

Temporada 2019



Anuario Financiero del Fútbol Chileno



Elaboración

Unidad de Control Financiero - ANFP

Fuentes

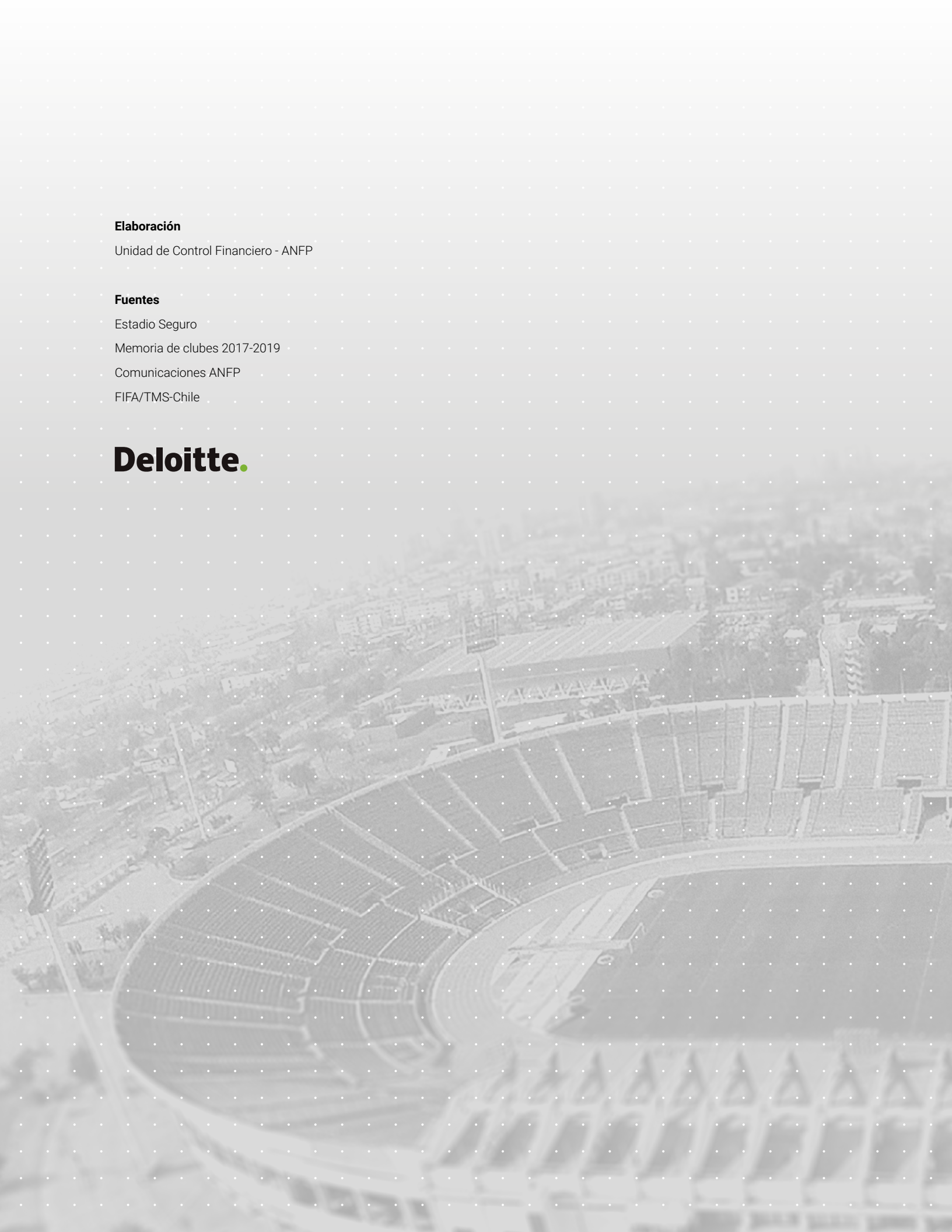
Estadio Seguro

Memoria de clubes 2017-2019

Comunicaciones ANFP

FIFA/TMS-Chile

Deloitte.



Anuario Financiero Fútbol Chileno | Tercera Edición



Índice

Carta del Presidente	5
Resumen Ejecutivo	7
Análisis de la industria	
Ingresos Ordinarios y RAI (Resultado Antes de Impuesto) por división	9
Distribución total de los Ingresos ordinarios	10
Distribución de egresos totales	11
Balance total industria	12
Evolución de transferencias	14
Distribución del gasto bruto por nacionalidad	16
Distribución del gasto bruto por división	17
Sueldo bruto promedio por posición	18
Otros datos de la industria	
Evolución de asistencia al estadio	20
Distribución redes sociales	21
Primera División	
Ingresos Ordinarios y RAI (Resultado Antes de Impuesto)	23
Distribución total de Ingresos Ordinarios y Egresos	24
Costo promedio plantel (Jugadores y CT) vs posición campeonato 2019	25
Ranking de Ingresos Ordinarios	26
Ranking de asistencia	27
Ranking redes sociales	27
Evolución de asistencia al estadio por club	28
Análisis por club	29-44
Primera B	
Ingresos Ordinarios y RAI (Resultado Antes de Impuesto)	47
Distribución total de Ingresos Ordinarios y Egresos	48
Costo promedio plantel (Jugadores y CT) vs posición campeonato 2019	49
Ranking de Ingresos Ordinarios	50
Ranking de asistencia	51
Ranking redes sociales	51
Evolución de asistencia al estadio por club	52
Análisis por club	53-68
Segunda División	
Ingresos Ordinarios y RAI (Resultado Antes de Impuesto)	71
Distribución total de Ingresos Ordinarios y Egresos	72
Costo promedio plantel (Jugadores y CT) vs posición campeonato 2019	73
Ranking de Ingresos Ordinarios	73
Ranking de asistencia	74
Ranking redes sociales	74
Evolución de asistencia al estadio por club	75

Carta del Presidente

Como directorio de la ANFP nos resulta muy importante presentar y compartir la 3ra edición del Anuario Financiero del Fútbol Chileno, Temporada 2019.

En primer lugar, este anuario es un ejemplo concreto de la forma de trabajo, especializado y planificado, que queremos seguir potenciando en el fútbol chileno, con el objetivo de llevar a cabo las mejores prácticas en nuestra actividad, lo que además representa un hito muy relevante en materias de transparencia y profesionalización.

En este sentido, creemos que la información que entrega este Anuario es de vital importancia para el desarrollo de nuestros clubes asociados y para personas e instituciones ligadas al fútbol desde distintos ámbitos, como directivos, periodistas y medios de comunicación, inversionistas, gremios asociados, autoridades y aficionados.

La información estadística que encontramos en este documento entrega una noción real del valor de nuestro balompié, contenido que debería transformarse en un indicador relevante para cualquier análisis de la actividad.

Sabemos la importancia que hoy tiene el acceso a la información, ya que ésta modificó los estándares con los que debe manejarse cualquier industria en la sociedad, y particularmente una que tiene un vínculo social evidente como es el fútbol.

Por eso, creemos firmemente que la ANFP, debe dar claras señales de apertura y transparencia, 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.

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

Muchas gracias.



Pablo Milad Abusleme

Presidente de la ANFP



Resumen Ejecutivo

Estimados lectores les presentamos la tercera edición del Anuario Financiero del Fútbol Chileno, documento oficial que consolida la información de los 43 clubes asociados en la temporada 2019. El principal objetivo es poder transparentar aspectos financieros relevantes de la industria, como son la distribución de ingresos y gastos, el mercado de transferencia de jugadores y otros datos destacables como la evolución de la asistencia a los estadios y número de seguidores en redes sociales.

Durante el 2019 el fútbol chileno a nivel global generó por conceptos de Ingresos de Actividad Ordinaria más de **\$139.000** millones de pesos, aproximadamente **USD180** millones, superando en un 13% lo obtenido durante el ejercicio 2018, siendo los Derechos de TV el ingreso con mayor relevancia de nuestra industria, representando un **44%** del total de los ingresos ordinarios. Esto es, 3 puntos porcentuales más en comparación con el año anterior, donde los ingresos por este mismo concepto constituían el **41%** del total.

Desde el punto de vista de los costos y gastos, los clubes chilenos presentaron egresos superiores a los **\$147.000** millones de pesos, unos **USD186** millones, donde el mayor desembolso está focalizado en el costo de Plantel y Cuerpo Técnico del fútbol profesional, representando un **57%** del total de los egresos de los clubes.

Un hecho relevante esta temporada fueron los ingresos por ticketing, los cuales se vieron mermados en **\$2.500** millones, teniendo una estrecha relación el término anticipado de nuestros campeonatos. Este hecho, no solo impactó directamente en los ingresos generados por los clubes, sino también en la positiva tendencia que veníamos teniendo respecto de los asistentes a los estadios versus años anteriores, lo cual produjo una baja para la temporada 2019 de un **18%** en relación con el año 2018.

Por otro lado, el mercado de transferencias reflejó un aumento de un **39%** en la cantidad de jugadores que emigran de nuestro país, marcando un quiebre respecto a los dos periodos anteriores, donde las incorporaciones a la liga chilena venían siendo superior al número de jugadores que salían de nuestro país.

En cuanto a las redes sociales, estas siguen jugando un rol relevante en la comunicación e interacción con los aficionados, entregando información útil que permite a los clubes ir fortaleciendo el lazo con sus seguidores.

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. Incluye derechos de formación y mecanismo de solidaridad.



Ticketing:

Ingresos que provienen por la venta de tickets y abonados que tenga el club para los partidos del campeonato nacional e 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.



Gastos operacionales:

Gastos necesarios para desarrollar la actividad, tales como traslado, alimentación, estadía, entre otros.



Fútbol joven - femenino:

Egresos necesarios para el desarrollo y operativa de estas categorías.



Gastos administrativos:

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



Otros costos:

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

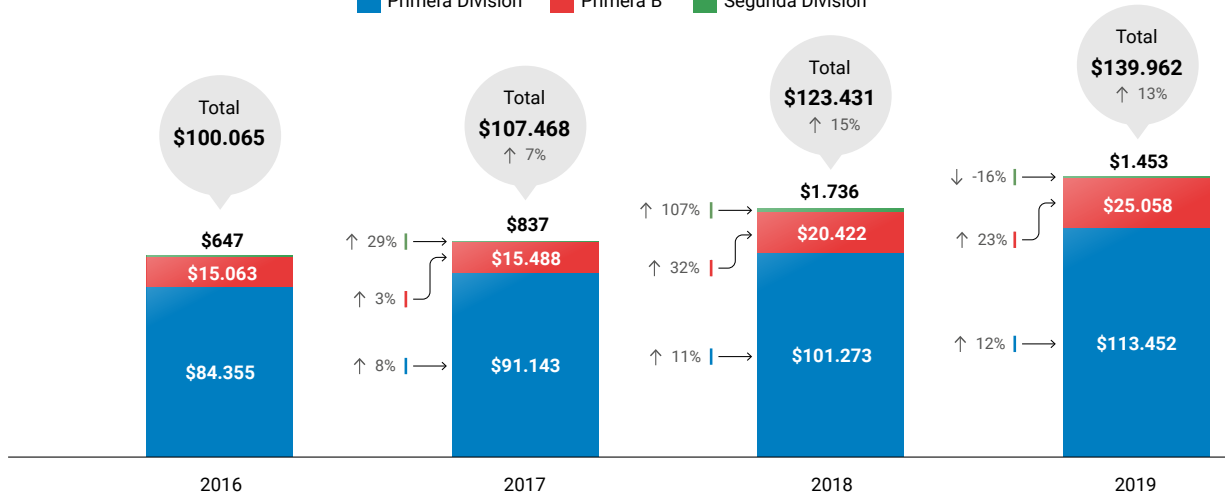


Análisis de la industria

Ingresos Ordinarios por división

(Valores en millones de pesos)

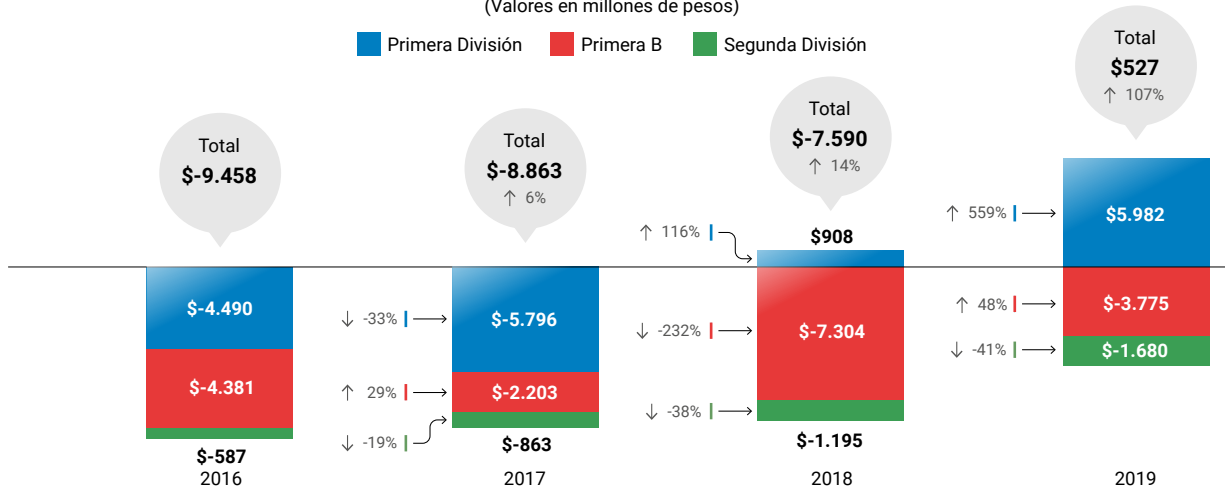
■ Primera División ■ Primera B ■ Segunda División



Resultado Antes de Impuesto (RAI) por división

(Valores en millones de pesos)

■ Primera División ■ Primera B ■ Segunda División



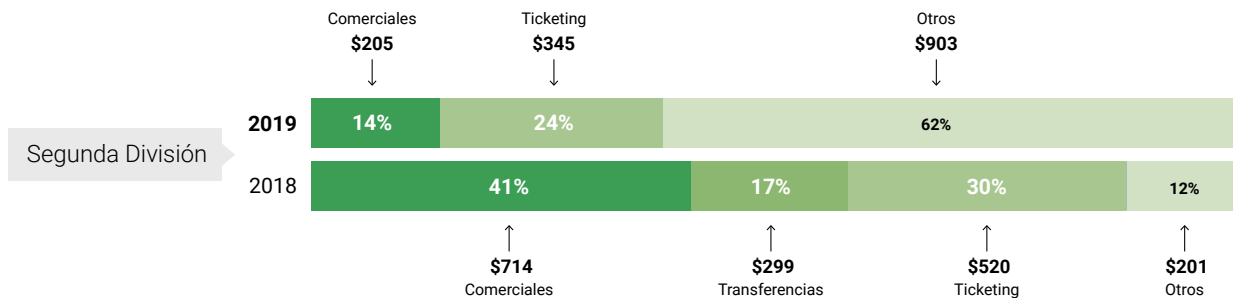
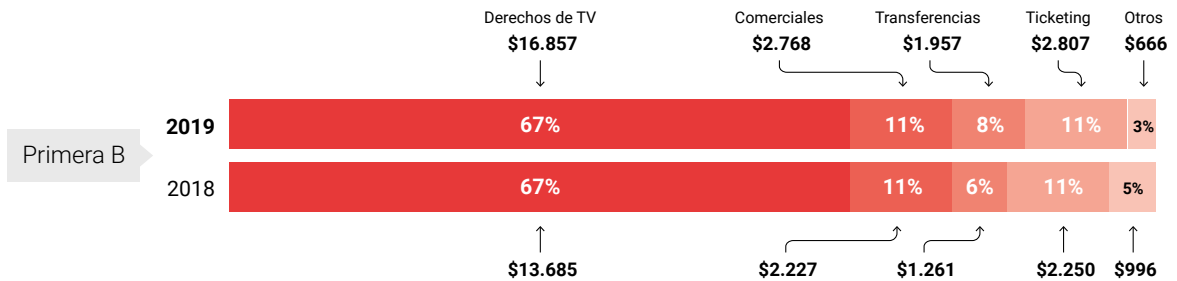
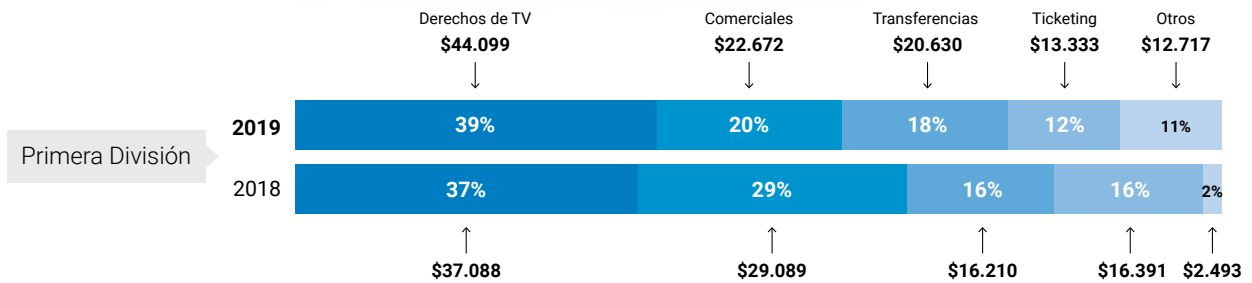
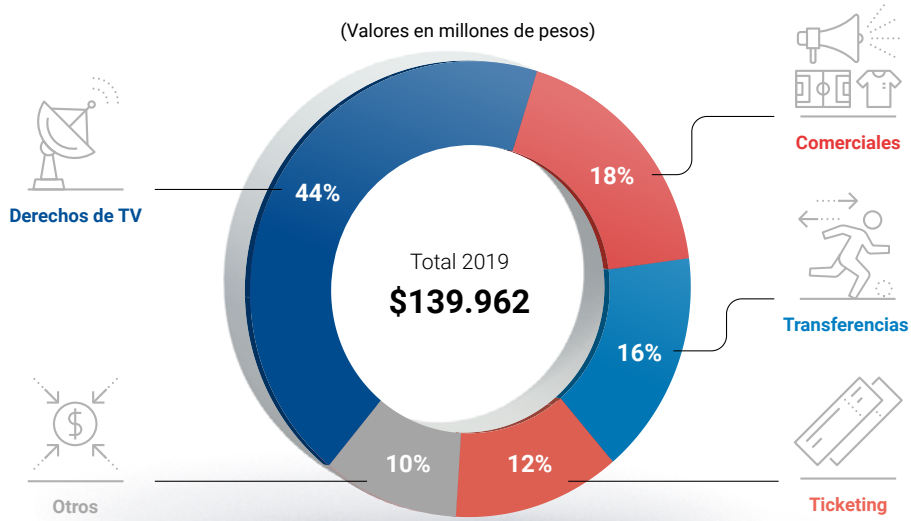
RAI 2018 No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

13% incrementaron los ingresos ordinarios en comparación con el año anterior, aumentando los ingresos en **MM\$16.500**, principalmente Derechos de TV (MM\$10.182) y Transferencias (MM\$4.800), logrando compensar las caídas de las cuentas Ticketing (-14%) y Comercial (-20%), causado principalmente, por el término anticipado de la temporada.

107% fue la variación del Resultado Antes de Impuesto, hecho histórico para la industria, que por primera vez registro un RAI positivo, consolidando la mejoría continua observada desde el año 2017 a la actualidad. Esta mejora se debe principalmente al incremento en los resultados de la Primera División, generando \$5.982 millones, y la Primera B que logró disminuir sus pérdidas finales de \$7.304 millones en 2018 a \$3.775 millones en la temporada 2019, sustentado en el aumento en sus ingresos por derechos de televisión y transferencias.

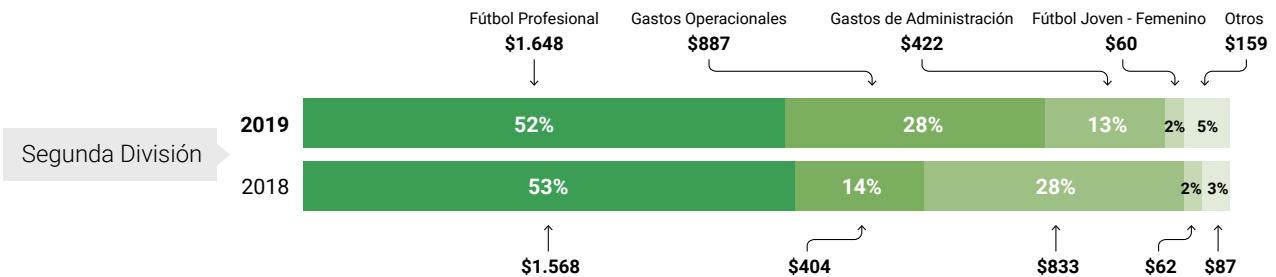
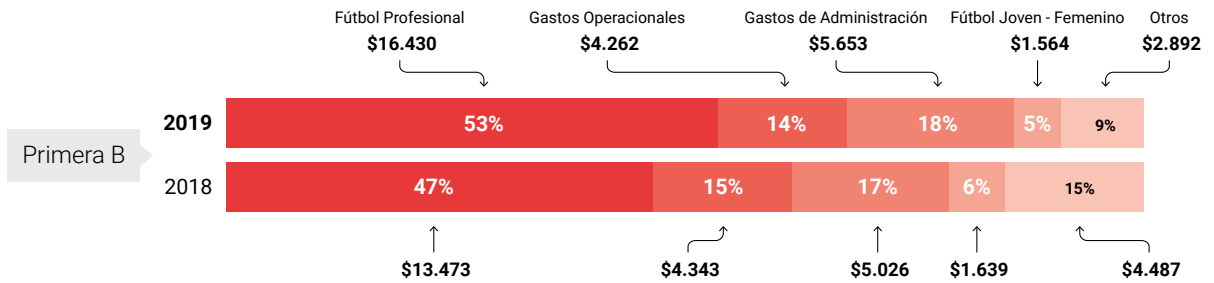
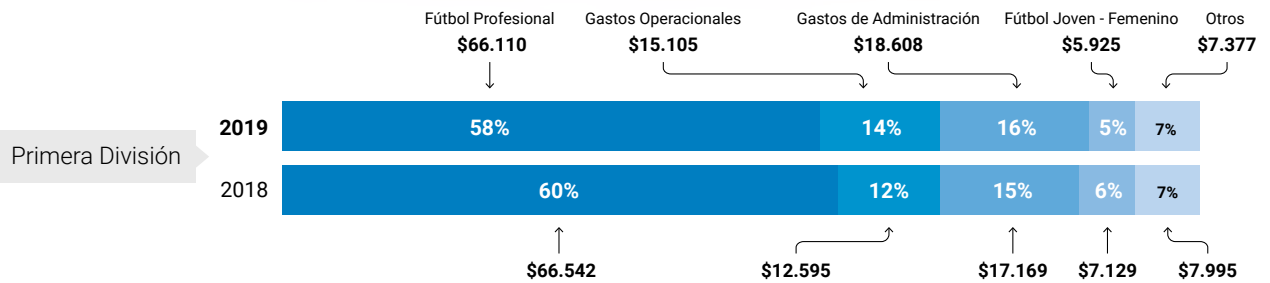
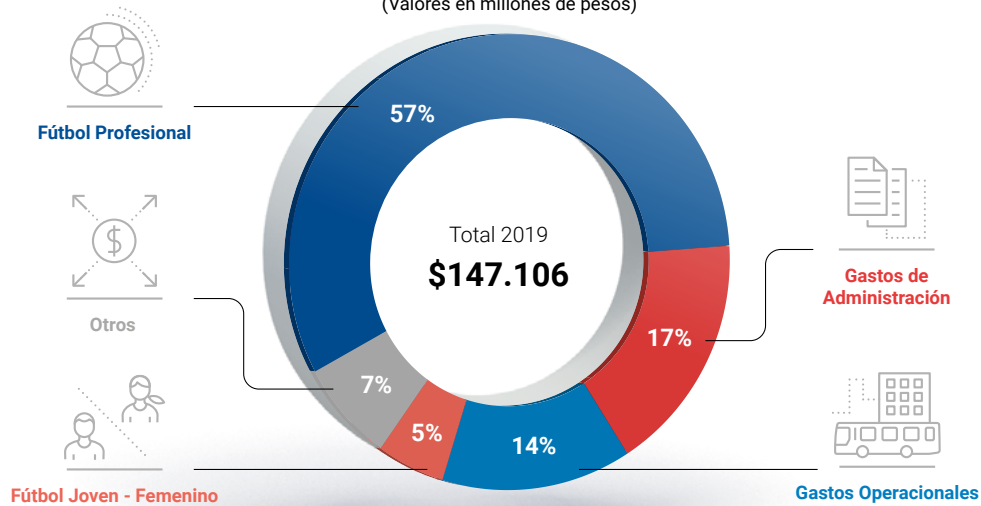
Distribución total de los Ingresos Ordinarios

(Valores en millones de pesos)



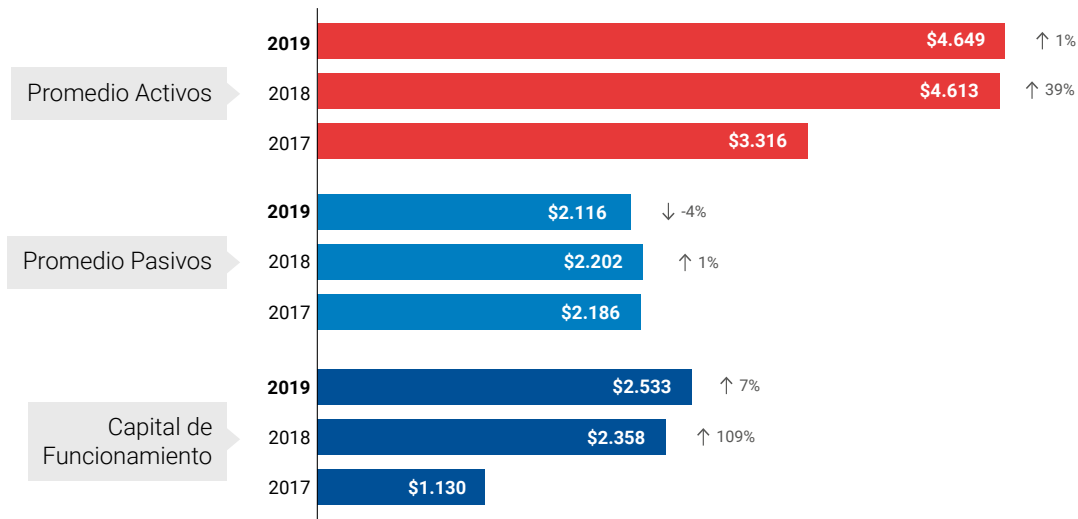
Distribución de egresos totales

(Valores en millones de pesos)



Balance total industria

(Valores en millones de pesos)

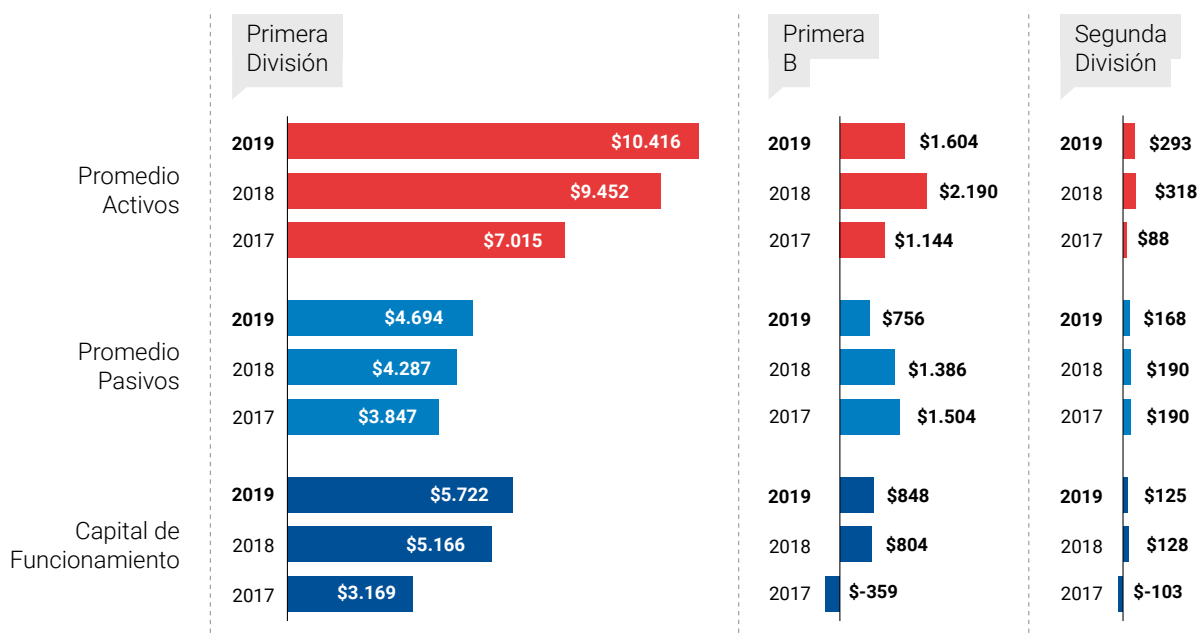


7% aumentó el patrimonio promedio de los clubes del 2019. Si bien el promedio de los Activos prácticamente no registra variación, los Pasivos bajaron 4% durante el 2019, permitiendo disminuir la dependencia de financiamiento a través de terceros, teniendo relación directa con el capital de funcionamiento, el cual se mantiene en alza durante los dos últimos años.

Cabe recordar el gran impacto que generó el “upfront” en el año 2018, un incremento de 109% en comparación al periodo anterior. Esto explica una mejora en el promedio de los activos de los clubes de Primera División, y una baja en los pasivos de la Primera B, favoreciendo considerablemente el promedio de la industria.

