformas de financiación no establecen un límite de cuánto dinero puede entregar un mecenas, y las que lo hacen se tratan de límites muy cuantiosos comparados con la media de aportaciones al proyecto, lo cual hacen que en la práctica no tengan una gran

trascendencia. Cuestión muy diferente que la que encontramos en las plataformas de crowdfunding de inversión, donde el límite de aportación tiene una gran trascendencia.

Característica	Kickstarter	Indiegogo	Ulule	Verkami	Lánzanos
País	Estados Unidos	Estados Unidos	España	España	Francesa
Año fundación	2009	2007	2010	2010	2010
Límite de tiempo	Si	Si	Si	Si	Si
Duración máxima	60 Días	60 Días	90 Días	40 Días	90 Días
Comisión (Sin contar gastos bancarios)	5%	5%	5%	6,35%	5%
Modificación de proyectos	Si (Salvo recompensas ya adquiridas)	Si (Salvo recompensas ya adquiridas)	No	Si (Salvo recompensas ya adquiridas)	Si (Salvo recompensas ya adquiridas)
Importe máximo	8.500€ en España (Varía en función del país)	No hay datos	No	5.000 €	No
Aprobación previa del proyecto	Si	Si	Si	Si	Si
Índice de éxito	35,82%	43%	67%	71%	60%
Ánimo de lucro	Si	Si	Si	Si	Si

Tabla 2-3 Comparativa de plataformas

Fuente: Elaboración propia

3 CROWDFUNDING EN ESPAÑA

En este capítulo vamos a analizar la situación del crowdfunding en el caso específico de España, viendo cómo ha ido evolucionando así como las modalidades preponderantes a nivel nacional. Para el desarrollo de esta apartado contamos con la inapreciable información aportada por el informe anual de crowdfunding en España 2016, elaborado por Ángel González (Universo Crowdfunding) y Javier Ramos (Universidad Complutense de Madrid).

En primer lugar podemos observar en la tabla 3-2 que el año 2016 ha supuesto una gran diferencia en recaudación vía crowdfunding en España con respecto al año 2015, con un incremento del 116%, lo cual es un tasa de crecimiento nada desdeñable que remarca que el crecimiento de España en esta modalidad de financiación sigue una tendencia equiparable a la del crowdfunding a niveles mundiales. Si analizamos las cifras en el año 2016 España rompió la barrera de los 100 millones de euros recaudados, hay que hacer hincapié en este apartado en la palabra “recaudados” puesto que muchas de las plataformas de crowdfunding como hemos estudiado anteriormente siguen un esquema de todo o nada lo que implica que pese a recaudarse 100 millones, la cantidad de dinero que ha habido en circulación es muy superior, ya que si cruzamos la recaudación realizada con la tasa de éxito, que en la plataforma más exitosa alcanza el 71%, vemos que el dinero puesto a disposición condicionante a la recaudación nos da cifras muy elevadas que indican un gran potencial de captación de dinero recaudado disponible en el mercado.

De la misma forma, si comparamos el crecimiento de la recaudación mostrado en la tabla 3-2 con el promedio recaudado por proyecto en la tabla 3-1 podemos llegar a la conclusión de que el dinero recaudado ha crecido a una tasa muy superior a la del promedio recaudado, que si bien sigue una tendencia al alza donde se puede observar cómo según cada año que pasa el importe recaudado por promedio es mayor, aumentándose los niveles de financiación obtenidos de forma promedio, el crecimiento es inferior, la tasa promedio aumento a un ritmo de 4% con respecto al año anterior. Esto nos indica que además de aumentar el número de dinero recaudado ha aumentado significativamente el número de proyectos, y por tanto de individuos que acuden a estos sistemas de financiación como alternativa bancaria.

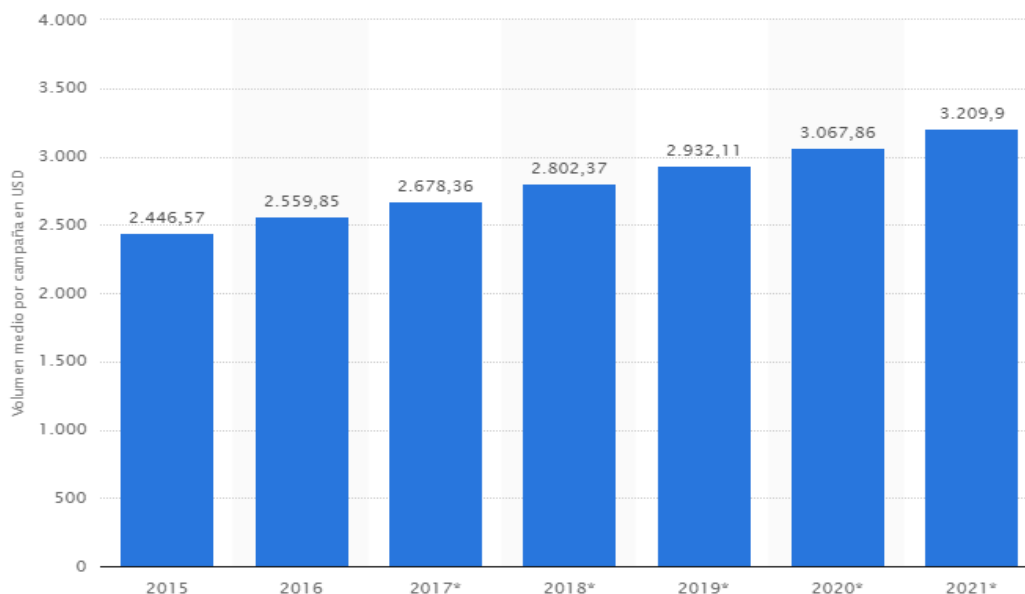


Tabla 3-1 Volumen de capital medio recaudado en España estimado de 2015 a 2021 en dólares

Fuente: Statista

Atendiendo a la tabla 3-2 la recaudación de crowdfunding en España se ha centrado en el crowdfunding de inversión sobre el crowdfunding de no inversión, recaudando la primera un 74% sobre el total en el año 2015 y creciendo hasta el 85% en el año 2016, esto indica una mayor capacidad de recaudación e interés por parte del público de los proyectos que presentan una expectativa de retorno económico a cambio de su aportación.

Recaudación	2015	2016
Total recaudado	52.554.108 €	113.592.388 €
Crowdfunding de inversión sobre el total	74%	85%
Crowdfunding de no inversión sobre el total	26%	15%

Tabla 3-2 Recaudación del crowdfunding los años 2015-2016 en España

Fuente: Elaboración propia con datos del "Informe anual de Crowdfunding en España 2016"

Si analizamos la composición del crowdfunding de inversión podemos observar que hay una clara predilección por el crowdfunding de préstamo, entre otros factores porque representa menos complicaciones legales que las plataformas de equity, además contamos con el hecho de que la mayor parte de la población está relacionado y familiarizado con el concepto de préstamo, el cual tiene unos términos y condiciones más estrictos y mas acotados que los proyectos de inversión en equity.

Adicionalmente tenemos que analizar en el año 2016 la aparición de una figura que ha irrumpido de forma agresiva en el mercado, el crowdfunding inmobiliario al que hemos hecho referencia anteriormente al hablar de las clases de crowdfunding. Esta modalidad de crowdfunding ha superado rápidamente aunque por escasa cuantía (aun) al crowdfunding de equity a nivel nacional, ocupando en 2016 un 20% del total de lo recaudado por las plataformas de financiación participativa. Esta modalidad de crowdfunding se está asentando en la comunidad nacional, la cual tiene una tradición histórica de inversión en el mercado de ladrillo.

Recaudación	2015		2016	
Crowdfunding de equity	6.018.964 €	16%	16.078.958 €	17%
Crowdfunding de préstamo	32.792.040 €	84%	61.689.491 €	63%
Crowdfunding inmobiliario	- €	0%	19.135.951 €	20%
Total de crowdfunding de inversión	38.811.004 €	100%	96.904.400 €	100%

Tabla 3-3 Recaudación del crowdfunding de inversión los años 2015-2016 en España

Fuente: Elaboración propia con datos del "Informe anual de Crowdfunding en España 2016"

En el otro lado de la balance tenemos el crowdfunding de no inversión, el cual ha incrementado su volumen paulatinamente con los años, pero a un ritmo bastante inferior al del crowdfunding de inversión, dado que este último se ha incrementado en un 149% con respecto al año anterior, mientras que el de no inversión ha sufrido un incremento más leve, de un 21%.

Recaudación	2015		2016	
Crowdfunding de recompensa	11.441.006 €	83%	12.339.750 €	74%
Crowdfunding de donación	2.302.098 €	17%	4.348.238 €	26%
Total de crowdfunding de no inversión	13.743.104 €	100%	16.687.988 €	100%

Tabla 3-4 Recaudación del crowdfunding de no inversión los años 2015-2016 en España

Fuente: Elaboración propia con datos del "Informe anual de Crowdfunding en España 2016"

Dentro del crowdfunding de no inversión prima el de recompensa sobre el de donación de forma muy superior, representando el triple de volumen recaudado, esto se debe en gran medida a que las plataformas mas popularizadas a nivel mundial son las especializadas en esta modalidad.

De todos los datos anteriormente analizados y mencionados podemos obtener la siguiente grafica que ilustra el porcentaje de recaudación por tipo de crowdfunding en el año 2016 en España, donde en orden descendente las recaudaciones han sido llevadas a través de crowdlending, crowdfunding inmobiliario, equity crowdfunding, crowdfunding de recompensa y por ultimo crowdfunding de donaciones.

