

El millonario negocio de las donaciones deportivas

El Ciudadano · 30 de agosto de 2014

En los últimos cuatro años las donaciones deportivas, reguladas por la Ley del Deporte, han sumado sobre \$58 mil millones. Pero más del 60% de estos recursos lo capturan “agencias” que “venden” a empresas eventos con rebaja de impuestos, lo que impide que este dinero llegue a quienes más lo necesitan: clubes y federaciones sin fines de lucro. Este lucrativo modelo de negocios también beneficia a sociedades del fútbol profesional y entidades que actúan con la Caja de Compensación La Araucana y la Cámara Chilena de la Construcción.



El 30 de enero de 2001 fue un día de fiesta para los deportistas amateurs, los clubes de barrio, las organizaciones deportivas comunitarias y los atletas de alto rendimiento. Ese día se aprobó por fin, después de seis años en trámite, la Ley del Deporte, la que permite que los privados aporten dinero a organizaciones

deportivas sin fines de lucro a cambio de importantes rebajas tributarias. Al cabo de 13 años de vigencia, la ley ha demostrado ser exitosa, pero solo en lo que se refiere al volumen de donaciones que se hacen efectivas cada año: **entre 2010 y 2013 los aportes sumaron un total que superó los \$58 mil millones.** Y si en 2010 las donaciones alcanzaron más de **\$12 mil millones**, en 2013 sobrepasaron los **\$17 mil millones.** A pesar de la desaceleración de la economía, para este año se espera que la cifra vuelva a subir, ya que sólo en el primer semestre llegó a los **\$10 mil millones.**

Lo que no refleja el monto de las donaciones, es que el espíritu original de la ley no se está cumpliendo. CIPER comprobó que la mayor parte de esos aportes sujetos a rebajas tributarias, no está llegando a clubes o federaciones sin fines de lucro. El grueso de esos recursos va a parar a “agencias” que se dedican a promocionar entre las empresas esta fórmula para rebajar impuestos. Aunque se presentan como “clubes” o “corporaciones” ante el **Instituto Nacional del Deporte (IND)**, entidad que aprueba las organizaciones autorizadas para recibir donaciones, en la práctica, esta “agencias” actúan como meras productoras de eventos deportivos

Otra parte significativa de las donaciones ha beneficiado a sociedades anónimas del fútbol profesional. El IND ha aceptado como “clubes” que pueden recibir donaciones a las divisiones inferiores (infantiles y juveniles) de estas sociedades

anónimas. Por ejemplo, la sociedad **Blanco y Negro (Colo Colo)** se presenta ante el Instituto Nacional del Deporte como **Club Colo Colo Fútbol Joven**, el que entre 2010 y 2012 recibió más de \$1.605 millones en donaciones. En esos mismos años, el subsecretario de Deportes era **Gabriel Ruiz-Tagle**, ex presidente y accionista de Blanco y Negro (aunque sus acciones las vendió durante el ejercicio de su cargo, el 24 de julio de 2010, luego de un dictamen de la Contraloría que le ordenó inhibirse de tomar decisiones en el área del fútbol profesional).

La actual ministra de Deportes, Natalia Riffo, dijo a CIPER que ya pidió una investigación interna en el IND sobre las donaciones deportivas. Para la ministra Riffo, las donaciones a las sociedades anónimas de fútbol profesional deben revisarse, porque estos aportes de privados deben beneficiar solo a entidades sin fines de lucro.

En relación a las “agencias” que se presentan como “clubes” o “corporaciones”, Natalia Riffo señaló que, sin haberse hecho aún la investigación respectiva, pareciera que en su actuar no hay ilegalidad. Y agregó que, de igual forma, se revisará el procedimiento que utilizan para proponer correcciones, ya que los hechos indican que no se está cumpliendo con el objetivo de la ley. ([Vea la entrevista a la ministra Riffo en recuadro](#))

“AGENCIAS” PARA REBAJAR IMPUESTOS

María Antonieta Saa (PPD) era diputada en el período en que se promulgó la ley. Junto al entonces diputado y ahora senador Carlos Montes (PS) y al ex senador Augusto Parra (PRSD), ella manifestó serios reparos al proyecto:

