



Universidad de Valladolid

**Facultad de Ciencias Económicas y
Empresariales**

**Grado en Administración y Dirección de
Empresas**

**Incentivos fiscales al mecenazgo:
el micromecénazgo.**

Presentado por:

Andrea de Castro Arco

Valladolid, 30 de junio de 2025

RESUMEN.

Tras la modificación de la Ley 49/2002 se ha producido una evolución del mecenazgo hacia formas más accesibles y participativas. Por eso, el objetivo de este trabajo es analizar el papel de los incentivos fiscales para el fomento de la cultura en España a través del micromecenazgo. Éste permite a personas físicas y jurídicas, públicas y privadas realizar pequeñas aportaciones para financiar proyectos culturales. De este modo, se estudian las diferentes implicaciones de la regulación fiscal para las plataformas, promotores y aportantes del *crowdfunding*.

A través de un enfoque económico y analítico se trata de analizar los avances normativos más significativos, así como los diferentes desafíos que se siguen observando en la práctica. También se subraya la diferente evolución en el número de liquidaciones totales entre Comunidades Autónomas teniendo en cuenta los datos sobre gasto fiscal por inversiones y gastos de interés cultural proporcionados por la Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT).

PALABRAS CLAVE: política fiscal, economía de la cultura: políticas públicas, *crowdfunding*, incentivos fiscales.

CLASIFICACIÓN JEL: H3, Z18

ABSTRACT.

Following the amendment of Law 49/2002, patronage has evolved towards more accessible and participatory forms. Therefore, the aim of this dissertation is to analyse the role of tax incentives in promoting culture in Spain through micromecenazgo (crowdfunding). This mechanism allows individuals and legal entities, both public and private, to make small contributions to finance cultural projects. Accordingly, the study examines the various fiscal implications for crowdfunding platforms, project promoters, and contributors.

Through an economic and analytical approach, the paper explores the most significant regulatory developments, as well as the ongoing challenges that persist in practice. It also highlights the differing trends in the number of total tax returns across Spain's Autonomous Communities, based on data concerning tax expenditure on cultural investments and expenses provided by the Spanish Tax Agency (Agencia Estatal de Administración Tributaria – AEAT).

KEYWORDS: fiscal policies, cultural economics: public policy, crowdfunding, tax incentives.

ÍNDICE.

1. INTRODUCCIÓN.....	5
2. MARCO TEÓRICO.....	6
3. INCENTIVOS FISCALES AL MECENAZGO CULTURAL.....	9
<i>3.1 Definición de cultura y justificación de la intervención del estado en el sector cultural.....</i>	<i>9</i>
<i>3.2 Importancia de la cultura en España.....</i>	<i>13</i>
<i>3.3 Los incentivos fiscales a la cultura en España.....</i>	<i>16</i>
3.3.1 Los incentivos fiscales aprobados por las Comunidades Autónomas.	20
4. LOS INCENTIVOS FISCALES AL MICROMECEANAZGO CULTURAL. EL CROWDFUNDING.....	21
<i>4.1 Las plataformas de crowdfunding.....</i>	<i>27</i>
<i>4.2 Fiscalidad de las plataformas de crowdfunding, del promotor y del aportante...32</i>	
4.2.1 Fiscalidad de las plataformas.....	33
4.2.2 Fiscalidad del promotor y del aportante.....	34
5. GASTO FISCAL DEL MECENAZGO.....	39
<i>5.1 Impacto de los incentivos fiscales en el volumen de donaciones</i>	<i>40</i>
<i>5.2 Comparativa entre Comunidades Autónomas.....</i>	<i>43</i>
6. PROPUESTA DE REFORMA.....	44
7. CONCLUSIONES.....	46
8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	47
9. ANEXOS.....	52

1. INTRODUCCIÓN.

En el contexto del Estado del bienestar, con unos recursos públicos limitados y una creciente demanda de servicios, el mecenazgo y sus beneficios fiscales se han convertido en herramientas clave para financiar actividades de interés público. La evolución de esta práctica ha visto, junto al mecenazgo tradicional, la aparición de nuevas formas de financiación, como el micromecenazgo o el *crowdfunding*, que utilizan las tecnologías digitales para promover la participación ciudadana en proyectos culturales, sociales y científicos.

El micromecenazgo, entendido como la financiación de proyectos a través de múltiples aportaciones de pequeña cuantía, ha adquirido una creciente relevancia en España. Plataformas digitales como *Verkami*, *Goteo* o *Kickstarter* han facilitado el acceso a recursos para iniciativas culturales, artísticas y sociales, muchas de las cuales dependen de incentivos fiscales para atraer inversores y mecenas. Sin embargo, a pesar del desarrollo normativo, persisten interrogantes sobre la adecuación del marco legal a las particularidades de esta forma de financiación, especialmente en lo que respecta al tratamiento fiscal de las donaciones y las contraprestaciones ofrecidas a los mecenas (Jiménez, 2017).

Este trabajo tiene como objetivo analizar el impacto de los incentivos fiscales en el fomento del *crowdfunding*, estudiar la situación regulatoria en España y compararla con otras formas de financiación. A través de este análisis se pretende evaluar la efectividad de los incentivos fiscales para incrementar el número de donaciones y la sostenibilidad financiera de proyectos de beneficio público.

La importancia de este tema radica en su relación con la capacidad del sector privado para complementar la acción pública en áreas como la cultura, la ciencia y el desarrollo social. En España, la *Ley 49/2002, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de incentivos fiscales al mecenazgo*, es la principal regulación al respecto. Dicha Ley, ha experimentado diversas reformas a lo largo de los años, siendo la más reciente de 2023 que introdujo cambios significativos destinados a fortalecer el papel del *crowdfunding* y corregir deficiencias regulatorias, cuyas posibles carencias se analizarán en el presente trabajo.

Este trabajo también se justifica por la necesidad de examinar el impacto real de los incentivos fiscales sobre el volumen de donaciones, donativos y aportaciones. A pesar de que los estudios muestran una correlación positiva entre los incentivos fiscales y el aumento del número de agentes que realizan aportaciones, el alcance de estas medidas en España sigue siendo limitado en comparación con otros países europeos. Por tanto, este trabajo también analizará las diferencias entre Comunidades Autónomas en la aplicación de exenciones fiscales y el impacto de estas políticas en la financiación de proyectos culturales y sociales.

En definitiva, se pretende contribuir al debate sobre el tratamiento del micromecenazgo en el sistema fiscal español, evaluando la efectividad de los incentivos fiscales y proponiendo posibles mejoras regulatorias para potenciar su impacto. A través de un análisis normativo y económico, se examinará si el actual marco fiscal es suficiente para fomentar la participación privada en el mecenazgo o si, por el contrario, se requieren reformas adicionales para fortalecer esta forma de financiación alternativa.

2. MARCO TEÓRICO.

El mecenazgo es una práctica que ha estado presente en la sociedad desde tiempos antiguos. Su origen se remonta a la Antigua Roma, donde el noble Cayo Cilnio Mecenas dedicó su fortuna a apoyar a escritores y artistas como Horacio y Virgilio (Solano, 1999). Su nombre quedó vinculado a esta forma de financiación y, desde entonces, el término "mecenazgo" se asocia con la protección y el apoyo a actividades culturales y artísticas.

A lo largo de la historia, el mecenazgo ha adoptado diferentes formas. En la Edad Media y el Renacimiento, fueron las grandes familias aristocráticas quienes financiaron a artistas y científicos, como hicieron los Médici en Florencia con figuras como Leonardo da Vinci o Miguel Ángel. En España, el mecenazgo se vio impulsado por la monarquía, la nobleza y la Iglesia, destacando la labor de Felipe II en la construcción de El Escorial y el apoyo a la cultura y el arte (Solano, 1999).

En los siglos posteriores, el mecenazgo evolucionó conforme cambiaba la estructura económica y social. Con la llegada del capitalismo y el desarrollo de la industria, surgió un nuevo modelo de mecenazgo ligado a la filantropía empresarial. Grandes empresarios comenzaron a destinar parte de su riqueza a la financiación de iniciativas sociales, culturales y científicas. A partir del siglo XX, con el crecimiento del Estado del bienestar, el mecenazgo se complementó con el apoyo gubernamental a la cultura, la educación y la investigación (Baranchuk, 2006).

En la actualidad, el mecenazgo sigue siendo una fuente de financiación fundamental para muchas iniciativas culturales y sociales (BBVA, 2013). Sin embargo, su evolución ha estado marcada por la necesidad de adaptarse a las nuevas dinámicas económicas y tecnológicas, lo que ha dado lugar a nuevas formas de participación ciudadana en la financiación de proyectos, entre ellas, el micromecenazgo.

El micromecenazgo, también conocido como *crowdfunding*, es una evolución del mecenazgo tradicional que permite la financiación de proyectos a través de aportaciones de múltiples individuos, generalmente de pequeña cuantía. Su desarrollo ha sido posible gracias a la digitalización y la aparición de plataformas en línea que facilitan la conexión entre creadores de proyectos y potenciales mecenas (López-Golán, 2015).

El término *crowdfunding* proviene del inglés, combinando las palabras *crowd* (multitud) y *funding* (financiación), y hace referencia a la financiación colectiva de proyectos mediante pequeñas contribuciones de un gran número de personas. Aunque su auge se ha producido en las últimas décadas, su concepto no es del todo nuevo. Un antecedente significativo tuvo lugar en 1885, cuando Joseph Pulitzer organizó una campaña de recaudación de fondos a través del periódico *The New York World* para financiar el pedestal de la Estatua de la Libertad, logrando recaudar 101.901 dólares gracias a la contribución de más de 120.000 personas (Leibovitz, 2018).

El micromecenazgo en su forma moderna surgió con el desarrollo de internet (Moreno, 2017). La primera gran iniciativa fue en 1997, cuando la banda británica *Marillion* financió su gira por Estados Unidos mediante donaciones de sus seguidores. Inspirados en este modelo, en el año 2000 se lanzó la primera plataforma de

micromecenazgo, *ArtistShare*, dirigida a artistas que buscaban financiar sus proyectos a través del apoyo de sus seguidores (Reyes, 2021). Desde entonces, han surgido numerosas plataformas como *Kickstarter* (2009) e *Indiegogo* (2008), que han permitido la financiación de miles de proyectos en todo el mundo.

En España, el micromecenazgo ha tenido un crecimiento más pausado (Leibovitz, 2018). La primera plataforma que surge en el ámbito nacional fue *Partizipa*, seguida por *Lánzanos*, que destacó por ser la primera en financiar una película, *El Cosmonauta*, bajo la modalidad "todo o nada" (Leibovitz, 2018). Con la crisis financiera de 2008 y las dificultades de acceso a financiación tradicional, el *crowdfunding* experimentó un auge como alternativa viable para la captación de fondos, especialmente en proyectos culturales y tecnológicos.

El micromecenazgo mantiene la esencia del mecenazgo tradicional en cuanto a su objetivo de financiar actividades de interés general, pero presenta diferencias clave en su funcionamiento y alcance. Mientras que el mecenazgo clásico ha estado históricamente vinculado a grandes donantes (ya sean personas físicas o empresas), el micromecenazgo se basa en la participación de múltiples individuos que contribuyen con pequeñas aportaciones (Sánchez y Palomo, 2014).

Otra diferencia fundamental es el papel de la tecnología. Mientras que el mecenazgo tradicional dependía de relaciones directas entre mecenas y beneficiarios, el micromecenazgo utiliza plataformas digitales que permiten llegar a una audiencia global (Leibovitz, 2018), ampliando así las oportunidades de financiación. Además, el micromecenazgo suele implicar una mayor interacción entre los creadores del proyecto y sus mecenas, quienes no solo aportan recursos, sino que también pueden participar activamente en el desarrollo del proyecto.

A pesar de estas diferencias, ambas formas de mecenazgo comparten la necesidad de un marco normativo que regule los incentivos fiscales aplicables a las donaciones. En España, la Ley 49/2002 regula los incentivos fiscales al mecenazgo, pero su aplicación al micromecenazgo presenta ciertas lagunas. La reciente reforma de 2023 ha tratado de dar respuesta a algunas de estas cuestiones, aunque sigue existiendo debate sobre la adecuación del marco fiscal a la realidad del *crowdfunding*.

El mecenazgo y el micromecenazgo han adquirido mayor relevancia en los últimos años debido a la insuficiencia de recursos públicos destinados a la financiación de la cultura. En España, el gasto público en cultura se distribuye entre la Administración General del Estado, las Comunidades Autónomas y la Administración Local, pero su evolución ha estado marcada por la reducción de presupuestos en épocas de crisis económicas.

Según datos del Ministerio de Cultura (2023), el gasto en bienes y servicios culturales ha aumentado paulatinamente en la última década, aunque con diferencias significativas entre administraciones. La Administración General del Estado destina gran parte de su presupuesto a la protección del patrimonio histórico, mientras que las Comunidades Autónomas y las entidades locales juegan un papel fundamental en la financiación de proyectos culturales a nivel regional y municipal.

