

Estudio de Evaluación Ley Donaciones con Fines Culturales - CNCA

Resumen Ejecutivo

Presentación

El presente documento contiene el Resumen Ejecutivo de los principales resultados del Estudio de Evaluación Ley Donaciones con Fines Culturales – CNCA cuyo objetivo general consistió en: Realizar una investigación aplicada y prospectiva que movilice conceptos e instrumentos de las ciencias sociales, jurídicos y económicos, sobre la aplicación del régimen legal vigente en materia de la Ley de donaciones culturales, entendido como un instrumento de fomento de actividades culturales, en todo el país para el periodo que va de 2012 a 2016. Lo que incluye dos años de la Ley anterior y tres de la nueva Ley de Donaciones Culturales.

Palabras clave: Donaciones culturales, financiamiento cultural, beneficios tributarios

1. Objetivos

1.1 Objetivo General

Realizar una investigación aplicada y prospectiva que movilice conceptos e instrumentos de las ciencias sociales, jurídicos y económicos, sobre la aplicación del régimen legal vigente en materia de la Ley de donaciones culturales, entendido como un instrumento de fomento de actividades culturales, en todo el país para el periodo que va de 2012 a 2016. Lo que incluye dos años de la Ley anterior y 3 de la nueva Ley de Donaciones Culturales.

1.2 Objetivos específicos

1. Definir marco teórico y propuestas metodológicas para la consecución de los objetivos específicos restantes.

2. Sistematizar la información actualizada, válida y estadísticamente confiable de las bases de datos pertinentes para la Consultoría, recopiladas por la Unidad de Donaciones culturales y el CNCA, así como otras fuentes de acceso público confiables.

E Identificar las principales carencias de dicha información.

3. Caracterizar a los beneficiarios, donantes, proyectos seleccionados, proyectos no seleccionados y agentes públicos involucrados en el proceso de aplicación de la ley de donaciones

4. Diseñar y ejecutar instrumentos de investigación para la producción de fuentes primarias consistentes en encuestas y entrevistas en profundidad a los beneficiarios de la Ley de donaciones culturales.

5. Evaluar el efecto de los proyectos ejecutados en cuanto o su influencia sobre el desarrollo cultural de las comunidades.

6. Proponer recomendaciones para la mejora de la aplicación de la Ley de donaciones culturales que busquen reducir duplicidades y fragmentación en la acción pública en cultura.

Objetivo propuesto por Asides: Indagar en las redes público-privadas que sirven de base para la implementación de donaciones culturales y que

pueden condicionar el grado de éxito de una iniciativa de este tipo.

2. Diseño Metodológico

El presente estudio tiene un carácter aplicado y prospectivo, de tal manera de caracterizar el mecanismo de donaciones para fines culturales en su aplicación reciente en el país. Es por ello que el diseño metodológico que lo guía se basa en la triangulación de información, a partir de un diseño metodológico mixto que integra el uso del análisis de fuentes secundarias tanto cualitativa como cuantitativa, recolección de información a partir de la aplicación de instrumentos de investigación cualitativa y cuantitativa, junto a su análisis.

La recolección de información del estudio se ha efectuado mediante los siguientes instrumentos:

a) Cuestionario: Se aplicó una encuesta digital a los coordinadores de los proyectos beneficiados mediante la Ley de Donaciones Culturales. Como universo de estudio se considera a la totalidad de beneficiarios de donaciones culturales durante 2014, 2015 y 2016, es decir, a personas jurídicas y naturales cuyos proyectos han sido aprobados (art. 1.1 Ley 20.675). Este universo comprende 416 beneficiarios, personas naturales o jurídicas.

b) Entrevistas en profundidad: A través de esta técnica se pudo captar y tener acceso a la información verbal oral que exprese las maneras de ver, pensar y sentir de los propios entrevistados que participan de esta interacción regulada por preguntas abiertas y respuestas libres. Las entrevistas fueron registradas en audio y

posteriormente transcritas. Los entrevistados firmaron consentimiento informado para aceptar su participación en el estudio.

Se realizaron entrevistas a:

- Encargados o coordinadores de proyectos ejecutados: Se realizaron 13 entrevistas, considerando una distribución macrozonal¹. En cada macrozona se seleccionó una región y se realizaron 3 entrevistas por cada macrozona². Estas entrevistas permitieron desarrollar el estudio de caso con 12 proyectos.
- Encargados o coordinadores de proyectos en ejecución: Se realizaron entrevistas a 4 encargados o coordinadores de proyectos que se encuentran en ejecución
- Encargados o coordinadores de proyectos que no han iniciado su ejecución: Se realizó una entrevista grupal a 2 encargados de proyectos aprobados, pero que aún no reciben financiamiento y por ende no se encuentran en ejecución. Este perfil, permite contrastar la situación y visualizar las principales problemáticas o dificultades de esos casos para concretizar el apoyo de la donación.
- Actores claves, gestores o investigadores especialistas en mecenazgos, donaciones o patrocinios culturales: Se realizaron 7

¹ La categorización de zona geográfica sigue los criterios utilizados por el CNCA, considerando: a) Zona Norte: Arica y Parinacota, Tarapacá, Antofagasta, Atacama y Coquimbo; b) Zona Centro: Valparaíso, Metropolitana y O'Higgins; c) Zona Sur: Maule, Biobío, Araucanía y Los Ríos; d) Zona Sur Austral: Los Lagos, Aysén y Magallanes. Las regiones seleccionadas, de acuerdo a la distribución de instituciones con proyectos aprobados

por el Comité de Donaciones Culturales fueron las siguientes: Zona Norte – Antofagasta; Zona Centro – Región Metropolitana; Zona Sur – Región del Maule; Zona Sur Austral – Región de Los Lagos.

