



<<<<<<>>>>>>>>>>

# ANUARIO FINANCIERO DEL FÚTBOL CHILENO

<<<<<<>>>>>>>>>>

TEMPORADA 2018



**Elaboración**

Unidad de Control Financiero - ANFP

**Deloitte.**

**Gestión**

Daniel Solórzano  
Eduardo Salazar

**Diseño e Infografía**

Francisco Labrín  
Jose Araque  
José Flores

**Fuentes**

Estadio Seguro  
Memoria de clubes 2016 a 2018  
Comunicaciones ANFP  
FIFA/TMS-Chile

Av. Quilín 5635, Peñalolén, Santiago



**ANUARIO FINANCIERO DEL FÚTBOL CHILENO | SEGUNDA EDICIÓN**





# ÍNDICE

<b>Carta del presidente</b> .....	<b>5</b>
<b>Resumen ejecutivo del anuario</b> .....	<b>7</b>
<b>Análisis de la industria</b>	
Evolución de transferencias en el mercado chileno .....	<b>8-9</b>
Ingresos ordinarios y RAI (Resultado Antes de Impuesto) por división .....	<b>10</b>
Distribución total de los ingresos ordinarios .....	<b>11</b>
Distribución de egresos totales .....	<b>12</b>
Balance de la industria .....	<b>13</b>
Gastos en plantel y cuerpo técnico por división .....	<b>14</b>
Sueldo bruto por posición .....	<b>15</b>
Gasto en jugadores y cuerpo técnico por nacionalidad .....	<b>16</b>
<b>Otros datos de la industria</b>	
Evolución asistencia estadios .....	<b>17</b>
Distribución redes sociales .....	<b>18</b>
<b>Primera División</b>	
Ingresos ordinarios y RAI (Resultado Antes de Impuesto) .....	<b>22</b>
Distribución total de ingresos y egresos .....	<b>23</b>
Balance Primera División .....	<b>24</b>
Ranking de ingresos .....	<b>25</b>
Ranking de asistencia al estadio y redes sociales .....	<b>26</b>
Clubes .....	<b>27-42</b>
<b>Primera B</b>	
Ingresos ordinarios y RAI (Resultado Antes de Impuesto) .....	<b>46</b>
Distribución total de ingresos y egresos .....	<b>47</b>
Balance Primera B .....	<b>48</b>
Ranking de ingresos .....	<b>49</b>
Ranking de asistencia al estadio y redes sociales .....	<b>50</b>
Clubes .....	<b>51-66</b>
<b>Segunda División</b>	
Ingresos ordinarios y RAI (Resultado Antes de Impuesto) .....	<b>70</b>
Distribución total de ingresos y egresos .....	<b>71</b>
Balance Segunda División .....	<b>72</b>
Ranking de Ingresos .....	<b>73</b>
Ranking de asistencia al estadio y redes sociales .....	<b>74</b>



# CARTA DEL PRESIDENTE



Resulta muy importante para esta administración presentar la segunda edición del Anuario Financiero del Fútbol Chileno, - Temporada 2018 -.

En primer lugar, este documento es el ejemplo concreto de la forma de trabajo, especializado y planificado, que queremos introducir en la actividad futbolística. Representa además un hito muy relevante en materia de transparencia y profesionalización del fútbol chileno.

En ese sentido, creemos que la información que entrega este Anuario será de real importancia para todas las personas e instituciones ligadas a la actividad desde los distintos ámbitos: directivos de clubes, periodistas y medios de comunicación, grupos de interés, autoridades, aficionados, entre otros.

Su utilidad estadística e ilustrativa del fútbol nacional es muy importante, ya que entrega una noción real del valor de nuestro balompié, contenido que debería transformarse en un indicador relevante para el análisis global de la actividad.

Sabemos de la importancia que tiene hoy el acceso a la información. Por eso, creemos firmemente que la ANFP, debe dar señales de apertura clara a la sociedad, procurando mantener constantemente informado a todos los actores involucrados en el desarrollo del fútbol en Chile, por medio de la entrega de datos y cifras de interés. Este documento es un claro ejemplo de ello.

Es de esperar también, que un registro como este, incentive el debate con altura de miras y la innovación en aspectos de interés para nuestra Asociación, los clubes y el fútbol en general.

Los invitamos a ser parte de este trabajo, que muestra nuestra visión y la experiencia que el fútbol nos ha enseñado durante los últimos años.

Muchas gracias

**Sebastián Moreno González**  
Presidente de la Asociación Nacional  
de Fútbol Profesional



## RESUMEN EJECUTIVO

Bienvenidos a la segunda edición el Anuario Financiero del Fútbol Chileno, el cual consolida información de los 42 clubes asociados en la temporada 2018. El principal objetivo es transparentar aspectos financieros relevantes de la industria, por ejemplo ingresos y gastos, mercado de jugadores y otros datos destacables como asistencia a los estadios y número de seguidores en redes sociales.

Durante el 2018 el Fútbol Chileno a nivel global generó por conceptos de Ingresos de Actividad Ordinaria alrededor de \$123.000 millones de pesos (cerca de unos US\$180 millones), superando en un 15% a lo obtenido durante el ejercicio 2017, siendo los Derechos de TV el ingreso con mayor relevancia de nuestra industria, representando cerca de un 41% del total, 5 puntos porcentuales más en comparación con el año anterior, en donde los ingresos por este mismo concepto constituían un 36%.

Desde el punto de vista de los costos y gastos, los clubes chilenos presentaron flujos de

aproximadamente \$143.000 millones de pesos (US\$210 millones aproximadamente), donde el mayor desembolso está enfocado en Plantel y Cuerpo Técnico del primer equipo, representando alrededor de un 72% del total de los egresos de los clubes asociados, reflejando una diferencia de 2 puntos porcentuales en comparación al periodo anterior, donde dicha partida representaba un 74% del total de los egresos de la industria.

Por otro lado, el mercado de transferencias reflejó una disminución de un -5% en la cantidad de jugadores que emigran desde nuestro país. Caso contrario, en la entrada de nuevos futbolistas a la liga chilena, se tradujo en aumento del 10% en comparación al año anterior.

Las redes sociales siguen jugando un papel relevante en el desarrollo de nuevos canales de difusión para captar la atención de los hinchas, entregando información útil y a su vez buscando fortalecer los métodos.

## INGRESOS

**DERECHOS DE TV:**

Ingresos que provienen por concepto de derechos de transmisión del torneo local.

**COMERCIALES:**

Ingresos que provienen de la gestión de los clubes, como patrocinios, publicidad, explotación de recintos deportivos, merchandising, etc.

**TRANSFERENCIAS:**

Ingresos generados por la venta o préstamos de jugadores a otros clubes.

**TICKETING:**

Ingresos que provienen por la venta de tickets/borderó y abonados que tenga el club para los partidos del campeonato nacional o torneos internacionales.

**OTROS INGRESOS:**

Ingresos que pueden incluir premios recibidos por disputar torneos internacionales o locales y otros aportes que pudieran entregar entidades públicas o privadas.

## EGRESOS

**FÚTBOL PROFESIONAL:**

Egresos por concepto de pago de remuneraciones de cuerpo técnico y jugadores, transferencias y amortizaciones de pases de jugadores.

**FÚTBOL JOVEN + FEMENINO:**

Egresos necesarios para el desarrollo y operativa de estas categorías.

**OTROS COSTOS:**

Corresponden a amortizaciones de intangibles, depreciación, gastos financieros y otros gastos.

**GASTOS ADMINISTRATIVOS:**

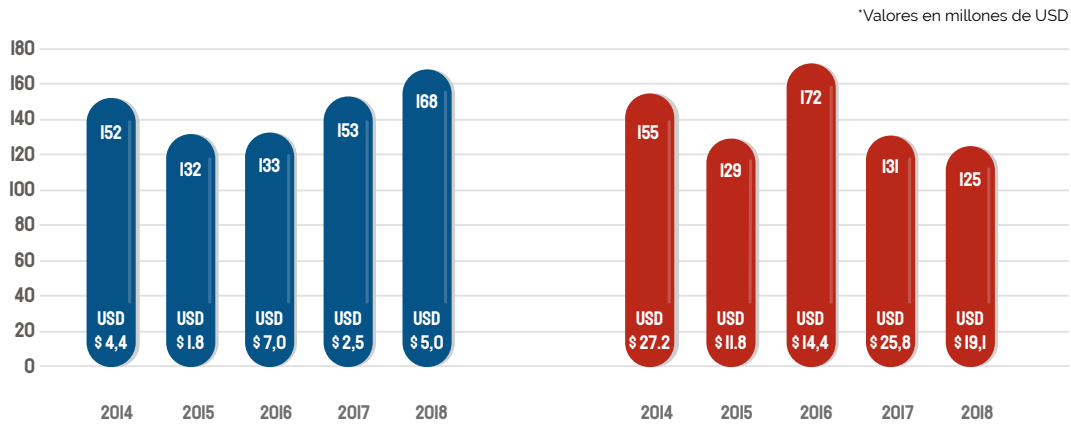
Remuneraciones de personal administrativo, materiales de oficina, servicios generales, gastos legales, entre otros.



## EVOLUCIÓN DE TRANSFERENCIAS EN EL MERCADO CHILENO

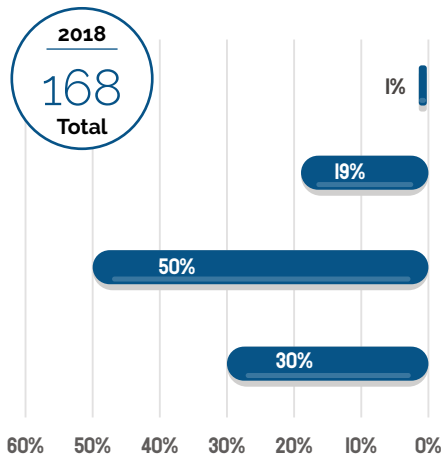


CANTIDAD DE JUGADORES

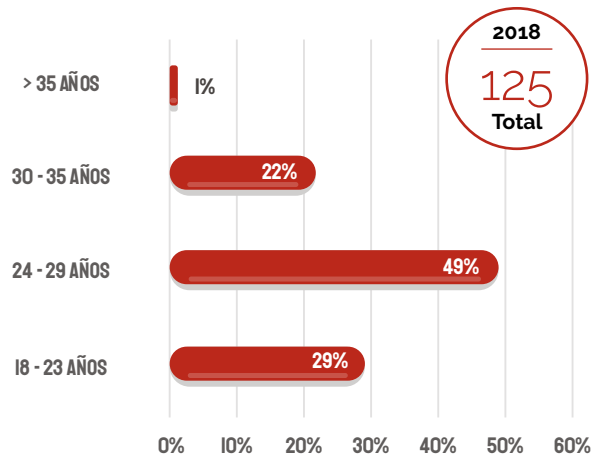


Si bien el volumen de entrada y salida de jugadores se ha mantenido relativamente estable durante el tiempo, podemos darnos cuenta que desde año 2016, se ha generado una menor salida de jugadores pero a un mayor valor comercial, a diferencia de la llegada de jugadores, que durante las temporadas 2017-2018 ha aumentado, pero no viéndose esto reflejado en el valor de transferencia.

ENTRADA DE JUGADORES



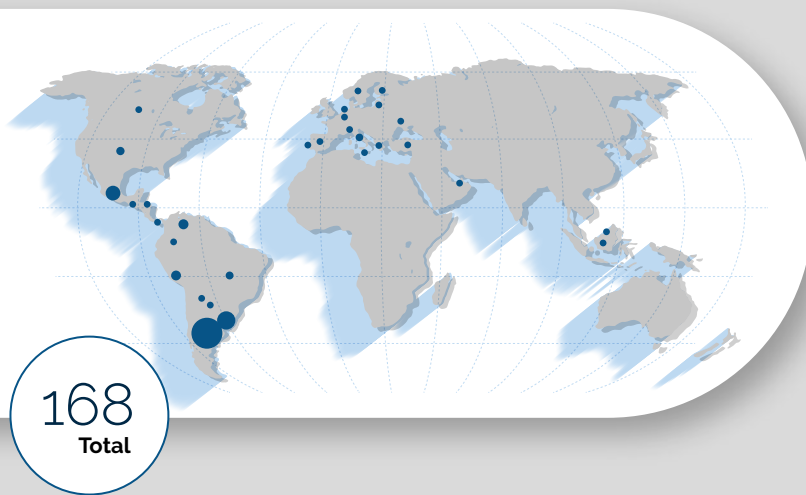
SALIDA DE JUGADORES



Fuente: FIFA / TMS - Chile

Lo importante a destacar es que los clubes están teniendo una mirada de inversión en el mediano/largo plazo, en relación con la compra de jugadores, ya que el 30% de los jugadores que arribaron a la liga chilena tienen menos de 23 años y el 50% de estos entre 24 y 29 años, por lo que siguen teniendo potencial de exportación.

## DE QUÉ LIGA VIENEN LOS JUGADORES QUE INGRESARON A CHILE



Pais	Jugadores
Argentina	59
Uruguay	22
México	21
Venezuela	8
Perú	6
Brasil	4
Italia	4
Colombia	3
Chipre	3
Ecuador	3
España	3
Estados Unidos	3
Bolivia	2
Alemania	2
Malasia	2
Paraguay	2
Suecia	2
Emiratos Árabes Unidos	2
Brunei Darussalam	1
Canadá	1
El Salvador	1
Finlandia	1
Grecia	1
Honduras	1
Lituania	1
Malta	1
Países Bajos	1
Panamá	1
Portugal	1
Qatar	1
Rumania	1
Arabia Saudita	1
Suiza	1
Turquía	1
Ucrania	1

Durante el 2018 los clubes chilenos tuvieron inclinación por el mercado argentino plasmado por un 35% sobre el total de jugadores, seguido de cerca por Uruguay con un 13% y México con 12% del global.

Fuente: FIFA / TMS - Chile

## A DÓNDE VAN LOS JUGADORES QUE SALIERON DE CHILE



Pais	Jugadores
Argentina	39
México	19
Uruguay	13
Peru	7
Costa Rica	6
Ecuador	5
Bolivia	4
Brasil	4
Estados Unidos	4
Austria	3
Andorra	2
Grecia	2
Guatemala	2
Paraguay	2
Arabia Saudita	2
Albania	1
Canadá	1
Colombia	1
El Salvador	1
India	1
República de Corea	1
Lituania	1
Palestina	1
Rumania	1
España	1
Venezuela	1

Al igual que en la gráfica anterior la tendencia se mantiene constante, siendo Argentina y México, los destinos favoritos con un 31% y 15% respectivamente, dejando relegado a Uruguay en el tercer lugar ocupando el 10% del total de jugadores.

Fuente: FIFA / TMS - Chile

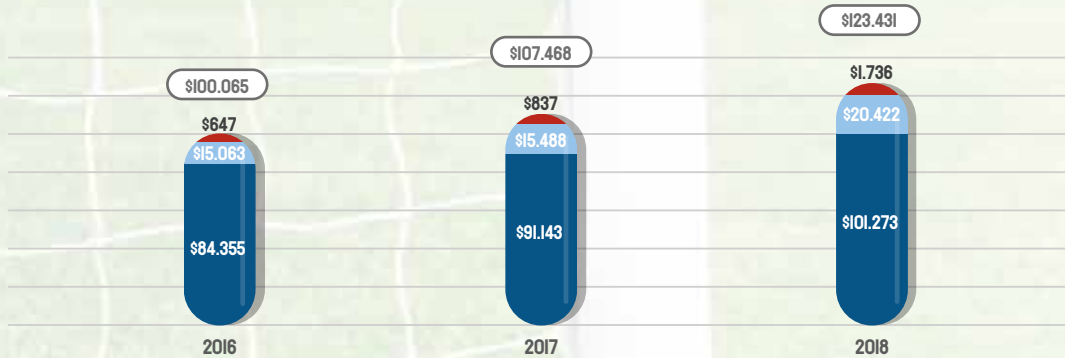
ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

INGRESOS ORDINARIOS Y RAI POR DIVISIÓN



INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS

\*Valores en millones de pesos



En cuanto a los resultados obtenidos, podemos observar un crecimiento en los ingresos de actividad ordinaria, registrando un total de \$123.431 millones entre las tres divisiones del fútbol profesional en la temporada 2018, superando en un 15% al periodo anterior que reflejo ingresos por \$107.468 millones. La principal variación se sustenta en el aumento de los flujos percibidos por los derechos de televisión y la gestión para generar nuevos ingresos comerciales y ticketing.

RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI)

\*Valores en millones de pesos



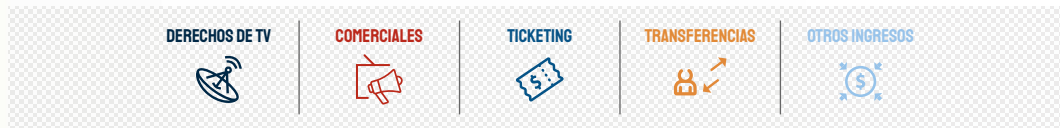
Fuente: Memoria Clubes 2016 a 2018

Desde el punto de vista del Resultado Antes de Impuesto, podemos apreciar que siguen registrando pérdidas a nivel de industria desde el 2016 al 2018, destacando una leve mejora en la temporada 2018 que muestra un resultado negativo de \$7.591 Millones, un 14% de diferencia en el relación al periodo anterior que dejó como rendimiento \$8.863 millones de pérdidas.

Esta alza se sustenta básicamente en los resultados que proyectó la Primera división del fútbol chileno, que se ve materializado en ganancias por \$908 millones, superando el resultado generado en el año 2017 que registró pérdidas sobre los \$5.700 Millones.



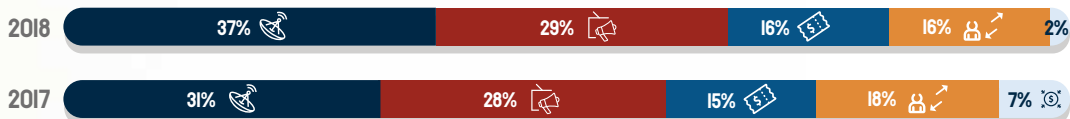
## DISTRIBUCIÓN TOTAL DE LOS INGRESOS ORDINARIOS



### DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



#### PRIMERA DIVISIÓN



#### PRIMERA B



#### SEGUNDA DIVISIÓN



Fuente: Memoria Clubes 2018

En la distribución de ingresos queda reflejada la clara dependencia que tienen los clubes de los flujos generados por los Derechos de TV, dependencia que se acentúa aún más en la Primera B.

En lo que respecta a ingresos por concepto de Ticketing, comerciales y transferencia, se mantiene constante de un año a otro en Primera División y Primera B.

Por otra parte, la Segunda División generó un aumento considerable en comparación al periodo

anterior, triplicando sus ingresos comerciales y duplicando los flujos por concepto de ticketing.

Una de las deudas pendientes para los clubes es que, a través de su gestión, puedan explotar otras fuentes de ingresos. Es aquí en donde el trabajo con las divisiones menores se vuelve preponderante, ya que la volatilidad de los ingresos generados por transferencias de jugadores no les permite a los clubes generar una entrada constante de dinero por esta vía.

## DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS TOTALES



DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS TOTALES



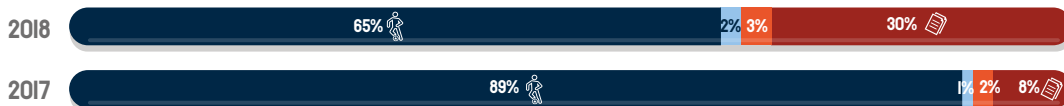
### PRIMERA DIVISIÓN



### PRIMERA B



### SEGUNDA DIVISIÓN

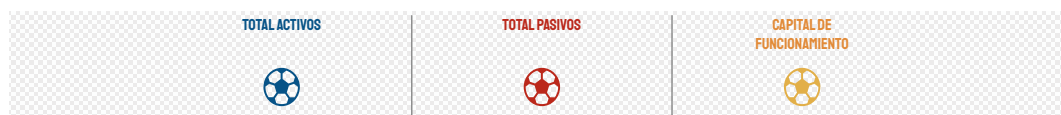


Fuente: Memoria Clubes 2018

En el gráfico de egresos es posible apreciar que el mayor desembolso de los clubes corresponde al plantel y cuerpo técnico del primer equipo y todos los costos asociados a transferencias y amortización de los pases de jugadores, lo cual tiene una cierta lógica si pensamos que el fútbol profesional es quien genera la mayor parte de los ingresos de los clubes de la liga local. La buena noticia respecto al periodo anterior, es la disminución en el peso relativo de 5 puntos porcentuales en este ítem, bajando la barrera del 70%.

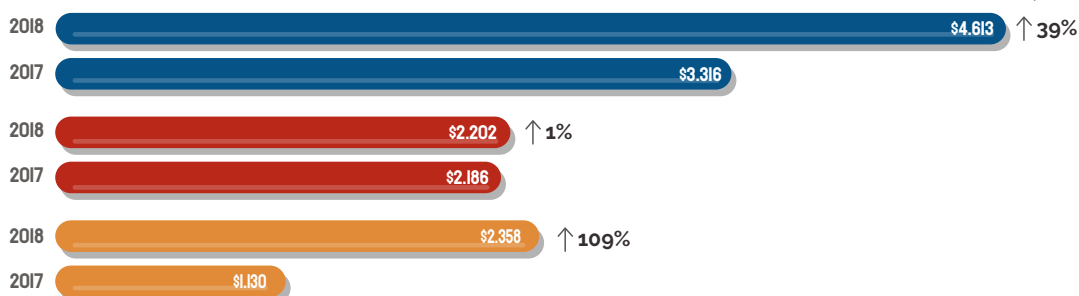
La deuda pendiente corresponde a la inversión en las divisiones menores las cuales rondan el 6%, monto relativamente bajo considerando que esta puede ser una importante fuente de ingresos para los clubes. No es menor destacar el crecimiento de un punto porcentual en esta partida, en busca de promover el fútbol joven y femenino, de esta manera generar futuros dividendos que nos permitan competir con las potencias de la región.

