

Anuario Financiero del Fútbol Chileno

Temporada

2021

Quinta edición

ANFP



Elaboración

Unidad de Control Financiero - ANFP

Fuentes

Memoria de clubes 2017-2021

Estadio Seguro

Comunicaciones - Marketing ANFP

FIFA/TMS-Chile

Transfermarkt - Junio 2022

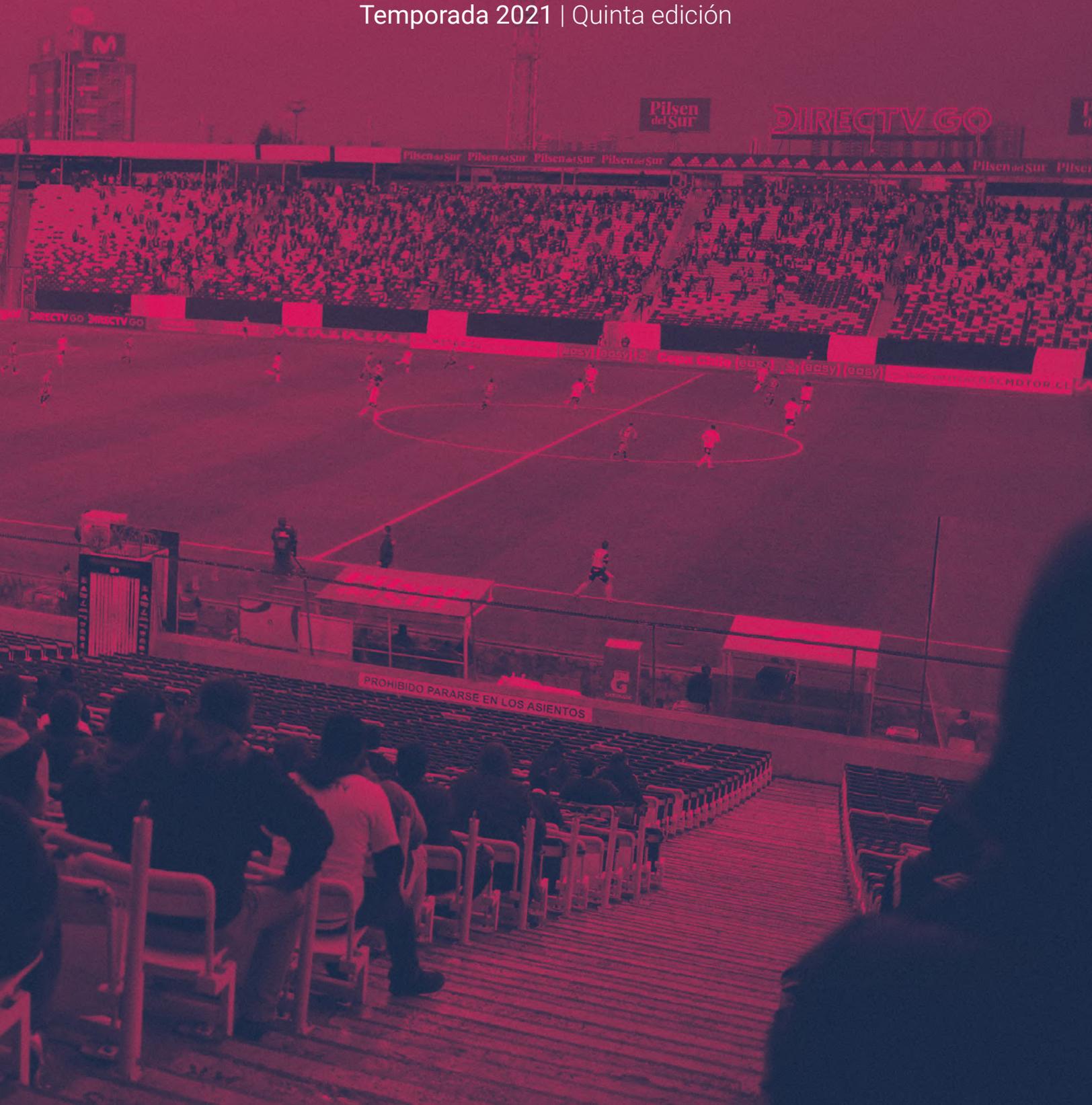
Kantar Ibope / TNT Sports



Deloitte.

Anuario Financiero del Fútbol Chileno

Temporada 2021 | Quinta edición



Índice

Carta del Presidente	5	7	Resumen Ejecutivo
----------------------	---	---	-------------------

Análisis de la industria

Ingresos Ordinarios por división	9	12	Patrimonio (Capital de Funcionamiento)
Resultado Antes de Impuesto (RAI)	9	13	Indicadores de balance Primera división
Distribución total de los Ingresos Ordinarios	10	14	Indicadores de balance Ascenso
Distribución de egresos totales	11		

Evolución de transferencias

Transferencia total de jugadores	16	20	De qué liga vienen los jugadores que ingresaron a Chile
Transferencia de jugadores chilenos	17	21	A dónde van los jugadores que salieron de Chile

Costo Plantel Profesional

Distribución gasto bruto por nacionalidad (jugadores)	22	24	Distribución gasto bruto por división
Distribución gasto bruto por nacionalidad (cuerpo técnico)	23	25	Sueldo bruto por posición

Otros datos de la industria

Evolución asistencia al estadio	26	31	Distribución redes sociales
Marcas técnicas 2021	27	32	Valor plantillas por país
Top 10 rating promedio Primera División	28	33	Mejor valoración por posición de equipos chilenos
Top 10 rating promedio Ascenso	29		

Primera División

Ingresos Ordinarios y RAI	35	39	Ranking resultado Antes de Impuesto (RAI)
Distribución de Ingresos Ordinarios	36	40	Costo promedio plantel por posición campeonato 2021
Distribución de egresos totales	37	40	Límite de gasto en fútbol
Ranking de Ingresos Ordinarios	38	42-50	Clubes

Ascenso

Ingresos Ordinarios y RAI	53	57	Ranking resultado Antes de Impuesto (RAI)
Distribución de Ingresos Ordinarios	54	58	Costo promedio plantel por posición campeonato 2021
Distribución de egresos totales	55	58	Límite de gasto en fútbol
Ranking de Ingresos Ordinarios	56	60-67	Clubes



Carta del Presidente

La temporada 2021 fue un periodo de adaptación, complejo y lleno de aristas, pero como directorio de la ANFP, hemos querido continuar y profundizar un trabajo importante que hemos venido realizando durante los últimos 5 años con el Anuario Financiero del Fútbol Chileno.

Este documento ayuda a todos los actores que se relacionan con la actividad, a observar y entender con mayor detención una industria dinámica, que está en constante renovación. La nueva edición de este trabajo estadístico y de análisis reúne información financiera auditada y antecedentes relevantes sobre el desarrollo del fútbol durante la temporada 2021.

El año pasado fue de transición debido al impacto que provocó la pandemia en el desarrollo de la economía a nivel mundial, donde la industria del entretenimiento fue una de las más afectadas, obligando a todos los que somos parte de esta actividad a concentrarnos en el desarrollo integral del fútbol, generando cambios en los procedimientos, la gestión y la planificación de este deporte.

En esta quinta edición del Anuario Financiero del Fútbol Chileno, ahondamos en los objetivos que tenemos trazados como plan de gobierno, con el fin de mostrar y entregar información, datos y antecedentes, que faciliten un análisis real de los resultados de las últimas temporadas del fútbol chileno, con la finalidad de difundir a una mayor cantidad de personas la evolución que está teniendo como liga profesional, proporcionando una mirada amplia y a su vez un enfoque detallado de cada uno de los clubes que la componen.

Si bien aún existen muchas materias donde seguir mejorando, este ejemplar nos permite ver con datos sólidos, concretos y transparentes el trabajo que estamos ejecutando como ANFP para lograr transmitir con claridad y precisión el proceso de profesionalización, con visión de futuro y mirada modernizadora de la actividad.