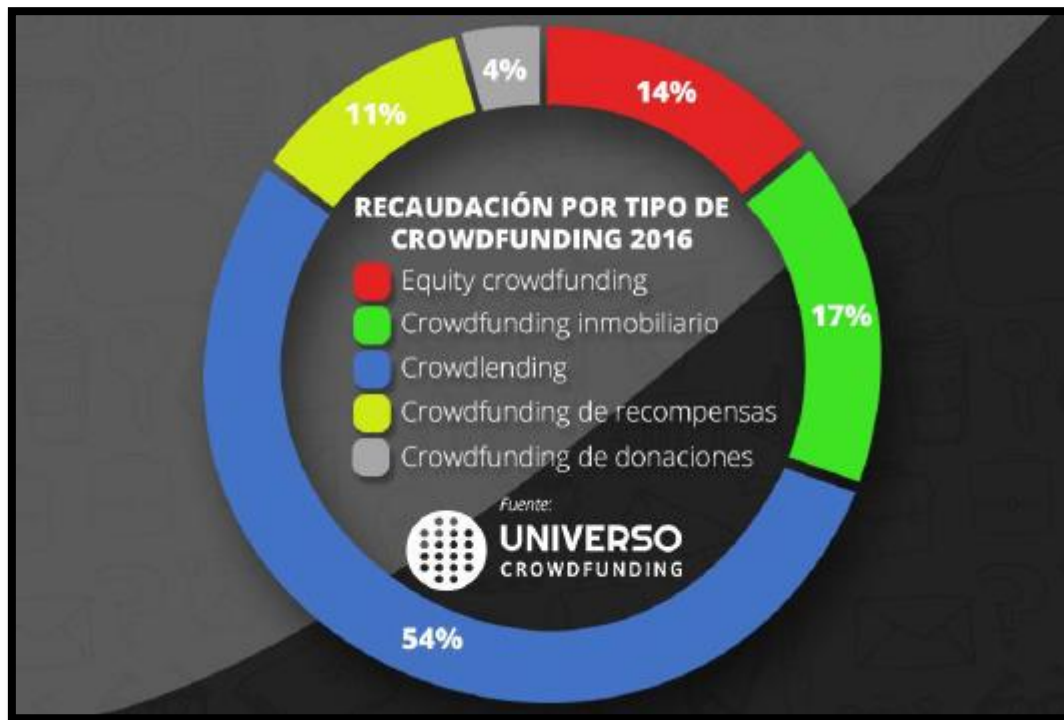


Ilustración 1 Recaudación por tipo de crowdfunding 2016

Fuente: Universo Crowdfunding

Una vez analizada la recaudación llevada a cabo, analizamos el número de plataformas de carácter nacional existentes en España. Para ello tenemos que volver a recurrir a la diferenciación de tratamiento legal que tienen las plataformas de inversión con respecto a las de no inversión, en la que abundaremos en temas posteriores, pero como adelanto podemos aclarar que las plataformas de inversión tienen más requisitos para su establecimiento, entre ellos el registro e inscripción de la plataforma en la comisión nacional de mercado de valores. Registro que podemos buscar para estar al tanto de las plataformas de inversión en España.

Denominación Social	No. Registro Oficial	Fecha de Registro	Página Web
ADVENTUREROS, PFP, S.L.	14	13/02/2017	www.adventureros.es
ARBOL FINANCE, PFP, S.L.	13	29/12/2016	www.arboribus.com
CAPITAL CELL CROWDFUNDING PLATAFORMA DE FINANCIACION PARTICIPATIVA, S.L.	17	17/03/2017	WWW.CAPITALCELLNET
CROWDCUBE SPAIN PLATAFORMA DE FINANCIACION PARTICIPATIVA, S.A.	11	25/11/2016	WWW.CROWDCUBE.ES
EASY FINANCING CLUB, PFP, S.L.	6	21/09/2016	www.excelend.com
ECROWD INVEST PLATAFORMA DE FINANCIACION PARTICIPATIVA, S.L.	10	21/10/2016	WWW.ECROWDINVEST.COM
EINICIA CROWDFUNDING PFP, S.L.	16	13/02/2017	www.einicia.es
FELLOW FUNDERS, PFP, S.A.	12	02/12/2016	www.fellowfunders.es
GROW.LY PLATAFORMA DE FINANCIACION PARTICIPATIVA, S.L.	7	14/10/2016	www.growly.es
HOUSERS GLOBAL PROPERTIES, PFP, S.L.	20	02/06/2017	
LA BOLSA SOCIAL, PFP, S.L.	1	15/12/2015	https://www.bolsasocial.com/
LENDIX ESPAÑA, PFP, S.L.	8	14/10/2016	https://es.lendix.com
LIGNUM CAPITAL, PFP, S.L.	4	27/07/2016	http://www.lignumcap.com/
SOCIEDAD ECONOMICA PARA EL DESARROLLO DE LA FINANCIACION ALTERNATIVA COLECTUAL PFP, S.L.	5	21/09/2016	www.colectual.com
SOCILEN, PFP, S.L.	9	21/10/2016	https://www.socilen.com/
SOCIOSINVERSORES 2010 PFP, S.L.	2	15/07/2016	https://www.sociosinversores.com/
STARTUPXPLORE, PFP, S.L.	19	21/04/2017	https://startupxplore.com
THE CROWD ANGEL, PFP, S.L.	18	24/03/2017	WWW.THECROWDANGEL.COM
TUTRIPLEA FINANCE PFP, S.L.	3	27/07/2016	http://www.mytriplea.com/
WELCOME CAPITAL PLATAFORMA DE FINANCIACIÓN PARTICIPATIVA, S.A.	15	13/02/2017	www.welcomecapital.es

Tabla 3-5 Plataformas inscritas en la CNMV

Fuente: CNMV

Aun así hay que resaltar que esta lista no representa la totalidad de las plataformas de crowdfunding, puesto que no todas han completado aun los requisitos legalmente establecidos y aun se encuentran en proceso de aprobación y autorización de la CNMV, adicionalmente a esto este requisito registral es solo para plataformas de Crowdlending y Crowdfuning de equity. A esta lista de plataformas, se ha de incorporar las plataformas de crowdfunding de no inversión, a finales del año 2016 Universocrowdfunding determino que el numero de plataformas en activo en España era de 48, si acudimos al listado realizado por Crowdacy, el cual se esfuerzan en mantenerlo actualizado constantemente, el numero de plataformas actual en España es de 86 una vez filtradas aquellas que han cesado su actividad o que se encuentran en desarrollo, la lista pormenorizada la encontraremos en el anexo 1.

En la siguiente imagen podemos observar las diferentes plataformas que operan en el ámbito español divididas por tipología a fecha de 2017 según el estudio realizado por Crowdemprende.

A modo de resumen de la situación del crowdfunding en nuestro país, España ha experimentado un crecimiento continuado y acelerado de estas plataformas de financiación participativa aunque a un ritmo acorde con el de la UE siendo el sexto país en cantidad recaudada en el año 2015, si bien su tasa de crecimiento es muy inferior comparada con Reino Unido o Estados Unidos.



Ilustración 2 Plataformas de crowdfunding en España

Fuente: Crowdfundernde

El crowdfunding de préstamo y de equity se está implementando en la sociedad española, que cada vez es más conocedora del funcionamiento de estas plataformas, tanto desde el punto de vista de inversores como de empresarios.

Los motivos de este crecimiento se pueden deber a un mayor conocimiento de los grupos inversores en esta opción, un retorno mayor que las alternativas de financiación tradicionales, un menor número de procedimientos para llevar a cabo la inversión así como un menor número de requisitos para la obtención de la financiación en comparación a la vía bancaria, la distribución del riesgo entre los participantes, mayor acceso para inversores pequeños con poco capital disponible

4 ASPECTOS LEGALES DEL CROWDFUNDING

Para entender el crowdfunding hay que entender previamente el tratamiento legal que se le da, tanto a nivel mercantil como a nivel fiscal observando la legislación presente y actual en cuanto a las plataformas de financiación las cuales al abrirse paso y adquirir importancia ganan peso en el mundo jurídico.

4.1 JUMPSTART OUR BUSINESS STARTUPS (JOBS)

En el ámbito internacional de la legislación sobre crowdfunding destaca la legislación de EEUU como cuna de las principales plataformas de financiación participativa como son Kickstarter e Indiegogo, aquí nos encontramos con la Jumpstar Our Business Startups (también conocida como JOBS por sus siglas), que entro en vigor en cuanto a la regulación del crowdfunding el 16 de mayo de 2016. El ámbito de aplicación de esta ley se limita al Equity Crowdfunding, dejando de lado por tanto las plataformas de financiación con carácter de donación o recompensa.

El Equity Crowdfunding está regulado en EEUU por el Título III de la JOBS Act, la cual implementa una serie de modificaciones de las normas del mercado de valores preexistentes con la finalidad de eliminar obstáculos para las empresas de mediana y pequeña dimensión a la hora de acceder a este tipo de financiación, permitiendo a pequeños inversores aportar capital a proyectos de nueva creación en fases tempranas de la vida empresarial con la expectativa de grandes beneficios.

La JOBS Act relaja las obligaciones de información y transparencia (siempre cumpliendo ciertos requisitos) preexistentes en los canales de financiación para que el acceso sea más fácil para las diversas entidades y particulares, esta opción de acceso a capital de forma colectiva de parte de pequeños inversores no se realiza sin seguridad ni protección ninguna para los mismos, existiendo mecanismos de control y de protección de los inversores recogidos en la misma redacción de la ley, estas protecciones se manifiestan principalmente en 4 medidas:

1. Limitaciones en la cuantía de la inversión realizada por los particulares.
2. Limitaciones en la cuantía de la inversión alcanzada a través de particulares.
3. Obligación de aportar información sobre el proyecto para que los inversores puedan evaluar su funcionamiento.
4. La llevanza del proyecto a través de una plataforma o intermediario registrado y supervisado por la Comisión de Bolsa y Valores.