La financiación de la cultura en España sigue un modelo mixto, en el que conviven la inversión pública con la participación privada a través del mecenazgo y otras formas de colaboración. A pesar de ello, existe una gran disparidad entre Comunidades Autónomas en la aplicación de incentivos fiscales al mecenazgo, lo que genera diferencias en el volumen de donaciones y en el acceso a financiación para proyectos culturales.

3. INCENTIVOS FISCALES AL MECENAZGO CULTURAL.

3.1 Definición de cultura y justificación de la intervención del estado en el sector cultural.

En la doctrina económica existen diferentes definiciones del concepto cultura. Comenzando desde el inicio, la primera vez que se dio un concepto a la cultura en la sociedad por Tylor (1871). Este definió la cultura como un concepto singular, uniforme, progresivo y universal en tanto que *La Cultura (...) incluye el conocimiento, las creencias, las artes, la moral, las leyes, las costumbres y cualesquiera otras aptitudes y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad. La situación de la cultura entre las diversas sociedades de la humanidad (...) es una materia adecuada*

para el estudio de las leyes del pensamiento y de la acción humanos. (...) (Tylor, 1871, p. 19).

Sin embargo, este concepto fue evolucionando y, así Boas (1911, p. 159) atribuyó al concepto *cultura* características antónimas a las vistas en Tylor la cultura como *la totalidad de las reacciones y actividades mentales y físicas que caracterizan la conducta de los individuos componentes de un grupo social, colectiva e individualmente, en relación a su ambiente natural, a otros grupos, a miembros del mismo grupo y de cada individuo hacia sí mismo. También incluye los productos de estas actividades y su función en la vida de los grupos. (...). Es más que todo esto, pues sus elementos no son independientes, poseen una estructura.* En este caso, la cultura se concibe como algo plural, histórica, integrada y relativa.

En cualquier caso, la cultura es un término amplísimo que abarca diferentes ámbitos y que englobaría todo lo que permite al individuo sentirse parte de la sociedad.

Actualmente, y siguiendo a de la Torre (2013), dentro del concepto de la cultura pueden distinguirse tres enfoques. Por un lado, una dimensión social como aquella que sirve para identificar algo representativo de una determinada colectividad. Aquí observamos la acuñación de cultura plural dada por Boas (1911). Por otro lado, una dimensión individual que permite subrayar la esencia creativa de la propia creación personal. Y, por último, una dimensión económica que, precisamente, es la que nos interesa en este trabajo. La cultura goza en la actualidad de cierta autonomía como campo de estudio. Su estudio económico es encuadrado bajo la denominación Economía de la Cultura y, como establece Throsby, (2010) dado que gran parte de la actividad cultural persigue objetivos tanto económicos como culturales, requiere de un compromiso de recursos por parte del gobierno.

La cultura presenta en nuestro sistema de mercado ciertas características que justifican, de un lado, su importancia económica y, por otro lado, la intervención por parte del Estado.

Throsby (2006) establece las características de los bienes culturales diferenciándolos de cualquier otro bien, siendo estas la de la importancia económica de la cultura y la justificación de la intervención del Estado en este ámbito:

- transmiten mensajes simbólicos a quienes los consumen;
- son bienes de experiencia; tienen propiedades de los bienes públicos;
- en el centro de su proceso de producción está el trabajo creativo;
- están sujetos a la legislación de Propiedad Intelectual;
- encarnan o dan lugar a formas de valor que no se pueden expresar totalmente en términos monetarios y que no pueden ser reveladas;
- influyen en la formación del gusto.

En cuanto a la justificación de la intervención del Estado, siguiendo a Vicente (2007), los principales fallos del mercado que afectan al sector cultural y que justifican la intervención estatal en este ámbito son:

En primer lugar, los bienes culturales son bienes públicos (no rivales y no excluibles), de manera que su utilización por una persona no reduce el disfrute por los demás y puede ser consumido por varios individuos simultáneamente. El problema que supone esto es que el mercado no es capaz de determinar el valor de los bienes culturales y, en consecuencia, no es capaz de proveerles la cantidad deseada para satisfacer las necesidades personales y sociales.

En segundo lugar, la producción y el consumo de los bienes culturales produce externalidades positivas. La colectividad recibe por la producción y el consumo de los bienes culturales beneficios distintos a su valor concreto. De manera que los precios que se forman en el mercado generarán ingresos inferiores al valor social de aquellos bienes del patrimonio cultural y/o de los servicios generados por dicho patrimonio (Pérez-Bustamante, 2010).

En tercer lugar, en el sector cultural se dispone de una información imperfecta (Stiglitz, 2000). Debido a los consumidores disponen de poca información para valorar de los bienes y servicios culturales, la demanda tiende a ser menor que la socialmente deseable. El mercado por sí solo no puede actuar, puesto que previamente necesita que haya una demanda potencial de los ciudadanos. Por ello, el Estado puede ofertar

bienes y servicios culturales para que la sociedad pueda disfrutar de ellos creando así una demanda efectiva.

En cuarto lugar, estos bienes son clasificados como bienes de mérito o bienes preferentes. Estos bienes son aquellos que tienen determinadas características que hacen que la asignación de los mismos por el mercado de lugar a un volumen de provisión no óptimo (Musgrave, 1958).

Por último, la desigualdad en la distribución de la renta (Rausell, 2007). La intervención estatal en el sector cultural produce efectos redistributivos en cuanto se garantiza el acceso a los ciudadanos, con desigualdades de renta, y en las mismas condiciones, a actividades y bienes culturales.

Además, según Barbieri (2014), la acción pública en cultura se justifica también por una cuestión social y, en ocasiones, con el elemento de proximidad. A través de esta intervención, se pretende garantizar el Estado de bienestar, puesto que la cultura es uno de los factores de las sociedades de bienestar, y la garantía de los derechos culturales de la sociedad.

Las autoridades públicas, con el fin de corregir esos fallos de mercado, acude a determinados instrumentos públicos. Estas políticas culturales son definidas por Miller y Yudice (2002) como los apoyos institucionales que canalizan la creatividad estética y las formas de vida colectivas y está contenida en instrucciones de carácter regulatorio y sistemático.

Las políticas públicas destinadas a cumplir con estos objetivos son varias (Throsby, 2010):

- La producción pública directa. Se basa en la propiedad por parte del Estado de bienes culturales, así como la adquisición, mantenimiento, reparación y gestión de los mismos.
- La regulación o el establecimiento de medidas que imponen un determinado comportamiento a los distintos agentes económicos.
- Los incentivos.

Nos centraremos en los incentivos puesto que este es el objeto del trabajo. Los incentivos son instrumentos diseñados por el gobierno para llevar las actuaciones

relacionadas con los recursos patrimoniales de otros agentes en la misma dirección que la política deseada (Vicente, 2007).

Estos incentivos pueden ser directos o indirectos (Ruiz, 2012). Los incentivos directos son aquellos que suponen una transferencia monetaria a los agentes de la sociedad, mientras que los incentivos indirectos pueden ser de tipo financiero o de tipo fiscal. Estos últimos, los incentivos fiscales son los que nos interesan. Debido a la insuficiencia de recursos públicos, el Estado trata de fomentar las aportaciones privadas a través de los incentivos fiscales.

3.2 Importancia de la cultura en España.

En cuanto a la importancia económica de la cultura en nuestro país, el Ministerio de Cultura y Deportes elabora anualmente y desde el año 2005 un Anuario de Estadísticas Culturales que recoge los resultados estadísticos más relevantes del ámbito cultural español. En este Anuario puede observarse, entre otros datos, el empleo medio anual en cultura, aquellas empresas cuya actividad económica principal pertenece al ámbito cultural, el gasto en consumo cultural por los hogares españoles o la Cuenta Satélite de la Cultura en España (CSCE en adelante) que proporciona una estimación del impacto de la cultura sobre el conjunto de la economía española.

El Ministerio de Cultura, a la hora de informar y proporcionar datos sobre el impacto de la cultura en nuestra economía divide el ámbito cultural en diferentes ámbitos y las define:

Tabla 1. Subsectores de la cultura y su definición.

Patrimonio	Patrimonio cultural, sitios arqueológicos, patrimonio natural y museos.
Archivos y bibliotecas	Actividades vinculadas a archivos y bibliotecas.
Libros y prensa	Libro, prensa y publicaciones periódicas.
Artes plásticas	Actividades vinculadas a la pintura, la escultura, la fotografía, el diseño, la joyería o la arquitectura.
Artes escénicas	Manifestaciones en forma de espectáculos escénicos culturales en directo tales como teatro, ópera, zarzuela, danza o conciertos, ya sean éstos de música clásica o actual.
Audiovisual y multimedia	Cine, al vídeo, a la música grabada, a la televisión y radio y a otros formatos audiovisuales.
Interdisciplinar	Actividades pertenecientes a los sectores anteriores que no pueden ser desglosadas al no tener suficiente información.

Fuente: Elaboración propia a partir de la información del Ministerio de Cultura y Deporte (2024).

Para comprender la importancia de la cultura en España se pueden tomar como referencia el empleo cultural, el indicador CSCE y el gasto en cultura realizado por las Administraciones Públicas.

Las personas ocupadas que desarrollaron su actividad laboral durante el período de 2024 (CULTURABase, 2024) en el sector cultural fueron 771 mil personas, lo que representan un 3,6% del empleo total en España. Esta cifra supone un incremento

respecto al último año natural disponible, 2023, del 6,6% y supera en un 8,6% a la cifra registrada en 2019, antes de la pandemia COVID-19.

Por su parte, el indicador CSCE utiliza dos variables:

- Aportación de la cultura y las actividades vinculadas a la propiedad intelectual al Producto Interior Bruto (PIB en adelante).
- Aportación de la cultura y las actividades vinculadas a la propiedad intelectual al Valor Añadido Bruto (VAB en adelante).

Ambos datos son del período 2022 y provisionales y nos centramos únicamente en la aportación de la cultura a ambas variables. En valores absolutos, para el período de 2022, las actividades culturales representaron 31.084 millones de euros, que supone un 2,3% del total del PIB. En término de Valor Añadido Bruto, las actividades culturales supusieron 29.339 millones de euros, que en porcentaje del VAB total supuso un 2,3%.

De acuerdo con el Informe de Estadística de y Gasto Público en Cultura (2023), el gasto en cultura realizado por la Administración Central y, en concreto, en “bienes y servicios culturales”, ha ido aumentando paulatinamente, salvo el año 2022, con un mínimo descenso, siendo el patrimonio histórico el que más esfuerzo supone. Lo mismo ocurre en el caso de la Administración Autonómica y Local. Sin embargo, es la Administración Autonómica la que más gasto realiza en “bienes y servicios culturales”. En el caso de la Administración Local, el mayor gasto en cultura se realiza en la protección y la gestión del patrimonio histórico-artístico que supone aproximadamente un 6% del gasto público total realizado por la administración local.

En cuanto a la justificación de la intervención del Estado, España tiene una economía de mercado de carácter mixto, donde se produce un equilibrio entre el libre mercado y el intervencionismo estatal. Este intervencionismo se recoge en la propia Constitución Española en su artículo 44.1 imponiendo la obligación a los poderes públicos de promover y tutelar el acceso a la cultural. Por ello, la intervención estatal en el ámbito de la cultura se ha basado y se basa en la existencia de fallos de mercado, puesto que este, por sí solo, no asegura el acceso de todos los ciudadanos a las

actividades culturales y, además, la cultura se considera una actividad que debe salvaguardarse por el Estado (Stiglitz, 2000).

3.3 Los incentivos fiscales a la cultura en España.

Las entidades sin fines de lucro y los incentivos fiscales a las actividades de interés general fueron regulados por primera vez en la Ley 49/2002. Dos décadas después se produjo una gran modificación por el Real Decreto-Ley 6/2023 con el objetivo de dar una regulación más correcta e incrementar los incentivos fiscales al mecenazgo, ya sea éste desarrollado por personas físicas, jurídicas o no residentes.

Con la finalidad de dar respuesta a la necesaria intervención pública de las autoridades en el ámbito cultural y la importancia alcanzada por el “tercer sector” ya en el año 2002, se hizo necesaria la regulación individualizada de los incentivos fiscales contenidos en el Título II de la *Ley 30/1994, de 24 de noviembre, de Fundaciones y de Incentivos Fiscales a la Participación Privada en Actividades de Interés General*.

Es necesario coordinar, junto con la intervención pública, los esfuerzos privados en las actividades de interés general a través de una ley que regule unos incentivos que fomentan la participación de la sociedad en la protección, desarrollo y el estímulo del interés general. Para ello, se dictó la Ley 49/2002, de 23 de diciembre (LIFM en adelante), reformada en diciembre de 2023 para garantizar el desembolso económico suficiente que exige el “tercer sector”.

Ahora bien, a lo largo de los años se han ido introduciendo diversas modificaciones en el Título III de *Incentivos fiscales al mecenazgo* de la Ley 49/2002.

En el año 2011 se incluían los Organismos Públicos de Investigación dependientes de la Administración General del Estado entre las entidades beneficiarias del mecenazgo.