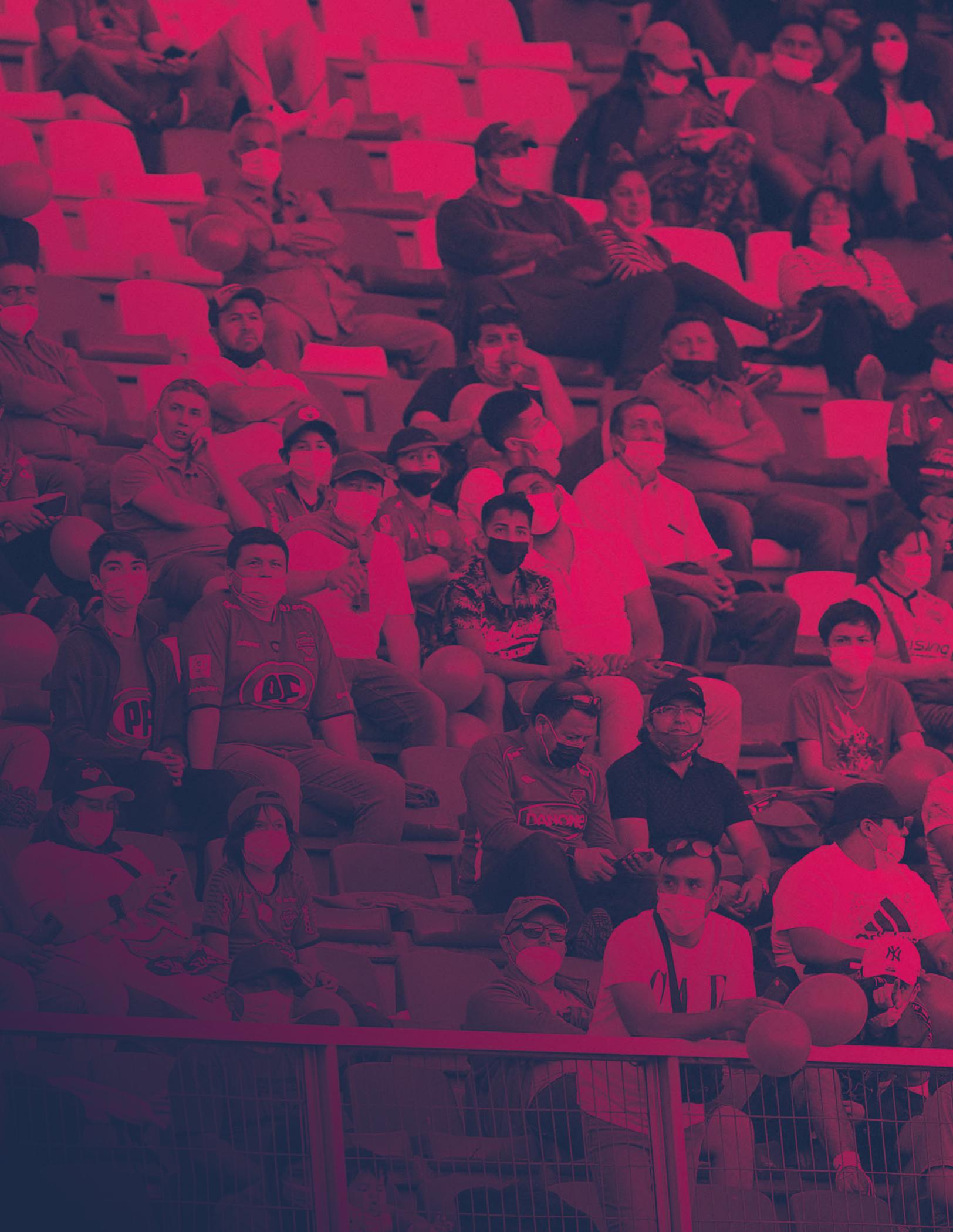
Al mismo tiempo, es un documento que permite acceder a información confiable y fidedigna, que posibilita entregar a los grupos de interés cifras y datos de utilidad, que muestran una noción real del desarrollo del fútbol chileno.

Por último, este Anuario potencia políticas deportivas claras en relación con nuestros principales objetivos, como son el proyecto para que el fútbol chileno se concentre en la generación de nuevos talentos, además de favorecer otras iniciativas como el Centro de Innovación y Tecnología, plan que espera mejorar el fútbol a través del análisis de información, lo que permitirá impulsar un trabajo en conjunto para incentivar el desarrollo de esta actividad de gran importancia social.



Pablo Milad Abusleme

Presidente de la ANFP



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.



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



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



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



Resumen Ejecutivo

Bienvenidos a la quinta edición del Anuario Financiero del Fútbol Chileno, documento oficial que consolida información relevante de nuestra actividad durante la temporada 2021, transparentando datos y entregando antecedentes de la industria que revelan un diagnóstico completo en materias como ingresos, gastos, mercado de transferencias, así como también en otros antecedentes relacionados.

En esta segunda temporada afectada por la pandemia del COVID-19, se aprecia su impacto en el rendimiento financiero, reflejando una alteración en la industria y en los indicadores específicos de los clubes que forman parte de nuestra asociación, si bien hubo algunas excepciones notables, la tendencia observada fue que los ingresos operativos fueron duramente golpeados por el menor aporte relacionados al concepto de ticketing, pero ligeramente mitigado por la estabilidad que generan los derechos de transmisión y en menor medida por los ingresos comerciales, concepto que venía en un constante crecimiento previo a la pandemia.

Si englobamos los ingresos de actividad ordinaria o ingresos de operación que generaron los torneos nacionales durante el año 2021, estos representan aproximadamente \$126.200 millones de pesos (cerca de US\$133 millones). Lo ingresos con mayor relevancia son los derechos de televisión, representando un 50%, seguidos por ingresos comerciales con un 26%, transferencias con un 11% y ticketing, que, si bien incrementó sus ingresos en más de un 50%, solo representa un 5% en la distribución total.

En general la industria del fútbol chileno tuvo una recuperación en sus ingresos por actividades ordinarias de un 9% en relación con el año 2020, materializado principalmente por concepto de ingresos comerciales que se vieron incrementados por casi \$9.500 millones de pesos.

Durante la temporada 2021 el valor total de transferencias de jugadores marcó una caída de un 33% en comparación al año 2020, pese a que la cantidad de jugadores que emigraron de nuestra liga aumentó un 2%.

Fútbol joven - femenino:
Egresos necesarios para el desarrollo y operativa de estas categorías.



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



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



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

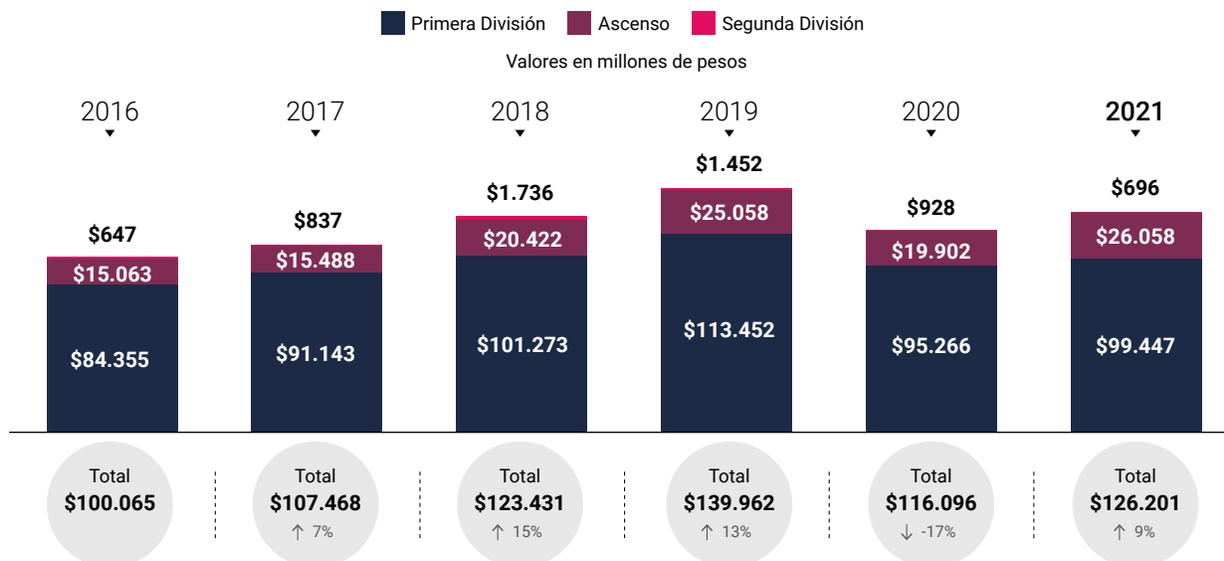


Otros costos y gastos:
Corresponden a amortizaciones de intangibles, depreciación, gastos financieros y otros gastos