Esta ley servirá de ejemplo y guía para los demás estados a la hora de elaborar la legislación nacional en materia de plataformas de financiación colectiva como veremos a continuación.

Todos estos requisitos y limitaciones no son de aplicación a las plataformas de crowdfunding de recompensa o donación, ya que en ellas los inversores realizan la contribución contando con la satisfacción personal como única contraprestación inicialmente.

4.2 LEY DE FOMENTO DE LA FINANCIACION EMPRESARIAL

En España la principal ley en lo referente a plataformas de financiación participativa la encontramos en la ley 5/2015, de 27 de abril, de fomento de la financiación empresarial. Esta ley de fomento tiene varios objetivos establecidos, entre los que se encuentra hacer más accesible la financiación bancaria a las pequeñas y medianas empresas pero también a avanzar en el desarrollo de medios alternativos de financiación no bancaria en pos de una desbancarización de la financiación de pequeñas y medianas empresas. Aquí es donde aparece la financiación colectiva

como principal fuente de financiación alternativa a la financiación bancaria, que se encuentra creciendo a pasos agigantados.

Previamente a esta ley no había cobertura legal específica para las plataformas de financiación colectiva siendo la primera vez que se hace mención a estas plataformas de financiación basadas principalmente en medios digitales, estableciéndose como ley pionera en el ámbito nacional que se venía solicitando desde hace tiempo para regular estos procesos de financiación.

La ley de fomento dedica a las plataformas de financiación participativa el título Vº, Capítulo I, bajo esa misma denominación "Plataformas de financiación participativa", comenzando con determinar el ámbito de la ley definiendo lo que considera una plataforma de financiación participativa en su artículo 46.1

"1. Son plataformas de financiación participativa las empresas autorizadas cuya actividad consiste en poner en contacto, de manera profesional y a través de páginas web u otros medios electrónicos, a una pluralidad de personas físicas o jurídicas que ofrecen financiación a cambio de un rendimiento dinerario, denominados inversores, con personas físicas o jurídicas que solicitan financiación en nombre propio para destinarlo a un proyecto de financiación participativa, denominados promotores."

Si analizamos esta definición el crowdfunding al que estamos más acostumbrados a ver en internet, que es el de recompensa o de donaciones podríamos llegar a la conclusión de que estas plataformas estarían incluidas en el ámbito de la ley, pero nos basta con atender al segundo apartado del artículo 46 de la misma ley para ver que no es así, puesto que son excluidas expresamente del ámbito de aplicación de la ley.

"2. No tendrán la consideración de plataformas de financiación participativa las empresas que desarrollen la actividad prevista en el apartado anterior cuando la financiación captada por los promotores sea exclusivamente a través de:

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

De forma que el crowdfunding de recompensa, el cual es uno de los principales no solo a nivel nacional como refleja el informe anual del crowdfunding en España en 2016, sino a nivel internacional, a día de hoy sigue quedándose sin regulación normativa específica que lo legisle, dado que funciona como una venta de bienes y servicios por la cual un individuo aporta dinero y recibe como contraprestación una edición limitada, un obsequio o una mención honorífica, como ejemplos, encajándose en una captación de financiación en base a la venta de bienes y servicios. Situación idéntica que la sufrida por las plataformas de crowdfunding de donaciones y préstamos sin intereses.

El motivo de esto no es otro que la ley busca dar respuesta a las plataformas de financiación en las que prime el componente financiero de la actividad donde el inversor tiene su interés centrado no en la contribución a la realización de un proyecto en el que presenta un interés personal, como podría ser un proyecto de ayuda a la construcción de pozos en zonas desérticas, sino en la obtención de una rentabilidad proveniente de la inversión realizada con carácter dinerario, tal como recoge la exposición de motivos de la ley en su preámbulo.

Uno de los aspectos más interesantes de esta ley son los requisitos y límites establecidos a la financiación de proyectos, de manera que las plataformas de financiación participativa para poder operar en primer lugar han de recibir una autorización por parte de la CNMV que inscribirá en su registro correspondiente a las plataformas de financiación participativa, previo informe preceptivo y vinculante del Banco de España que publiquen proyectos referidos a préstamos participativos.

También deben de asegurarse que los promotores de los proyectos no tengan publicado simultáneamente más de un proyecto en su plataforma, pudiendo tener varios proyectos presentados en varias plataformas diferentes. Adicionalmente el importe máximo de captación de fondos por proyecto de financiación participativa no puede ser superior a 2.000.000 de euros, límite que se puede ampliar hasta los 5.000.000 de euros en el caso de proyectos que se encuentren orientados y participados exclusivamente por inversores acreditados. Además de este límite por proyecto también existe un límite personal para los inversores no acreditados, que no pueden invertir más de 3.000 euros en el mismo proyecto, ni tampoco puede invertir más de 10.000 en la misma plataforma durante 12 meses. Todas estas medidas están dirigidas a proteger a los inversores no profesionales y que puedan intervenir con poco capital en el proceso de financiación, pero dado que no hay ninguna garantía en el proceso de que van a ver recuperada su inversión lo que puede provocar grandes pérdidas monetarias de aquellos inversores que tengan desconocimiento del nivel de riesgo de su inversión.

Esta ley afecta en consecuencia a las plataformas de crowdfunding de equity o de inversión, así como a las de préstamo o lending donde si hay un coste del préstamo en forma de intereses.

4.3 SITUACION LEGAL DEL CROWDFUNDING DE RECOMPENSA

La situación legal del crowdfunding de recompensa dista mucho del control y supervisión de las demás modalidades de crowdfunding dado que los intereses en juego de los inversores son muy diferentes como hemos mencionado anteriormente.

Esta modalidad de crowdfunding carece de legislación específica, no solo en ámbito español sino a nivel internacional, encontrándonos con una ausencia preocupante en materia legislativa, esta falta de normativa implica que la financiación realizada por estas plataformas de crowdfunding se regirá por el principio general de la autonomía de la voluntad recogido en el artículo 1255 CC y que habrá que atender cada caso al interés de la partes en el proceso para determinar cuál es el mejor derecho aplicable.

Esta falta de legislación tiene consecuencias diferentes dependiendo de la modalidad de crowdfunding con la que tratemos, puesto que en la modalidad de donación los contribuyentes no tienen inseguridad alguna mas allá de asegurarse que el dinero que han aportado acaba destinándose a los finales que les fueron prometidos puesto que no esperan contraprestación ninguna y se podría considerar que el importe de la donación se hace a "fondo perdido", cosa diferente en la modalidad de recompensa donde además de sentirse el mecenas contento con contribuir al proyecto espera una recompensa por su contribución que le fue prometida en el proceso de financiación, recompensa que puede variar mucho como ya hemos visto anteriormente.

La problemática se produce cuando el proyecto logra completarse, obteniendo la financiación solicitada dentro del periodo de tiempo establecido, y el proyecto llega a no realizarse o incluso no se entrega la prometida recompensa a cambio de la contribución. Las plataformas crowdfunding ante este tipo de eventualidades toman precauciones pero no así responsabilidad de ningún tipo, analicemos por ejemplo el comportamiento de Kickstarter, como referente que es en el tema, ante incumplimientos por parte del creador del proyecto.

En primer lugar destacan que la responsabilidad del proyecto es del creador del proyecto, tanto de la realización del proyecto, del buen uso de la financiación recaudada, como de la entrega de las recompensas acordadas, no dando ninguna garantía, hasta el punto de que ni siquiera da la garantía de que el proyecto sea realizable dejado al juicio de los promotores su viabilidad, aunque es cierto que a

través de la plataforma colaboran con los promotores permitiéndoles seguir el proceso del proyecto. De la misma forma si el creador tiene fe a la hora de realizar el proyecto pero falla en el proceso (por ejemplo por considerar que requería menos financiación de la realmente necesaria), es responsabilidad de este hacérselo saber a sus patrocinadores e intentar llegar a un acuerdo con ellos, realizando por ejemplo una segunda fase de financiación.

Kickstarter se define como una plataforma de financiación cuya única actividad consiste en la mediación entre las partes para que alcancen un contrato satisfactorio, pero no se encuentra en ninguna de las partes del contrato siendo tan solo un tercero. De aquí que Kickstarter no realice reembolsos sobre lo recaudado ya que su servicio ha sido prestado y su responsabilidad termina con la intermediación. De esta forma todo el riesgo cae sobre los patrocinadores.

En el caso de Kickstarter, con la finalidad de proteger a su comunidad tienen un equipo de integridad dedicado al monitorio del sistema para detectar actividades sospechosas, tal y como recogen en su página web en el apartado de responsabilidades, dado que hay un plazo de tiempo desde la publicidad del proyecto hasta su recaudación financiada (y solo si llega a la meta establecida) este equipo de integridad y de seguridad posee un plazo para la investigación de conductas alarmantes antes de que los patrocinadores entreguen su dinero.

Estas pautas de responsabilidad son seguidas por todas las plataformas de crowdfunding dado que la legislación no les fuerza a tomar ninguna responsabilidad sobre el proyecto, de forma que ¿Qué medidas de protección pueden llevar a cabo los promotores ante esto? Habría que acudir a la Ley 34/2002, de 11 de julio de Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio Electrónico, ya que los contratos realizados a través de crowdfunding por la propia naturaleza de su modalidad se llevan a cabo por vía electrónica, lo que implica que sea de aplicación esta ley, donde en su artículo 23.1 establece que *“Los contratos electrónicos se regirán por lo dispuesto en este Título, por los Códigos Civil y de Comercio y por las restantes normas civiles o mercantiles sobre contratos, en especial, las normas de protección de los consumidores y usuarios y de ordenación de la actividad comercial.”*

Es decir, que los promotores podrían acudir a las normas existentes en lo referente a la protección de los consumidores, esta remisión a las normas de protección permitirá a los promotores poder acudir a arbitrajes con los patrocinados por incumplimiento de lo acordado en el contrato electrónico que consiste el proyecto de crowdfunding tal y como viene recogido en el artículo 32 de la ley, donde se contempla hasta la posibilidad de que el arbitraje sea realizado por medios electrónicos, lo que facilita acudir a estos procesos en un entorno electrónico donde los promotores se encuentran muy dispersados por el territorio, aumentándose de esta forma en gran medida la protección para los consumidores.