En el año 2023, se amplió el derecho a practicar las deducciones de este título a la cesión de uso de un bien mueble o inmueble, por un tiempo determinado, realizada sin contraprestación y se permitió la deducción sobre los donativos, donaciones y aportaciones aun cuando el donante o aportante pudiera recibir bienes o servicios, entregados o prestados por el donatario o beneficiario, de carácter simbólico, siempre

y cuando el valor de los bienes o servicios recibidos no represente más del 15 % de dichas aportaciones.

En este mismo año, se dispuso que se incluiría también en la base de la deducción por donativos, donaciones y aportaciones el importe de los gastos soportados por el cedente en relación con tales bienes durante el periodo de cesión (anteriormente mencionado).

La deducción de la cuota del IRPF en 3 ocasiones. En el año 2014 se permitía un porcentaje de deducción del 75% hasta los 150 euros y para el resto de la base del 30%. A partir de este momento se establece el criterio de la continuidad en los donativos, donaciones o aportaciones al establecer que si en los dos períodos impositivos anteriores se hubiese realizado en favor de la misma entidad por un importe igual o superior respecto de los ejercicios anteriores, el porcentaje de deducción aplicable a la base de la deducción en favor de esa misma entidad que exceda de 150 euros será el 35%. En el año 2020, por su parte, se aumentó el porcentaje de deducción al 80% hasta los 150 euros y para el resto de la base imponible el 35% y, en lo que tiene que ver con la continuidad, se aumentó al 40%. Y, por último, en el año 2023 se volvió a producir un incremento en las deducciones, tanto de la renta sobre las personas físicas (IRPF), como en el IS y el IRNR. Así, en el IRPF se elevó del 35% al 40% el porcentaje de deducción aplicable, se amplía la cuantía del micromecenazgo de 150 a 250 euros, aplicando el 80% a los primeros 250 euros donados y se reduce el número de períodos impositivos en los que debe hacerse el donativo a la misma entidad de 4 a 3 años, con una posible deducción del 45% (AEF, 2024).

En lo que respecta al IS, el texto original se establecía que el derecho de deducción sobre la cuota íntegra sería del 35%, con la posibilidad de aplicar a los 10 períodos impositivos inmediatos las cantidades no deducidas. Además, la base de la deducción no podía exceder del 10% de la base imponible de ese período impositivo. En el año 2014 se introduce que, si en los dos períodos impositivos inmediatos anteriores se hubieran realizado donativos, donaciones o aportaciones con derecho a deducción en favor de una misma entidad por importe igual o superior, el porcentaje de deducción aplicable a la base de la deducción sería del 40%. En el año 2023 se

incrementa el porcentaje de deducción sobre la cuota íntegra al 40% y, en este caso, la continuidad en los donativos a una misma entidad sube del 40% al 50% y se reduce de 4 a 3 años. Para el cálculo de la base de la deducción, pasa del 10% al 15% el límite sobre la base imponible del período.

Por último, el texto original establecía que los contribuyentes del IRNR que operen sin establecimiento permanente en territorio español podrán aplicar la deducción para las personas físicas, mientras que los que operen a través de establecimiento permanente aplicarán lo establecido para las personas jurídicas. En un primer momento la base de la deducción no podía exceder del 10%, mientras que tras la reforma operada en el año 2023 se estableció que la base de la deducción no podrá exceder del 15% de la base imponible.

Esta evolución al alza de los porcentajes de deducción y los límites sobre la base imponible atienden a la *necesidad de apoyo a actividades atadas a fines de interés general, dentro de las cuales, (...), juega un papel importante el sector de la cultura* (Insignares, 2015). Además, tal y como se mencionaba con anterioridad, ha surgido una necesidad por parte del Estado de incrementar la financiación privada a las actividades de interés general.

Esta reforma también ha querido dar respuesta a la necesidad de introducir un incremento de los incentivos fiscales al micromecenazgo (Casanellas, 2024).

Según la Ley General Tributaria (LGT en adelante), los incentivos fiscales que permiten al sujeto pasivo reducir el pago en ciertos tributos son:

- La exención. La ley exime al obligado tributario de cumplir con la obligación tributaria principal.
- La bonificación. Permite minorar la cuota íntegra.
- La deducción. Permite minorar la cuota íntegra.
- La reducción. Minoración que se aplica sobre la base imponible antes de obtener la cuota tributaria.

La LIFM permite establecer incentivos fiscales estatales y autonómicos.

Comenzando por los estatales, la ley otorga un derecho a deducción sobre los donativos, las donaciones y las aportaciones de carácter irrevocable, puro y simple, ya

sean realizadas por personas físicas o personas jurídicas, residentes o no residentes, sea su base sea dineraria, de bienes o derechos, cuotas de afiliación, donativos o donaciones de bienes que formen parte del Patrimonio Histórico Español o de bienes culturales de calidad garantizada y por la constitución del derecho real de usufructo sobre bienes, derechos o valores, realizadas sin contraprestación.

En el caso de los contribuyentes del IRFP, se establece la escala de la base de la deducción a la que tendrán derecho los contribuyentes:

Tabla 2. Deducción por donativos, donaciones y aportaciones en el IRPF.

Base de la deducción sobre la cuota íntegra. Importe hasta:	Porcentaje de la deducción:
250 euros	80%
Resto de la base de la deducción	40%
Dos períodos impositivos inmediatamente anteriores con donaciones a favor de la misma entidad	> 250 euros, 45%

Fuente: elaboración propia (Ley 49/2002, de 23 de diciembre).

En el caso de contribuyentes del IS, se establece que tendrán derecho a deducir el 40% de la base de la deducción.

Desde el 1 de enero de 2024, cuando se trata de donaciones en favor de una misma entidad el porcentaje se eleva a un 50%, y en caso de donaciones recurrentes por un período de 3 años el número de períodos impositivos en el que se tienen que hacer donativos a una misma entidad un 50% (siempre por un importe igual o superior al del ejercicio anterior).

Las cantidades que excedan del 15% de la base imponible del período impositivo se podrán aplicar en los períodos impositivos que concluyan en los diez años inmediatos y sucesivos.

Por último, se establece la deducción de la cuota del IRNR. En este caso se distingue entre los contribuyentes que operan en territorio español sin establecimiento permanente de los contribuyentes que operen en territorio español con establecimiento permanente.

En el primer caso podrán aplicar la deducción establecida para los contribuyentes del IRPF con el límite del 15% de la base imponible del conjunto de las declaraciones presentadas en ese período.

En el segundo caso podrán aplicar la deducción establecida para los contribuyentes del IS.

La Ley 35/2006, de 28 de noviembre, prevé también deducciones por inversiones y gastos de interés cultural. En este caso, tendrán derecho a una deducción en la cuota del 15% del importe de las inversiones y gastos que realicen para la adquisición de bienes del Patrimonio Histórico Español, realizada fuera del territorio español para su introducción dentro de dicho territorio, siempre que los bienes sean declarados de interés cultural y la conservación, reparación, restauración, difusión y exposición de los bienes de su propiedad que estén declarados de interés cultural.

3.3.1 Los incentivos fiscales aprobados por las Comunidades Autónomas.

El artículo 156 de la Constitución Española reconoce la base del sistema de financiación de las Comunidades Autónomas de régimen común. En la actualidad, tiene su desarrollo en la Ley Orgánica 8/1980, de 22 de septiembre, y en la Ley 22/2009, de 18 diciembre.

El artículo 3 de la Ley del Impuesto sobre las Personas Físicas (LIRPF en adelante), establece que el IRPF es un impuesto cedido a las CCAA al amparo de lo dispuesto en las leyes anteriores. De este modo, el artículo 46 de la Ley 22/2002 dispone que las Comunidades Autónomas de régimen común pueden asumir, entre otras, competencias normativas en materia de deducciones en la cuota íntegra autonómica.

Por su parte, las Comunidades Autónomas de País Vasco y Navarra se someten al régimen foral. En el caso del País Vasco, el IRPF es un tributo concertado de normativa totalmente autónoma. Por su parte, a Navarra le corresponde la exacción del IRPF de los sujetos pasivos que tengan su residencia habitual en Navarra.

Por todo ello debe analizarse también la normativa que difiere entre Comunidades Autónomas.

En el caso de Castilla y León, sometida al régimen común, el artículo 2 del Decreto Legislativo 1/2013, de 12 de septiembre, se establece sobre la cuota íntegra autonómica del IRPF una deducción para recuperación del patrimonio cultural y natural, por donaciones a fundaciones y para el fomento de la investigación, el desarrollo y la innovación y para el fomento de la movilidad sostenible. En el caso de cantidades donadas para la rehabilitación o conservación de bienes que formen parte del Patrimonio Histórico de España o de Castilla y León y que se encuentren en el territorio de Castilla y León, y que estén inscritos en el Registro General de Bienes de Interés Cultural o en el Inventario General, los contribuyentes podrán deducirse un 15%. El mismo porcentaje se prevé para las cantidades donadas a fundaciones inscritas en el Registro de Fundaciones de Castilla y León, en cuyos estatutos se prevea, para el cumplimiento de sus fines, la realización de actividades culturales, (...) (REAF, 2024).

Por su parte, la Comunidad Valenciana la cuantía de la deducción por donaciones de bienes integrantes del Patrimonio Cultural Valenciano, así como por los donativos para la conservación, reparación y restauración de los mismos es del 20% para los primeros 150 euros y del 25% para el resto del valor de las donaciones efectuadas.

4. LOS INCENTIVOS FISCALES AL MICROMECENAZGO CULTURAL. EL CROWDFUNDING.

El mecenazgo ha evolucionado de manera paralela al desarrollo y a la innovación tecnológica hacia formas más accesibles y rápidas de financiación. En este contexto, el micromecenazgo o *crowdfunding* es una extensión del mecenazgo tradicional que permite a una pluralidad de personas contribuir con pequeñas aportaciones para financiar proyectos de interés general (Sánchez y Palomo, 2014).

La primera vez que se acuñó a esta nueva forma de financiación el término *crowdfunding* fue en 2006 de la mano del autor Sullivan (2006). Entendía que no era lógico que se estuviera hablando de una financiación colectiva de menores importes sin que existiera un concepto para referirse a ella. Por ello, el autor optó por “*crowdfunding*”, cuya traducción, aunque no literal, al castellano es “financiación colectiva”.

Hasta la actualidad han sido muchos los autores que se han preocupado por este concepto, puesto que ha supuesto una nueva forma de financiación que es utilizada por sectores tan importantes como los bancos o las propias instituciones públicas. Así, nos quedaremos con la definición elaborada por Lucas (2017, p. 4) que define el término como la *obtención de grandes sumas a través de aportaciones por lo general pequeñas, pero realizadas por un número ingente de sujetos*.

Siguiendo a Ángel González y a Javier Ramos (2018), el concepto tiene cuatro elementos esenciales:

- Permite acceder al capital de manera más rápida, sobre todo en aquellos ámbitos en los que es más complicado conseguir financiación.
- Aporta métodos de financiación que reducen los riesgos de invertir adaptados a una amplia variedad de proyectos y emprendimientos.
- Acceso a nuevos intermediarios financieros y reducción de los costes asociados a las prácticas tradicionales de financiación.
- Atrae un nuevo perfil de financiador, pero conservando al inversor tradicional, ya que se vuelve una fórmula atractiva para ambos inversores.
- Aprovecha las redes sociales para llegar a un mayor número de financiadores en poco tiempo.

En el concepto de “*crowdfunding*” o “micromecenazgo” se incluyen, además, una serie de elementos subjetivos y formales que es importante destacar.

Los elementos subjetivos se refieren a los partícipes de esta actividad. El *crowdfunding* responde a una relación personal entre diferentes sujetos: el promotor, los aportantes o *crowdfunders* y la plataforma de financiación (Soto, 2017).

El promotor es la persona física o jurídica que realiza acciones de captación de fondos para el proyecto y, en principio, es el receptor de las aportaciones. Y digo en principio porque puede aparecer un cuarto sujeto: el receptor. Otra persona física o jurídica diferente del promotor que recibe y custodia los fondos que se otorgan.

Los aportantes son las personas físicas o jurídicas que ofrecen financiación de forma colectiva, es decir, los inversores. Se entiende que es aportante tanto el que aporta fondos como el que aporta ideas o recursos intangibles. En función del tipo de

sociedad ante la que nos encontremos y la aportación que realicen, los aportantes pueden ser desde accionistas, partícipes e incluso socios (Bruno, 2020).

La plataforma de financiación es el medio puesto a disposición por la organización que concede al promotor a los inversores y actúa como intermediario entre oferentes y demandantes de fondos.

Con elementos formales se hace referencia a los principios y formas de trabajo que puede revestir el *crowdfunding*. Según Hemer (2011), los principios y formas son:

- Comunidad de proyectos. Creación de una comunidad de inversores que supere el concepto de donaciones tradicional.
- *Crowdsourcing*. Multitud colaboradora de un proyecto social común.
- El ciudadano. Pasa a tener un papel central y activo en los proyectos, apareciendo el *prosumer*.
- Nuevas estrategias de proyectos para impulsar la participación y la captación de fondos.
- La combinación de métodos tradicionales e innovadores para fomentar la participación, el voluntariado, la implicación, la donación, el activismo y el uso de redes.