² A excepción de la Región del Maule, que no contaba con dicha cantidad de instituciones con proyectos ya ejecutados. En ese caso, se cubrió el caso con uno extra en la Región Metropolitana.

entrevistas a expertos en financiamiento cultural y sistemas de mecenazgos culturales, tanto a nivel interno del CNCA como actores externos relevantes. Esto permitió abordar aspectos más específicos que permitan profundizar el análisis de la situación nacional, en concordancia a los objetivos del estudio.

- Donantes: A fin de profundizar en el modelo de donaciones culturales, su modo de funcionamiento, evaluación y recomendaciones, se entrevistó a 9 representantes de entidades donantes. Esto permitió evidenciar sus

motivaciones para donar, así como aquellos elementos facilitares u obstaculizadores para la donación.

b) Focus group: Se realizó 1 focus group a beneficiarios de proyectos (ejecutados o en ejecución) en la Región de Antofagasta. Se registró en audio y fue posteriormente transcrito. Los participantes consignaron su venia al estudio, mediante la firma de un consentimiento informado.

De esta manera, se aplicaron los siguientes instrumentos de levantamiento de información:

Tabla 5. Instrumentos de recolección de información aplicados

Zona	Región	Casos realizados (Proyectos ejecutados)	Proyectos en ejecución – Focus group o entrevistas	Proyectos no ejecutados	Donantes	Actores Clave	Encuestas
Norte	Antofagasta	3	1 Focus group (6 casos)	-	3		
Centro	Metropolitana	5	1 entrevista grupal (2 casos)	1 entrevista grupal (2 casos)	4	7	
Sur	Maule	2	1 entrevista	-	1		
Sur Austral	Los Lagos	3	1 entrevista	-	1		
Total (casos)		13*	10	2	9	7	260

*Para el estudio de caso se consideraron 12 de estos 13 proyectos.

3. Principales resultados

3.1 Motivaciones para vincularse al sistema de donaciones culturales

a) Motivaciones para la utilización del mecanismo de donaciones culturales

En general, las instituciones beneficiarias de la Ley de Donaciones culturales poseen un financiamiento mixto, proveniente la postulación a fondos de instituciones públicas (51,3% ha contado con fondos del CNCA y 43,7% con fondos de otras instituciones públicas), asignación directa de entidades estatales (16,6%), aporte directo de empresas privadas (50,3%) o realizados a través de la Ley. En este sentido es un medio de

financiamiento más, respecto a otros. No obstante, los beneficiarios lo califican como un mecanismo más accesible en comparación de los otros tipos de fondos, especialmente con relación a los Fondos de Cultura del CNCA. Se considera que el formulario de postulación es más sencillo y claro, los formatos de rendición también son más claros y además que no haya plazos fijos de postulación y los tiempos sean más flexibles, por lo que se visualizan como facilitadores. Todas estas características son consideradas como una motivación de los beneficiarios para postular a través de la Ley de Donaciones versus otros fondos.

Otro elemento relevante mencionado por los beneficiarios, es que perciben que esta vía es más atractiva para las empresas por los beneficios que obtienen a cambio tanto en términos tributarios como publicidad.

Es interesante que respecto a los beneficios tributarios y la motivación que generan para la postulación de proyectos, se plantean dos miradas desde los beneficiarios. Por un lado, existe un grupo de ellos que tiene la creencia que los donantes no realizan aportes monetarios sin recibir nada a cambio, y por otro lado un grupo de beneficiarios ven en el beneficio tributario una ganancia para la institución que recibe el dinero, ya que al estar de por medio esta franquicia, la empresa puede donar más de lo que tenía contemplado sin la intermediación de la ley.

Desde ambas perspectivas se percibe que el beneficio tributario es una gran motivación para utilizar esta ley, independientemente desde qué perspectiva se percibe la ganancia.

También un punto importante es que los beneficiarios consideran que al postular sus proyectos a través de la ley y que estos sean aprobados por el Comité es un certificado de calidad, que favorece que las empresas se

interesen por donar su proyecto. Incluso para muchas instituciones esto les da una mayor seguridad respecto a sus proyectos y la posibilidad de ser financiados.

Es relevante también constatar que existe una percepción generalizada respecto a la inexistencia de un interés filantrópico por parte del empresariado, al momento de efectuar la donación.

b) Motivaciones para el mecenazgo cultural

A diferencia de la perspectiva apreciada en las instituciones receptoras de la donación, para los donantes el beneficio tributario es visto como un elemento positivo y que los favorece, pero no es relevada como la principal motivación desde la visión de los representantes de las empresas donante que fueron entrevistados.

Diferenciando a aquellas empresas con áreas de vinculación social empresarial y RSE y que tienen una política y líneas de acción para vincularse con las comunidades, se destaca que la motivación principal es aportar al desarrollo comunitario en distintas áreas (social, deportivo, cultural), por lo que tienen una trayectoria asociada a donación en diversos ámbitos. En estos discursos se encuentra presente una noción integral de desarrollo, el cual se ve complementado y alimentado por estas diversas áreas que apoyan. De acuerdo a los tipos de proyectos que van financiando van utilizando las leyes afines. En este sentido estas características definen una tipología de empresa donante que tienen áreas o recursos humanos que se van especializando en donaciones y relacionamiento comunitario y que poseen un amplio manejo del funcionamiento de las leyes.

Otro tipo de empresas que se destaca como donantes son aquellas dedicadas a la extracción de grandes volúmenes de recursos naturales y por ende, vinculadas a la generación de altos impactos

negativos en el medio natural y social. Para este tipo de entidades, obtener reputación o mejorar su imagen frente a la comunidad, se vuelve una motivación potente para realizar donaciones

Las otras empresas de otras áreas por lo general buscan establecer vínculo con la comunidad del sector, y visibilidad de marca, como estrategia de *marketing*. Ese es el principal beneficio que buscan y que los motiva a donar. Para ellos, las leyes de donaciones son una ayuda porque les permiten financiar más proyectos, pero no es decisivo que los proyectos estén acogidos a la ley para poder financiarlo.