## BALANCE DE LA INDUSTRIA



### PROMEDIO ACTIVOS, PASIVOS Y CF DE LA INDUSTRIA

\*Valores en millones de pesos



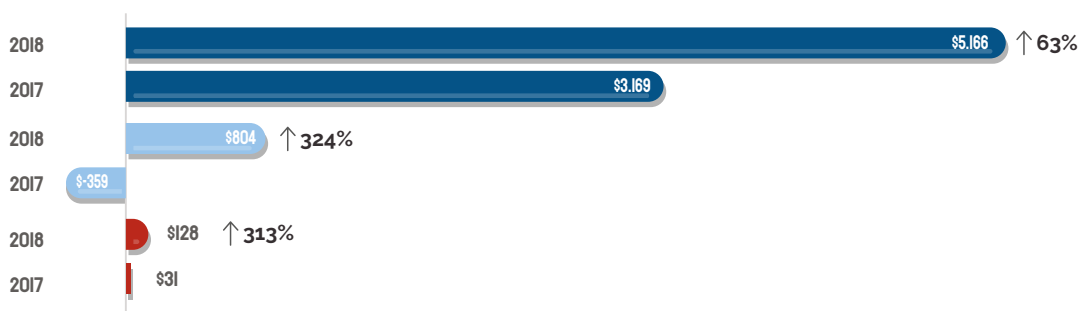
El 2018 fue un año de cambios, debido a la cesión de derechos de televisión, afectando principalmente en los activos de los clubes, generando una variación de 39% en relación al año 2017, alterando los factores en la ecuación de razón de endeudamiento y capital de funcionamiento.

Los pasivos se mantienen constantes durante el periodo 2017-18, mostrando que los clubes durante el año 2017 se financiaron a través de terceros, generando un 66% de dependencia en sus acreedores, número que fue mejorado considerablemente a lo largo del 2018, bajando a un 48%. (Pasivo Total / Activo Total).



### PROMEDIO CAPITAL DE FUNCIONAMIENTO POR DIVISIÓN

\*Valores en millones de pesos



Al año 2017, el capital de funcionamiento de los clubes que integraban el fútbol nacional era equivalente a \$96.669 millones, un promedio de \$1.130 millones por cada equipo. Es válido mencionar que durante dicho año solo 15 clubes presentaban un patrimonio positivo.

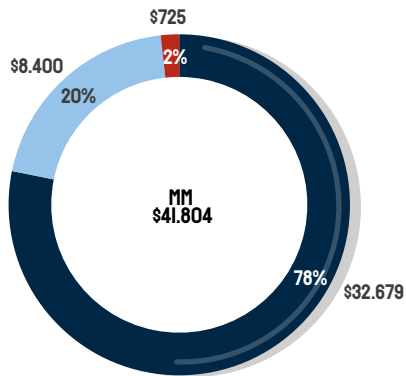
Para la temporada 2018, el panorama fue muy diferente, el fútbol chileno presentó una variación de 109%, lo cual permitió un promedio de \$2.358 millones entre las tres divisiones.



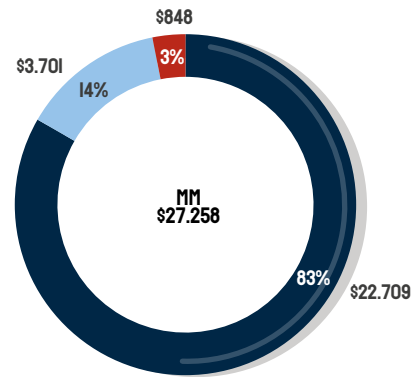
## DISTRIBUCIÓN DEL GASTO EN PLANTEL Y CUERPO TÉCNICO POR DIVISIÓN



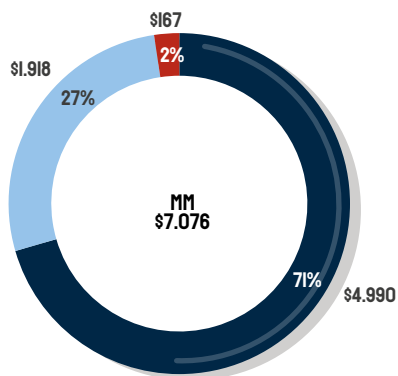
DISTRIBUCIÓN DE GASTOS EN JUGADORES 2018



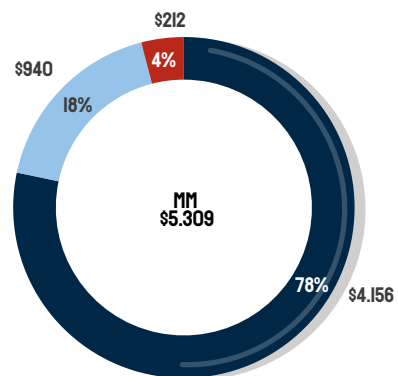
DISTRIBUCIÓN DE GASTOS EN JUGADORES 2017



DISTRIBUCIÓN DE GASTOS EN CUERPO TÉCNICO 2018



DISTRIBUCIÓN DE GASTOS EN CUERPO TÉCNICO 2017



Fuente: UCF - ANFP año 2017 y 2018

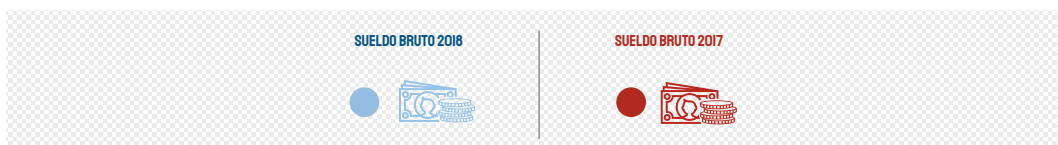
El gasto total por concepto de remuneraciones en plantel y cuerpo técnico asciende \$48.880 millones, repartido en \$41.804 millones (86%) para jugadores y \$7.076 millones (14%) para cuerpo técnico.

Durante el 2018 los desembolsos destinados a la remuneración de los futbolistas profesionales representan el mayor porcentaje, traducido en \$41.804 millones, un 53% más en comparación al periodo anterior. Distribuido en 78 % para Primera División, 20% Primera B y tan solo un 2% para la Segunda división del Fútbol Nacional.

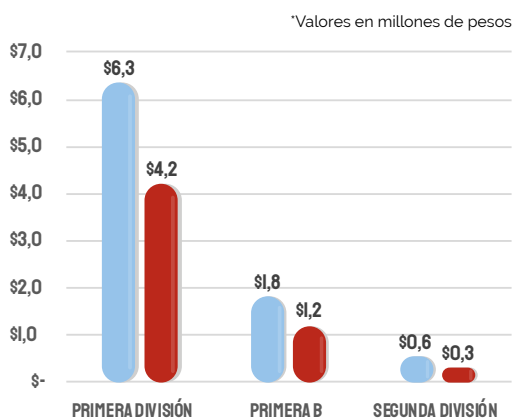
El gran aumento a nivel general es producido principalmente por la incorporación de jugadores con salarios considerablemente altos, ya que el número de personas se mantiene relativamente constante.

En relación al costo de los profesionales que componen los cuerpos técnicos, se destinaron \$7.076 millones durante el 2018, un 33% más en relación al año 2017. Distribuido en 71% para primera división, 27% Primera B y 2 % para Segunda División.

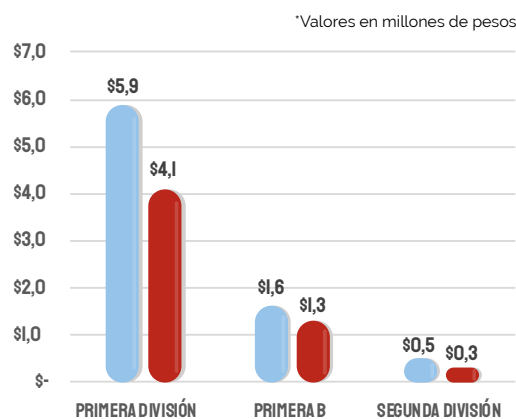
## SUELDO BRUTO PROMEDIO POR POSICIÓN



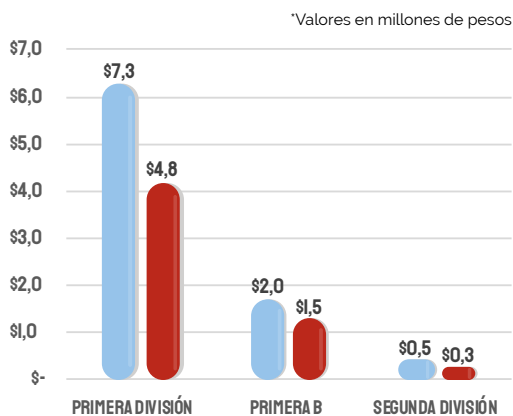
SUELDO PROMEDIO ARQUERO



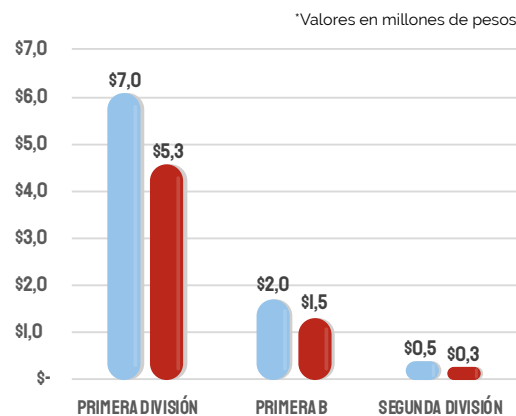
SUELDO PROMEDIO DEFENSA



SUELDO PROMEDIO MEDIOCAMPISTA



SUELDO PROMEDIO DELANTERO



Fuente: UCF - ANFP año 2017 y 2018

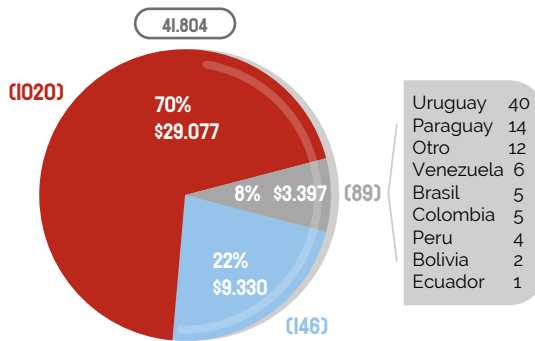
Al detallar las remuneraciones de los planteles podemos observar cómo se distribuyen los sueldos por posición en cada una de las divisiones.

La brecha en sueldos por división y posición no varían mucho comparando los dos últimos años (2017-2018). Si bien existe un considerable aumento en las remuneraciones, la brecha entre la Primera División y Primera B se mantiene dentro de los mismos órdenes de magnitud, 3,7 veces, dejando un 3,9 entre la Primera B y la Segunda División.

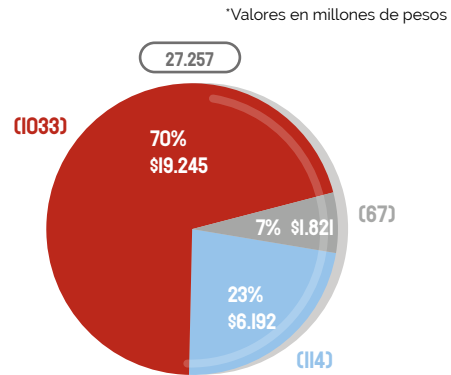
## DISTRIBUCIÓN DE GASTO BRUTO EN JUGADORES Y CUERPO TÉCNICO POR NACIONALIDAD



DISTRIBUCIÓN DE GASTO JUGADORES 2018



DISTRIBUCIÓN DE GASTO JUGADORES 2017

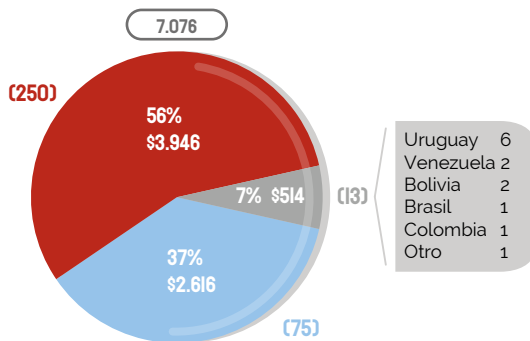


\*() Esto se refiere al numero de jugadores

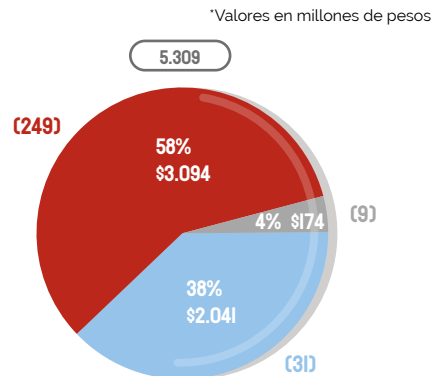
Si hacemos foco en los jugadores, cuyo costo asciende a los \$41.804 millones, el panorama se mantiene igual al año pasado, donde el mayor porcentaje de las remuneraciones corresponden jugadores de nacionalidad chilena representado por un 70%, porcentaje conformado por 1.020 futbolistas y un 22% a jugadores de nacionalidad Argentina, repartido en 146 profesionales.

Esto implica que el costo promedio de un jugador argentino es 2,2 veces más alto que el jugador nacional.

DISTRIBUCIÓN DE GASTO CUERPO TECNICO 2018



DISTRIBUCIÓN DE GASTO CUERPO TECNICO 2017



Fuente: UCF - ANFP año 2017 y 2018

En lo que respecta a cuerpo técnico, el desembolso corresponde a \$7.076 millones y de la misma manera que los jugadores la proporción se mantiene constante. Aquellos de nacionalidad chilena reciben un 56%, mientras que los argentinos perciben un 37% del total de los costos asociados a remuneraciones, representado por 250 y 75 personas respectivamente.

Esto implica que el costo promedio de cuerpo técnico argentino es 2,9 veces más alto que del cuerpo tecnico nacional.



## EVOLUCIÓN ASISTENCIA ESTADIOS POR DIVISIÓN Y TOTAL

Si observamos la gráfica que ilustra la evolución en asistencia a estadios podemos observar en la Primera División una leve baja en comparación con el 2017, esto se puede atribuir a la irregular campaña que tuvieron los dos clubes de mayor convocatoria, Universidad de Chile y Colo Colo, presentando una disminución de asistentes al estadio de 110.000 personas en comparación al periodo anterior.

Para la Primera B los números son positivos, reflejado en un considerable aumento en asistentes al estadio,

esto se atribuye a las buenas campañas de Santiago Wanderers, Cobreloa y Coquimbo Unido.

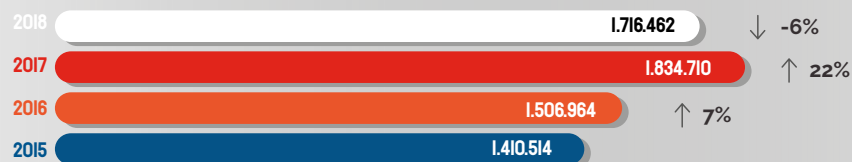
En relación a la Segunda División, podemos concluir que su disminución de asistencia se vio afectada por el número de clubes participantes en la temporada 2018, en la cual solo compitieron 10 clubes, uno menos que la temporada anterior.

## CONSOLIDADO ASISTENCIA A ESTADIO POR DIVISIÓN

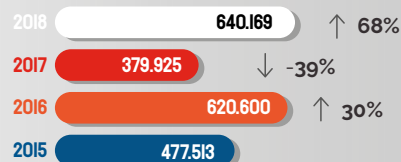
## TOTAL



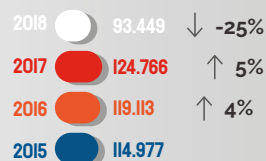
## PRIMERA DIVISIÓN



## PRIMERA B



## SEGUNDA DIVISIÓN



Fuente: Estadio Seguro años 2015 a 2018 (Campeonato Nacional)

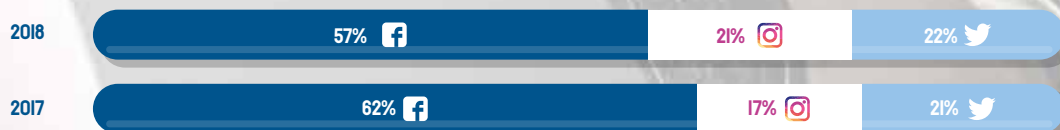
OTROS DATOS DE LA INDUSTRIA

DISTRIBUCIÓN REDES SOCIALES



DISTRIBUCIÓN RRSS POR DIVISIÓN

TOTAL



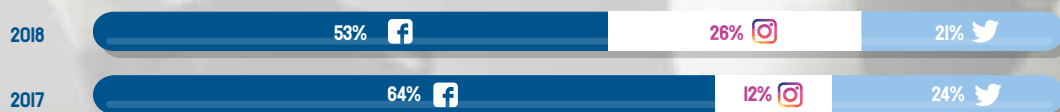
PRIMERA DIVISIÓN



PRIMERA B



SEGUNDA DIVISIÓN

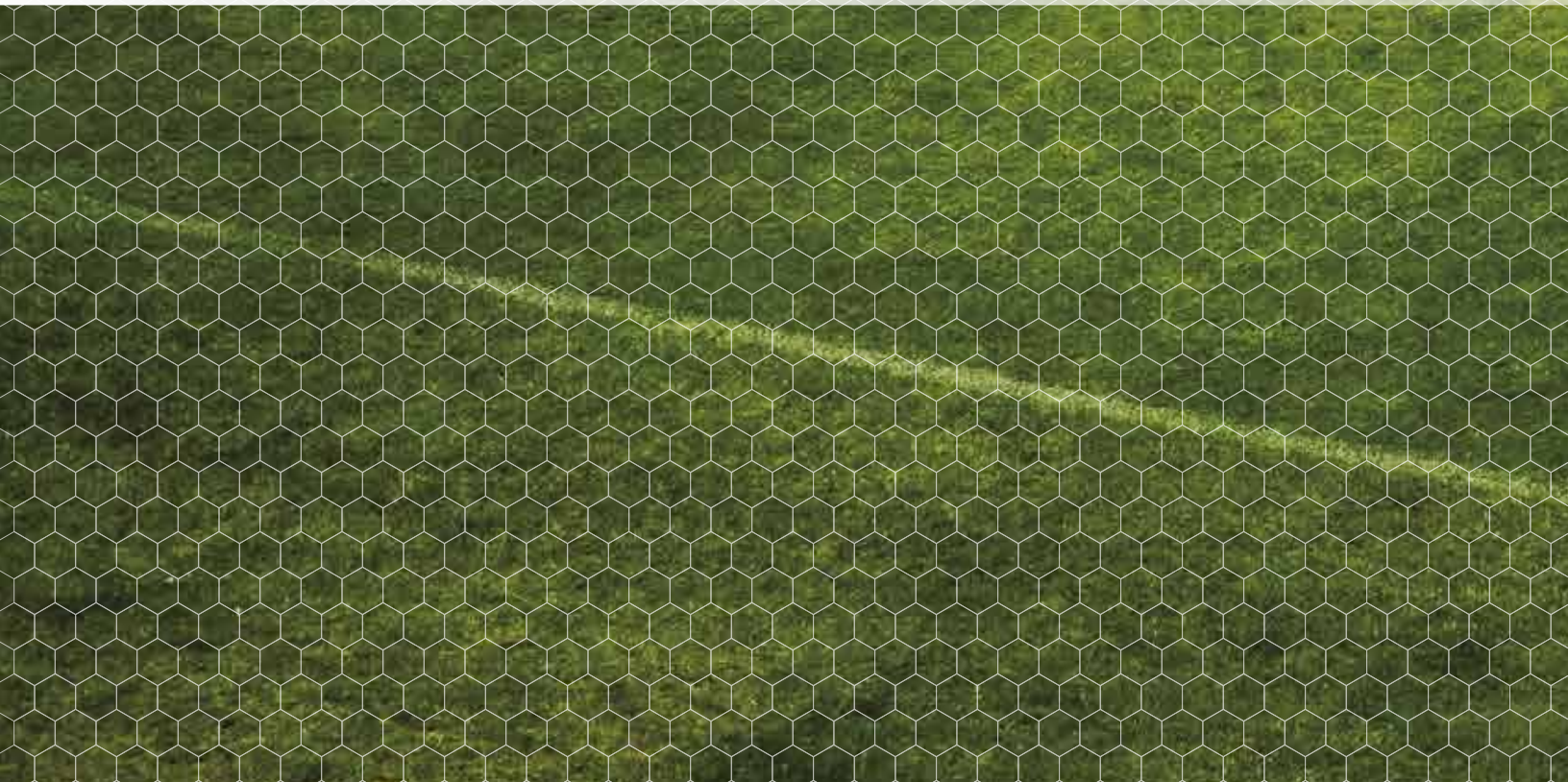


Fuente: Comunicaciones ANFP año 2017 y 2018

A la hora de hablar de cómo los clubes interactúan con sus aficionados podemos observar que Facebook mantiene el liderato con un 57% de las preferencias, pero es Instagram quien gana terreno cada vez más, materializando un crecimiento de 35% en comparación al año 2017, esto implica un aumento de 4 puntos porcentuales dentro de la distribución total. A su vez Twitter se mantiene en el segundo lugar de favoritismo, registrando un alza de 22% y marcando una tendencia importante entre los clubes de Primera B, el cual supera el 30% de preferencias.