El *crowdfunding*, atendiendo a la contraprestación obtenida por los aportantes, puede ser financiero o no financiero. Habrá que estar a si se recibe o no algún tipo de contraprestación económica (Bruno, 2020). En caso de respuesta afirmativa, nos encontramos ante el *crowdfunding* financiero, y en caso de que se recibe una contraprestación en especie nos encontraremos ante el *crowdfunding* no financiero.

El *crowdfunding* no financiero es la pieza clave del *crowdfunding* cultural y artístico donde importan los elementos emocionales de los participantes.

Dentro del *crowdfunding* financiero y no financiero deben mencionarse diferentes subtipos de *crowdfunding* desde una perspectiva tanto operativa como normativa (Buysere, Gajda, Kleverlaan y Marom, 2012):

- *Equity-based crowdfunding* o modelo *crowdfunding* por acciones. Los mecenas se convierten en accionistas de la empresa. Reciben acciones, con o sin voto, y

tienen derecho a dividendos. La contraprestación es la participación en una empresa mediante acciones o participaciones.

- *Leading-based crowdfunding* o modelo *crowdfunding* por préstamos. Se pone en contacto a potenciales prestatarios con personas con capacidad e intención de llevar a cabo esas aportaciones. Los prestatarios aportan servicios y promueven los proyectos mediante bonos o préstamos.
- *Donation-based crowdfunding* o modelo de *crowdfunding* por donación. Los mecenas invierten a fondo perdido. Los aportantes suelen estar muy ligados con el objetivo del proyecto, ya sea por causas sociales, políticas o culturales, es decir, poseen una motivación de naturaleza filantrópica (Sajardo, 2019). Tienen una motivación altruista.
- *Reward-based crowdfunding* o modelo de *crowdfunding* por recompensa. Los mecenas realizan las aportaciones en función de lo que van a recibir, ya sea un reconocimiento tangible o no, y siempre de carácter no financiero. Esa recompensa está preestablecida en el plan inicial del proyecto y suele tener un valor inferior al dinero aportado.

En caso de atender a la forma en que se recaudan los fondos, hablamos de *crowdfunding* directo e indirecto (Tomczak y Brem, 2013). En caso de que la petición de fondos se realice a través de la plataforma propiedad del promotor hablaremos de *crowdfunding* directo, pero si se lleva a cabo con una plataforma que actúa como intermediaria entre inversores y promotores será indirecto.

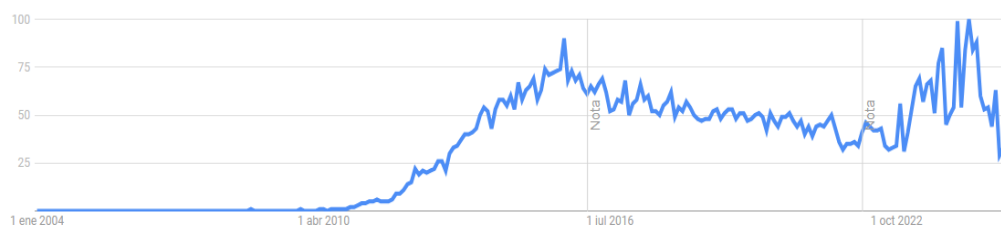
El micromecenazgo, tal y como lo conocemos hoy, tiene su verdadero auge tras la Gran Recesión del año 2008 (Soto, 2018), donde muchos bancos dejaron de realizar préstamos y el micromecenazgo se comienza a situar como una auténtica forma de financiación alternativa (Villacorta, 2024). Siguiendo a Cuesta, et al. (2014), “el *crowdfunding* ha experimentado un gran desarrollo a nivel global en los últimos años, debido a la conjunción de tres fuerzas fundamentales, esto es: a las movilizaciones de oferta y demanda propiciadas por el escenario de crisis económica, al avance de las telecomunicaciones y la tecnología en la era digital, y a la ausencia de un marco regulatorio específicamente definido”.

La evolución del *crowdfunding* en el caso español ha sido pausada y cuantitativamente tímida (Leibovitz, 2018). A diferencia de lo que ha ocurrido en países como Estados Unidos, donde desde la denominada *Ley JOBS (Jumpstart Our Business Startups Act)* los emprendedores han estado protegidos, en España el crecimiento no ha sido tan exponencial. Las razones son varias (Moreno, 2017). Por un lado, como se ha mencionado, tuvo su apogeo durante la crisis del 2008, pues hasta el momento eran las entidades financieras las proveedoras de financiación, casi en exclusiva. Por otro lado, el desconocimiento de España de esta nueva herramienta.

En términos generales, la sociedad comienza a ver disminuir su renta disponible y el acceso a internet se convierte en un servicio globalizado, donde todas las personas pueden acceder a él fácilmente. Esto facilita la aparición de infraestructuras de telecomunicaciones y el surgimiento, entre otras, de las plataformas de *crowdfunding*.

En los siguientes gráficos observamos, gracias a la plataforma *Google Trends*, cómo, de un lado la población mundial y, de otro lado, la población española, han buscado información sobre el *crowdfunding*.

Tabla 3. Evolución de la búsqueda del término Crowdfunding en Google en todo el mundo (2004 a 2025).



Fuente: *GoogleTrends*.

(*) Nota: Los números reflejan el interés de búsqueda en relación con el valor máximo de un gráfico en una región y un periodo determinados. Un valor de 100 indica la popularidad máxima de un término.

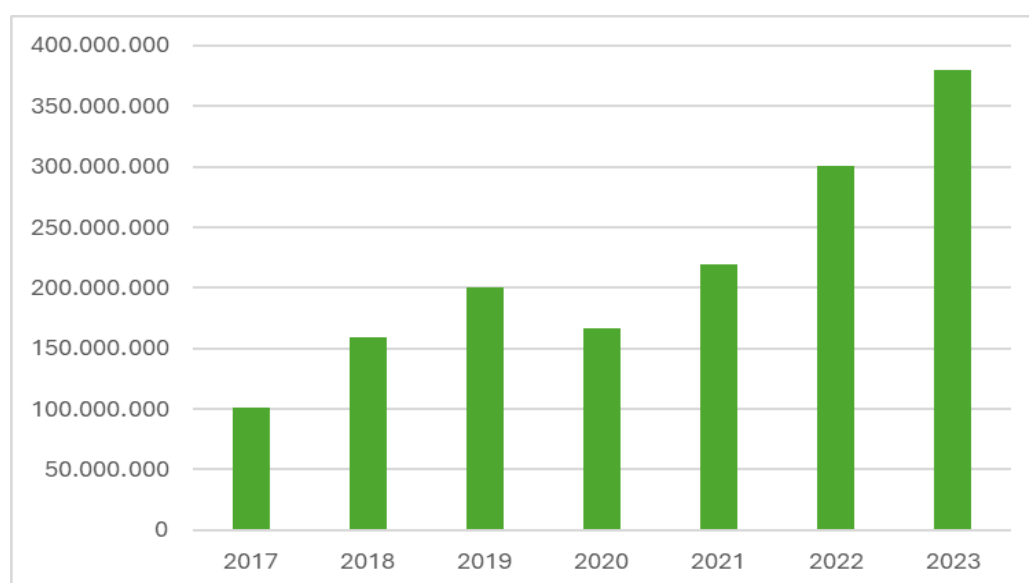
Tabla 4. Evolución de la búsqueda del término Crowdfunding en Google en España (2004 a 2025).



Fuente: *GoogleTrends*.

Según los datos aportados por Universo Crowdfunding (2023), para el año 2023 la financiación participativa en España recaudó 379.719.408 € en 2023, superando en un 26,17% lo recaudado en 2022, cuando la cifra llegó a los 300.966.947€. El siguiente gráfico muestra la evolución de la recaudación total en España por el *Crowdfunding* en los últimos 7 años:

Tabla 5. Evolución de la recaudación total en España (2017 a 2023).



Fuente: elaboración propia a partir de los datos ofrecidos por Universo Crowdfunding en sus informes desde 2018 hasta 2023.

Se observa que la tendencia en España es creciente que, salvo en 2020, la recaudación ha ido creciendo a buen ritmo, llegando a cuatriplicar las cifras en 7 años.

4.1 Las plataformas de crowdfunding.

Las plataformas de *crowdfunding* o las plataformas de financiación participativa como las denomina la legislación española son sociedades que ponen en contacto a través de páginas web a una pluralidad de inversores con promotores de proyectos de financiación participativa (Ley 5/2015, de 27 de abril, de fomento de la financiación empresarial).

Según el informe de BBVA *Research* (2014) podemos clasificar en siete características de estas plataformas:

- Lugar de encuentro y escaparate de proyectos. Por un lado, los promotores acuden a las plataformas para obtener la financiación que necesitan para sus proyectos y, por otro lado, los inversores, según la finalidad de su inversión, pueden acudir a una u otra plataforma.
- Intermedian entre los inversores y los solicitantes de financiación. Facilitan servicios de intermediación para funciones tan importantes como el pago y el cobro.
- Reducen los costes de transacción. Permite a los inversores reducir los costes de búsqueda y a los promotores conseguir un canal para buscar capital de acuerdo a sus necesidades de financiación.
- Evalúan el riesgo y/o clasifican los proyectos. Las plataformas evalúan los riesgos y realizan un análisis de la viabilidad del proyecto. Sin embargo, la plataforma no se hace responsable de este análisis, puesto que éstas parten de datos que presumen válidos y veraces.
- Gestionan los riesgos a través de la diversificación. Mientras que en el caso de financiaciones tradicionales que realizan los bancos estos son quienes conceden el préstamo y asumen el riesgo del impago, en el caso del *crowdfunding* el riesgo se reparte entre los inversores que han financiado el proyecto.
- Asumen una responsabilidad muy limitada. El riesgo de solvencia y de liquidez es asumido por el prestatario o inversor. Implica una responsabilidad limitada de la plataforma ya que no participa en la transacción.

- Están inspiradas en modelos de financiación tradicionales. La finalidad de las plataformas de financiación no es otra que conseguir un plan de financiación al igual que las entidades bancarias.

La primera campaña de *crowdfunding* o micromecenazgo en sentido moderno tal y como se entiende en la actualidad fue llevada a cabo por la banda de rock Marillion en 1997. Financiaron su gira por Estados Unidos gracias al internet y a un correo electrónico en el que solicitaban la movilización a sus fans que realizaron donaciones online y consiguieron recaudar 60.000 dólares (Barbieri, Fina, Partal y Subirats, 2019).

Tras el éxito de esta iniciativa, en el año 2000 nace la primera plataforma online dedicada en exclusiva a ayudar a artistas. *Artistshare* se inspiró en el método innovador de financiación de los *Marillion* (Fundable, s.f.). En la actualidad, es también sello discográfico y puede considerarse la primera plataforma que pretende la participación de los fans de los artistas en la recaudación de fondos.

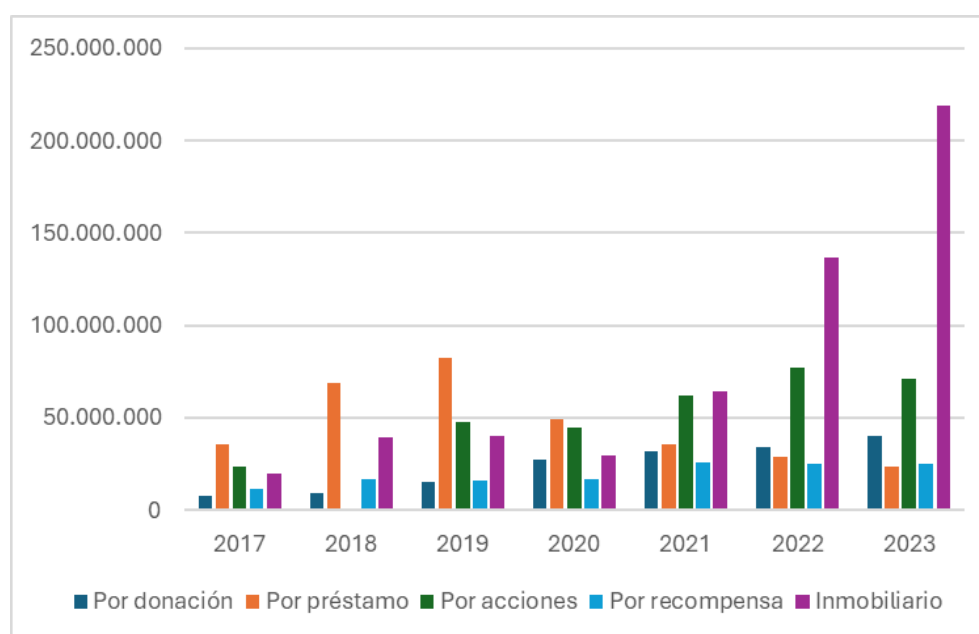
Deben mencionarse también *Indiegogo*, fundada en 2008, y *Kickstarter*, fundada en 2009, que son las plataformas más populares que más tráfico reciben y, por tanto, con más patrocinadores potenciales (González y Ramos, 2018).