Hay un sector doctrinal que considera que el crowdfunding no se ajusta a una modalidad de compraventa, sino más bien a una donación modal que es aquella que está gravada con alguna contraprestación (la cual necesariamente ha de ser inferior al valor de la donación, puesto que de lo contrario no habría donación). En el caso de que se considere como una donación modal y no se entrega la recompensa prometida será posible actuar contra el promotor del proyecto durante un plazo de cuatro años según el art. 1299 del código civil, dada la remisión del artículo 622 del código civil al derecho de contratos en la parte relativa a las cargas, a contar desde que el donante pueda conocer, sin falta a la buena fe, de que el promotor ha incumplido con lo acordado, que traducido a nuestro caso significa el momento en el que conoció que no se podría llevar a cabo la entrega de las recompensas, o cuando se conozca que los fondos no los destino al proyecto anunciado previamente.

Tanto si se considera la aportación una compraventa o una donación modal, aunque sea inexistente la legislación específica no es inexistente la protección de los

patrocinadores, aunque si bien es cierto que una gran parte desconoce estas medidas a las que pueden acudir.

4.4 FISCALIDAD DE LA FINANCIACION A TRAVES DE CROWDFUNDING

Al igual que otra gran variedad de hechos económicos, los actos realizados en un proceso de recaudación vía crowdfunding no se encuentran exentos de imposición tributaria. En este apartado analizaremos el impacto impositivo de la actividad de financiación de crowdfunding para los participantes en el proceso de financiación, puesto que cada uno se ve afectado de forma diferente.

Como establecen Enrique Moreno Serrano y Luis Cazorla en su libro “Crowdfunding: Aspectos legales”, son tres los participantes de este proceso de financiación, por un lado tenemos al promotor que se encuentra enfrentado como contraparte al patrocinador, y como tercer participante de la operación pero ajeno al contrato entre las partes, la plataforma de crowdfunding que actúa como mediadora, analizaremos las distintas consecuencias de la fiscalidad en cada participante del proceso.

Hay que resaltar el hecho de que la fiscalidad de la financiación resulta diferente dependiendo del proyecto financiado, de tal forma que los crowdfunding de inversión tienen un tratamiento fiscal diferente a los crowdfunding de donación o recompensa, dado que el objeto de estudio de este trabajo se centra en estas últimas modalidades nos centraremos en el impacto fiscal de las mismas, sobre todo en el ámbito nacional.

4.4.1 Patrocinadores

Se trata de la parte más numerosa, en el sentido de por la esencia de la modalidad de financiación, se busca llevar a cabo la recaudación por contribuciones de escasa cuantía llevadas a cabo por una gran cantidad de patrocinadores. Se entiende como patrocinador a toda aquella persona, ya sea física o jurídica que contribuye con alguna aportación a la realización del proyecto, a efectos fiscales se entiende producida la aportación cuando la financiación es recaudada al finalizar el proceso. Para analizar la fiscalidad hay que distinguir entre personas físicas y personas jurídicas.

Para las personas físicas la aportación de capitales en proyectos de crowdfunding de donación puede suponer una deducción en la cuota líquida de cara a la declaración del IRPF, como viene recogido en el artículo 68.3 de la ley de IRPF en concepto de deducción por donativos y otras aportaciones, como recoge en su letra a.

“3. Deducciones por donativos y otras aportaciones.

Los contribuyentes podrán aplicar, en este concepto:

a) Las deducciones previstas en la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.

b) El 10 por ciento de las cantidades donadas a las fundaciones legalmente reconocidas que rindan cuentas al órgano del protectorado correspondiente, así como a las asociaciones declaradas de utilidad pública, no comprendidas en el párrafo anterior.

c) El 20 por ciento de las cuotas de afiliación y las aportaciones a Partidos Políticos, Federaciones, Coaliciones o Agrupaciones de Electores. La base máxima de esta deducción será de 600 euros anuales y estará constituida por las cuotas de afiliación y aportaciones previstas en la letra a) del apartado Dos del artículo 2 de la Ley Orgánica 8/2007, de 4 de julio, sobre financiación de los partidos políticos.”

Atendiendo a la ley 49/2002 se establece que la deducción alcanzara el 75% por ciento del importe aportado en el tramo de los primeros 150 euros (112,5 euros), y

a partir de ahí la deducción será de un porcentaje del 30%, esta deducción se encuentra sujeta a un límite del 10% de la base liquidable del contribuyente.

Caso especial lo encontramos en el caso de que el crowdfunding vaya dirigido a aportaciones a Partidos Políticos, en cuyo caso la base máxima de deducción será de 600 euros en computo anual, un ejemplo de financiación a través de crowdfunding en España para partidos políticos lo encontramos en el grupo Podemos, el cual en su página web recoge diversos proyectos.

En el caso de las personas jurídicas tendremos que centrarnos en el impuesto de sociedades, podremos observar como si acudimos al artículo 15 de la ley de impuestos de sociedades sobre los gastos no deducibles podremos observar en su letra e) que los donativos y liberalidades se encuentran incluidos en la lista de forma que si el patrocinador es una persona jurídica la inversión que se realice no podrá ser considerada como un gasto deducible.

Si bien este carácter de deducibilidad solo será de aplicación cuando las plataformas estén sometidas al modelo de crowdfunding de solidaridad, y no al de recompensa, ya que en ese no se podría considerar una donación y por tanto la regla general es la no deducibilidad. Aun así es posible obtener la deducción en la modalidad de recompensa si esta sirve de alguna forma para promocionar a la persona jurídica ya que podría argumentarse que es un gasto vinculado a la promoción de la empresa siendo este deducible

Aun así existe la posibilidad de obtener una deducción en el caso de que el promotor del proyecto sea una entidad sin ánimo de lucro, ya que en ese supuesto la ley 49/2002 prevé un derecho a deducir de la cuota íntegra el 35% de la base de la deducción.

En cuanto al impuesto indirecto del IVA, en caso de que el mecenas se trate de una persona jurídica empresarial o de una persona física profesional podrá deducirse el IVA soportado de la aportación siempre y cuando se encuentre en relación con la actividad empresarial que realice.

4.4.2 Promotor

El promotor que inicia el proyecto de crowdfunding al igual que los patrocinadores no tributa el dinero recaudado de la misma forma si se trata de una persona física o de una persona jurídica.

En el caso de las personas físicas las aportaciones obtenidas como resultado de una modalidad de crowdfunding de donación tributara en el impuesto sobre sucesiones y donaciones, al ser la recepción de donaciones el hecho imponible gravado en la ley.

En cuanto a las personas jurídicas, las aportaciones obtenidas sin recompensa, al tratarse de una renta con carácter positivo, este ingreso está sujeto al impuesto de sociedades y por tanto se tendrá en cuenta en el cálculo de la base imponible, aunque al igual que en el caso de los patrocinadores si la sociedad se trata de una entidad sin ánimo de lucro tendrá opción a beneficios fiscales, en este caso en forma de un tipo impositivo reducido del 10% en la tributación de las donaciones.

Mientras que si se trata de un crowdfunding de recompensa la tributación es mixta tal y como establece la Dirección General de Tributos en su consulta vinculante V 3672-13, por un lado se tributara en el impuesto de sucesiones y donaciones la parte de la inversión con carácter lucrativo, mientras que la parte de la inversión con carácter oneroso tributara en el impuesto de sociedades o en el IRPF según si se trata de una persona jurídica o de una persona física respectivamente, para determinar la distinción entre ambas partes se ha de acudir al valor de mercado de la recompensa que entregara el promotor.

En el caso de que el promotor sea una persona jurídica no comprendida como una entidad sin ánimo de lucro esta distinción carece de sentido dado que los donativos como hemos mencionado anteriormente no se encuentran exentos en la tributación del impuesto de sociedades, de tal forma que la totalidad de lo percibido sería trasladado a la base imponible. Además las personas jurídicas se ven obligadas a pagar el impuesto sobre transmisiones y actos jurídicos documentados.

En lo referente al pago del IVA en esta modalidad de crowdfunding el promotor deberá de tributar por el impuesto puesto que se trata fiscalmente igual que una compraventa cualquiera donde alguien compra el bien o un servicio que compone la recompensa, y solo tendrá que tributar IVA incorporándose a la base imponible la parte que no tenga consideración de donación, haciendo la distinción de la misma forma antes descrita. De cara a la declaración del impuesto puede deducirse todos los IVA que haya soportado en calidad de gastos del proyecto.

4.4.3 Plataforma intermediaria

Las plataformas de crowdfunding funcionan como meras intermediarias entre los promotores y los patrocinadores, teniendo como finalidad colaborar en la búsqueda de financiación de los promotores sirviendo como punto de referencia para los patrocinadores interesados en la financiación de proyectos. Para determinar los efectos fiscales del crowdfunding en las plataformas hay que atender sobretodo al domicilio fiscal, ya que tendrán un tratamiento diferente en base a si se encuentran domiciliadas en España o en el extranjero.