★ PRIMERA DIVISIÓN ★

ANÁLISIS PRIMERA DIVISIÓN

INGRESOS ORDINARIOS Y RAI



PRIMERA DIVISIÓN TOTAL

\*Valores en millones de pesos



Como es posible observar en la gráfica los ingresos de la Primera División vienen mostrando un alza, evidenciado en la mejora sostenida de alrededor de un 8% a 11% respecto al periodo anterior. Dicho crecimiento es sustentado principalmente por el aumento que han tenido los flujos percibidos por concepto de Derechos de TV.

podemos apreciar que después de una caída de 33% durante el periodo 2016-2017, el año 2018 presentó una variación 150% atribuible a la buena gestión que tuvieron los clubes en acuerdos comerciales.

Respecto al Resultado Antes de impuesto (RAI),

Es importante mencionar que los valores utilizados en la gráfica en relación al RAI, excluyen del todo a los ingresos generados por la sesión de derechos de televisión.

PRIMERA DIVISIÓN SIN CLUBES DE ALTA CONVOCATORIA

\*Valores en millones de pesos



Fuente: Memoria clubes 2016 a 2018

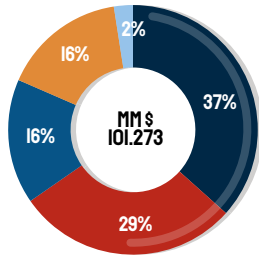
Si apartamos de la ecuación a Colo Colo, Universidad de Chile y Universidad Católica, los Ingresos por Actividades Ordinarias se reducen a la mitad, lo que también se ve reflejado en la pérdida de Resultado antes de impuesto, demostrando el peso relativo que tienen estos tres clubes para la división.

Si bien los ingresos para estos 13 clubes también aumentaron, el incremento del costo de plantel fue aún mayor, alcanzando un 36% de alza en comparación a la temporada anterior, lo cual afectó directamente a los buenos resultados de los años anteriores.

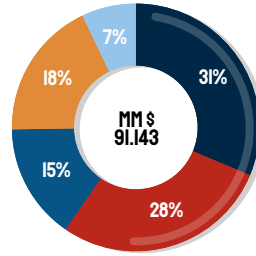
## DISTRIBUCIÓN TOTAL DE LOS INGRESOS ORDINARIOS



DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS 2018



DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS 2017



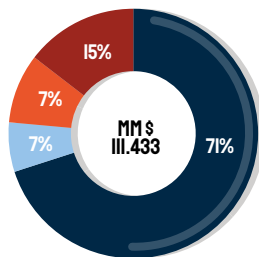
A la hora de analizar cómo se componen los ingresos de la Primera División, podemos notar una variación del 12% entre un periodo y otro, esto generado principalmente por un aumento en los Ingresos de

derechos de TV y una buena gestión de otras fuentes de ingreso como Ticketing e ingresos comerciales, que tuvieron un leve aumento el año 2018.

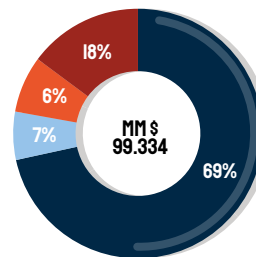
## DISTRIBUCIÓN TOTAL DE EGRESOS



DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS 2018



DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS 2017



Fuente: Memoria Clubes 2017 y 2018

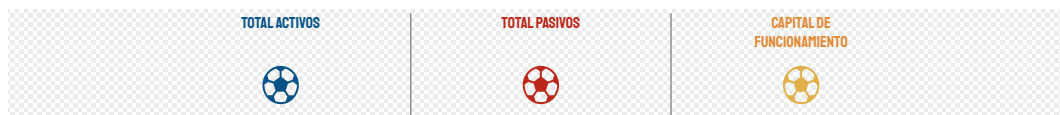
Si bien los Egresos aumentan un 12% durante 2018, el peso relativo por concepto no varía mucho respecto al periodo anterior, ya que la partida más relevante sigue enfocada en el fútbol profesional, la cual corresponde al pago de remuneraciones tanto de plantel y cuerpo técnico, transferencias y

amortización de pases de jugadores.

En cuanto al gasto en fútbol joven y Femenino, este registra una leve alza de 11% versus la temporada anterior, pero aún insuficiente dentro del peso relativo de la distribución de egresos.

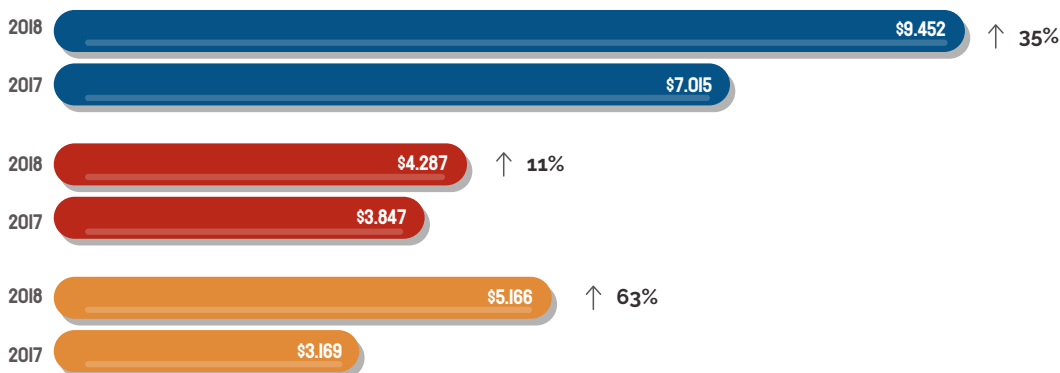
ANÁLISIS PRIMERA DIVISIÓN

BALANCE PRIMERA DIVISIÓN



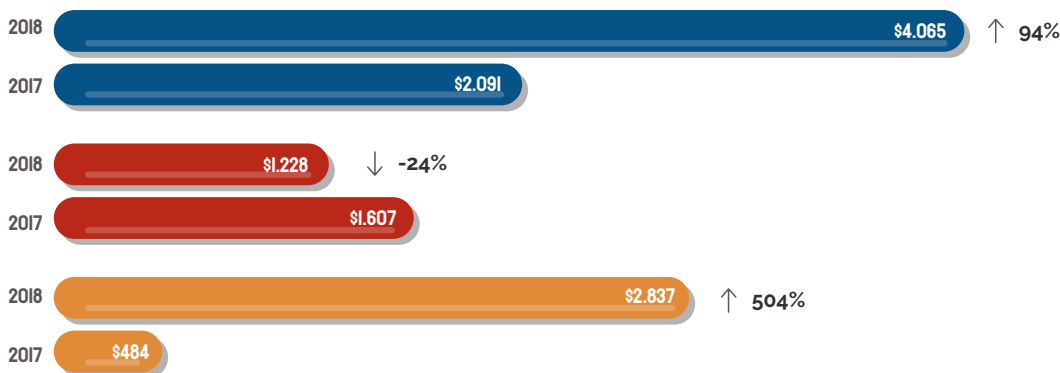
PROMEDIO ACTIVOS, PASIVOS Y CF

\*Valores en millones de pesos



PROMEDIO ACTIVOS, PASIVOS Y CF SIN CLUBES DE ALTA CONVOCATORIA

\*Valores en millones de pesos



Fuente: Memoria Clubes 2017 y 2018

En el gráfico anterior es posible observar el promedio de los principales indicadores económicos y balance de la División. Es posible inferir que desde el punto de vista de los Activos la división tuvo un año positivo, con una variación del 35% en comparación al periodo anterior, contrarrestando el efecto que pueda provocar en el capital de funcionamiento el aumento del 11% de los Pasivos.

Al analizar la División sin los tres clubes de alta convocatoria, es posible apreciar el crecimiento de un 94% en los activos, pero además una baja importante de 24% en los Pasivos, lo cual se traduce en una mejora significativa en el capital de funcionamiento, representando un promedio de patrimonio neto de casi \$3.000 millones para los 13 clubes que componen la Primera División.

El balance positivo es atribuido principalmente por la cesión de Derechos de Televisión efectuada en el 2018.



# RANKING DE INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS

\*Valores en millones de pesos

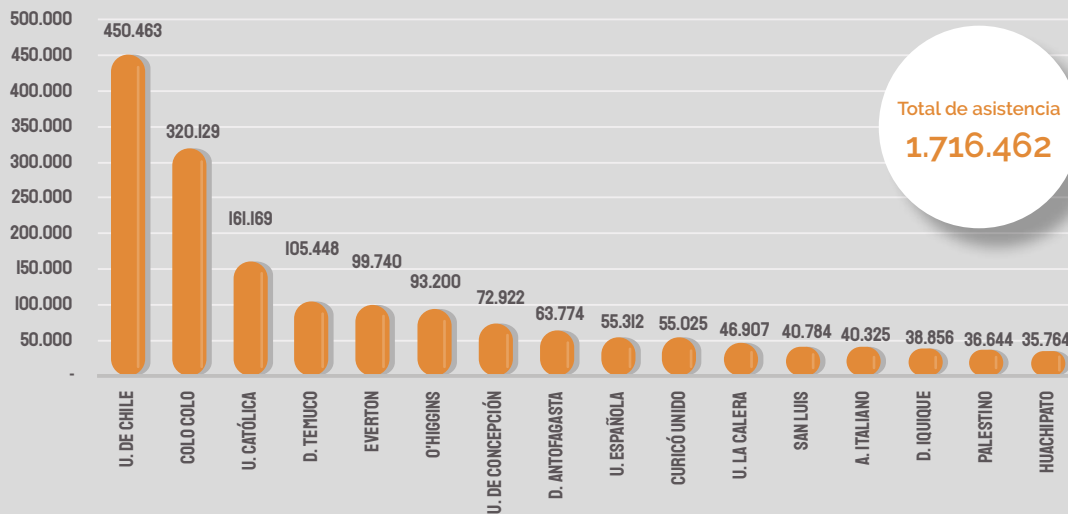




ANÁLISIS PRIMERA DIVISIÓN

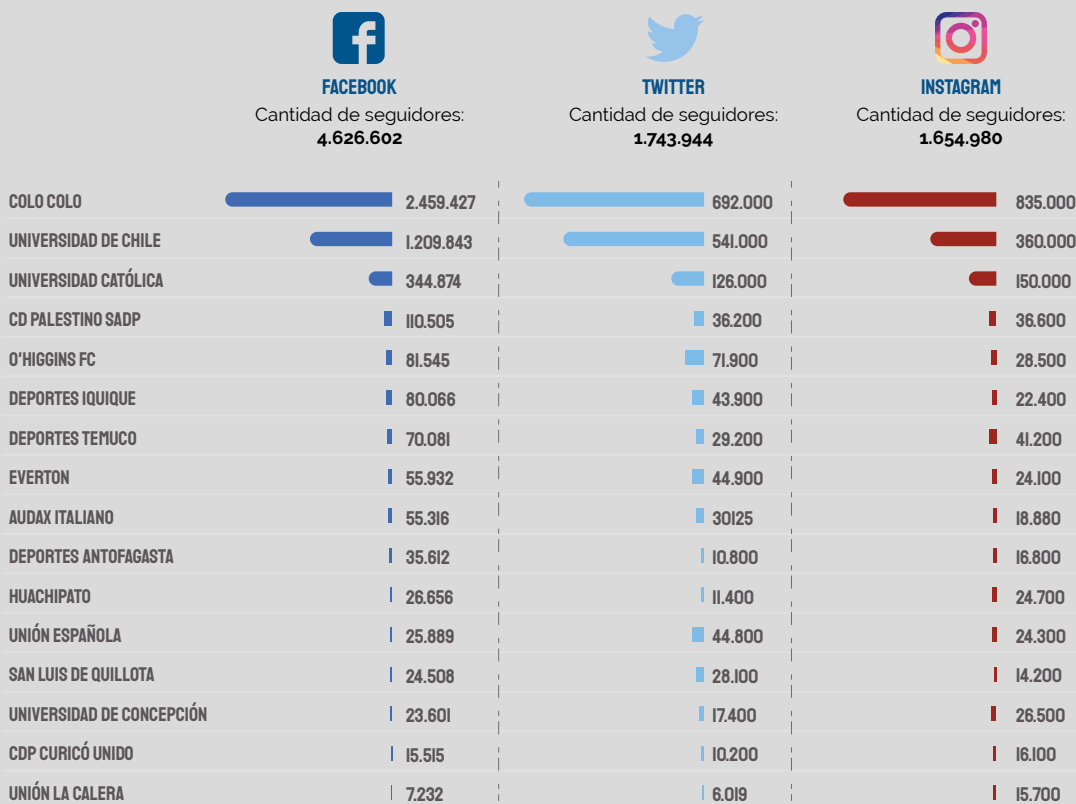
RANKING DE ASISTENCIA AL ESTADIO Y REDES SOCIALES

RANKING DE ASISTENCIA AL ESTADIO PRIMERA DIVISIÓN



Fuente: Estadio seguro años 2018 (campeonato nacional)

DISTRIBUCIÓN DE SEGUIDORES EN REDES SOCIALES PRIMERA DIVISIÓN



Fuente: Comunicaciones ANFP año 2017 y 2018

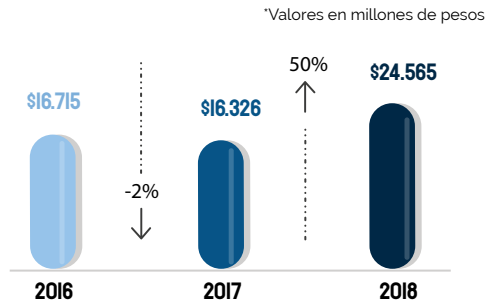
# I. COLO COLO



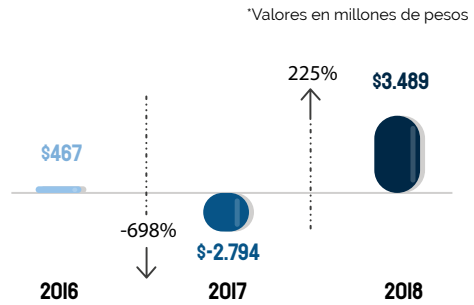
Fecha fundación: **19 de abril 1925** | Estadio: **Monumental David Arellano**  
 Capacidad Estadio: **47.347** | Marca Técnica: **Under Armour** | Sponsor: **MG Motors**

## INGRESOS DE ACTIVIDAD ORDINARIA Y RAI

### INGRESOS EXPLOTACIÓN



### RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI)



RAI 2018: No considera ingresos por cesión de derechos de televisión

## DISTRIBUCIÓN TOTAL DE INGRESOS ORDINARIOS Y EGRESOS 2018

### DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



### DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS

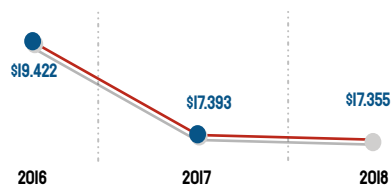


## SEGUIDORES EN REDES SOCIALES

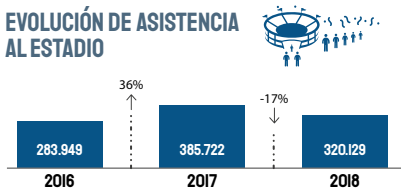


## CAPITAL DE FUNCIONAMIENTO (PATRIMONIO NETO) ACTIVO - PASIVO

(valores en millones de pesos)



## EVOLUCIÓN DE ASISTENCIA AL ESTADIO



## 2. UNIVERSIDAD DE CHILE

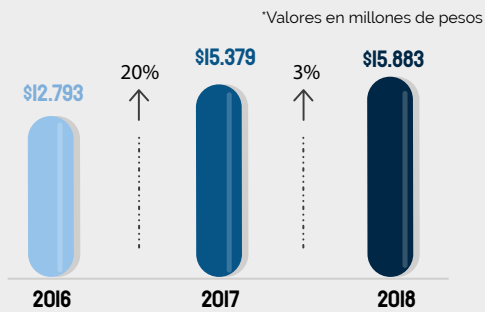


Fecha fundación: **24 de mayo 1927** | Estadio: **Estadio Nacional**

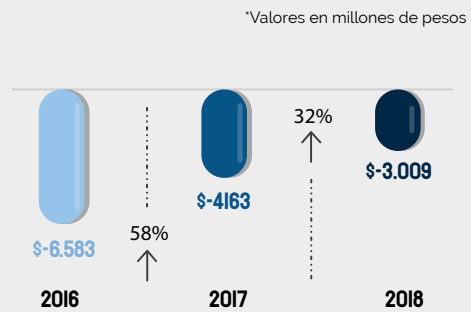
Capacidad Estadio: **48.665** | Marca Técnica: **Adidas** | Sponsor: **Chevrolet**

### INGRESOS DE ACTIVIDAD ORDINARIA Y RAI

#### INGRESOS EXPLOTACIÓN



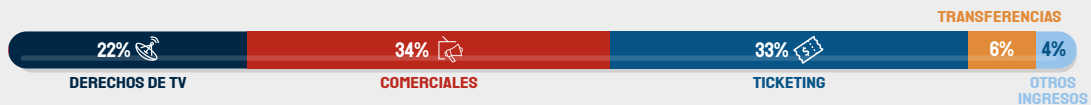
#### RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI)



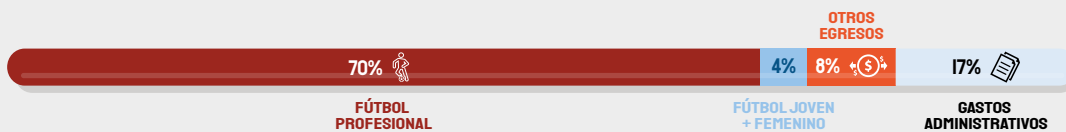
RAI 2018: No considera ingresos por cesión de derechos de televisión

### DISTRIBUCIÓN TOTAL DE INGRESOS ORDINARIOS Y EGRESOS 2018

#### DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



#### DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS

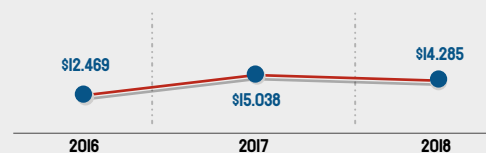


### SEGUIDORES EN REDES SOCIALES

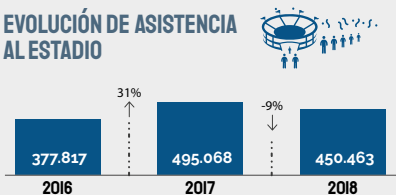


### CAPITAL DE FUNCIONAMIENTO (PATRIMONIO NETO) ACTIVO - PASIVO

(valores en millones de pesos)



### EVOLUCIÓN DE ASISTENCIA AL ESTADIO



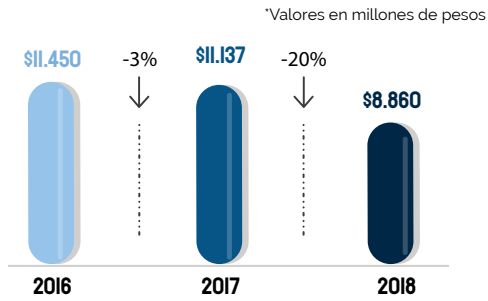
### 3. UNIVERSIDAD CATOLICA



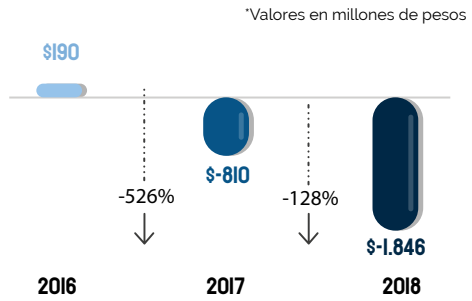
Fecha fundación: 19 de abril 1937 | Estadio: San Carlos de Apoquindo  
 Capacidad Estadio: 14.118 | Marca Técnica: Umbro | Sponsor: DIRECTV

#### INGRESOS DE ACTIVIDAD ORDINARIA Y RAI

##### INGRESOS EXPLOTACIÓN



##### RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI)



RAI 2018: No considera ingresos por cesión de derechos de televisión

#### DISTRIBUCIÓN TOTAL DE INGRESOS ORDINARIOS Y EGRESOS 2018

##### DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



##### DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS

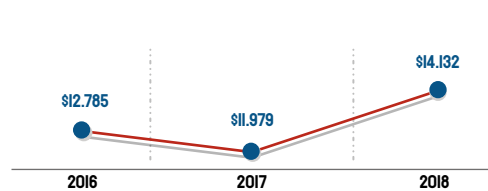


#### SEGUIDORES EN REDES SOCIALES

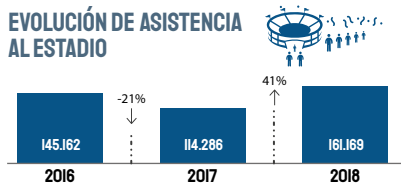


#### CAPITAL DE FUNCIONAMIENTO (PATRIMONIO NETO) ACTIVO - PASIVO

(valores en millones de pesos)