Dentro de las características de los proyectos que buscan financiar, se encuentran:

- Proyectos que se lleven a cabo en el territorio donde la empresa opera, destacándose el aporte en la descentralización que generan estos proyectos.
- Proyectos de acceso gratuito, los cuales permiten reducir las brechas económicas de acceso a la cultura.
- Énfasis cultural vinculado a la identidad territorial, destacándose un interés en la conservación y puesta en valor del patrimonio.
- Proyectos de gran impacto, que cumplan con las características de ser: (a) gratuito, que impliquen la utilización del espacio público y que convoquen a un gran número de personas; (b) proyectos a mediano y largo plazo, con continuidad en el tiempo, generándose una progresión en el proyecto, formación de públicos específicos, generación de aprendizajes y contribución al acervo cultural, calidad artística y contenidos.

A partir de la información levantada se obtiene como conclusión que en los discursos de las empresas que aportan en cultura no está presente la visión de aportar a proyectos de estas

características por aportar al crecimiento de la sociedad mediante la cultura. Se aprecia que desde el empresariado la motivación por aportar en cultura está dada más por la masividad de los proyectos, es decir, porque la cultura es un ámbito que atrae públicos masivos.

Por otro lado, tampoco existe desde el mundo privado donante una preocupación por los contenidos artísticos de los proyectos. Esto, junto a lo anterior, permiten ver que la ley ha servido más como una estrategia de marketing cultural de las empresas.

Esta situación pone de manifiesto la tensión entre los contenidos de un proyecto cultural y su impacto en términos de los efectos y beneficios que produce en la comunidad tanto en la calidad del público que atrae como en los beneficios percibidos por la comunidad. Muchas veces un proyecto de elevada calidad artística no necesariamente va a ser un proyecto masivo o sus beneficios van a ser percibidos por un amplio grupo de la comunidad. En este sentido las empresas tienden a considerar proyectos buenos y exitosos a aquellos que tienen impactos en grupos más amplios de la comunidad o tienen una mayor visibilidad, sin dar importancia necesariamente al contenido artístico de éstos.

Esta tendencia por parte de las empresas a donar a ciertos tipos de proyectos, si bien es una estrategia válida y razonable desde el punto de vista estratégico empresarial, constituye una falencia del sistema de donaciones culturales, ya que se genera que se esté dando prioridad a ciertos tipos de proyectos por sobre otros.

Este fenómeno está relacionado también con una característica del empresariado chileno, que se deja entrever en las entrevistas. En ninguna de las conversaciones con representantes de empresas donantes se manifiesta como motivación para donar un interés filantrópico en la cultura. Si

existiera un interés en donar por un sentimiento de responsabilidad hacia la comunidad, más allá de la retribución en términos de marca o imagen, no se produciría esta priorización por los proyectos masivos o más visibles. En consecuencia, esta realidad es de alguna manera un obstáculo para que ciertos tipos de proyectos y ciertas instituciones no puedan conseguir financiamiento por esta vía y esto naturalmente opera en desmedro del espíritu de la ley y de la promoción de la cultura en el país.

3.2 Estrategias de vinculación entre donantes y beneficiarios

De forma transversal, se visualiza que la gestión para la obtención de recursos de privados es realizada por la propia institución u organización cultural (un 92% de las organizaciones no cuenta con un servicio o agente externo dedicado a gestionar financiamiento de privados). En un grado muy mínimo se cuenta con asesores o especialistas externos encargados de eso. En la mayoría de los casos, las mismas instituciones han ido especializándose en la realización de estas gestiones, contando -aquellas que cuentan con un grado de complejidad mayor o trayectoria en el financiamiento mediante aportes privados- con unidades abocadas a estos temas.

La información cuantitativa muestra que en su mayoría los beneficiarios buscan el financiamiento una vez aprobado el proyecto (61,2%), aunque la mirada cualitativa permite matizar esta situación (dado que las entrevistas fueron realizadas principalmente a beneficiarios que cuentan con proyectos cerrados), demostrando que el perfil de instituciones con proyectos ya ejecutados se asocia a entidades que lo gestionan de forma previa a la postulación, tendencia que también se constata a nivel cuantitativo. En este sentido, el tener un compromiso de donación previo con el donante (dado en el 34% de los encuestados)

favorece la posibilidad de ejecutar el proyecto. Los datos de la encuesta muestran que es mayor el porcentaje de instituciones beneficiarias que tienen proyectos ejecutados (cerrados) entre aquellas que ya han acordado el financiamiento con uno o más donantes al momento de postular, por cuanto casi un 80% tiene proyectos ya ejecutados. En cambio, entre aquellas instituciones que realizan la búsqueda de donantes luego de ser aprobado el proyecto, el porcentaje de estas que cuentan con proyectos ejecutados decae a un 55,7%. Esto permite forjar además una relación que se va estabilizando en el tiempo y que a la larga es percibida por donantes y beneficiarios como una alianza estratégica.

Se visualiza además que los beneficiarios tienden a creer que el mayor factor de éxito para conseguir donantes es el conocimiento o el sostenimiento de una relación previa con los donantes (manifestada por un 37,2% de los encuestados); mientras que desde la mirada del empresariado, lo que prima es la posibilidad de vincularse con la comunidad, o el nivel de coincidencia entre el proyecto y el territorio en el que se desenvuelve la empresa.