La primera plataforma *crowdfunding* española es *Partizipa*, encargada de financiar proyectos por emprendedores. Años más tarde aparece *Lánzanos* que destaca porque llevó a cabo la primera película, “El Cosmonauta”, financiada bajo la modalidad “todo o nada” (Leibovitz, 2018).

Las plataformas pueden distinguirse según los tipos de *crowdfunding* anteriormente vistos (donación, recompensa, préstamo o por acciones). Sin embargo, estos pueden dividirse en una subcategoría más a efectos de realizar una panorámica sobre la recaudación de cada uno de ellos: el *crowdfunding* inmobiliario (González y Ramos, 2018).

Siguiendo a *Universo Crowdfunding* (2023), el peso de las diferentes plataformas de *crowdfunding*, según su total recaudado, es desigual.

Tabla 6. Recaudación por plataformas según el tipo de Crowdfunding.



Fuente: elaboración propia a partir de datos ofrecidos por Universo Crowdfunding (2018, 2019, 2020, 2021, 2022 y 2023).

Se observa la crecida exponencial del *crowdfunding* inmobiliario como uno de los que más recaudan en toda España en el sector de la Financiación Participativa. De hecho, este tipo de *crowdfunding* supone un 57,69% del total recaudado por todas las plataformas en España durante el año 2023 (Universo Crowdfunding, 2023).

En el caso del *crowdfunding* por préstamo o *crowdlending*, ha reducido su recaudación total en España, pero las razones son claras. De un lado, el *crowdfunding* por préstamo es sustitutivo o complementario de los préstamos bancarios, y es que los bancos siguen siendo el sector preferido para solicitar financiación. De otro lado, en el consumo particular hay prácticamente una inexistencia de plataformas destinadas a cubrir necesidades personales y familiares de los particulares.

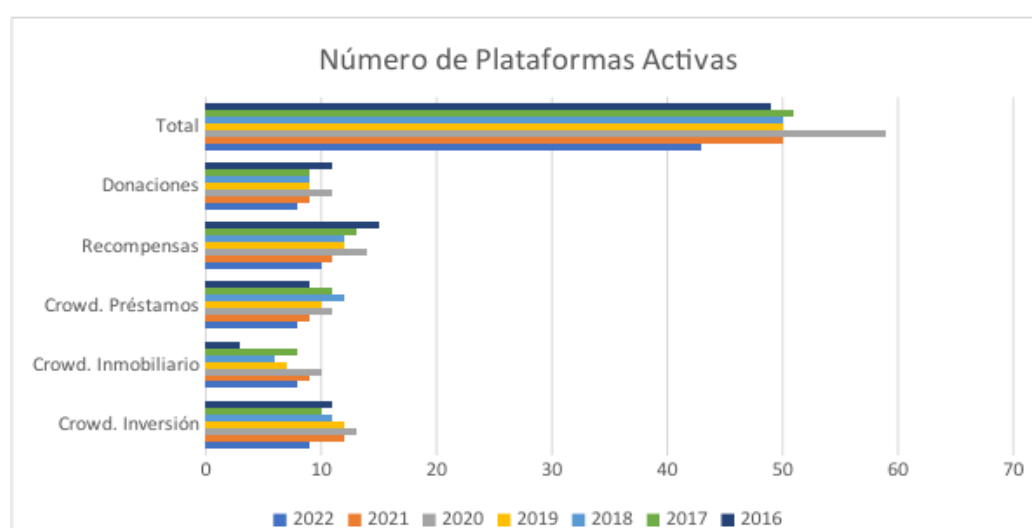
Por su parte, el *crowdfunding* por recompensa está recuperando poco a poco crecimiento. Este *crowdfunding* nos interesa puesto que es el que se está consolidando en el sector cultural, utilizado por parte de creadores y mecenas.

El *equity crowdfunding* ha sufrido una leve reducción debido a la reducción de la inversión por las plataformas líderes en este sector (Universo Crowdfunding, 2023).

Por último, el *crowdfunding* de donaciones ha aumentado en su recaudación. Este es el preferido por los particulares para realizar donaciones a entidades sin ánimo de lucro. Su impulso se ha visto sostenido por la reforma de la Ley de mecenazgo, así como por las facilidades que se otorgan tras la digitalización de los procesos de donación.

En 2022 el número de plataformas *crowdfunding* activas era de 43. En comparación con el año 2021, donde el número de campañas activas fue de 50, se sufrió una leve disminución. Sin embargo, ello no supone, según Universo Crowdfunding (2022) una preocupación, ya que significa que se está produciendo una especialización en el sector con una mayor profesionalidad y sostenibilidad y, además, la recaudación total del *crowdfunding* en España no deja de aumentar.

Tabla 7. Número de plataformas activas en España a 2022.



Fuente: Universo Crowdfunding (2022).

Dentro de cada uno de los tipos de *crowdfunding* hay una serie de plataformas líderes en España.¹

En España en el *crowdfunding* en cultura destacan plataformas como *Verkami*, consolidada como una de las plataformas principales para artistas, diseñadores y emprendedores culturales, *Kickstarter*, especializada en proyectos creativos, tecnológicos y de diseño, *Ulule*, que apoya proyectos creativos, culturales y gastronómicos, *Goteo*, enfocada en proyectos sociales, educativos y tecnológicos,

¹ Ver anexo 1.

Indiegogo, que permite impulsar proyectos culturales, como obras de teatro, exposiciones o conciertos, y *Lánzanos*.

También encontramos plataformas de menores dimensiones como:

- *Hispania Nostra*. Es entidad referente en el ámbito del patrimonio cultural y natural. Se basa en el *crowdfunding* por donación a través de su plataforma *TODOSAUNA*.
- *ITH Crowdfunding*. Plataforma gallega que apoya iniciativas culturales mediante propuestas innovadoras y herramientas de financiación personalizadas.
- *Totsuma*. Plataforma catalana que permite financiar proyectos culturales.

Tabla 8. Tabla comparativa de las principales plataformas de crowdfunding cultural en España a marzo de 2025.

Plataforma	Número de proyectos	Importe global recaudado (en euros)	Nº de mecenas	Destino	Año de creación
Hispania Nostra (datos España)	51	900.000	9.500	Patrimonio cultural y natural	1976
Kickstarter (datos globales)	275.749	8.025.247.111,28	101.253.897	Películas, videojuegos, música, arte, diseño y tecnología	2009
Verkami (datos España)	10	48.000	876	Industria cultural	2010
Ulule (datos globales)	50.194	324.477.555	6.220.382	Patrimonio, social, arte, tecnología, películas, moda	2010
Lánzanos (datos globales)	2.780	10.600.000	485.000	Música, ciencia, cine, pintura, teatro, universidad	2010

				, tecnología	
Goteo (datos globales)	2.199	22.442.536	369.505	Social, cultura, educación, medio ambiente, tecnologías , ciencias	2011
Totsuma (datos España)	523	1.676.016	43.122	Cultura, social, música, lengua, robótica	2013
ITH Crowdfundi ng (datos España)	6	-	-	Cultura y tecnología	2014
Stockcrowd (datos globales)	-	141.000.000	1.699.000	Educación, salud, cultura y social	2015

Fuente: elaboración propia a partir de datos proporcionados por las páginas web.

4.2 Fiscalidad de las plataformas de *crowdfunding*, del promotor y del aportante.

Para analizar la fiscalidad de las plataformas, debemos partir de la base de que el *crowdfunding* pone de manifiesto la capacidad económica gravable de los distintos sujetos. Pero no solo eso, la fiscalidad de las plataformas dependerá de la naturaleza jurídica de la plataforma, por lo que habrá que atender a cada modalidad.

En ocasiones, los perceptores que lanzan la campaña de micromecenazgo son también los titulares de la plataforma de *crowdfunding* y, por tanto, no se da una distinción de personalidades entre el perceptor y el titular de la plataforma. En este caso es prudente mencionar que en el caso de la Ley 49/2002 puede darse la ausencia de tributación de las rentas percibidas. Por ello, quedan fuera del ámbito de aplicación de la Ley de Fomento Financiero Empresarial las plataformas no financieras y, con ello, las plataformas que canalizan donaciones o préstamos sin intereses.

La LFFE define las Plataforma de Financiación Participativa (PFP, en adelante) como *plataformas que ponen en contacto a promotores de proyectos que demandan fondos mediante la emisión de valores y participaciones sociales o mediante la solicitud de préstamos, con inversores u ofertantes de fondos que buscan en la inversión un rendimiento*. Mediante esta definición se están distinguiendo las plataformas con objetivos financieros del resto de plataformas que no se enmarcan en esta definición y no les será de aplicación la LFFE (Aleu, 2018).

Por ello, hay que tener en cuenta la cuestión mencionada en el párrafo anterior, puesto que la LFFE solo será de aplicación al *equity-based crowdfunding*, donde se utilizan los valores como objeto de la negociación, y el *lending-based crowdfunding*, donde el aportante que realiza la aportación espera reintegrarla añadiéndole un interés, dejando fuera el *crowdfunding* de donación y de recompensa.

El tratamiento fiscal de cada una de las formas de *crowdfunding* depende de si el receptor de una persona física o jurídica, y si el aportante tiene personalidad física o jurídica. Además, el tratamiento fiscal es distinto en función de la consideración que se le dé a la entrega del dinero: donación artística, donación solidaria, entrega por el pago de un producto y/o servicio, préstamo o inversión en fondos propios (Villacorta, 2024).

4.2.1 Fiscalidad de las plataformas.

Comenzando por la fiscalidad de la propia plataforma de *crowdfunding*, estas consiguen sus beneficios cobrando unas comisiones, generalmente, de gestión, y serán estas comisiones las que estén sujetas al impuesto.

Siguiendo a Lucas (2017) con respecto a la fiscalidad directa, habrá que distinguir si las plataformas son titularidad de los entes perceptores, o si es una mera intermediaria. Dentro de las segundas, habrá que determinar si actúa sin ánimo de lucro o por el contrario, busca su propio beneficio mediante el cobro de estas comisiones. En el primer caso, la plataforma tributará de la misma manera que el perceptor de los fondos. En caso de que actúe como intermediaria y la plataforma recibe fondos de manera eventual, si se cumplen los requisitos de la Ley 49/2002, las rentas obtenidas por estas plataformas quedarían exentas. Por el contrario si la plataforma tiene ánimo de lucro, sus rentas tributan por las comisiones cobradas en el

Impuesto de Sociedades (IS en adelante). Las comisiones que recibe la plataforma en este caso se entienden que sirven para cubrir los gastos de las campañas.

En caso de que la plataforma no tenga residencia en España, tanto si la plataforma no tiene ánimo de lucro como si lo tiene tributarán por el Impuesto de la Renta de No Residentes (IRNR en adelante). Para determinar esta residencia debemos tener en cuenta el concepto de establecimiento permanente. Según el artículo 69 de la LIVA, “se entiende que una persona opera mediante establecimiento permanente en territorio español, cuando por cualquier título disponga en el mismo, de forma continuada o habitual, de instalaciones o lugares de trabajo de cualquier índole, en los que realice toda o parte de su actividad, o actúe en él por medio de un agente autorizado para contratar, en nombre y por cuenta del no residente, que ejerza con habitualidad dichos poderes, siempre que exceda de 6 meses”.

El siguiente punto es lo que tiene que ver con la fiscalidad indirecta, que solo repercutirá Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA en adelante) en aquellos casos en que la plataforma preste un servicio, es decir, actúe como intermediaria. Por tanto, la plataforma ha de tener consideración de empresario a efecto de IVA y el destinatario debe radicar en el territorio de sujeción del impuesto.

4.2.2 Fiscalidad del promotor y del aportante.

a) Crowdfunding de donación.

En este caso es de aplicación el Título II del Libro Tercero del Código Civil “De la donación”. Este tipo de *crowdfunding* encuentra cabida en la donación del Código Civil porque hay un inversor que decide realizar, a través de una plataforma, una aportación a un promotor de un proyecto con ánimo de liberalidad.

Seguendo a Camacho Clavijo (2016), se trata de una donación modal. Además del *animus donandi* de todo donante, se impone la obligación de que el destinatario destine los fondos al proyecto para el cual se donaron.

Si el promotor o donatario es una persona física, la cantidad percibida tributará por el Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones (ISD en adelante). Como se trata de un impuesto cedido a las Comunidades Autónomas habrá que estar a la tasa impositiva recogida en sus regulaciones. Por su parte, si el promotor es una persona jurídica, hay

que distinguir entre organización con ánimo de lucro o sin. En el primer caso tributan por el IS, y en el segundo caso están exentas del mismo.

El artículo 9.3 de la LIS establece un régimen de entidades parcialmente exentas e incluye las rentas “derivadas de adquisiciones y de transmisiones a título lucrativo, siempre que unas y otras se obtengan o realicen en cumplimiento de su objeto o finalidad específica”.