#### EVOLUCIÓN DE ASISTENCIA AL ESTADIO



## 4. UNIÓN ESPAÑOLA



Fecha fundación:  
**18 de mayo 1897**

Estadio:  
**Santa Laura - SEK**

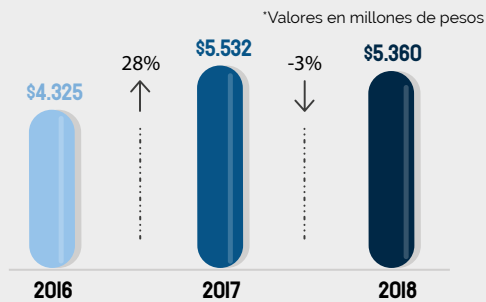
Capacidad Estadio:  
**19.000**

Marca Técnica:  
**Kappa**

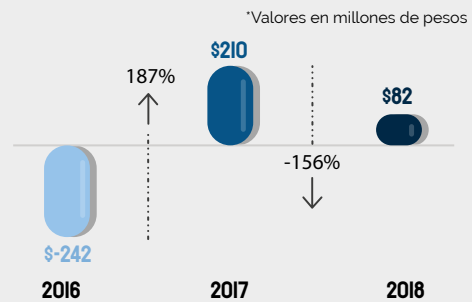
Sponsor:  
**Universidad SEK**

### INGRESOS DE ACTIVIDAD ORDINARIA Y RAI

#### INGRESOS EXPLOTACIÓN



#### RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI)



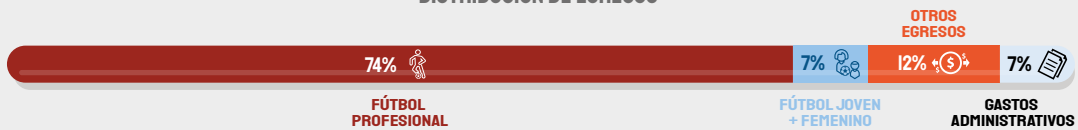
RAI 2018: No considera ingresos por cesión de derechos de televisión

### DISTRIBUCIÓN TOTAL DE INGRESOS ORDINARIOS Y EGRESOS 2018

#### DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



#### DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS

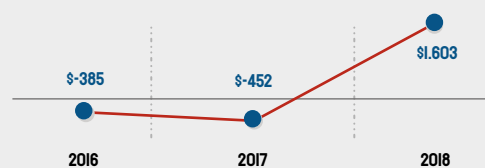


### SEGUIDORES EN REDES SOCIALES

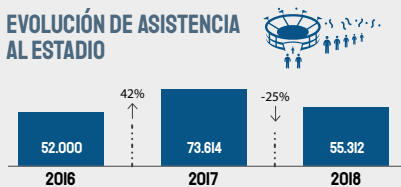


### CAPITAL DE FUNCIONAMIENTO (PATRIMONIO NETO) ACTIVO - PASIVO

(valores en millones de pesos)



### EVOLUCIÓN DE ASISTENCIA AL ESTADIO





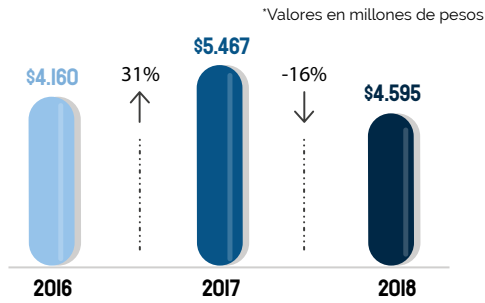
## 5. AUDAX ITALIANO



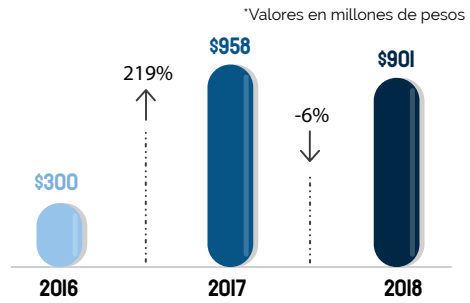
Fecha fundación: **30 de nov. 1930** | Estadio: **Bicentenario La Florida**  
 Capacidad Estadio: **12.000** | Marca Técnica: **Macron** | Sponsor: **Traverso**

### INGRESOS DE ACTIVIDAD ORDINARIA Y RAI

#### INGRESOS EXPLOTACIÓN



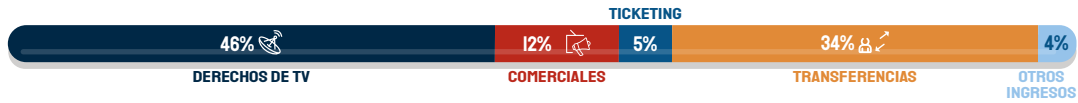
#### RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI)



RAI 2018: No considera ingresos por cesión de derechos de televisión

### DISTRIBUCIÓN TOTAL DE INGRESOS ORDINARIOS Y EGRESOS 2018

#### DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



#### DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS

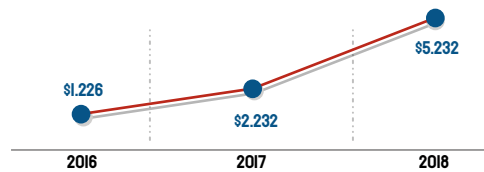


### SEGUIDORES EN REDES SOCIALES

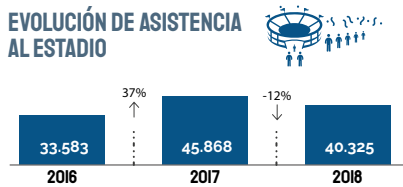


### CAPITAL DE FUNCIONAMIENTO (PATRIMONIO NETO) ACTIVO - PASIVO

(valores en millones de pesos)



### EVOLUCIÓN DE ASISTENCIA AL ESTADIO



## 6. HUACHIPATO



Fecha fundación:  
**7 de junio 1947**

Estadio:  
**Huachipato CAP-Acerero**

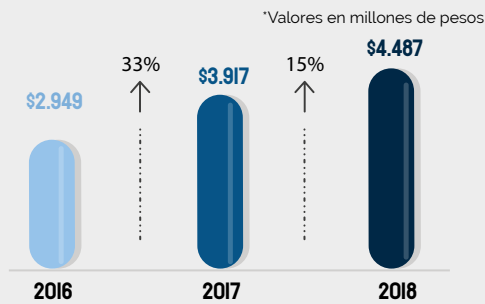
Capacidad Estadio:  
**10.032**

Marca Técnica:  
**Mitre**

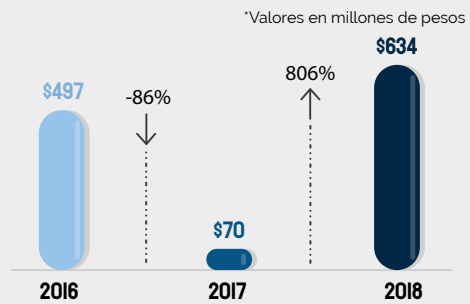
Sponsor:  
**Productos Fernandez**

### INGRESOS DE ACTIVIDAD ORDINARIA Y RAI

#### INGRESOS EXPLOTACIÓN



#### RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI)



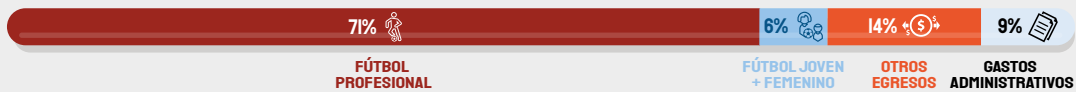
RAI 2018: No considera ingresos por cesión de derechos de televisión

### DISTRIBUCIÓN TOTAL DE INGRESOS ORDINARIOS Y EGRESOS 2018

#### DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



#### DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS

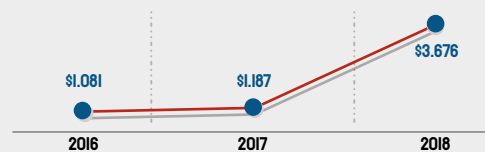


### SEGUIDORES EN REDES SOCIALES

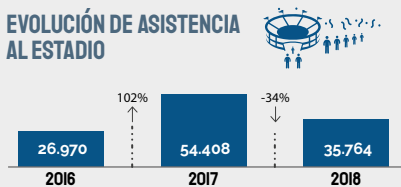


### CAPITAL DE FUNCIONAMIENTO (PATRIMONIO NETO) ACTIVO - PASIVO

(valores en millones de pesos)



### EVOLUCIÓN DE ASISTENCIA AL ESTADIO



## 7. PALESTINO



Fecha fundación:  
**20 de agosto 1920**

Estadio:  
**Municipal de la Cisterna**

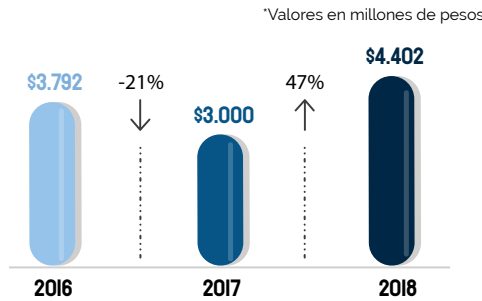
Capacidad Estadio:  
**8.000**

Marca Técnica:  
**Capelli**

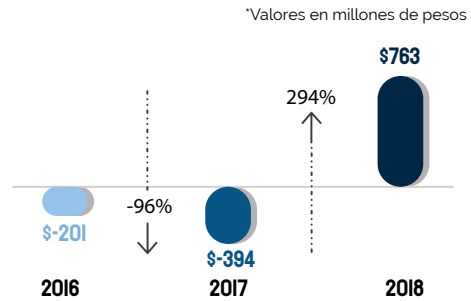
Sponsor:  
**Bank of Palestine**

### INGRESOS DE ACTIVIDAD ORDINARIA Y RAI

#### INGRESOS EXPLOTACIÓN



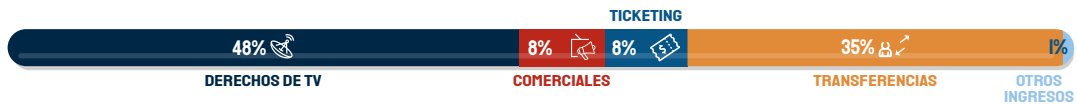
#### RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI)



RAI 2018: No considera ingresos por cesión de derechos de televisión

### DISTRIBUCIÓN TOTAL DE INGRESOS ORDINARIOS Y EGRESOS 2018

#### DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



#### DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS

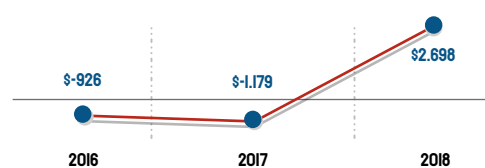


### SEGUIDORES EN REDES SOCIALES

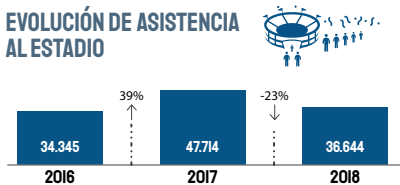


### CAPITAL DE FUNCIONAMIENTO (PATRIMONIO NETO) ACTIVO - PASIVO

(valores en millones de pesos)



### EVOLUCIÓN DE ASISTENCIA AL ESTADIO



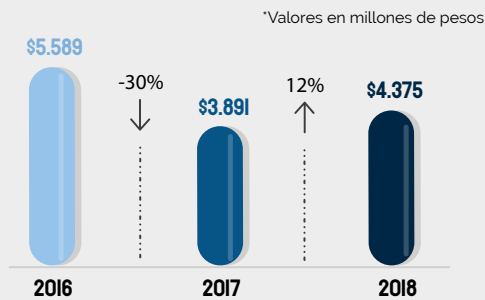
## 8. O'HIGGINS



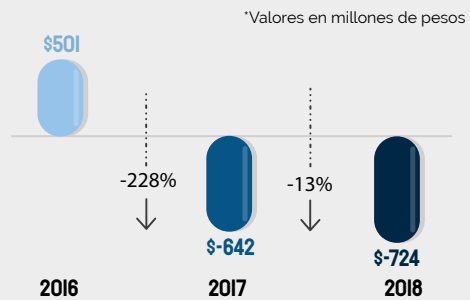
Fecha fundación: **7 de abril 1955** | Estadio: **El Teniente de Rancagua**  
 Capacidad Estadio: **15.600** | Marca Técnica: **Adidas** | Sponsor: **VTR**

### INGRESOS DE ACTIVIDAD ORDINARIA Y RAI

#### INGRESOS EXPLOTACIÓN



#### RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI)



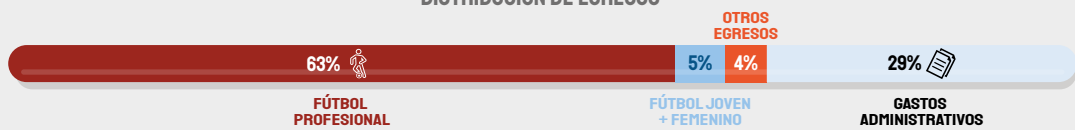
RAI 2018: No considera ingresos por cesión de derechos de televisión

### DISTRIBUCIÓN TOTAL DE INGRESOS ORDINARIOS Y EGRESOS 2018

#### DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



#### DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS

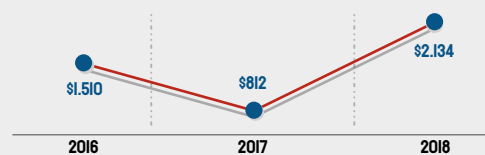


### SEGUIDORES EN REDES SOCIALES

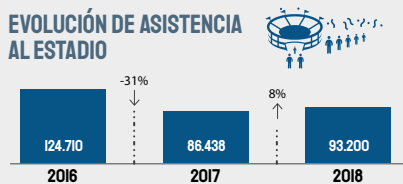


### CAPITAL DE FUNCIONAMIENTO (PATRIMONIO NETO) ACTIVO - PASIVO

(valores en millones de pesos)



### EVOLUCIÓN DE ASISTENCIA AL ESTADIO



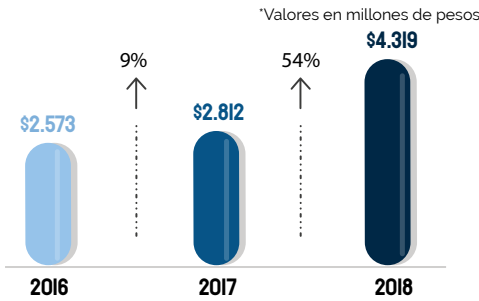
# 9. DEPORTES ANTOFAGASTA



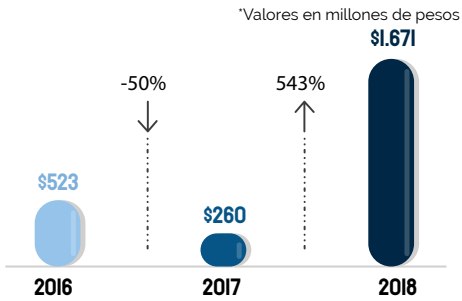
Fecha fundación: 14 de mayo 1966 | Estadio: Calvo y Bascuñán  
 Capacidad Estadio: 21.178 | Marca Técnica: Cafu | Sponsor: Minera Escondida

## INGRESOS DE ACTIVIDAD ORDINARIA Y RAI

### INGRESOS EXPLOTACIÓN



### RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI)



RAI 2018: No considera ingresos por cesión de derechos de televisión

## DISTRIBUCIÓN TOTAL DE INGRESOS ORDINARIOS Y EGRESOS 2018

### DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



### DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS

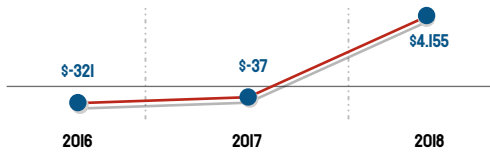


## SEGUIDORES EN REDES SOCIALES

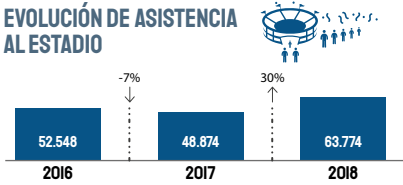


## CAPITAL DE FUNCIONAMIENTO (PATRIMONIO NETO) ACTIVO - PASIVO

(valores en millones de pesos)



## EVOLUCIÓN DE ASISTENCIA AL ESTADIO





## 10. UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN



Fecha fundación:  
**8 de agosto 1994**

Estadio:  
**Ester Roa**

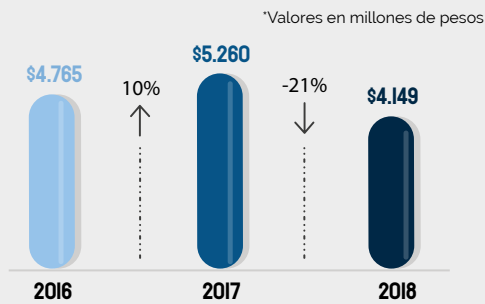
Capacidad Estadio:  
**30.448**

Marca Técnica:  
**KS7**

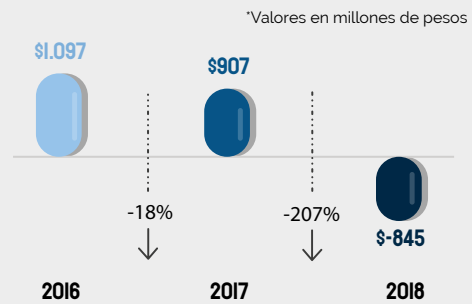
Sponsor:  
**Salazar Israel**

### INGRESOS DE ACTIVIDAD ORDINARIA Y RAI

#### INGRESOS EXPLOTACIÓN



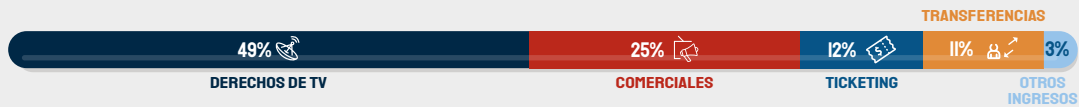
#### RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI)



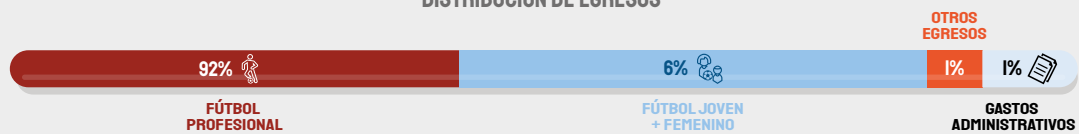
RAI 2018: No considera ingresos por cesión de derechos de televisión

### DISTRIBUCIÓN TOTAL DE INGRESOS ORDINARIOS Y EGRESOS 2018

#### DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



#### DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS



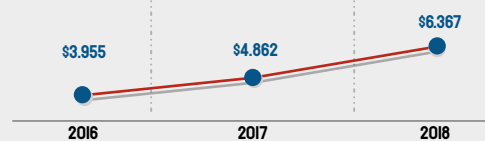
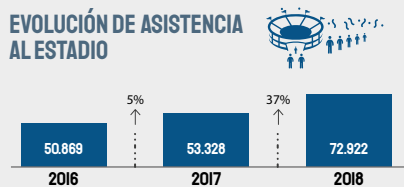
### SEGUIDORES EN REDES SOCIALES



### CAPITAL DE FUNCIONAMIENTO (PATRIMONIO NETO) ACTIVO - PASIVO

(valores en millones de pesos)

### EVOLUCIÓN DE ASISTENCIA AL ESTADIO



## II. UNIÓN LA CALERA

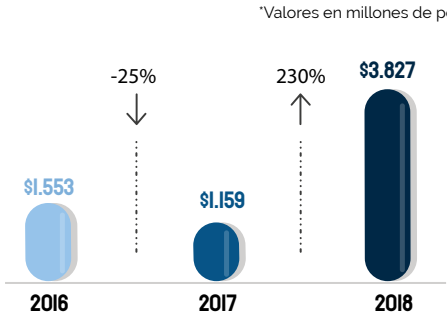


Fecha fundación: **26 de enero 1954** | Estadio: **Nicolas Chahuán**

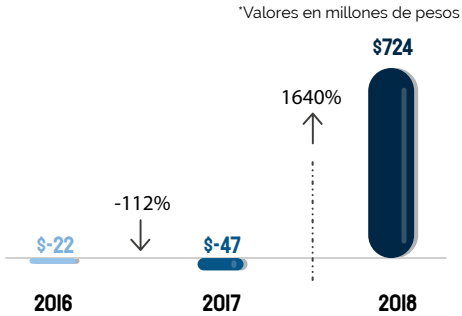
Capacidad Estadio: **10.000** | Marca Técnica: **KS7** | Sponsor: **Productos Fernandez**

### INGRESOS DE ACTIVIDAD ORDINARIA Y RAI

#### INGRESOS EXPLOTACIÓN



#### RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI)



RAI 2018: No considera ingresos por cesión de derechos de televisión

### DISTRIBUCIÓN TOTAL DE INGRESOS ORDINARIOS Y EGRESOS 2018

#### DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



#### DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS



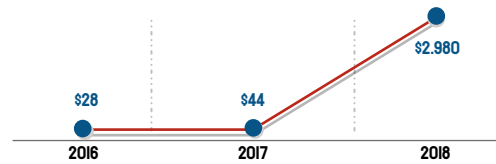
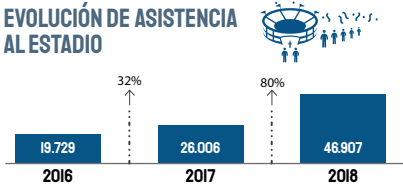
### SEGUIDORES EN REDES SOCIALES