En el caso de las organizaciones más pequeñas, o de menor complejidad en su estructura, es el encargado del proyecto quien asume la totalidad de funciones asociadas a la gestión de este. En esta situación, la obtención de financiamiento desde el sector privado se torna bastante compleja, ya que deben convencer e interesar a la empresa tanto del proyecto, sus alcances, así como transmitir los beneficios que este proyecto le reporta a la empresa. El problema se da especialmente por el escaso manejo de los gestores respecto a las implicancias y beneficios contables y tributarios para las empresas, cuyos contadores – en su mayoría- también desconocen el mecanismo y ponen trabas a la donación. Asimismo, se aprecia además que los proyectos susceptibles de generar interés en el sector empresarial tienen características asociadas a la masividad o la

vinculación con ciertos territorios, por lo que proyectos culturales que se escapan de esas líneas ven mayores dificultades en lograr este compromiso de donación.

Por el contrario, para las organizaciones con una estructura más compleja o con mayores recursos o capacidades instaladas, la realización de proyectos previos financiados por esa vía les permite ir forjando una relación de confianza con ciertas empresas donantes. Al mismo tiempo, creen que la realización de proyectos exitosos de forma previa facilita la obtención de nuevos donantes o el interés de la empresa por vincularse nuevamente a un proyecto.

En esta línea, se observa que se van generando estrategias de fidelización con los donantes, formas de relación que cobran importancia en ciertas instituciones con mayor trayectoria, pero que aún no están desarrolladas de forma masiva. Así, resulta relevante que por ejemplo un 67% de los beneficiarios indique contar con informes de rendición, sin embargo, al profundizar de modo cualitativo se observa una gran disparidad en el contenido de estos. O bien se generan datos a nivel institucional, que luego no logran ser sistematizados o analizados.

Misma situación se aprecia respecto a las contraprestaciones entregadas a los donantes. Un 75,5% de los beneficiarios encuestados indica entregar contraprestaciones a sus donantes. A nivel cualitativo se observa que este tipo de retribución está mayormente interiorizadas en instituciones culturales robustas o con trayectoria en donaciones, sin embargo, en el mayor de los casos se quedan únicamente en la posibilidad de publicitar a la empresa a través de las gráficas de sus proyectos. No pocos beneficiarios creen además que la ley no permite entregar contraprestaciones a donantes, denotando una falta de conocimiento respecto a la actualización de la ley.

En este sentido, se visualiza que la relación entre los donantes y beneficiarios son bastante débiles, lo que impacta además en que existe un núcleo relativamente reconocido de beneficiarios que logran financiarse de este modo, y que tienen un historial de proyectos ejecutados o en ejecución que obtienen los recursos por esta vía, generalmente recibiendo donaciones de los mismos donantes una vez tras otra. Esta falta de capacidades merma entonces la posibilidad de acceso a agrupaciones culturales de menor envergadura o con proyectos que no logren una masividad o visibilidad como tal.

De este modo, la baja capacidad para vincularse con el sector privado cristaliza en diversos aspectos, como las dificultades para presentar proyectos y hacerlos atractivos ante los potenciales donantes, para explicar los mecanismos contables, para generar informes o rendiciones a los donantes, o vincularse de un modo continuo con éstos, más allá de un informe final, sino que generando reportes periódicos o dando cuenta del estado de avance del proyecto.

Una práctica relevante en esta vinculación entre empresas e instituciones culturales complejas es la firma de acuerdos en donde se detallan los compromisos asumidos por ambas partes, tanto a nivel de contraprestaciones entregadas, como de mecanismos de rendición. Es central constatar además que son las grandes empresas o aquellas con mayor trayectoria en la realización de donaciones las que se involucran en mayor profundidad en las distintas fases de los proyectos, incluso desde su origen, y posteriormente en la fase de gestión, ejecución y posterior seguimiento.

Las problemáticas en la generación de indicadores son altas, más aún considerando que débilmente las instituciones beneficiarias cuentan con mecanismos de evaluación de sus propios proyectos, lo que no permite ir sistematizando información y creando un acervo cultural que

posibilite orientar trabajos futuros en base a los aprendizajes obtenidos.

En cuanto a las contraprestaciones entregadas, resulta preciso mejorar el sistema de contraprestaciones ofrecidas, tanto para fidelizar la relación con los donantes actuales, pensando en la ejecución de proyectos futuros en que ellos también puedan vincularse, como respecto a la posibilidad que les entrega a las instituciones para solicitar nuevos auspicios o donaciones a potenciales empresas donantes. En este punto, la tenencia y presentación a empresas – en la fase de búsqueda de donantes -de reportes en cuanto a alcance del proyecto, efecto o impacto de este, así como datos respecto a la visibilidad para las empresas, pueden ser incentivos importantes que las motiven a donar, al ver los resultados exitosos de un proyecto ejecutado antes por la agrupación cultural.

Asimismo, es relevante potenciar entre las instituciones culturales la importancia de generar datos, instrumentos e indicadores de seguimiento, que puedan ser sistematizados y analizados para mejorar y avanzar en su propia gestión. Dado que la falta de recursos, humanos o económicos, es de forma predominante la traba a este desarrollo, sería relevante de potenciar la inclusión de estos ítems dentro del propio proyecto a presentar.

Resulta importante para mejorar en estos aspectos el fortalecer este tipo de capacidades entre los gestores de organizaciones culturales. Si bien se visibiliza la Ley de Donaciones como un mecanismo exitoso, los beneficiarios quedan a su suerte en la obtención de recursos, por lo que la política pública debiese apoyar en la entrega de herramientas que les permitan hacer un mejor uso del instrumento, para potenciar los fines que este persigue. En esta línea, se torna fundamental transmitir herramientas en temáticas de marketing cultural, así como en la gestión y acceso

al sistema de mecenazgo cultural, bien sea por la Ley de Donaciones, o mediante auspicios o patrocinios directos, o por formas de micropatrocinios, como el crowdfunding. La entrega de una amplia gama de herramientas es un requisito indispensable para lograr avanzar en la profesionalización de la gestión de las instituciones culturales, sobre todo pensando en aquellas de menor trayectoria, o con menos recursos (y por ende más dificultades para vincularse con este instrumento). Se requiere generar mayores opciones para que puedan acceder a esta vía de financiamiento, pues si bien la entrega de recursos queda a merced de donante, los beneficiarios pueden mejorar sus chances para atraerlos. Acciones como la socialización de buenas prácticas en la vinculación con el sector privado, mediante ejemplos o la transmisión de experiencias exitosas puede ser un puente que les permita acceder de un mejor modo y generalizar este acceso.