Balance por división

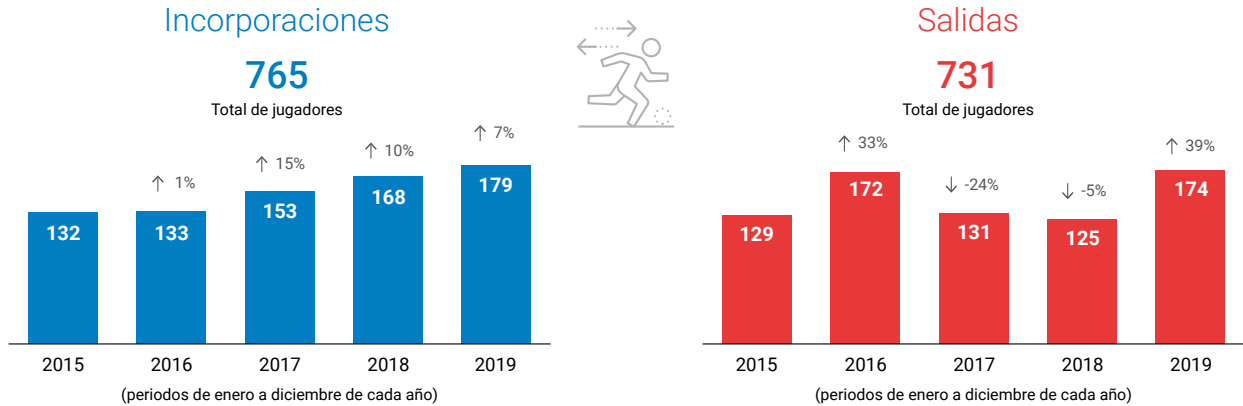
(Valores en millones de pesos)



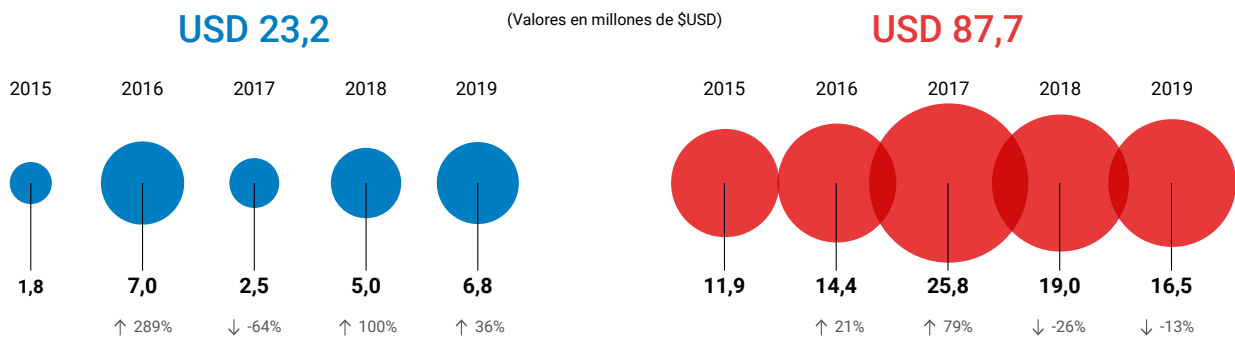


Evolución de transferencias

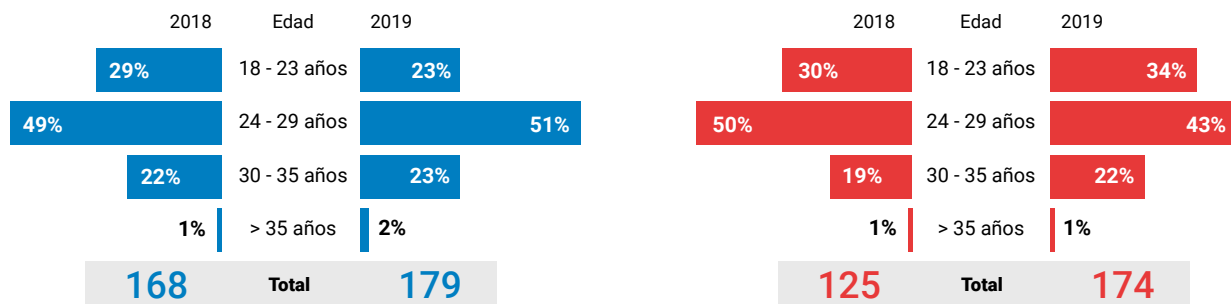
Número de transferencias



Valores de transferencias



Distribución de edad



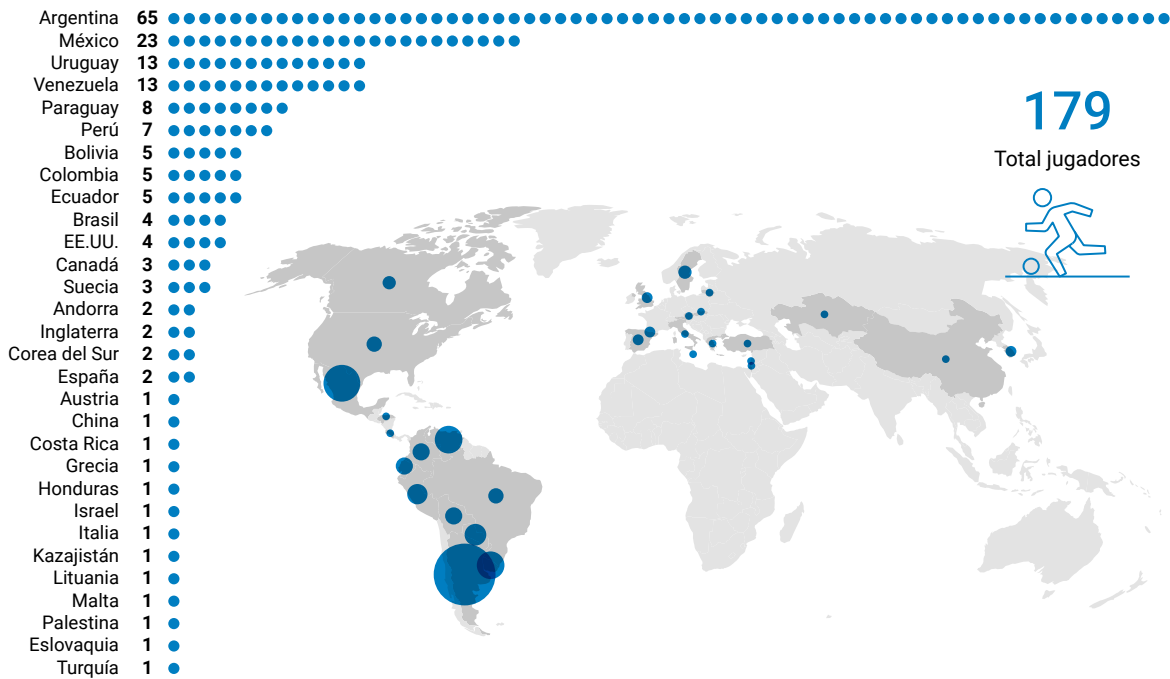
Fuente: FIFA / TMS Chile

USD 190.000 fue el valor promedio de transferencia de los jugadores que arribaron a la liga chilena, marcando en la temporada 2019 una disminución de 32% en comparación al año 2018.

USD 690.000 fue el valor promedio de transferencias de los jugadores que salieron de la liga chilena durante el 2019, reflejando un 24% menos en relación con el promedio registrado el año 2018.

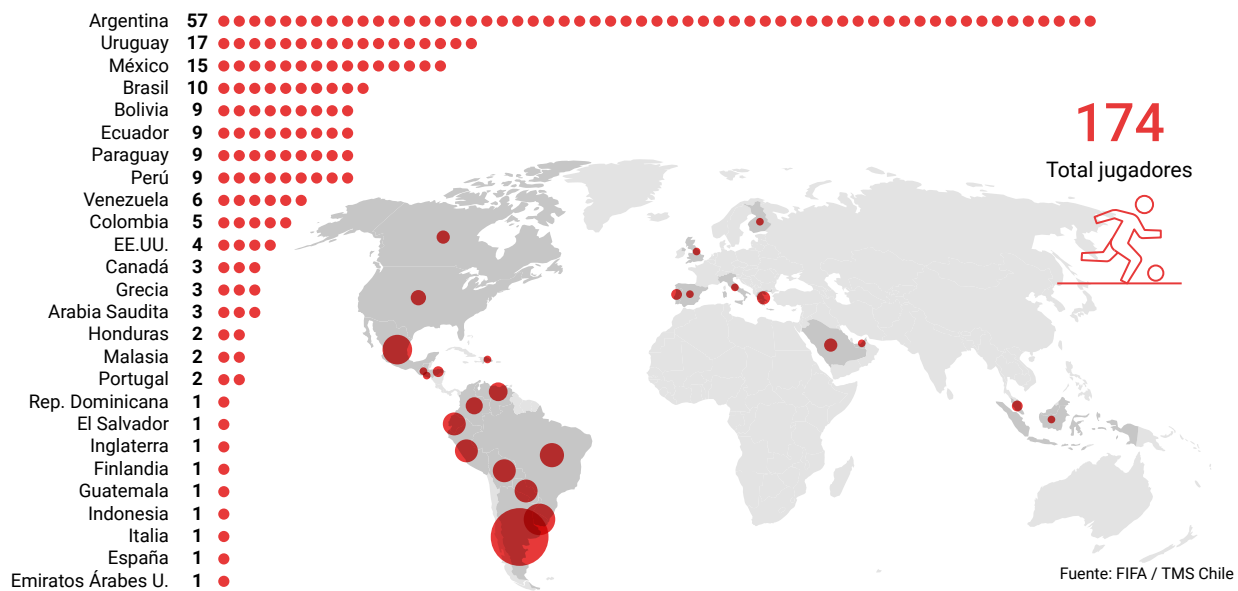
La evolución de las transferencias en la relación a la edad de los jugadores muestra que más del 50% de los jugadores que llegan a nuestro país está en el rango de 24 a 29 años, mientras que la salida de futbolistas entre 18 a 23 años va en aumento.

De qué liga vienen los jugadores que ingresaron a Chile



La liga argentina sigue siendo el principal mercado en el cual los clubes chilenos acuden en busca de nuevas incorporaciones, representando un 36% de los jugadores que llegaron al país, sigue México con un 13%, Uruguay y Venezuela, ambos con un 7% de la cifra total.

A dónde van los jugadores que salieron de Chile



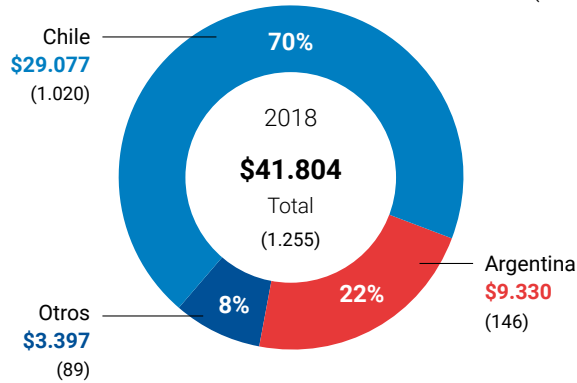
Al igual que el año anterior, Argentina sigue siendo el destino principal de los jugadores que emigran del país, con un 33%. Lo siguen las ligas de Uruguay con un 10% y México con 9%, sumando a Brasil en el cuarto lugar de los principales destinos para los jugadores que emigran de la liga chilena.

Distribución de gasto bruto por nacionalidad

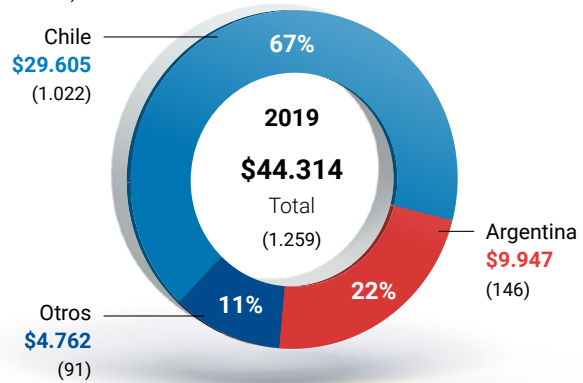
(Valores en millones de pesos)

Jugadores

(Número de personas)



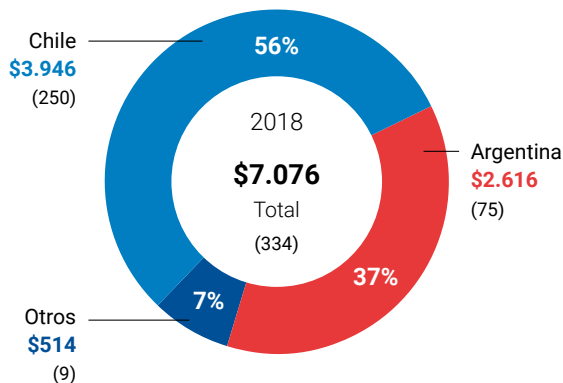
Uruguay	40	Colombia	5	Bolivia	2
Paraguay	14	Brasil	5	Ecuador	1
Venezuela	6	Perú	4	Otros	12



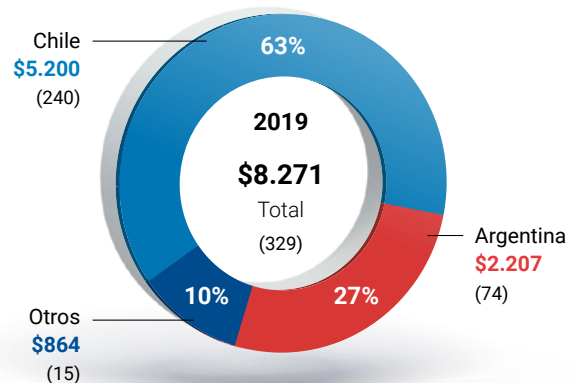
Uruguay	25	Colombia	11	Ecuador	3
Venezuela	17	Perú	5	Bolivia	1
Paraguay	17	Brasil	3	Otros	9

Cuerpo Técnico

(Número de personas)



Uruguay	6	Colombia	1
Brasil	1	Otros	1



Uruguay	8	Brasil	1
Paraguay	2	Otros	4

Fuente: UCF - ANFP

81% representa el número de chilenos dentro del universo de futbolistas que componen el fútbol nacional, equivalente al 67% del total de gasto. Además, podemos concluir que los futbolistas argentinos representan 2,3 veces el costo promedio que el jugador nacional, proporción similar a la registrada el año 2018.

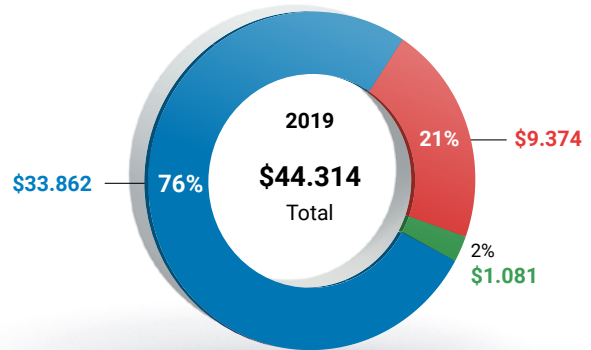
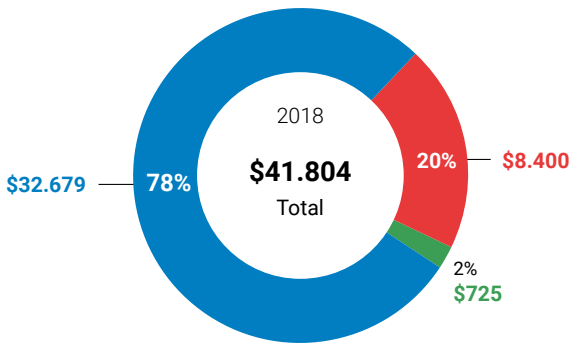
\$8.271 millones de pesos en total se desembolsó por concepto de cuerpo técnico durante 2019, distribuidas entre 329 profesionales, donde el 73% son chilenos y 23% argentinos. En relación con la distribución de gasto bruto, los profesionales chilenos aumentaron en 7 puntos porcentuales su peso dentro de la distribución, representando un 63%. La brecha de pago de sueldo bruto promedio entre los cuerpos técnicos argentinos y chilenos se redujo en comparación a 2018, de 2,9 a 1,4 veces.

Distribución del gasto bruto por división

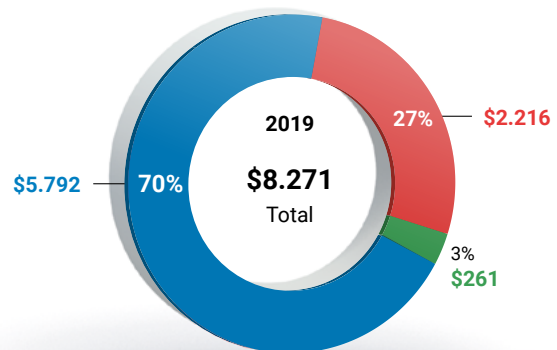
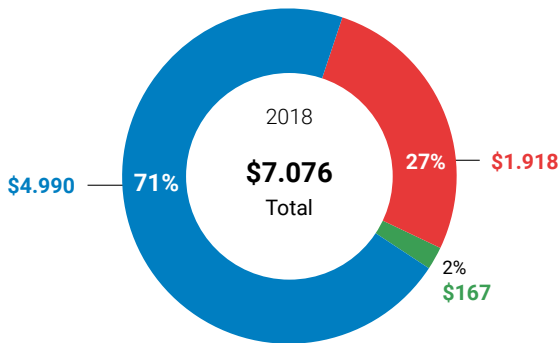
(Valores en millones de pesos)

■ Primera División ■ Primera B ■ Segunda División

Jugadores



Cuerpo Técnico



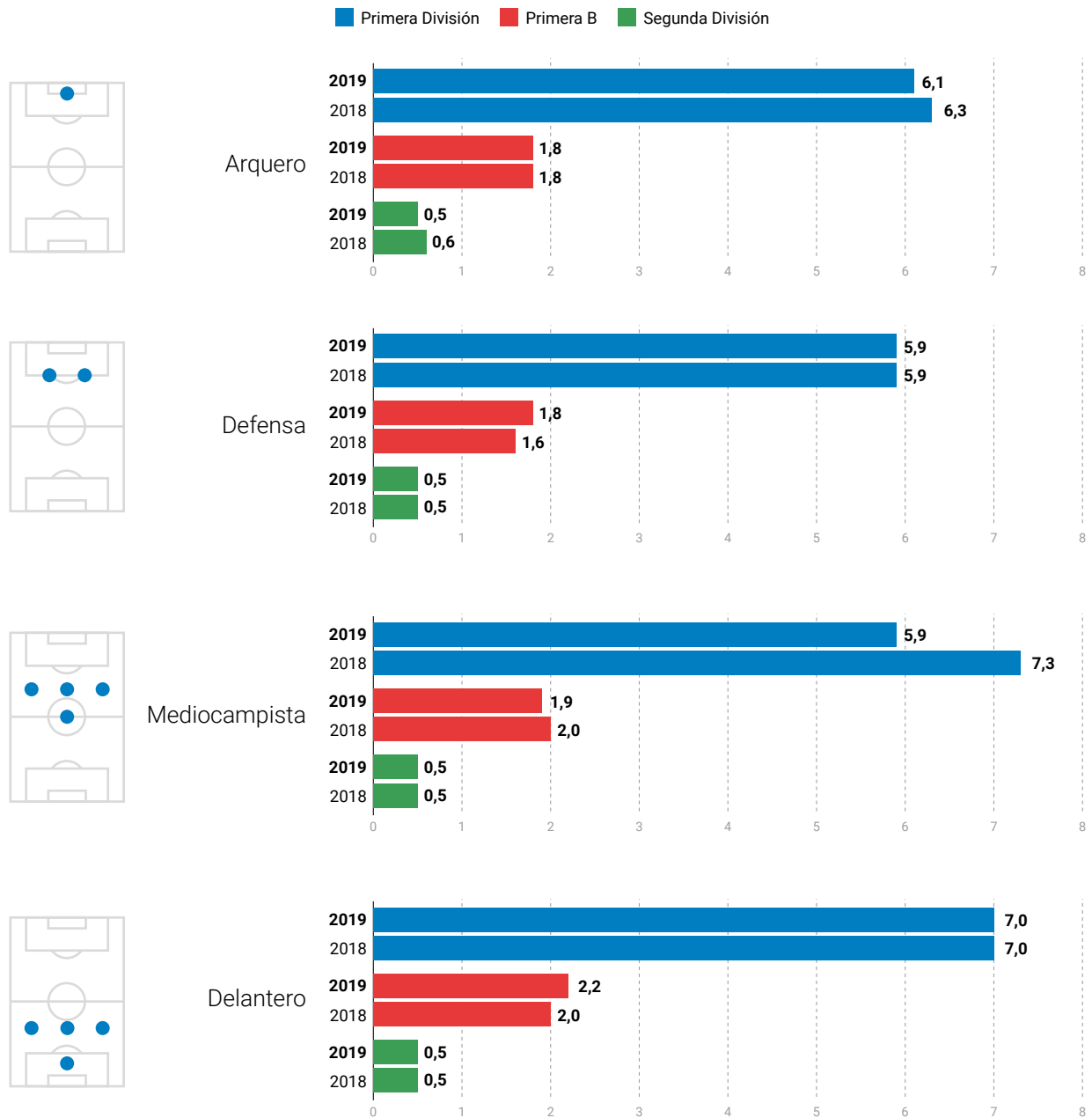
Fuente: UCF - ANFP

Los clubes chilenos durante la temporada 2019 desembolsaron un total de **\$52.585** millones por concepto de remuneraciones en jugadores y cuerpo técnico del primer equipo, 8% más en comparación al año 2018, distribuido en \$44.317 millones en jugadores (84%) y \$8.269 millones en los 4 principales cargos de cuerpo técnico (16%): director técnico, ayudante técnico, preparador físico y preparador de arqueros.

17% más desembolsaron los clubes durante el 2019 en la conformación de sus cuerpos técnico, mientras que el desembolso por concepto de jugadores aumentó en un 6% en comparación al año anterior, manteniendo la tendencia de los últimos años.

Sueldo bruto promedio por posición

(Valores en millones de pesos)



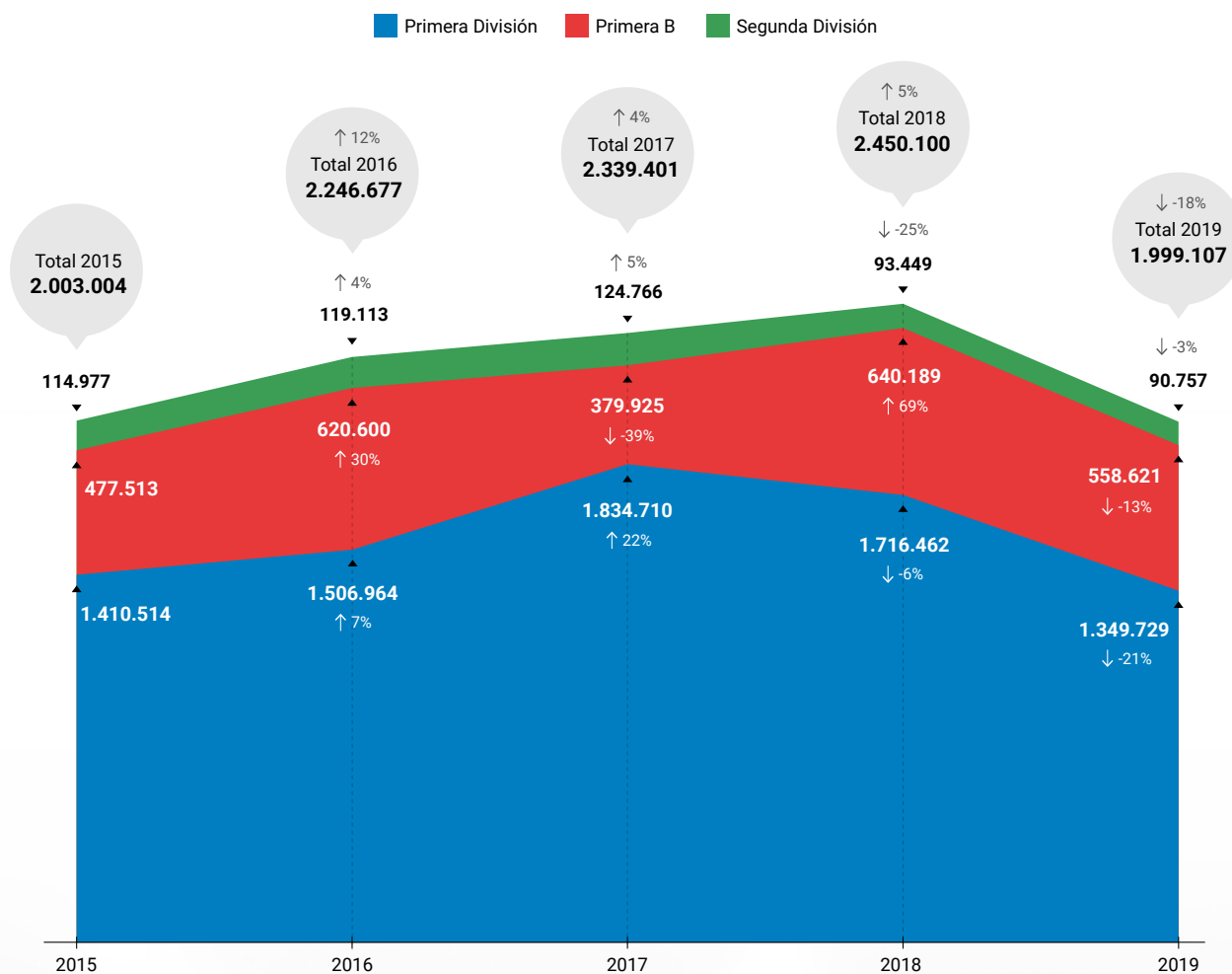
Fuente: UCF - ANFP

Los valores promedio de sueldos brutos de los jugadores en 2019 no varían significativamente con respecto al año anterior, a excepción de los sueldos promedios en la posición de mediocampista. Esto se debe al aumento de jugadores en esta posición, la cual representa **31%** de los jugadores registrados, y a la leve baja en proporción de los sueldos. La proporción de sueldos brutos promedio entre la Primera División y la Primera B ha disminuido de 3,7 veces en 2018, en comparación a 3,2 veces en 2019. En cambio, la relación entre Primera B y Segunda División es de 4 veces para este concepto.



Otros datos de la industria

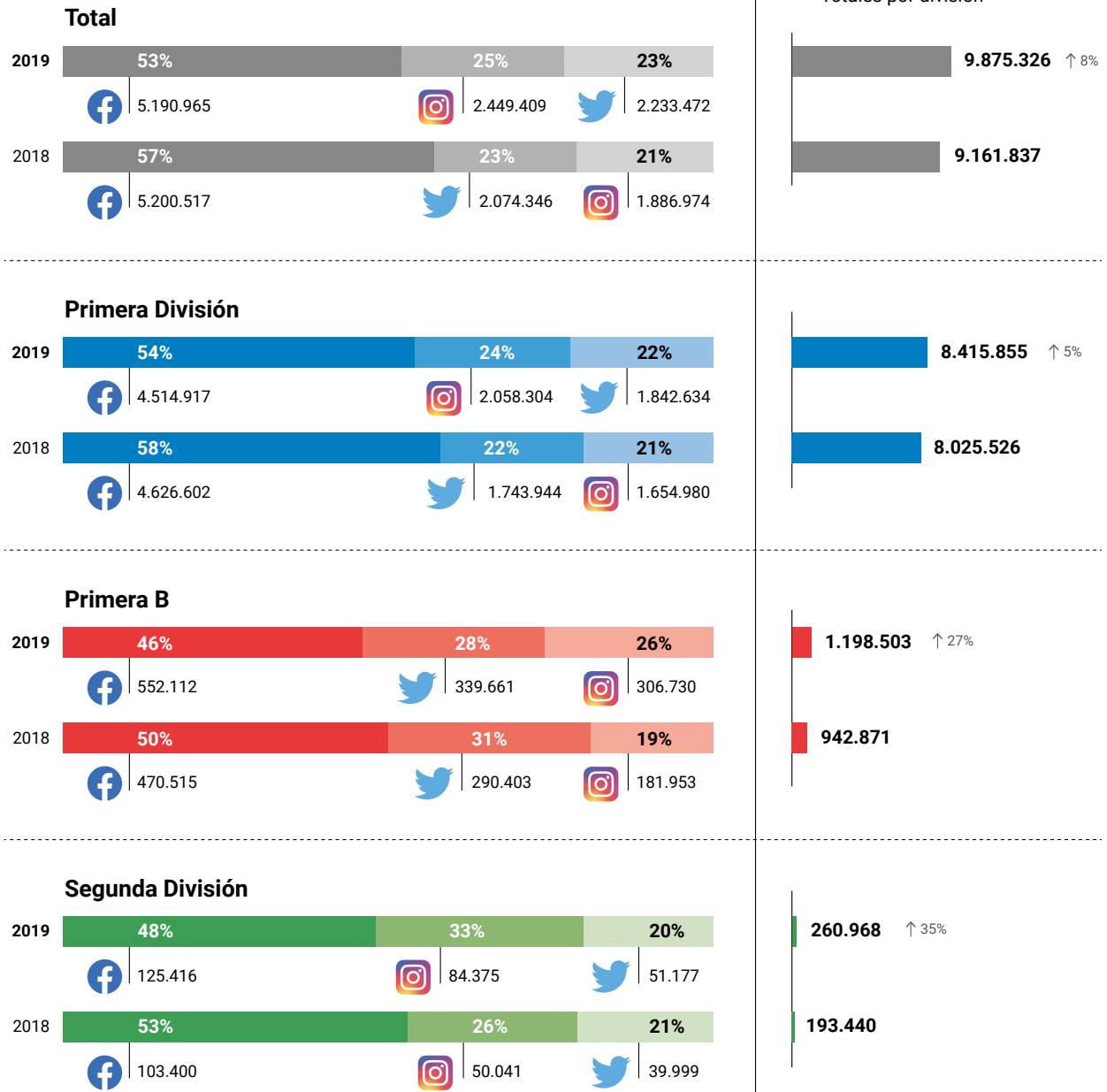
Evolución de asistencia al estadio



18% disminuyó el número de asistentes al estadio producto del cierre anticipado de los torneos nacionales de la temporada 2019.

La Primera División fue la categoría más afectada en términos de cantidad de espectadores, registrando una caída de un 21%, traducido en 366.733 personas menos durante el año 2019, esto principalmente por la disminución de Universidad de Chile, quien tuvo el mayor número de asistentes durante el año 2018.

Distribución redes sociales



Fuente: Comunicaciones ANFP

Del total de **9.873.846** seguidores, Facebook sigue siendo la plataforma preferida de los aficionados, abarcando el 53% de los seguidores totales de redes sociales. La sigue Instagram con 25%, que superó por primer año a Twitter, marcando un incremento del 30% en comparación al año anterior. Finalmente, Twitter completa las preferencias con un 23%, estancando su crecimiento en un 8% en comparación al año 2018.

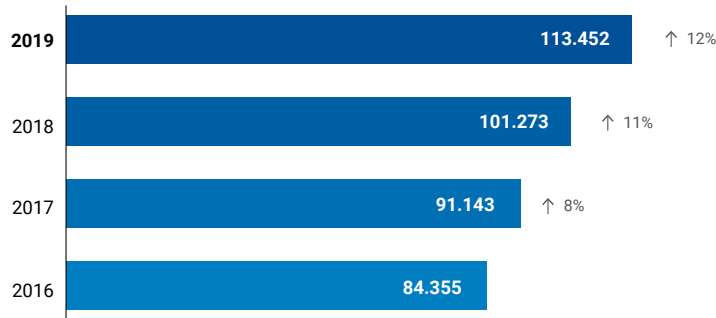
Primera División



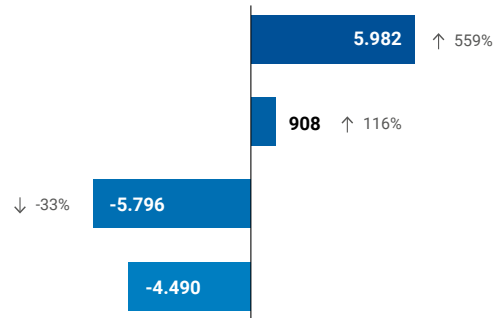
Análisis Primera División

Ingresos Ordinarios y RAI

Ingresos Ordinarios



RAI (Resultado Antes de Impuesto)

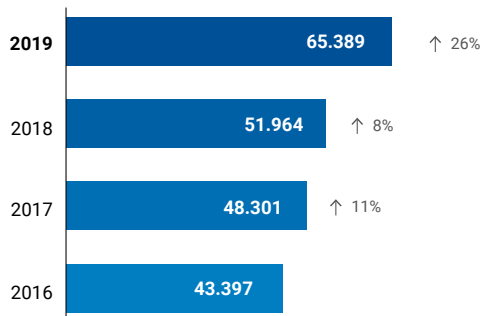


Durante el 2019 los Ingresos Ordinarios tuvieron un alza del 12% con respecto al año anterior, fundamentado por el aumento de 20% en los Derechos de TV y el buen resultado obtenido por Universidad Católica, O'Higgins y Huachipato en transferencias de jugadores, compensando con creces la disminución en las partidas de ingresos Comerciales (22%) y Ticketing (19%).

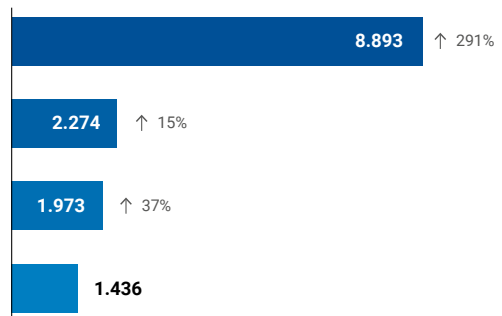
Podemos notar un crecimiento relevante de 559% en el Resultado Antes de Impuesto, alcanzado la cifra de \$5.982 millones, a consecuencia del incremento en más de MM\$12.000 en los Ingresos Ordinarios, por las razones mencionadas anteriormente, y el alza de solo un 2% en los egresos.

Primera División sin clubes de alta convocatoria

Ingresos Ordinarios



RAI (Resultado Antes de Impuesto)



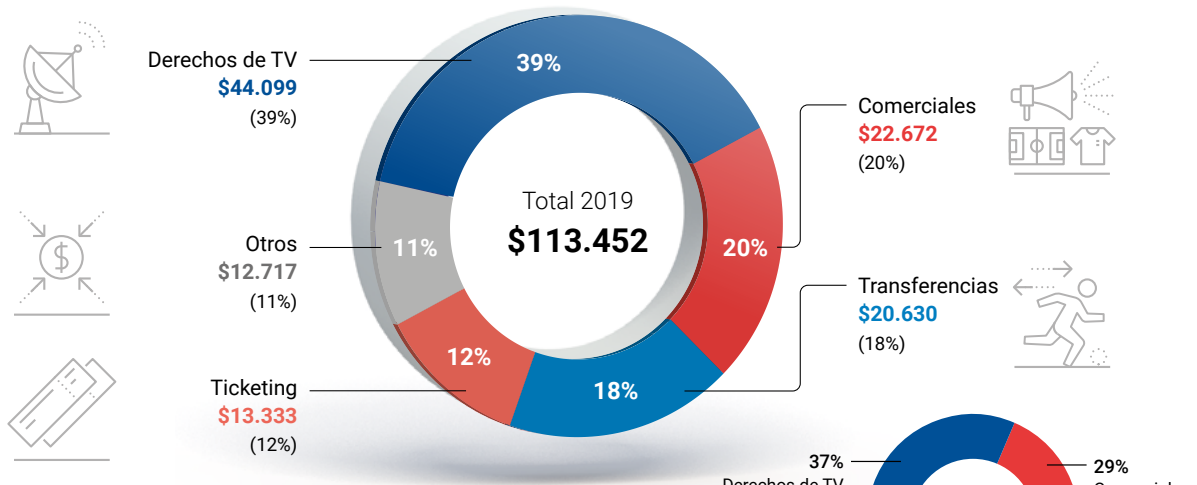
Al separar a Colo Colo, Universidad de Chile y Universidad Católica, los Ingresos Ordinarios disminuyen en \$48.063 millones, esto significa que los 13 clubes representan un 58% del total de la Primera División, aumentando su relevancia en 7 puntos porcentuales en comparación al periodo anterior.

