



## Todo lo que necesita saber sobre el 'crowdfunding'

**S**ON MUCHOS LOS PEQUEÑOS inversores que ven en este canal una alternativa a la escasa rentabilidad de los productos tradicionales, una manera de diversificar los ahorros y hasta una forma de apoyar el emprendimiento. Conocer qué es, cómo funciona y qué requisitos son necesarios para lanzar una campaña o apoyarla, es el primer paso para evitar los posibles riesgos que también existen en este sector tanto para inversores como para promotores, ya que, según los expertos, el 60% de las campañas fracasan porque no siguen una planificación adecuada. Para evitar problemas, los expertos recomiendan acudir siempre a plataformas con experiencia y a entidades que hayan sido autorizadas por la Comisión Nacional de

Mercado de Valores o por el Banco de España, ya que de las ochenta plataformas que operan en España, solo la mitad siguen las normas de los reguladores financieros.

Hace apenas una década que el *crowdfunding* llegó a nuestro país. Para entonces, los países anglosajones llevaban tiempo recurriendo a esta vía de financiación, que se ha popularizado en los últimos tiempos. En realidad, y a grandes rasgos, se trata de regular y estandarizar los préstamos entre particulares de toda la vida, las donaciones a entidades sin ánimo de lucro, así como aprovechar las ventajas que ofrece hoy día el *marketing* digital. Porque de hecho, el éxito de muchas de las campañas depende de una buena promoción y posicionamiento. Para empezar,

El *crowdfunding*, o financiación colectiva, se ha consolidado como una fuente financiera para todo tipo de proyectos personales, empresariales, iniciativas sociales, propuestas culturales, campañas políticas, etcétera. Los últimos datos, recogidos en un informe realizado por la consultora Universo Crowdfunding, en colaboración con la Universidad Complutense de Madrid, apuntan que el sector mueve más de 113 millones de euros año en España y que un 75% de las campañas desarrolladas han logrado su objetivo.

MARIÁN LEZAUN

✉ [marianlezaun@gmail.com](mailto:marianlezaun@gmail.com)

🐦 @mlezaun

El 'crowdfunding' se define como la financiación de un proyecto de cualquier naturaleza en el que los inversores no siempre obtienen un beneficio económico directo

lo primero que debemos tener en cuenta es que existen diferentes posibilidades y tipologías de *crowdfunding* y que hace falta una plataforma autorizada para poner en marcha cualquier campaña si queremos ser efectivos.

**¿En qué consiste el *crowdfunding*?** Parece que fue a finales de los noventa cuando encontramos la primera iniciativa relacionada con este término que une el significado de las palabras multitud y financiación. Fue entonces cuando el grupo de música londinense Marillion decidió sufragar los gastos de su gira por Estados Unidos, gracias a las pequeñas donaciones de sus fans, según recoge la web de SociosInversores. El término fue acuñado defini-

## Para saber más



Listado de plataformas de *crowdfunding* autorizadas por la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV).

▶ <http://cort.as/-6-Po> 



En la web de la escuela de negocios IEB se pueden conocer distintas plataformas por sectores.

▶ <http://cort.as/-58HS>



Bruselas ha propuesto crear un pasaporte europeo para las plataformas con el objetivo de ampliar el mercado de las mismas y lograr una mayor protección para los inversores.

▶ <http://cort.as/-58Z7>



## ¿Cómo se regula?

EN los casos de financiación y préstamos, es la Ley de Fomento de la Financiación Empresarial la que los regula. Y, por su parte, el Código Mercantil y la legislación aplicable a cualquier comercio electrónico regula el *crowdfunding* de recompensa. Además, en abril de 2015, el Congreso dio luz verde a la ley que regula el funcionamiento de las plataformas dedicadas al *crowdfunding*.



tivamente en 2008 en un artículo titulado *The rise of crowdfunding* y publicado por Mark Robinson y Jeff Howe, que recogía las numerosas experiencias relacionadas con este tipo de financiación y sus posibilidades. Así, el término se ha definido como la financiación participativa de un proyecto de cualquier naturaleza en el que los inversores no siempre obtienen un beneficio económico directo y que se ha convertido en una interesante vía de apoyo al emprendimiento y la creación.