### CAPITAL DE FUNCIONAMIENTO (PATRIMONIO NETO) ACTIVO - PASIVO

(valores en millones de pesos)

### EVOLUCIÓN DE ASISTENCIA AL ESTADIO



## 12. DEPORTES TEMUCO

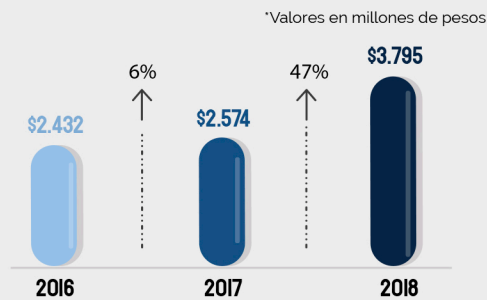


Fecha fundación: **27 de junio 1916** | Estadio: **Bicentenario Germán Becker**

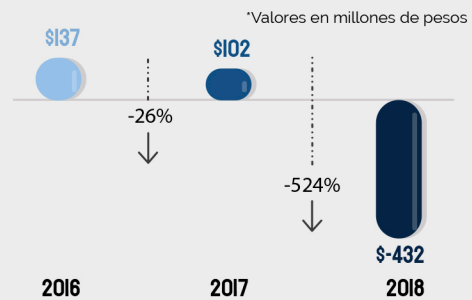
Capacidad Estadio: **18.413** | Marca Técnica: **Capelli** | Sponsor: **Rosen**

### INGRESOS DE ACTIVIDAD ORDINARIA Y RAI

#### INGRESOS EXPLOTACIÓN



#### RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI)



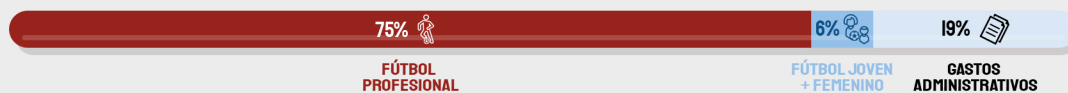
RAI 2018: No considera ingresos por cesión de derechos de televisión

### DISTRIBUCIÓN TOTAL DE INGRESOS ORDINARIOS Y EGRESOS 2018

#### DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



#### DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS

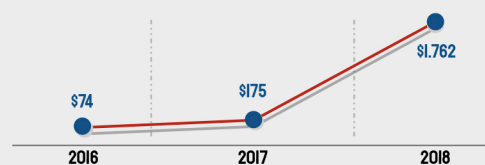


### SEGUIDORES EN REDES SOCIALES

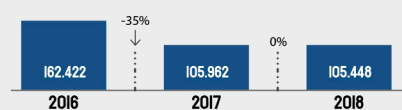


### CAPITAL DE FUNCIONAMIENTO (PATRIMONIO NETO) ACTIVO - PASIVO

(valores en millones de pesos)



### EVOLUCIÓN DE ASISTENCIA AL ESTADIO



### 13. EVERTON

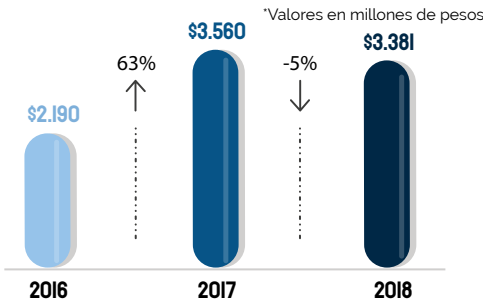


Fecha fundación: 24 de junio 1909 | Estadio: Sausalito

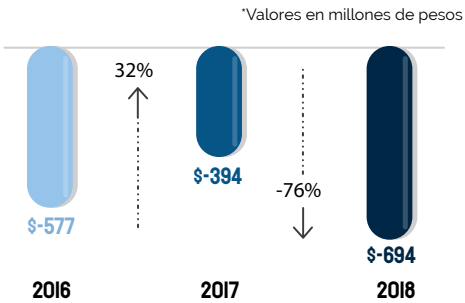
Capacidad Estadio: 23.423 | Marca Técnica: Pirma | Sponsor: CLARO

#### INGRESOS DE ACTIVIDAD ORDINARIA Y RAI

##### INGRESOS EXPLOTACIÓN



##### RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI)



RAI 2018: No considera ingresos por cesión de derechos de televisión

#### DISTRIBUCIÓN TOTAL DE INGRESOS ORDINARIOS Y EGRESOS 2018

##### DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



##### DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS

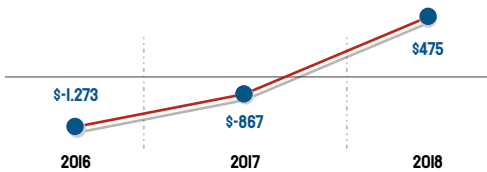


#### SEGUIDORES EN REDES SOCIALES

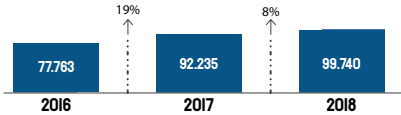


#### CAPITAL DE FUNCIONAMIENTO (PATRIMONIO NETO) ACTIVO - PASIVO

(valores en millones de pesos)



#### EVOLUCIÓN DE ASISTENCIA AL ESTADIO



## 14. SAN LUIS DE QUILLOTA



Fecha fundación:  
**8 de dic. 1919**

Estadio:  
**Municipal Lucio Fariña**

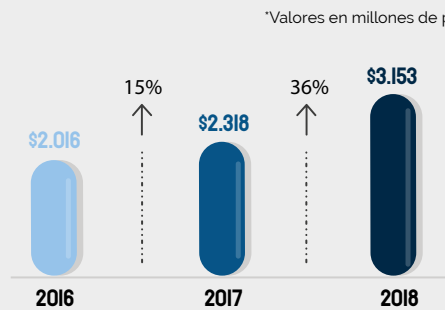
Capacidad Estadio:  
**7.680**

Marca Técnica:  
**Capelli**

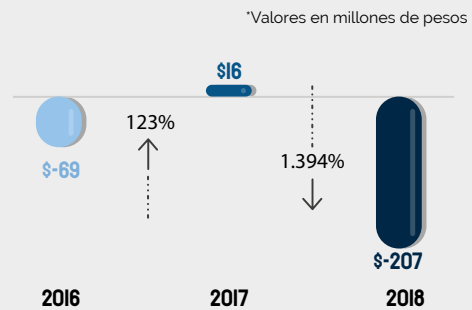
Sponsor:  
**Productos Fernandez**

### INGRESOS DE ACTIVIDAD ORDINARIA Y RAI

#### INGRESOS EXPLOTACIÓN



#### RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI)



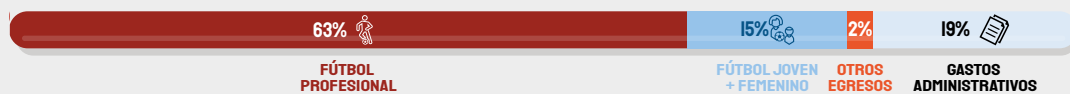
RAI 2018: No considera ingresos por cesión de derechos de televisión

### DISTRIBUCIÓN TOTAL DE INGRESOS ORDINARIOS Y EGRESOS 2018

#### DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



#### DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS

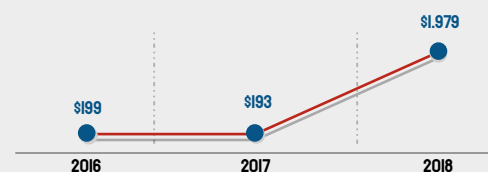


### SEGUIDORES EN REDES SOCIALES

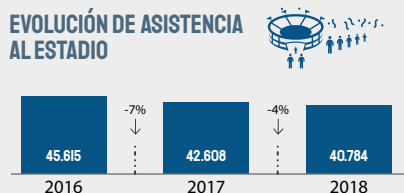


### CAPITAL DE FUNCIONAMIENTO (PATRIMONIO NETO) ACTIVO - PASIVO

(valores en millones de pesos)



### EVOLUCIÓN DE ASISTENCIA AL ESTADIO



# 15. DEPORTES IQUIQUE

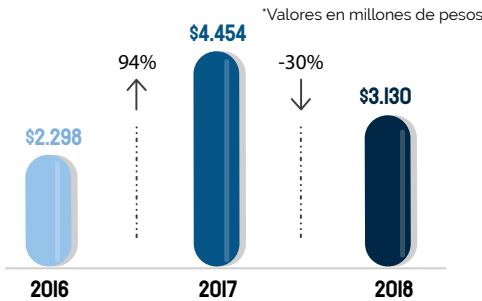


Fecha fundación: **21 de mayo 1978** | Estadio: **Tierra de Campeones**

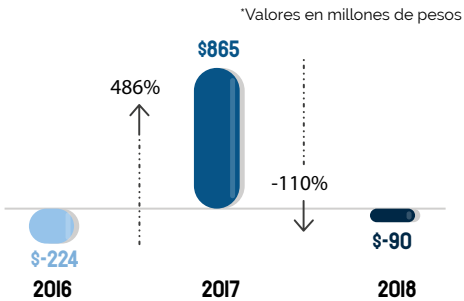
Capacidad Estadio: **12.000** | Marca Técnica: **Rete** | Sponsor: **UNAP**

## INGRESOS DE ACTIVIDAD ORDINARIA Y RAI

### INGRESOS EXPLOTACIÓN



### RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI)



RAI 2018: No considera ingresos por cesión de derechos de televisión

## DISTRIBUCIÓN TOTAL DE INGRESOS ORDINARIOS Y EGRESOS 2018

### DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



### DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS

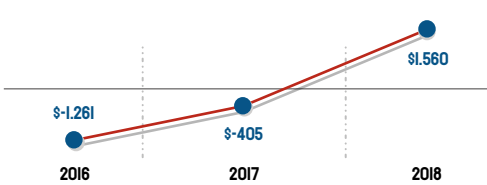


## SEGUIDORES EN REDES SOCIALES

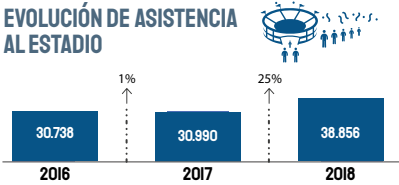


## CAPITAL DE FUNCIONAMIENTO (PATRIMONIO NETO) ACTIVO - PASIVO

(valores en millones de pesos)



## EVOLUCIÓN DE ASISTENCIA AL ESTADIO





## 16. CURICÓ UNIDO

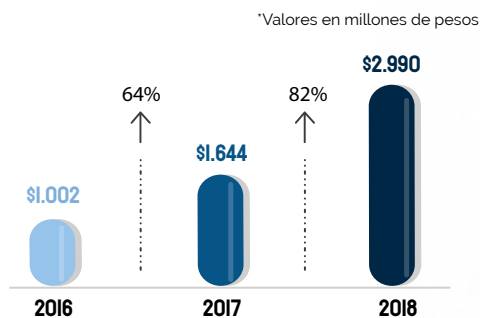


Fecha fundación: **26 de febrero 1973** | Estadio: **La Granja**

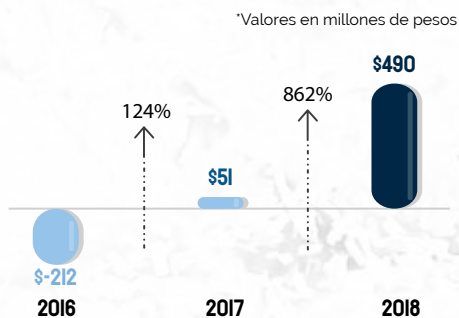
Capacidad Estadio: **8.278** | Marca Técnica: **OneFit** | Sponsor: **Multihogar**

### INGRESOS DE ACTIVIDAD ORDINARIA Y RAI

#### INGRESOS EXPLOTACIÓN



#### RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI)



RAI 2018: No considera ingresos por cesión de derechos de televisión

### DISTRIBUCIÓN TOTAL DE INGRESOS ORDINARIOS Y EGRESOS 2018

#### DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



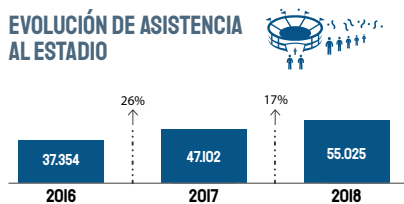
#### DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS



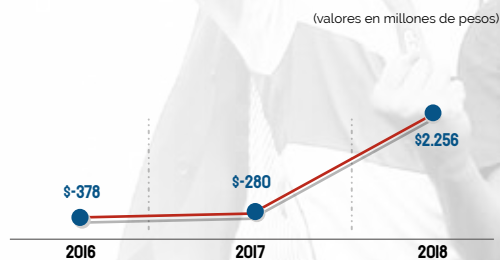
### SEGUIDORES EN REDES SOCIALES



### EVOLUCIÓN DE ASISTENCIA AL ESTADIO

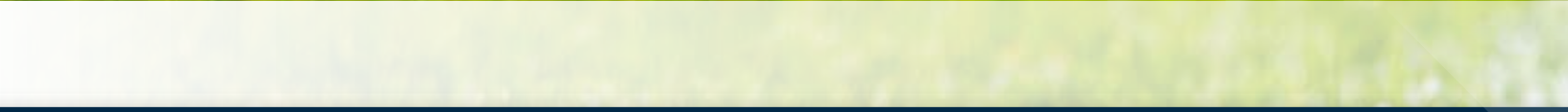


### CAPITAL DE FUNCIONAMIENTO (PATRIMONIO NETO) ACTIVO - PASIVO











★ PRIMERA B ★

ANÁLISIS PRIMERA B

INGRESOS ORDINARIOS Y RAI



PRIMERA B TOTAL

\*Valores en millones de pesos



Fuente: Memoria clubes 2016 a 2018

Los Ingresos de Actividades Ordinarias durante el año 2018 presentan un alza, al igual que el periodo anterior que marcó una evolución de 3%. Durante esta temporada se ve una importante variación de 32%, superando la barrera de los \$20.000 millones, cifra nunca antes vista en la categoría. Esto se sustenta en los buenos resultados obtenidos por Coquimbo Unido, Santiago Wanderers y Cobreloa.

El resultado antes de impuesto (RAI) mantiene su tendencia a la pérdida luego de registrar una leve

mejora en el periodo 2017, la cual se ve mermada considerablemente durante el año 2018, registrando pérdidas que triplican el periodo anterior, provocado principalmente por el alto costo de plantel profesional que alcanzó un 45% de alza en comparación a la temporada anterior.

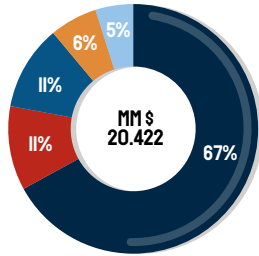
Es importante mencionar que los valores utilizados en la gráfica en relación al RAI, excluyen del todo a los ingresos generados por la cesión de derechos de televisión.



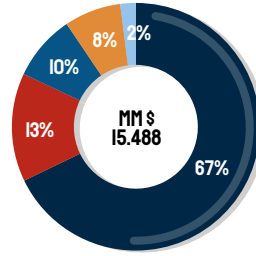
## DISTRIBUCIÓN TOTAL DE LOS INGRESOS ORDINARIOS



DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS 2018



DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS 2017



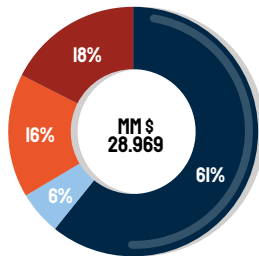
Durante el año 2018 la División logró incrementar un 32% sus Ingresos Ordinarios en relación al 2017. Al detenernos en la distribución de los ingresos, es posible observar un alza en la partida de ticketing, sustentado en los buenos resultados deportivos obtenidos por Coquimbo Unido, Santiago Wanderers y Cobreloa.

Otra partida que sufrió variación es la de otros ingresos, la cual tuvo un aumento de 3 puntos porcentuales en comparación al periodo anterior, esta corresponde principalmente a ingresos obtenidos por participación en torneos internacionales (Copa Sudamericana).

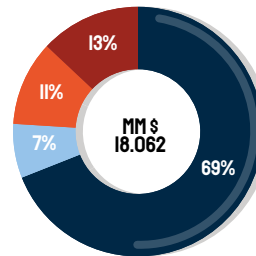
## DISTRIBUCIÓN TOTAL DE EGRESOS



DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS 2018



DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS 2017



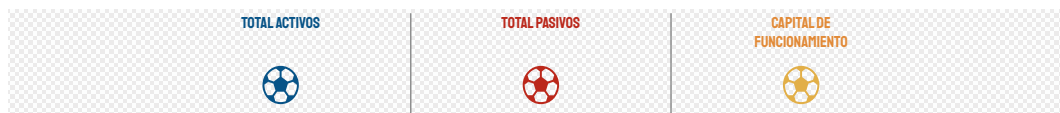
Fuente: Memoria Clubes 2017 y 2018

A simple vista los egresos de la Primera B aumentaron de forma importante, generando desembolsos por \$28.969 Millones, un 60% sobre el año 2017, destacando un cambio en el peso relativo de las cuentas, principalmente en la partida de Fútbol profesional, que disminuyó en 8 puntos porcentuales, este concepto agrupa los gastos de remuneraciones y otras asignaciones del plantel y cuerpo técnico, préstamos, comisiones y amortización de pases de jugadores.

En busca de la profesionalización de la industria es destacable el aumento en 5 puntos porcentuales en el ítem de gastos administrativos, dando la señal que los clubes buscan incorporar elementos que aporten en el buen desarrollo organizacional del fútbol chileno.

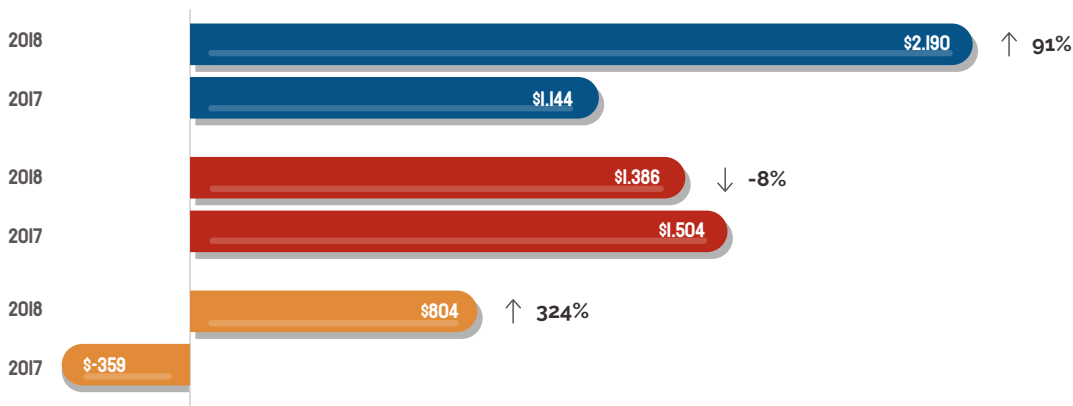
ANÁLISIS PRIMERA B

BALANCE PRIMERA B



PROMEDIO ACTIVOS, PASIVOS Y CF

\*Valores en millones de pesos



Fuente: Memoria Clubes 2017 y 2018

En la gráfica es posible apreciar el promedio de los principales indicadores económicos y balance de la División. A grandes rasgos es posible inferir que desde el punto de vista de Activos, la división tuvo un año positivo con una variación del 91%. Dichos aumento es atribuidos principalmente a la cesión de Derechos de Televisión.

Es importante destacar la disminución de los Pasivos en la categoría, ya que si bien no es una amplia

diferencia, es la única división que refleja un esfuerzo en depender cada vez menos del financiamiento a través de terceros.

Si nos centramos en el capital de funcionamiento, podemos apreciar que los clubes que componen esta categoría, han logrado revertir el resultado negativo de este indicador, siendo capaces de tener un promedio sobre los \$804 millones.