El Resultado Antes de Impuesto refleja una mejora considerable, marcando un aumento de 291% en comparación al año 2018, enlazado directamente con el aumento en los ingresos por Derechos de TV y Transferencia de jugadores.

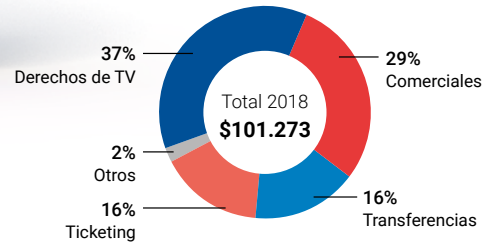
Distribución total de Ingresos Ordinarios y Egresos

Total Ingresos Ordinarios

(Valores en millones de pesos)

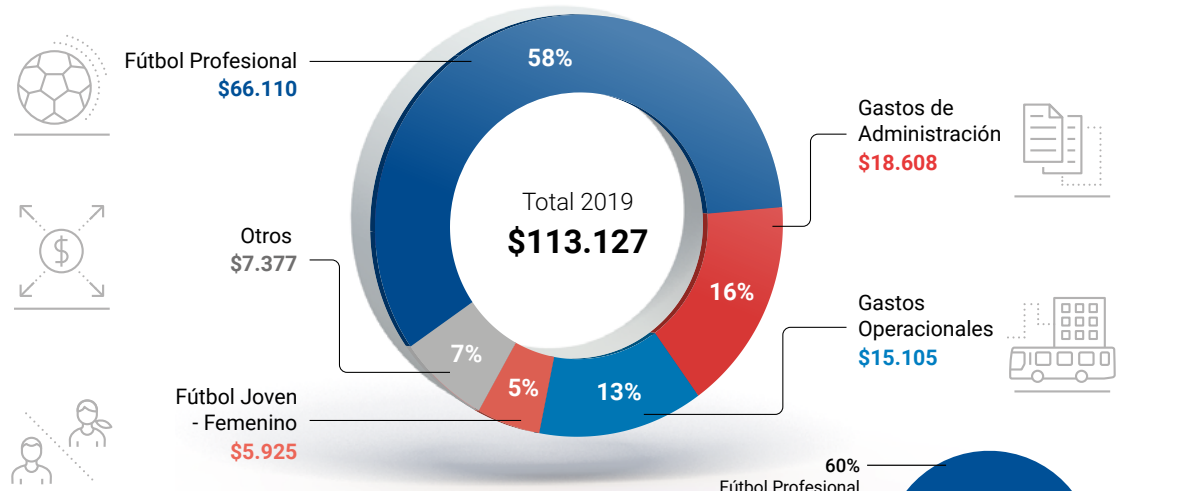


12% incrementaron los ingresos de esta categoría durante 2019 con respecto al periodo anterior, sustentado por las alzas de Transferecias (27%) y Derechos de TV (19%). Por otra parte, los Ingresos Comerciales y de Ticketing sufrieron una disminución durante la temporada, de 22% y 19% respectivamente.

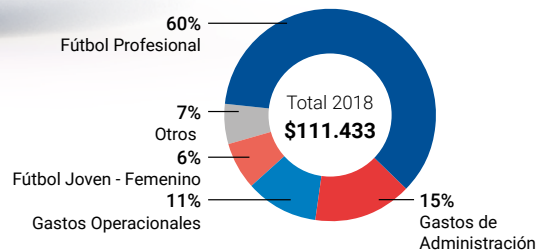


Total de Egresos

(Valores en millones de pesos)



Solo un **2%** aumentaron los Egresos en cuanto al año anterior, siendo Fútbol Profesional la partida más relevante con 58% dentro de la distribución. Las cuentas de Gastos Operacionales presentan un alza del 20% en comparación al año 2018, mientras que Fútbol Joven - Femenino anota una caída del 17% dado al termino anticipado de la temporada.



Costo promedio plantel (Jugadores y CT) vs posición campeonato 2019

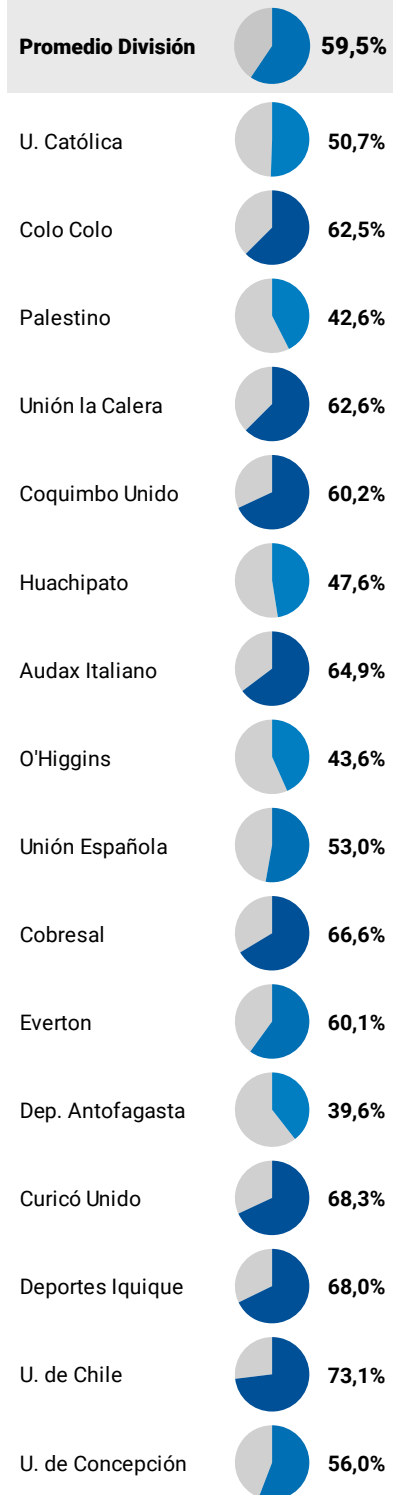
(Valores en millones de pesos)



Límite de Gasto en Fútbol

(Fútbol Profesional / Ingresos Totales)

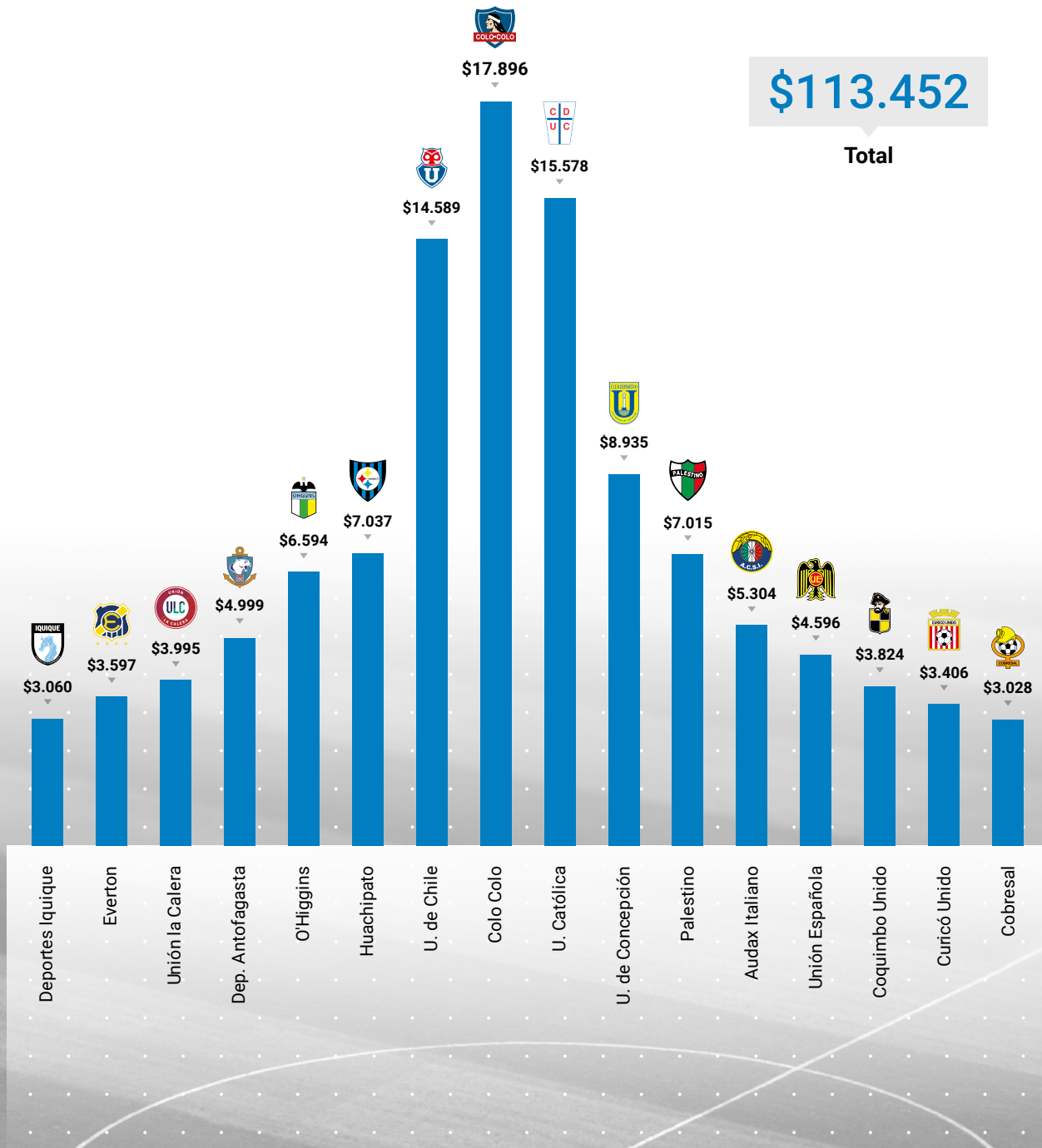
Temporada 2019



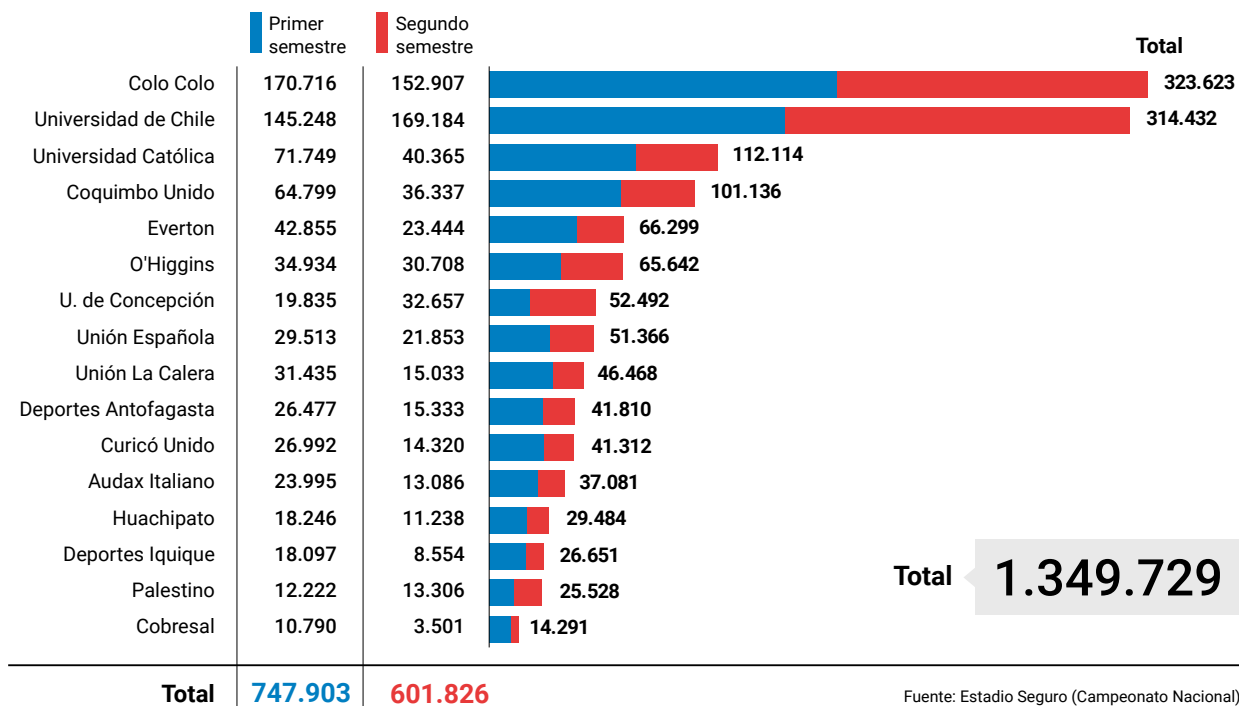
Fuente: UCF - ANFP

Ranking de Ingresos Ordinarios

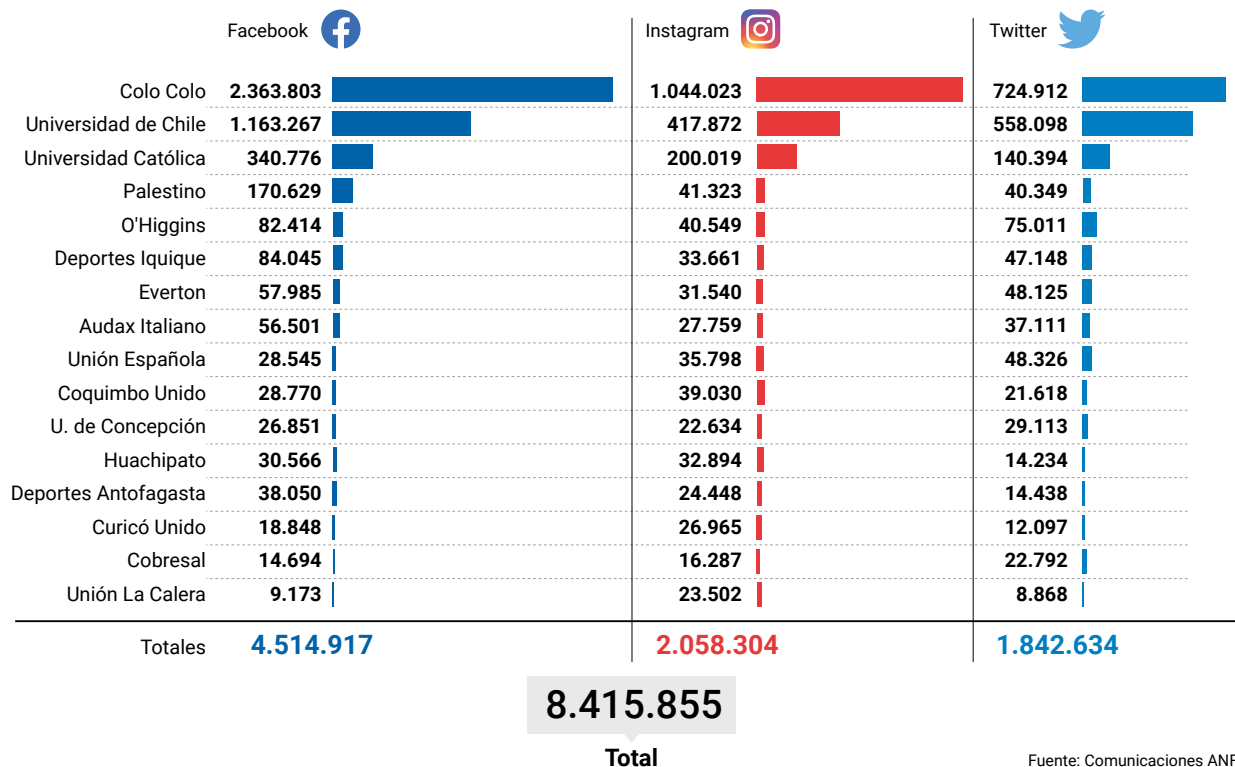
(Valores en millones de pesos)



Ranking de asistencia

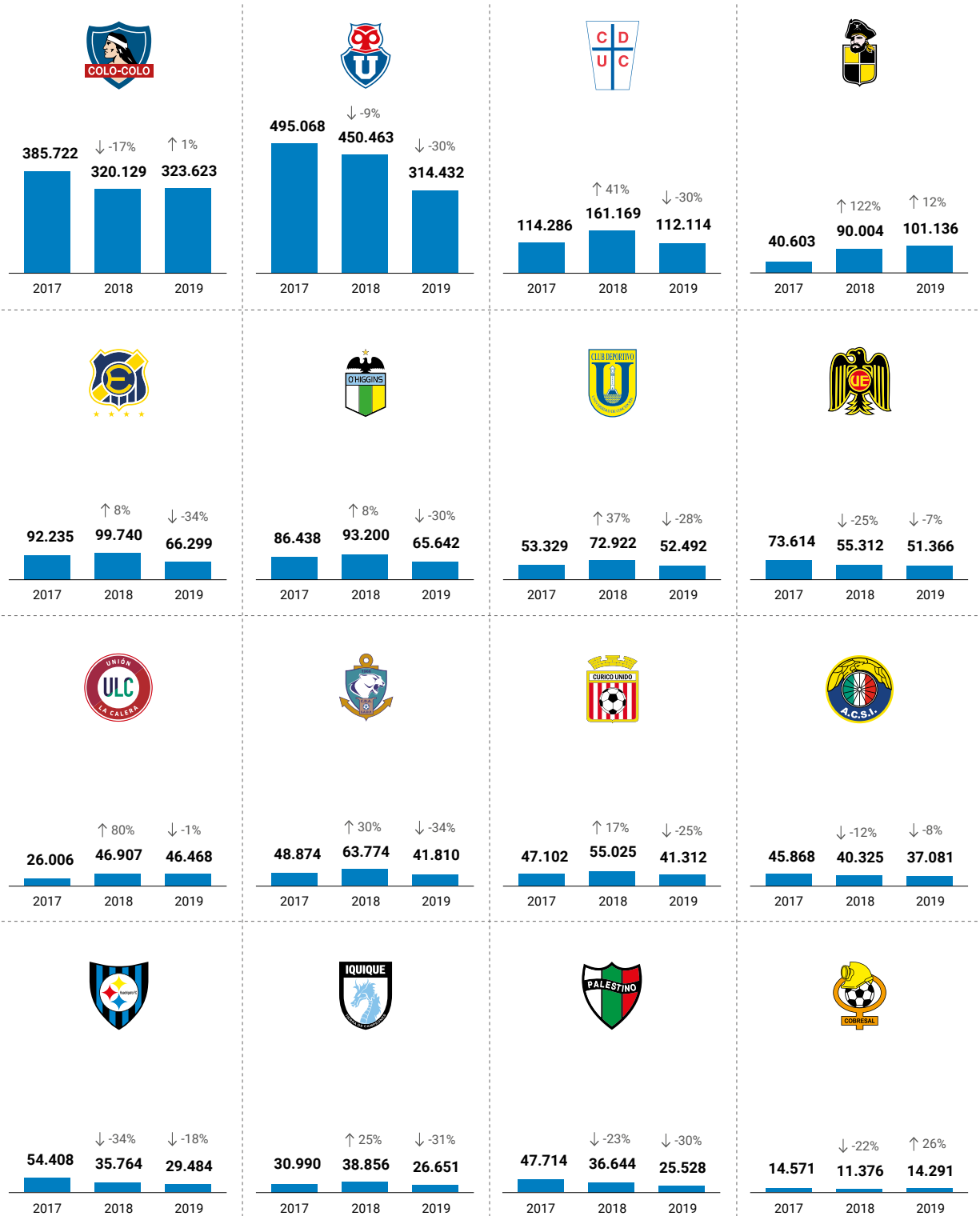


Ranking redes sociales



Primera División

Evolución de asistencia al estadio por club



Fuente: Estadio Seguro (Campeonato Nacional)

Colo-Colo



Fundado:

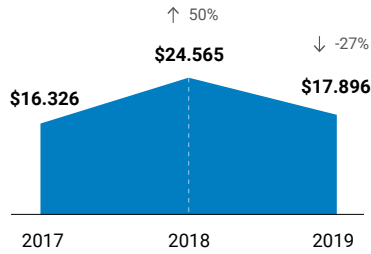
19 de abril de 1925

Estadio:

Monumental David Arellano
(Capacidad: 47.347)

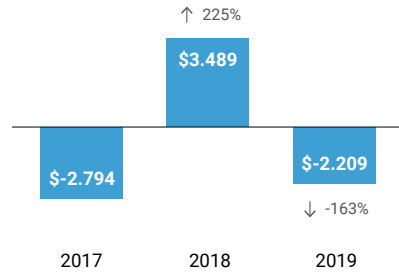
Ingresos Ordinarios

Valores en millones de pesos



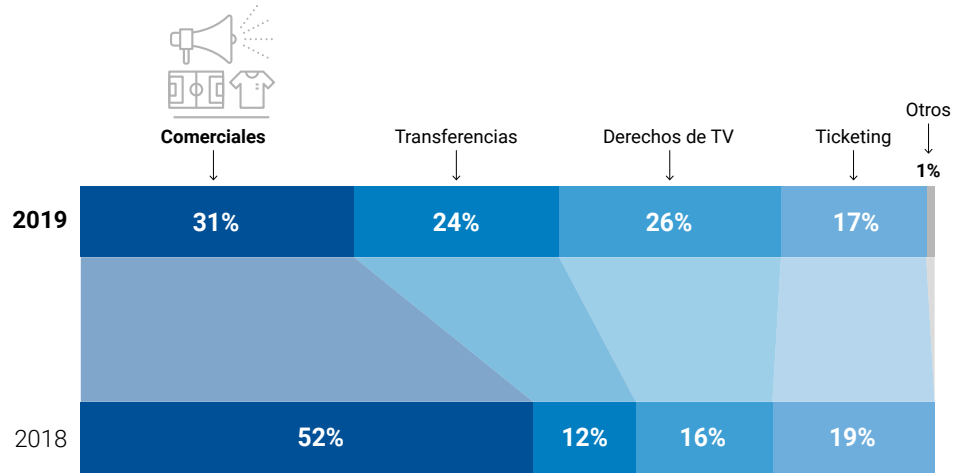
RAI

Valores en millones de pesos

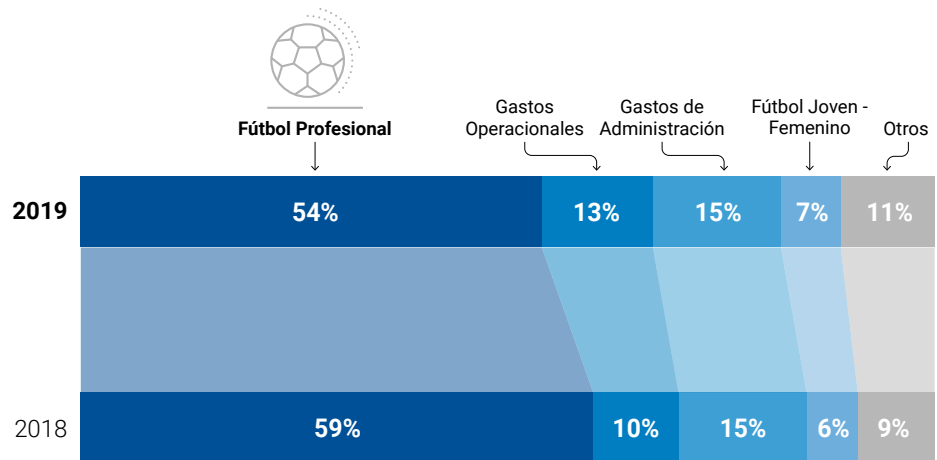


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

Distribución de Ingresos Ordinarios



Distribución de Egresos



Marca Técnica:
Umbro

Sponsor:
MG Motors

Seguidores en redes sociales



2.363.803



724.912



1.044.023

Primera División

Universidad Católica

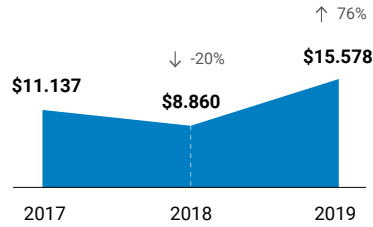


Fundado:
19 de abril de 1937

Estadio:
San Carlos de Apoquindo
(Capacidad: 14.118)

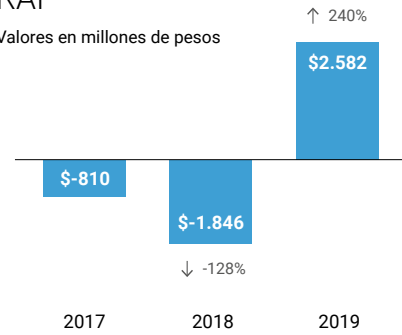
Ingresos Ordinarios

Valores en millones de pesos



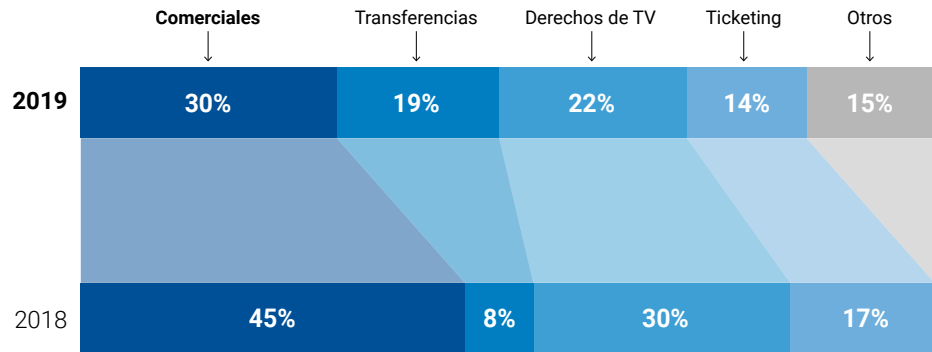
RAI

Valores en millones de pesos



RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

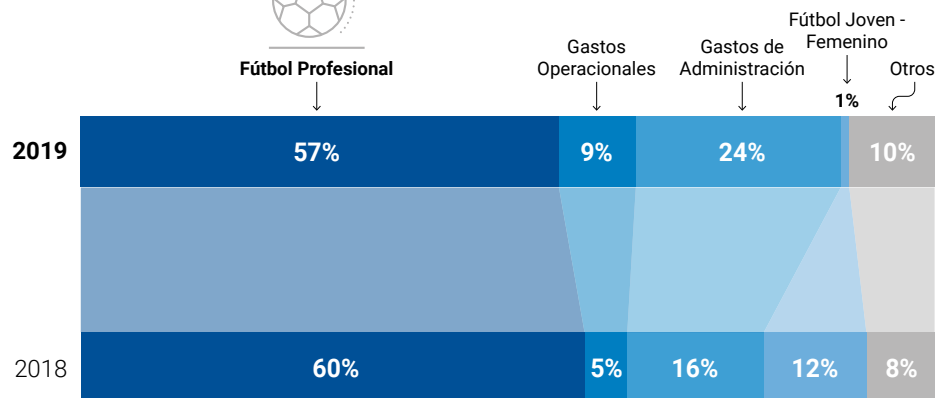
Distribución de Ingresos Ordinarios



Distribución de Egresos



Fútbol Profesional



Marca Técnica:
Under Armour

Sponsor:
DirecTV

Seguidores en redes sociales



340.776



140.394



200.019

Universidad de Chile



Fundado:
24 de mayo de 1927

Estadio:
Estadio Nacional Julio Martínez P.
(Capacidad: 48.665)

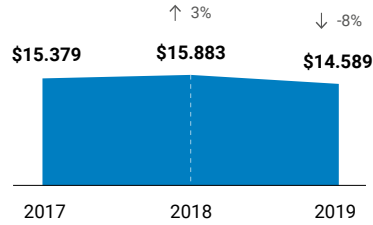
Marca Técnica: Adidas
Sponsor: Petrobras

Seguidores en redes sociales

1.163.267
 558.098
 417.872

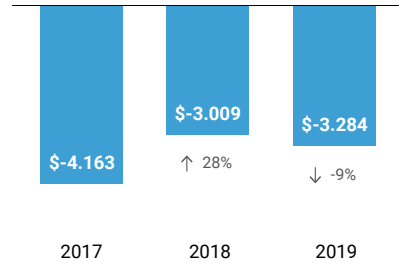
Ingresos Ordinarios

Valores en millones de pesos



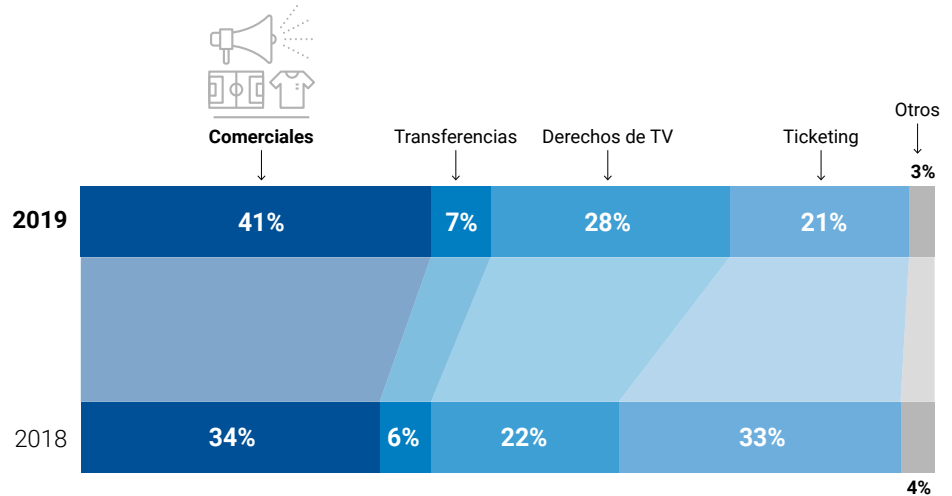
RAI

Valores en millones de pesos

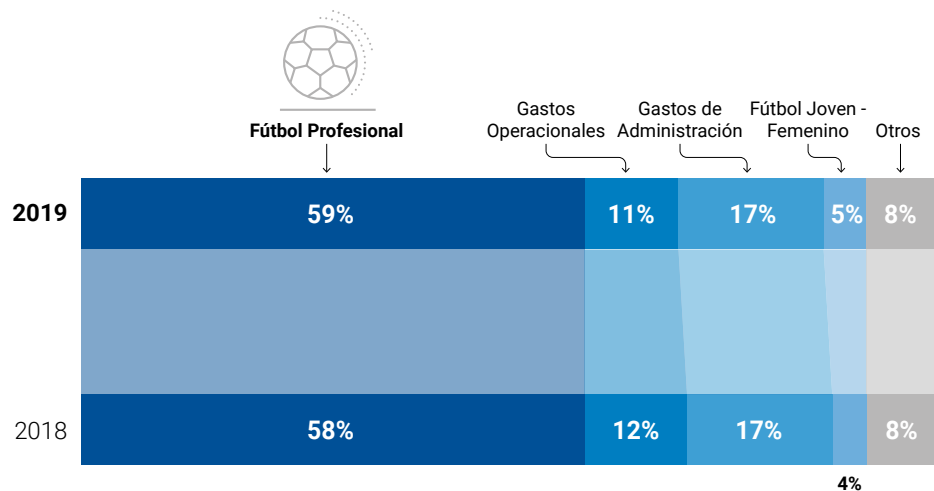


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

Distribución de Ingresos Ordinarios



Distribución de Egresos



Primera División

Universidad de Concepción

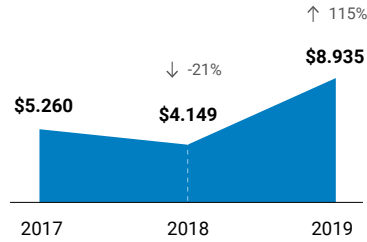


Fundado:
8 de agosto de 1994

Estadio:
Ester Roa
(Capacidad: 30.448)