**¿Cuáles son las diferentes tipologías de *crowdfunding*?** Existen cuatro grandes tipos de *crowdfunding*, según la finalidad que tenga la campaña. En primer lugar, está el





## De las ochenta plataformas que operan en España, solo la mitad siguen las normas de los reguladores financieros

➔ *crowdfunding* de donaciones, que lo que busca es financiar iniciativas sociales, cuya aportación es totalmente altruista. En el *crowdfunding* de recompensa, el inversor recibe un producto o servicio en compensación por el dinero prestado con antelación. Existen numerosos ejemplos de este segundo modelo, pero son muy habituales los productos culturales como libros, discos, películas, vídeo juegos y también productos tecnológicos. Una tercera modalidad es el *crowdfunding* de préstamo en el que los inversores reciben una compensación económica, ya que el receptor del préstamo está obligado a devolverlo con un tipo de interés pactado. En la mayoría de los casos, las inversiones cubiertas suelen ser inmobiliarias, pero existen actualmente productos tan variados como las inversiones en demandas judiciales o en seguros. Por último, está el *crowdfunding* de inversión o *equity crowdfunding*, en el que el inversor suele entrar a formar parte del accionariado de un proyecto empresarial.

¿Cuál es el perfil del inversor? En general, se trata de pequeños inversores que buscan alternativas a los canales tradicionales o personas interesadas en apoyar a pequeños emprendedores o en el lanzamiento de nuevos productos tecnológicos.

¿Existen ventajas fiscales en este tipo de productos? Existen deducciones fiscales en el caso de las donaciones y en el *equity crowdfunding*. Asimismo hay una serie de deducciones fiscales aplicables si se invierte en una empresa de reciente creación. Dicha deducción es el 20% de las cantidades aportadas en acciones o participaciones en empresas de nueva o reciente creación y se aplica en la declaración de la renta o IRPF del inversor.

¿En qué debemos fijarnos al acudir a una de las plataformas promotoras? Según la consultora Vanacco, se exige a las plataformas estar autorizadas por la CNMV, en el caso de la inversión, o por Banco de España cuando se trata de un préstamo. Además, dichas empresas deben contar con un capital social mínimo de 60.000 euros o seguro de responsabilidad civil con cobertura de 300.000 euros.

¿Qué requisitos deben cumplir los inversores? Algunos de los requisitos exigidos a las personas que invierten son la obligatoriedad de identificarse como inversores acreditados o no acreditados, explica Acconcia, ya que la aportación máxima se establece en función de estos perfiles. En el caso de los inversores no acreditados, la máxima inversión por proyecto suele ser de 3.000 euros y el máximo anual en la misma plataforma no debe superar los 10.000 euros. Es importante aclarar que la Ley considera inversores acreditados a, entre otras, aquellas personas físicas con ingresos anuales superiores a los 50.000 euros o con un patrimonio financiero superior a los 100.000 euros.

¿Quién está detrás de las plataformas que canalizan los proyectos de financiación? Según explica Valentí Acconcia, fundador de la consultora especializada Vanacco y autor del libro *Las 20 reglas de oro del Crowdfunding*, cuando hablamos de los *crowdfunding* de inversión y préstamo, “las plataformas deben estar autorizadas por la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), pero quienes reciben el dinero, es decir las empresas financiadas, no requieren autorización”. En el caso, del *crowdfunding* de recompensa no hace falta autorización, pero eso no significa que cualquier idea pueda ser financiada y para ello, las plataformas cuentan con sus propios filtros. “Hay campañas que para ser aprobadas tienen que demostrar que lo que quieren financiar (producto o servicio) es un producto viable”, añade este experto.

¿Cómo podemos detectar si estamos ante una campaña fraudulenta? Hay sistemas de detección, las plataformas aplican filtros de aceptación y la comunidad que participa en una campaña controla su desempeño. Cualquier comprador (más que donante) en *crowdfunding* puede exigir el cumplimiento de sus derechos como consumidor, igual que cualquier otro consumidor que compre *online*.