Análisis de la industria

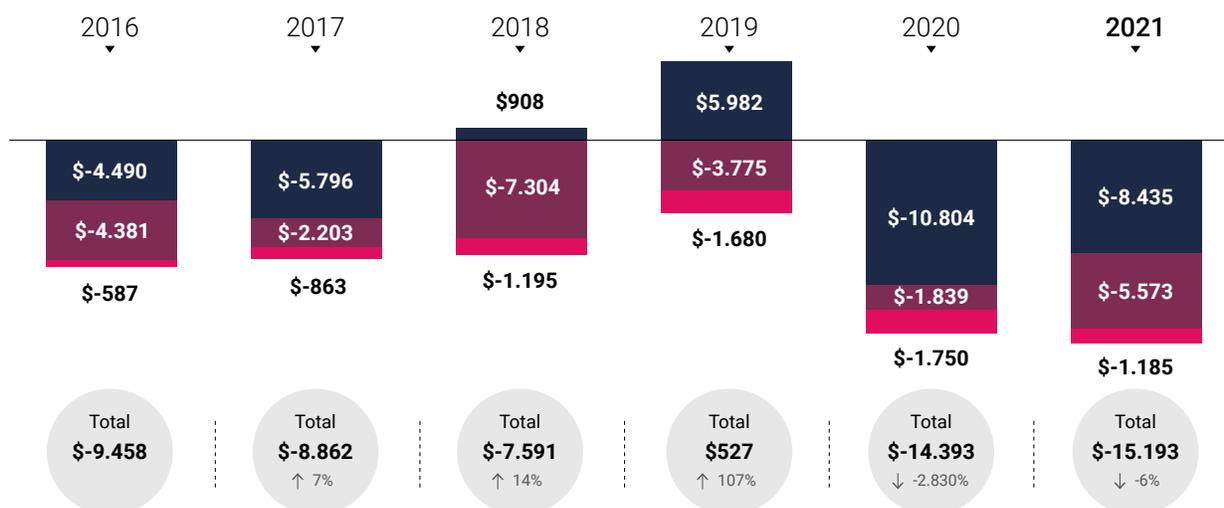
INGRESOS ORDINARIOS POR DIVISIÓN



En cuanto a los resultados obtenidos durante el año 2021 los clubes del fútbol chileno lograron una leve recuperación en comparación a los ingresos ordinarios generados en la temporada anterior, registrando un total de \$ 126.201 millones entre las tres divisiones del fútbol profesional, un 9% más que el año anterior, justificado mayormente por los ingresos comerciales y en menor proporción por los conceptos de transferencia de jugadores y ticketing.

Los costos también aumentaron en un 9%, lo que afectó directamente el resultado antes de impuesto de la industria, generando pérdidas de \$-15.193 millones, que reflejan una variación de un -6% en comparación al año 2020, esto relacionado por el aumento en los gastos de operación debido a la implementación de protocolos sanitarios.

RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI) POR DIVISIÓN

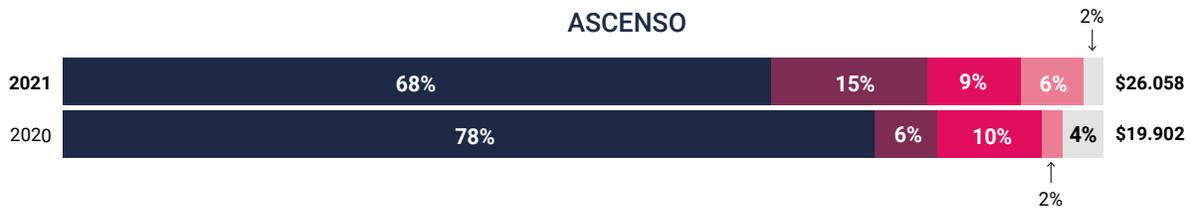
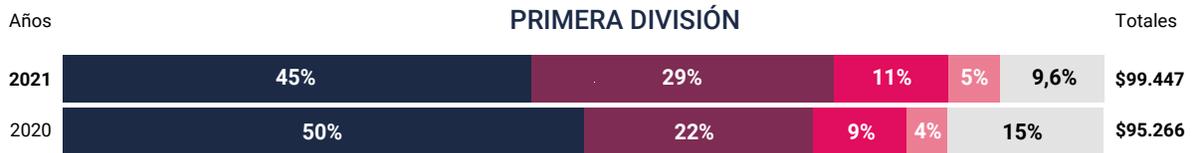
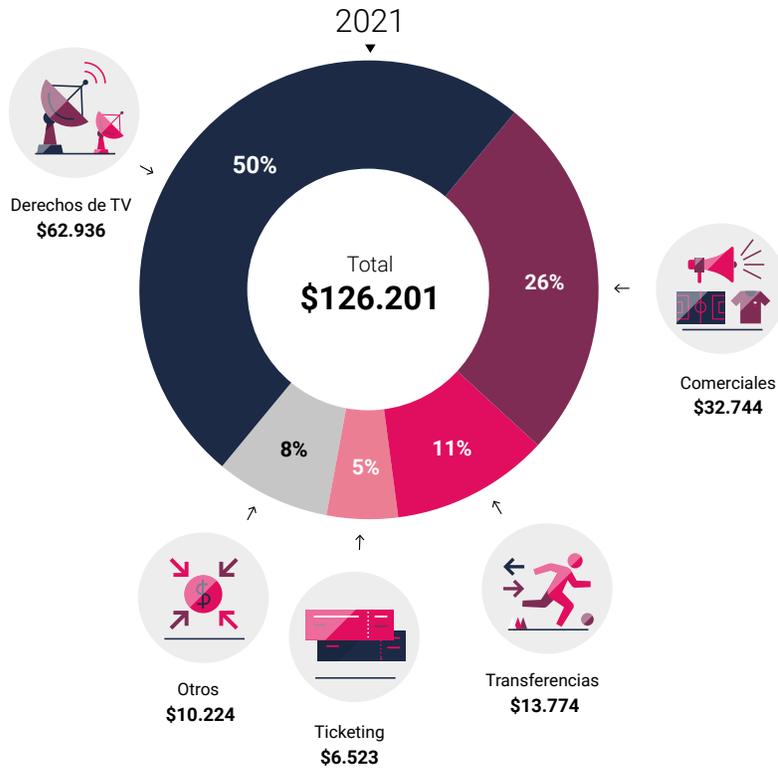


*RAI 2018 No considera ingresos por cesión de derechos de televisión

Fuente: Memorias Clubes 2017-2021

DISTRIBUCIÓN TOTAL DE LOS INGRESOS ORDINARIOS

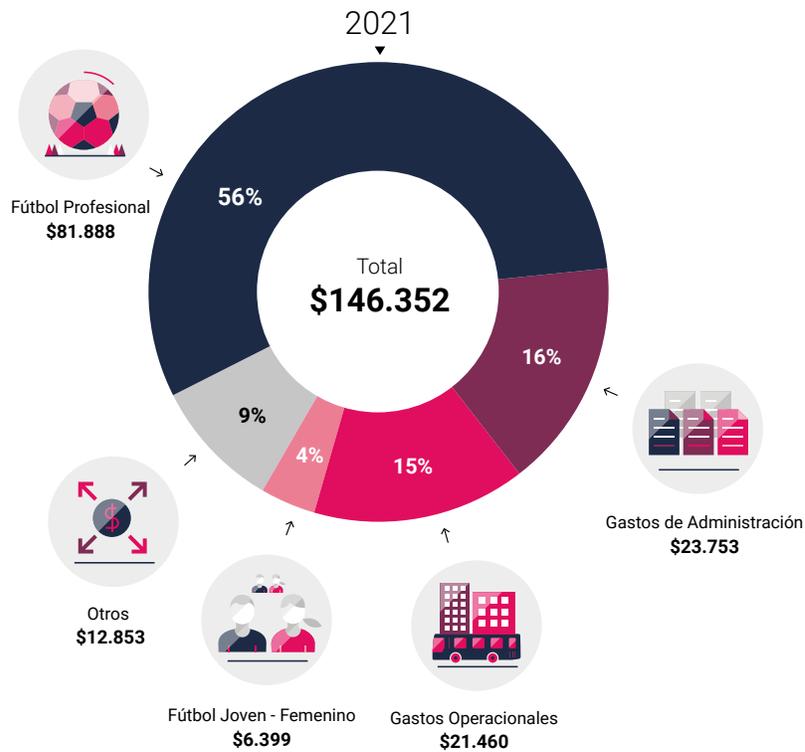
Valores en millones de pesos



Fuente: Memorias Clubes 2017-2021

DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS TOTALES

Valores en millones de pesos



Años	PRIMERA DIVISIÓN					Totales
2021	57%	13%	4%	16%	10%	\$111.896
2020	60%	10%	5%	16%	9%	\$108.829