En el caso del donante, si es persona física podrá aplicar una deducción sobre el IRPF. A la base de hasta 250€ se le aplica un porcentaje del 80% y un 20% al resto de la base. Ahora bien, el artículo 69.1 LIRPF establece un límite según el cual la base de las deducciones no puede exceder para cada una de ellas del 10% de la base liquidable del contribuyente.

Si es una persona jurídica tendrán derecho a deducir el 40% de la base de la deducción. Además, cuando se trata de donaciones en favor de una misma entidad, como ya hemos señalado, el porcentaje se eleva a un 50%, y en caso de donaciones recurrentes por un período de 3 años el número de períodos impositivos en el que se tienen que hacer donativos a una misma entidad un 50% (siempre por un importe igual o superior al del ejercicio anterior).

También se prevén deducción en cuota a los no residentes. Si actúan sin establecimiento permanente (EP) les será de aplicación la deducción de la cuota del IRPF, y si disponen de EP podrán aplicar la del IS.

b) Crowdfunding por recompensa.

La regulación del *crowdfunding* de recompensa es objeto de discusión entre la doctrina. Moreno Serrano (2017) distingue diferentes clases, como las donaciones modales, las compraventas de esperanza, y las compraventas con el pago del precio por adelantado (2018). Sin embargo, Salvador Sáez (2016) distingue entre recompensas insignificantes y recompensas relevantes. En el primer caso lo considera crowdfunding de donación, pero en el segundo caso como compraventas. Y, por último, se puede distinguir entre compraventas de esperanza, donaciones, contratos de obra o servicios, y promesas públicas de recompensa (2017).

En el *crowdfunding* de recompensa, donde el inversor espera obtener algo a cambio por aportar su dinero (Palazón, 2017), se considera que la transmisión de dinero se hace a título oneroso, y, por tanto, tiene la consideración de una venta online. Esto es, en el caso del aportante, si es una persona física será un gasto, y si es una persona jurídica lo incluirá en la cuenta de pérdidas y ganancias.

Es complicado definir la calificación jurídica del *crowdfunding* puesto que no hay ninguna disposición legal que lo recoja. La DGT se manifiesta en la consulta V2831-13², aclarando que, *en el caso de que las cantidades a recibir lo sean en contraprestación a alguna entrega de bienes o prestación de servicios, la operación en cuestión ya no tendrá carácter lucrativo, sino oneroso, resultando aplicable entonces el impuesto que grava las transmisiones onerosas, que será, en función de la naturaleza de la operación y de la persona que las realice, el Impuesto sobre el Valor Añadido (actividades empresariales o profesionales) o la modalidad de transmisiones patrimoniales onerosas del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados (entregas o prestaciones de servicios al margen de actividades empresariales o profesionales).*

Por tanto, hay que distinguir entre una recompensa simbólica, donde el régimen es el mismo que en el caso de una donación, de aquel *crowdfunding* donde la recompensa es de valor similar a la aportación, y de aquel en el que la recompensa es de menor valor que la aportación.

Con carácter general, en el caso del promotor, si es una persona física tributará por el IRPF. En cambio, si se trata de una persona jurídica deberá tener reflejo en el resultado contable como un ingreso y en la base imponible del IS.

En el caso en que la recompensa es menor que el valor de la aportación, hay que hablar de una compraventa por el valor de la misma y ante una donación por el importe restante. En la compraventa, se rige por lo establecido en el párrafo anterior, mientras que la parte de donación tributará por el ISD para las personas físicas y por el IS para las personas jurídicas.

² Consulta Vinculante V2831/2013, *op.cit.*

Por su parte, en el caso del inversor, habrá que tener en cuenta la parte onerosa a valor de mercado de la recompensa recibida más la cuota de IVA soportado. En el caso de personas jurídicas residentes, las donaciones no serán deducibles de acuerdo con el artículo 15 de la LIS.

Con respecto a las personas físicas residentes, cuando se trate de crowdfunding de donación o de recompensa, podrán aplicarse las deducciones previstas en el artículo 68.3 de la LIRPF por donativos a entidades sin ánimo de lucro siempre que se cumplan los requisitos del artículo 17 de la Ley 49/2002.

Las personas físicas no residentes podrán aplicar la deducción del IRPF en caso de que operen en territorio español sin establecimiento permanente y, en caso contrario, podrán aplicar la deducción aplicable a los sujetos pasivos del IS.

Respecto a la fiscalidad indirecta, se soportará, como regla general, el IVA correspondiente a la recompensa obtenida. En el caso de que no estén sujetas al IVA, estarán sujetas a la modalidad de Transmisiones Patrimoniales Onerosas (TPO) en el ITPyAJD. En este impuesto, el sujeto pasivo es el aportante y no la persona receptora como en el caso del IVA.

c) Crowdfunding de préstamo.

El prestamista puede ser persona física o jurídica. Si es una persona física el incremento de la renta aparecerá en la declaración de la renta y tributa por el IRPF. Si es una persona jurídica, lo incluirá en la cuenta de resultados y tributará por el IS.

Por otro lado, el prestatario, si es una persona física la que recibe los intereses del préstamo lo incluirá en su declaración de la renta, tributando por el IRPF (Rodríguez, 2018), y si es una persona jurídica tributa por el IS aplicando el préstamo recibido a la cuenta de pérdidas y ganancias.

d) Crowdfunding por acciones.

Como se mencionó con anterioridad, supone la participación mediante acciones o participaciones en una sociedad, por lo que no se recibe de manera directa dinero, pero sí tributan los ingresos obtenidos por su participación.

El promotor, que solicita capital para constituir la sociedad o ampliar el capital, tributará por el ITPAJD. La distribución de dividendos para remunerar a los inversores

no constituye un gasto deducible en el IS en virtud del artículo 15 de la LIS, por consistir en retribución de fondos propios.

En el caso del inversor, si es una persona física, se podrá aplicar la deducción por inversión en empresas de nueva o reciente creación en el caso de que se cumplan los requisitos. El dividendo generado por la participación tributará en el IRPF, que irá a la base del ahorro como rendimiento de capital mobiliario.

Si se trata de una persona jurídica, el tratamiento es similar, no tributando por IS la mera adquisición, pero teniéndolo en cuenta en el resultado contable y por tanto en la base imponible del impuesto.

Seguindo a Crespo Garrido (2024, p. 97), la Ley 49/2002 tiene la finalidad de dar un tratamiento más beneficioso a la fórmula del micromecenazgo para aquellos que realicen aportaciones a la misma entidad durante 3 períodos impositivos consecutivos cuando sean asociaciones de utilidad pública. Es por ello que se establecen deducciones que afectan tanto a los contribuyentes del IRPF, como a los contribuyentes del IS, pero además beneficios fiscales que giran en torno a los convenios de colaboración empresarial o al mecenazgo prioritario.

Tabla 9. Fiscalidad del promotor y del donante según el tipo de crowdfunding.

Tipo de crowdfunding	Persona física	Persona jurídica
Crowdfunding de donación	El promotor tributará por el ISD. El donante podrá aplicar una deducción a la base de hasta 250€.	El promotor, si es organización sin ánimo de lucro, la renta estará exenta según la Ley 49/2002. En caso contrario, tributará por el IS. El donante podrá deducir el 40% de la base de la deducción.

Crowdfunding por recompensa	El promotor tributará por el IRPF. El inversor podrá aplicar las deducciones del artículo 68.3 LIRPF.	El promotor tributará por el IS. El inversor no podrá deducir las cuotas del IS.
Crowdfunding de préstamo	El prestamista tributará por el IRPF. El prestatario tributará por el IRPF.	El prestamista tributará por el IS. El prestatario tributará por el IS.
Crowdfunding por acciones	El inversor se puede aplicar la deducción por inversión en empresas de nueva o reciente creación.	El inversor no tributa por el IS, pero se incluye en la base imponible.

Fuente: elaboración propia.

5. GASTO FISCAL DEL MECENAZGO.

El término *gasto fiscal* fue utilizado por primera vez por Surrey y Hellmuth (1969). Lo utilizaron para indicar su condición de reducciones fiscales que afectan a la economía privada y que generalmente se efectúa a través de gastos del sector público.

Siguiendo a Pérez y Romano (2016), el gasto fiscal consiste en una serie de incentivos en forma de determinadas reducciones de las obligaciones fiscales de los contribuyentes. Por tanto, podemos definir el gasto fiscal como la pérdida de ingresos públicos por parte del Gobierno que se derivan de las deducciones previstas en el sistema fiscal.

La relación entre incentivos fiscales y gasto fiscal es, en este punto, clara: el establecimiento de beneficios fiscales va a implicar un gasto fiscal. La justificación de este gasto fiscal en cultura debe mantener una relación con los fines que se obtienen con el gasto directo, esto es, involucrar al sector privado como inversor y gestionar la escasez de recursos y las crecientes necesidades de la industria cultural.

La justificación en el sector cultural implica una preocupación de los actores involucrados respecto de la evolución de las partidas relativas al gasto. Y es que existe una dificultad de precisar la norma fiscal de referencia porque, en ocasiones, el gasto fiscal se establece en función de objetivos no tributarios.

5.1 Impacto de los incentivos fiscales en el volumen de donaciones.

Para analizar el gasto fiscal, utilizaremos los datos anuales de deducciones por donativos y otras aportaciones que proporciona la Agencia Estatal de Administración Tributaria (AEAT en adelante). El análisis se realizará comenzando por las partidas 552 y 553 sobre deducciones por donativos y otras aportaciones en el ámbito estatal y en la parte autonómica respectivamente, lo cual incluirá el análisis de las partidas 722 a 725 sobre aportaciones a actividades prioritarias de mecenazgo, donativos a entidades reguladas en la Ley 49/2002, donativos a fundaciones y asociaciones de utilidad pública no comprendidas en la Ley 49/2002 y las cuotas de afiliación y aportaciones a partidos políticos, federaciones, coaliciones o agrupaciones electorales. A continuación, se analizarán las partidas 519 y 520 sobre deducciones por inversiones y gastos de interés cultural, también en el ámbito estatal y en el ámbito autonómico.

A) Deducción por donativos y otras aportaciones, parte estatal y parte autonómica.

Como ya se ha mencionado, el IRPF es un tributo parcialmente cedido, de forma que son las Comunidades Autónomas las que recaudan una parte (Rubio y Villarroja, 2019), que además cuentan con competencias normativas sobre algunos aspectos del tributo recogidas en la Ley 22/2009, de 18 de diciembre. Así, la deducción se divide en dos tramos: por un lado, la deducción que se aplica sobre la parte estatal de la cuota íntegra y, por otro lado, la deducción aplicable a la parte autonómica.

Dentro de la partida de donativos y otras aportaciones se desglosan otras partidas (tabla 9). Las aportaciones a actividades prioritarias de mecenazgo suponen el segundo importe más bajo por detrás de los donativos a fundaciones y asociaciones de utilidad pública no comprendidas en la Ley 49/2002. El 95% del importe deducido se

concentra en las entidades recogidas en la Ley 49/2002, lo que pone de relieve su importancia como instrumento normativo para canalizar el mecenazgo.

En relación con la media de las deducciones se observa una aportación modesta de 84€, observándose que las actividades prioritarias de mecenazgo son poco utilizadas a pesar de sus mayores ventajas fiscales.

Tabla 10. Gasto fiscal en deducción por donativos y otras aportaciones en la parte estatal y autonómica (2022).

Partida	Número	Importe	Media
552. Deducción por donativos y otras aportaciones (parte estatal)	4.199.813	351.938.043	84
553. Deducción por donativos y otras aportaciones (parte autonómica)	4.199.813	351.938.043	84

Fuente: AEAT (2022).

La tabla 11 muestra la evolución del número de liquidaciones de las partidas 552 y 553. Se trata de deducciones compartidas entre el Estado y las Comunidades Autónomas, por lo que se dividen en dos tramos: uno que se deduce de la parte estatal de la cuota íntegra y y el otro de la parte autonómica.

Tabla 11. Deducciones por donativos y otras aportaciones (parte estatal y autonómica), total España, 2012-2022.

Año	Nº total de liquidaciones	Nº liquidaciones partida	Importe partida estatal	Importe partida autonómica	Media partida estatal	Media partida autonómica
2012	19.379.484	2.914.253	102.067.533	102.060.320	35	35
2013	19.203.136	2.819.352	105.854.384	105.847.994	38	38
2014	19.359.020	2.946.889	110.748.958	110.742.067	38	38
2015	19.480.560	3.035.784	170.791.827	170.781.542	56	56
2016	19.621.728	3.256.194	240.273.023	240.267.248	74	74
2017	19.913.239	3.524.565	258.519.884	258.513.794	73	73
2018	20.608.731	3.689.846	269.948.317	269.948.150	73	73
2019	21.028.886	3.803.914	284.750.957	284.750.777	75	75
2020	21.638.795	3.928.051	322.522.981	322.522.981	82	82
2021	22.048.548	4.015.674	331.340.863	331.340.862	83	83
2022	22.898.072	4.199.813	351.938.043	351.938.043	84	84

Fuente: elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la AEAT. Estadísticas de los declarantes del IRPF. Partidas 552 y 553.

