

CÓMO EVITAR PERDER NUESTRO DINERO EN UN “FRAUDFUNDING”¹

Lourdes García Montoro
Centro de Estudios de Consumo
Universidad de Castilla-La Mancha

Fecha de publicación: 28 de octubre de 2016

Si ya es difícil tener una idea innovadora que pueda encajar en el cada día más exigente mercado de consumo, aún más complicado es conseguir la financiación necesaria para que el emprendedor pueda llegar a ver su idea materializada. Los bancos suelen ser escépticos cuando se trata de Start-ups cuyo éxito no está garantizado, con lo que esta opción de financiación es, en muchos casos, una batalla perdida. Pero la financiación bancaria no es la única vía, sino que las nuevas tecnologías han facilitado mucho la labor de los jóvenes (y no tan jóvenes) emprendedores, que recurren a las plataformas de *crowdfunding* para dar a conocer su idea y obtener financiación, bien sea en forma de préstamo (*crowdlending*), a cambio de una participación en el capital de la futura empresa (*equity-based crowdfunding*) o entregando al inversor un ejemplar del producto a fabricar (*reward-based crowdfunding*). Los proyectos con fines benéficos, por su parte, suelen financiarse a través de la modalidad de donación (*donation-based crowdfunding*), en la que el inversor no recibe contraprestación alguna por su aportación.

Durante los últimos años la financiación colaborativa² ha ido aumentando progresivamente su cuota de mercado debido a la proliferación de plataformas en línea

¹ Trabajo realizado en el marco del Proyecto Convenio de colaboración entre la UCLM y el Ilustre Colegio Notarial De Castilla-La Mancha (17 enero 2014) (OBSV) con referencia CONV140025, que dirige el Prof. Ángel Carrasco Perera

² La Ley 5/2015, de fomento de la financiación empresarial, habla de financiación participativa, si bien el término financiación colaborativa también es comúnmente aceptado para referirse a la financiación mediante *crowdfunding* en sus distintas modalidades.



dedicadas a la actividad de *crowdfunding*³. Pero sólo algunos países se han ocupado de la regulación de plataformas dedicadas a esta actividad. En particular, en España no fue hasta 2015 cuando se aprobó la primera norma (y actualmente única) aplicable a las plataformas de financiación participativa.

1. La falta de regulación del *crowdfunding* en su modalidad de “recompensa”⁴

La Ley 5/2015, de 27 de abril, de fomento de la financiación empresarial, regula el funcionamiento de las plataformas de financiación participativa como alternativa a la tradicional forma de inversión y obtención de capital, definiéndose como “*empresas autorizadas cuya actividad consiste en poner en contacto, de manera profesional y a través de páginas web u otros medios electrónicos, a una pluralidad de personas físicas o jurídicas que ofrecen financiación a cambio de un rendimiento dinerario, denominados inversores, con personas físicas o jurídicas que solicitan financiación en nombre propio para destinarlo a un proyecto de financiación participativa, denominados promotores.*”⁵ De su ámbito de aplicación se excluye el *crowdfunding* no lucrativo, tal y como se recoge en el artículo 46.2 de dicha norma, que reza “*no tendrán la consideración de plataformas de financiación participativa las empresas que desarrollen la actividad prevista en el apartado anterior cuando la financiación captada por los promotores sea exclusivamente a través de: a) Donaciones. b) Venta de bienes y servicios. c) Préstamos sin intereses.*”

Desde la entrada en vigor de la ley hace ya año y medio, han sido acreditadas por la CNMV como plataformas de financiación participativa que cumplen con los requisitos previstos en la norma nueve entidades⁶. Sin embargo, algunas plataformas basadas en el modelo *reward-based crowdfunding*⁷ siguen operando en nuestro país

³ Según informa la organización Círculo de empresarios en su web <http://circulodeempresarios.org/2016/10/14/crowdfunding-infografia/>, “entre 2012 a 2015, la industria del *Crowdfunding* ha crecido más de un 1000%, principalmente en EEUU y Asia cuyo peso en la actualidad es superior al 80% de la inversión mundial en esta fuente de financiación.”

⁴ Tradicionalmente se ha usado el término en inglés para referirse a esta modalidad: “*reward-based crowdfunding*”.

⁵ Artículo 46.1 de la Ley 5/2015, de 27 de abril.