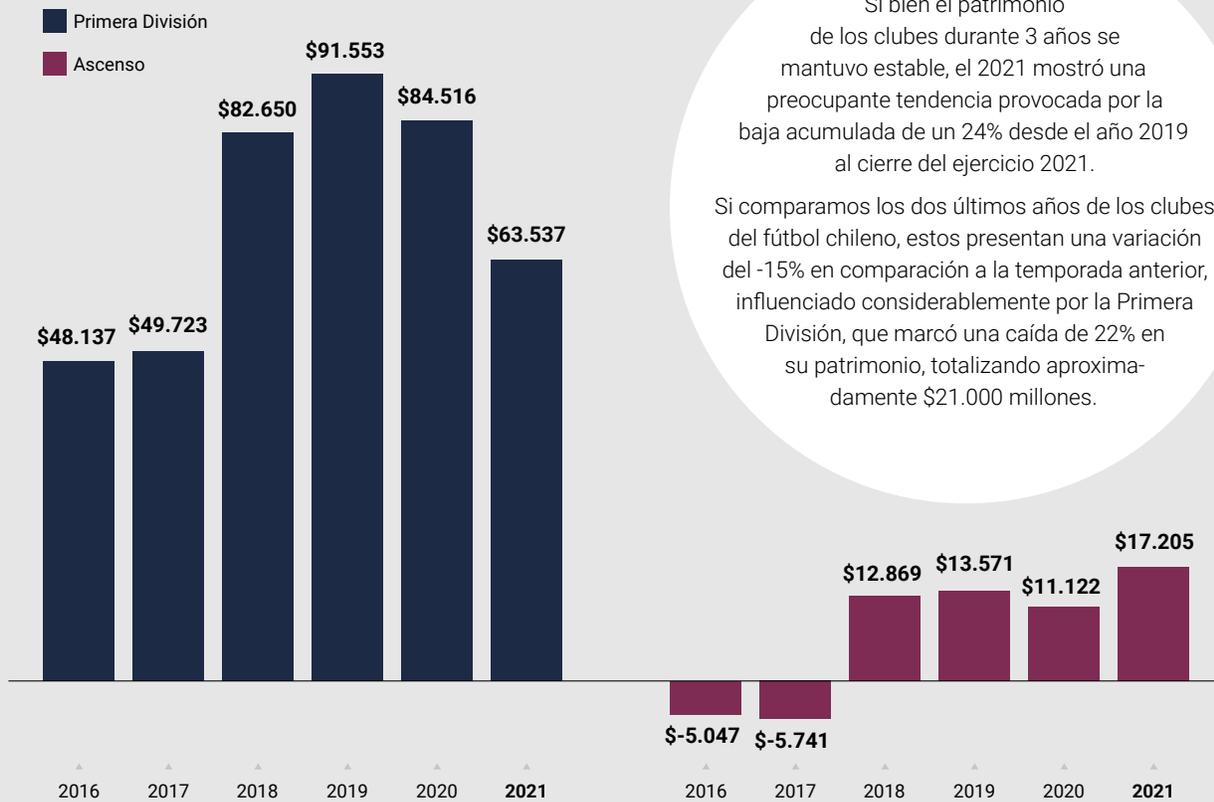
		ASCENSO					
2021	53%	20%	5%	16%	6%	\$32.570	
2020	60%	14%	2%	17%	6%	\$22.770	

		SEGUNDA DIVISIÓN					
2021	51%	26%	1%	19%	2%	\$1.885	
2020	46%	20%	4%	25%	5%	\$2.660	

Fuente: Memorias Clubes 2017-2021

PATRIMONIO (CAPITAL DE FUNCIONAMIENTO)

Valores en millones de pesos



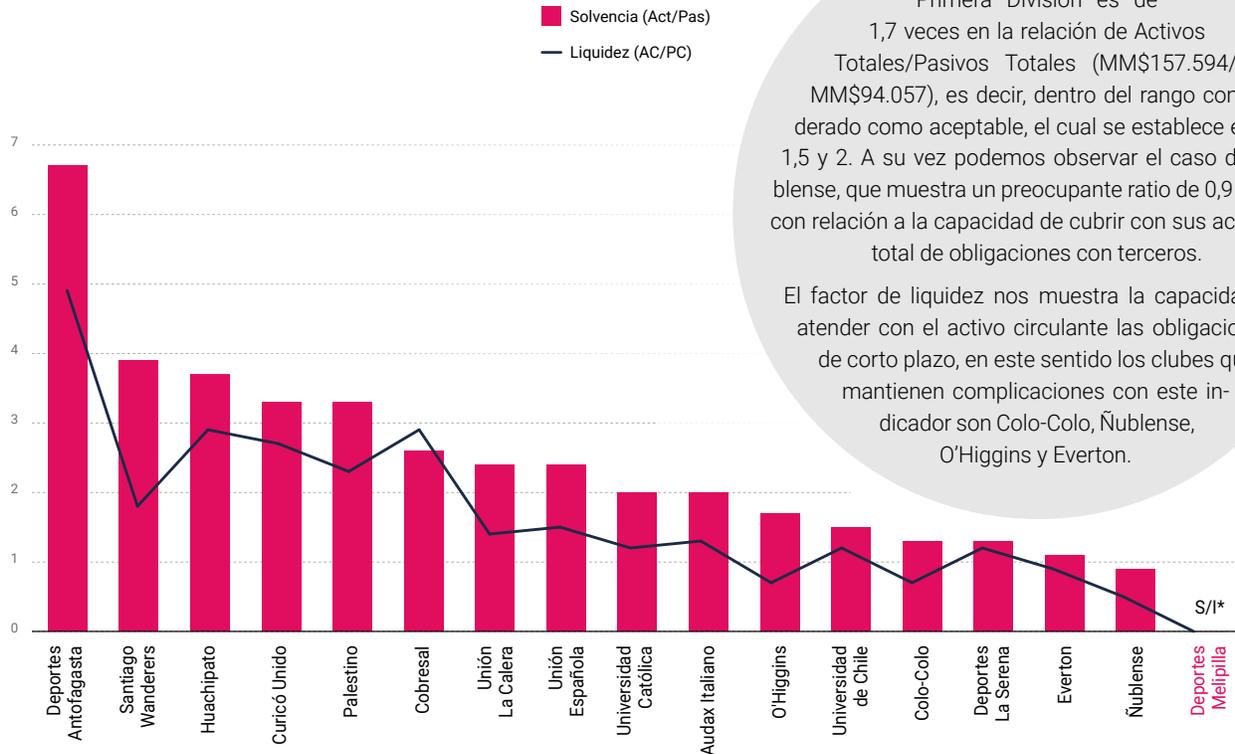
Si bien el patrimonio de los clubes durante 3 años se mantuvo estable, el 2021 mostró una preocupante tendencia provocada por la baja acumulada de un 24% desde el año 2019 al cierre del ejercicio 2021.

Si comparamos los dos últimos años de los clubes del fútbol chileno, estos presentan una variación del -15% en comparación a la temporada anterior, influenciado considerablemente por la Primera División, que marcó una caída de 22% en su patrimonio, totalizando aproximadamente \$21.000 millones.

Fuente: Memorias Clubes 2017-2021

INDICADORES DE BALANCE PRIMERA DIVISI3N

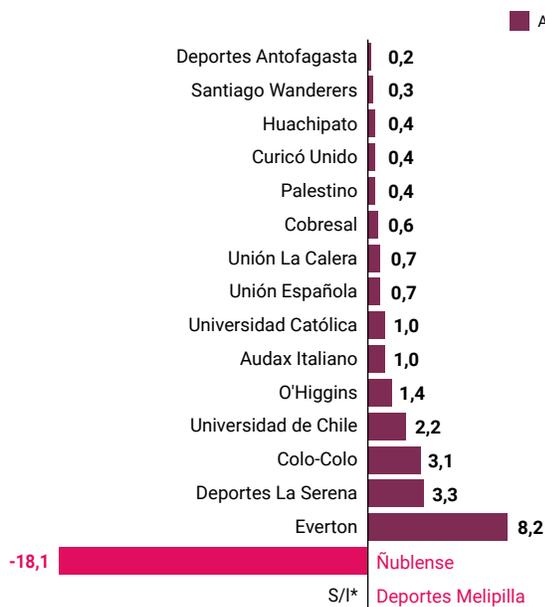
SOLVENCIA Y LIQUIDEZ



La solvencia de Primera División es de 1,7 veces en la relación de Activos Totales/Pasivos Totales (MM\$157.594/MM\$94.057), es decir, dentro del rango considerado como aceptable, el cual se establece entre 1,5 y 2. A su vez podemos observar el caso de Ñublense, que muestra un preocupante ratio de 0,9 veces, con relación a la capacidad de cubrir con sus activos el total de obligaciones con terceros.