-La historia demuestra que las donaciones siempre han sido hechas por ciertos sectores de la sociedad y que no todos tienen la posibilidad de ser beneficiados por éstas. Por ejemplo, las donaciones educacionales o culturales las captan ciertas instituciones, ideológicamente más cercanas a las grandes empresas – afirmó

María Antonieta Saa a CIPER. (Vea el reportaje de CIPER “[Universidades privadas con más recursos son las más beneficiadas con la Ley de Donaciones](#)”)

Los temores de la ex diputada Saa no resultaron infundados. En los hechos, la mayor parte de las donaciones favorecen directamente a las empresas que hacen el aporte y no a organizaciones deportivas sin fines de lucro. Esto, porque las empresas se benefician con la rebaja de sus impuestos, pero para materializar su aporte contratan a “agencias”. Aprovechando los vacíos de la ley, estas organizaciones se presentan ante el Instituto Nacional del Deporte como “clubes” o “corporaciones” que organizan torneos o actividades físicas para los trabajadores de la misma empresa donante.

CIPER pudo corroborar que incluso estas “agencias” producen las fiestas navideñas de las empresas, las que se financian como donación deportiva y así el monto de lo gastado permite descontar impuestos:

-Se organiza una pichanga de fútbol, para que parezca actividad física, pero si se revisan las facturas, la mayor parte del gasto es comida -señala un empleado de una de estas “agencias”.

Según los registros del IND, las cinco empresas que más han donado, sumando los aportes que hicieron entre 2010 y el primer semestre de 2014, son: **Copec** (\$5.353 millones), **Nestlé** (\$3.023 millones), **Coca Cola** (\$2.621 millones), **Banco BCI** (\$2.291 millones) y **VTR** (\$1.944 millones).

El sistema opera de la siguiente manera: las “agencias” presentan al Instituto Nacional del Deporte una serie de proyectos deportivos (torneos, corridas, baile entretenido, cicletadas, gimnasia laboral, entre otros) que han sido pactados previamente con las empresas que desean rebajar impuestos. El IND aprueba estos proyectos y los incluye en las nóminas que se publican cuatro veces al año para que puedan recibir aportes. De esta forma, los proyectos de estas “agencias” aparecen compitiendo por las donaciones con los verdaderos clubes sin fines de lucro. Pero en realidad las “agencias” ya tienen al donante asegurado. También la comisión que cobran.

Este creativo modelo de negocios ha crecido a tal punto que **del total de recursos donados en 2013, estas “agencias” capturaron el 66% (más de \$11.697 millones)**. En 2012 consiguieron un 58% (alrededor de \$9.426 millones). En 2011, el porcentaje fue de 66% (unos \$8.202 millones). Y en 2010, lograron el 65% (con \$7.850 millones).

EL HERMANO DEL “TOBI”

La primera campanada de alerta sobre esta irregularidad del sistema ocurrió en 2005. Ese año se detectó que el **Club Deportivo Full Sport**, que dirigía **Miguel Ángel Vega**, hermano del ex futbolista **Marcelo Tobi Vega**, se dedicaba a este verdadero “corretaje” de donaciones y que acumulaba más de \$3.800 millones en proyectos que esperaban recibir donaciones de empresas. Aunque el club Full

Sport desapareció, Miguel Ángel Vega sigue en el negocio, ahora al mando de la **Corporación Deportiva Mundo Deporte (CDMD)**.

En sólo dos años, Mundo Deporte se ha posicionado como un actor principal en el rubro de las donaciones deportivas. Empezó recibiendo más de \$500 millones para los proyectos que postuló en 2013, mientras que durante el primer semestre del 2014 esa cifra aumentó por sobre los \$1.000 millones. Miguel Ángel Vega creó Mundo Deporte después de trabajar en el Club Deportivo La Araucana, dependiente de la caja de compensación del mismo nombre. CIPER solicitó entrevista con Vega, pero no respondió los mensajes que se dejaron en su oficina ni los que se enviaron a su correo electrónico.