⁶ <http://www.cnmv.es/Portal/consultas/Plataforma/Financiacion-Participativa-Listado.aspx>

⁷ Por ejemplo, <http://www.lanzanos.com/>, que en las condiciones y términos de uso de su web recoge que “*La Plataforma Lanzanos no es una plataforma de financiación participativa (PFP) de las reguladas en la*



sin control alguno gracias a la exclusión del ámbito de aplicación de la ley en estos supuestos. Si bien normalmente se trata de proyectos en los que el importe a financiar no es muy elevado, como tampoco lo son las inversiones realizadas por los “mecenas”⁸, se prevé una contraprestación⁹ que debería recibir el mecenas al finalizar el proyecto o cuando así lo haya previsto el promotor del mismo.

Pero, ¿qué ocurre si la recompensa prometida¹⁰ nunca llega a nuestro domicilio?, ¿podremos reclamar a la plataforma el cumplimiento de la obligación? La plataforma Lanzanos, por ejemplo, no asume responsabilidad alguna al respecto, tal y como se recoge en las condiciones de uso de su espacio web¹¹:

“Las relaciones que se establezcan entre los Autores y los Mecenas, son del todo punto ajenas a la Plataforma y a TAUNOLOGY¹² quedando tan sólo obligados al cumplimiento de aquéllas los Autores y los Mecenas que suscriban y asuman a tal fin los documentos contractuales correspondientes.”

Es decir, el “mecenas” queda completamente desprotegido en caso de constatarse que el proyecto en el que realizó su aportación resulta ser un fraude. De hecho, la plataforma advierte que “los Mecenas son conscientes de que por su participación en

Ley 5/2015 de 28 de abril de 2015, no siendo de aplicación la citada Ley a los proyectos financiados en la Plataforma”.

Se toma como ejemplo en este documento la plataforma “Lanzanos”, si bien existen algunas otras operando en esta modalidad en España que se enumeran de forma no exhaustiva a continuación: <https://es.ulule.com/>; <http://www.potlatch.es/>; <http://www.apontoque.com/>; <http://www.sponsorto.org/>; <http://www.safaricrowdfunding.com/>, etc.

⁸ Forma de denominar al inversor en Lanzanos.

⁹ La plataforma “Lanzanos”, por ejemplo, prevé diferentes formas de recompensa en su web <http://www.lanzanos.com/terminos/>: a. Donativos, b. Precompra del producto o servicio, c. Descuento para la compra del producto o servicio, d. Producto o servicio personalizado, e. Experiencias, f. Involucración.

¹⁰ Podría tratarse, por ejemplo, de un libro, película, obra audiovisual, de arte o de otra índole prevista como contraprestación por la inversión del mecenas.

¹¹ <http://www.lanzanos.com/terminos/>

¹² El sitio web www.lanzanos.com es titularidad de TAUNOLOGY, S.L., sociedad de nacionalidad española, domiciliada en Avenida de Irlanda 15 b 110 3A 45005 Toledo, titular del CIF B-13.516.158. Se encuentra inscrita en el Registro Mercantil de Ciudad Real al Tomo 525, Folio 94, Hoja CR-20965.



*los proyectos presentados en la Plataforma, pueden asumir participar en proyectos que supongan la pérdida total de la aportación que hayan realizado*¹³.

Aunque debemos presumir la buena fe de los promotores al utilizar plataformas de *crowdfunding* para obtener financiación para sus proyectos, con la intención de hacer llegar al inversor la contraprestación prometida, el riesgo de fraude existe, y se ve facilitado por la falta de regulación, en particular, de la modalidad *reward-based crowdfunding*. Para ayudar a los inversores a identificar los posibles proyectos fraudulentos, el Instituto Max Planck para la innovación y la competencia ha publicado un documento de investigación¹⁴ en el que, tras desmontar el mito de que en el *crowdfunding* abundan los proyectos fraudulentos¹⁵, recoge una serie de criterios que permitirán a plataformas e inversores detectar un posible fraude en un proyecto destinado a financiarse con fondos obtenidos a través de *crowdfunding* en su modalidad *reward-based*.