# RANKING DE INGRESOS ACTIVIDADES ORDINARIAS

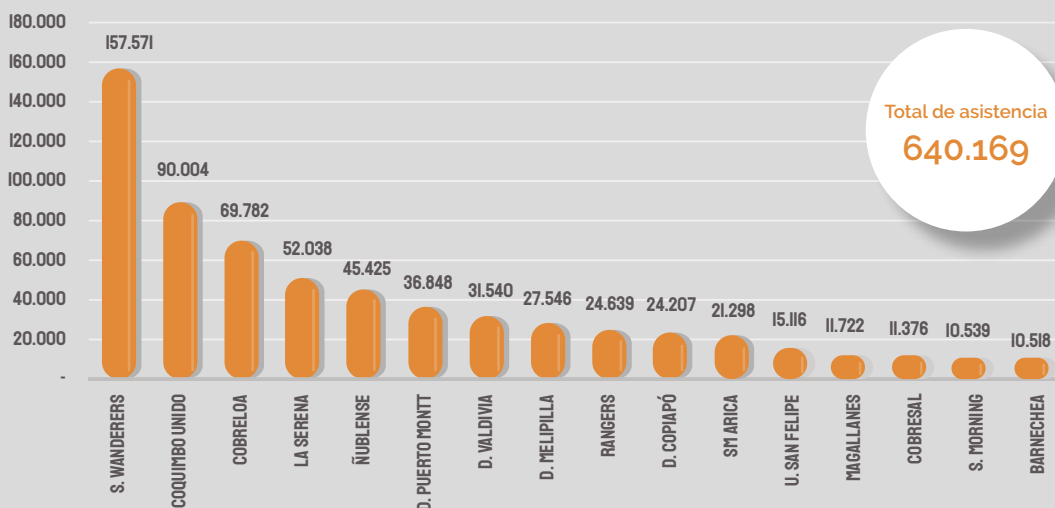
\*Valores en millones de pesos



ANÁLISIS PRIMERA B

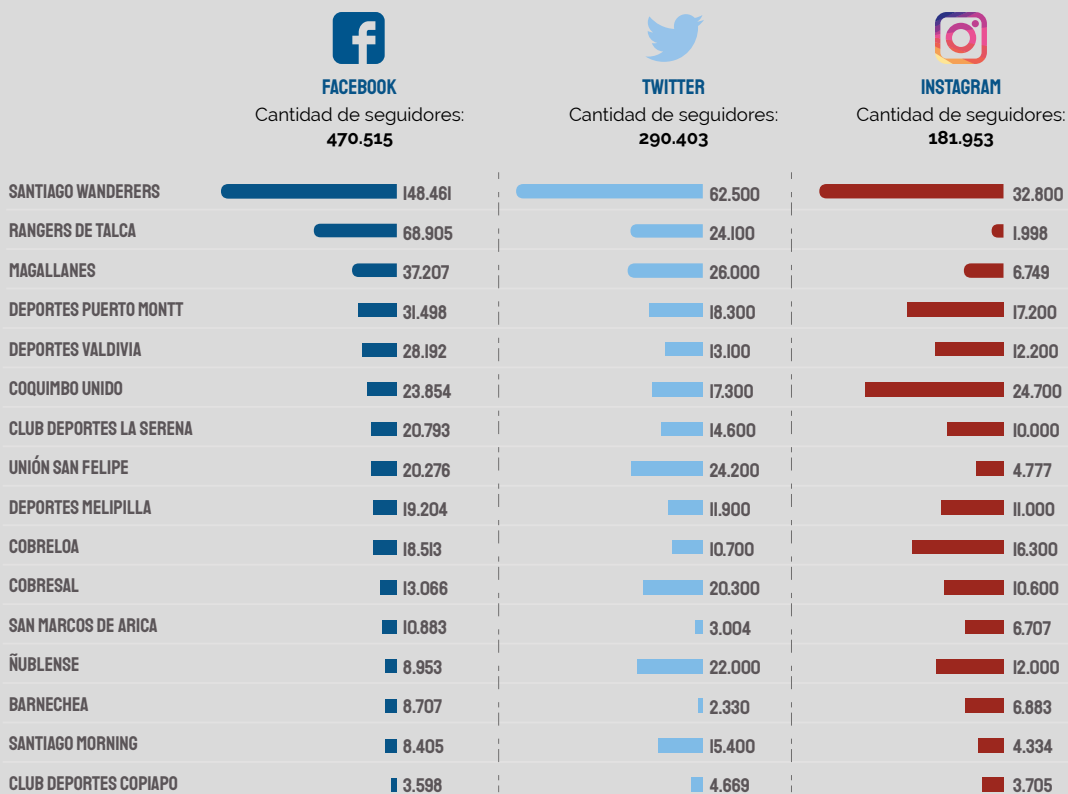
RANKING DE ASISTENCIA AL ESTADIO Y REDES SOCIALES

RANKING DE ASISTENCIA AL ESTADIO PRIMERA B



Fuente: Estadio seguro años 2018 (campeonato nacional)

DISTRIBUCIÓN DE SEGUIDORES EN REDES SOCIALES PRIMERA B



Fuente: Comunicaciones ANFP año 2017 y 2018

# I. SANTIAGO WANDERERS

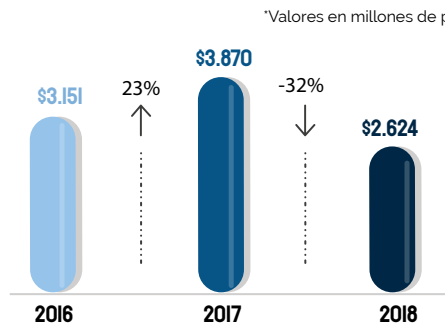


Fecha fundación: **15 de agosto 1892** | Estadio: **Elías Figueroa Brander**

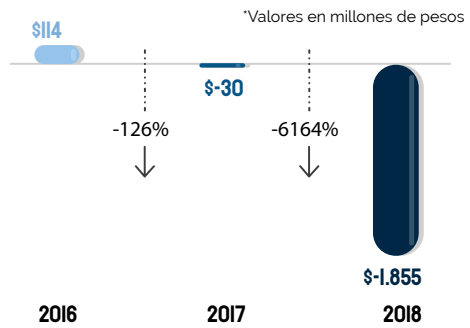
Capacidad Estadio: **20.575** | Marca Técnica: **Macron** | Sponsor: **TPS**

## INGRESOS DE ACTIVIDAD ORDINARIA Y RAI

### INGRESOS EXPLOTACIÓN



### RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI)



RAI 2018: No considera ingresos por cesión de derechos de televisión

## DISTRIBUCIÓN TOTAL DE INGRESOS ORDINARIOS Y EGRESOS 2018

### DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



### DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS

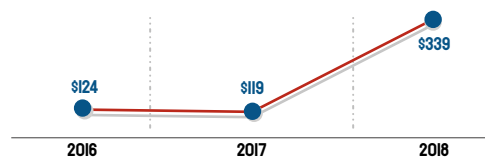


## SEGUIDORES EN REDES SOCIALES

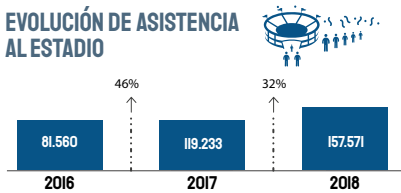


## CAPITAL DE FUNCIONAMIENTO (PATRIMONIO NETO) ACTIVO - PASIVO

(valores en millones de pesos)



## EVOLUCIÓN DE ASISTENCIA AL ESTADIO





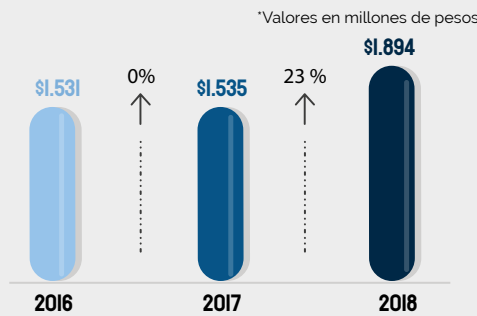
## 2. COBRELOA



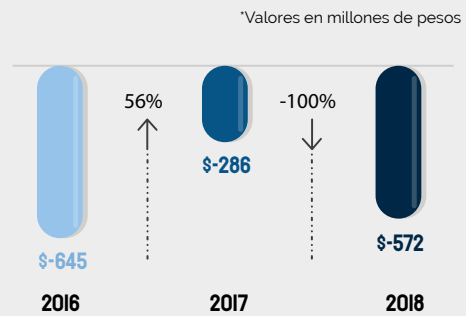
Fecha fundación: **7 de enero 1977** | Estadio: **Zorros del desierto**  
 Capacidad Estadio: **13.000** | Marca Técnica: **Macron** | Sponsor: **Finning - CAT**

### INGRESOS DE ACTIVIDAD ORDINARIA Y RAI

#### INGRESOS EXPLOTACIÓN



#### RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI)



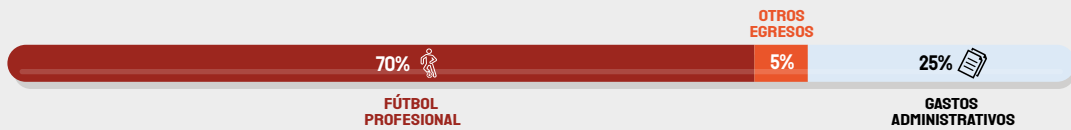
RAI 2018: No considera ingresos por cesión de derechos de televisión

### DISTRIBUCIÓN TOTAL DE INGRESOS ORDINARIOS Y EGRESOS 2018

#### DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



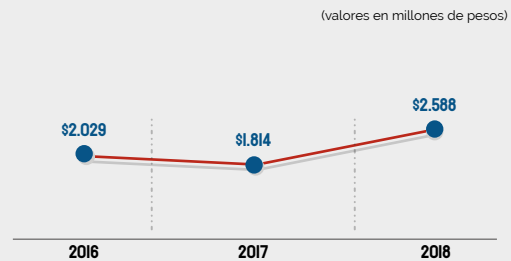
#### DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS



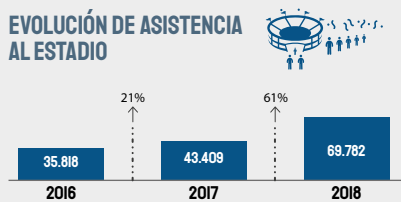
### SEGUIDORES EN REDES SOCIALES



### CAPITAL DE FUNCIONAMIENTO (PATRIMONIO NETO) ACTIVO - PASIVO



### EVOLUCIÓN DE ASISTENCIA AL ESTADIO



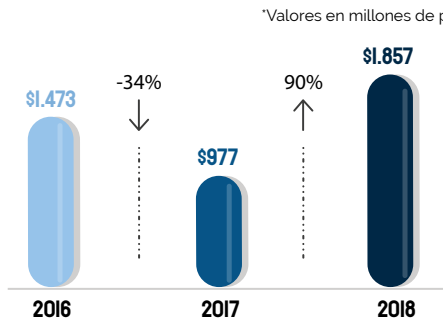
### 3. COQUIMBO UNIDO



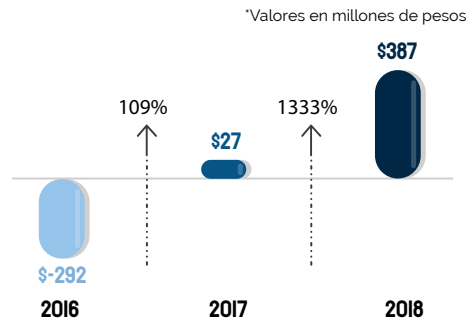
Fecha fundación: **30 de agosto 1938** | Estadio: **Francisco Sanchez Rumoroso**  
 Capacidad Estadio: **18.750** | Marca Técnica: **Cafu** | Sponsor: **TPC**

#### INGRESOS DE ACTIVIDAD ORDINARIA Y RAI

##### INGRESOS EXPLOTACIÓN



##### RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI)



RAI 2018: No considera ingresos por cesión de derechos de televisión

#### DISTRIBUCIÓN TOTAL DE INGRESOS ORDINARIOS Y EGRESOS 2018

##### DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



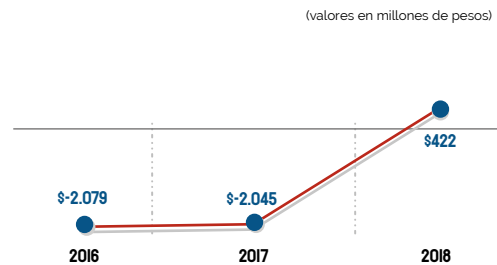
##### DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS



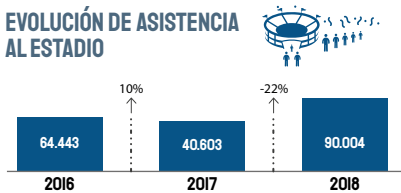
#### SEGUIDORES EN REDES SOCIALES



#### CAPITAL DE FUNCIONAMIENTO (PATRIMONIO NETO) ACTIVO - PASIVO



#### EVOLUCIÓN DE ASISTENCIA AL ESTADIO



## 4. ÑUBLENSE

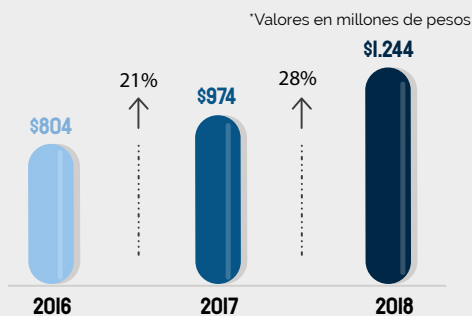


Fecha fundación: **20 de agosto 1926** | Estadio: **Municipal Nelson Oyarzún**

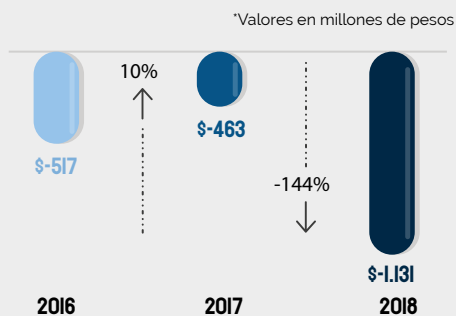
Capacidad Estadio: **12.000** | Marca Técnica: **Joma** | Sponsor: **IANSA**

### INGRESOS DE ACTIVIDAD ORDINARIA Y RAI

#### INGRESOS EXPLOTACIÓN



#### RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI)



RAI 2018: No considera ingresos por cesión de derechos de televisión

### DISTRIBUCIÓN TOTAL DE INGRESOS ORDINARIOS Y EGRESOS 2018

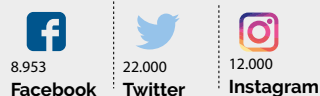
#### DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



#### DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS



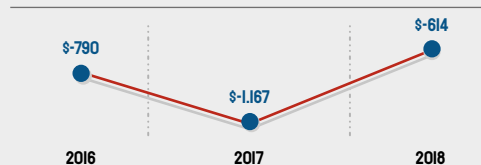
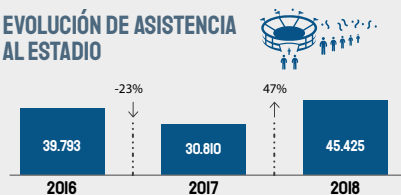
### SEGUIDORES EN REDES SOCIALES



### CAPITAL DE FUNCIONAMIENTO (PATRIMONIO NETO) ACTIVO - PASIVO

(valores en millones de pesos)

### EVOLUCIÓN DE ASISTENCIA AL ESTADIO



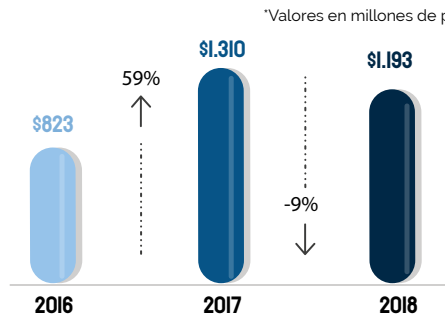
# 5. UNIÓN SAN FELIPE



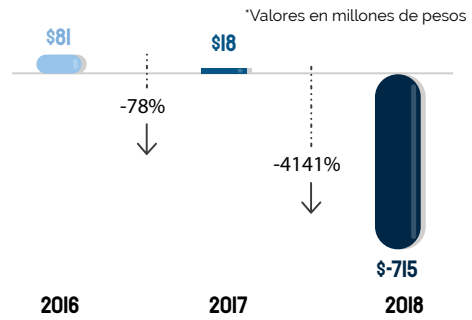
Fecha fundación: **16 de octubre 1956** | Estadio: **Municipal de San Felipe**  
 Capacidad Estadio: **12.000** | Marca Técnica: **KS7** | Sponsor: **Productos Fernandez**

## INGRESOS DE ACTIVIDAD ORDINARIA Y RAI

### INGRESOS EXPLOTACIÓN



### RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI)



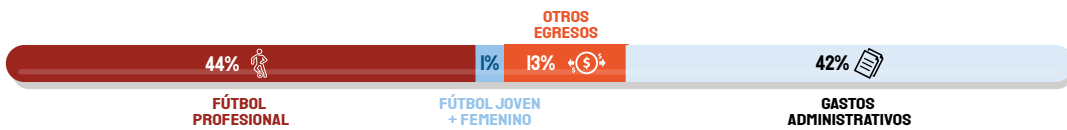
RAI 2018: No considera ingresos por cesión de derechos de televisión

## DISTRIBUCIÓN TOTAL DE INGRESOS ORDINARIOS Y EGRESOS 2018

### DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



### DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS

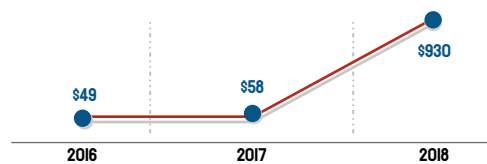


## SEGUIDORES EN REDES SOCIALES

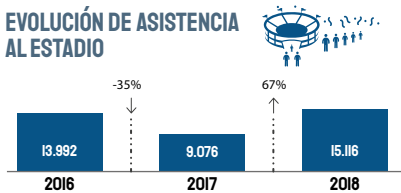


## CAPITAL DE FUNCIONAMIENTO (PATRIMONIO NETO) ACTIVO - PASIVO

(valores en millones de pesos)



## EVOLUCIÓN DE ASISTENCIA AL ESTADIO



## 6. COBRESAL

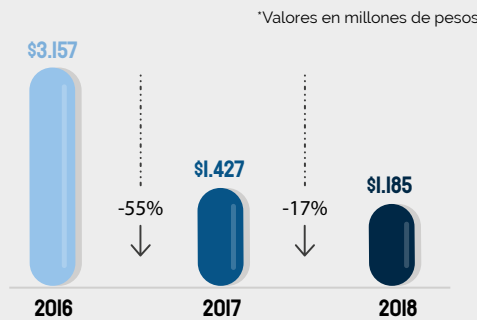


Fecha fundación: **5 de mayo 1979** | Estadio: **El Cobre**

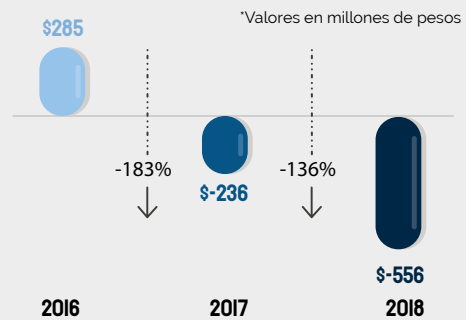
Capacidad Estadio: **12.000** | Marca Técnica: **KS7** | Sponsor: **PF**

### INGRESOS DE ACTIVIDAD ORDINARIA Y RAI

#### INGRESOS EXPLOTACIÓN



#### RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI)



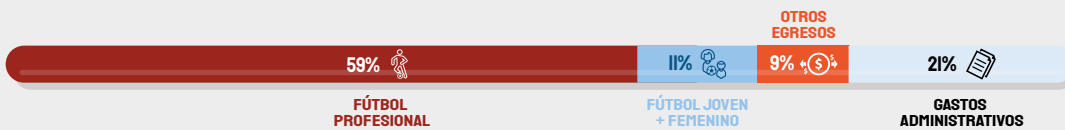
RAI 2018: No considera ingresos por cesión de derechos de televisión

### DISTRIBUCIÓN TOTAL DE INGRESOS ORDINARIOS Y EGRESOS 2018

#### DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



#### DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS

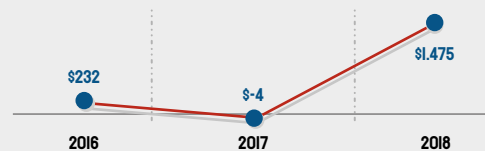


### SEGUIDORES EN REDES SOCIALES

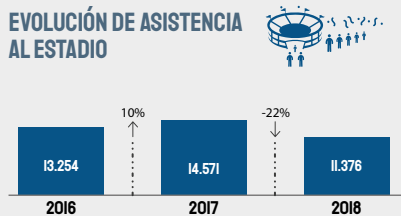


### CAPITAL DE FUNCIONAMIENTO (PATRIMONIO NETO) ACTIVO - PASIVO

(valores en millones de pesos)



### EVOLUCIÓN DE ASISTENCIA AL ESTADIO





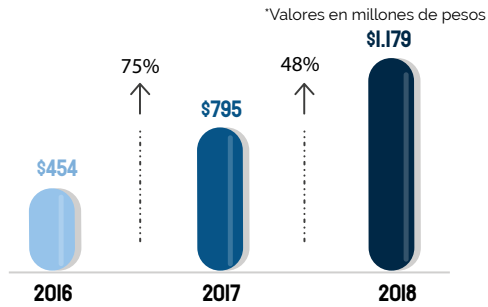
## 7. DEPORTES VALDIVIA



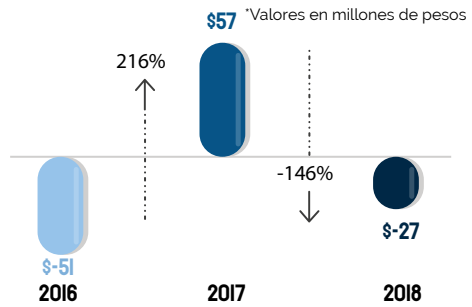
Fecha fundación: **5 de junio 1983** | Estadio: **Parque Municipal**  
 Capacidad Estadio: **5.000** | Marca Técnica: **Onefit** | Sponsor: **AFP Modelo**