Si la plataforma tiene residencia fiscal en España, tendrá que tributar los rendimientos que obtenga de su actividad profesional en el impuesto de sociedades como cualquier entidad sin presentar distinción en su tributación en base a su actividad. Si la plataforma por el contrario no tiene residencia fiscal en España tendrá que tributar por el impuesto sobre la renta de los no residentes, y dependiendo de si tiene un establecimiento permanente deberá tributar este impuesto periódicamente, o únicamente cuando obtenga rendimientos provenientes de España.

En cuanto a los impuestos indirectos, los servicios prestados por la plataforma de crowdfunding quedaran sujetos a IVA, el cual normalmente suele estar incluido en la comisión cobrada por la plataforma.

Si bien independientemente de donde tengan establecido el domicilio fiscal, las plataformas podrán beneficiarse de las deducciones para evitar la doble imposición internacional, cuando los promotores se hallen en país diferente de la plataforma.

5 CROWDFUNDING EN EL MUNDO DEL OCIO

Una vez determinada la importancia que está adquiriendo las plataformas de financiación participativa en el ámbito español, las cuales se puede observar que además de estar implementándose a pasos agigantados se están consolidando como opción alterna a la financiación para las PYMES, procedemos a determinar las posibilidades de negocio que se pueden llevar a cabo gracias a este modo de financiación en el ámbito del ocio, así como ejemplos prácticos de aplicación.

5.1 VOLUMEN DE NEGOCIO

Los principales destinos del crowdfunding de recompensa en base a las estadísticas ofrecidas por las principales plataformas de financiación colectiva, como Kickstarter que se mostro anteriormente, son los sectores del cine, música y juegos, tanto de mesa como electrónicos, es decir aplicaciones relacionadas con el ocio. Vamos a realizar un breve análisis de estos sectores para ver su situación actual y su evolución.

En primer lugar los videojuegos en España ocupan la primera opción de ocio audiovisual en España, facturándose en el año 2015 1.083 millones de euros, un incremento del 8.7% respecto a lo facturado en el año 2014 según los datos aportados por el Anuario de la Industria del Videojuego en 2015, esta tendencia se está intensificando con la aparición de los llamados Esports que se están asentado en la comunidad siendo protagonistas de grandes eventos, este mercado da una oportunidad para aquellos desarrolladores de videojuegos que no cuentan con el respaldo de grandes industrias del sector a través de los llamados juegos Indie.

En segundo lugar el cine en España también está sufriendo un aumento, tanto en su forma tradicional, donde el número de asistentes ha aumentado un 6% en 2016 con respecto al año anterior según Comscore Spain, como en su forma electrónica con la aparición de plataformas de visionado como Netflix o HBO donde series y películas de bajo presupuesto tienen fácil acceso al mercado audiovisual.

En tercer lugar el sector de la música también ha sufrido un crecimiento en el ámbito español tras tocar fondo en el año 2013, incrementándose la recaudación gracias a la expansión del formato digital alcanzado en España la cifra de 163,78 millones de euros en el año 2016, tal y como recoge la plataforma de Productores de Música de España (Promusicae)

Estos crecimientos en los sectores de principal uso de las plataformas de financiación de crowdfunding indican que el sector del ocio en España se encuentra en auge siendo una oportunidad de negocio a estudiar sobre todo en un país de gran cultura del turismo y del ocio, dado que la situación es propicia al ser un sector en crecimiento con acceso a una financiación de bajo coste.

5.2 COSTES DEL PROYECTO

El motivo por el cual las PYMES y demás proyectos se están decantado por este método de financiación es por el menor coste en comparación de los otros sistemas de financiación aunque las campañas de crowdfunding no están exentas de gastos, como hemos visto anteriormente tienen gastos de intermediación por parte de las plataformas de financiación en virtud de su actividad recaudatoria el cual se trata de un gasto variable en función de la cantidad recaudada, pero no se detienen ahí los gastos que tienen que soportar, puesto que adicionalmente se encuentran los tributos a pagar como hemos analizado previamente en sus efectos fiscales.

Adicionalmente a estos gastos los crowdfunding de recompensa tienen el coste de la recompensa y entrega de la misma, de tal forma que dependiendo de la

recompensa los costes tendrán una cuantía u otra, estos gastos no son necesariamente existentes puesto que puede darse la situación de que no supongan gasto alguno en los crowdfunding de recompensa aunque suene incongruente. Esto es debido a que una recompensa habitual en los proyectos, sobretodo en aquellos proyectos de carácter digital, consiste en un agradecimiento o reconocimiento en la financiación del proyecto de diversas formas como puede ser la aparición del nombre de los promotores en los créditos. Esta forma de recompensa no constituye un gasto apreciable de la financiación repercutiendo en un gasto nulo en cuanto a la recompensa casi asimilándose a la donación.

Aun así existen otros tipos de recompensa como ediciones limitadas o versiones finales del producto que si consisten en un coste para el proyecto si bien se trata de un coste que necesariamente ha de ser inferior al importe de la aportación, siendo en la práctica la recompensa muy inferior a la aportación.

Adicionalmente a estos costes una campaña de crowdfunding suele tener asociados costes de asesoramiento en cuanto a cómo gestionar la misma para lograr alcanzar la meta objetivo, costes de producción o diseño del proyecto para que resulte atractivo a los patrocinadores que de otra forma no estarían motivados para aportar capital y sobretodo costes de promoción de la campaña, ya que como veremos a continuación los medios sociales juegan un papel fundamental en el éxito de la campaña de crowdfunding.

Es difícil determinar exactamente los costes que se asumen a los proyectos puesto que estos varían mucho en función del interés de los patrocinadores (a mayor interés de los patrocinadores menor recompensa necesaria), en función del proyecto, y en función a la cuantía que se pretende alcanzar (a mayor cantidad solicitada mayores costes de financiación) pero en conclusión sus costes son inferiores a la recaudación alcanzada.

5.3 EFECTO DE LOS MEDIOS SOCIALES

El éxito de una campaña de crowdfunding radica en muchos factores, como el interés del público, las recompensas ofrecidas o lo novedoso del proyecto pero uno de los factores más determinantes del éxito de estas plataformas de financiación es sin el marketing y publicidad llevada a cabo en los medios sociales.

Tal es la importancia de este factor en el éxito de las campañas, que un estudio de la universidad de Nebraska ha determinado que existe una fuerte relación entre los medios sociales y el éxito de las campañas de crowdfunding, habiendo una correlación directa entre los seguidores del proyecto en los medios sociales y la obtención de la financiación buscada en el proyecto, hasta el punto de establecer una fórmula de carácter estrictamente orientativa que relaciona los likes de un proyecto y las posibilidades de que el proyecto concluya con los fondos suficientes, y viceversa, en caso de que un proyecto no cuente con los suficientes likes hay muchas probabilidades de que no adquiera la financiación requerida.

Si bien es discutible hasta qué punto se puede cuantificar el impacto en los medios sociales en una fórmula, lo que es seguro es que es necesaria una buena relación con los grupos de interés, puesto que cuanto mejor sea la relación con los mismos habrá un mayor interés por el cumplimiento del objetivo lo que permitirá a los promotores del proyecto ofrecer unas recompensas menores lo cual repercute en el coste de la campaña y en la posibilidad de obtención del objetivo. Un proyecto que cuide sus grupos de interés tendrá mayor facilidad de obtener el objetivo con una menor recompensa que un proyecto que aunque presente unas recompensas mayores no despierte el sentimiento de participación requerido en un crowdfunding de recompensa donde no prima el ánimo de lucro propio de los crowdfunding de inversión.

Esta relación con los grupos de interés no se lleva a cabo de forma puntual en la campaña de crowdfunding sino que se ha de mantener a lo largo de la misma puesto que la comunidad de estas plataformas se caracteriza por un fuerte seguimiento del proyecto del que toman parte, para mantener este interés numerosas plataformas desarrollan guías estableciendo unas pautas sobre como relacionarse con los patrocinadores. Esta relación con los grupos de interés se extiende mas allá de la duración del proyecto en si mismo puesto que unas buenas relaciones pueden servir como base de confianza para ulteriores proyectos que busquen el mismo sistema de financiación, de forma contraria la comunidad de estas plataformas participativas presentan una excelente memoria lo cual resulta en que en el caso de que el proyecto no cumpla con los objetivos prometidos, o incurra en malas relaciones con sus patrocinadores, la comunidad le veta el acceso a esta fuente de financiación al carecer de la confianza.

Un ejemplo de malas relaciones con los grupos de interés lo encontramos en el juego Mythic: The story of Gods and Men, el cual fue promovido por la compañía Little Monster Productions y que aun hoy sigue haciendo eco, este proyecto tuvo que ser cancelado a las pocas semanas puesto que los propios patrocinadores del proyecto detectaron que el diseño y arte conceptual que estaba usando la compañía habían sido utilizados sin el consentimiento de los autores de dichos bocetos y estilos, pero su mal comportamiento no acabo aquí, puesto que de esta forma destaparon una estafa que se quería llevar a cabo donde no se pensaba en llevar a cabo ningún proyecto sino simplemente mediante información falsa recaudar el dinero, hasta el punto de que en la pagina del proyecto mostraban imágenes falsas de oficinas donde supuestamente trabajaban.

En el lado opuesto de la balanza, como ejemplo de buenas relaciones con los grupos de interés encontramos el proyecto de juego Bloodstained, donde una vez finalizada la campaña de crowdfunding no terminaron las relaciones con sus patrocinadores creando foros para los seguidores donde pueden comentar las actualizaciones que se suben periódicamente del proyecto, esta buena relación ha provocado la creación de una comunidad que respalda el proyecto y que es capaz de responder ante nuevas campañas de financiación iniciadas para refinanciar el proyecto o para incrementar el tamaño del proyecto.