3.3 Evaluación de la ley de Donaciones para fines culturales

a) Evaluación de procesos

El aspecto mejor evaluado corresponde al proceso de admisibilidad de los proyectos calificado por un 76,1% de los beneficiarios encuestados con evaluaciones de 6 y 7. Por el contrario, el aspecto que genera una mayor proporción de baja evaluación corresponde a la claridad de la información disponible, donde un 9,2% califica este aspecto con las peores evaluaciones. Así, en términos generales, el **proceso de información** sobre la ley sigue presentando importantes desafíos. Por una parte, las complejidades propias de la redacción en términos legales, la hace poco amigable en un primer acercamiento tanto para beneficiarios como para potenciales donantes, especialmente cuando se trata de organizaciones de menor tamaño.

Luego, su difusión también presenta algunos inconvenientes. Aun cuando existe un plan de capacitaciones orientado tanto a beneficiarios como donantes, entre los primeros se critica que la información presentada es básica, y la principal demanda dice relación con una mayor comprensión de cómo opera el beneficio tributario y la entrega de herramientas que permitan explicar de manera atractiva estos beneficios a los potenciales donantes. Desde la Secretaría de Donaciones Culturales, por otra parte, se entiende que este último aspecto no corresponde a la función de la entidad, por lo que se produce un desajuste de expectativas que es importante atender desde algún lugar.

En el caso de los donantes, a pesar de los esfuerzos, la capacidad de convocatoria y difusión sigue siendo débil. Se advierte, además, que entre las empresas de menor tamaño, que no poseen necesariamente un área formal de responsabilidad social empresarial, los encargados de contabilidad son reacios a apoyar el acogerse a la ley, ya que implica un mayor trabajo. Por otra parte, no se han establecido estrategias para difundir la información a los nuevos donantes considerados en la modificación de la ley.

El **proceso de postulación** resulta bien evaluado, en especial en lo que respecta a la admisibilidad de los proyectos. En contraste, el **banco de proyectos** es el aspecto peor evaluado dentro del proceso global de implementación de la ley (22,3% lo califica con nota entre 4 y 5, porcentajes muy superiores respecto a los otros aspectos evaluados). No existe claridad de cuál es su objetivo, es decir, si constituye o no una herramienta de difusión de los proyectos, ya que no se acompaña de estrategias para su visibilidad entre potenciales donantes.

Así, en general, es posible evidenciar falencias en la capacidad de las organizaciones en la captación de recursos privados, asunto que actualmente no

está cubierto desde el funcionamiento de la ley, ni desde otras políticas, aun cuando constituye una expectativa de parte de estas organizaciones.

El **proceso de donación** mismo, no constituye una dificultad entre los donantes y beneficiarios que llevan tiempo acogiéndose a la ley, aunque se pudieron constatar casos puntuales de gastos rechazados por este concepto.

Se advierte, además, que tanto la emisión del certificado como la posterior declaración de la donación ante el SII puede ser un trámite complejo para aquellas organizaciones culturales que no poseen personal suficientemente capacitado en temas contables, por lo que se requiere de ciertas capacidades institucionales.

En cuanto a la declaración al SII de la donación por parte de las empresas, en general, no se aprecian mayores dificultades, aunque hay que tener en consideración que se trata de empresas grandes, donde los entrevistados fueron principalmente quienes toman la decisión de realizar la donación, pero no los expertos contables que se encargan del proceso de declaración.

De este modo, se advierte que las complejidades propias del proceso tienden a definir un cierto perfil tanto de las organizaciones beneficiarias como de las donantes, donde contar con expertos contables capacitados en el tema resulta decidor para que el proceso se lleve a cabo de manera fácil.

Por otra parte, la no digitalización del proceso, contribuye a errores al momento de emitir el certificado, y al riesgo de pérdida al tener que manejar un documento contable físico.

Luego, durante el **proceso de ejecución** de los proyectos, se advierten opiniones divididas en relación a al funcionamiento de la plataforma como mecanismo de comunicación, especialmente en lo que respecta a la realización

de modificaciones de proyectos a través de esa vía. Dado lo anterior, tiende a privilegiarse la comunicación telefónica con la Secretaría de Donaciones Culturales, pero donde también existen cuestionamientos sobre lo mucho que se resuelve en estas instancias, quedando poco institucionalizado el proceder en algunos aspectos.

Finalmente, el **proceso de seguimiento y fiscalización** se advierte como un tema pendiente, principalmente por la falta de personal para llevar a cabo estas tareas. Entre los beneficiarios, en particular, esto implica gran tardanza en dar retroalimentación sobre las rendiciones y cierres de los proyectos.

b) Agentes intervinientes en el proceso de donaciones

Si bien el proceso está en funcionamiento y tiene entidades y participantes claros, la articulación entre ellos no es tal como para permitir el funcionamiento de una red público-privada. En este sentido, se visualiza que los actores actúan atomizados, cada uno desde su ámbito de acción, y que no hay mayor vinculación institucional. La relación que prima es la díada beneficiario/donante, el vínculo -como hemos visto- se genera de un modo primordialmente personal, aunque con posterioridad pueda ir institucionalizándose en una alianza colaborativa. La participación de las instituciones estatales, es más bien marginal y se limita a los extremos del proceso, bien sea para aprobar o posteriormente fiscalizar las rendiciones de los proyectos (Secretaría Ejecutiva – Comité de Donaciones Culturales) , o para entregar el certificado que acredita la donación y eventualmente fiscalizar tributariamente a las instituciones donantes o receptoras (Servicio de Impuestos Internos).