¿Existen límites en las aportaciones? Sí. Además de las establecidas por la legislación, cada plataforma tiene los suyos. Por ejemplo, en Kickstarter, uno de los grandes referentes del sector, no se pueden superar los 7.000€ de aportación por mecenas y campaña y también hay otras que limitan la cuota mínima.

¿En España funciona como una alternativa a la financiación bancaria? Aunque nos encontramos muy lejos de las cifras de los países anglosajones: 4.300 millones en Reino Unido y cerca de 19.000 millones a través del *crowdfunding* en Estados Unidos, las plataformas son optimistas. “Yo llevo 224 campañas asesoradas con la mayoría de clientes españoles y hemos recaudado 3 millones de euros”, explica Valentí Acconcia. En el caso de SociosInversores, su página web señala más de 100 proyectos financiados. ●

## Ojo a las campañas falsas

**D**E la misma manera que hemos conocido campañas de éxito internacional como la impulsada en su propia plataforma por Star Citizen, un videojuego de simulación espacial que ha recaudado hasta el momento más de 184 millones de dólares, y en la que han participado más de 2 millones de contribuyentes, también se han producido estafas sonadas, iniciativas solidarias que no lo eran o recompensas que nunca se llegaron a entregar. Por eso, aunque no hay una receta mágica, hay algunas consideraciones que conviene tener en cuenta:

- Comprobar siempre quién está realmente detrás de la campaña, recabando toda la información posible.

- Ver si existen otros patrocinadores y donantes, quiénes son, si las listas se actualizan de manera regular y, en definitiva, si se trata de un proyecto serio y riguroso.

- Exigir siempre que haya un registro y un justificante de las transacciones y tener en cuenta las pasarelas de pago que se utilizan.

- Pedir información a los expertos del sector.



**PATRICIA SUÁREZ,**  
 Presidenta de Asufin (Asociación de  
 Usuarios Financieros)

✉ [presidencia@asufin.com](mailto:presidencia@asufin.com)  
 📱 @WonderWomanPSR

## ‘Crowdfunding’: otra manera de invertir

EL DESARROLLO DE INTERNET y las nuevas tecnologías ha permitido la aparición de mecanismos de financiación y de inversión que prescinden de la tradicional intermediación financiera. Cada vez hay más plataformas en línea que ponen en común a emprendedores con inversores para financiar, donar o prestar dinero. Estamos ante nuevas formas de inversión, pero también, ante nuevos riesgos para nuestros ahorros.

El *crowdfunding* es un mecanismo de financiación de proyectos, también llamado micro-mecenazgo o financiación colectiva. Dependiendo de la finalidad, se habla de *crowdfunding* de recompensas, donaciones, préstamos (*crowdlending*) o inversión (*equity crowdfunding*). La mayoría de los proyectos se han articulado en plataformas en línea diferenciadas por el tipo de *crowdfunding* así como por la finalidad de la inversión. En España, el micro-mecenazgo se denomina legalmente como “plataformas de financiación participativa” y, dependiendo de su finalidad, está regulado por el Título V de la Ley 5/2015, de 27 de abril, de fomento de la financiación empresarial así como por la Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.

El *crowdfunding* de recompensas es el más extendido de todos. Se basa en la aportación económica que varias personas –llamadas mecenas o micro-mecenas– inyectan en un proyecto determinado a cambio de un producto o servicio. Se conoce también como micro-mecenazgo y son habituales como mecanismo de pre-venta de un libro, un disco o un documental. En ocasiones, la inversión está condicionada a que se consiga un número mínimo de mecenas que hayan aportado el capital suficiente para la producción del producto o la prestación del servicio. En estos casos, la plataforma no cobrará si no se llega al mínimo establecido. Sin embargo, hay que tener en cuenta que se pueden producir retrasos en la entrega si una campaña está mal gestionada o tiene un exceso de peticiones del producto. Según un estudio de la Universidad de Pensilvania, un 9% de los proyectos no llega a buen puerto y los mecenas no reciben su recompensa, por lo que hay que tener en cuenta también este riesgo.