La Corporación Mundo Deporte incluso paga sus cuentas y gastos administrativos con donaciones deportivas. Para lograrlo, los presentó como un “proyecto deportivo” a financiar con aportes de empresas, el que, increíblemente, fue autorizado por el IND. El proyecto “Gastos Club 2” ([vea documento](#)) se presentó bajo la categoría “Desarrollo de Organizaciones Deportivas”. A través de esta fórmula, pidió “recursos necesarios” para su “funcionamiento administrativo y operacional” por \$106 millones, destinados a pagar teléfono, aseo, impresora, luz, arriendo de oficina, papel, agua, archivadores, gas, notarías, correspondencia, telefonía móvil y fija. Incluso, pidió que le costearan los formularios para presentar proyectos al IND. El proyecto fue aprobado en octubre pasado y hasta el primer semestre de 2014 ya había recibido donaciones por \$101 millones.

El modelo utilizado por Miguel Ángel Vega ha sido replicado. Todas las “agencias” cuentan con un equipo de ventas y desarrollo. Su trabajo es capturar clientes. Lo hacen a través de presentaciones donde le explican a empresarios la ley y cómo aprovechar sus beneficios tributarios. Si hay acuerdo, se desarrolla un proyecto y se postula al IND. Una vez aprobado, entra al concurso público y el cliente efectúa la donación. Luego, las “agencias” subcontratan productoras para realizar el evento.

Si el evento tuvo un costo entre 1 y 1.000 UTM (hasta \$ 42,2 millones), el donante recibe un 50% de lo aportado como crédito de franquicia tributaria, dinero que se le descuenta del impuesto de primera categoría o del global complementario del mismo período. Si el costo del evento deportivo es mayor a las 1.000 UTM, la franquicia se reduce al 35% de lo donado. ¿Qué ganan estas agencias? En general, cobran una comisión que ronda entre el 6% y el 15% de la donación, dinero que muchas veces va incluido en el costo del proyecto. O sea, se pagan con el dinero destinado al evento deportivo y beneficiado con la rebaja tributaria.

EL “KAISER” PIZARRO

El **Club Deportivo La Araucana** es la “agencia” con mayor flujo de donaciones por año. En 2012 sus proyectos sumaron \$4.700 millones en donaciones y en 2013 superaron los \$3.000 millones. El actual gerente de Desarrollo Cultura Deportes de Caja de Compensación La Araucana, área encargada del Club Deportivo, es **Jaime Pizarro**. El ex futbolista, ex entrenador, ex subsecretario de Chiledeportes y ex gerente técnico de Colo Colo, reemplazó a Miguel Ángel Vega.

Gran parte de sus clientes provienen de las mismas empresas afiliadas a la caja de compensación, aunque también ofrece servicios a otras compañías. De hecho, el Club Deportivo La Araucana es el que tramita los proyectos de Blanco y Negro que se presentan al Instituto Nacional del Deporte.

Club ABC Deportes y **Club ABC Deporte y Educación** suenan similar, funcionan en el mismo lugar y tienen los mismos empleados que firman los proyectos enviados al IND. Pero tienen distinto RUT, giro y directorio. El monto de las donaciones que suman en conjunto los posiciona justo detrás de La Araucana como la segunda “agencia” con más aportes captados. En 2012 obtuvieron más de \$2.200 millones, mientras que en 2013 superaron los \$3.600 millones. Este año podrían mejorar el récord, ya que sólo en el primer semestre obtuvieron los mismos \$2.200 millones de 2012.

Club Deportivo Crack es una “agencia” de muy bajo perfil. Es la única, dentro de las cinco con mayores flujos de donaciones, que no ofrece información sobre sus servicios en algún tipo de plataforma pública y no tiene publicidad en internet u otros medios. Los únicos antecedentes sobre ella son los que se encuentran disponibles en su registro ante el IND ([vea documento](#)). Allí aparece **Fernando Kaminski Rodríguez** como su presidente. En 2013 esta “agencia” operó con más de \$2.300 millones en donaciones, doblando la cifra que marcó en 2012.