El factor de liquidez nos muestra la capacidad de atender con el activo circulante las obligaciones de corto plazo, en este sentido los clubes que mantienen complicaciones con este indicador son Colo-Colo, Ñublense, O'Higgins y Everton.

APALANCAMIENTO



Si analizamos la relación entre el capital propio y endeudamiento para financiar la operación que tienen los clubes Primera División, podemos determinar que en este caso es de 1,5 veces, es decir mayor apalancamiento y menos inversión de capital propio, lo que está por sobre el rango generalmente recomendado que va entre 0,7 y 1.

Podemos concluir que gran parte de los clubes de esta división presenta ratios aceptables, salvo los casos de O'Higgins, U. de Chile, Colo-Colo, D. La Serena y Everton que muestran una tendencia preocupante, comprometiendo su patrimonio.

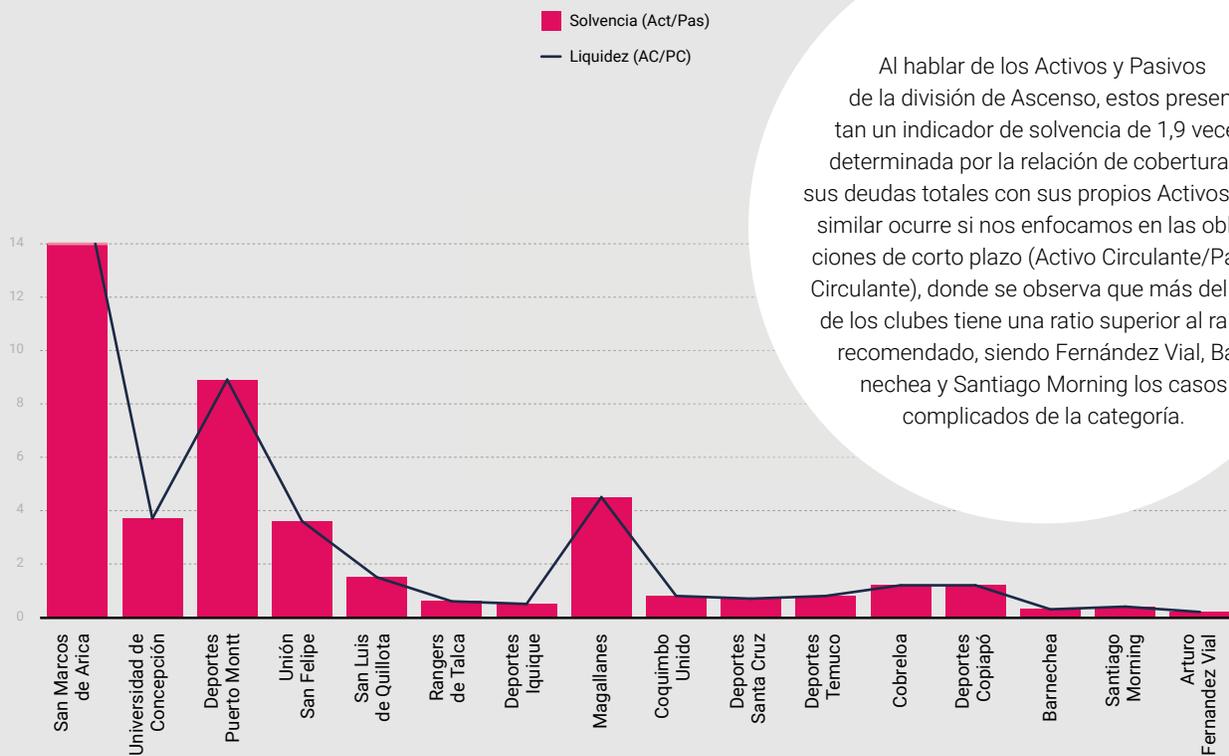
En el caso puntual de Ñublense presenta una situación aún más compleja, ya que tiene un capital de funcionamiento negativo al cierre del ejercicio contable 2021.

* Información no entregada por el club

Fuente: Memorias Clubes 2017-2021

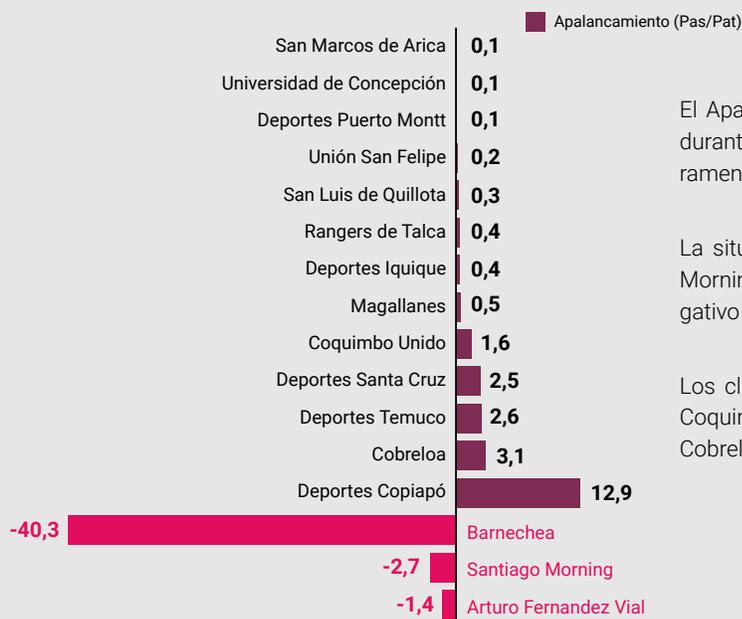
INDICADORES DE BALANCE ASCENSO

SOLVENCIA Y LIQUIDEZ



Al hablar de los Activos y Pasivos de la división de Ascenso, estos presentan un indicador de solvencia de 1,9 veces, determinada por la relación de cobertura de sus deudas totales con sus propios Activos, algo similar ocurre si nos enfocamos en las obligaciones de corto plazo (Activo Circulante/Pasivo Circulante), donde se observa que más del 81% de los clubes tiene una ratio superior al rango recomendado, siendo Fernández Vial, Barnechea y Santiago Morning los casos complicados de la categoría.

APALANCAMIENTO



El Apalancamiento (Pasivo / Patrimonio) de esta división durante la temporada 2021, refleja que se encuentra ligeramente sobre el valor recomendado, mostrando un ratio de 1,1 veces.

La situación más compleja la viven Barnechea, Santiago Morning y Fernández Vial quienes tienen un Patrimonio Negativo al cierre del ejercicio, haciendo complicado el cumplimiento con sus obligaciones con terceros.

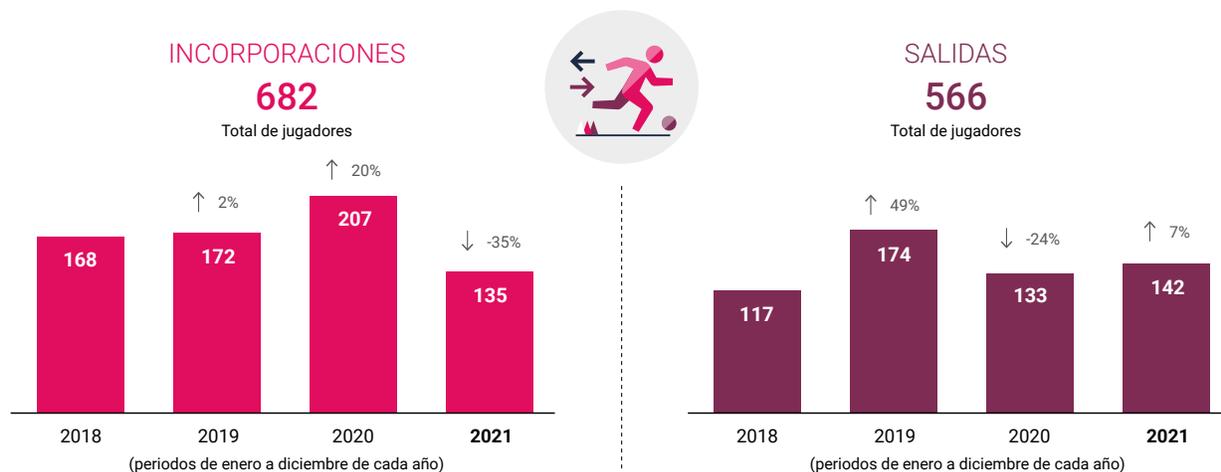
Los clubes que también deben mejorar su situación son Coquimbo Unido, Deportes Santa Cruz, Deportes Temuco, Cobrela y en especial Deportes Copiapó debido a la sobrecarga en sus pasivos totales.