### INGRESOS DE ACTIVIDAD ORDINARIA Y RAI

#### INGRESOS EXPLOTACIÓN



#### RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI)



RAI 2018: No considera ingresos por cesión de derechos de televisión

### DISTRIBUCIÓN TOTAL DE INGRESOS ORDINARIOS Y EGRESOS 2018

#### DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



#### DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS

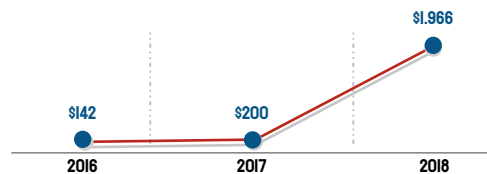


### SEGUIDORES EN REDES SOCIALES

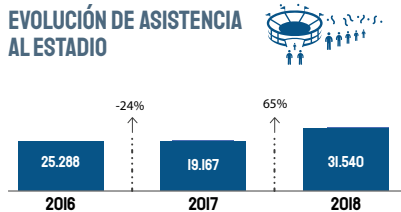


### CAPITAL DE FUNCIONAMIENTO (PATRIMONIO NETO) ACTIVO - PASIVO

(valores en millones de pesos)



### EVOLUCIÓN DE ASISTENCIA AL ESTADIO



## 8. DEPORTES LA SERENA



Fecha fundación:  
9 de diciembre 1955

Estadio:  
La Portada

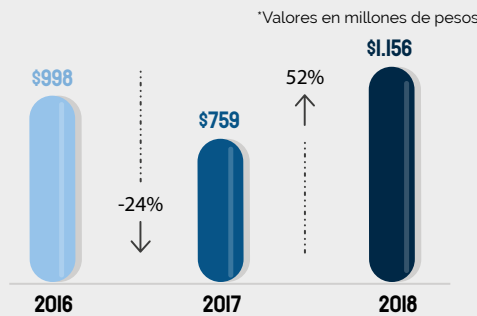
Capacidad Estadio:  
18.243

Marca Técnica:  
Luamvi

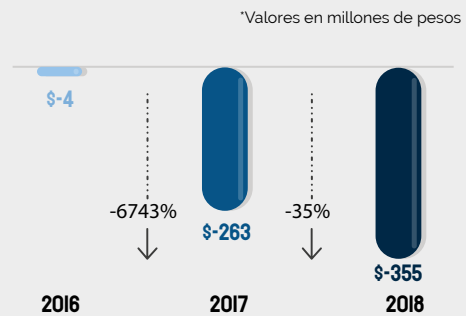
Sponsor:  
La Alpina

### INGRESOS DE ACTIVIDAD ORDINARIA Y RAI

#### INGRESOS EXPLOTACIÓN



#### RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI)



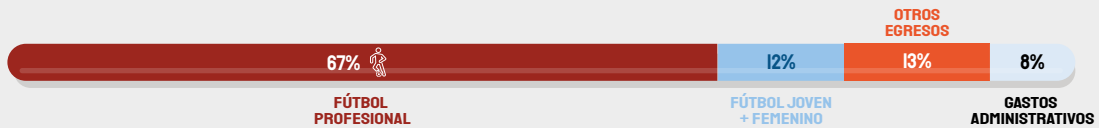
RAI 2018: No considera ingresos por cesión de derechos de televisión

### DISTRIBUCIÓN TOTAL DE INGRESOS ORDINARIOS Y EGRESOS 2018

#### DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



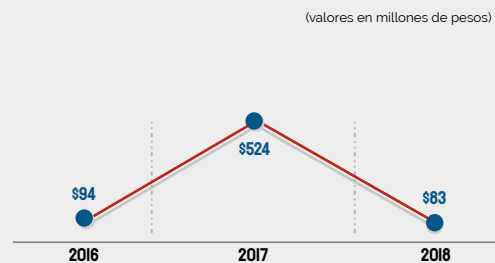
#### DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS



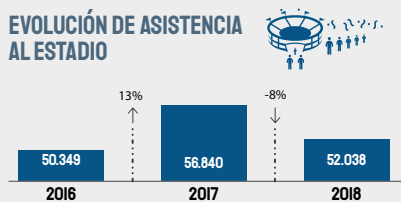
### SEGUIDORES EN REDES SOCIALES



### CAPITAL DE FUNCIONAMIENTO (PATRIMONIO NETO) ACTIVO - PASIVO



### EVOLUCIÓN DE ASISTENCIA AL ESTADIO



## 9. BARNECHEA

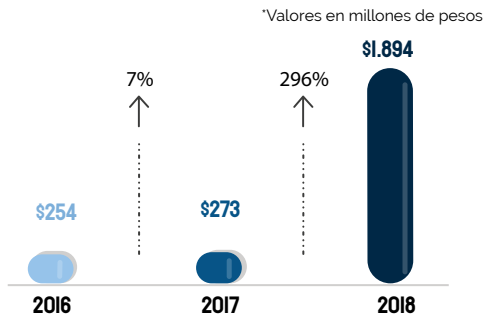


Fecha fundación: **23 de diciembre 1929** | Estadio: **Municipal de Lo Barnechea**

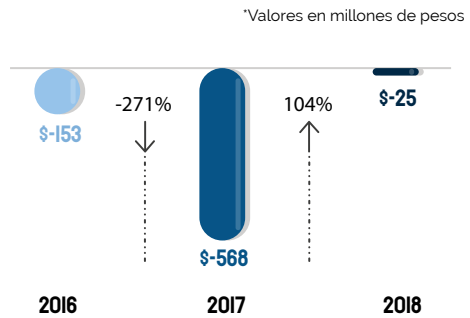
Capacidad Estadio: **5.000** | Marca Técnica: **Capelli sport** | Sponsor: **Mall Vivo**

### INGRESOS DE ACTIVIDAD ORDINARIA Y RAI

#### INGRESOS EXPLOTACIÓN



#### RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI)



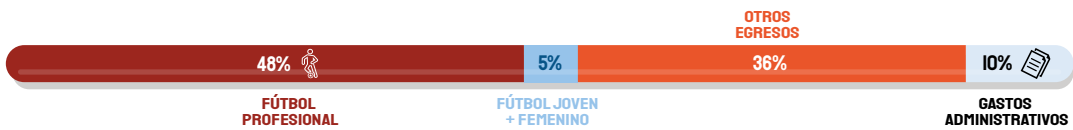
RAI 2018: No considera ingresos por cesión de derechos de televisión

### DISTRIBUCIÓN TOTAL DE INGRESOS ORDINARIOS Y EGRESOS 2018

#### DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



#### DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS

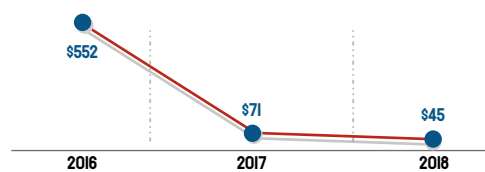


### SEGUIDORES EN REDES SOCIALES

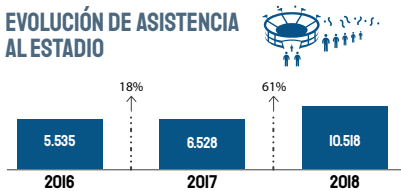


### CAPITAL DE FUNCIONAMIENTO (PATRIMONIO NETO) ACTIVO - PASIVO

(valores en millones de pesos)



### EVOLUCIÓN DE ASISTENCIA AL ESTADIO



## IO. RANGERS

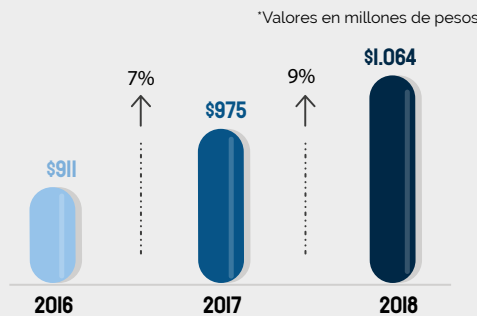


Fecha fundación: **2 de noviembre 1902** | Estadio: **Fiscal de Talca**

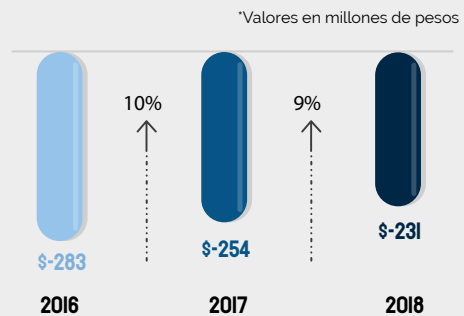
Capacidad Estadio: **16.000** | Marca Técnica: **OneFit** | Sponsor: **PF**

### INGRESOS DE ACTIVIDAD ORDINARIA Y RAI

#### INGRESOS EXPLOTACIÓN



#### RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI)



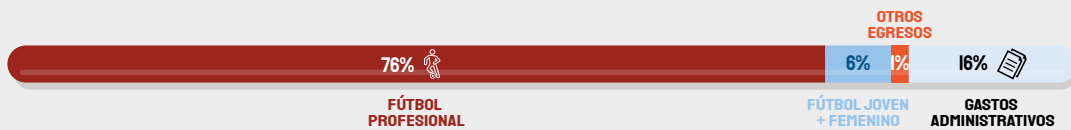
RAI 2018: No considera ingresos por cesión de derechos de televisión

### DISTRIBUCIÓN TOTAL DE INGRESOS ORDINARIOS Y EGRESOS 2018

#### DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



#### DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS

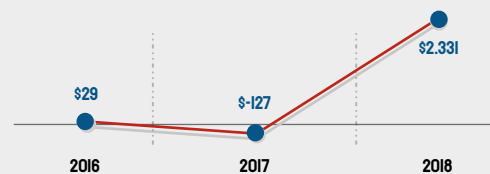


### SEGUIDORES EN REDES SOCIALES

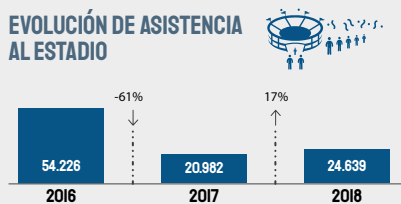


### CAPITAL DE FUNCIONAMIENTO (PATRIMONIO NETO) ACTIVO - PASIVO

(valores en millones de pesos)



### EVOLUCIÓN DE ASISTENCIA AL ESTADIO



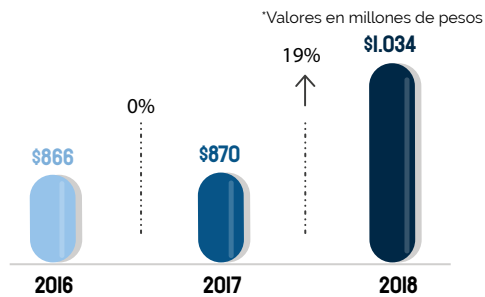
## II. DEPORTES PUERTO MONTT



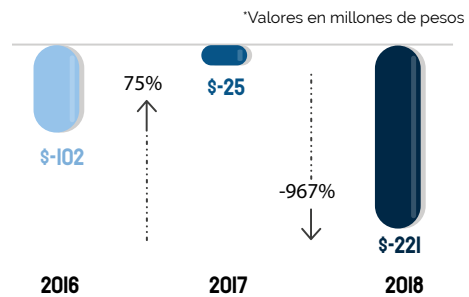
Fecha fundación: **6 de mayo 1983** | Estadio: **Regional de Chiquihue**  
 Capacidad Estadio: **10.000** | Marca Técnica: **KS7** | Sponsor: **SOLVTRANS**

### INGRESOS DE ACTIVIDAD ORDINARIA Y RAI

#### INGRESOS EXPLOTACIÓN



#### RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI)



RAI 2018: No considera ingresos por cesión de derechos de televisión

### DISTRIBUCIÓN TOTAL DE INGRESOS ORDINARIOS Y EGRESOS 2018

#### DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



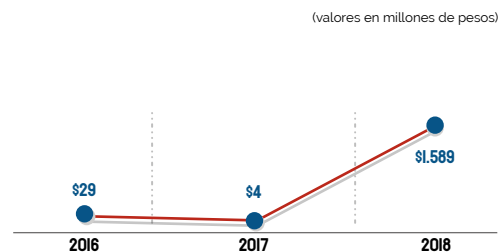
#### DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS



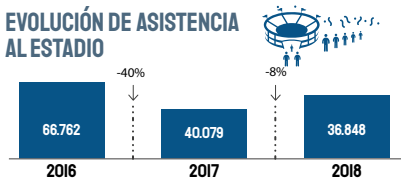
### SEGUIDORES EN REDES SOCIALES



### CAPITAL DE FUNCIONAMIENTO (PATRIMONIO NETO) ACTIVO - PASIVO



### EVOLUCIÓN DE ASISTENCIA AL ESTADIO





## I2. SAN MARCOS DE ARICA

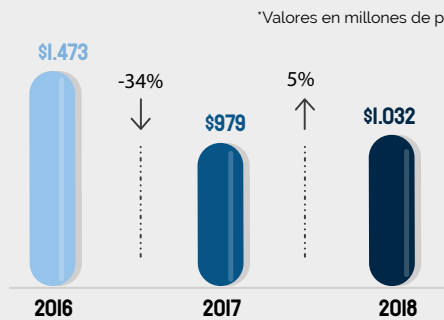


Fecha fundación: **14 de febrero 1978** | Estadio: **Carlos Dittborn**

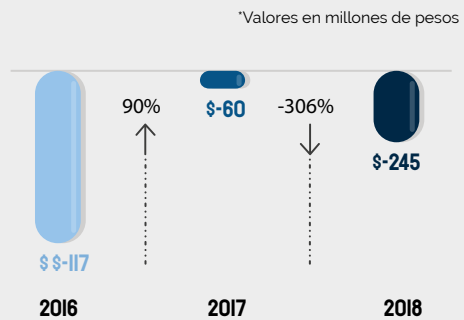
Capacidad Estadio: **9.746** | Marca Técnica: **Walon / Wilbert** | Sponsor: **TPA**

### INGRESOS DE ACTIVIDAD ORDINARIA Y RAI

#### INGRESOS EXPLOTACIÓN



#### RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI)



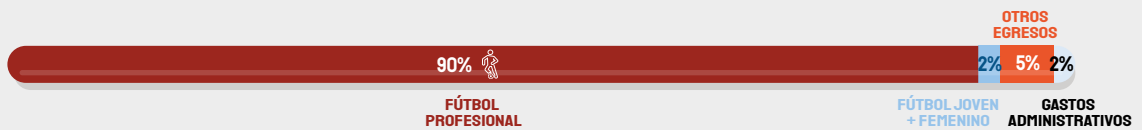
RAI 2018: No considera ingresos por cesión de derechos de televisión

### DISTRIBUCIÓN TOTAL DE INGRESOS ORDINARIOS Y EGRESOS 2018

#### DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



#### DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS

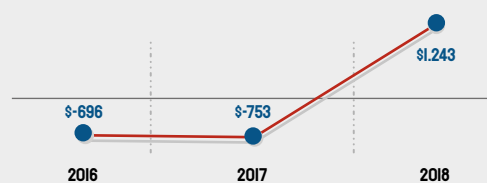


### SEGUIDORES EN REDES SOCIALES

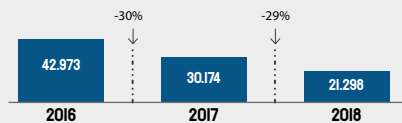


### CAPITAL DE FUNCIONAMIENTO (PATRIMONIO NETO) ACTIVO - PASIVO

(valores en millones de pesos)



### EVOLUCIÓN DE ASISTENCIA AL ESTADIO



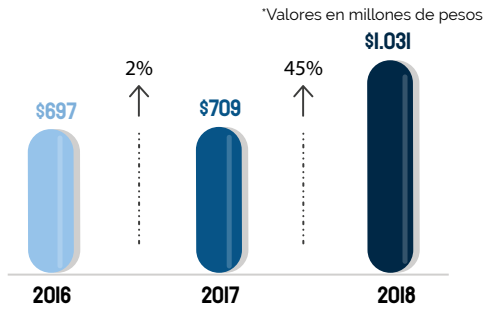
# 13. DEPORTES COPIAPÓ



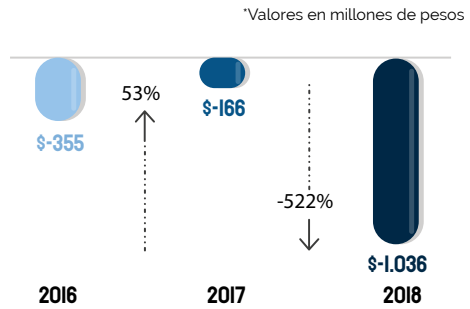
Fecha fundación: 9 de marzo 1999 | Estadio: Luis Valenzuela Hermosilla  
 Capacidad Estadio: 8.000 | Marca Técnica: Cafu | Sponsor: Factor One

## INGRESOS DE ACTIVIDAD ORDINARIA Y RAI

### INGRESOS EXPLOTACIÓN



### RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI)



RAI 2018: No considera ingresos por cesión de derechos de televisión

## DISTRIBUCIÓN TOTAL DE INGRESOS ORDINARIOS Y EGRESOS 2018

### DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



### DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS

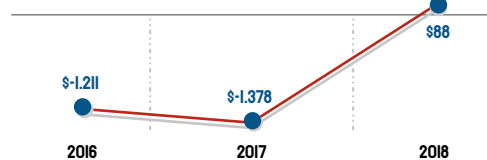


## SEGUIDORES EN REDES SOCIALES

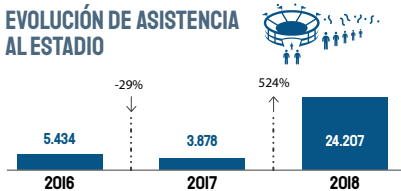


## CAPITAL DE FUNCIONAMIENTO (PATRIMONIO NETO) ACTIVO - PASIVO

(valores en millones de pesos)



## EVOLUCIÓN DE ASISTENCIA AL ESTADIO



## 14. DEPORTES MELIPILLA

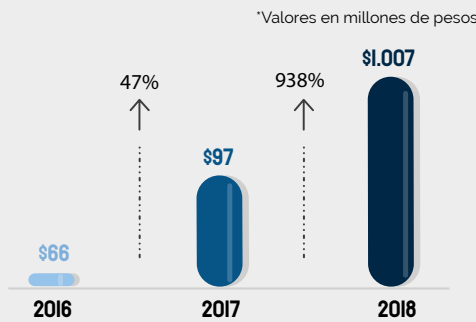


Fecha fundación: **24 de enero 1992** | Estadio: **Municipal Roberto Bravo Santibañez**

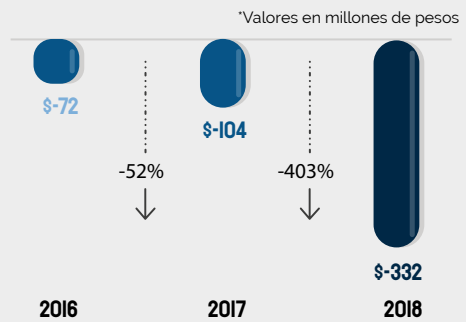
Capacidad Estadio: **6.500** | Marca Técnica: **Training** | Sponsor: **Ariztia**

### INGRESOS DE ACTIVIDAD ORDINARIA Y RAI

#### INGRESOS EXPLOTACIÓN



#### RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI)



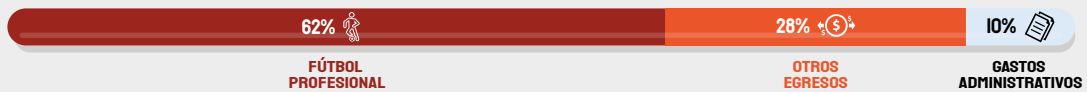
RAI 2018: No considera ingresos por cesión de derechos de televisión

### DISTRIBUCIÓN TOTAL DE INGRESOS ORDINARIOS Y EGRESOS 2018

#### DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



#### DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS

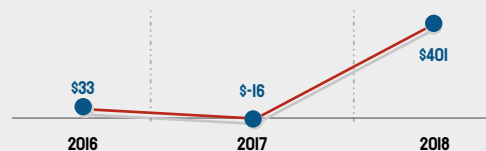


### SEGUIDORES EN REDES SOCIALES

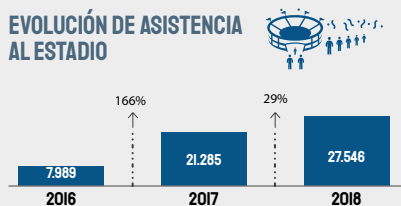


### CAPITAL DE FUNCIONAMIENTO (PATRIMONIO NETO) ACTIVO - PASIVO

(valores en millones de pesos)



### EVOLUCIÓN DE ASISTENCIA AL ESTADIO



# 15. MAGALLANES

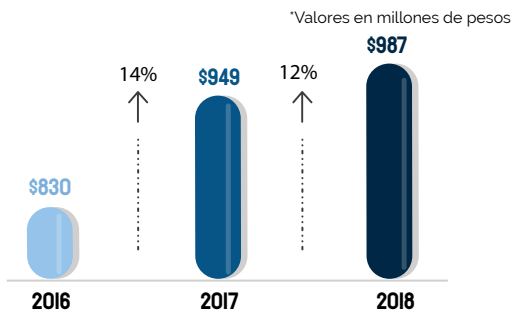


Fecha fundación: **27 de octubre 1987** | Estadio: **Municipal de San Bernardo**

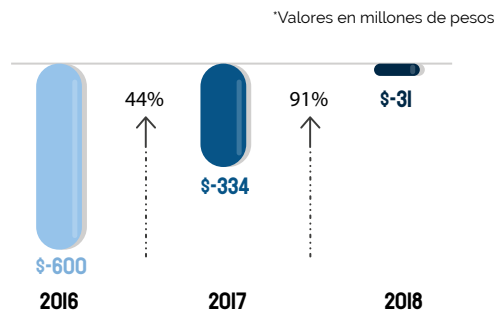
Capacidad Estadio: **3.500** | Marca Técnica: **Andromeda** | Sponsor:

## INGRESOS DE ACTIVIDAD ORDINARIA Y RAI

### INGRESOS EXPLOTACIÓN



### RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI)



RAI 2018: No considera ingresos por cesión de derechos de televisión

## DISTRIBUCIÓN TOTAL DE INGRESOS ORDINARIOS Y EGRESOS 2018

### DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



### DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS

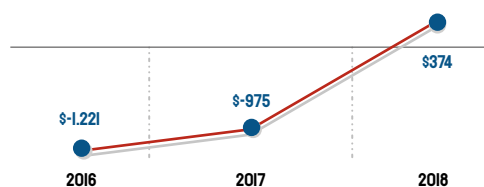


## SEGUIDORES EN REDES SOCIALES

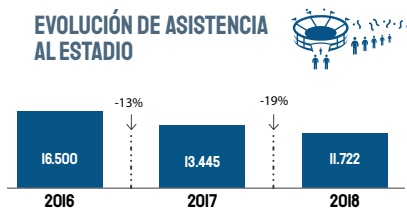


## CAPITAL DE FUNCIONAMIENTO (PATRIMONIO NETO) ACTIVO - PASIVO

(valores en millones de pesos)



## EVOLUCIÓN DE ASISTENCIA AL ESTADIO



## 16. SANTIAGO MORNING

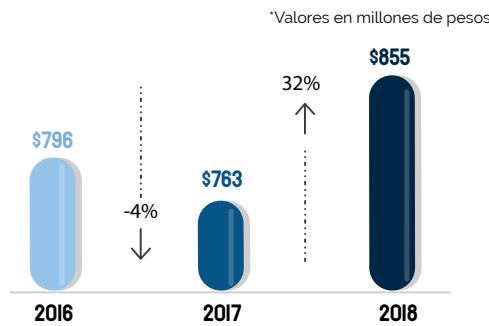


Fecha fundación: **16 de octubre 1903** | Estadio: **Municipal de la Pintana**

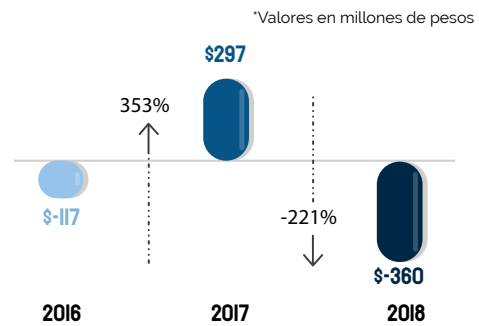
Capacidad Estadio: **5.000** | Marca Técnica: **CAFU** | Sponsor: **FINASUR**

### INGRESOS DE ACTIVIDAD ORDINARIA Y RAI

#### INGRESOS EXPLOTACIÓN



#### RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI)



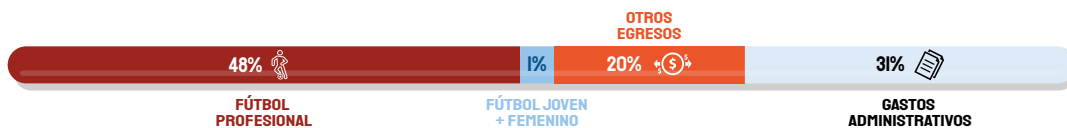
RAI 2018: No considera ingresos por cesión de derechos de televisión

### DISTRIBUCIÓN TOTAL DE INGRESOS ORDINARIOS Y EGRESOS 2018

#### DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



#### DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS

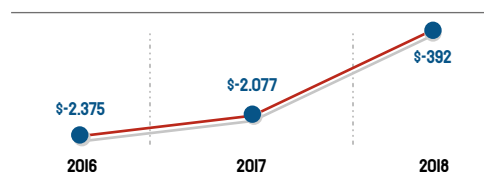


#### SEGUIDORES EN REDES SOCIALES

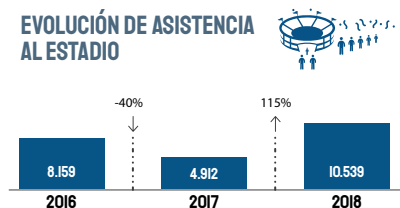


#### CAPITAL DE FUNCIONAMIENTO (PATRIMONIO NETO) ACTIVO - PASIVO

(valores en millones de pesos)



#### EVOLUCIÓN DE ASISTENCIA AL ESTADIO







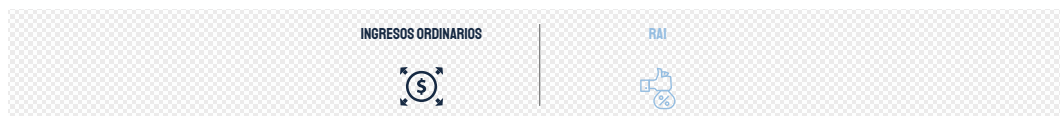




★ **SEGUNDA  
DIVISIÓN** ★

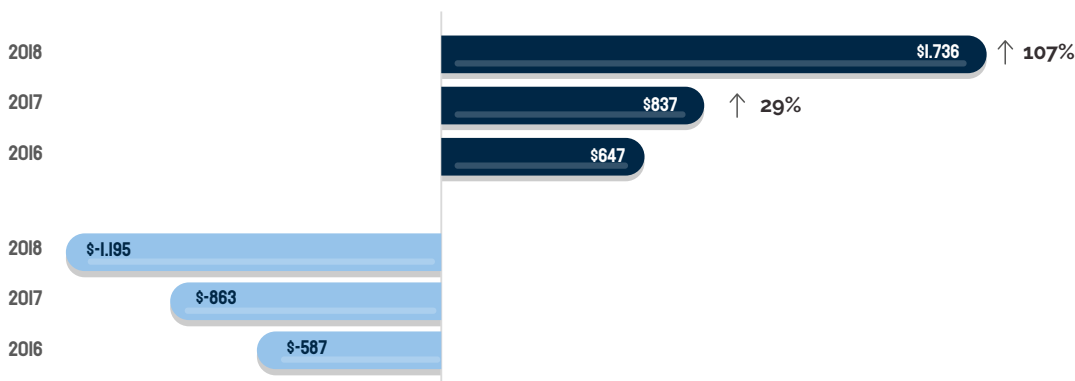
ANÁLISIS SEGUNDA DIVISIÓN

INGRESOS ORDINARIOS Y RAI



SEGUNDA DIVISIÓN TOTAL

\*Valores en millones de pesos



Fuente: Memoria clubes 2016 a 2018

Los ingresos de la Segunda División nos muestran que la categoría registra un alza sostenida entre los años 2016-2018, teniendo una variación importante en la temporada 2018, registrando un crecimiento de 107% en relación al 2017. Esto se debe a una mejora en la gestión de los clubes que conforman la categoría para generar nuevos ingresos.

En relación al Resultado Antes de impuesto (RAI) de la categoría, este sigue manteniendo su tendencia

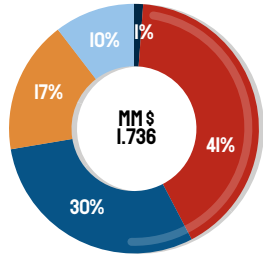
a resultado negativo durante 2018, cayendo en un 38% en relación al 2017. Esto debido a que los clubes siguen aumentando sus costos en relación a los ingresos, a semejanza de los resultados obtenidos por la Primera B.

Es válido mencionar que dentro del cálculo del RAI, fueron excluidos los valores percibido por Deportes Iberia por concepto de cesión de derechos de televisión.

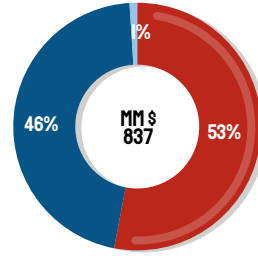
## DISTRIBUCIÓN TOTAL DE LOS INGRESOS ORDINARIOS



DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS 2018



DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS 2017

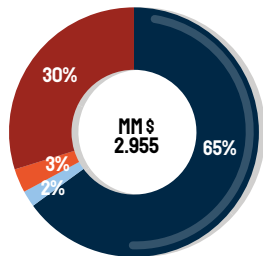


Si miramos la gráfica y comparamos ambos periodos, podemos darnos cuenta que los ingresos de la división aumentaron el doble. Esto es gracias a la propia gestión de clubes que conforman la categoría, ya que sus principales fuentes de entrada en la temporada 2018 siguen siendo los ingresos comerciales y ticketing, con un 41% y 30% respectivamente.

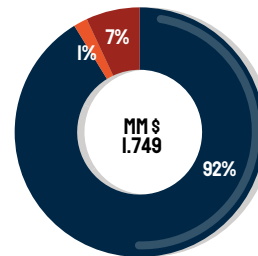
## DISTRIBUCIÓN TOTAL DE EGRESOS



DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS 2018



DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS 2017



Fuente: Memoria Clubes 2017 y 2018

Los egresos de la Segunda División aumentaron de forma importante, generando desembolsos por \$2.955 Millones, un 69% sobre el año 2017.

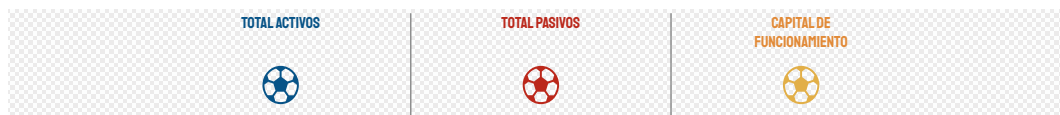
Es relevante desatacar la disminución en 26 puntos porcentuales en la partida Fútbol Profesional, este concepto agrupa los gastos de remuneraciones y otras asignaciones del plantel y cuerpo técnico, préstamos, comisiones y amortización de pases de jugadores.

En busca de la profesionalización de la industria es destacable el aumento en 23 puntos porcentuales en el ítem de gastos administrativos, dando la señal que los clubes buscan incorporar elementos que aporten en el buen desarrollo organizacional del fútbol chileno.



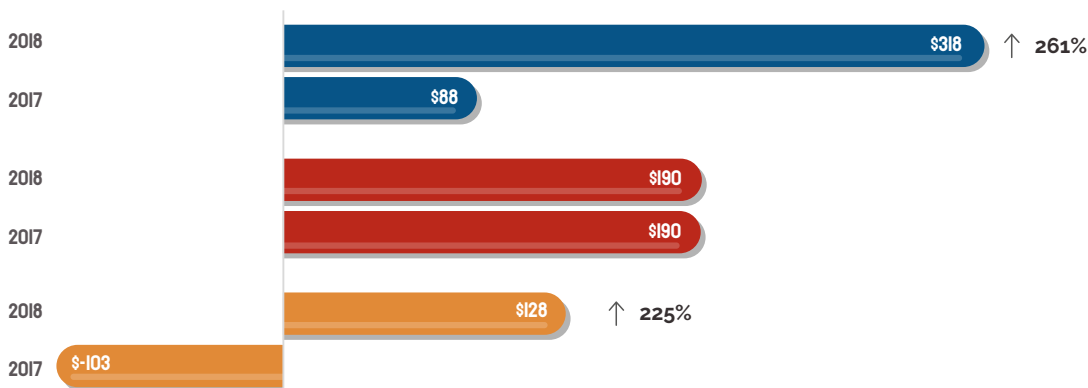
ANÁLISIS SEGUNDA DIVISIÓN

BALANCE SEGUNDA DIVISIÓN



PROMEDIO ACTIVOS, PASIVOS Y CF

\*Valores en millones de pesos



Fuente: Memoria Clubes 2017 y 2018

Uno de los aspectos importantes que no podemos dejar pasar para entender de mejor forma la realidad de los clubes que componen esta categoría del fútbol chileno, son las cuentas de balance y los principales indicadores económicos de la Segunda División, logrando inferir que la categoría durante el año 2018 fue capaz de cubrir sus obligaciones con terceros, panorama totalmente distinto al 2017.

Si analizamos los Activos de la categoría, podemos observar un crecimiento importante en la última temporada, materializado en un 261%. Es importante señalar que el Club Deportes Iberia altera

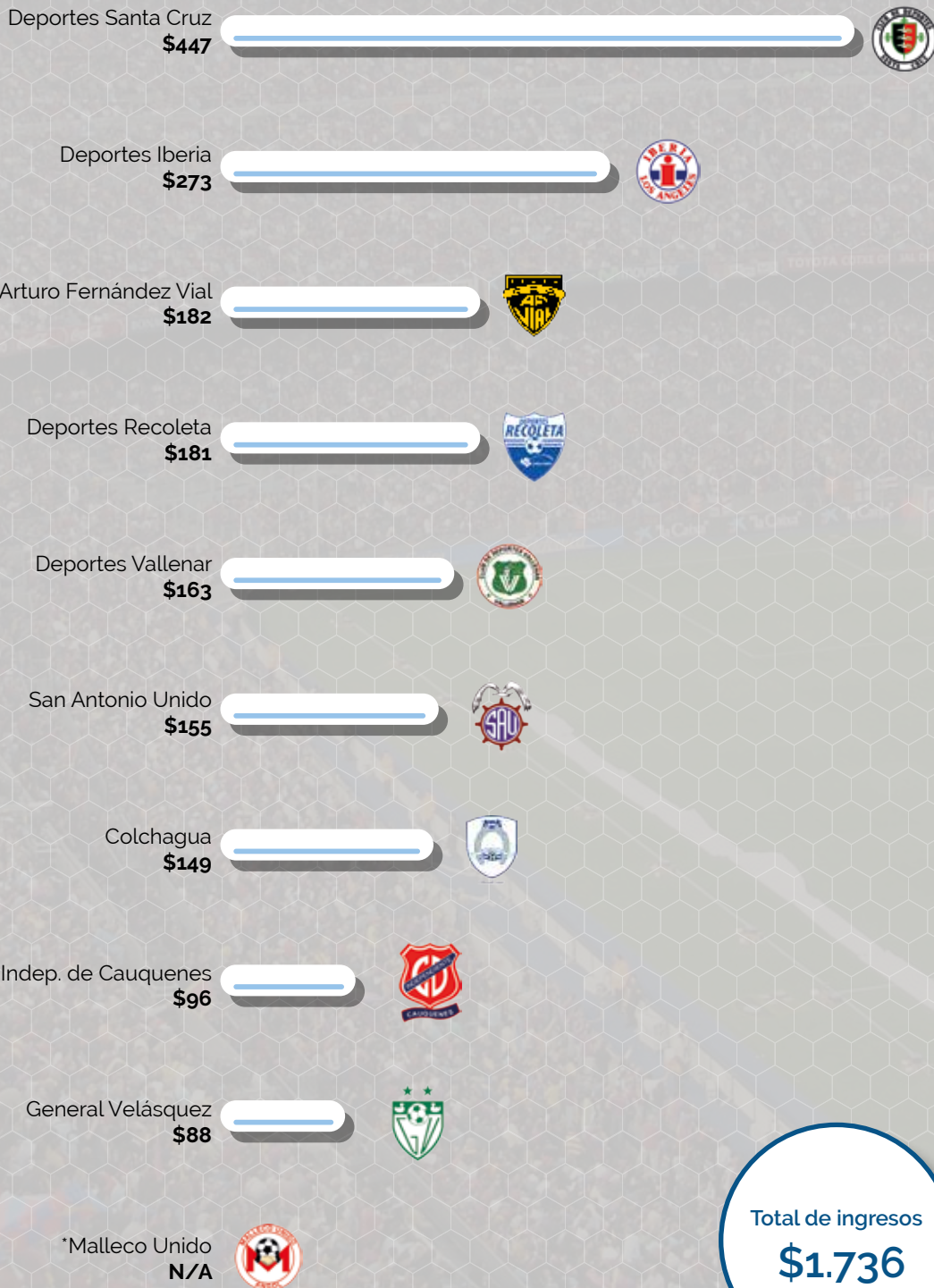
significativamente este indicador, dado a la cesión de derechos de televisión recibida el 2018, aportando a nivel de activos más del 80% a la división, lo cual repercute directamente en el promedio de capital de funcionamiento de la categoría.

A nivel de Pasivos se puede observar que estos se han mantenido constantes de un periodo a otro, reflejando la clara dependencia financiera mediante obligaciones con terceros que aún mantienen los clubes de esta división.



## RANKING DE INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS

\*Valores en millones de pesos

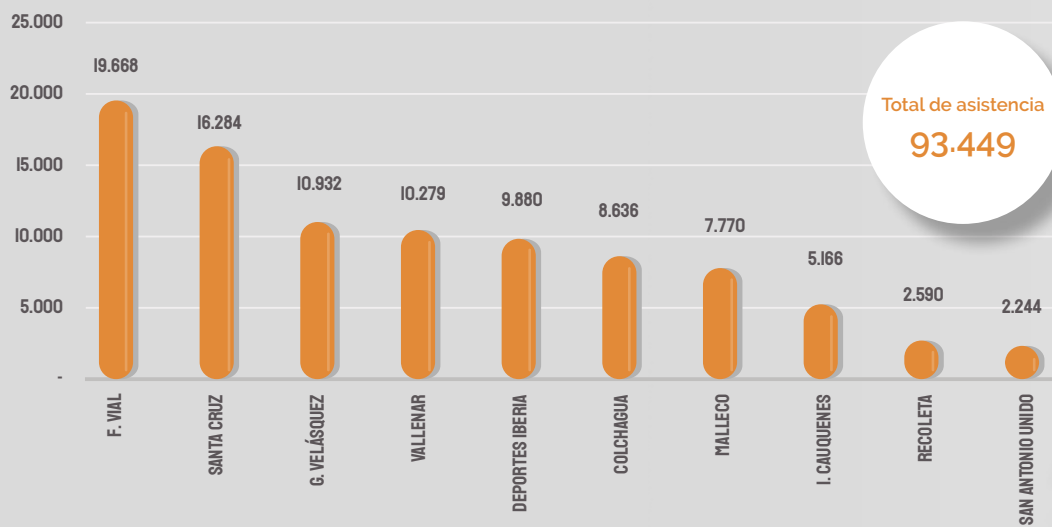


\*Club descendido en la temporada 2018, no tenía obligación de entregar información.

ANÁLISIS SEGUNDA DIVISIÓN

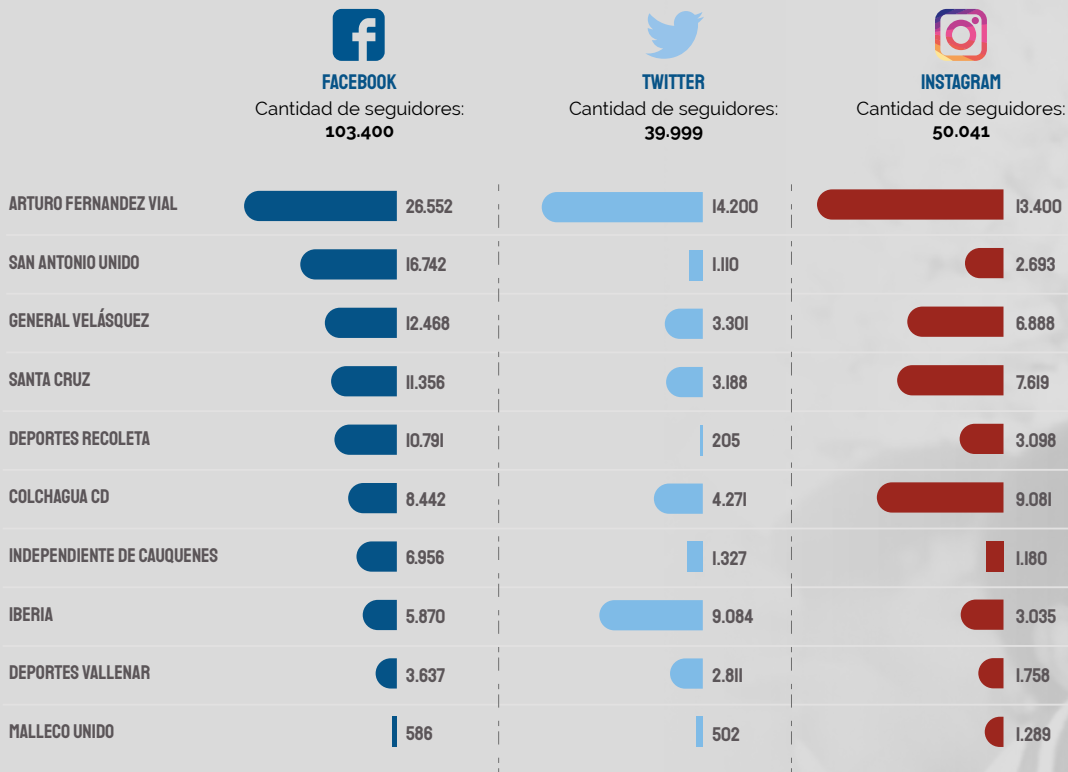
RANKING DE ASISTENCIA AL ESTADIO Y REDES SOCIALES

RANKING DE ASISTENCIA AL ESTADIO SEGUNDA DIVISIÓN



Fuente: Estadio seguro años 2018 (campeonato nacional)

DISTRIBUCIÓN DE SEGUIDORES EN REDES SOCIALES SEGUNDA DIVISIÓN



Fuente: Comunicaciones ANFP año 2017 y 2018





A photograph of a soccer field with a goal and empty stadium seats, overlaid with the Deloitte logo. The image is in grayscale with a light, hazy atmosphere. The goal is on the right side, and the seats are in the foreground. The Deloitte logo is centered in the middle of the image.

**Deloitte.**









**ANFP**