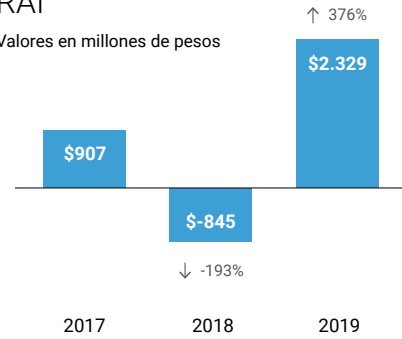
Ingresos Ordinarios

Valores en millones de pesos



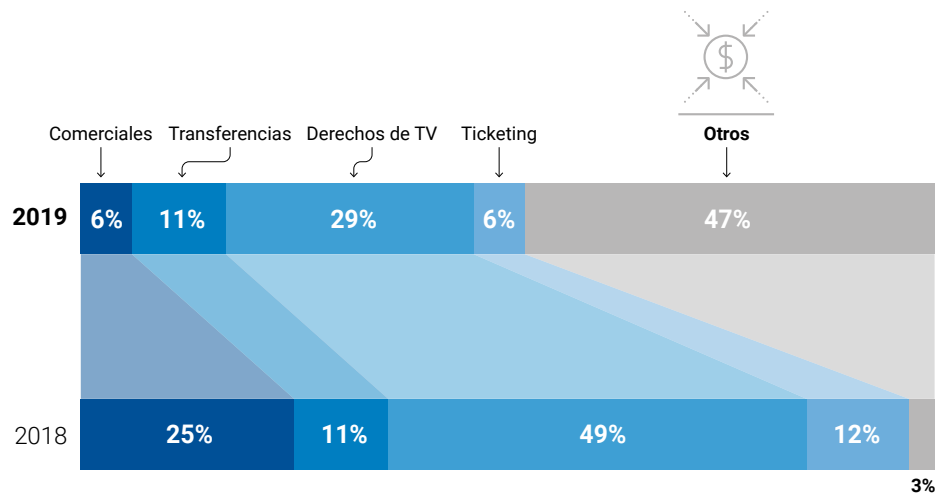
RAI

Valores en millones de pesos

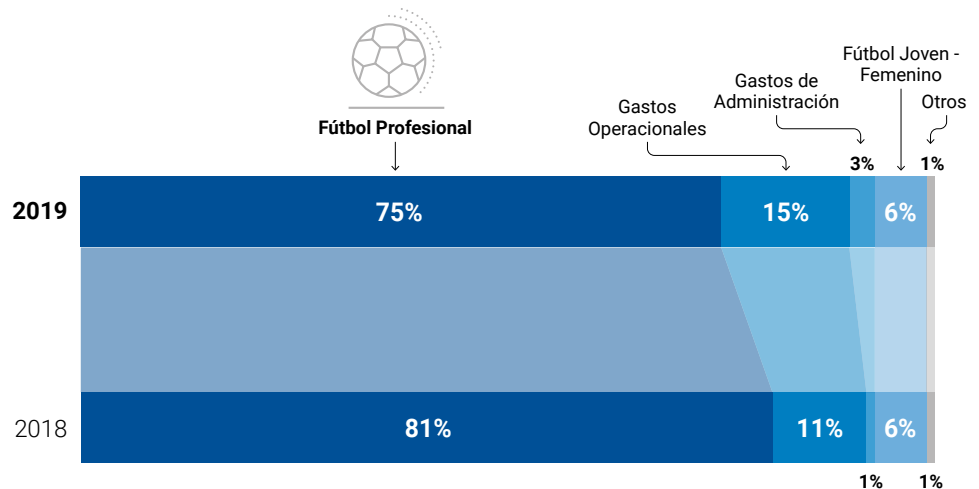


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

Distribución de Ingresos Ordinarios



Distribución de Egresos



Marca Técnica:
KS7

Sponsor:
Algoritmos

Seguidores en redes sociales



26.851



29.113



22.634

Huachipato



Fundado:

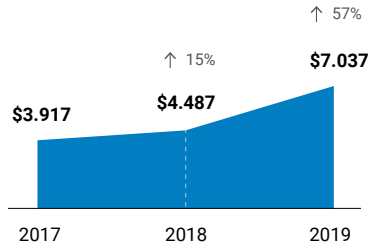
7 de junio de 1947

Estadio:

Huachipato CAP-Acerero
(Capacidad: 10.032)

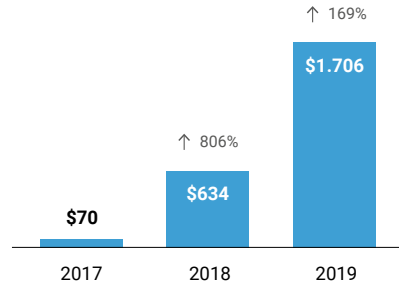
Ingresos Ordinarios

Valores en millones de pesos



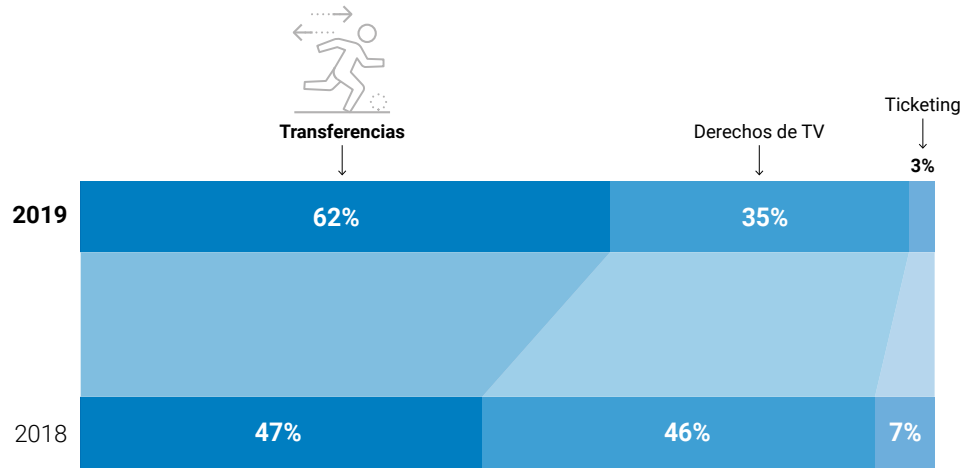
RAI

Valores en millones de pesos

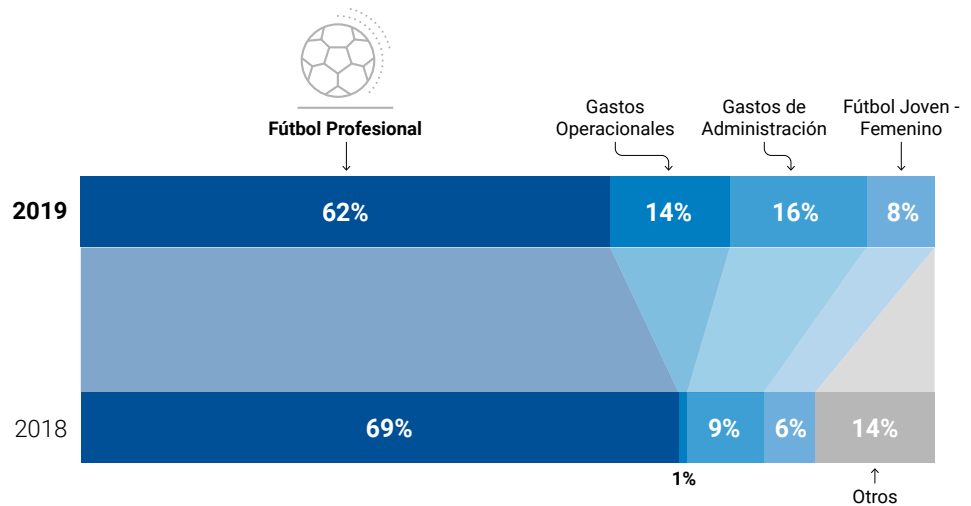


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

Distribución de Ingresos Ordinarios



Distribución de Egresos



Marca Técnica: Onefit | Sponsor: Productos Fernández

Seguidores en redes sociales

Facebook: 30.566 | Twitter: 14.234 | Instagram: 32.894

Primera División

Palestino



Fundado:
20 de agosto de 1920

Estadio:
Municipal de La Cisterna
(Capacidad: 8.000)

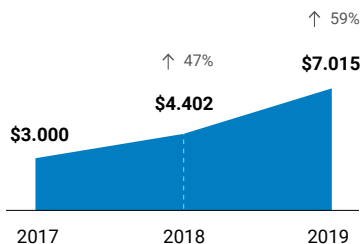
Marca Técnica: Capelli Sport **Sponsor:** Bank of Palestine

Seguidores en redes sociales

 170.629
  40.349
  41.323

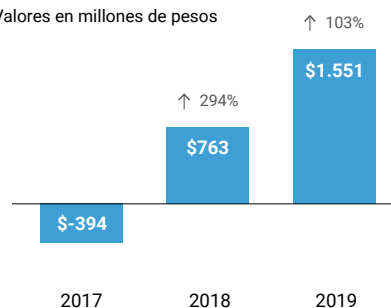
Ingresos Ordinarios

Valores en millones de pesos



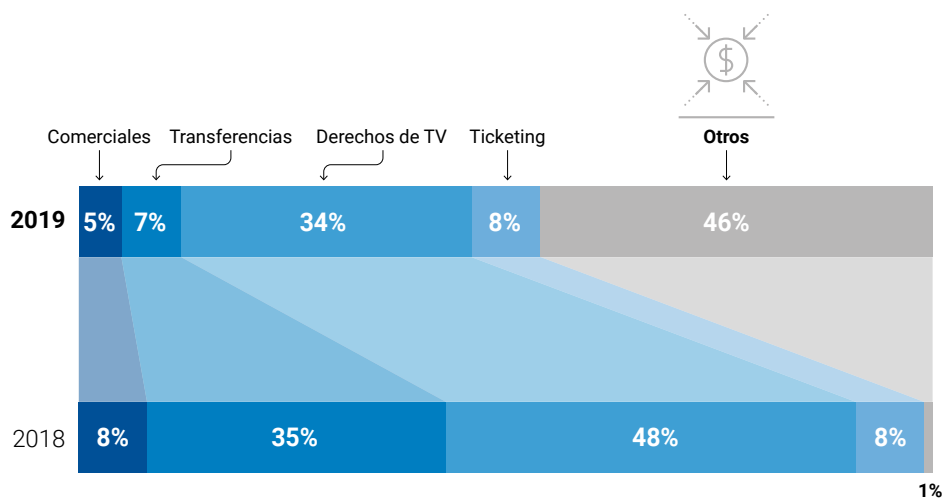
RAI

Valores en millones de pesos

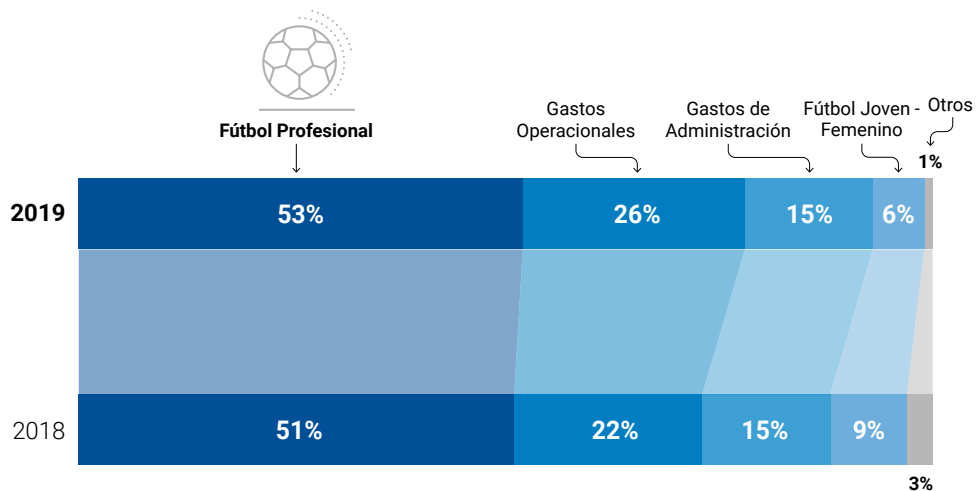


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

Distribución de Ingresos Ordinarios



Distribución de Egresos



O'Higgins



Fundado:

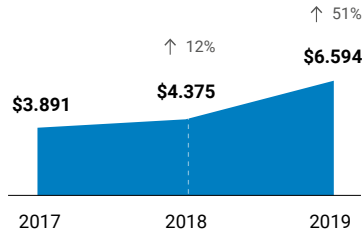
7 de abril de 1955

Estadio:

El Teniente de Rancagua
(Capacidad: 15.600)

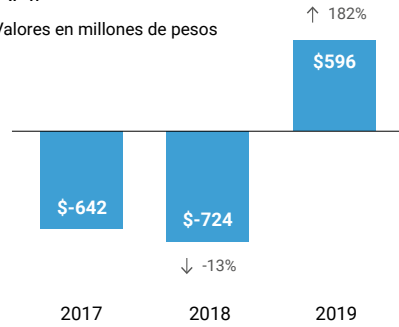
Ingresos Ordinarios

Valores en millones de pesos



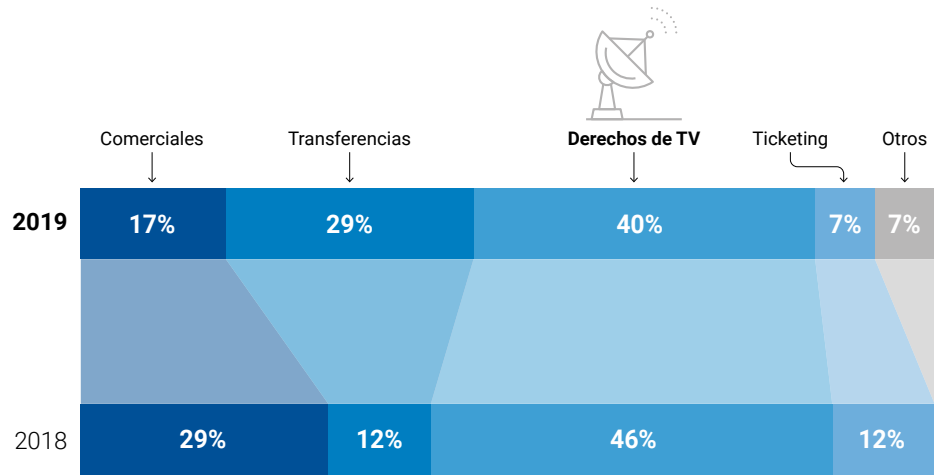
RAI

Valores en millones de pesos

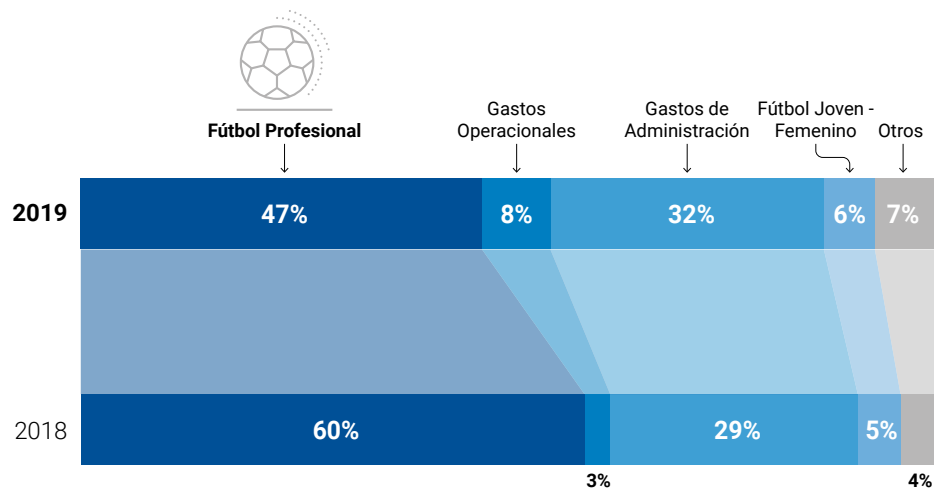


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

Distribución de Ingresos Ordinarios



Distribución de Egresos



Marca Técnica:
Adidas

Sponsor:
Monticello

Seguidores en redes sociales



82.414



75.011



40.549

Primera División

Audax Italiano



Fundado:
30 de noviembre de 1930

Estadio:
Bicentenario La Florida
(Capacidad: 12.000)

Marca Técnica:
Macron

Sponsor:
Traverso

Seguidores en redes sociales



56.501



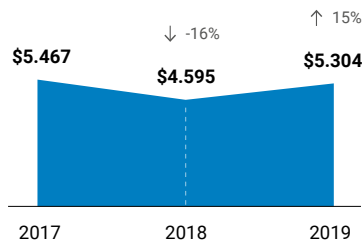
37.111



27.759

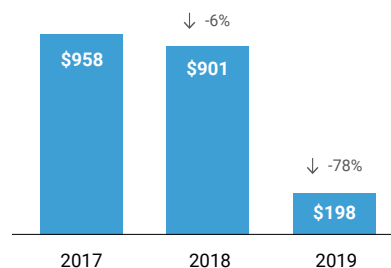
Ingresos Ordinarios

Valores en millones de pesos



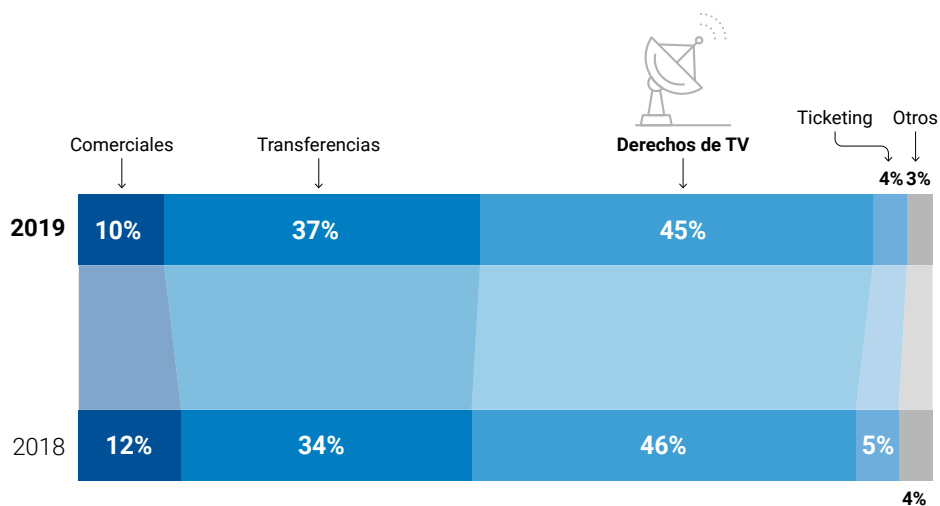
RAI

Valores en millones de pesos

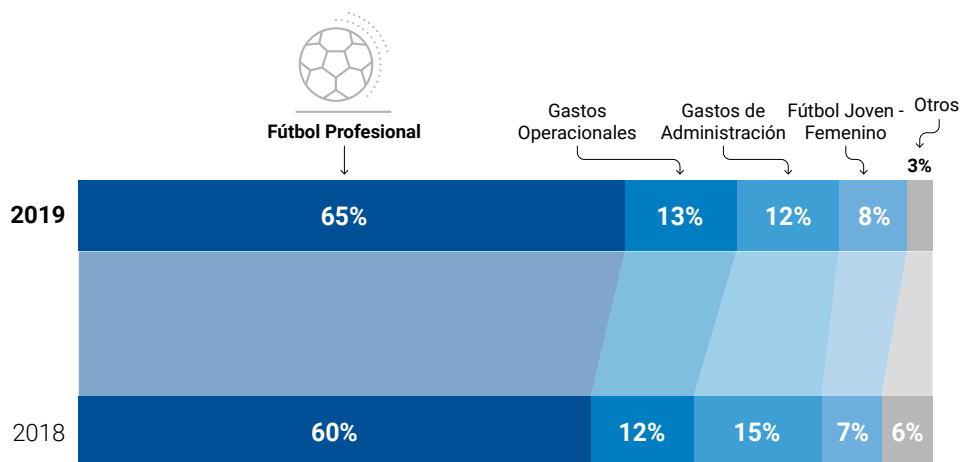


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

Distribución de Ingresos Ordinarios



Distribución de Egresos



Deportes Antofagasta

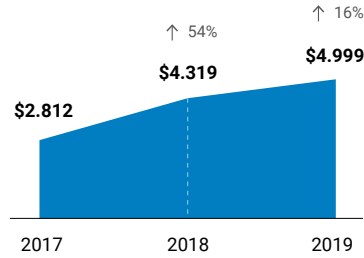


Fundado:
14 de mayo de 1966

Estadio:
Calvo y Bascuñán
(Capacidad: 21.178)

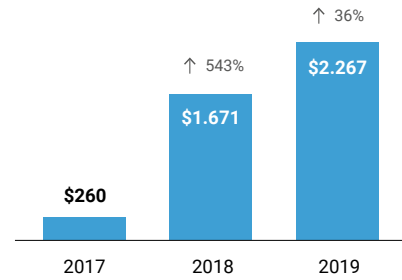
Ingresos Ordinarios

Valores en millones de pesos



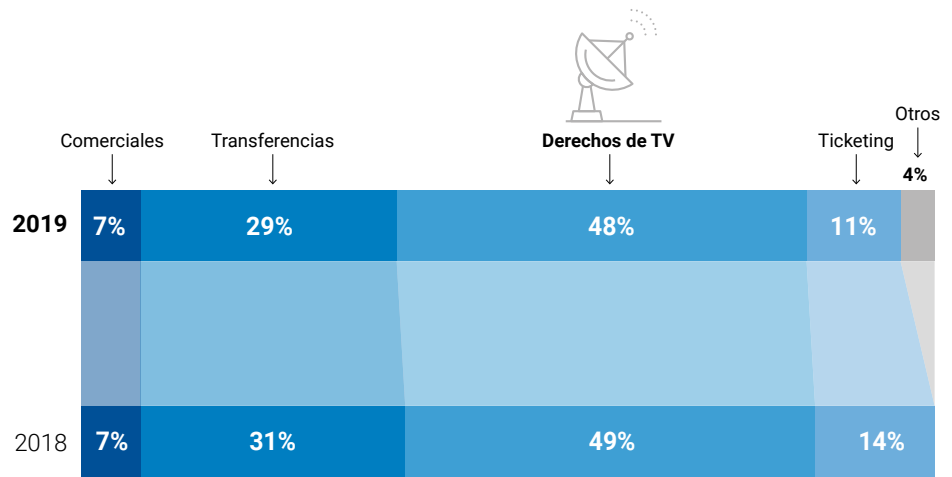
RAI

Valores en millones de pesos

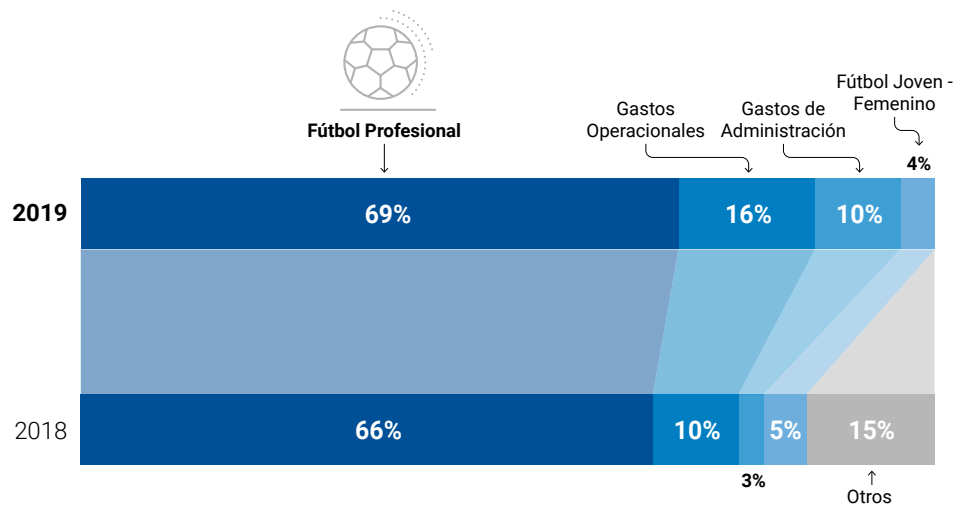


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

Distribución de Ingresos Ordinarios



Distribución de Egresos



Marca Técnica: Cafu **Sponsor:** Minera Escondida

Seguidores en redes sociales

Facebook: 38.050 | Twitter: 14.438 | Instagram: 24.448

Primera División

Unión Española

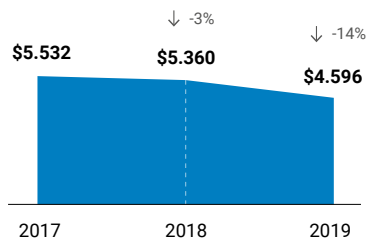


Fundado:
18 de mayo de 1897

Estadio:
Santa Laura - SEK
(Capacidad: 19.000)

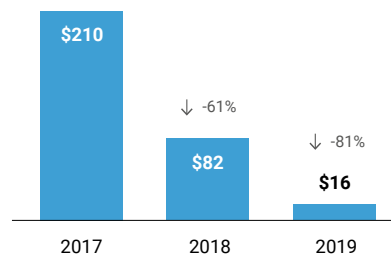
Ingresos Ordinarios

Valores en millones de pesos



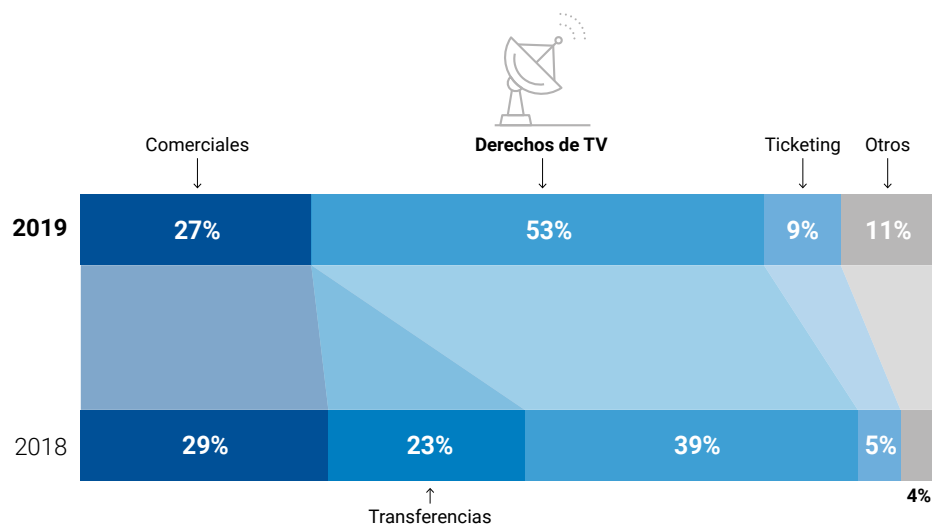
RAI

Valores en millones de pesos

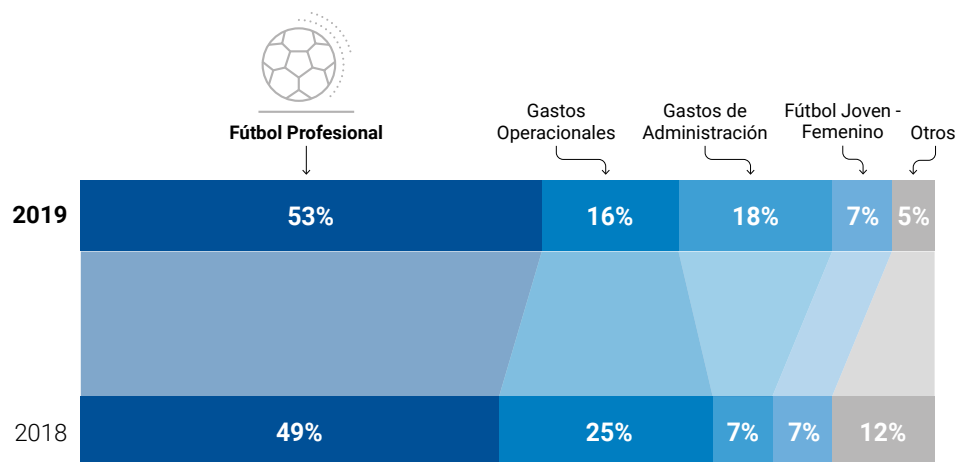


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

Distribución de Ingresos Ordinarios



Distribución de Egresos



Marca Técnica: Kappa **Sponsor:** Universidad SEK

Seguidores en redes sociales



28.545



48.326



35.798

Unión La Calera

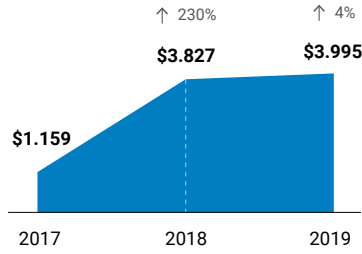


Fundado:
26 de enero de 1954

Estadio:
Nicolás Chahuán
(Capacidad: 10.000)

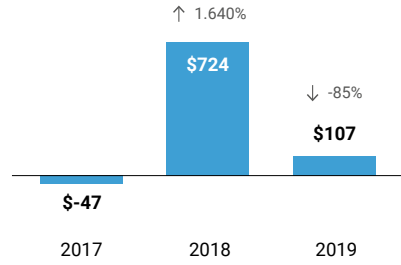
Ingresos Ordinarios

Valores en millones de pesos



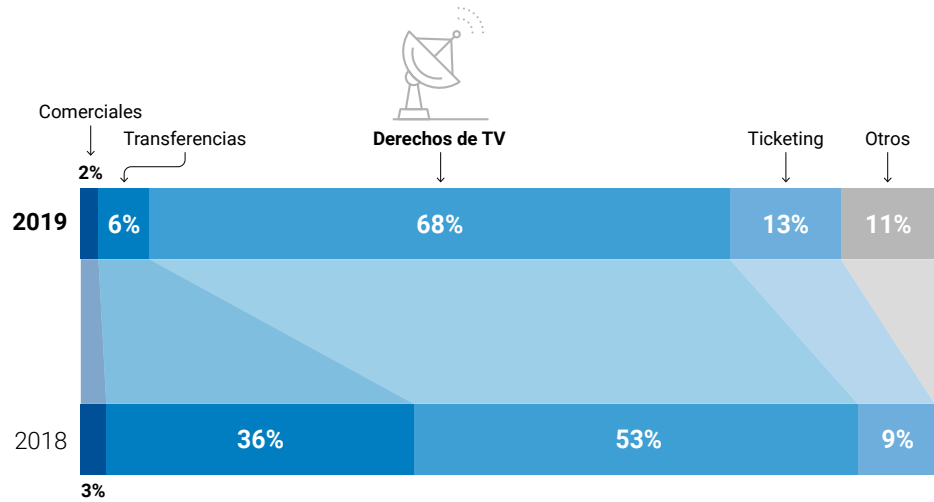
RAI

Valores en millones de pesos

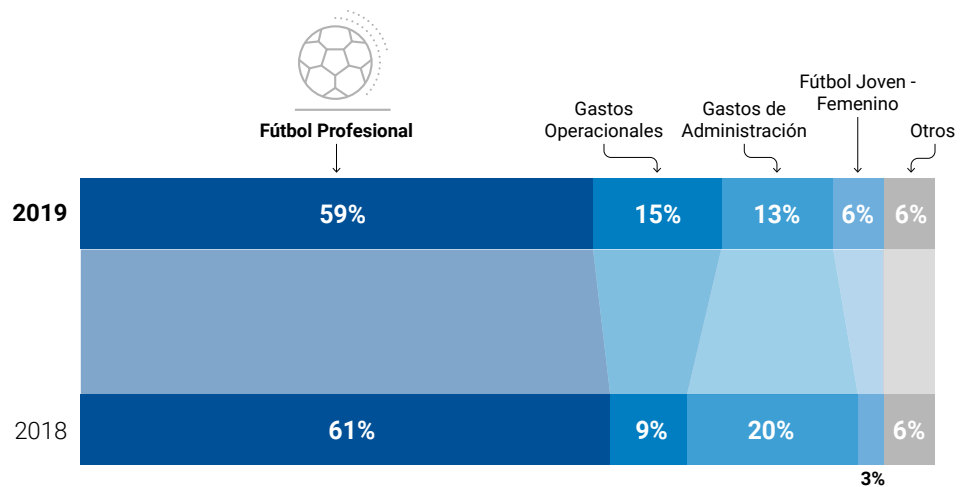


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

Distribución de Ingresos Ordinarios



Distribución de Egresos



Marca Técnica: Lyon
Sponsor: Productos Fernández

Seguidores en redes sociales

Facebook: 9.173
Twitter: 8.868
Instagram: 23.502

Coquimbo Unido



Fundado:

30 de agosto de 1958

Estadio:

Francisco Sanchez Rumoroso
(Capacidad: 18.750)



Marca Técnica:

Cafu

Sponsor:

Productos Fernández

Seguidores en redes sociales



28.770



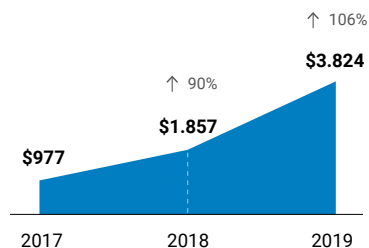
21.618



39.030

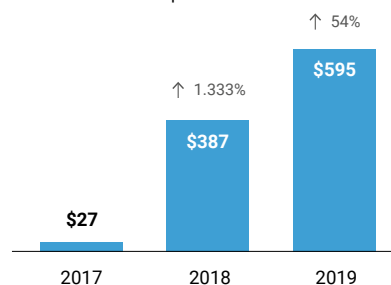
Ingresos Ordinarios

Valores en millones de pesos



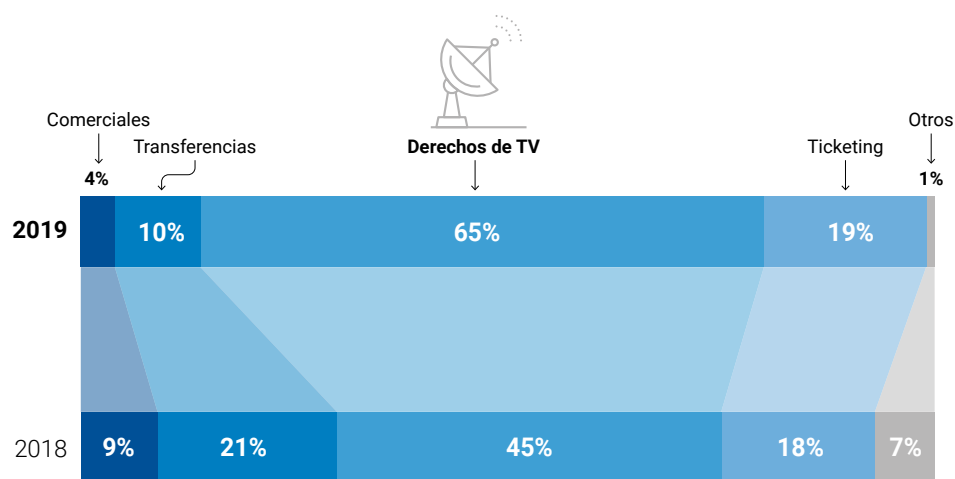
RAI

Valores en millones de pesos

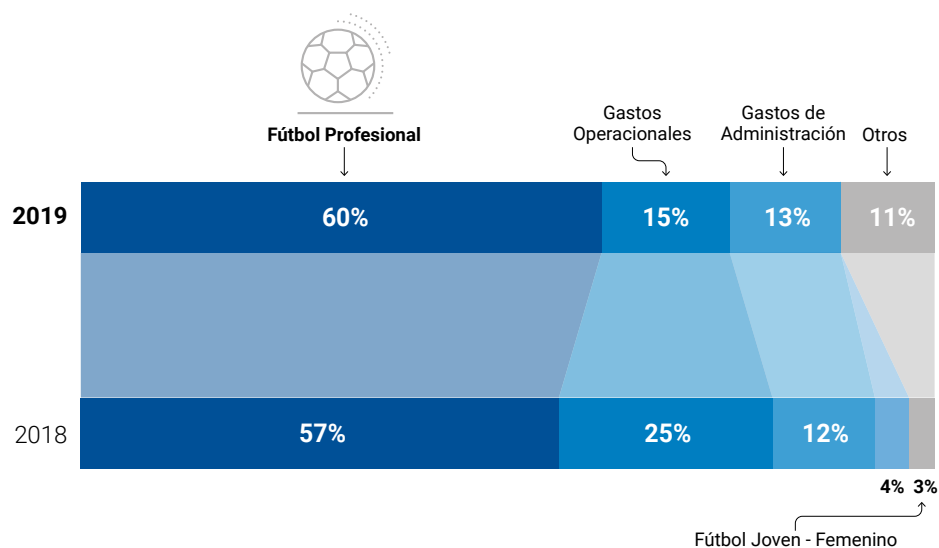


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

Distribución de Ingresos Ordinarios



Distribución de Egresos



Everton

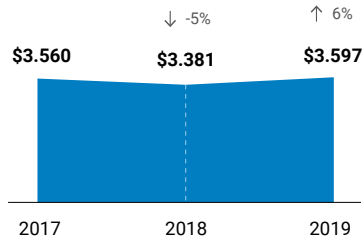


Fundado:
24 de junio de 1909

Estadio:
Sausalito
(Capacidad: 23.423)

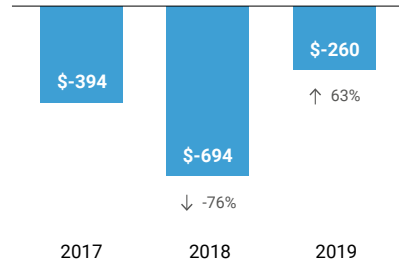
Ingresos Ordinarios

Valores en millones de pesos



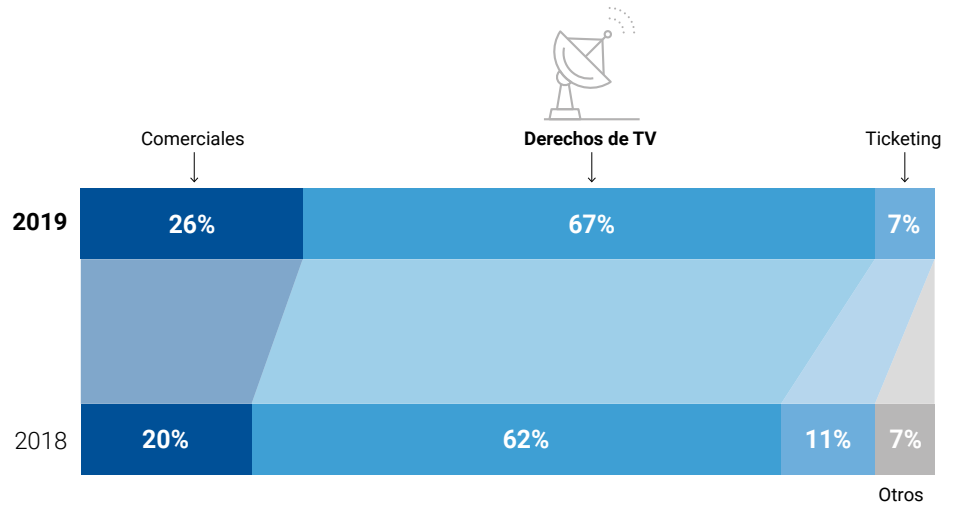
RAI

Valores en millones de pesos

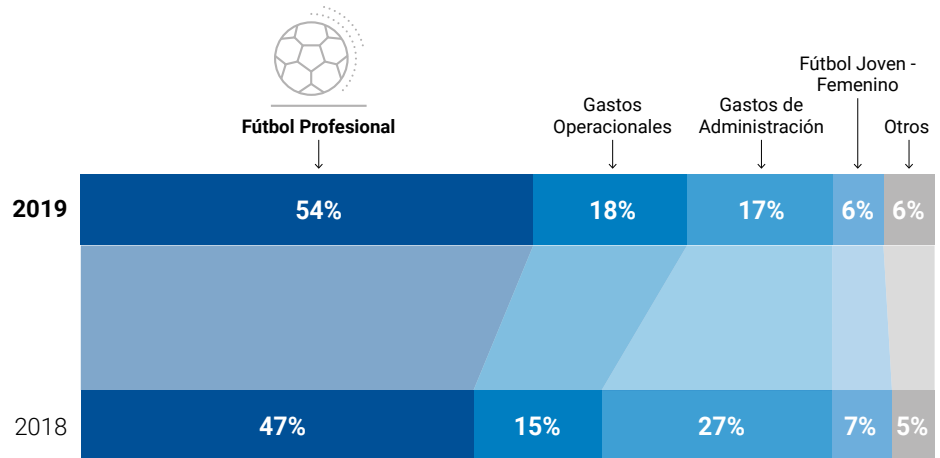


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

Distribución de Ingresos Ordinarios



Distribución de Egresos



Marca Técnica: Pirma
Sponsor: Marathonbet

Seguidores en redes sociales

Facebook: 57.985
Twitter: 48.125
Instagram: 31.540

Primera División

Curicó Unido



Fundado:
26 de febrero de 1973

Estadio:
La Granja
(Capacidad: 8.278)

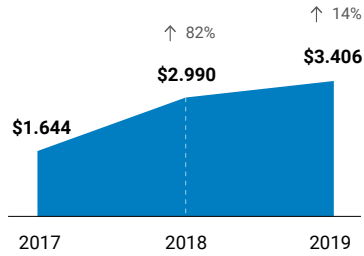
Marca Técnica: Onefit **Sponsor:** Distribuidora Multihogar

Seguidores en redes sociales

18.848
 12.097
 26.965

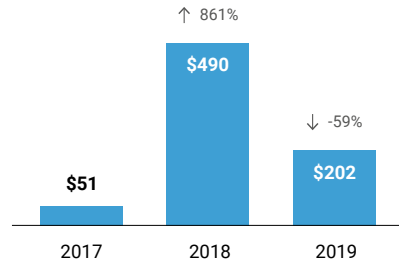
Ingresos Ordinarios

Valores en millones de pesos



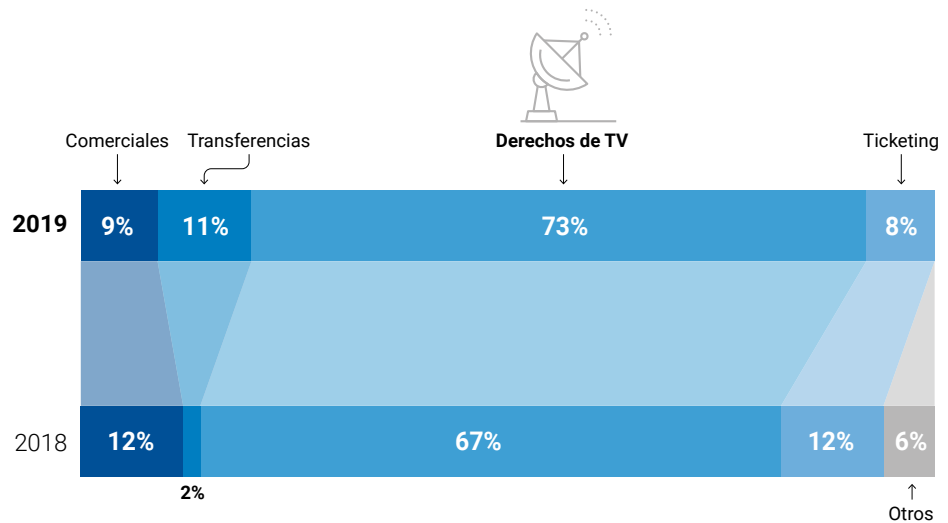
RAI

Valores en millones de pesos

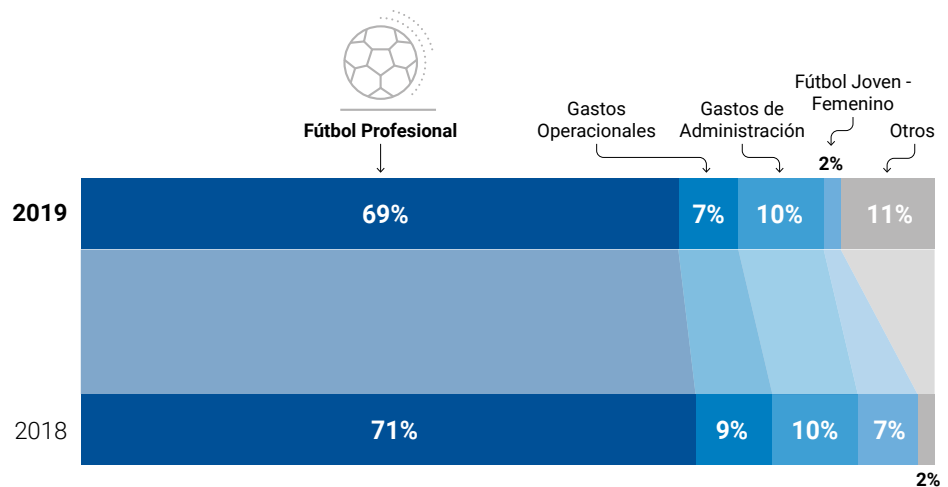


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

Distribución de Ingresos Ordinarios



Distribución de Egresos



Deportes Iquique

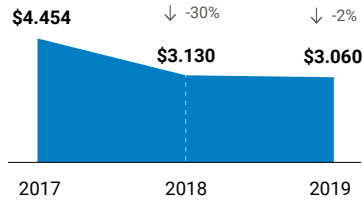


Fundado:
21 de mayo de 1978

Estadio:
Tierra de Campeones
(Capacidad: 12.000)

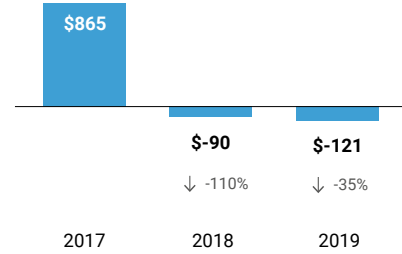
Ingresos Ordinarios

Valores en millones de pesos



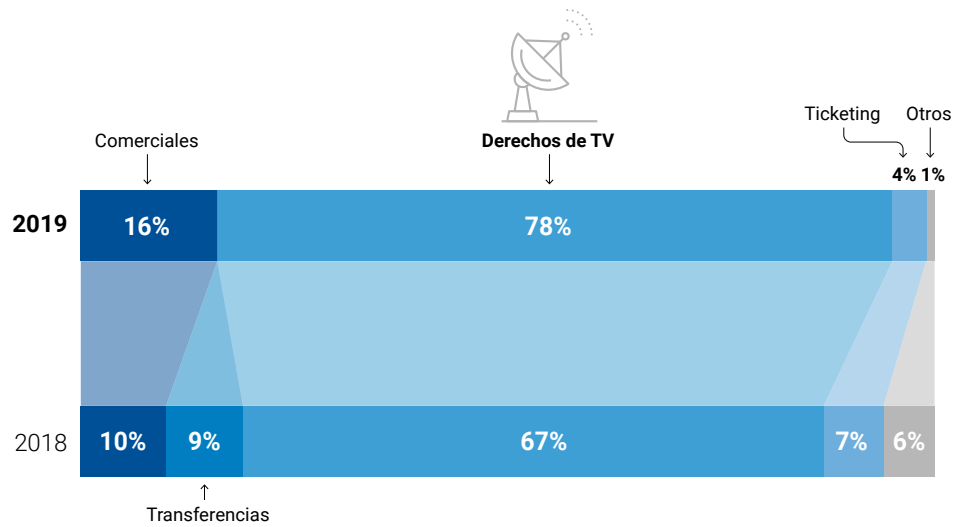
RAI

Valores en millones de pesos

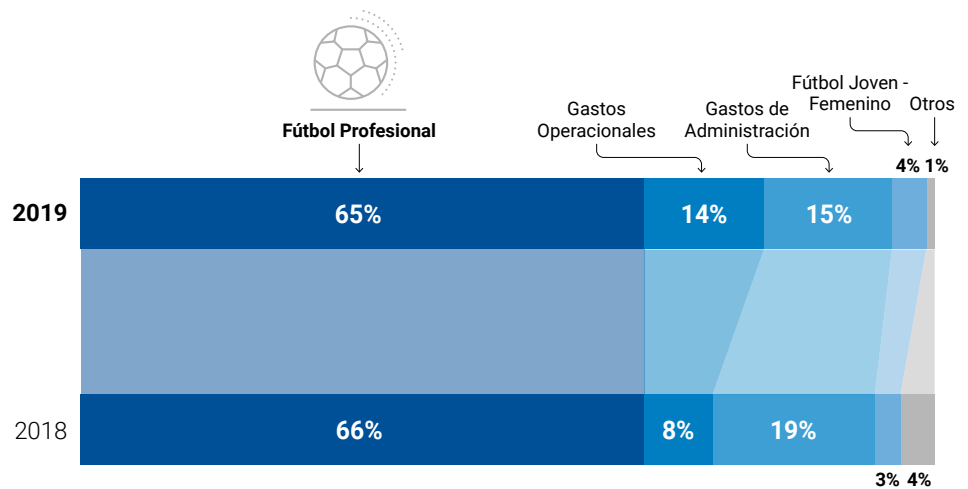


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

Distribución de Ingresos Ordinarios



Distribución de Egresos



Marca Técnica:
Rete

Sponsor:
UNAP

Seguidores en redes sociales



84.045



47.148



33.661

Primera División

Cobresal



Fundado:
5 de mayo de 1979

Estadio:
El Cobre
(Capacidad: 12.000)

Marca Técnica: KS7 **Sponsor:** Productos Fernández

Seguidores en redes sociales



14.694



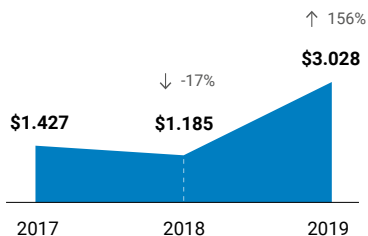
22.792



16.287

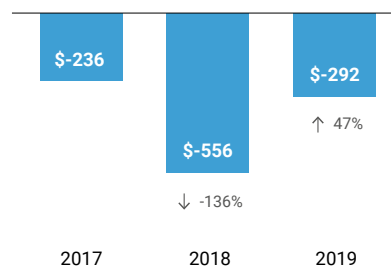
Ingresos Ordinarios

Valores en millones de pesos



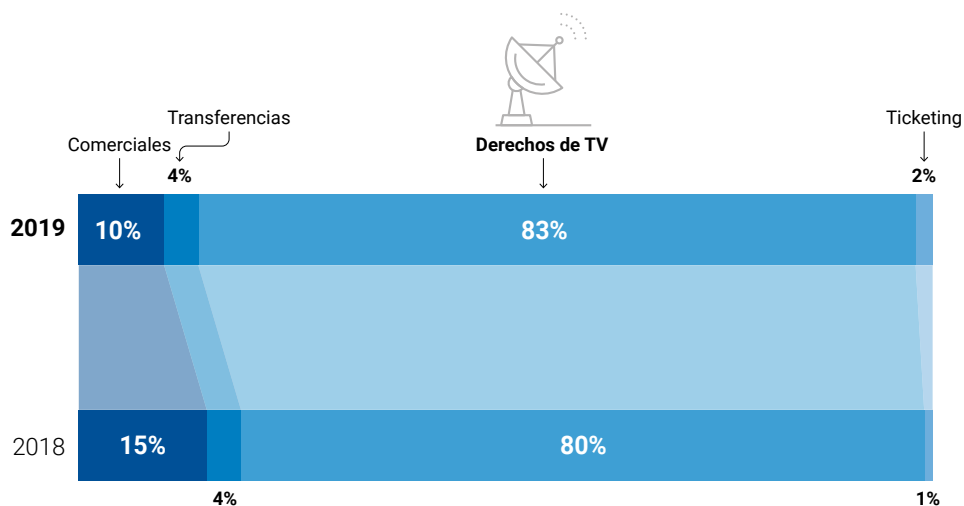
RAI

Valores en millones de pesos

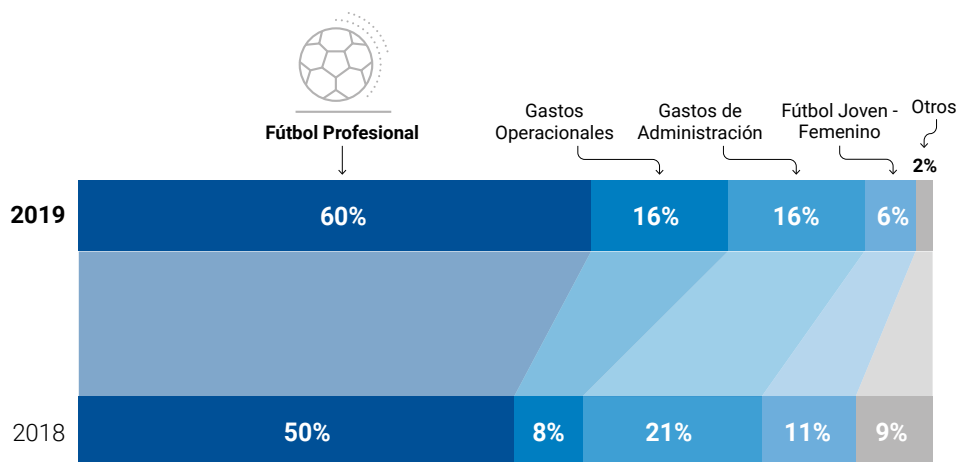


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

Distribución de Ingresos Ordinarios



Distribución de Egresos



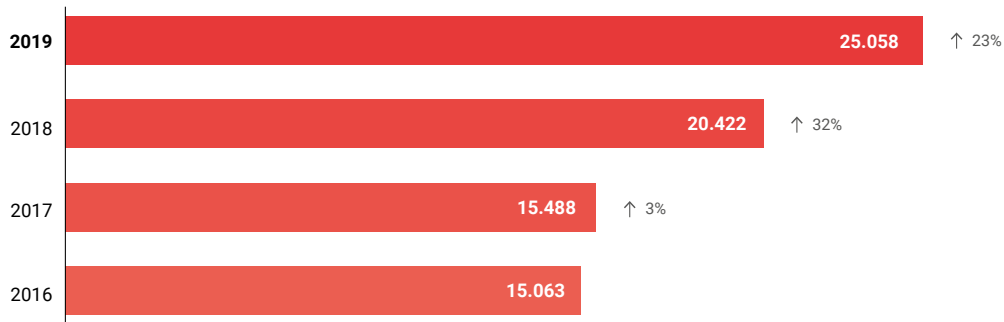


Primera B



Análisis Primera B

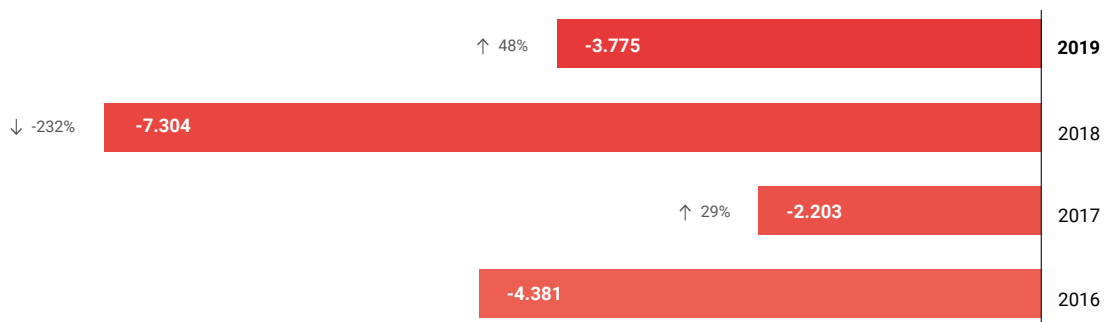
Ingresos Ordinarios



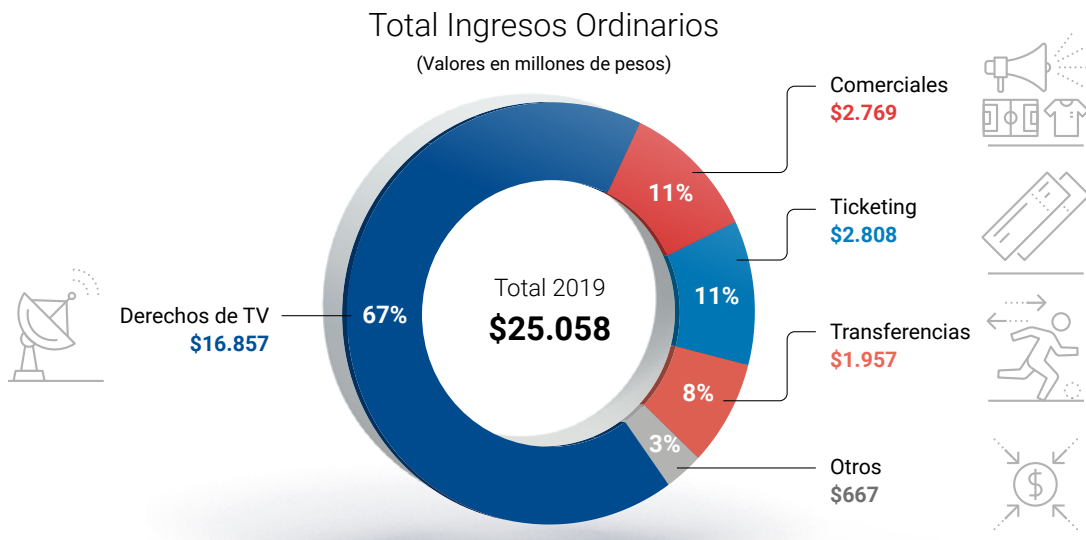
23% fue el crecimiento de los Ingresos Ordinarios de la Primera B durante 2019 con respecto al periodo anterior. Si bien todas las cuentas registraron un alza, a excepción de Otros Ingresos, las ganancias por concepto de Transferencias de jugadores fue la que presentó mayor crecimiento (55%).

A pesar del incremento de los ingresos, estos no logran cubrir los costos y gastos de los clubes de la división, por lo que el RAI (Resultado Antes de Impuesto) sigue siendo negativo, aunque marcando una importante mejora, que permitió reducir en un **48%** las pérdidas de esta categoría.

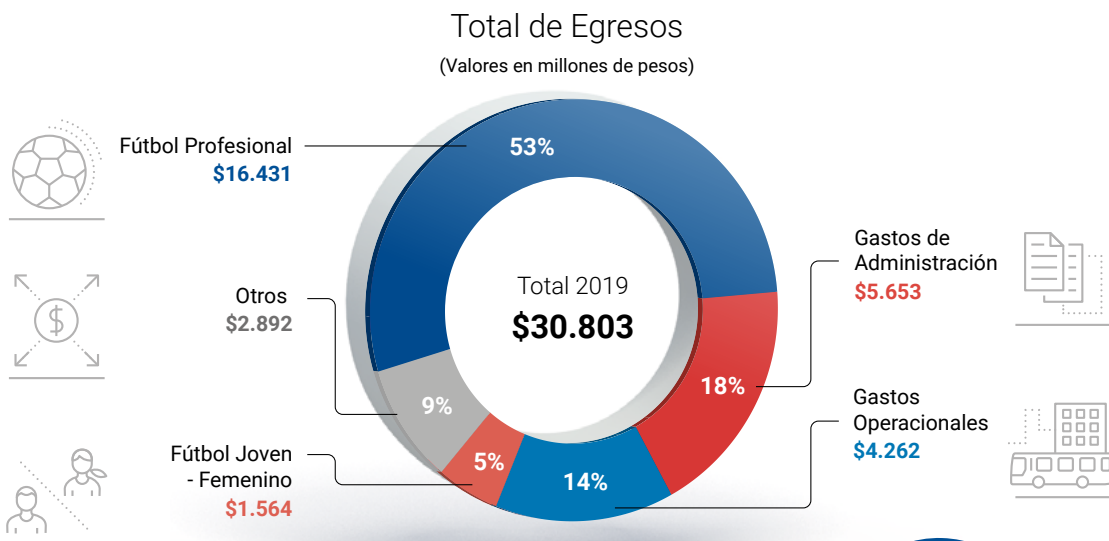
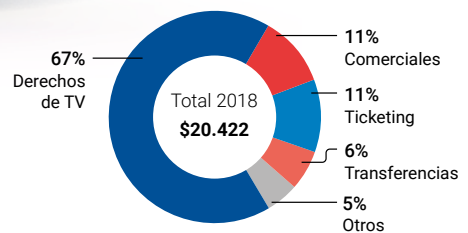
Resultado Antes de Impuesto (RAI)



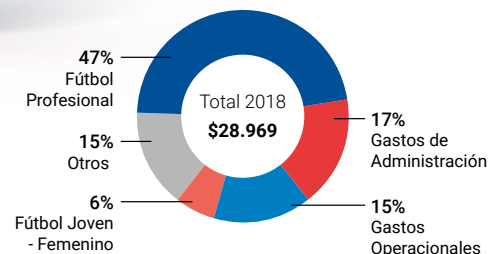
Distribución total de Ingresos Ordinarios y Egresos



23% en promedio crecieron los ingresos de la Primera B. Los Derechos de Televisión siguen siendo la fuente principal de financiamiento, representando un 67% durante 2019, al igual que el año anterior. Los demás ingresos no sufren variaciones significativas, salvo la partida de transferencias, que aumento en un 55% en comparación al periodo anterior.



Durante 2019, el desembolso en Fútbol Profesional registró un alza del **22%**, siendo esta la partida con mayor peso relativo entre los egresos, uno de los puntos a desarrollar de mejor manera dentro de la división. Por otro lado, los Gastos de Administración aumentaron en un 12% en comparación al 2018, materializando la continua búsqueda por mejorar la eficiencia administrativa de las instituciones.



Costo promedio plantel (Jugadores y CT) vs posición campeonato 2019

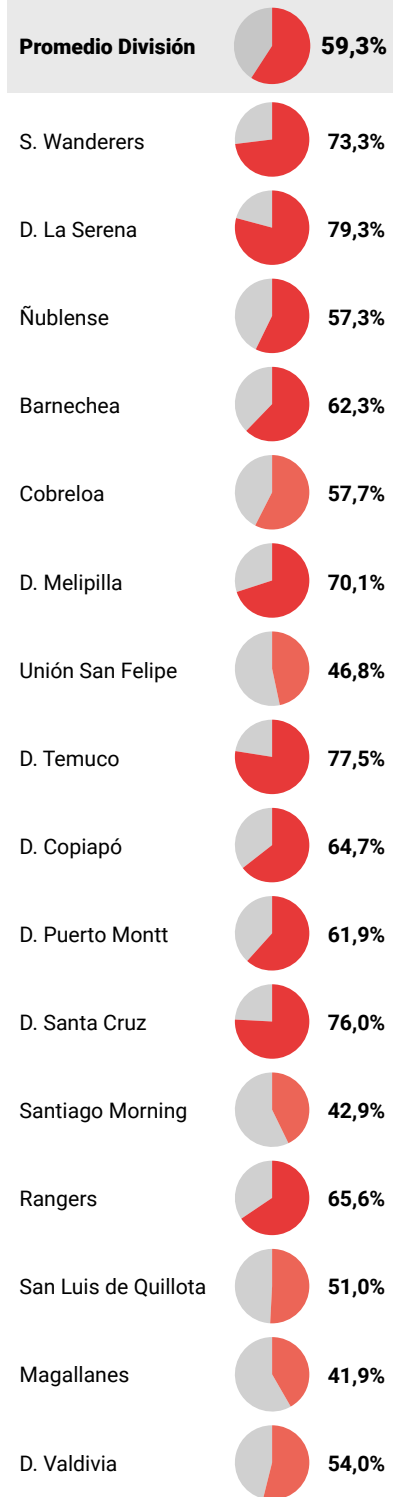
(Valores en millones de pesos)



Límite de Gasto en Fútbol

(Fútbol Profesional / Ingresos Totales)