Finalmente, se encuentra el **Club Deportivo Cordeportes (Cordep)** que es parte de la **Cámara Chilena de la Construcción**. Osvaldo del Valle, gerente comercial de Cordep, dice que anualmente el “club presenta alrededor de 800 proyectos a concurso, con una aprobación por parte del IND en torno al 90%, siendo aproximadamente un 70% de estos ejecutados”. Esta “agencia” es la que consigue menos donaciones, promediando los \$1.000 millones por año. La primera parte de 2014 no fue auspiciosa, pues sólo generó \$239 millones en donaciones.

SEMILLERO DE ASTROS

Los documentos entregados por el IND a CIPER, vía Ley de Transparencia, permiten establecer también que los beneficios tributarios asociados a las donaciones deportivas, a despecho del espíritu original de la ley, han servido para abonar el negocio de las sociedades anónimas del fútbol profesional. Efectivamente, el IND no sólo le ha permitido a Blanco y Negro postular proyectos para beneficiar a sus series juveniles e infantiles. Lo mismo ha hecho **Everton, Wanderers, Cobreloa, Audax Italiano, Universidad Católica, Unión Española y O’Higgins**, entre otros clubes del fútbol profesional.

Incluso, la **Asociación Nacional de Fútbol Profesional (ANFP)** ha presentado ante el IND un “club” que ha sido autorizado para recibir donaciones. Se trata del hasta ahora desconocido **Club Deportivo Social y Cultural ANFP Fútbol Joven**. En la ANFP informaron a CIPER que este “club” tiene sólo 15 socios, y está presidido por un funcionario de la misma asociación (Rodrigo Laoutari). Su finalidad es conseguir financiamiento para torneos de fútbol-playa y fútbol-sala.

Aunque las donaciones deportivas sólo pueden beneficiar a organizaciones sin fines de lucro, esto no se ha cumplido en el caso de las sociedades de fútbol profesional. De hecho, en sus memorias anuales y en su [página web](#), Blanco y

Negro presenta a sus categorías de “fútbol joven” como una de sus tres “unidades de negocio”:

“En Chile, esta industria (el fútbol) está caracterizada por un crecimiento alto y sostenido en el curso de los últimos años y, al mismo tiempo, enfrenta altos niveles de competitividad. Sus “unidades de negocios” son tres frentes, por un lado, el “Fútbol Joven”, compuesto por sus Divisiones Cadetes y desde donde nacen y se forman los futbolistas del futuro; el “Fútbol Profesional”, mediante el cual Colo-Colo participa en el plano nacional e internacional y los proyectos comerciales que aprovechen el Know How desarrollado por la compañía”.

Alberto Gutiérrez, gerente de Fútbol Joven de Colo Colo, dijo a CIPER que entre 2010 y 2012 consiguieron financiar vía donaciones el 50% del presupuesto que requieren. El dinero, señaló, fue aportado por las mismas empresas dueñas de las marcas que auspician al equipo: Cristal, Sodimac y Carozzi.

Los frutos comerciales del “fútbol joven” se pueden ver a simple vista. Por ejemplo, con la venta de Arturo Vidal y Claudio Bravo -ambos formados en la cantera alba- el club logró recolectar para la institución un poco menos de US\$10 millones. Aunque en los últimos años Colo Colo no ha vendido jugadores por cifras

millonarias, uno de los pilares de su negocio son los pases de los futbolistas nacidos en el club.

Actualmente las fichas del club popular están puestas en los juveniles Bryan Carvallo, Luis Pavez y Camilo Rodríguez, recién promovidos a la serie de honor. Si se venden, serían parte de una generación formada, en parte, gracias a los beneficios tributarios otorgados por el Fisco a través de las donaciones deportivas.

De esta forma, el Estado ha aportado recursos al negocio de inversionistas como **Leonidas Vial** y **Anibal Mosa** (Colo Colo), **Jorge Segovia** (Unión Española), **Ricardo Abumohor** (O'Higgins). Todos estos clubes, a través de las donaciones deportivas, han presentado proyectos a objeto de financiar la preparación física y participación en torneos de sus cadetes.