2. Hipótesis del Max Planck Institut: ¿cómo detectar un proyecto de *crowdfunding* fraudulento?

Los investigadores del Max Planck Institut¹⁶ tomaron como base de su estudio la actividad llevada a cabo por las dos plataformas de *crowdfunding* más importantes a nivel mundial¹⁷: Kickstarter¹⁸ e Indiegogo.¹⁹ El estudio abarca una búsqueda de los casos de fraude que tuvieron lugar en ambas plataformas entre 2010 y 2015, y afecta

¹³ <http://www.lanzanos.com/terminos/>

¹⁴ CUMMING, D., HORNUF, L., KARAMI, M., SCHWEIZER, D.; “*Disentangling crowdfunding from fraudfunding*”, Max Planck Institute for Innovation and Competition Research Paper No. 16-09.

¹⁵ Del estudio realizado se deriva que tan solo el 0,01% de los proyectos iniciados cada año y promocionados a través de plataformas de *crowdfunding* como Kickstarter o Indiegogo resultan ser fraudulentos.

¹⁶ CUMMING, D., HORNUF, L., KARAMI, M., SCHWEIZER, D.; “*Disentangling crowdfunding from fraudfunding*”, Max Planck Institute for Innovation and Competition Research Paper No. 16-09.

¹⁷ Así lo afirman, además de los propios investigadores mencionados *ut supra*, VELASCO, J., en el documento publicado para BBVA Open4U en 2014, “*Plataformas de crowdfunding para emprendedores y desarrolladores*”, <https://bbvaopen4u.com/es/documentos-desarrolladores/plataformas-de-crowdfunding-para-emprendedores-y-desarrolladores>; entre otros.

¹⁸ <https://www.kickstarter.com/>

¹⁹ https://www.indiegogo.com/#/picks_for_you



hasta a nueve países.²⁰ El estudio se centra exclusivamente en los fraudes acaecidos en campañas de *crowdfunding* basadas en los modelos *reward-based* y *donation-based*, puesto que el fraude en campañas de *equity crowdfunding* y *crowdlending* tan sólo se constató en dos ocasiones hasta abril de 2016.²¹

En contra de los prejuicios convencionales, el estudio ha demostrado que los casos de fraude en *crowdfunding* son extremadamente inusuales: se han identificado un total de 207 casos²², menos del 0,01% de los proyectos iniciados cada año. El estudio analiza los factores causales que han conducido a la detección o sospecha de un fraude, concluyendo que la probabilidad de que un fraude sea detectado es una función de la probabilidad de que se haya cometido y la ratio de detección.

Como resultado, los investigadores del Max Planck Institut consideran que tanto las plataformas de *crowdfunding* como los inversores podrían ser capaces de identificar a los estafadores *ex ante* mediante la evaluación de determinadas características de la campaña de *crowdfunding* que procedemos a mencionar.

2.1. Antecedentes y características del promotor

En primer lugar, es de esperar que los estafadores no faciliten su nombre real, en un intento por evitar ser descubiertos. Otorgar un documento firmado podría incrementar el peso de los valores morales del estafador, reduciendo consecuentemente la probabilidad de un comportamiento engañoso. En este sentido, facilitar un nombre podría hacer recordar al promotor sus propios estándares morales, y así impedirle decepcionarse a sí mismo.

Por otro lado, la publicación en la plataforma de varios proyectos constituye un coste para el promotor en términos de tiempo y dinero, y podría disminuir la utilidad de cometer un fraude. Crear varias campañas presuntamente exitosas podría entrar en conflicto posteriormente con la precepción propia del promotor. Si un promotor inicia múltiples campañas, evaluar su propio éxito podría hacer difícil que se perciba a sí mismo como completamente deshonesto. En un sentido

²⁰ Australia, Canadá, China, Alemania, Hong Kong, Israel, España, Reino Unido y Estados Unidos.

²¹ En los casos de los proyectos: 1) Ascenergy, y 2) Vibewrite.

²² En Estados Unidos se han detectado 183 casos de fraude, 8 casos en Canadá, 8 casos en Reino Unido, 2 casos en Israel y otros 2 casos en España, además de un caso de fraude en cada uno de los siguientes países: Australia, China, Alemania y Hong Kong.



similar, los estafadores que previamente hubieran apoyado otros proyectos como inversores, serán potenciales creyentes de la idea democrática y colaborativa del *crowdfunding*, lo que podría dificultar la comisión de un fraude más adelante.