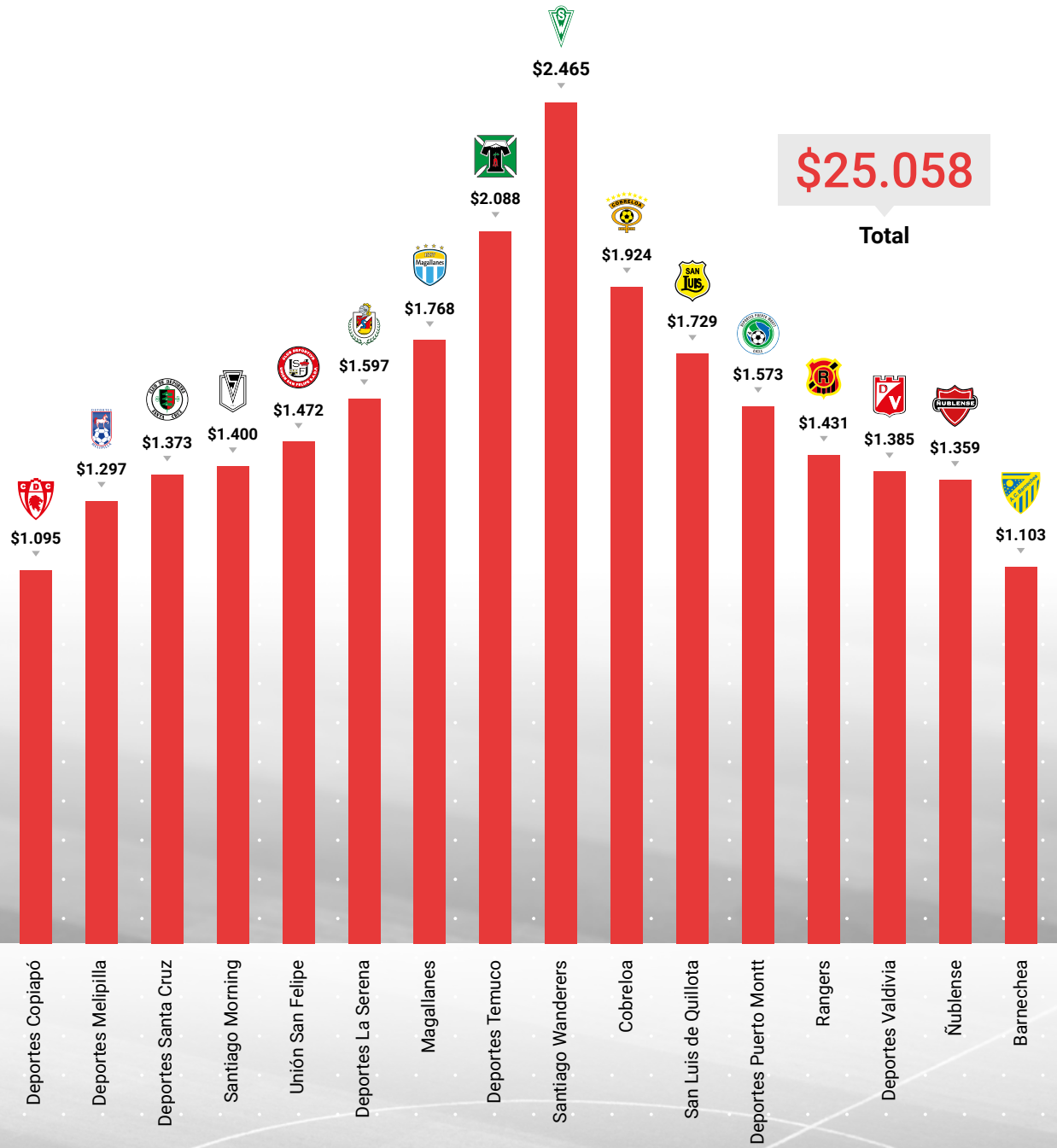
Temporada 2019



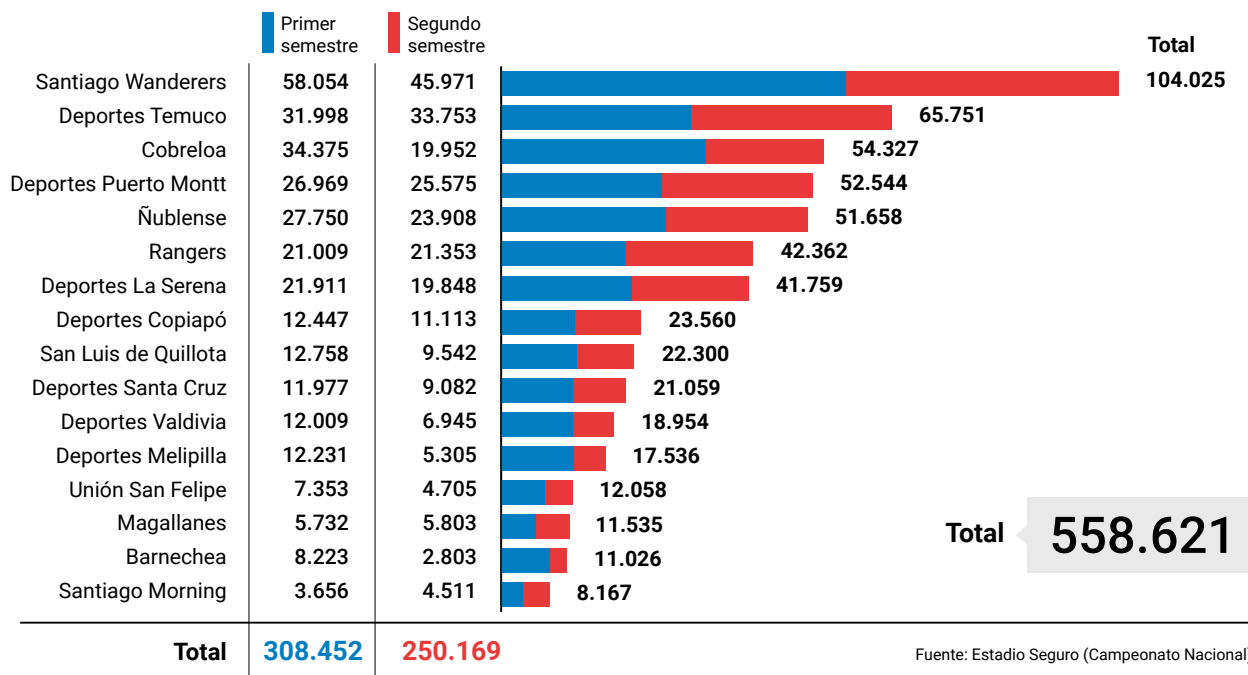
Fuente: UCF - ANFP

Ranking de Ingresos Ordinarios

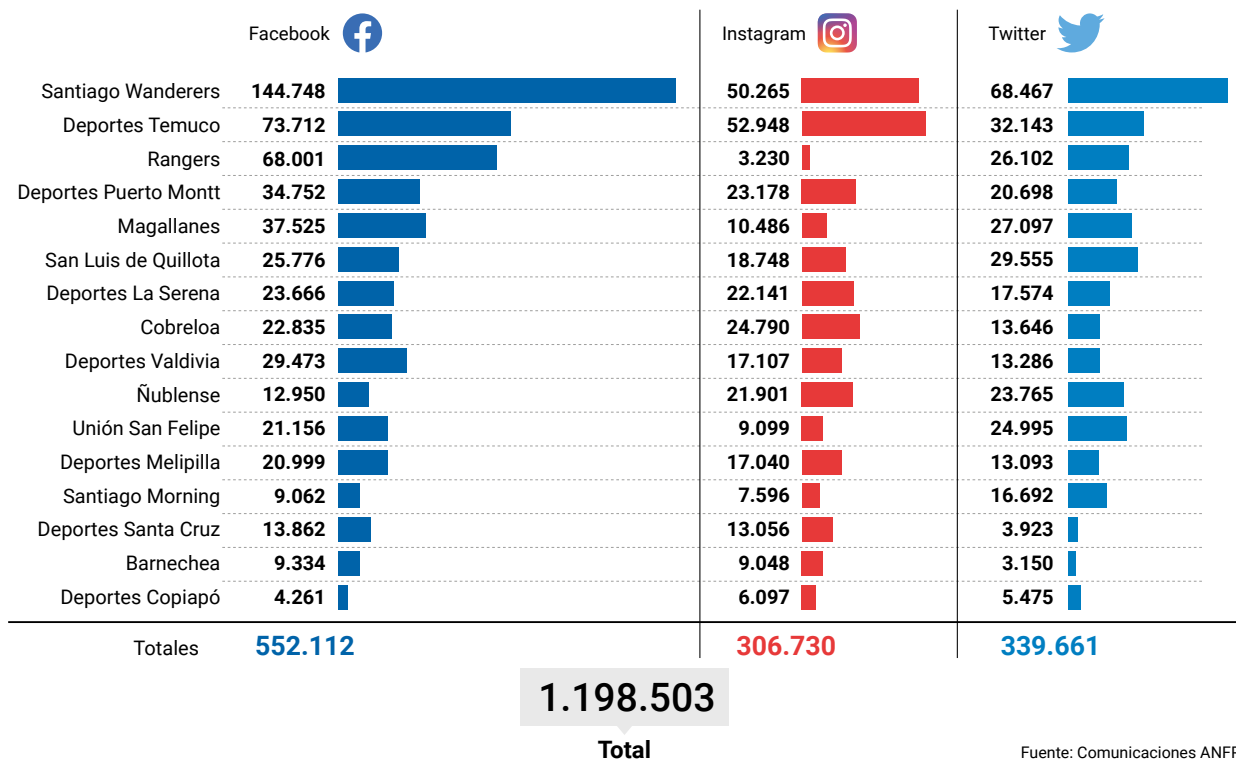
(Valores en millones de pesos)



Ranking de asistencia

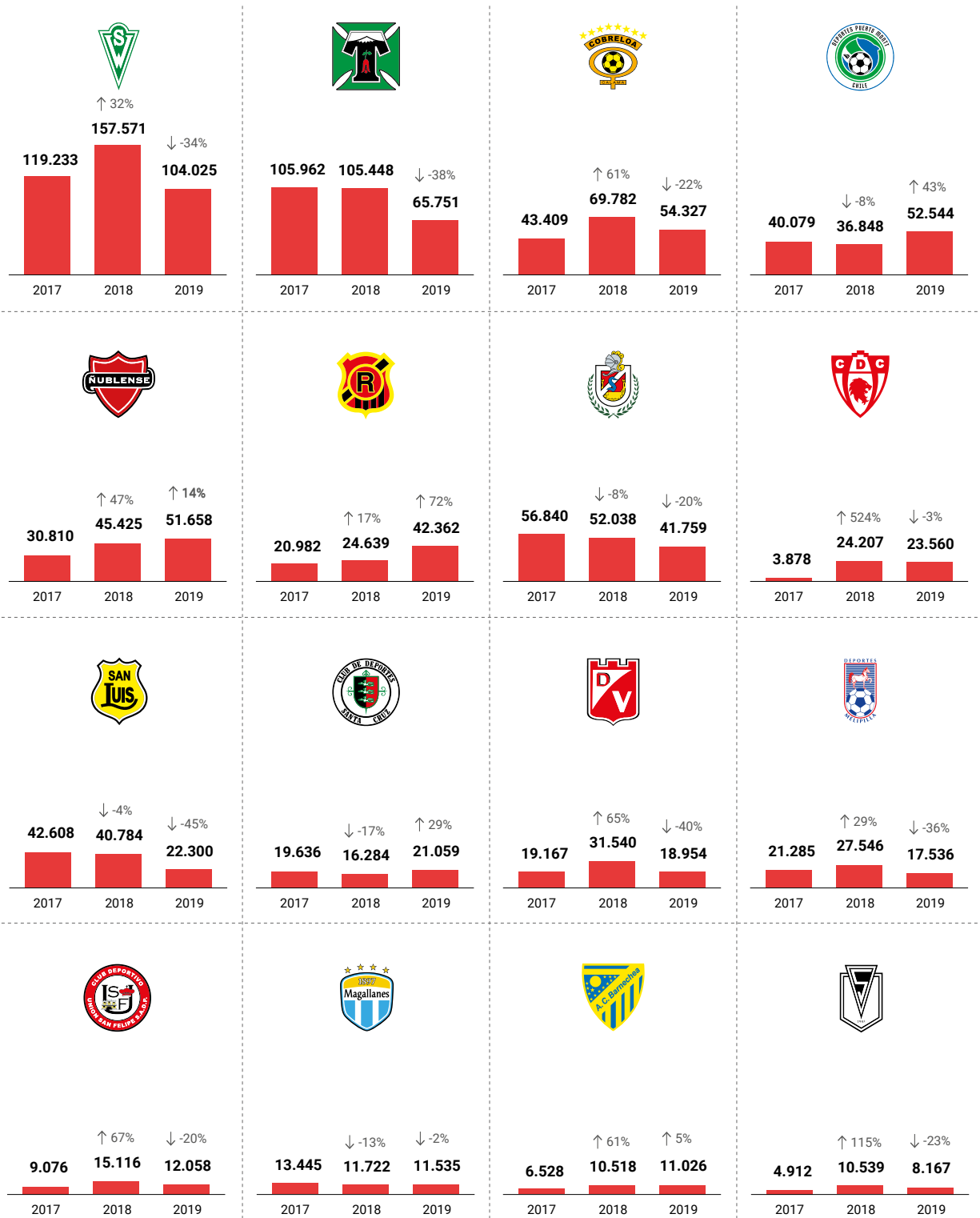


Ranking redes sociales



Primera B

Evolución de asistencia al estadio por club



Fuente: Estadio Seguro (Campeonato Nacional)

Santiago Wanderers

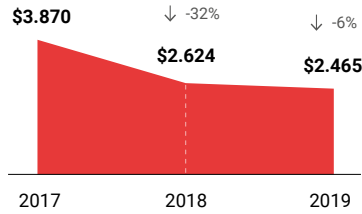


Fundado:
15 de agosto de 1892

Estadio:
Elías Figueroa Brander
(Capacidad: 20.575)

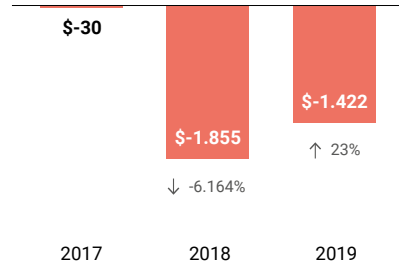
Ingresos Ordinarios

Valores en millones de pesos



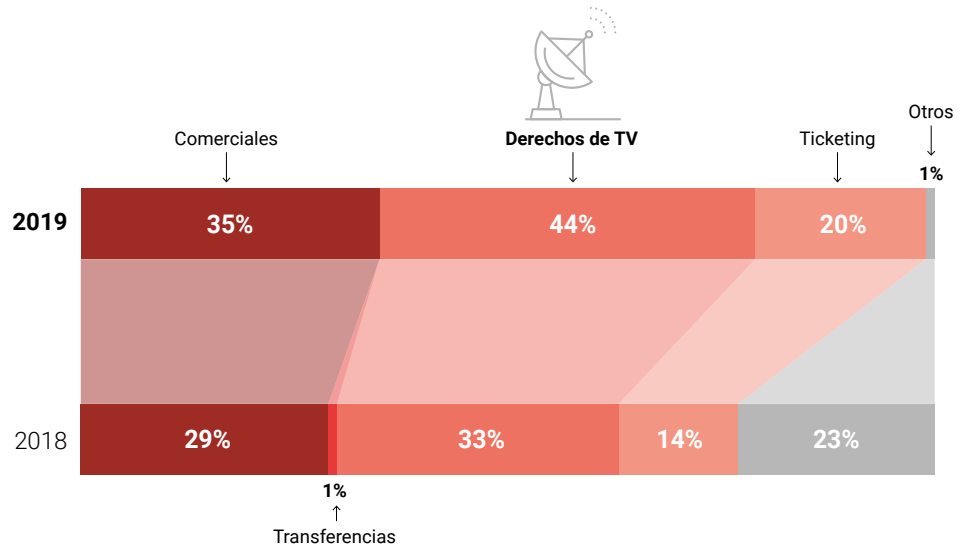
RAI

Valores en millones de pesos

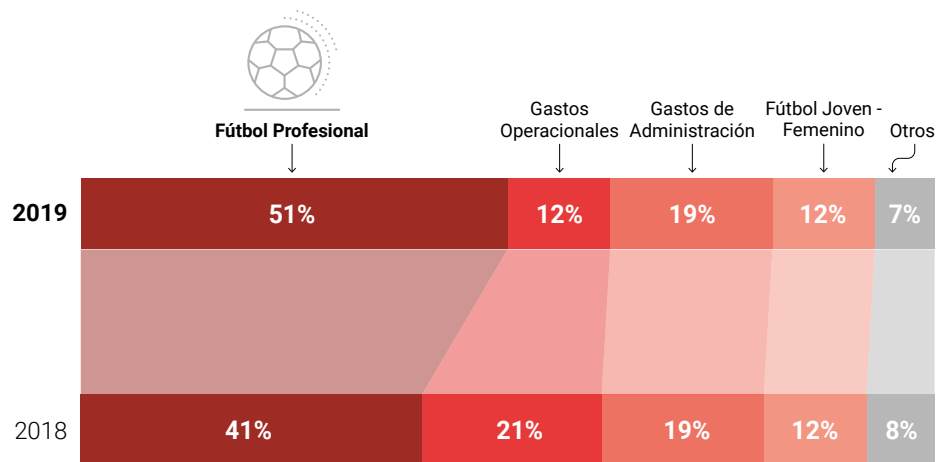


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

Distribución de Ingresos Ordinarios



Distribución de Egresos



Marca Técnica:
Macron

Sponsor:
TPS

Seguidores en redes sociales



144.748



68.467



50.265

Deportes Temuco



Fundado:
27 de junio de 1916

Estadio:
Bicentenario Germán Becker
(Capacidad: 18.413)



Marca Técnica:
Capelli Sport

Sponsor:
Rosen

Seguidores en redes sociales



73.712



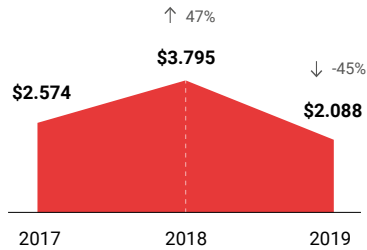
32.143



52.948

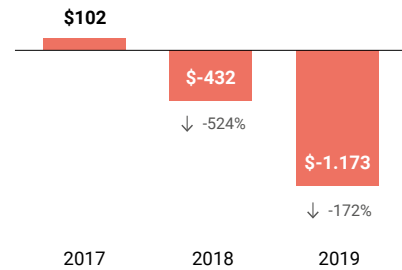
Ingresos Ordinarios

Valores en millones de pesos



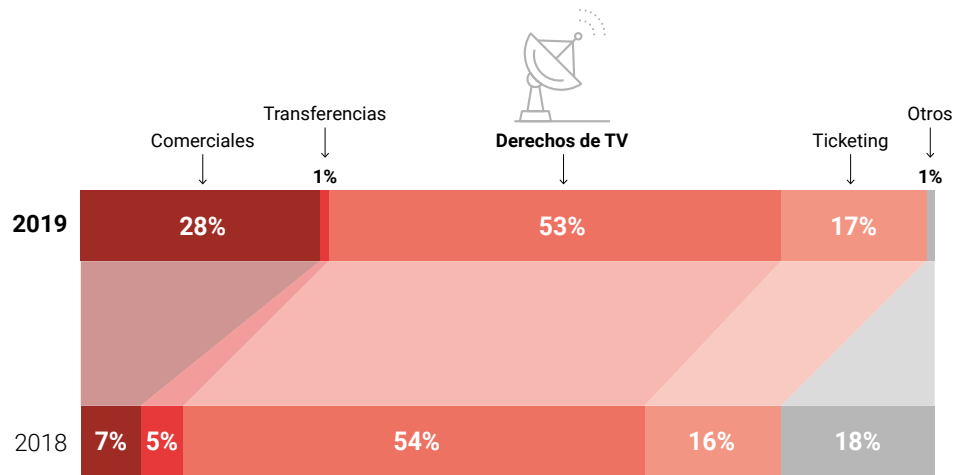
RAI

Valores en millones de pesos

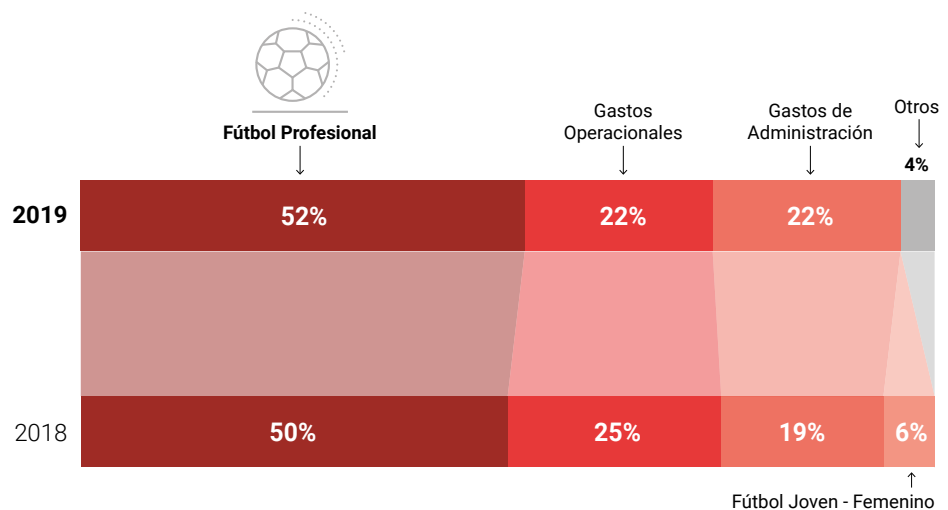


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

Distribución de Ingresos Ordinarios



Distribución de Egresos



Cobreloa



Fundado:
7 de enero de 1977

Estadio:
Zorros del desierto
(Capacidad: 13.000)

Marca Técnica: Macron
Sponsor: Finning - CAT

Seguidores en redes sociales



22.835



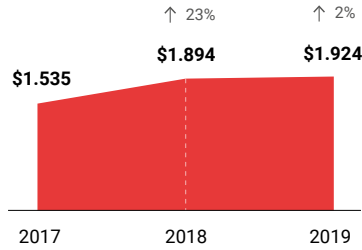
13.646



24.790

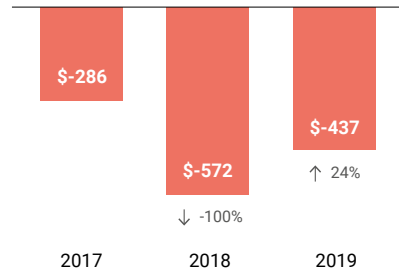
Ingresos Ordinarios

Valores en millones de pesos



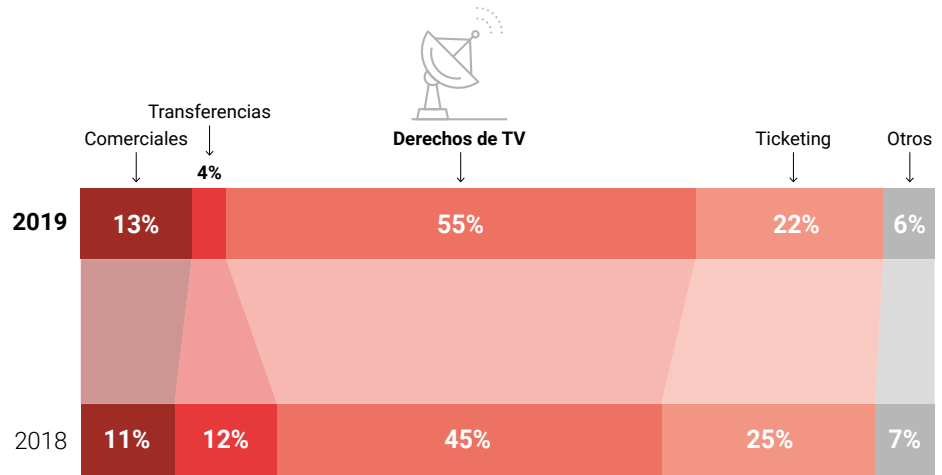
RAI

Valores en millones de pesos

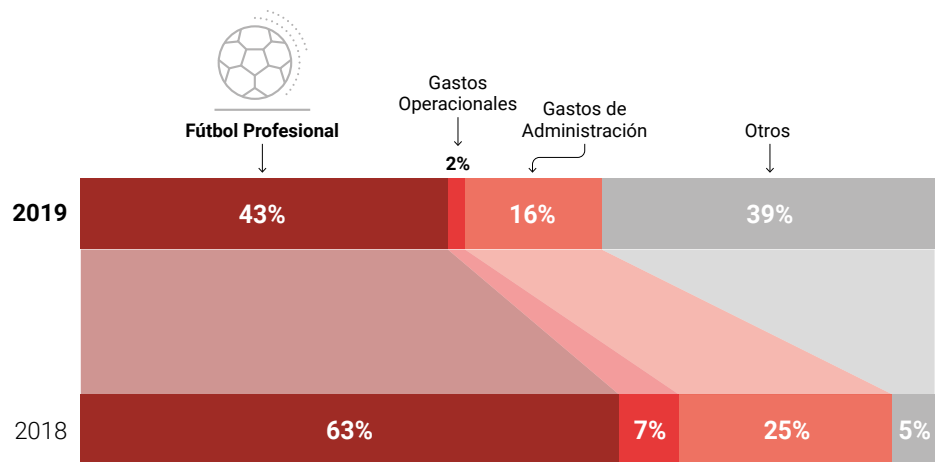


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

Distribución de Ingresos Ordinarios



Distribución de Egresos



Magallanes



Fundado:
27 de octubre de 1987

Estadio:
Municipal de San Bernardo
(Capacidad: 3.500)

Marca Técnica: KS7 **Sponsor:**

Seguidores en redes sociales



37.525



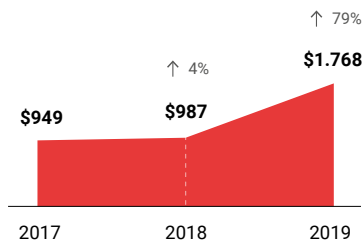
27.097



10.486

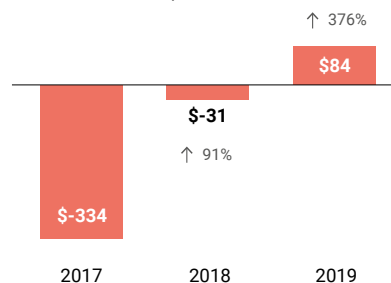
Ingresos Ordinarios

Valores en millones de pesos



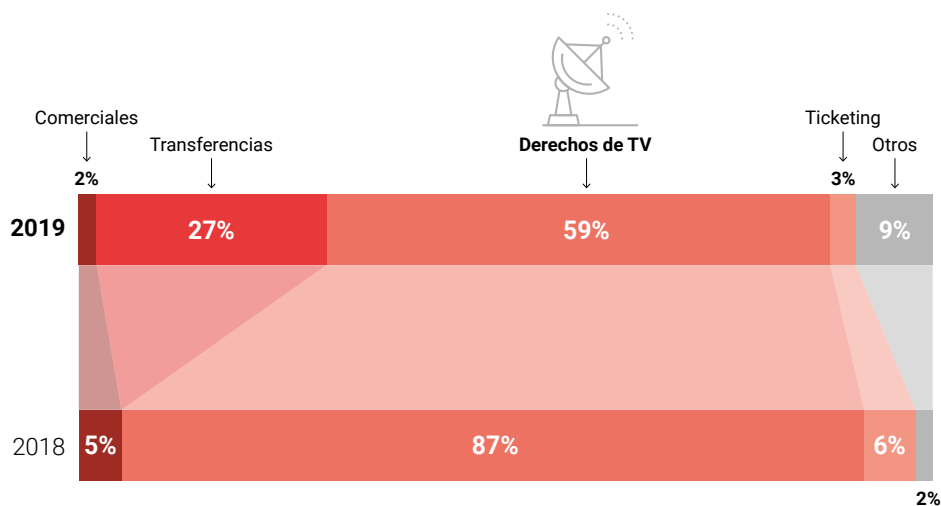
RAI

Valores en millones de pesos

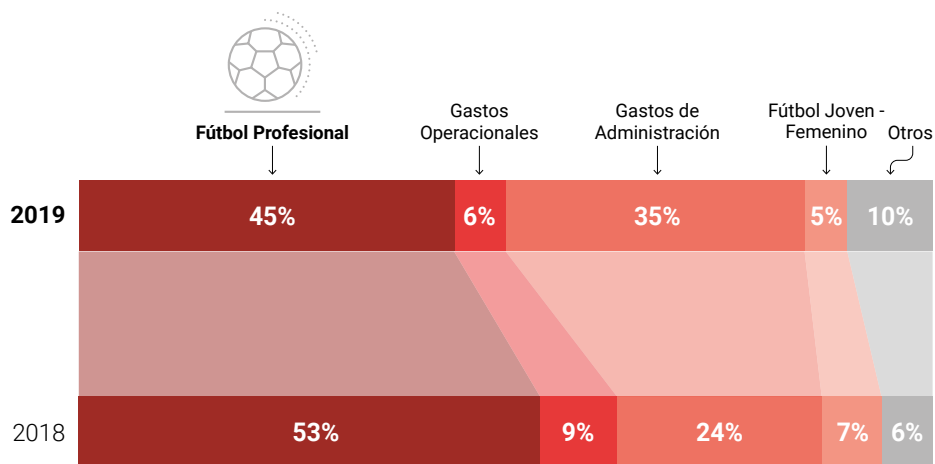


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

Distribución de Ingresos Ordinarios



Distribución de Egresos



San Luis de Quillota

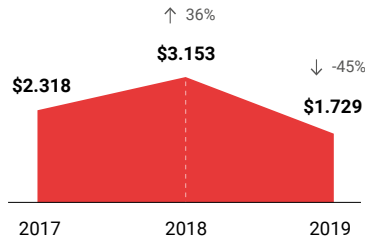


Fundado:
8 de diciembre de 1919

Estadio:
Municipal Lucio Fariña
(Capacidad: 7.680)

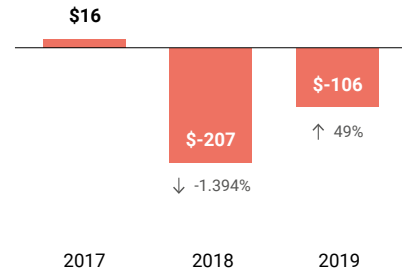
Ingresos Ordinarios

Valores en millones de pesos



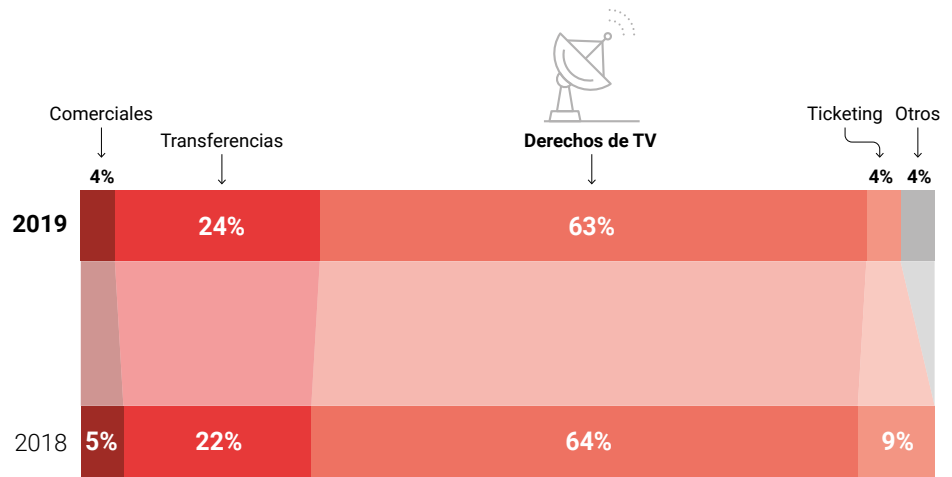
RAI

Valores en millones de pesos

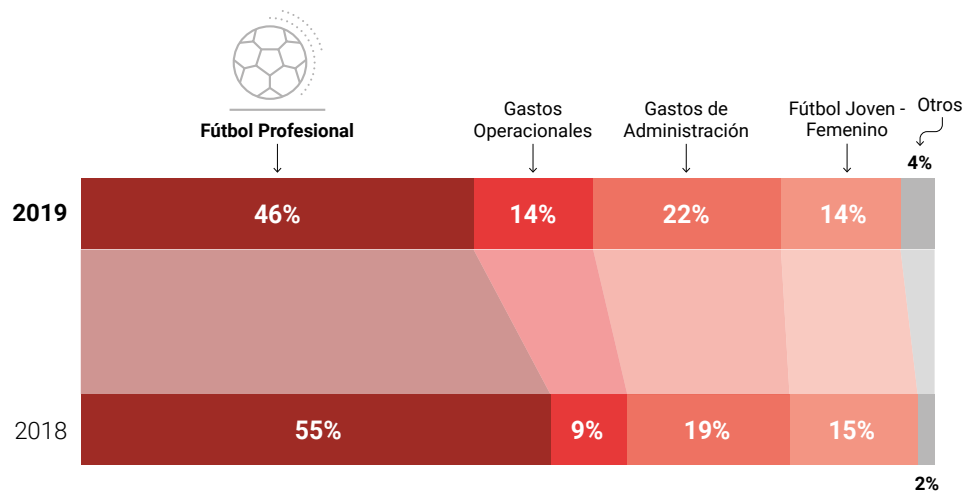


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

Distribución de Ingresos Ordinarios



Distribución de Egresos



Marca Técnica: Capelli Sport
Sponsor: Productos Fernández

Seguidores en redes sociales

Facebook: 25.776
Twitter: 29.555
Instagram: 18.748

Deportes La Serena



Fundado:
9 de diciembre de 1955

Estadio:
La Portada
(Capacidad: 18.243)

Marca Técnica:
Joma

Sponsor:

Seguidores en redes sociales



23.666



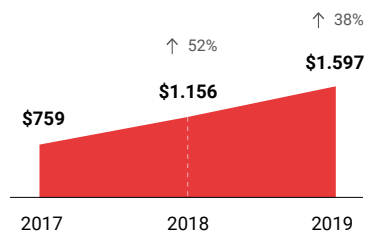
17.574



22.141

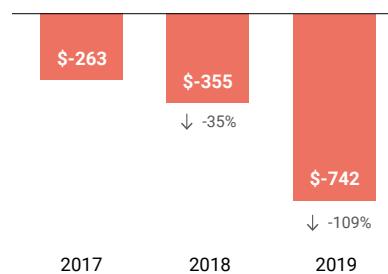
Ingresos Ordinarios

Valores en millones de pesos



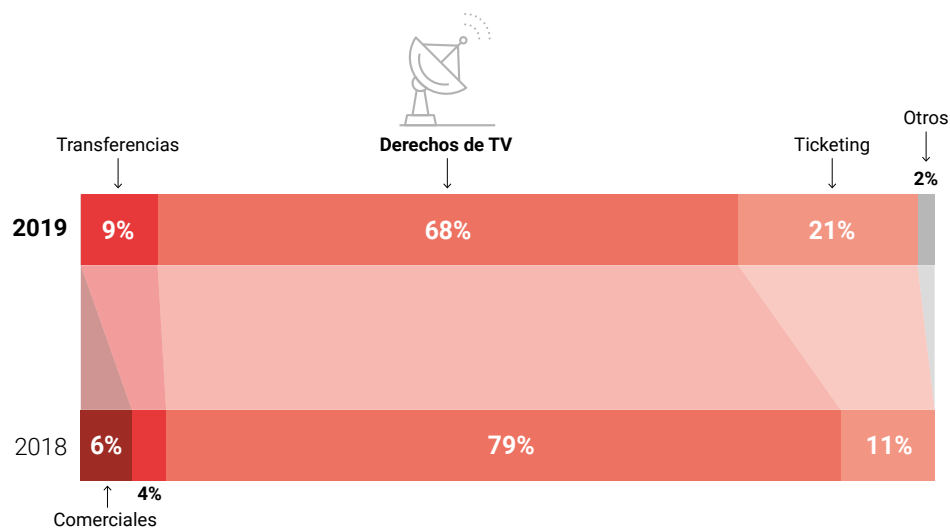
RAI

Valores en millones de pesos

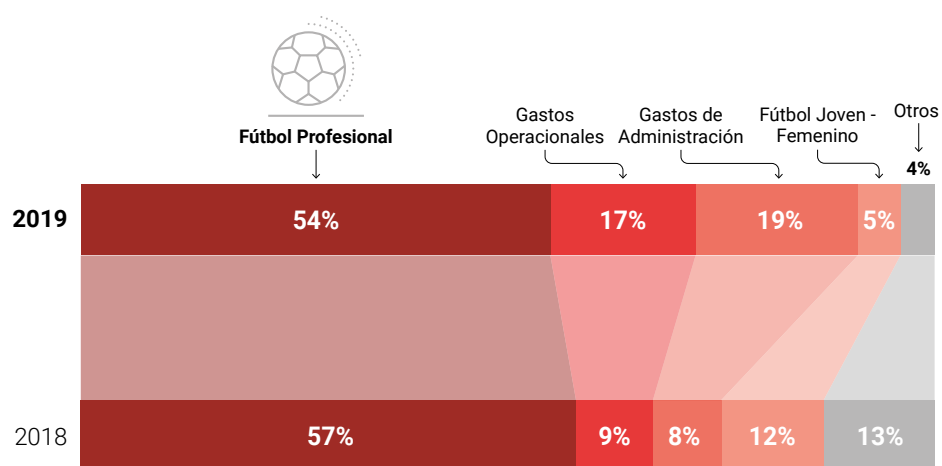


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

Distribución de Ingresos Ordinarios



Distribución de Egresos



Deportes Puerto Montt



Fundado:

6 de mayo de 1983

Estadio:

Regional de Chiquihue
(Capacidad: 10.000)

Marca Técnica:
KS7

Sponsor:
SOLVTRANS

Seguidores en redes sociales



34.752



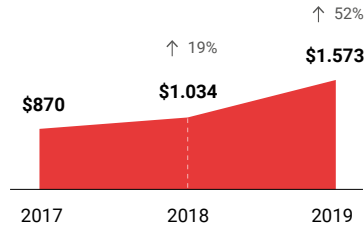
20.698



23.178

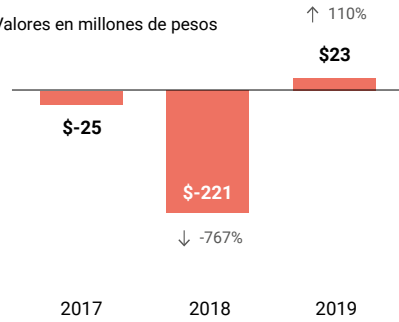
Ingresos Ordinarios

Valores en millones de pesos



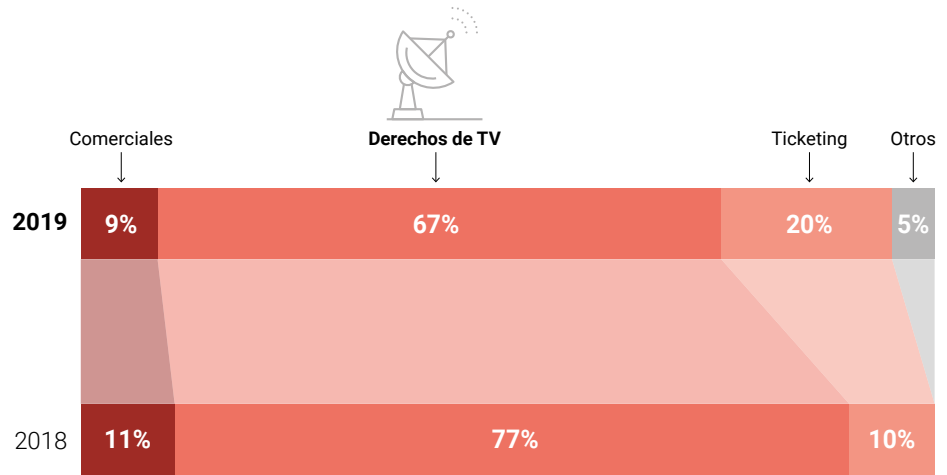
RAI

Valores en millones de pesos

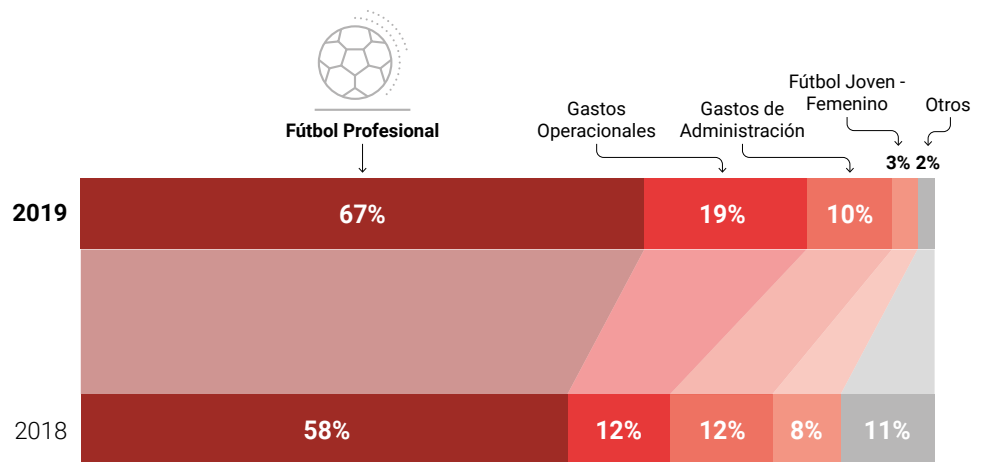


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

Distribución de Ingresos Ordinarios



Distribución de Egresos



Unión San Felipe

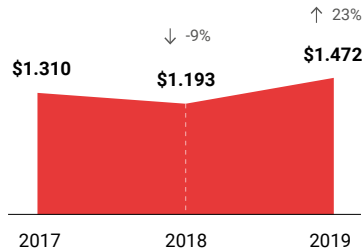


Fundado:
16 de octubre de 1956

Estadio:
Municipal de San Felipe
(Capacidad: 12.000)

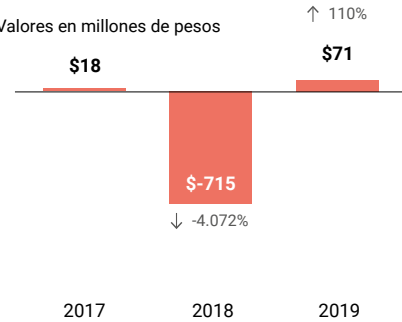
Ingresos Ordinarios

Valores en millones de pesos



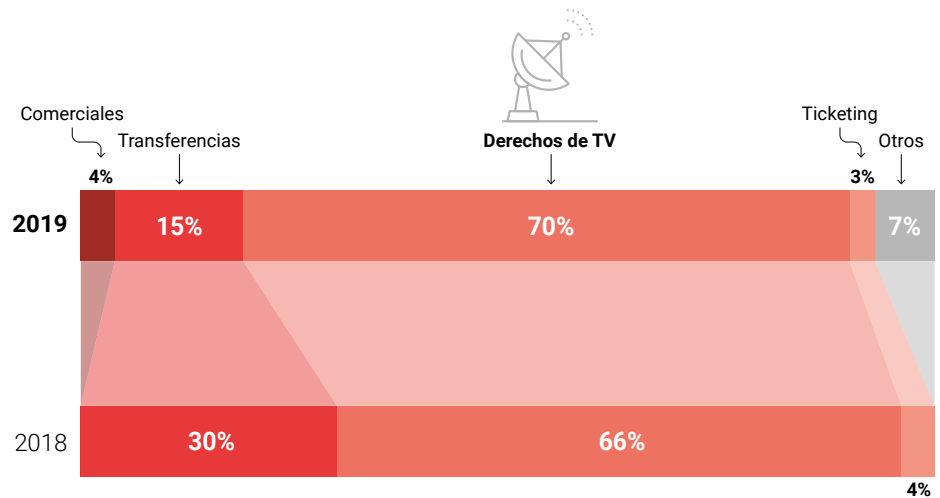
RAI

Valores en millones de pesos

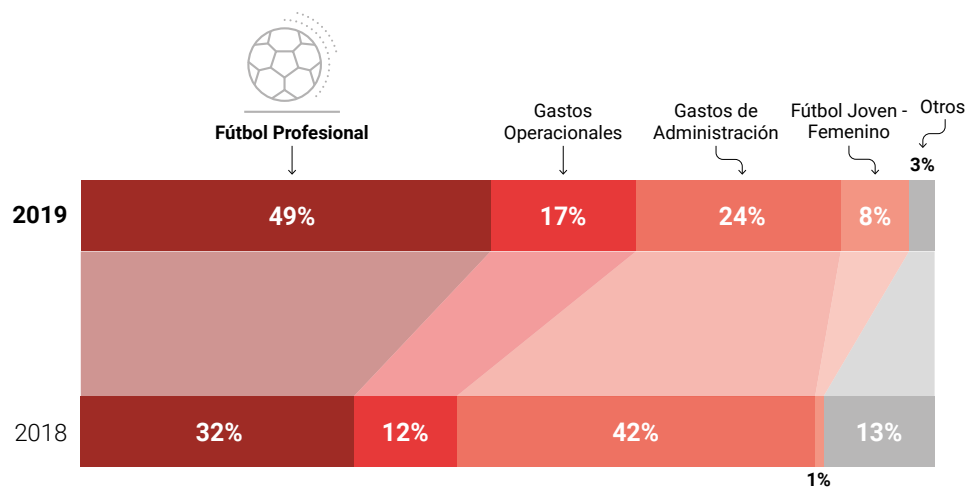


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

Distribución de Ingresos Ordinarios



Distribución de Egresos



Marca Técnica:
Cafu

Sponsor:
La Cruz

Seguidores en redes sociales



21.156



24.995



9.099

Rangers

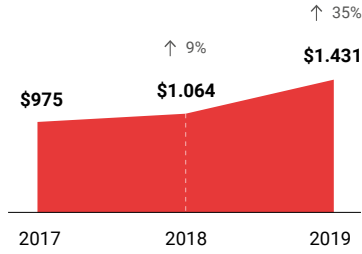


Fundado:
2 de noviembre de 1902

Estadio:
Fiscal de Talca
(Capacidad: 16.000)

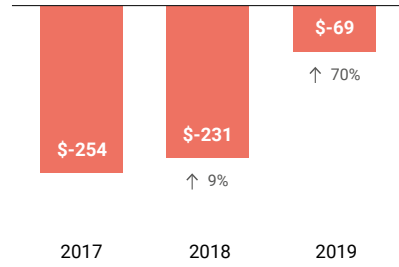
Ingresos Ordinarios

Valores en millones de pesos



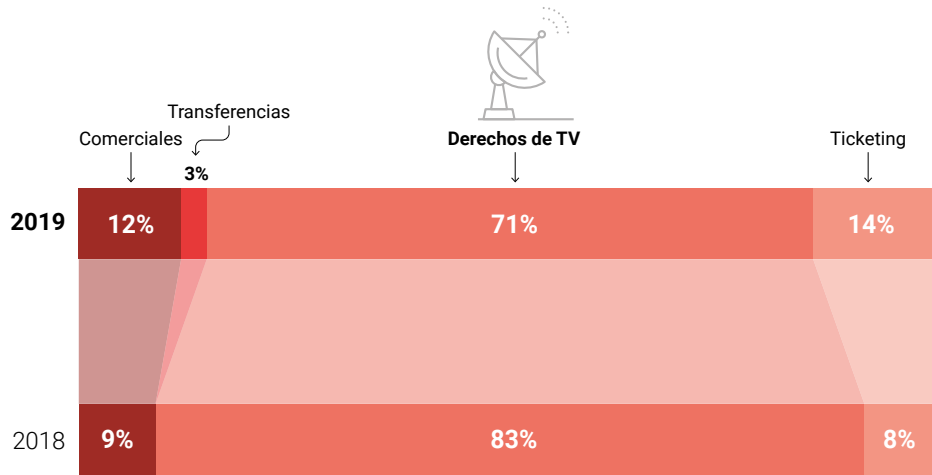
RAI

Valores en millones de pesos

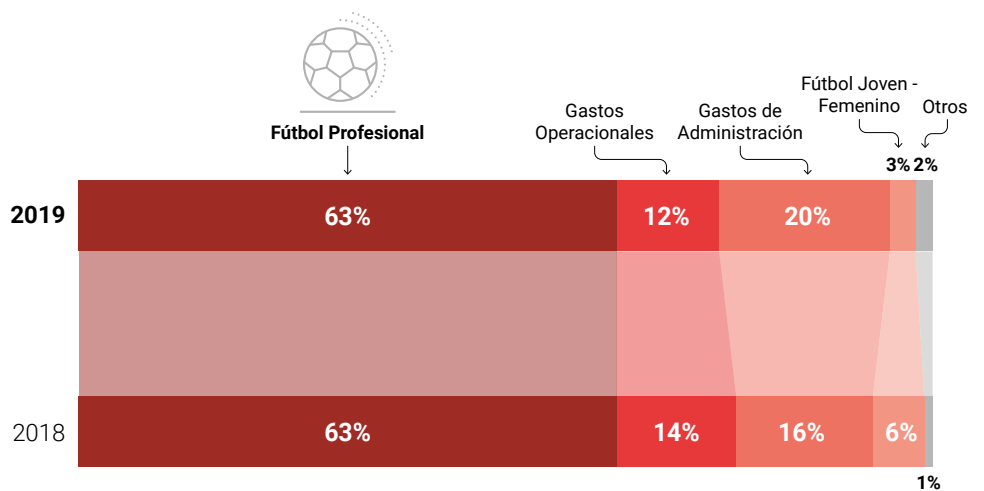


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

Distribución de Ingresos Ordinarios



Distribución de Egresos



Marca Técnica: Onefit **Sponsor:** Productos Fernández

Seguidores en redes sociales

Facebook: 68.001 | Twitter: 26.102 | Instagram: 3.230

Santiago Morning

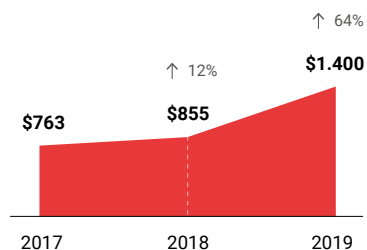


Fundado:
16 de octubre de 1903

Estadio:
Municipal de La Pintana
(Capacidad: 5.000)

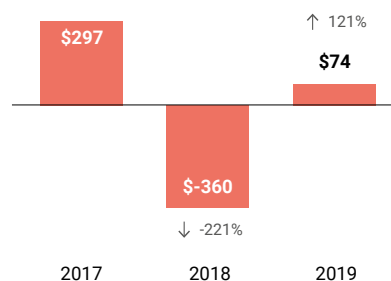
Ingresos Ordinarios

Valores en millones de pesos



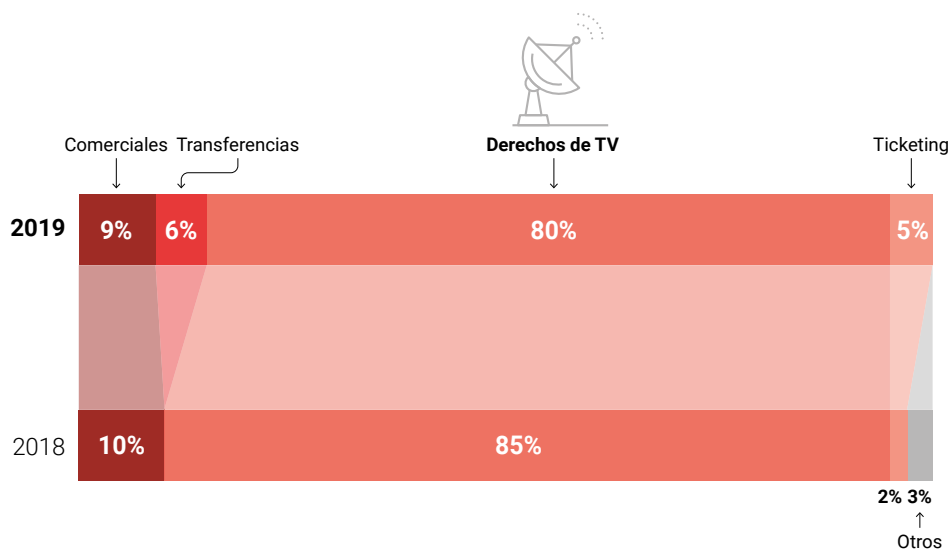
RAI

Valores en millones de pesos

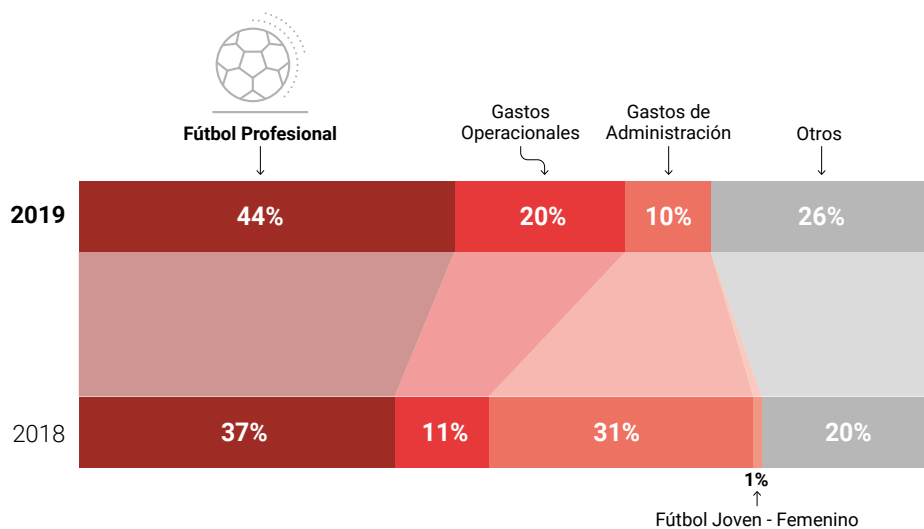


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

Distribución de Ingresos Ordinarios



Distribución de Egresos



Marca Técnica:
Cafu

Sponsor:
FINASUR

Seguidores en redes sociales



9.062



16.692



7.596

Deportes Valdivia

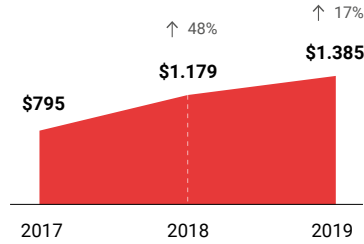


Fundado:
5 de junio de 1983

Estadio:
Parque Municipal
(Capacidad: 5.000)

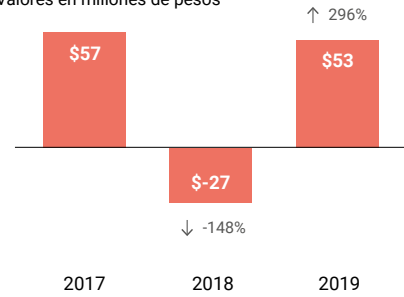
Ingresos Ordinarios

Valores en millones de pesos



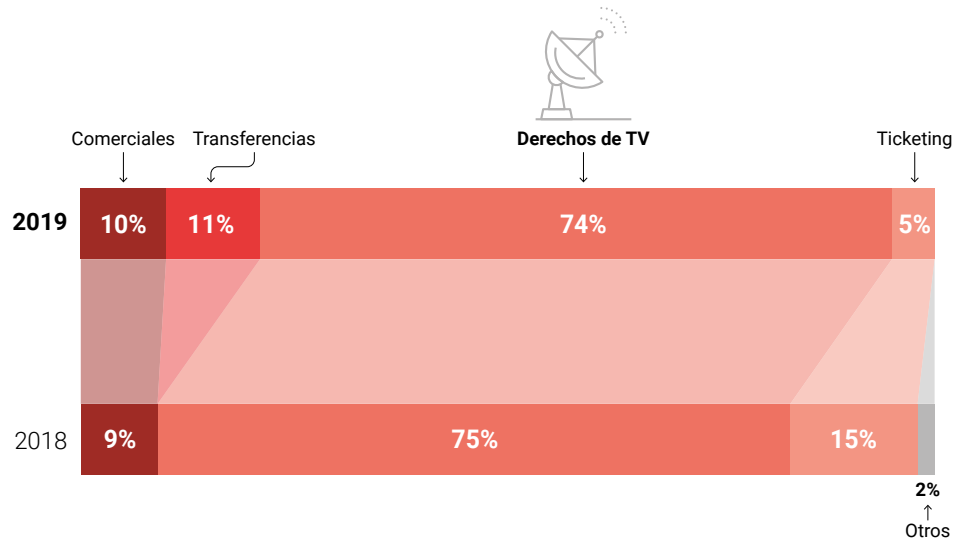
RAI

Valores en millones de pesos

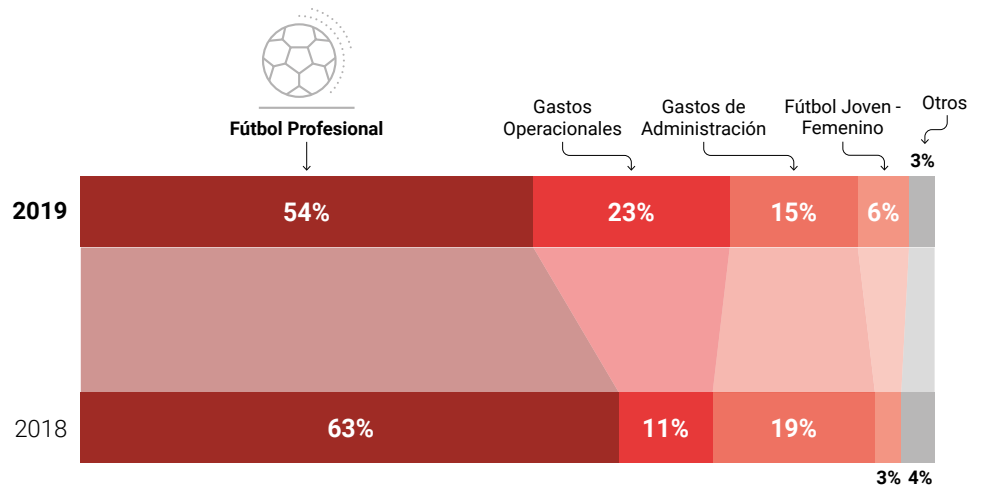


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

Distribución de Ingresos Ordinarios



Distribución de Egresos



Marca Técnica:
Onefit

Sponsor:
Colun

Seguidores en redes sociales



29.473



13.286



17.107

Deportes Santa Cruz



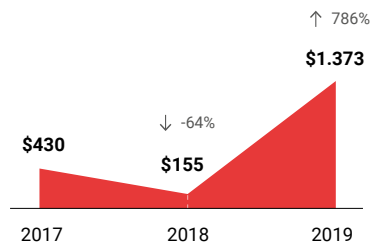
Fundado:
25 de mayo de 1913

Estadio:
Joaquín Muñoz García
(Capacidad: 6.000)



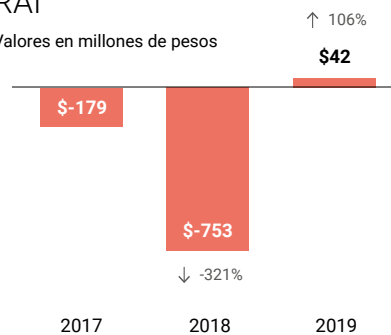
Ingresos Ordinarios

Valores en millones de pesos

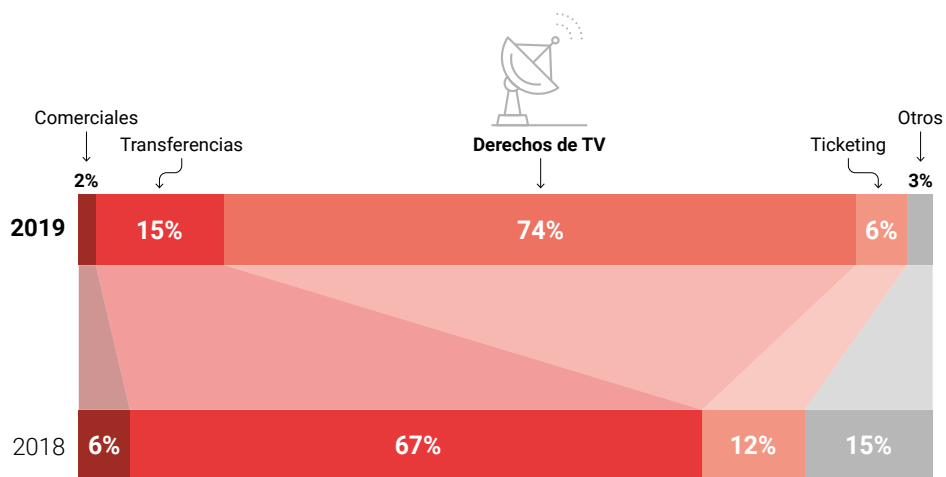


RAI

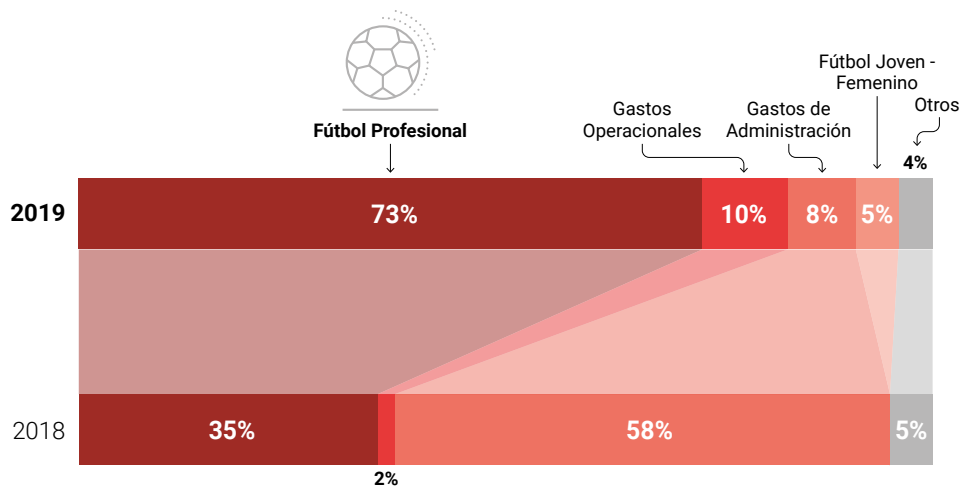
Valores en millones de pesos



Distribución de Ingresos Ordinarios



Distribución de Egresos



Marca Técnica:
Andromeda

Sponsor:

Seguidores en redes sociales



13.862



3.923



13.056

Ñublense

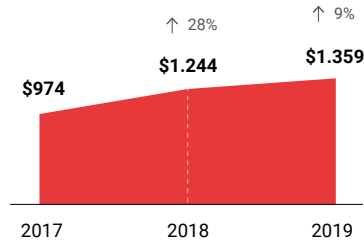


Fundado:
20 de agosto de 1926

Estadio:
Municipal Nelson Oyarzún
(Capacidad: 12.000)

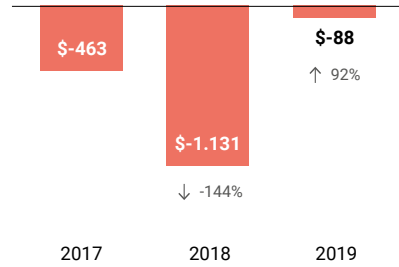
Ingresos Ordinarios

Valores en millones de pesos



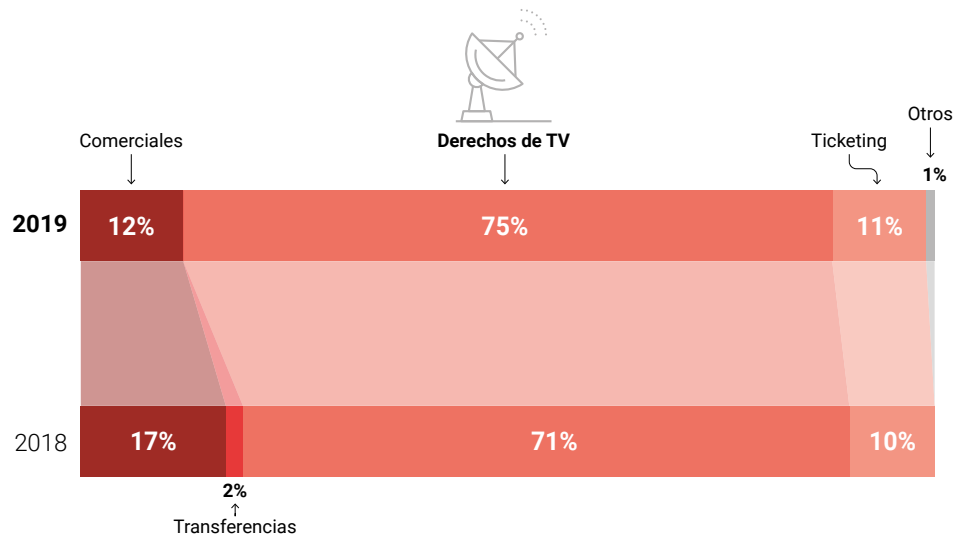
RAI

Valores en millones de pesos

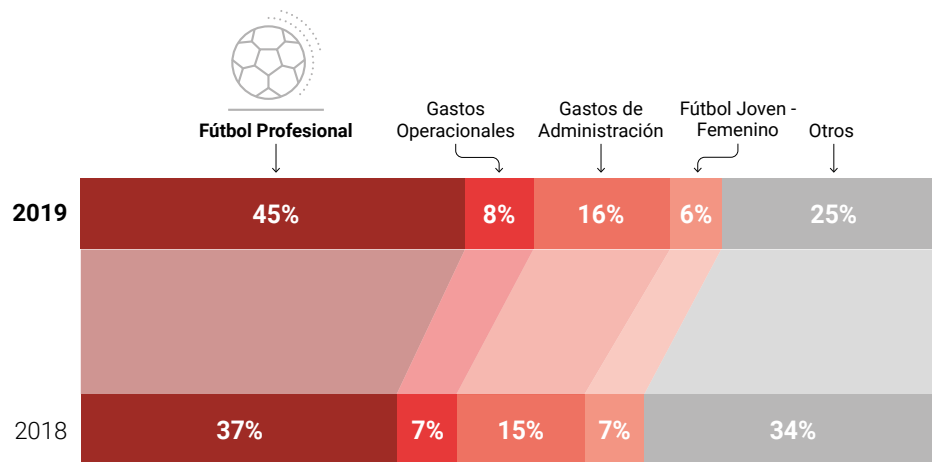


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

Distribución de Ingresos Ordinarios



Distribución de Egresos



Marca Técnica:
Onefit

Sponsor:
IANSÁ

Seguidores en redes sociales



12.950



23.765



21.901

Deportes Melipilla



Fundado:

24 de enero de 1992

Estadio:

Municipal Roberto Bravo Santibañez
(Capacidad: 6.500)

Marca Técnica:
Training

Sponsor:
Ariztía

Seguidores en redes sociales



20.999



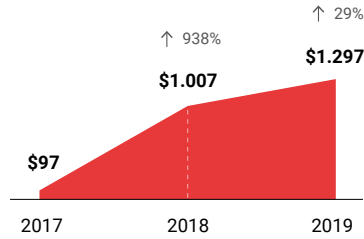
13.093



17.040

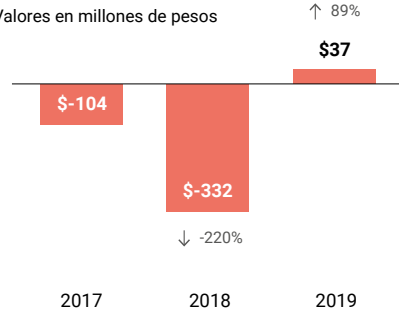
Ingresos Ordinarios

Valores en millones de pesos



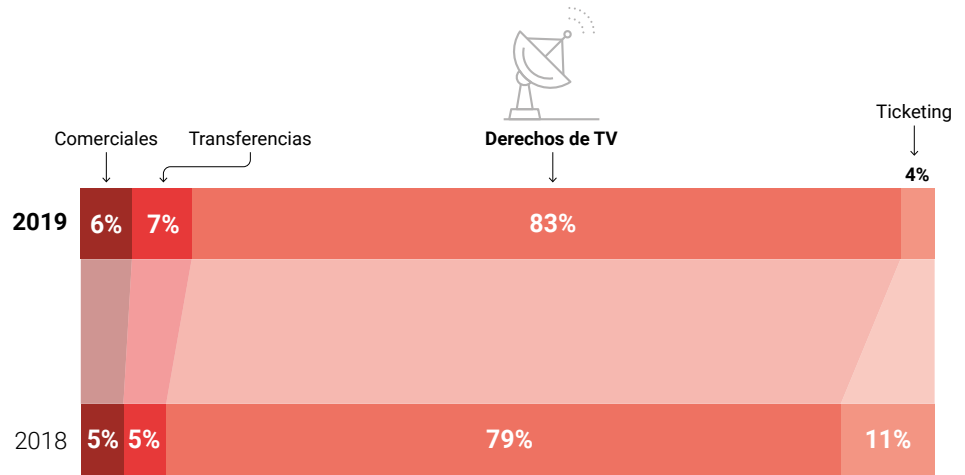
RAI

Valores en millones de pesos

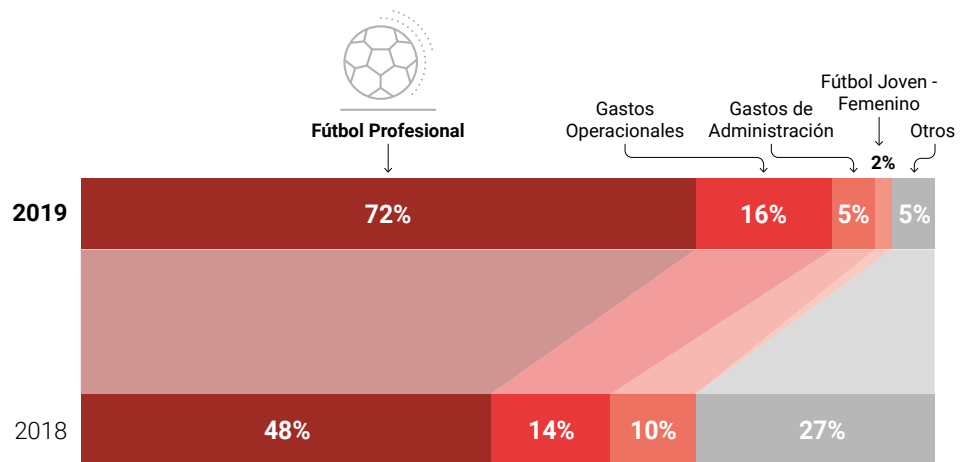


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

Distribución de Ingresos Ordinarios



Distribución de Egresos



Barnechea



Fundado:

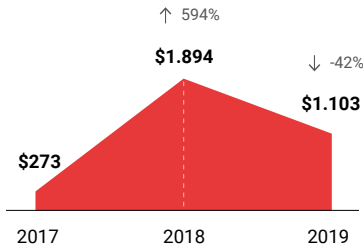
23 de diciembre de 1929

Estadio:

Municipal de Lo Barnechea
(Capacidad: 5.000)

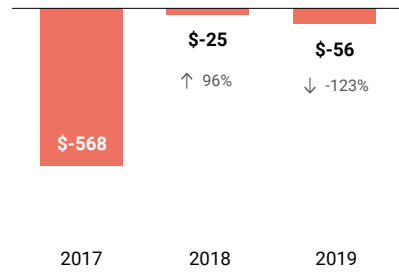
Ingresos Ordinarios

Valores en millones de pesos



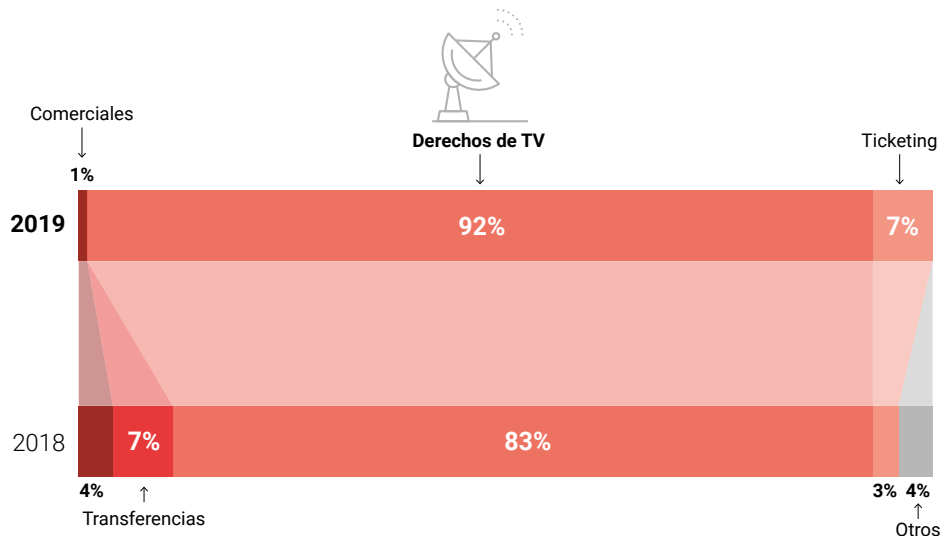
RAI

Valores en millones de pesos

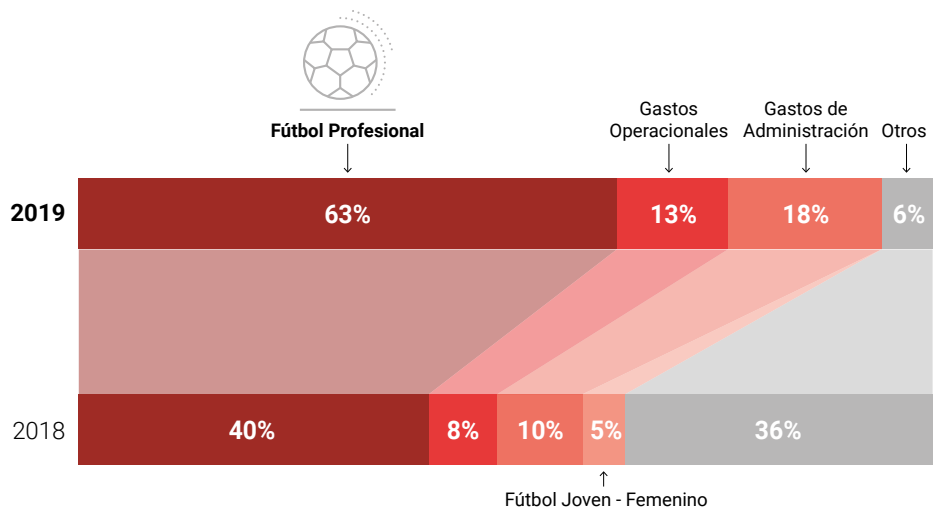


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

Distribución de Ingresos Ordinarios



Distribución de Egresos



Marca Técnica:
Capelli sport

Sponsor:

Seguidores en redes sociales



9.334



3.150



9.048

Deportes Copiapó



Fundado:
9 de marzo de 1999

Estadio:
Luis Valenzuela Hermosilla
(Capacidad: 8.000)



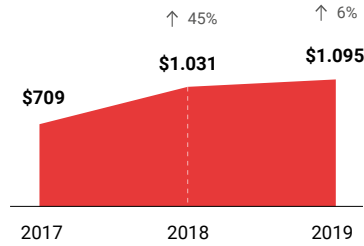
Marca Técnica: Cafu
Sponsor:

Seguidores en redes sociales

4.261
 5.475
 6.097

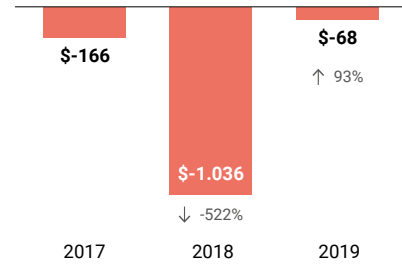
Ingresos Ordinarios

Valores en millones de pesos



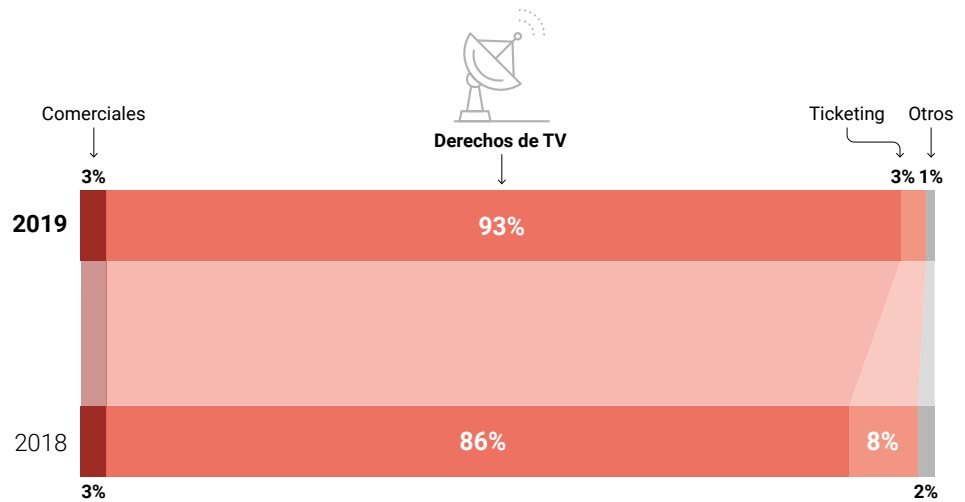
RAI

Valores en millones de pesos

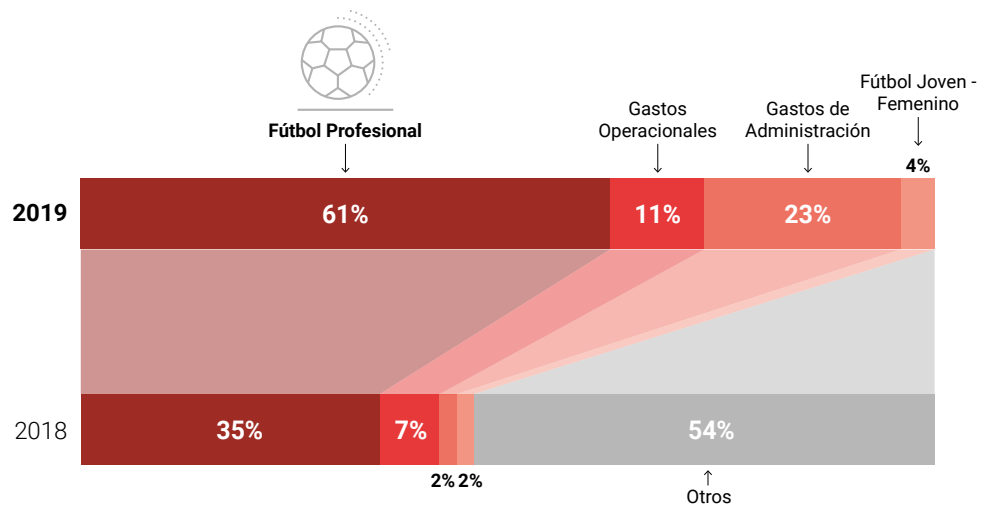


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

Distribución de Ingresos Ordinarios



Distribución de Egresos



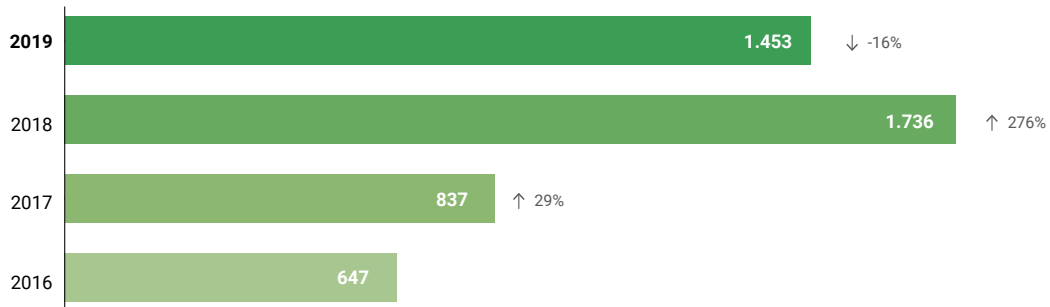


Segunda División



Análisis Segunda División

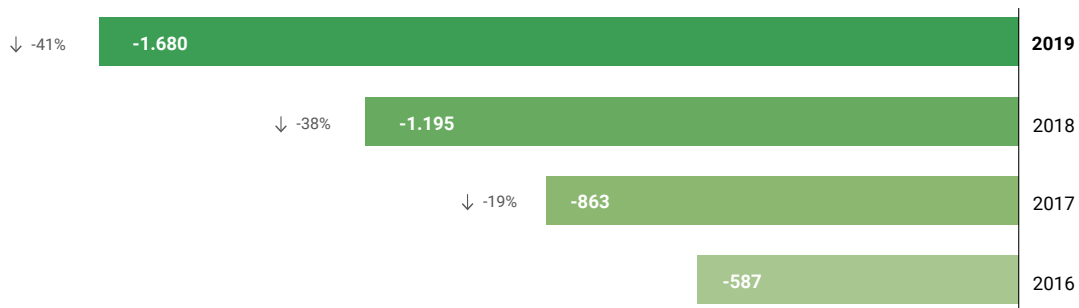
Ingresos Ordinarios



Durante 2019 se registró una caída del **16%** en los ingresos de esta categoría, interrumpiendo así el alza sostenida de los últimos 3 años.

Los principales factores que originaron el decrecimiento están asociado a la caída de los ingresos Comerciales y Ticketing con 71% y 34% respectivamente.

Resultado Antes de Impuesto (RAI)

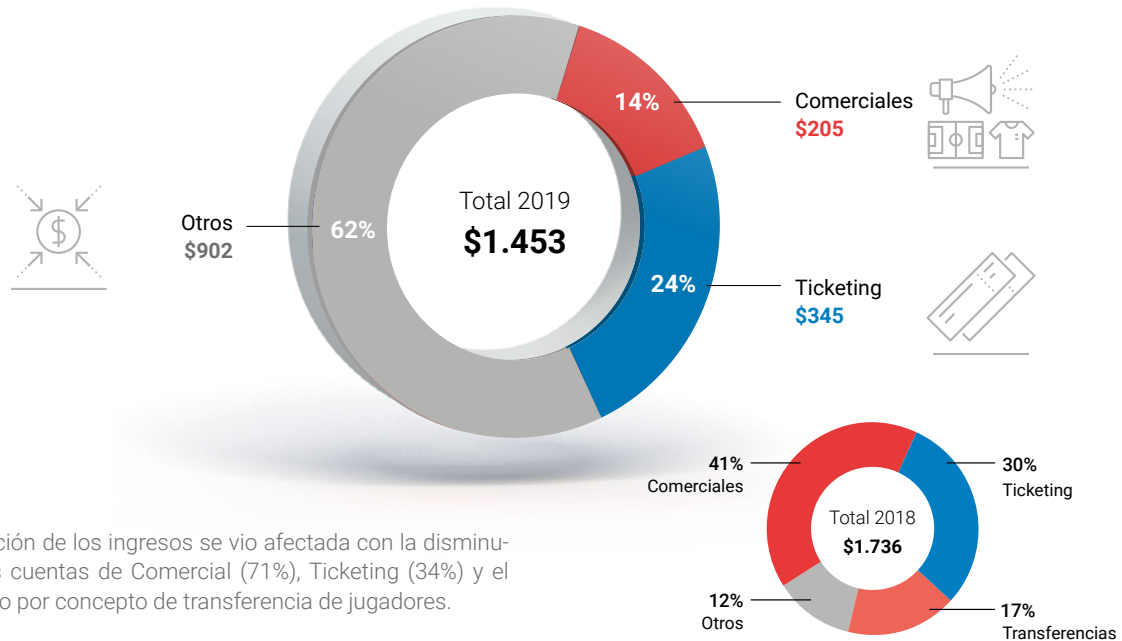


Con el **41%** de aumento en las pérdidas, el resultado Antes de Impuesto de la categoría sigue manteniendo números rojos, fundamentadas principalmente por la disminución de los ingresos y el aumento en un 119% de los Gastos Operacionales de la división.

Distribución total de Ingresos Ordinarios y Egresos

Total Ingresos Ordinarios

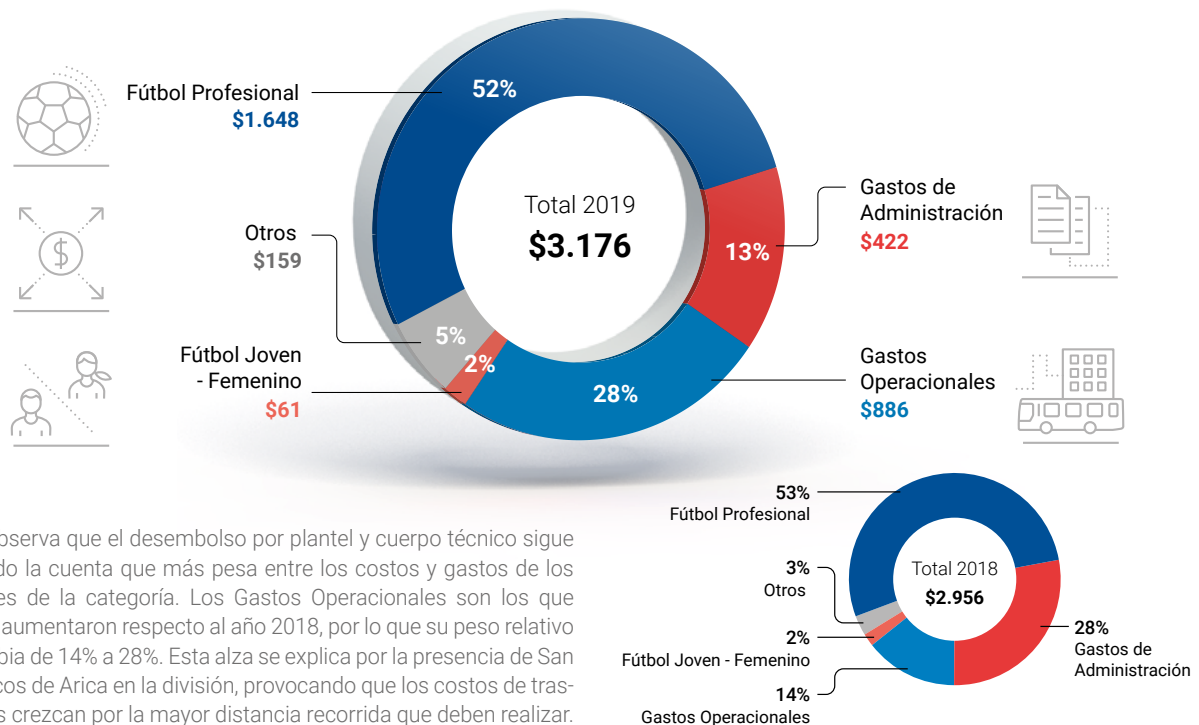
(Valores en millones de pesos)



La distribución de los ingresos se vio afectada con la disminución de las cuentas de Comercial (71%), Ticketing (34%) y el nulo ingreso por concepto de transferencia de jugadores.

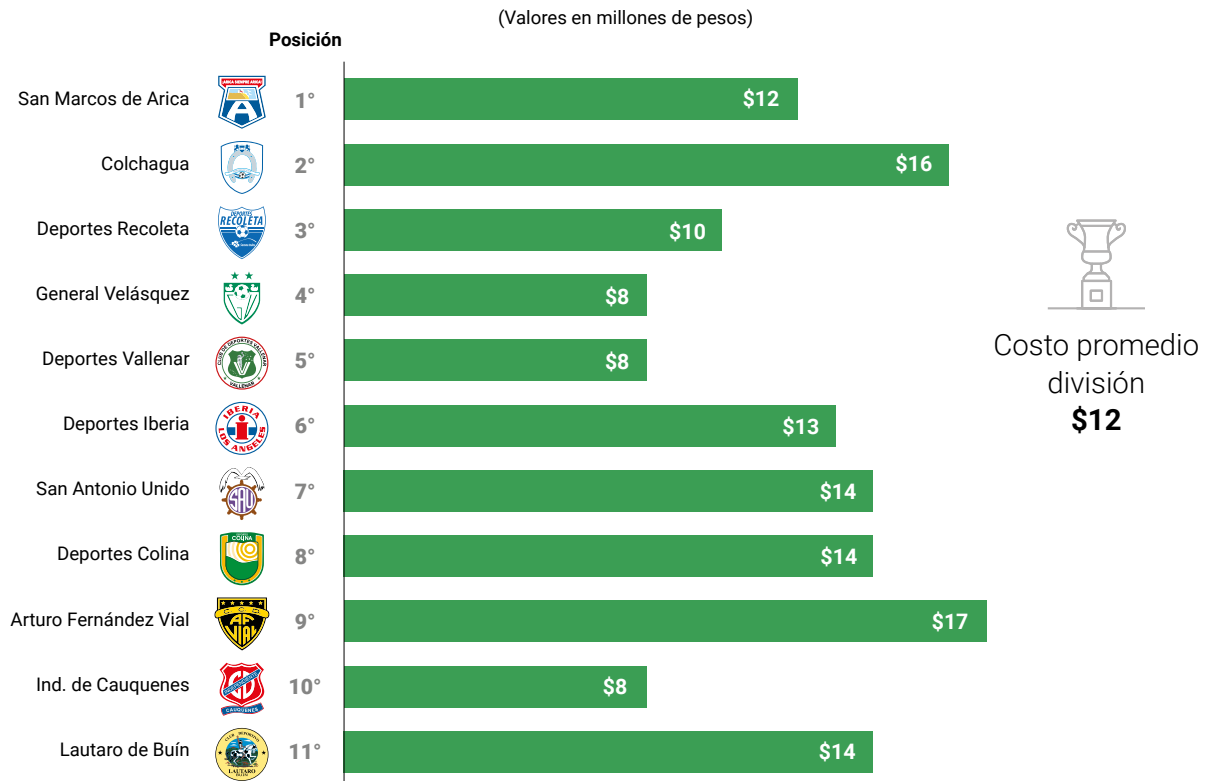
Total de Egresos

(Valores en millones de pesos)



Se observa que el desembolso por plantel y cuerpo técnico sigue siendo la cuenta que más pesa entre los costos y gastos de los clubes de la categoría. Los Gastos Operacionales son los que más aumentaron respecto al año 2018, por lo que su peso relativo cambia de 14% a 28%. Esta alza se explica por la presencia de San Marcos de Arica en la división, provocando que los costos de traslados crezcan por la mayor distancia recorrida que deben realizar.

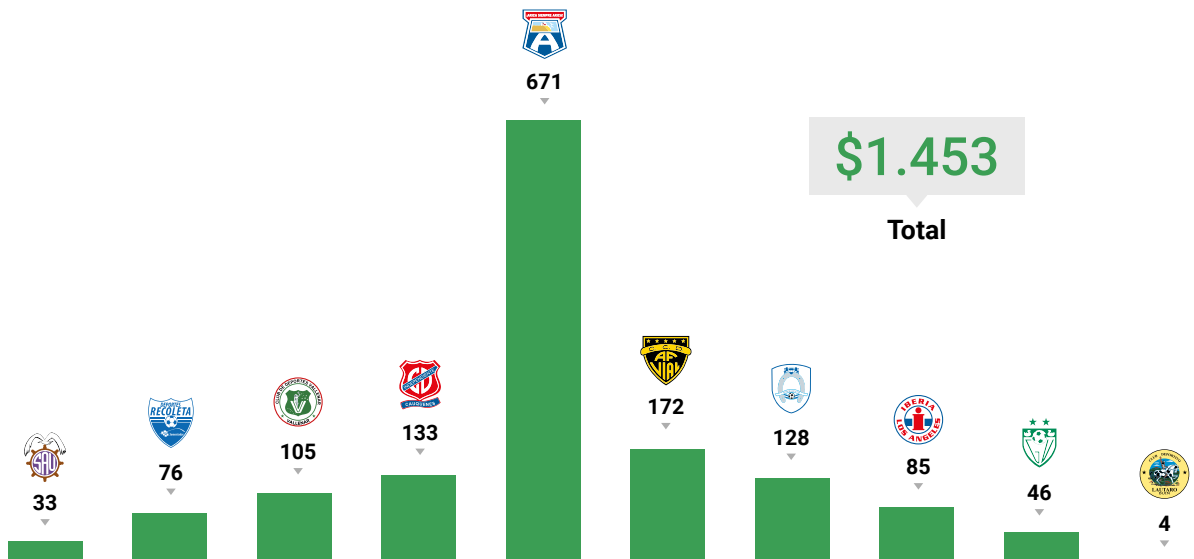
Costo promedio plantel (Jugadores y CT) vs posición campeonato 2019



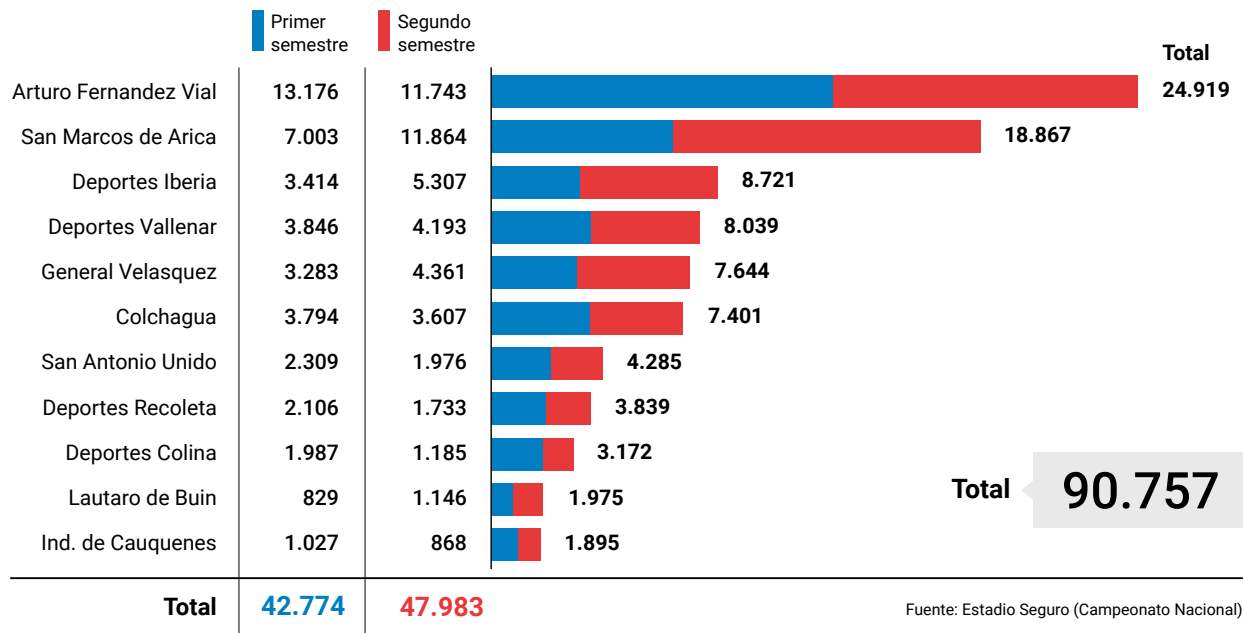
Fuente: UCF - ANFP

Ranking de Ingresos Ordinarios

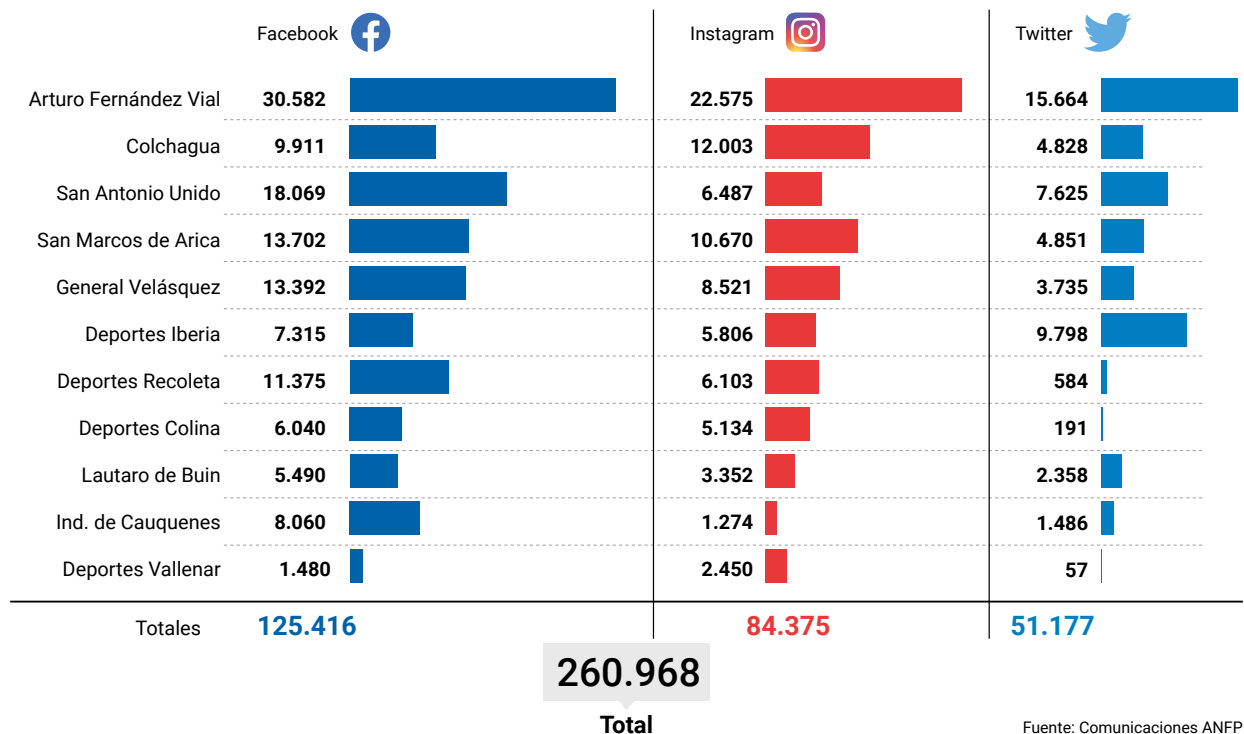
(Valores en millones de pesos)



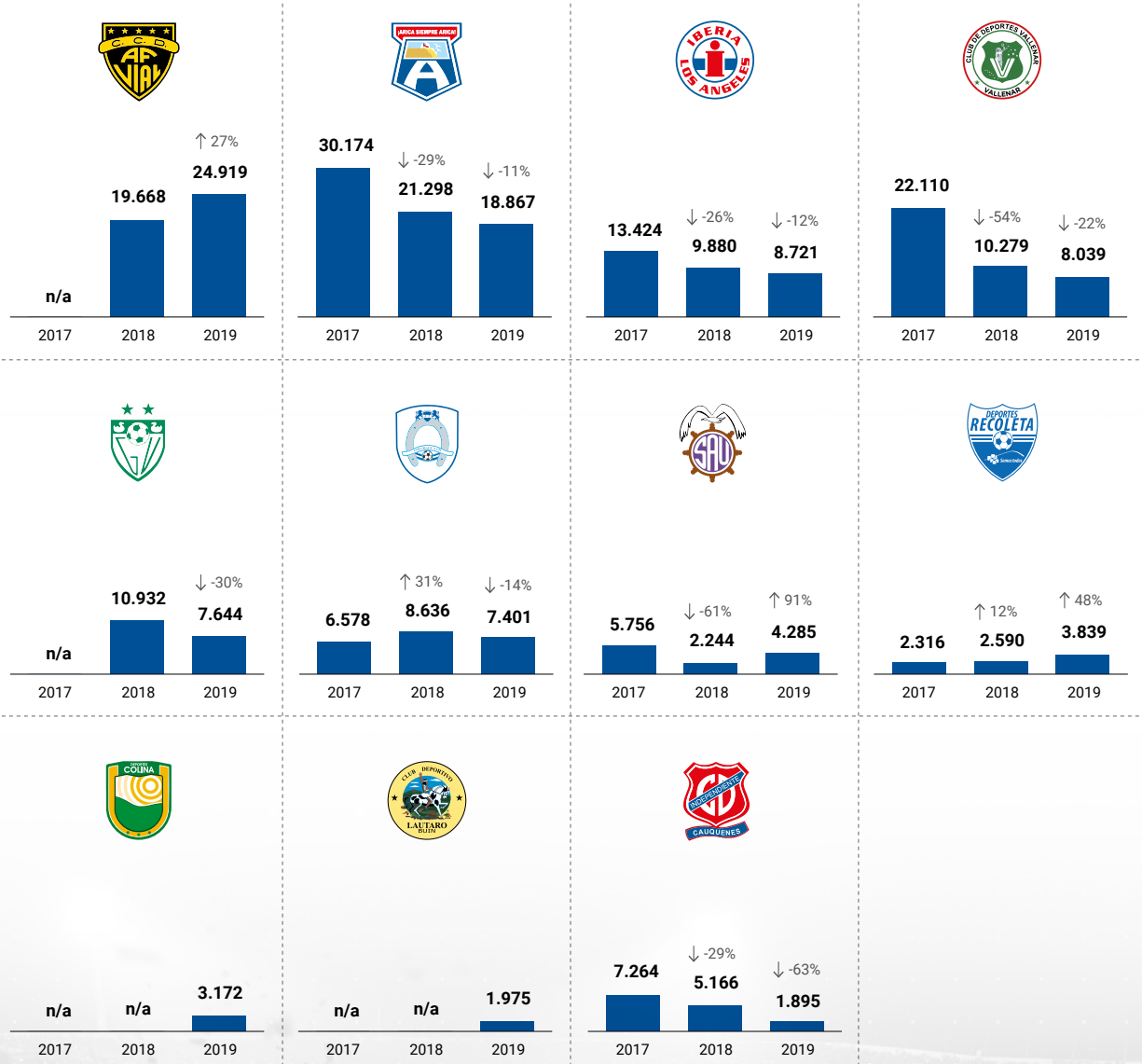
Ranking de asistencia



Ranking redes sociales



Evolución de asistencia al estadio por club



Fuente: Estadio Seguro (Campeonato Nacional)



Anuario Financiero Fútbol Chileno | Tercera Edición



Elaboración

Unidad de Control Financiero - ANFP

Fuentes

Estadio Seguro

Memoria de clubes 2017-2019

Comunicaciones ANFP

FIFA/TMS-Chile

Deloitte.