Esto explica porque los proyectos que cuentan con una fan base establecida tienen mayores facilidades para el cumplimiento de objetivos de proyectos, veremos a continuación al tratar algunas aplicaciones del crowdfunding como una fuerte fan base permite el acceso a grandes cantidades de financiación a un coste muy reducido por la propia naturaleza del proyecto. Pero como ejemplo de hasta dónde puede llegar una fan base solida y establecida en un proyecto con carácter de ocio, el juego de mesa basado en el popular juego Dark Souls logro recaudar su objetivo de 50.000 libras en tan solo 3 minutos desde la publicación del proyecto, aun cuando tan solo daban recompensa con contribuciones superiores a 75 libras, las cuales estaban limitadas a un numero de aportaciones. Este proyecto a logrado recaudar más de 3.7 millones de libras, es decir 73 veces lo solicitado.

El segundo proyecto de crowdfunding que más dinero ha recaudado hasta el momento forma parte de este sector del ocio correspondiendo al videojuego Star Citizen recaudando a través de diferentes plataformas la cantidad de 151 millones de dólares, un presupuesto equiparable al de las superproducciones de Hollywood.

Las comunidades aficionadas a juegos de mesa, videojuegos y demás material del ocio son unas comunidades de carácter activo muy propensas a participar de esta modalidad de crowdfunding, estas cifras indican hasta qué punto las comunidades están dispuestas no solo a financiar proyectos que les atraigan sino a financiarlas muy

por encima de lo solicitado con tal de la obtención de un producto de calidad que atienda a sus gustos personales.

Plataformas como Indiegogo o Kickstarter ofrecen guías y material de apoyo para tener unas buenas relaciones con los patrocinadores, el documental “Capital Colectivo” clarifica el funcionamiento de estas comunidades con el seguimiento de dos proyectos a lo largo de la campaña y deja claro como es de vital importancia para el buen funcionamiento del proyecto que se cuiden las relaciones con los patrocinadores.

5.4 POSIBLES APLICACIONES Y EXPERIENCIAS PREVIAS

A continuación vamos a ver algunas posibles aplicaciones del crowdfunding en el ámbito del ocio que ponen de manifiesto el éxito de esta forma de financiación en la práctica.

5.4.1 Televisión y cine

En el mundo de la televisión y el cine el crowdfunding ha permitido la publicación de películas de diferente presupuesto en plataformas de visionado digital como por ejemplo Youtube o Netflix.

Un ejemplo lo encontramos en la producción de la película Kung Fury la cual solicitaba 200.000\$ y acabo recaudando 630.000\$, esta producción de origen sueco se emitió gratuitamente a través de Youtube la cual en el momento actual tiene 27 millones de visitas (nada más que en su canal oficial en ingles) y ya se encuentra en preparación para una secuela. Este cortometraje también ha incentivado la creación de varios videojuegos. En este caso la publicación del cortometraje ha servido como trampolín hacia el desarrollo de otra película de las mismas características esta vez patrocinado por productoras de Hollywood con un mayor presupuesto y un lanzamiento de nivel internacional. Teniendo aquí un ejemplo de cómo un proyecto de bajo presupuesto financiado a través de crowdfunding puede servir como acceso a proyectos más grandes y a la creación de una fan base.

Otro ejemplo en este ámbito lo encontramos en la película que se está desarrollando íntegramente por aficionados a la saga de películas de Harry Potter, “Voldemort, Origins of the Heir” es un fan film basado en el mundo de la popular colección de libros de J.K. Rowling, el desarrollo de esta película se encontró con un conflicto legal por la propiedad intelectual del producto, pero se ha alcanzado un acuerdo entre los productores de la película y Warner Bros, si bien aún se desconocen los detalles del acuerdo, deja constancia de la posibilidad de que grandes productoras y no solo estudios independientes, pueden hacer uso de esta financiación para el lanzamiento de películas que cuenten con una fan base establecida, lo cual supone un menor coste de desarrollo, una mayor respuesta por parte de los patrocinadores y unos mayores retornos de estas películas. Desde el punto de vista empresarial, actividades como estas llevadas a cabo por los fans y para los fans permiten el cuidado de las relaciones con los grupos de interés sin apenas gestión.

Otro ejemplo de hasta dónde pueden llegar los fans lo encontramos en un proyecto elaborado por varios seguidores descontentos con algunos capítulos de la serie de televisión Juego de tronos, por romper seriamente con lo escrito en los libros recortando una parte importante de la trama presumiblemente por temas presupuestarios, ante esto este proyecto busca emitir una serie de capítulos propios con los actores originales si alcanzan la cifra de 20.000 millones, cosa que no es descabellada cuando recaudaron 24.000 dólares en la primera hora del proyecto con la intención de subsanar el error de los productores de la serie. Ante esto se nos plantea la cuestión de la posibilidad de que HBO permitiera a los fans que aportaran dinero a la relación de la serie a cambio de una especie de “versión extendida” de la

misma, dando un producto de mayor calidad al mismo coste si logran reconducir esa financiación.

De los ejemplos anteriores se puede observar que la aplicación del crowdfunding en este ámbito no es una ficción, pudiendo grandes compañías como Disney o Sony, expertas en publicidad y propaganda de películas hacer uso de estas plataformas para reducir el coste de desarrollo, además de la posible utilidad de medir el interés del público en los proyectos a través del éxito de la campaña, la cual es un reflejo del interés de los individuos en el proyecto. De esta forma si bien no logran la financiación necesaria para llevar a cabo la película podrán hacer un sondeo de hasta qué punto se encuentra el público interesado pudiendo evitar fracasos en taquilla o sondear la posibilidad de producción de películas sobre las que se tengan duda de su viabilidad.

5.4.2 Juegos

El mundo de los videojuegos y juegos de mesa ostenta uno de los principales campos de aplicación del crowdfunding sin lugar a duda, no solo a nivel de software sino también a nivel de hardware y hasta accesorios de dispositivos móviles.

Un ejemplo de cómo el crowdfunding ha disparado proyectos en el mundo de los videojuegos lo encontramos en el juego Wasteland 2, un juego solicitado durante muchos años por grandes colectivo de seguidores, pero que por diversos motivos no lograba acceso a financiación a través de canales de financiación profesionales y más estrictos. La campaña llevada a cabo por Kickstarter tenía como objetivo 900.000 \$ y recaudo una cantidad de dos millones de dólares por encima de esa cantidad.

Pero este ejemplo no es único ni aislado, sin ir más lejos un proyecto llamado Blasphemous de origen sevillano ha recaudado más de 200.000\$ cuadruplicando la cantidad solicitada, o el videojuego de Anima Gate of Memories también de origen español, que recaudo la cantidad de 130.000 libras a través de una campaña básica y luego una extensión de la misma. Aunque quizás los ejemplos más relevantes los hemos nombrado anteriormente, el caso de Dark Souls que recaudo su financiación en 3 minutos y concluyendo el proyecto con una recaudación 73 veces superior a lo solicitado, o Star Citizen que recaudo una cifra que le hizo aparecer en el libro guiness de los record.

Como hemos dicho no se usa el crowdfunding únicamente en software de videojuegos sino que también está siendo utilizado para llevar a cabo diferentes equipos de Hardware, como ejemplo tenemos el Gloveone, con una recaudación de 150.000\$, un guantelete con sensores que permite una mejor relación con los entornos de realidad virtual que se están extendiendo como la pólvora, este hardware una vez desarrollado oferta múltiples oportunidades de negocios con grandes compañías que carecen de esta tecnología permitiendo implementarla en sus productos en la carrera de la realidad virtual que se está desarrollando.

Esta utilidad de las plataformas de crowdfunding se extiende a juegos de mesas, como ejemplo relevante tenemos la nueva entrega del juego de mesa Zombicide que ha recaudado la impresionante cifra de 3 millones de dólares cuando su objetivo tan solo eran 300.000\$, obteniendo diez veces la financiación necesaria.

Estos ejemplos dejan de manifiesto como en el mundo de los juegos recreativos el crowdfunding no ha de ser una financiación subsidiaria sino todo lo contrario, la fuente principal de financiación a la que se ha de recurrir en caso de tener una base consolidada de seguidores o comunidad de jugadores. Atendiendo al número de proyectos publicados en Kicstarter categorizados como juegos con el dinero recaudado de la misma categoría vemos que los proyectos de este ámbito tienen como promedio de recaudación 18.488\$.

5.4.3 Libros

La lengua escrita tampoco es una excepción a la aplicación de ocio, multitudes de escritores noveles carentes de la confianza de las editoriales han logrado publicar sus novelas y distribuirlas íntegramente a través de la financiación del crowdfunding, como ejemplo tenemos “Detrás de la pistola” de Cris Mandarica o “El autómatas de Bronce” escrito por Miguel Soria.

Poniéndolo en sintonía con un ejemplo histórico de las consecuencias que puede alcanzar una campaña bien llevada, imaginemos que cuando la escritora de la saga de libros Harry Potter mendigaba por financiación para la publicación de su novela debido a que las editoriales rechazaban el libro hubieran existido las plataformas de crowdfunding. Quizás hubiera logrado crear un negocio de varios millones de dólares sin necesidad de financiación ajena en su etapa temprana.

5.4.4 Hostelería

La hostelería es un ejemplo de aplicación de especial interés en España, donde la hostelería es motor principal de la industria del turismo, en un país que cada vez es anfitrión de un mayor número de turistas.

Ante esto han surgido diversas plataformas de Crowdfunding en el ámbito nacional tenemos como ejemplo de ello United food republic, la única plataforma de crowdfunding destinada al sector gastronómico el cual ofrece como recompensas platos y degustaciones una vez montado el negocio, lo cual significa que no solo recaudan capital a través del proyecto sino que atraen a clientes y se dan a conocer los negocios una vez establecidos.