Las organizaciones sin ánimo de lucro, por otro lado, suelen utilizar el *crowdfunding* de donaciones porque, a diferencia del anterior, las personas que invierten su dinero en estos proyectos –los donantes– no reciben ninguna recompensa material, sino la satisfacción de haber apoyado un proyecto solidario. Si la ONG está declarada como de Utilidad Pública, el donante puede acogerse a una desgravación fiscal.

En España el tipo de *crowdfunding* que más volumen de capital mueve es el de préstamo o *crowdlending*.

*ding*. Se estima que en 2016 se dedicaron a estos créditos 61 millones de euros. La crisis financiera supuso un gran incremento de los micro-préstamos, ya que muchas empresas y autónomos no encontraron otro modo de financiarse ante la restricción de crédito que se ha vivido en los últimos años de crisis. Es general, es más rápido de gestionar, se ofrece un tipo de interés ligeramente más bajo que el del mercado, no exige vinculación con otros productos y tiene menos costes asociados. En esta modalidad, varios prestamistas ofrecen financiación a un particular, empresa o autónomo a cambio de recuperar su dinero más unos intereses. Este tipo de préstamo no está sometido al control del Banco de España, ni aparecen en el CIRBE, lo que dificulta enormemente el estudio de la solvencia del futuro prestatario. Esta falta de control podría favorecer, además, el sobreendeudamiento del prestatario.

El *crowdlending* no debe confundirse con los créditos rápidos o los prestamistas tradicionales que se encuentran cada vez más en internet. La mayoría de las plataformas de *crowdlending* ofrecen información sobre el prestatario, la viabilidad de su proyecto y su nivel de riesgo. En ocasiones exigen, además, que el prestatario tenga más de 2 años de actividad y genere beneficios. Sin embargo, los préstamos rápidos, a los que acuden sobre todo personas que ya no consiguen crédito por los cauces habituales, se conceden de manera más laxa a cambio de aplicar unos intereses muy elevados.

Por último, muy extendido entre las *start-ups* y con un más de 16 millones en 2016, se encuentra el *crowdfunding* de inversión, conocido como *equity crowdfunding*. Los inversores participan en un proyecto empresarial con el objetivo de obtener rentabilidad a medio o largo plazo. Los inversores se convierten así en parte de la empresa, lo que significa que si el proyecto va bien, pueden ganar dinero, pero si va mal, pueden perder total o parcialmente lo invertido. Es, probablemente, el *crowdfunding* que más riesgos entraña ya que el rendimiento es incierto, los dividendos no están asegurados y hay un riesgo real de perder toda la inversión.

Existe un problema añadido y es que la inversión no está asegurada por ningún fondo de garantía, como puede suceder en otro tipo de productos financieros. Igualmente, con independencia de los mecanismos de salida que puedan establecerse, en caso de necesitar recuperar la inversión puede ser complicado encontrar un comprador para las participaciones (riesgo de liquidez).

Las personas que opten por este tipo de *crowdfunding* deben tomar precauciones similares a las de cualquier inversor en general: no invertir dinero que se pueda necesitar, diversificar invirtiendo en varios proyectos para reducir el riesgo, ser conscientes de que el capital no está garantizado, etc...

Asimismo, tenemos que tener en cuenta que, aunque existen algunas plataformas autorizadas por la CNMV, los proyectos o empresas que se publicitan en esas plataformas no han sido examinados por el regulador. Es importante que conozcamos que esas empresas no tienen por qué tener un folleto depositado y aprobado por la CNMV como sí están obligadas a ello las empresas que operan en los mercados de valores.

En resumen, si decidimos invertir en cualquier modalidad de *crowdfunding*, tenemos que seguir la máxima de leer la información con detenimiento, estudiar los pros y los contras y no tomar decisiones precipitadas. Si tiene dudas, consulte siempre a un experto que le ayude a comprender mejor la operación que va a suscribir.

**«Estamos ante nuevas formas de inversión, pero también, ante nuevos riesgos para nuestros ahorros»**

“Lo que debe saber antes de contratar una hipoteca”