Fuente: Memorias Clubes 2017-2021



Evolución de transferencias

TRANSFERENCIA TOTAL DE JUGADORES

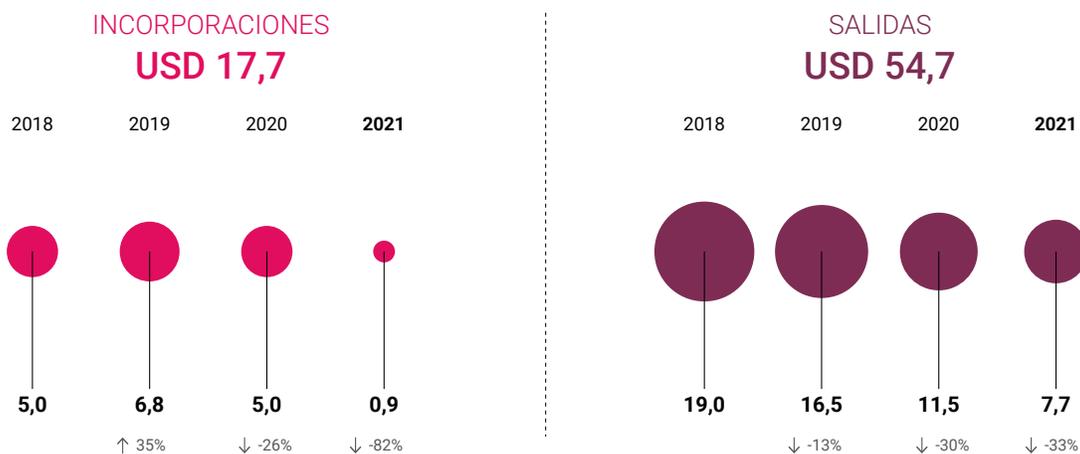


Fuente: FIFA / TMS Chile

Si bien durante la temporada 2021 la cantidad de futbolistas que emigraron de la liga chilena superaron en un 5% a la cantidad de jugadores que ingresaron, el acumulado de los últimos 4 años registra un 20% más de incorporaciones por sobre las salidas de jugadores profesionales.

VALORES DE TRANSFERENCIAS

Valores en millones de \$USD

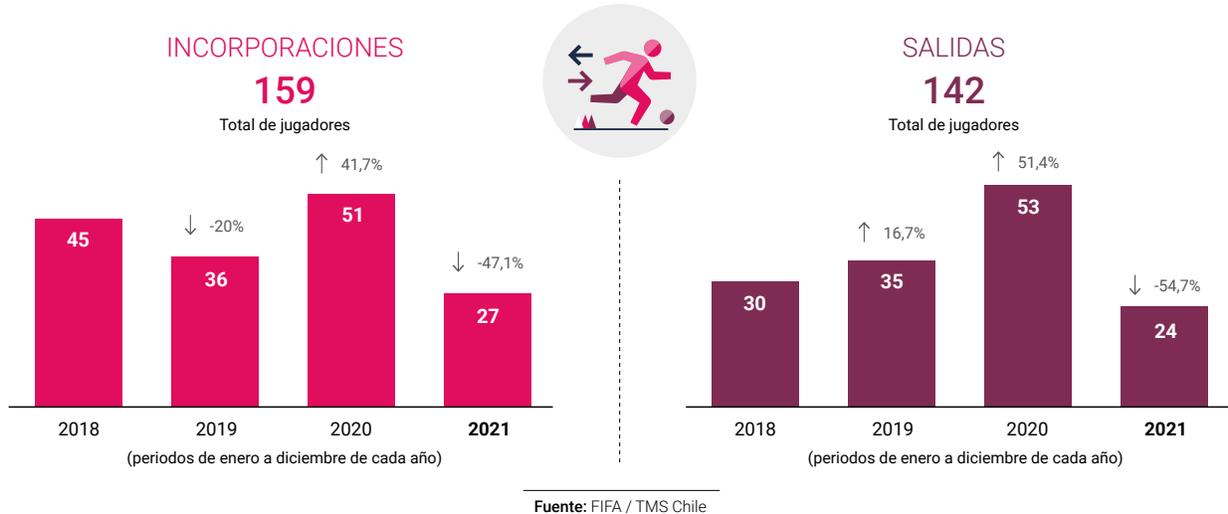


Fuente: FIFA / TMS Chile

A nivel de monto total, el fútbol chileno refleja una balanza comercial positiva, donde la suma por concepto de salida de jugadores supera en más de 3 veces a las incorporaciones en el acumulado de los últimos 4 años, demostrando que somos un mercado exportador.

Es fundamental para el desarrollo y crecimiento del fútbol chileno lograr recuperar los valores de transferencias conseguidos antes de la pandemia, dado que en las últimas temporadas se marca una tendencia sostenida a la baja en las cifras.

TRANSFERENCIAS DE JUGADORES CHILENOS

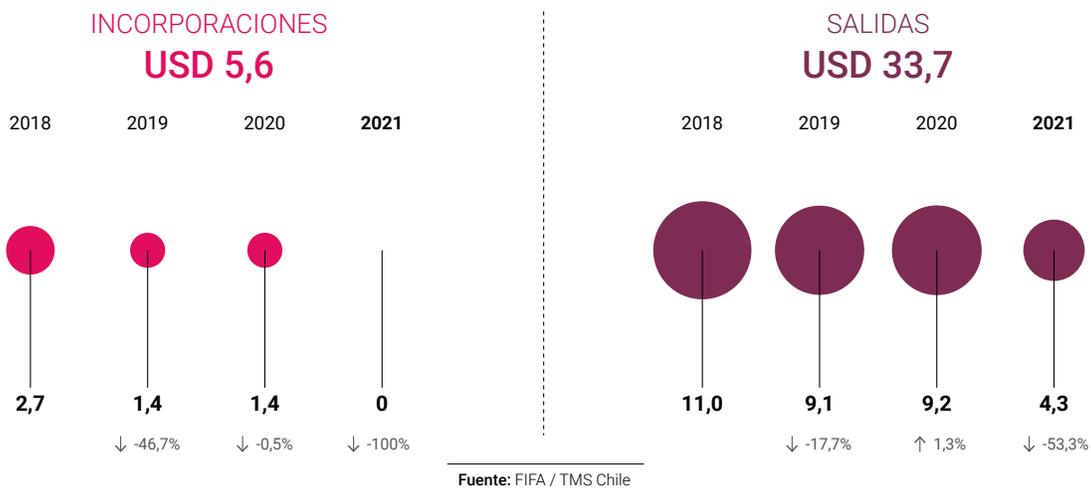


En la última temporada 27 jugadores chilenos retornaron a nuestras competencias, un 47% menos en comparación al año 2020. Esto representa el 20% del total de futbolistas profesionales que se incorporaron durante el 2021.

La salida de compatriotas a otras ligas del mundo tuvo una caída considerable, registrando una variación de 55% en comparación al periodo anterior, reflejando un 17% del total de salidas en la temporada 2021.

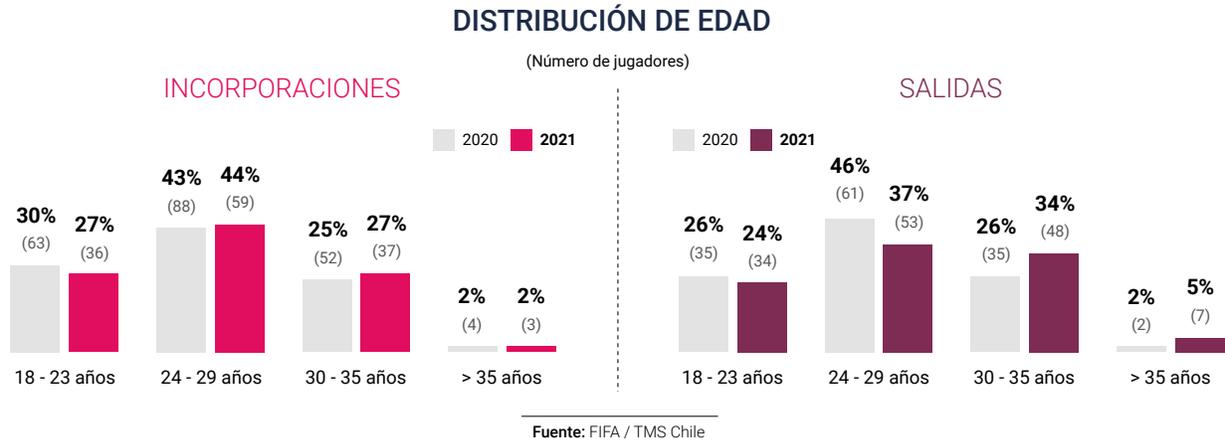
VALORES DE TRANSFERENCIAS

Valores en millones de \$USD



En total la salida de chilenos reporto ingresos por 4,3 millones dólares durante el 2021 Si bien es un 53% menor en comparación a la temporada anterior, se justifica por la menor salida de jugadores, que tuvo una baja de un 55%. Si lo comparamos con el total de salidas de futbolista de la liga chilena, los compatriotas simbolizan el 56%.