Entendiendo una red político privada como un tipo de relación estable entre actores públicos y privados que interactúan a través de una

estructura no jerárquica e interdependiente, para alcanzar objetivos comunes respecto a una política, no se visualiza una estructura de este tipo. Las mayores falencias al respecto refieren a la falta de interlocución del Comité de Donaciones Culturales o de su Secretaría Ejecutiva con el ámbito privado, quedando la potencial relación entre donante y beneficiario a merced de sus propias gestiones. Sin embargo, tal vez el punto más crítico se da en relación a la baja vinculación entre la institucionalidad cultural y el Servicio de Impuestos, actor de suma relevancia en el proceso, pero que se mantiene aislado, alimentando una serie de mitos que no ayudan sino a poner trabas a este mecanismo.

c) Evaluación de las modificaciones de la ley

Finalmente, se observa una tendencia oscilante en la cantidad de proyectos y montos aprobados entre 2012 y 2016, lo que no permite establecer un impacto directo de las modificaciones implementadas en la ley en 2014 en estos indicadores. Ahora bien, sería relevante poder comprobar si ha existido una tendencia en los montos efectivamente donados durante este período, sin embargo, existen carencias de información respecto a los donantes para el período anterior al 2014 en las bases de datos facilitadas desde la Secretaría de Donaciones Culturales.

Al analizar y comparar a los beneficiarios que se han acogido desde antes de las modificaciones de la ley con los que lo han hecho luego de éstas, se observa que los primeros tienden a estar concentrados en ciertas regiones (como la Metropolitana y la de Antofagasta) y los segundos presentan una mayor dispersión territorial. Así, se constata una mayor descentralización en el uso de la ley luego de las modificaciones. Otro aspecto en que se visualizan diferencias notables corresponde la generación de informes o mecanismos de rendición a sus donantes, donde un 78,4% de los encuestados beneficiarios con trayectoria en Ley

de Donaciones lo hacen, mientras solo un 60,4% de los nuevos beneficiarios lo indica.

Desde la perspectiva de los beneficiarios, se observa que la ampliación del plazo de ejecución de los proyectos corresponde a la modificación más valorada, o la que mayor impacto positivo concreto ha tenido en la postulación e implementación de sus proyectos, siendo mencionada por un 51,9% de los encuestados.

Luego sigue la inclusión de nuevos donantes, con más de un tercio de beneficiarios que indican que la medida ha impactado positivamente en sus proyectos. Sin embargo, en términos objetivos los nuevos donantes siguen siendo una proporción menor respecto al total de donantes. Al respecto, los actores clave entrevistados, critican la inexistencia de mecanismos de difusión y convocatoria focalizados en estos nuevos donantes, y enfatizan la necesidad de encaminarse en esa dirección. Por otra parte, la incorporación de estos nuevos donantes podría contribuir a ampliar el perfil de los proyectos que consiguen efectivamente financiamiento, de modo de superar la concentración que existe actualmente en iniciativas de carácter masivo que sirven especialmente como plataforma publicitaria para las empresas.

La mayor información y seguimiento, también es indicada por más de un tercio de los beneficiarios como una modificación que ha tenido impactos positivos. Sin embargo, tal como se estableció anteriormente, la adecuación de las capacitaciones para beneficiarios y la mayor difusión entre donantes, en el ámbito informativo, y la retroalimentación respecto a las rendiciones y cierres de proyectos, en el ámbito del seguimiento, siguen siendo tareas pendientes.

El resto de los aspectos modificados parecen tener un impacto menos relevante entre los beneficiarios.

Por otra parte, existen ciertas recomendaciones a aspectos de diseño e implementación de la ley por parte de los actores clave externos a la Secretaría de Donaciones Culturales entrevistados. Entre estas recomendaciones se incluyen el financiar instituciones culturales acreditadas en vez de proyectos culturales, y un acuerdo de la necesidad de implementar desde el nuevo Ministerio políticas orientadas a fortalecer la capacidad de captación de financiamiento privado que poseen las organizaciones culturales actualmente, y así cubrir el vacío que existe entre proyectos aprobados por el Comité pero que finalmente no logran el financiamiento.

c) Efectos en la comunidad

A partir del análisis de la retribución cultural que realizan los proyectos revisados, en conjunto con el resto de información cualitativa y cuantitativa recabada, es posible dar cuenta que en general ésta consiste en dar acceso gratuito a las actividades que desarrollan. Sin bien esto se realiza con el ánimo de difundir y promover la cultura en las comunidades, la gratuidad puede generar efectos adversos respecto a la valorización del trabajo artístico-cultural.

En algunos casos de instituciones que cobran por el acceso a espacios o actividades se señala que es necesario poner una tarifa, ya que de otro modo no es posible financiar el funcionamiento de las instituciones. Es un hecho el dinero que se obtiene a través de las donaciones se diluye en gastos operativos, adquisiciones y sueldos, sin embargo, no permiten financiar el funcionamiento total de las instituciones como los sueldos permanentes, gastos en servicios, etc. De este modo al no cobrar por el acceso a una actividad no se está reflejando el costo real que tiene esa actividad.

