

Índice general

	<i>Página</i>
PRÓLOGO	19
INTRODUCCIÓN	23
 CAPÍTULO I	
NUEVOS MODELOS DE FINANCIACIÓN DIGITAL	29
1. El papel de las Fintech en la innovación financiera	29
2. La financiación participativa o crowdfunding	34
3. Marco jurídico del crowdfunding	37
4. El crowdfunding social	40
5. Tratamiento fiscal del crowdfunding de donación y de recompensa en las entidades sin ánimo de lucro	44
5.1. <i>Implicaciones fiscales en el Impuesto sobre Sociedades</i>	<i>44</i>
5.1.1. Crowdfunding de donación	44
5.1.2. Crowdfunding de recompensa	45
5.1.3. Contabilización a efectos del IS	50
5.2. <i>Implicaciones fiscales en el IVA</i>	<i>51</i>
5.3. <i>Implicaciones en el crowdfunding para los aportantes</i>	<i>54</i>
5.3.1. Implicaciones en el crowdfunding de donación ..	55
5.3.2. Implicaciones en el crowdfunding de recompensa	60
5.4. <i>Especial referencia al crowdfunding en el que la recompensa es en especie. Convenios de colaboración empresarial</i>	<i>63</i>

CAPÍTULO II

BLOCKCHAIN Y CRIPTOACTIVOS	65
1. Blockchain	66
2. Modalidades de validación y clasificación	68
2.1. Elementos y modalidades de validación	69
2.2. Clasificación	72
3. Radiografía jurídica de los criptoactivos	74
4. Obtención de los criptoactivos	82
4.1. La minería	82
4.2. El Staking	83
4.3. Los Airdrops	86
4.4. La Initial Coin Offering (ICO)	88
5. Almacenamiento	90
6. Aplicaciones en las entidades sociales	92
7. El Reglamento MiCA y su vinculación con las entidades sociales	96
7.1. Marco general del Reglamento MiCA y el Pilot Regime	96
7.2. Análisis del Reglamento MiCA orientado a las entidades sociales. Especial referencia a las ICO	100
8. Las monedas sociales complementarias y las criptomonedas sociales	103
8.1. La moneda PAR	107
8.2. Sarafu / Community Inclusion Currencies y la DAO Cosmo-Local Credit	109
8.3. Circles	115
8.4. Good Dollar	117
8.5. La moneda ILLA	120
8.6. La moneda Libre. La juna G1	122
9. La emisión y aportación de tokens para proyectos sociales	126
10. Tratamiento fiscal de los criptoactivos	130
10.1. Introducción	130

	<i><u>Página</u></i>
10.2. <i>Impuesto sobre Sociedades</i>	130
10.2.1. <i>Implicaciones contables</i>	131
10.2.2. <i>Tratamiento fiscal de los criptoactivos en el IS</i> ..	141
10.3. <i>Impuesto sobre el Valor Añadido</i>	148
10.3.1. <i>Operaciones con criptoactivos</i>	148
10.3.2. <i>Operaciones con CSC</i>	156
10.4. <i>Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales</i>	162
10.5. <i>Fiscalidad en el IRPF e IS para los mecenas y donantes que realizan sus aportaciones en criptoactivos</i>	165
11. Intercambio automático de información y obligación de información sobre saldos y la tenencia de monedas virtuales	169
11.1. <i>Intercambio automático de información</i>	169
11.2. <i>Obligación de información sobre saldos, operaciones y tenencia de monedas virtuales y obligaciones formales</i>	175

CAPÍTULO III

INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LAS ENTIDADES SIN ÁNIMO DE LUCRO	183
1. Marco conceptual	184
2. El factor de impulso de la IA. Los datos	187
3. La transformación digital de las entidades sin ánimo de lucro a través de la IA	190
4. Customer Relationship Management (CRM)	195
5. Situación actual de la Inteligencia Artificial	201
5.1. <i>Perspectiva internacional</i>	201
5.2. <i>Perspectiva en la Unión Europea</i>	202
6. La IA en la financiación de las entidades sin ánimo de lucro ..	208
6.1. <i>Asistentes de IA basados en chat conversacionales</i>	210
6.2. <i>IA destinada a las subvenciones públicas y otros usos genéricos</i> ..	211

	<u>Página</u>
6.3. <i>Programas de IA centrados en el fundraising y recaudación de fondos</i>	216
6.3.1. <i>Salesforce</i>	216
6.3.2. <i>Wegrant</i>	217
6.3.3. <i>Dataro</i>	220
6.3.4. <i>Afrus</i>	223
7. Acercamiento al Reglamento de Inteligencia Artificial en la Unión Europea	224
7.1. <i>Niveles de riesgo de los sistemas de IA</i>	226
7.2. <i>Obligaciones de transparencia</i>	235
7.3. <i>Los responsables del despliegue</i>	238
8. Implicaciones de las herramientas de IA con la protección de datos	242
8.1. <i>Reglamento General de Protección de Datos</i>	242
8.2. <i>Implicaciones en el perfilado de usuarios</i>	245
8.3. <i>Oposición del interesado en la elaboración de perfiles</i>	248
8.4. <i>Evaluaciones de impacto y normas corporativas</i>	252
9. Sobre la transparencia y el sesgo algorítmico. Análisis del Caso BOSCO	255
9.1. <i>Cuestión preliminar. Transparencia y sesgo algorítmico</i>	255
9.2. <i>Contexto y antecedentes de hecho</i>	256
9.3. <i>Marco normativo</i>	257
9.4. <i>Cuestión jurídica principal y postura de las partes</i>	259
9.5. <i>Fundamentación jurídica del Tribunal Supremo</i>	261
 CAPÍTULO IV	
REFLEXIONES FINALES	265
 BIBLIOGRAFÍA	273