Así, se llega a la conclusión de que existe una correlación negativa entre el fraude en el *crowdfunding* y la intensidad con la que un estafador usa el *crowdfunding* como inversor o como promotor. De los extremos que se acaban de apuntar se extrae la hipótesis 1:

Los estafadores no facilitan sus nombres reales y no se involucran en otras actividades de *crowdfunding*.²³

Tras el estudio de la combinación de todas las variables, se concluye afirmando esta hipótesis, según la cual si los defraudadores se hubieran involucrado previamente en proyectos de *crowdfunding*, ya sea como promotores o como inversores, será menos probable que lleven a cabo campañas fraudulentas.

2.2. Afinidad con las redes sociales

Los inversores pueden monitorizar fácilmente la actividad en redes sociales del promotor a través de internet. Los estafadores, por su parte, podrían sortear este control, por ejemplo, evitando su presencia en las redes sociales, que presuntamente facilitarían la detección del fraude. Los estafadores podrían, además, manipular su información personal y profesional en las redes sociales, por ejemplo, con una página de Facebook que muestre una falsa lista de amigos o “me gusta” de un proyecto. Sin embargo, cuanto más profesional sea el fraude, más costoso será en términos de tiempo y dinero, e inferior el beneficio personal obtenido con el mismo.

Lo mismo rige para los enlaces externos en la página web del proyecto que redirigen al usuario a otras páginas web falsas que presuntamente apoyan la fiabilidad del proyecto. Además, los estafadores necesitan tener en cuenta que la conexión con amigos de Facebook y la promoción a través de enlaces externos a páginas de socios empresarios u otras personas que apoyan el proyecto, podría tener un coste emocional elevado para el promotor una vez se descubriese el

²³ Literalmente: “Hypotesis 1 (Creator(s)´ Characteristics and Background): Crowdfunding fraudsters do not provide their formal names and do not engage in other crowdfunding activities”.



fraude. Aquellos que prestaron su apoyo al proyecto podrían exigir explicaciones al promotor, generando una situación bastante incómoda para este último.

Por ende, puede afirmarse que los estafadores preocupados por mantener una buena imagen tendrán menor presencia en las redes sociales. Existe una correlación negativa entre el uso de redes sociales y el fraude. De aquí, se extrae la segunda hipótesis:

Los estafadores están peor conectados en las redes sociales y proporcionan menos enlaces externos.²⁴

En el estudio queda demostrado que existe una relación negativa entre la presencia en redes sociales y el fraude.²⁵ La segunda hipótesis sale reafirmada tras el estudio de las distintas variables, de modo que se confirma que los estafadores tienden a reducir su presencia en las redes sociales.

2.3. Financiación del proyecto y estructura de recompensa

El diseño de un plan de financiación y una estructura de recompensa sólidas podría aportar fiabilidad al proyecto. Por ejemplo, los promotores más comprometidos con su proyecto normalmente limitarán *ex ante* la duración del periodo de financiación, porque creen firmemente que su proyecto obtendrá el importe requerido de forma muy rápida. Los estafadores podrían optar por el camino opuesto, manteniendo abierto el periodo de financiación durante un periodo prolongado de tiempo en un intento por obtener el mayor capital posible. Sin embargo, el establecimiento de amplios periodos para la financiación de un proyecto podría incrementar la posibilidad de que el fraude sea detectado y el riesgo de no obtener financiación. En consecuencia, se mantiene abierta la cuestión de si un periodo de financiación más largo reduce o incrementa la posibilidad de fraude.

Además, dado que los estafadores no tienen intención de enviar el producto o mantener la comunicación con los inversores tras alcanzar el capital propuesto,

²⁴ Literalmente: “Hypothesis 2 (Social Media Affinity): Crowdfunding fraudsters are less well-connected in the area of social media and provide fewer external links”.

²⁵ Si el promotor tiene un perfil personal en Facebook asociado a su proyecto, la probabilidad de cometer un fraude se reduce en un 50%. El apoyo al proyecto mediante la inclusión de enlaces externos en la web del promotor reduce la posibilidad de fraude hasta un 34% por cada enlace externo.



son más propensos a aceptar pequeños importes de tantos inversores como sea posible. En línea con esto, se cree que los estafadores podrían tener como objetivo tantos inversores diferentes como fuere posible, de cualquier tamaño. Una forma de alcanzar este objetivo sería la creación de diferentes categorías de inversión, de forma que los inversores pueden proporcionar fondos fácilmente. La estrategia consiste en el establecimiento de varios niveles de inversión, con promesas de recompensa de distinta índole en función de la cantidad invertida.