Al igual que en los otros casos estudiados, esta financiación no se tiene porque limitar a los proyectos de Pymes o autónomos, siendo también aplicable a las grandes empresas, ejemplo de ello tenemos el Hard Rock Hotel situado en Palm Springs, el cual recaudo 1.5 millones de dólares, aunque hemos mencionado que esta recaudación en este caso la llevo a cabo bajo un proyecto de Equity Crowdfunding.

5.4.5 Edificios y obras de interés cultural

Otro ejemplo más de posibles aplicaciones sería la utilización del crowdfunding para la restauración, mantenimiento y conservación de edificios, monumentos y obras de arte de interés cultural.

Ejemplos en España no nos faltan, puesto que se ha utilizado el crowdfunding para la financiación de diversos proyectos de conservación. Entre los ejemplos más relevantes tenemos la Casa Palacio del Pulmarejo, edificio construido en el siglo XVIII que fue restaurado gracias aportaciones por valor de 16.000 euros, o el Palacio del Infante Don Luis, gracias a una campaña que recaudo 50.000 euros.

Otro aspecto de este crowdfunding lo encontramos en las actuaciones llevadas a cabo por el museo del Louvre, el cual ha llevado a cabo campañas de financiación para la obtención de obras de arte, como Las Tres Gracias con un proyecto que recaudo más de un millón de euros, o un proyecto para llevar a cabo una restauración del monumento La Victoria, o la adquisición de una colección de arte egipcio como es la mastaba de Akhethotep.

6 CONCLUSIONES

El Crowdfunding ha llegado al mercado de la financiación no como una moda pasajera, sino como una alternativa de inversión dispuesta a quedarse y servir como lanzadera a diversos proyectos. Las plataformas de crowdfunding no han parado de crecer en volumen y en número en los últimos años, y parece que la tendencia aun se encuentra lejos de suavizarse.

Las ventajas que presenta con respecto a los otros medios de financiación son palpables, en sus diferentes modalidades ostenta unos tipos de interés y un coste bastante inferior, llegando a ser nulo en algunos casos, comparado con la financiación tradicional al desvincularse del paso intermedio que representan las entidades financieras. Y no solo ventaja para los financiados, sino para los inversores de escaso capital que pueden acceder al mercado de la financiación con escasas cantidades y poder repartirse el riesgo con el colectivo. Con el atractivo añadido de que solo generan obligaciones cuando se ha recaudado la financiación en su totalidad como regla general, lo cual supone que para que triunfe el proyecto hay un público que tiene un interés en el mismo ya sea como consumidor (en los crowdfunding de donación y recompensa) o como inversor (en los crowdfunding de equity o de préstamo) lo cual supone un primer sondeo del éxito del proyecto. En el lado contrario de la balanza, si se diera el caso de que no se reúne la financiación puede ser una señal a tiempo para retirarnos sin haber puesto en peligro ni un euro de nuestro dinero personal.

Si la tendencia se mantiene como parece indicarse, y se normaliza la financiación, se podría obtener una mayor rentabilidad de diversos proyectos de gran envergadura que actualmente solo se financian a través de financiación ajena o grandes inversiones con el riesgo que conlleva. Para ello es necesario gestionar la comunidad de seguidores del proyecto de forma que estén motivados a participar en proyectos que despierten en ellos un entusiasmo personal. De esta forma si los proyectos que actualmente son llevados a cabo por grupos de individuos que no esperan una retribución directa de su trabajo como son las producciones fan made, se recondujeran y fueran producidos en colaboración junto con las compañías dueñas de las licencias, se podrían realizar una multitud de proyectos con un coste reducido y un riesgo minorizado.

Los ejemplos abundan, colectivos de fans que insisten y aclaman por la realización de proyectos como pudo ser la película de Deadpool que recaudo 673 millones de dólares a nivel global, y solo fue llevada a cabo por una filtración que se produjo de un borrador de la película en diversos foros de internet, de no ser por los fans no se hubiera llevado a cabo esta producción multimillonaria, ya que los directivos de la productora no creían que tuviera posibilidades de éxito. ¿Cómo podrían haberse aprovechado de esta fuerza comunitaria si la hubieran reconducido a través del crowdfunding?

El mundo del crowdfunding abre un nuevo universo de posibles proyectos y negocios que antes hubieran quedado relegados al olvido, incentivando el carácter emprendedor en grandes cantidades. Ahora cualquier individuo puede iniciar un proyecto en Kicstarter o Indiegogo o plataforma similar y si el proyecto interesa recaudar el dinero para emprender y desarrollar su idea, el procedimiento en su totalidad desde que se presenta el proyecto hasta que acaba la campaña dura un mes, una cantidad de tiempo ínfima si consideramos el tiempo, y el conocimiento, necesario para preparar propuestas que resulten atractivas a inversores profesionales o entidades de crédito.

En conclusión, los emprendedores no tienen que plantearse si acudir a esta forma de financiación, sino que deben, y las grandes compañías han de prepararse para esta nueva forma de financiación que se está produciendo con la finalidad de obtener la máxima rentabilidad de sus proyectos.

7 Bibliografía

Acconcia, V. *Guía básica de Crowdfunding*.

Canjea tu vale. (s.f.). Recuperado el 2017 de Mayo de 26, de Lanzanos: <http://www.lanzanos.com/doc/canjea-tu-vale/>

Cazorla Gonzalez-Serrano, L., & Moreno Serrano, E. (2016). *Crowdfunding: Aspectos Legales*. Navarra: Thomson Reuters.

Estadísticas. (s.f.). Recuperado el 26 de Mayo de 26, de Kickstarter: <https://www.kickstarter.com/help/stats?ref=footer>

Estadísticas de Ulule. (s.f.). Recuperado el 26 de Mayo de 2017, de Ulule: <https://es.ulule.com/stats/>

Fundamentos básicos de Kickstarter. (s.f.). Recuperado el 26 de 5 de 2017, de Kickstarter: <https://www.kickstarter.com/help/faq/kickstarter+basics?ref=footer>

Gonzalez, A., & Ramos, J. (2016). *Informe anual del crowdfunding en España 2016*.

Indiegogo. (s.f.). Recuperado el 26 de Mayo de 2017, de Indiegogo: https://www.indiegogo.com/#/picks_for_you

Jumpstart Our Business Startups Act.

Lastres, J. L.-P. (2016). *Plataformas de financiación participativa y "financiamiento de crowdfunding"*. Valencia: tirant lo blanch.

Ley 27/2014, de 27 de noviembre, del Impuesto sobre Sociedades.

Ley 29/1987, de 18 de diciembre, del Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones.

Ley 34/2002, de 11 de julio de Servicios de la Sociedad de la Información y el Comercio Electrónico.

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

Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.

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

Lopez, E. *Guía de introducción al crowdlending*. Crowdlending.es.

Moisseyev, A. (2013). *Effect of social media on crowdfunding project results*.

Perez, A. (s.f.). *Ley de Fomento de la Financiación Empresarial*. Recuperado el 26 de Mayo de 2017, de El derecho: http://www.elderecho.com/tribuna/mercantil/Ley-Fomento-Financiacion-Empresarial_11_811555004.html

Presentando Indiegogo Life. (s.f.). Recuperado el 26 de Mayo de 2017, de Indiegogo: <https://es.go.indiegogo.com/blog/2014/12/presentando-indiegogo-life.html>

Promusicae. *El mercado de la música grabada en España en 2016*.

Verkami se consolida como modelo alternativo a la financiación tradicional. (s.f.). *El Periodico*.

Videjuegos, Asociación Española de. (2015). *Anuario de la industria del videojuego*. X. Net. *Experiencias de Crowdfunding en el estado Español y Cataluña*.

8 ANEXOS

8.1 LISTA PLATAFORMAS NACIONALES CROWDFUNDING

Verkami	Crowdfunding para financiar proyectos originales y creadores independientes.
1x1 M1crocred1t	Somos una organización sin ánimo de lucro con la misión de apoyar a emprendedores a salir de su situación de pobreza.
álZate	álZate es la primera plataforma de crowdinvesting, inversión colectiva cultural de España.
Arboribus	Arboribus es el espacio donde las personas pueden prestar dinero a empresas sólidas y rentables.
Bandedd	Bandedd es una plataforma web de conciertos bajo demanda basada en el concepto de crowdfunding.
BBVA Suma	BBVA Suma es una plataforma digital de financiación colectiva para causas solidarias.
Crowdthinking	Plataforma de apoyo colectivo para ideas, proyectos, empresas.
DeportistasSolidarios	Es una iniciativa de la Fundación Deportistas Solidarios en Red cuyo objetivo es promover actividades deportivas vinculadas con la captación de fondos como expresión de cambio hacía una sociedad más justa.
Emprendelandia	Emprendelandia es un lugar de encuentro entre las personas con ideas que crean empleo y las que creemos en ellas.
Firstclap	Firstclap es una plataforma creada con el objetivo de acercar a artistas y amantes de la música.
Flipover	FlipOver.org es una comunidad de apoyo a proyectos sociales. Trabajamos para conseguir el dinero, el tiempo y los recursos que otras personas necesitan.
Goteo	Goteo es una red social de financiación colectiva (aportaciones monetarias) y colaboración distribuida.
Hazlo Posible Microdonaciones	Apoya proyectos que hacen del mundo un lugar mejor para todos.
Injoinet	Es una plataforma de difusión, análisis estratégico y financiación colectiva de proyectos innovadores. La nueva opción de crowdfunding que te acompaña en el duro proceso de arrancar tu proyecto.
Inverem	Web de financiación colectiva donde una pequeña inversión puede crear un gran proyecto empresarial.
Kifund	Kifund es la primera experiencia en España y en todos los países de habla hispana de plataforma de crowdfunding única y exclusivamente para cine y medios audiovisuales.
La Tahona Cultural	La Tahona Cultural es una plataforma on line para facilitar la financiación de proyectos culturales, basada en el crowdfunding o financiación compartida.
Lánzame	Apostamos por Start-Ups lideradas por grandes emprendedores. Apostamos por las cosas bien hechas.
Lánzanos	Lánzanos es una nueva forma para financiar ideas y proyectos creativos basado en el concepto de financiación en masa. Un gran grupo de personas puede ser una gran fuente de estímulos y pueden participar en la financiación de proyectos muy creativos. Si un proyecto no se financia totalmente no habrá intercambio de dinero.
Lemon Fruits	Invierte en negocios y proyectos empresariales. Conectando Emprendedores y Jóvenes Empresas con Inversores y Colaboradores
L'Hospitalet Participa	El nostre objectiu és evitar que projectes interessants per la societat no es puguin fer per problemes de finançament.