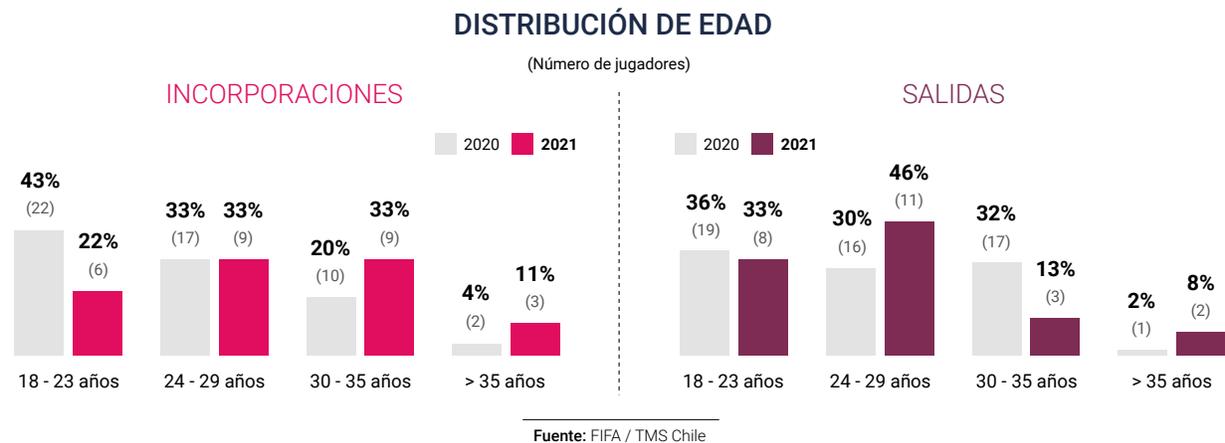
TRANSFERENCIA TOTAL DE JUGADORES



En relación con la edad de los futbolistas, en la gráfica se aprecia que el 71% de los jugadores que ingresan a liga chilena fluctúa en el rango de 18 a 29 años, con mayor preponderancia en los jugadores entre 24 a 29 años (44%).

En cuanto a la partida de jugadores desde la liga chilena, se aprecia un leve aumento en los futbolistas entre los 30 a 35 años, pero es importante resaltar la tendencia que se sigue manteniendo en la salida de jugadores de 18 a 29 años, que representan 61% de un total de 142 deportistas.

TRANSFERENCIAS DE JUGADORES CHILENOS



La evolución de las transferencias es un indicador relevante para establecer la importancia de la formación de jugadores de exportación, fomentando el aumento de la salida de temprana de jugadores chilenos, lo que se traduce en la constante migración de deportistas dentro del rango de 18 a 29 años.

US\$1,8 millones

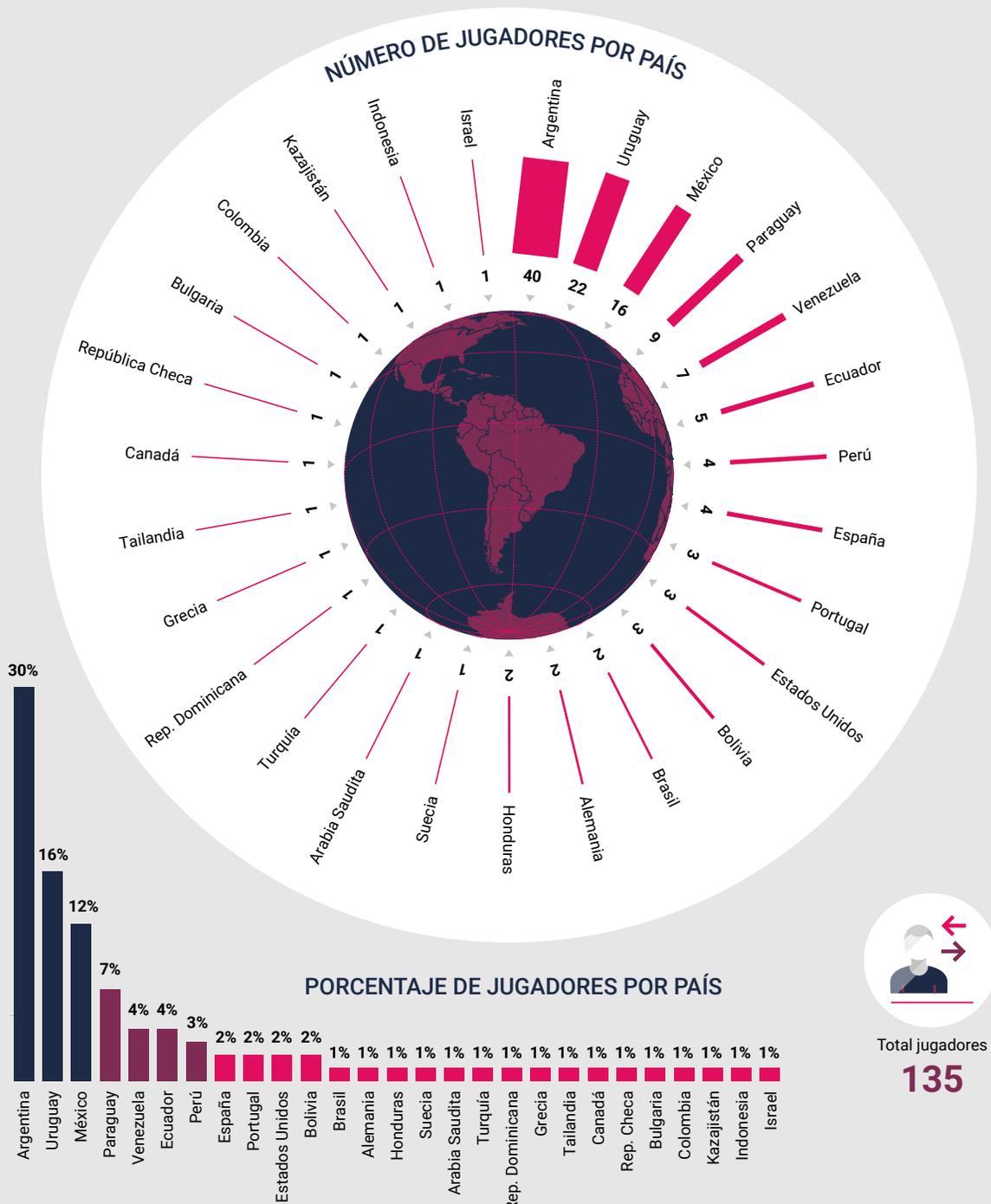
La transferencia más alta de un jugador chileno en la temporada 2021 fue la registrada por Tomás Alarcón, desde O'Higgins a Cadiz CF.



17%

de los jugadores que salen desde nuestro país, son chilenos, en mayor parte entre el rango de 24 a 29 años.