De esta forma, se obtiene la hipótesis 3:

Cuando la estructura de financiación y recompensa de un proyecto se caracteriza por un amplio periodo de financiación, aceptando inversiones muy pequeñas y estableciendo un gran número de categorías de inversión, existe una correlación positiva con la comisión de un fraude.²⁶

De los resultados obtenidos en la evaluación de los distintos parámetros se deduce que el porcentaje de éxito en el caso de proyectos con un periodo de financiación corto es más elevado.²⁷ Así, la tercera hipótesis sale igualmente reforzada tras el análisis de todas las variables, confirmando la presunción de que los proyectos fraudulentos tienden a establecer periodos más amplios de financiación y a diseñar más categorías de recompensa en función de la inversión realizada.

2.4. *Detalles descriptivos del proyecto*

En el mercado de *crowdfunding* la decisión de invertir en un proyecto se basa principalmente en la descripción proporcionada por el promotor, de una extensión aproximada de mil palabras. Los estafadores podrían evitar el uso de palabras claras en esta breve descripción, generando así confusión y perpetrando el fraude sin ser detectados.

²⁶ Literalmente: “Hypotesis 3 (Campaign Funding and Reward Structure): When the funding and reward structure of a campaign is defined by a longer funding period, accepting small minimum pledges, and implementing a large number of pledge categories, it will be positively correlated with crowdfunding fraud.”

²⁷ Un incremento de diez días en el periodo de financiación incrementa la probabilidad de fraude en un 30%.



La descripción de un proyecto mediante una escritura concisa y textos descriptivos y convincentes requiere esfuerzo y profesionalidad, lo que representa un coste para el estafador que reduce su margen de beneficio. Además, parece complicado describir con exactitud y perfección un producto que no existe y que nunca se pretendió que existiera. Los estafadores pueden tener como objetivo un colectivo más genérico y menos formado, al que debería dirigirse con una terminología más simple y menos técnica. Así, se obtiene la hipótesis 4:

Los estafadores recurren a un lenguaje simple para describir su proyecto y evitan expresarse de forma transparente.²⁸

El estudio ha demostrado que la adecuación del texto descriptivo del proyecto a un lector con un nivel de educación superior disminuye la probabilidad de fraude.²⁹ Con ello, se confirma la cuarta hipótesis que demuestra que los estafadores tienen como objetivo un colectivo de inversores con menor educación, por lo que recurren a un lenguaje menos técnico y de más fácil lectura, lo que no implica una mejor comprensión de la idea proyectada.

3. El mercado de *crowdfunding* español opera principalmente “en la sombra”

Si bien las plataformas de *crowdfunding* basadas en la modalidad *reward-based* o *donation-based* están exentas de conseguir autorización de la CNMV para operar, por quedar excluidas del ámbito de aplicación de la Ley 5/2015, las plataformas de *crowdfunding* dedicadas a la actividad de préstamo o inversión sí la necesitan, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 50.1 en relación con el art. 53 de la Ley 5/2015. Sin embargo, la realidad parece distar bastante de la exigencia legal.

Hasta el momento han sido autorizadas como plataformas de financiación participativa por la CNMV un total de nueve entidades³⁰, pero en el mercado operan bastantes más. Sólo las plataformas miembros de la asociación española de

²⁸ Literalmente: “Hypothesis 4: (Campaign Description Details): Crowdfunding fraudsters use simple wording and are less likely to present very transparent pitches.”

²⁹ Concretamente, si la redacción del texto está adaptada para su comprensión por una persona con estudios básicos, y se modifica con la intención de dirigirse a un colectivo con estudios universitarios, la probabilidad de fraude se reduce en un 28%.

³⁰ <http://www.cnmv.es/Portal/consultas/Plataforma/Financiacion-Participativa-Listado.aspx>



crowdfunding suman un total de 40³¹, muchas de ellas dedicadas a la actividad de préstamo y/o inversión y que legalmente necesitan autorización para poder operar.