Libros.com	Libros.com: Descubre tu próximo libro favorito. Ayuda a publicar nuevos libros a través de nuestra plataforma de crowdfunding editorial. Organiza tu biblioteca, escribe reseñas y puntúa los libros que has leído. Y, si al final decides leer algo nuevo, encuentra los mejores precios sin salir de Libros.com
MiAportación.org	Miaportacion.org es un proyecto sin ánimo de lucro que pretende comunicar y cubrir la necesidades que tiene la gente más desfavorecida. Intenta dar respuesta a una pregunta que algunas veces nos hacemos: "me gustaría hacer algo por los demás pero no sé qué hacer".
Mi Grano de Arena	Gracias a migranodearena.org podrás crearte tu propia web, de forma gratuita, con el objetivo de recaudar fondos para la institución benéfica que tú elijas.
MontaTuConcierto	Financia tus conciertos con crowdfunding.
Nestarter	Netstarter es una plataforma de crowdfunding y ayuda a startups, de habla hispana, generando una comunidad activa de emprendedores y financiadores.
Partizipa	Buscamos gente que tenga experiencia y conocimientos para desarrollar un negocio, le ayudamos a concretarlo y financiarlo con la ayuda de nuestros usuarios.
Patrocinalos	Patrocinalos es una plataforma de patrocinio deportivo mediante el sistema de crowdfunding. Patrocinamos élite, profesionales y aficionados. Además ponemos en juego patrocinios directos entre toda nuestra comunidad.
Potlatch	Potlatch es una plataforma de financiación colectiva. En Potlatch creemos que en tiempos difíciles la aportación de muchos posibilita hacer realidad proyectos que nos benefician a todos. Pequeños gestos que cambian el mundo.
Rock&Dream	Es una forma distinta de apostar por la música en directo. Rock&Dream ofrece a público, bandas y espacios para la música en vivo, la posibilidad de financiar colectivamente sus conciertos.
Seed & click	1ª plataforma online de financiación colectiva (crowdfunding) de startups y proyectos empresariales de cualquier sector con necesidad de capital.
SmileMundo	¡En SmileMundo creemos que todo el mundo tiene el poder y la fuerza para crear el cambio y que juntos tenemos la capacidad de hacer de este cambio algo sustancial!
Socios Inversores	Unimos emprendedores con inversores.
Sport2Help	Sport2help nace con la voluntad de hacer una red social solidaria. Cada Sporter tiene su perfil donde puede ir explicando los detalles de los retos que se marca y a qué entidad quiere ayudar.
Taracea	Taracea es el programa de patrocinio y mecenazgo de la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT).
Teaming	Teaming es una iniciativa solidaria que nació en el año 1998 y que ayuda a los demás mediante microdonaciones de 1 euro. Todos los que hacemos Teaming donamos 1 euro al mes y lo destinamos a aquella causa social que elegimos.
The Crowd Angel	The Crowd Angel es la primera plataforma de crowdfunding que te permite invertir online en una selección de startups investment ready.
Trustparency	Trustparency surge como la primera plataforma de #storytelling para proyectos sociales con una propuesta centrada en comunicación y en gestión de comunidad.
Ulule	Participa en la financiación de proyectos creativos e innovadores, recibe recompensas exclusivas.

Vórticex	Vórticex es la primera web global de financiación y participación colectiva (crowdfunding y crowdsourcing) para ciencia e investigación. Además de impulsar la I+D+i, ofrecemos asesoramiento y formación en micromecenazgo y participación distribuida.
Ynversion.com	Ynversion.com integra un equipo de profesionales de la abogacía y la administración de empresas, expertos en la tutela de inversiones con fuerte vocación emprendedora.
Yujoo	Plataforma de elearning.
My Major Company	Crowdfunding para financiar ideas creativas.
TotSuma	La plataforma catalana de finançament col·lectiu.
Siamm.es	En Siamm Crowdfunding tienen cabida todo tipo de proyectos creativos y artísticos.
FromLab	Plataforma digital que permite a creadores de productos físicos e inventos conseguir financiación para hacer realidad sus proyectos.
Dirutza	Dirutza es la plataforma de crowdfunding diseñada para presentar y apoyar proyectos que se desarrollan en euskera.
Bihoop	Plataforma de inversión en Startups de nueva creación.
MeGustaTuldea	Dinero para proyectos, rentabilidad para tu inversión.
Fimoos	Plataforma para apoyar al negocio local.
United Food Republic	Apoya a un nuevo concepto culinario o ayuda a traerlo a tu barrio.
I Love Science	I Love Science es una plataforma internacional para la financiación de proyectos científicos.
Funds4Research	Funds 4 Research (F4R) nace por la pasión de un grupo de personas por la investigación y la ciencia como factor de progreso y bienestar social.
Mola.FM	Web Crowdfunding con intervención profesional. Trabajamos en armonía para profesionalizar al artista. Creativos, personas, al servicio de la música.
Doafund	Somos una empresa social cuyo objetivo es evitar que familias en riesgo de exclusión pierdan su casa, al no poder hacer frente a su hipoteca.
Worldcoo	Bringing people and business together with innovative funding cooperation.
Uniempren	Uniempren es una plataforma crowdfunding, desarrollada por la Universitat de València, con la financiación del Ministerio de Educación, en el marco del Programa de Atención Integral y Empleabilidad de los Estudiantes Universitarios.
BetterNow	BetterNow te ofrece una posibilidad rápida, fácil y gratis de crear tu propia página de recaudación de fondos y así, ayudar a los demás.
Idea Rápida	Idea Rápida es una nueva forma para financiar ideas, proyectos y empresas, basado en el crowdfunding o financiación en masa.
Monta tu Luna de Miel	¿Sueñas con un viaje de novios que se sale de vuestro presupuesto? Consigue fondos gracias a tus amigos y familiares.
Mamá Monedero	Mamá monedero es una plataforma que te ayuda a promover y alcanzar tus deseos entre tus familiares y amigos.
Comunitae	Comunitae es la empresa pionera en préstamos entre particulares de España.
Bestaker	Bestaker es un escaparate de proyectos de gran creación de valor y alto potencial de rentabilidad en los que pueden invertir grandes y pequeños inversores.
Apontoque	Crowdfunding deportivo
GetYourCause	GetYourCause tiene todo lo que necesitas para conseguir financiar aquello que más te importa, ya seas un emprendedor, un simpatizante de una ONG o simplemente una persona con un sueño.

Kuabol	Kuabol es una plataforma de crowdfunding para conseguir financiación colectiva e impulsar ideas a nivel cultural, empresarial, educativo, social, tecnológico, de investigación, ocio y deporte.
Win1Dream	WIN1DREAM is the biggest dreams social network in the world! It is a social and cooperative platform that will help you achieve your dreams.
EcoCrowdfunding	Si promueves una reforestación, campaña de educación ambiental, investigación, publicación o cualquier proyecto centrado en el medio ambiente, el EcoCrowdfunding te puede ser de gran ayuda.
Juntalia	La primera plataforma financiación colectiva (crowdfunding) en Canarias.
GoalFunds	La primera plataforma de crowdfunding para deportistas
Zank	Prestatarios solventes que buscan un préstamo de bajo coste y ahorradores que buscan un buen retorno se unen para beneficiarse mutuamente.
isePankur	Plataforma de préstamo escandinava que da el salto a España.
SomosAmalgama	Plataforma aragonesa de crowdfunding
namlebee	Somos una plataforma para proyectos social y políticamente comprometidos.
Gofundle	Primera plataforma de crowdfunding deportivo
Micro Inversores	Micro Inversores es una plataforma de crowdfunding dirigida a emprendedores, empresas y startups que quieran desarrollar una idea o un proyecto con un componente innovador importante.
Fundlike	Fundlike es una plataforma de crowdfunding donde se publican proyectos e iniciativas que necesitan recaudar fondos.
Crowdfunding España	Plataforma de proyectos creativos.
Bizup	Es la primera plataforma de crowdbuying creada para vender, comprar e invertir en startups, proyectos, pymes y traspasos de negocios.
Todos a una crowdfunding	Crowdfunding para el Patrimonio Cultural
ECrowd!	ECrowd! es la plataforma de crowdlending que permite a sus miembros prestar dinero a proyectos de alta rentabilidad, en la economía real y con un impacto positivo en la sociedad, como proyectos de eficiencia energética, o proyectos de redes de fibra óptica.
Coopfunding	cofinançament lliure i cooperatiu.
RealizaTuLibro	Crowdfunding para libros
Grow.ly	El mejor préstamo para tu empresa, la mejor rentabilidad para tus ahorros.
CreoEnTuProyecto	¿Tienes un proyecto empresarial y necesitas financiarlo? Ven a descubrir el sistema de financiación de mayor crecimiento en el mundo.
NoTanRaras	Notanraras nace de una idea; la de ayudar a personas invisibles a ser visibles ante la sociedad.