A partir de lo señalado por varios gestores culturales, se ha instalado en el mundo de la cultura y el arte la creencia de que los eventos de

este tipo no debiesen tener costo, sobre todo si cuentan con la donación de alguna empresa. Muchas veces esta condición viene dada por parte del donante, quien establece como requisito para donar que el acceso a la actividad sea gratuito. En este sentido se requiere una mayor concientización por parte de la comunidad y todos los actores involucrados sobre el sentido de generar un cobro y de cómo valorizar el trabajo creativo, de los artistas y trabajadores del arte y la cultura en general.

Por otra parte, en general se tiende a confundir el aporte cultural y social que realiza el proyecto con el efecto que posee en los públicos objetivos y en la comunidad en general, dando por hecho que lo que se intenciona a través del proyecto posee automáticamente el efecto deseado. Por lo mismo, resulta difícil encontrar proyectos que en su autoevaluación consideren aspectos fallidos o que es necesario mejorar.

Relacionado a lo anterior, en la medición de los efectos de los proyectos en la comunidad, resalta la inexistencia de mediciones con instrumentos formales como registros, encuestas, etc. Un 37,2% indica que no cuenta con este tipo de evaluaciones, mientras que un 13,3% no sabe si su organización posee algún instrumento para medir este aspecto. Para algunos proyectos se ha levantado información a partir de algunos registros de asistencias, pero esta información está poco desarrollada y sistematizada, sin tener un mayor análisis.

La identificación de los efectos de los proyectos en la comunidad está dada por la percepción de los equipos a cargo del proyecto. En muchos casos los efectos identificados responden a aspectos intangibles y difíciles de medir numéricamente y en ese sentido es un desafío para los beneficiarios de los proyectos poder generar y aplicar instrumentos y metodologías para evaluar estos elementos. No obstante la dificultad, es relevante

generar una mayor conciencia a las instituciones beneficiarias acerca de la necesidad de medir los resultados de sus proyectos, ya que puede ser un aporte en cuanto a su validación frente a la comunidad como a los donantes y también una herramienta clave para la mejora continua de su gestión.

Si bien a las instituciones beneficiarias se les solicita estimar cuáles son los aportes y efectos de sus proyectos hacia el público objetivo y la comunidad, es posible apreciar que éstos probablemente impactan también a las instituciones beneficiarias, a los artistas y participantes de los proyectos y a los donantes. Si bien la comunidad y el público objetivo se benefician del acceso o participación en las actividades desarrolladas, los otros actores obtienen beneficios también, aunque no de forma tan directa. En el caso de las instituciones beneficiarias muchas de ellas han podido mejorar sus capacidades de gestión a partir de los proyectos realizados a través de la Ley de Donaciones Culturales. Asimismo los participantes de los proyectos como artistas u otro tipo de actores también obtienen beneficios a partir de poder difundir sus obras en estas instancias. En el caso de las empresas donantes, cuando participan en proyectos de alto impacto, obtienen beneficios económicos y en publicidad al generar una identificación de su marca con la identidad de un proyecto. Esto, sobre todo en el caso de empresas locales, genera también un impacto en la economía local. Estos múltiples efectos si bien son percibidos por los involucrados, sería relevante poder medirlos de alguna manera como efectos indirectos, de modo de resaltar aún más el valor que generan los proyectos culturales.

También se ha apreciado que los efectos y aportes de los proyectos se dan en muchos aspectos, traspasando el ámbito puramente cultural. Se ha detectado que las iniciativas culturales tienen efectos en el desarrollo de las economías locales,

en el turismo, en la educación y en la inclusión social, por ejemplo.

A partir tanto de los proyectos analizados en profundidad, como de la aplicación de los otros instrumentos, se aprecia que los efectos y aportes de los proyectos culturales desarrollados rebasan el aspecto cultural, convirtiéndose en parte fundamental de un ecosistema de desarrollo que incide en el territorio en el que estos se realizan, o incluso puede trascender, cuando los proyectos tienen un componente virtual que expande su alcance. Así, la realización de proyectos masivos o que impliquen la visibilidad de una zona o localidad, generan aportes en el ámbito turístico, al promover esa zona, generando la llegada de nuevos visitantes y el posicionamiento del sector acorde a la temática abordada por su proyecto. Esto aporta además a la potenciación de las economías locales, incidiendo en el desarrollo de una cadena productiva que va más allá del ámbito cultural (y del aporte en la cadena de valor de los creadores locales) y que involucra la generación de servicios asociados o de mayores productos o bienes para acoger una demanda de visitantes creciente. Asimismo, el aporte en el ámbito educativo es innegable al visualizar que muchos de los proyectos se enfocan en la creación de nuevos públicos, con fuerte componentes de mediación enfocada en las audiencias infantiles o jóvenes, así como acercando temáticas diversas (patrimonio, pueblos originarios, multiplicidad de expresiones artísticas, entre otros) a un público amplio, permitiendo con ello ampliar su mirada y dar acceso a expresiones artísticas y culturales que sin la mediación por la retribución brindada, serían muchas veces inaccesibles. El aporte en cuanto a la inclusión, si bien se ha evidenciado a partir de proyectos específicos, es sumamente relevante al considerar el potencial transformador de la cultura, y su capacidad de sensibilizar mediante la visibilización de temáticas en relación a la discapacidad, diversidad sexual, tercera edad, entre otros. La focalización de este tipo de

proyectos en los sectores más jóvenes de la sociedad demuestra también una mirada de transformación y acción en el largo plazo, buscando contribuir a un cambio paradigmático en las generaciones venideras.

Con todo lo anterior, se puede visualizar que los aportes de los proyectos son eminentemente sociales, abarcado un sinnúmero de ámbitos. En esta línea, se aprecia que estas iniciativas contribuyen al desarrollo social, en una mirada amplia, permitiendo determinar los aspectos que tienen mayor valor para las comunidades donde se insertan y fortaleciendo la preservación de la diversidad cultural, fortaleciendo el capital humano, la inclusión social, y la apreciación de culturas.