La tabla muestra que el número de liquidaciones de las partidas ha aumentado considerablemente entre 2012 y 2022. El número de liquidaciones por este concepto ha pasado de representar el 15,03% en 2012 al 18,34% en 202. También se observa un aumento en el importe total de la partida, tanto en la parte estatal como en la parte

autonómica, donde los importes son prácticamente iguales, con un aumento del importe total del 2.497%. Del mismo modo, la cantidad media deducida se observa un incremento del más del doble, pasando de los 35 euros a los 84 euros, aumentando un 140% en 10 años, lo que supone un 9,16% de incremento medio anual.

La razón del aumento en las partidas son las reformas que se han ido operando que, como he mencionado anteriormente, paulatinamente se fueron produciendo modificaciones con la finalidad de aumentar el porcentaje de deducción aplicable a la base de la deducción, del mismo modo que se ha producido un aumento del límite del porcentaje a aplicar sobre la base imponible del conjunto de las declaraciones presentadas en cada período. Todo ello permite que los incentivos fiscales al mecenazgo sean una herramienta eficaz para la colaboración entre entidades, particulares y la administración pública.

B) Deducción por inversiones y gastos de interés cultural, parte estatal y parte autonómica.

Los contribuyentes pueden, además, deducirse parte de las cantidades destinadas a gastos e inversiones de interés cultural en el IRPF. De nuevo, vuelve a tratarse de deducciones compartidas entre el Estado y las Comunidades Autónomas.

Tal y como se observa en la tabla 12, el número total de liquidaciones del IRPF ha aumentado en más de 3,5 millones, pero las liquidaciones específicas para la partida de inversiones y gastos de interés cultural ha disminuido en más de 1.500 liquidaciones, lo que supone que ésta partida específica ha pasado de representar el 0,02% a prácticamente no representar nada en el total de las declaraciones. A esta disminución en el número de liquidaciones le sigue un descenso en el importe deducido que ha pasado de rondar los 140.000 a rondar los 87.000 euros. En cuanto a la evolución de cantidad media deducida, el importe medio ha aumentado tanto en la parte estatal como autonómica de 47 euros a los 63 euros de importe medio.

Tabla 12. Deducción por inversiones y gastos de interés cultural (parte estatal y autonómica). Total España (2012-2022).

Año	Nº total de liquidaciones	Nº liquidaciones partida	Importe partida estatal	Importe partida autonómica	Media partida estatal	Media partida autonómica
2012	19.379.484	3.005	141.005	140.131	47	47
2013	19.203.136	2.333	120.360	120.353	52	52
2014	19.359.020	2.348	120.804	120.797	51	51
2015	19.480.560	2.272	122.322	122.315	53	53
2016	19.621.728	1.302	73.169	73.165	56	56
2017	19.913.239	1.271	60.616	60.613	48	48
2018	20.608.731	1.132	63.829	63.828	56	56
2019	21.028.886	1.313	79.870	79.870	61	61
2020	21.638.795	1.080	71.835	71.835	67	67
2021	22.048.548	1.128	74.868	74.868	66	66
2022	22.898.072	1.389	86.948	86.948	63	63

Fuente: elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la AEAT. Estadísticas de los declarantes del IRPF. Partidas 550 y 551.

5.2 Comparativa entre Comunidades Autónomas.

Si acudimos a la comparativa por Comunidades Autónomas, los datos proporcionados por la AEAT nos muestran la evolución de las partidas 552 y 553 mencionadas con anterioridad.

Como se observa en la tabla 12, se ha producido una evolución desigual: un aumento en el número de liquidaciones totales y una disminución en el número de liquidaciones por esta partida. La Comunidad Autónoma con mayor aumento de liquidaciones es Canarias (35,75%), seguida de Andalucía (27,26%). En el caso de las liquidaciones en concepto de deducciones por inversiones y gastos de interés cultural, todas experimentan una disminución, siendo las Islas Baleares la comunidad que experimenta una menor disminución (30,11%).

En relación con el importe total de deducciones, este ha disminuido. La disminución en el importe declarado oscila entre el 1,04% de las Islas Baleares y el 90,21% en Murcia. En números absolutos, Madrid, Cataluña y Andalucía son las que más se deducen por este concepto.

Tabla 13. Evolución del gasto fiscal por inversiones y gastos de interés cultural (parte autonómica) por Comunidad Autónoma (2012 y 2022).

Total liquidaciones				Liquidaciones partida			Importe partida (en euros)		
Comunidades Autónomas/Datos	2012	2022	Variación 2012-2022	2012	2022	Variación 2012-2022	2012	2022	Variación 2012-2022
Andalucía	3.216.001	4.092.833	27,26%	276	126	-54,35%	14.742	6.950	-52,86%
Aragón	696.019	747.459	7,39%	77	23	-70,13%	3.029	1.153	-61,93%
Principado de Asturias	524.487	544.015	3,72%	26	10	-61,54%	1.804	1.001	-44,51%
Canarias	766.467	1.040.463	35,75%	78	31	-60,26%	5.559	5.085	-8,53%
Cantabria	276.027	311.959	13,02%	47	21	-55,32%	4.460	2.136	-52,11%
Castilla-La Mancha	894.485	1.030.977	15,26%	91	63	-30,77%	9.523	5.775	-39,36%
Castilla y León	1.250.778	1.315.508	5,18%	298	83	-72,15%	9.880	5.112	-48,26%
Cataluña	3.492.729	3.993.108	14,33%	846	507	-40,07%	23.737	15.080	-36,47%
Extremadura	469.540	520.184	10,79%	39	22	-43,59%	1.579	447	-71,69%
Galicia	1.263.715	1.423.911	12,68%	103	47	-54,37%	7.311	4.881	-33,24%
Islas Baleares	471.771	596.804	26,50%	93	65	-30,11%	3.270	3.236	-1,04%
Comunidad de Madrid	3.097.885	3.724.692	20,23%	745	260	-65,10%	43.839	31.175	-28,89%
Región de Murcia	576.163	718.304	24,67%	54	18	-66,67%	2.410	236	-90,21%
La Rioja	164.107	179.184	9,19%	-	-	-	-	-	-
Comunidad Valenciana	2.162.353	2.585.372	19,56%	213	106	-50,23%	8.148	4.615	-43,36%

Fuente: elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la AEAT. Estadísticas de los declarantes del IRPF. Partidas 552 y 553.

La Ley 22/2009 ha dado lugar a un escenario heterogéneo en materia de deducciones autonómicas en el IRPF. La primera cuestión relevante es que el importe por deducciones, donativos y otras aportaciones dependerá de la regulación que hace de esta cesión de competencia cada Comunidad Autónoma. Las decisiones de cada una de las entidades intraestatales dependen de sus prioridades culturales y las capacidades financieras de cada territorio.

6. PROPUESTA DE REFORMA.

Tras las crisis del 2007 y 2008 y la posterior crisis del año 2020 se tomó conciencia de la importancia de la participación privada en la financiación de la cultura. A causa de la insuficiencia de recursos, en 2023 se aprobó la Ley de modificación de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo que pretendía solucionar ciertos problemas tributarios.

Con la mencionada ley se da respuesta a la necesidad de incrementar a las deducciones, así como la ampliación o actualización de las rentas económicas exentas del IS, se matiza la exención del Impuesto sobre el Incremento del Valor de los

Terrenos de Naturaleza Urbana y se consideran deducibles nuevas cesiones gratuitas (Abc.Fundaciones, 2024).

Sin embargo, como se ha visto con anterioridad, no se da respuesta cuestiones importantes que afectan a las actuaciones de crowdfunding no lucrativo y, por tanto, al micromecenazgo desarrollado a través de plataformas de financiación participativa (Casanellas, 2024).

La introducción del crowdfunding de recompensa tiene la finalidad de fomentar el crowdfunding no lucrativo. Sin embargo, su regulación en la Ley 49/2002 tiene ciertas lagunas normativas. Por un lado, no se aclara si el incentivo se aplicará sobre el importe de la donación en su integridad o, por el contrario, sobre la diferencia entre el valor de lo donado y el valor de la recompensa. En el primer caso la donación estaría al cien por cien incentivada y, de esa forma, no sujeta al IVA; y en el segundo caso, el importe no incluido en la diferencia entre el valor de lo donado y de la recompensa, es decir, la parte onerosa tributaría por IVA.

Por otro lado, no se establece cómo se tiene que valorar la recompensa. Esto es determinante para concretar si la donación supera los límites establecidos por el legislador para que la donación sea deducible.

Otra incongruencia que se encuentra en esta reforma y que debería ser objeto de propuesta de modificación es la incoherencia de plazos entre la DGT y la ley en cuanto a las donaciones recurrentes. Según la ley este plazo ha de ser de 3 períodos impositivos consecutivos, mientras que para la DGT son 4 años para aumentar el porcentaje de deducción³.

Por último y no menos importante, la ley no trata la posible responsabilidad de la entidad donataria sin fines lucrativos. La ley exige que estas deben cumplir con los requisitos del artículo 3 de la LRFESFL, pero es posible que por diferentes circunstancias estas entidades crean reunir estos requisitos y no los cumplan. Pues bien, en estos casos, la responsabilidad de las mismas ante las donaciones percibidas se ciñe a la responsabilidad civil por daños patrimoniales, sin recogerse una

³ Vid. entre otras, Consultas V3543/2015, de 17 de noviembre y V2972/2021, de 23 de noviembre .

responsabilidad tributaria en sentido estricto, más allá de la correspondiente regularización.

7. CONCLUSIONES.

El patrimonio cultural español es uno de los más valorados en el mundo occidental. Sin embargo, el contexto económico y social actual obliga a cambiar la perspectiva desde la que tradicionalmente se apoyaba y financiaba a los artistas. El punto clave en la Ley de Mecenazgo es la ampliación del ámbito de aplicación de la ley a nuevas entidades no lucrativas, así como su transparencia y su apuesta por una realidad más próxima a la población.

A lo largo del trabajo se ha analizado el marco fiscal aplicable al mecenazgo en España, con especial atención al micromecenazgo. Así, se ha puesto de relieve que el micromecenazgo constituye una evolución del mecenazgo tradicional que permite pequeñas aportaciones individuales a través de plataformas digitales.

Actualmente el mecenazgo es ejercido tanto por personas físicas como por personas jurídicas, lo que ha impulsado el surgimiento de nuevas formas de financiación como el *crowdfunding*. Además, el desarrollo tecnológico es el punto de inflexión de la evolución.

Por otro lado, el estudio del régimen fiscal vigente ha permitido constatar que la Ley 49/2002 ha sido la principal herramienta legal para fomentar la colaboración privada en actividades de interés general, *supongan o no éstas una correlativa disminución del gasto público* (Soto, 2022). Las reformas más recientes, como la del año 2023, han supuesto una mejora en términos de atractividad de las deducciones tanto para personas físicas como para jurídicas.

Sin embargo, esta ley no resuelve todos los problemas. En el ámbito del micromecenazgo de recompensa, la falta de una regulación específica ha generado inseguridad jurídica, tanto para los promotores como para los aportantes. La calificación fiscal de las aportaciones depende de la naturaleza de la contraprestación ofrecida, lo que puede dar lugar a que una misma operación se considere donación, compraventa o prestación de servicios. Esta situación genera complejidades prácticas

que dificultan el desarrollo de esta forma de financiación, especialmente para pequeñas iniciativas culturales que no cuentan con asesoramiento fiscal especializado.

Por otro lado, el análisis de la fiscalidad de las plataformas permite concluir que su papel como intermediarias tiene implicaciones fiscales relevantes, tanto en el ámbito del IS como en el IVA. Las diferencias entre plataformas con o sin ánimo de lucro, su posible residencia fuera de España o su actuación como titular único del proyecto, influyen directamente en el régimen aplicable.

Puede afirmarse que los incentivos fiscales al mecenazgo, especialmente en su vertiente digital y participativa, tienen un gran potencial, pero requieren mejoras significativas para adaptarse a las nuevas formas de participación ciudadana, tal y como se ha mencionado en el punto anterior.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

LIBROS

Bruno, N.M. (2020). *Variables Decisivas en la Utilización de Vídeo en el Éxito de Financiación en la Campaña de Crowdfunding. El Caso Español*. Universidad de La Laguna.

Cuenca, M., & Alonso Martínez, C. (2020). *Aspectos legales de la financiación en masa o crowdfunding* ([1ª edición]). Tirant lo Blanch.

De la Torre, J. D. (2013). *Tributación de la cultura. Beneficios fiscales al sector cultural*. Editorial Comares, Granada.

Insignares, R. (2015). *Hacienda y cultura*. Universidad Carlos III de Madrid.

Leibovitz, T. (2018). *La emergencia de nuevos modelos de producción cultural colaborativa: El caso del crowdfunding en el campo audiovisual*. <http://hdl.handle.net/10609/93826>

Moreno, E. (2017). *Crowdfunding: aspectos legales*. 1ª edición, Pamplona, Aranzadi.