En 2012 el Club Colo Colo Fútbol Joven recibió \$582 millones en donaciones; Everton Fútbol Joven obtuvo \$ 117 millones y Club Deportivo La Celeste (O'Higgins) percibió poco más de \$70 millones.

El abogado Fernando Monsalve, representante del movimiento Colo Colo de Todos, que se opone a la administración de Blanco y Negro, estima que no se justifica una rebaja tributaria si ésta genera lucro y no un beneficio social: “Acá hay personas que lucharon para que el sistema de concesiones estuviera vigente en el fútbol profesional y me parece que son los mismos que se están beneficiando con la plata de todos los chilenos”.

Natalia Riffó, ministra del Deporte: “Sabíamos que había problemas con estas donaciones”

-Al investigar las donaciones con fines deportivos, CIPER descubrió que “agencias” han sacado provecho al ofrecer proyectos a empresas para que obtengan franquicias tributarias a cambio de una comisión.

¿Tenían conocimiento en el Instituto Nacional del Deporte (IND) de este negocio?

Efectivamente, sabíamos de esto. Y es un tema que hemos estado viendo, porque la ley no lo regula ni tampoco lo sanciona. Porque esto, sin duda, deja en desventaja a los clubes más pequeños y no cumple con lo que queremos potenciar.

-¿Y qué se está haciendo para corregir esto?

Lo que estamos haciendo es ir orientando las bases para que se cumpla el rol que debiese cumplir esta ley que, hasta ahora, ha permitido realizar buenos proyectos pero, como todo mecanismo, necesita ser perfeccionado.

-¿Cómo se fiscalizan estas donaciones?

Primero, existe una etapa de elegibilidad que lo realiza una empresa externa al ministerio, que ve si una postulación es elegible para recibir una donación. Luego, entra la responsabilidad del IND, el que fiscaliza si el evento se realizó. Tenemos que ir a terreno, elaborar informes y, de haber irregularidades, informar a las entidades pertinentes.

-¿Entonces la fiscalización no ha funcionado?

La fiscalización es lo que hay que mejorar. Las herramientas que tenemos no nos permiten hacer mucho, porque la operación de estos clubes no está fuera de la ley. Pero, efectivamente, van fuera del espíritu y del fin de la ley: la promoción del deporte y del valor público que estos eventos entregan.

-Las sociedades anónimas del fútbol profesional han recibido dinero de estas donaciones para la formación de sus equipos juveniles. ¿Es correcto entregar franquicias tributarias a quienes pueden ganar millones si luego venden en altas sumas a sus jugadores?

Quiero ser bien clara, nosotros no escogimos como elegibles a las sociedades anónimas. Por lo mismo, por oficio, solicité que se revisaran estas dudas, en particular, por la participación de sociedades anónimas en un beneficio para entidades sin fines de lucro. Si se encuentran irregularidades, se realizará una investigación.

-¿Qué medidas se han tomado para corregir esta situación?

Lo que podemos hacer hoy como Ejecutivo es modificar las bases y orientar de mejor manera el sentido de la ley. Y lo estamos haciendo para el año 2015, pero para el futuro, queremos fortalecer la fiscalización y revisar algunas categorías para que no existan problemas con estos dineros.

-¿Cuál será el siguiente paso que adoptará el Ministerio de Deportes para subsanar los problemas detectados?

La próxima semana voy a estar en la Comisión de Deporte de la Cámara de Diputados hablando sobre este mismo tema, donde seguramente vamos a revisar la ley que posibilita las donaciones y si es necesario hacer ajustes. Creo que con las medidas que estamos tomando hoy podemos avanzar bastante respecto a cumplir el espíritu de la ley. De necesitar modificaciones, lo vamos a analizar con el Ejecutivo. No me adelantaría a decir qué vamos a hacer, pero sí le aseguro que este ha sido un tema desde que llegué y lo estamos revisando porque sabíamos que había problemas.

Fuente: [El Ciudadano](#)