Este punto es relevante ya que da cuenta del estrecho vínculo que existe entre la cultura y el desarrollo social. De este modo el desarrollo cultural puede ser visto como un movilizador del desarrollo en otros ámbitos y no como un ámbito aislado en sí mismo. Esta idea confirma la importancia de la promoción y difusión de la cultura en todas las sociedades y de la importancia de incentivar proyectos y legislaciones que fomenten la cultura. Pues como reconoce la propia institucionalidad cultural de nuestro país, el ámbito cultural marca las posibilidades de desarrollo de una nación, y “Fortalecer la cultura es la única manera de participar desde nuestra propia identidad en el mundo globalizado. Desarrollar la cultura significa dotar de instrumentos idóneos a las personas para fortalecer sus valores, comprender el mundo en el que viven, asumirlo y participar de los cambios. Por eso, la cultura debe estar en el centro de nuestra idea de desarrollo” (CNCA, 2005).

6. Recomendaciones

mejoramiento en el mecanismo de donaciones para fines culturales.

A continuación se expone una serie de recomendaciones que buscan aportar al

Problemática	Descripción	Propuesta
Existen empresas que generan sus propias instituciones capturando los beneficios de la ley	Se da la situación de empresas que donan a sus propias fundaciones capturando los beneficios y no permitiendo que otras instituciones accedan	Generar estrategias que limiten estas situaciones como mayor reglamentación o incentivos a las empresas que donan a diversas instituciones
Se generan situaciones a partir del uso de la ley que no coinciden con espíritu de la ley y no contribuyen en mayor medida al desarrollo cultural de la sociedad	La ley en sí misma no logra promover que las donaciones se diversifiquen hacia nuevos beneficiarios y a otros tipos de proyectos que no sean del interés del empresariado. El estado invierte fondos en proyectos que favorecen los intereses de los empresarios y no se tiene certeza si esos proyectos están favoreciendo las necesidades culturales del país.	Desarrollar evaluaciones de impacto que midan el dinero gastado por el estado a través del uso de la franquicia tributaria, versus el beneficio real en términos del desarrollo cultural que estos proyectos han generado en las comunidades
Bajas capacidades de vinculación entre donantes y beneficiarios	Existen bajas capacidades instaladas en gestores culturales para vincularse con el sector privado; tanto para gestionar la obtención de recursos como para generar estrategias que permitan fidelizar ese vínculo.	Entregar herramientas específicas a gestores culturales que les permitan aprovechar de mejor modo el mecanismo, en temáticas de: -vinculación con sector privado - marketing cultural - generación de indicadores y evaluación -buenas prácticas identificadas
El banco de proyectos no cumple el objetivo de generar vínculos entre los beneficiarios y donantes	El banco de proyectos no es un medio por el cual los donantes contactan a los beneficiarios. Existe desconocimiento de la finalidad del banco de proyectos y no es considerada como una herramienta útil por su falta de difusión	Dar mayor visibilidad a banco de proyecto en las capacitaciones efectuadas. Definir el objetivo de tener un banco de proyectos.
Capacitaciones para beneficiarios consideradas básicas	Las capacitaciones para beneficiarios no cumplen con el objetivo de comprensión del beneficio tributario en el caso de los donantes	Incluir y profundizar en la explicación del beneficio tributario, con apoyo del SII, en las capacitaciones no solo de donantes, sino también de beneficiarios
Falta de capacidades de captación de financiamiento privado	A pesar de que los proyectos logran ser aprobados por el comité, muchas veces no consiguen el financiamiento	Plan de instalación de capacidades en captación de financiamiento desde el Ministerio
Baja difusión entre potenciales empresas donantes	La difusión depende de la capacidad de convocatoria que tengan las direcciones regionales para las capacitaciones	Creación de una base de datos de las empresas participantes, de modo de mantenerlas informadas sobre el banco de

Resumen Ejecutivo- ID 1725-65-LE17
Evaluación Ley Donaciones con Fines Culturales - CNCA

		proyectos (envío de newsletter mensual, por ejemplo), así como permitir la generación de información estadística relevante
Baja participación de donantes personas naturales	A pesar de la modificación que incorpora nuevos tipos de donantes, la participación de las personas naturales es baja	Estrategias de difusión focalizadas en las personas naturales.
Problemas en la emisión y entrega del Certificado de Donaciones	Errores al momento de escribir a mano el certificado y riesgo de pérdida al ser un documento contable físico	Digitalización del Certificado de Donaciones
Problemas de comunicación a través de la plataforma online	Difícil seguimiento a las solicitudes de modificaciones de proyectos, formatos de rendición rígidos, entre otros.	Revisión y optimización del funcionamiento de la plataforma online para efectos de comunicación
Débil seguimiento y fiscalización de proyectos	El proceso de retroalimentación de rendiciones y cierre de los proyectos es lento y genera incertidumbre entre beneficiarios	Mayor dotación de personal para tareas de fiscalización y seguimiento
Baja articulación entre la totalidad de actores intervinientes en el proceso	Se visualiza un sistema que si bien funciona, no está articulado en cuanto a sus actores, sino que cada uno se mueve en su ámbito de acción.	Mejorar vinculación entre Comité de Donaciones Culturales y SII Mejorar las estrategias de vinculación del Comité de Donaciones Culturales con el sector privado
Bajo conocimiento regional sobre funcionamiento y mecanismos de Ley de Donaciones Culturales	Beneficiarios demandan mayores capacidades en Direcciones Regionales para apoyar y guiar en la postulación u obtención de este beneficio.	Transferir capacidades a los equipos de las direcciones regionales del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, para que puedan actuar como interlocutores válidos e informados hacia los beneficiarios o interesados en acceder a este mecanismo.