Pedreira, J. (2004). *Beneficios e incentivos fiscales del patrimonio cultural*. Aranzadi.

Reyes Sanchez, K. (2021). *Formas de producción musical*. Universidad Nacional de Educación. Disponible en: <https://repositorio.une.edu.pe/handle/20.500.14039/9679>

Rubio, J. A., y Villarroja, A. (2019). *El papel del mecenazgo en la política cultural española: Propuestas para reconfigurar su papel en la crisis en las artes y la industria cultural*.

Soto, M. (2017). *El mecenazgo como forma de financiación cultural: su régimen jurídico y fiscal en el ordenamiento jurídico español*. Repositorio Institucional RIUMA. <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/15094>

Soto, M. (2018). *Tributación del Crowdfunding*. Tirant lo Blanch.

Stiglitz, J. E. (2000). *La economía del sector público*. Antoni Bosch, Barcelona.

Throsby, D. (2010). *The economics of cultural policy*. Cambridge University Press. Cambridge.

Tylor, E.B. (1871). *Primitive Culture Volume I*. Disponible en: <https://books.google.co.ve/books?id=EhiVDAAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false> (Consultado: 19 de marzo de 2025).

Vicente, E. (2007). *Economía del patrimonio cultural y políticas patrimoniales*. Instituto de Estudios Fiscales, Madrid.

Vicente, E. (2010). *Economics of Built Cultural Heritage*. En Malkki, M. y Schmidt-Thome, K. (editores) (2010): Integrating aims. Built heritage in social and economic development. Centre for Urban and Regional Studies Publications, Espoo.

ARTÍCULOS DE REVISTAS

Aleu, M. (2018). *Una mirada al crowdfunding como método de financiación.*

<https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/7686/ALEU%20BARNADAS%2C%20MIREIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Baranchuk, M. (2006). “Mecenazgo Cultural: Estado, poder y financiación de las expresiones artísticas.” *Escribanía: comunicación, cultura, región*, (17), 51-63.

Barbieri, N., Fina, X., Partal, A. y Subirats, J. (2019). “El auge del crowdfunding en la esfera cultural. ¿Nueva arquitectura de la producción compartida o simple reformulación de la fragilidad y precariedad del sector?” *Arbor*, p. 195 (791): a490. <https://doi.org/10.3989/arbor.2019.791n1003>

Camacho, S. (2016). “El crowdfunding: régimen jurídico de la financiación participativa en la ley 5/2015 de fomento de la financiación empresarial”. *Revista CESCO de Derecho de Consumo*, nº 17, p. 90.

Casanellas, M. (2024). “La reforma de la ley de mecenazgo y su impacto en la tributación de las operaciones de crowdfunding no lucrativo. Algunas cuestiones olvidadas.” *Revista de Internet, Derecho y Política*, (41). <https://doi.org/10.7238/idp.v0i41.400007>

Crespo, M.J. (2024). “Fiscalidad de las fundaciones como entidades no lucrativas: tras la reforma introducida en la Ley 27/2014, de 27 de noviembre”. *Anuario de derecho de fundaciones*, 1, p. 97.

Hernández, A. (2020). “La fiscalidad del mecenazgo / The taxation of patronage”. *Anuario de la Facultad de Derecho. Universidad de Extremadura*, 36, 623-671. <https://doi.org/10.17398/26957728.36.623>

Interarts. (2011). “Líneas de financiación para la cooperación cultural internacional en España.” *Infopunto PRACTICS – España*. <https://www.interarts.net>

Jiménez, J. (2017). “Presupuestos, principios y medidas para la articulación de una reforma del régimen tributario del mecenazgo.” *Crónica tributaria*. Vol. 2 (163), 95-122.

López-Golán, M. (2015). “Crowdfunding: Plataformas y proyectos de creación y producción cultural colaborativa en red en España.” En Rúas-Araújo, J. (ed. lit.) , Rodríguez, A.S. (coord.) y Puentes, I. (coord.) (2015), *De los medios a los metamedios de comunicación: Actas del I Simposio de la Red Internacional de Investigación sobre Gestión de la Comunicación, Pontevedra, 27 y 28 de noviembre de 2015*. 1082-1095. XESCOM.

Lucas, M. J. (2024). “Los incentivos fiscales al mecenazgo deportivo de las Comunidades Autónomas.” *Fiscalidad y Deporte*. 229–277.

Ministerio de Cultura y Deporte. (2024). *Anuario de estadísticas culturales 2024*. Gobierno de España.
<https://libreria.cultura.gob.es/libro/anuario-de-estadisticas-culturales-2024-10628/>

Palazón, L. (2017) *Algunos aspectos problemáticos del crowdfunding de donación y recompensa*. Universidad de la Laguna. 35-39.
<https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/5619/ALGUNOS%20ASPECTOS%20PROBLEMATICOS%20DEL%20CROWDFUNDING%20DE%20DONACION%20Y%20RECOMPENSA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Pérez, E. y Romano, J. (2016.) “Los gastos fiscales. Cincuenta años de estudio y desarrollo práctico”. *Estudios de Economía Aplicada*, vol. 34, núm. 2, 2016, 469-488 Asociación Internacional de Economía Aplicada Valladolid, España. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30146038008>

Pérez-Bustamante, D. y Yábar, A. (2010). “El valor económico de los bienes culturales y ambientales. Cultura, desarrollo y sostenibilidad”. *Revista Científica Complutense*. <https://revistas.ucm.es>

Rausell, Pau (2007), “Cultura. Estrategia para el desarrollo local.” *Madrid: Agencia Española de Cooperación Internacional*.

<http://observatoriocultural.udgvirtual.udg.mx/repositorio/handle/123456789/444>

Sánchez, M. y Palomo, M.B. (2014). “Conocimiento y valoración del «crowdfunding» en Comunicación: La visión de profesionales y futuros periodistas.” *Comunicar*, 43 (22), 101-110.
<https://www.torrossa.com/en/resources/an/2965635>

Tribunal de Cuentas. (2017). *Informe de fiscalización de las actuaciones de la Agencia Estatal de Administración Tributaria en relación con los beneficios fiscales* (Informe nº 766). <https://www.tcu.es/repositorio/476ad511-3631-44b7-9045-a4fe2edb977b/766%20AEAT%20Beneficios%20fiscales.pdf>

Rodríguez, C. (2018). “Evolución y comparación del crowdfunding como fuente alternativa de financiación en España y Estados Unidos.” *Trabajo de fin de grado, Universidad Pontificia Comillas*. Repositorio Comillas.
<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/18826>

Solano, L.F. (1999): *Patrocinio y mecenazgo: desde Cayo Cilnio Mecenas a nuestros días*. Nº 3. Marzo. Año III. Páginas: 101-111 ISSN: 1576-3420.
<http://dx.doi.org/10.15198/seeci.1999.3.101-111>

Soto, L. (2022). “Retos actuales de la necesaria reforma de los incentivos fiscales al mecenazgo en España.” *Crónica Tributaria*, (185), 159-192.
<https://doi.org/10.47092/CT.22.4.6>

Tomczak, A. y Brem, A. (2013). “A Conceptualized Investment Model of Crowdfunding.” *Venture Capital*, <https://doi.org/10.1080/13691066.2013.847614>

Villacorta Hernández, M. Á. (2023). “Crowdfunding como método alternativo de financiación empresarial.” *Revista de Contabilidad y Tributación*, (476), 73-85. <https://publicaciones.rcumariacristina.net/AJEE/article/view/632>

CITAS DE INTERNET

Asociación Española de Fundaciones. (2024, 28 de enero). *Reforma de la Ley de Mecenazgo*. <https://www.fundaciones.org/es/noticias-aef/aprobacion-reforma-mecenazgo-19122023> (Consulta: 30 de enero de 2025).

BBVA RESEARCH (2013). *US Economic Outlook*. <http://goo.gl/VO306d>.

BBVA RESEARCH (2014). *Crowdfunding 360º: alternativa de financiación en la era digital*. <https://www.bbvaresearch.com/wp-content/uploads/2014/10/Observatorio-crowdfunding-vf.pdf>

Consejo General de Economistas de España – REAF. (2024). *Estímulo fiscal al compromiso social: Incremento de los beneficios fiscales al tercer sector. Nuevo impulso en apoyo a las entidades del mecenazgo*. <https://economistas.es/Contenido/Consejo/Estudios%20y%20trabajos/2024/Gu%C3%ADa%20sobre%20tributaci%C3%B3n%20de%20las%20entidades%20sin%20fi nes%20lucrativos%20y%20los%20nuevos%20incentivos%20al%20mecenazgo.pdf> (Consulta: 30 de enero de 2025).

Crowdfunding in Spain, Annual Report 2018/ Financiación Participativa en España, Informe Anual 2018. Universo Crowdfunding (2018). https://www.researchgate.net/publication/335055304_Crowdfunding_in_Spain_Annual_Report_2018_Financiacion_Participativa_en_Espana_Informe_Anual_2018 (Consulta: 21 de enero de 2025).

Financiación Participativa (Crowdfunding) en España 2022. Un Mercado cada vez más sólido y profesionalizado. Universo Crowdfunding (2023). <https://universocrowdfunding.com/wp-content/uploads/2023/09/informe-crowdfunding-2022-ES.pdf> (Consulta: 20 de enero de 2025).

Fundable. (s.f.). <https://www.fundable.com/crowdfunding101/history-of-crowdfunding>

Ministerio de Cultura y Deporte. (2024). *Anuario de Estadísticas Culturales 2024: Principales resultados*. Gobierno de España. Recuperado de <https://www.mecd.gob.es> (Consulta: 6 de enero de 2025).

9. ANEXOS.

Anexo 1. Plataformas líderes en España según los tipos de crowdfunding.

Las plataformas líderes en el sector inmobiliario son (Universo Crowdfunding 2023):

- *Urbanitae*. En 2023 invirtió más de 120 millones de euros. Permite participar vía *equity* o vía deuda en proyectos inmobiliarios.
- *Civislend*. Lleva a cabo *crowdlending* mediante aportaciones mínimas de 250€.
- *Wecity*. Mediante un crowdfunding de inversión en diferentes proyectos (viviendas, locales, edificios, oficinas).

En el *crowdfunding* por préstamo, las plataformas líderes son:

- *Lendix*. No es una plataforma española en sentido estricto puesto que tiene su sede central en Francia, pero hasta el año 2023 se encontraba registrada en España con la denominación *October España* Plataforma de Financiación Participativa, S.L. Otorga financiación a inversores institucionales y particulares.
- *MytripleA*. Es una plataforma que permite financiar a empresas, autónomos y emprendedores en forma de préstamo, anticipo de facturas o anticipo de pago a sus proveedores.
- *Colectual*. Permite otorgar préstamos colectivos a PYMES.

En el *crowdfunding* por recompensa, las plataformas líderes son:

- *Lánzanos*. *Lánzanos* pone en contacto al promotor con personas que quieren financiar esos proyectos. En este caso, *Lánzanos* otorga recompensas a los mecenas.
- *Goteo*. Cuenta con más de 10 millones de euros recaudados. Lleva a cabo proyectos en torno a iniciativas ciudadanas, proyectos sociales, culturales, tecnológicos y educativos. Además, cuenta con una fundación sin ánimo de lucro.
- *Verkami*. Cuenta con el récord de campañas financiadas en España. Está especializada en proyectos de alimentación, artes escénicas, música, ciencia y tecnología o fotografía.

En el *crowdfunding* por acciones destacan las siguientes plataformas:

- *La Bolsa Social*. Se dedica a la inversión en desarrollo sostenible y el medio ambiente. Es la primera plataforma en ese tipo registrada y autorizada por la CNMV en España.
- *Sego Venture*, perteneciente al grupo de empresas de *Sego Finance*, es plataforma líder en la inversión en *startups*, en concreto, en compañías tecnológicas e innovadoras.
- *Capital Cell*. Permite la inversión en empresas de biotecnología y ciencias. Además, es referente en el ámbito europeo.
- *Fellow funders*. Forma parte del grupo financiero *Orbyn*. Permite invertir en *startups*, *scaleups* y proyectos inmobiliarios y ofrece a los inversores empresas y proyectos de diversa índole en los que poder invertir y diversificar su cartera.

Por último, en el *crowdfunding* por donaciones las plataformas líderes son:

- *Stockcrowd*. Cuenta con más de 141 millones de euros recaudados y lidera el top 3 de las plataformas líderes en este ámbito en España. Está centrado en entidades sin ánimo de lucro, sobre todo de gran envergadura.
- *Teaming*. Cuenta con una plataforma que permite realizar donaciones de manera recurrente en períodos mensuales. Solo permite donar 1€ al mes por cada causa en la que se decide colaborar y, además, no cobran comisiones ni por gestión ni comisiones bancarias. Cuenta con 566.604 € recaudados.
- *GoFundMe*. Permite a entidades sin ánimo de lucro y particulares, lanzar campañas y recaudar fondos.