Por ejemplo, la plataforma ECrowd Invest³², plataforma de *crowdlending* para proyectos con impacto positivo, tiene actualmente activos tres proyectos en los que es posible invertir, e informa de hasta 21 proyectos más que obtuvieron la financiación pretendida a través de esta plataforma. ECrowd Invest se autodefine como “una plataforma de inversión de préstamos, siendo el punto de encuentro entre inversores, con proyectos que buscan financiación.”³³ Además, entre la información básica para el cliente que publica en su web³⁴ se recoge:

2. ECrowd Invest como Plataforma de Financiación Participativa

ECrowd Invest no ostenta la condición de empresa de servicios de inversión, de entidad de crédito y no está adherida a ningún fondo de garantía de inversiones o fondos de garantía de depósitos. La información ofrecida a través de la página web, no puede considerarse en ningún caso un asesoramiento financiero y recomendaciones vinculantes a los inversores, es decir, que cada inversor es libre de invertir en el proyecto que elija.

Como el propio nombre de ECrowd Invest lo indica, únicamente realizará la actividad propia de una Plataforma de Financiación Participativa.

3. Ausencia de supervisión administrativa de los proyectos

*Los proyectos de financiación participativa **no son objeto de autorización ni de supervisión por la CNMV ni por el Banco de España.** La información facilitada por el promotor no será revisada por estos organismos, el análisis realizado por la plataforma deberá basarse en esa información, análisis exhaustivo y profundo, así como la validez del proyecto seleccionado.*³⁵

³¹ <http://web.spaincrowdfunding.org/miembros/>

³² <https://www.ecrowdinvest.com/>

³³ <https://www.ecrowdinvest.com/informacion-basica>

³⁴ <https://www.ecrowdinvest.com/informacion-basica>

³⁵ La negrita es de la autora.



Como se aprecia en el párrafo enumerado como 2 que se transpone arriba, ECrowd Invest se autodefine como plataforma de financiación participativa, si bien no ostenta la necesaria autorización al efecto³⁶.

La plataforma Ecrowd Invest se enuncia aquí a los solos efectos ejemplificativos, pero son bastantes más los nichos de actividad que pueden encontrarse en el mercado de *crowdfunding*³⁷, en el que la emisión o suscripción de obligaciones, acciones ordinarias y privilegiadas u otros valores representativos de capital, la emisión o suscripción de participaciones de sociedades de responsabilidad limitada y la solicitud de préstamos generan beneficios para las plataformas en línea³⁸, empresas en su mayoría registradas como mercantiles que prescinden de los costes derivados de las estrictas obligaciones de información y control que les serían exigibles si se les clasificase como plataformas de financiación participativa, intermediarios de crédito, establecimientos financieros de crédito, prestadores de servicios de pago u otra categoría en la que pudiera considerarse que encaja su actividad.

Pero no se trata tan sólo de ostentar la condición de plataforma autorizada, sino que la obtención de esta cualidad garantiza al usuario la aplicación por parte de la plataforma de la debida diligencia a la hora de aceptar publicar el proyecto en su espacio web, reduciendo así las posibilidades de que se incluyan proyectos fraudulentos. En resumen, la acreditación como plataforma de financiación participativa autorizada por la CNMV se traduciría en el respeto a las normas de protección al inversor establecidas por la Ley 5/2015, y facilitaría la prematura detección de posibles fraudes en los proyectos publicados en la plataforma.

Pero dado que no todas las plataformas han optado por seguir el camino de las plataformas de financiación participativa, o simplemente no están obligadas a ello³⁹, las claves para la detección de fraudes en *crowdfunding* facilitadas por los

³⁶ Sin perjuicio de que su solicitud pueda encontrarse en vías de tramitación, lo que en la fecha de redacción de este artículo se desconoce.

³⁷ Plataformas como Lendico, Bestaker o Mynbest, y las dedicadas al crowdfunding inmobiliario como Housers y Privalore, por ejemplo.

³⁸ La plataforma suele quedarse con un porcentaje del capital recaudado, a lo que pueden añadirse otros costes de gestión.

³⁹ Modalidades reward-based y donation-based.



investigadores del Max Planck Insitut serán de gran ayuda para el inversor que quiera evitar caer en las redes de un estafador⁴⁰.

⁴⁰ Recordemos que, a resultas de la investigación del Max Planck Institut, los casos de fraude en crowdfunding son poco habituales.