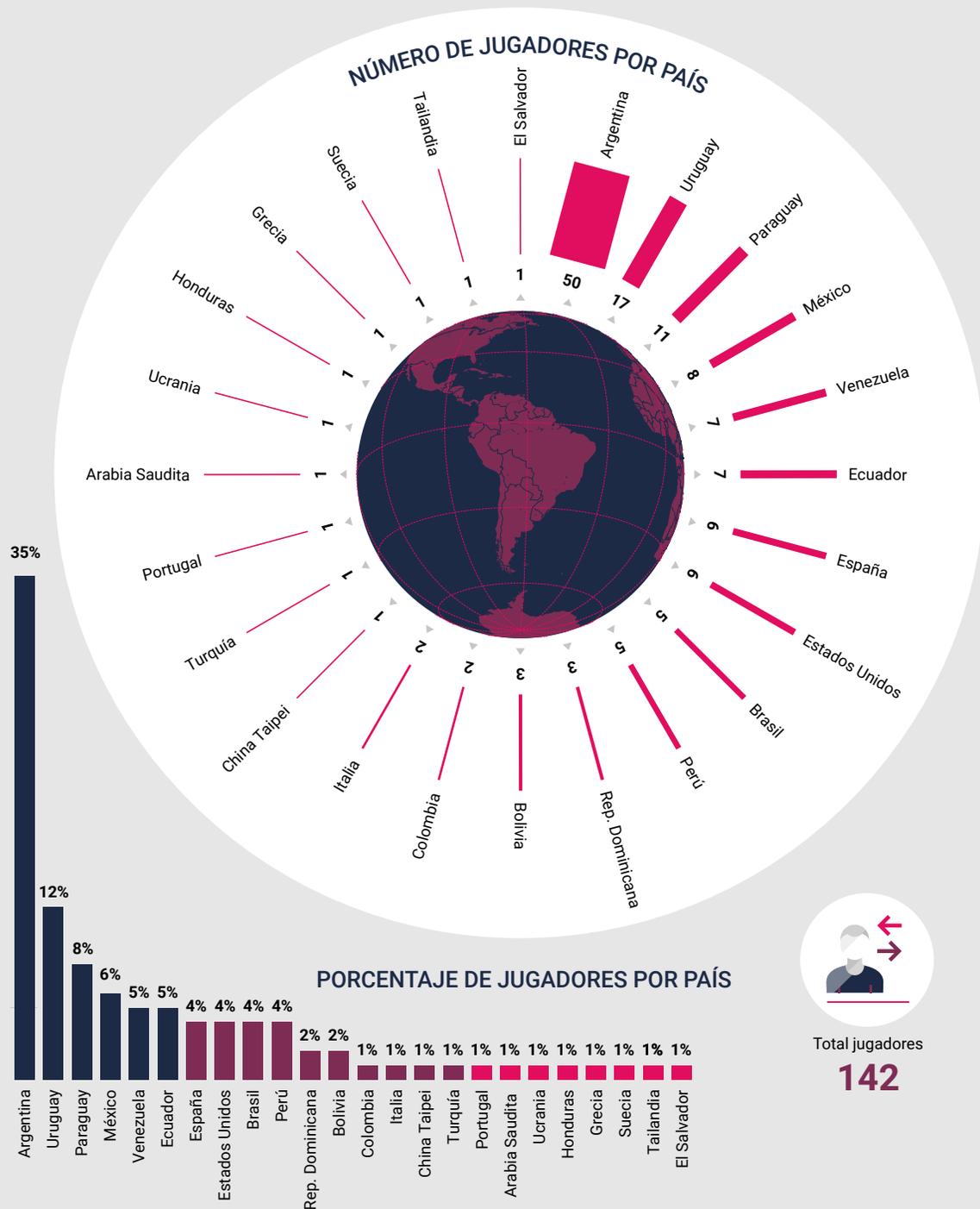
DE QUÉ LIGA VIENEN LOS JUGADORES QUE INGRESARON A CHILE



Fuente: FIFA / TMS - Chile

El mercado argentino sigue marcando las preferencias al momento de realizar nuevas incorporaciones. Durante el año 2021 se sumaron 40 futbolistas provenientes de ese país, con un 30% del total de altas durante el 2021, seguido por Uruguay con un 16%, México con un 12% y Paraguay con un 7%. También se incorporan mercados poco tradicionales como Tailandia, Bulgaria, Kazajistán, entre otros.

A DÓNDE VAN LOS JUGADORES QUE SALIERON DE CHILE



Fuente: FIFA / TMS - Chile

Al igual que los últimos años, la liga de Argentina sigue siendo el principal destino para los jugadores que abandonan los torneos chilenos, una dinámica constante en la salida y entrada de nuevos futbolistas, ya que representa el 35% del total de las partidas.

El segundo lugar lo ocupa Uruguay con un 12% y en el tercero esta la liga de Paraguay.

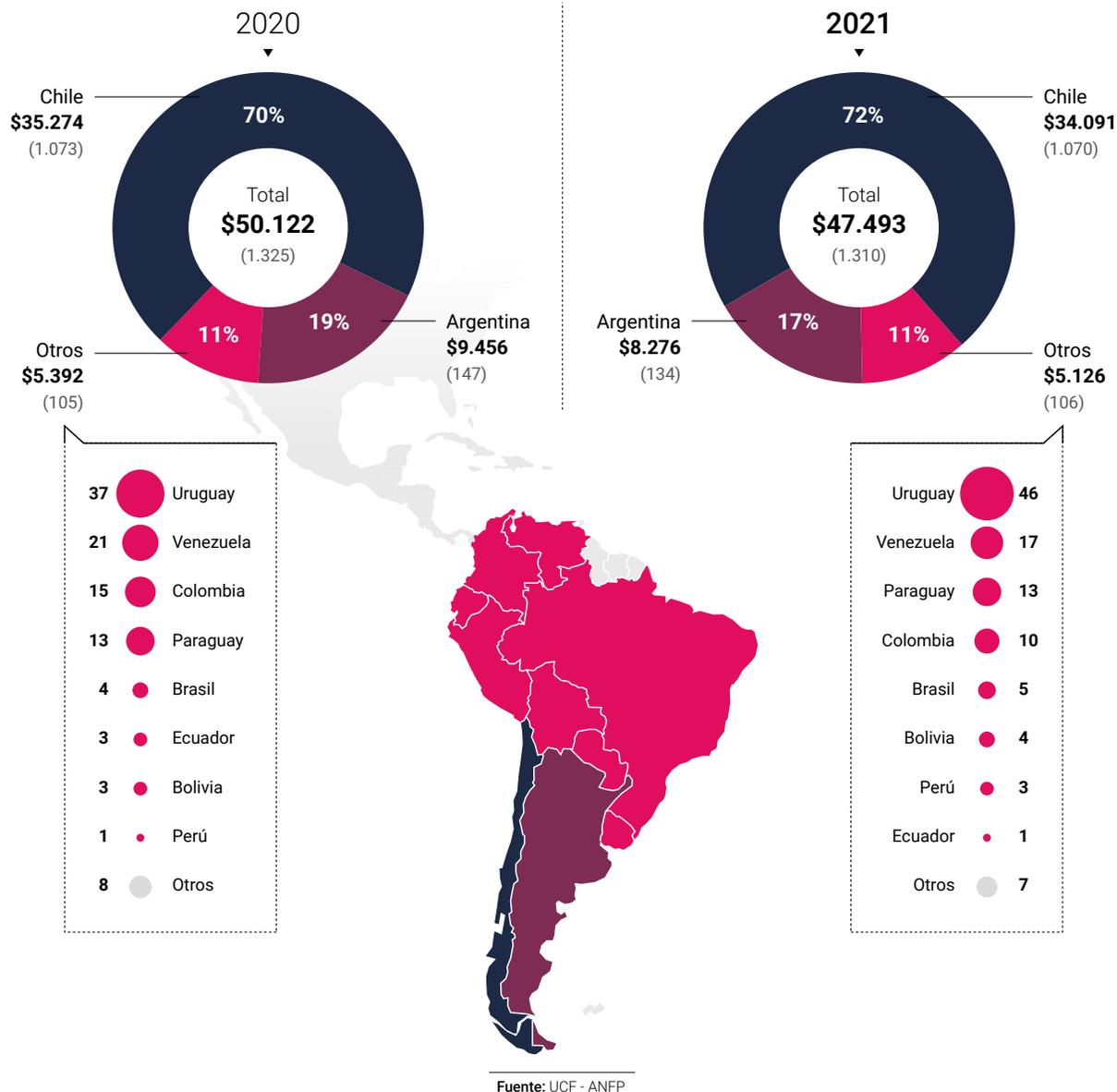
Esto demuestra la necesidad de poder volver a realizar ventas a las ligas de mayor importancia en la industria, de lo contrario se dificulta aumentar los ingresos por concepto de transferencias.

Costo Plantel Profesional

DISTRIBUCIÓN DE GASTO BRUTO POR NACIONALIDAD

Valores en millones de pesos

(N° JUGADORES)



El costo total por concepto de remuneraciones de los jugadores que conforman el plantel profesional fue de \$47.493 millones durante la temporada 2021, un 5% menor en comparación a la temporada 2020.

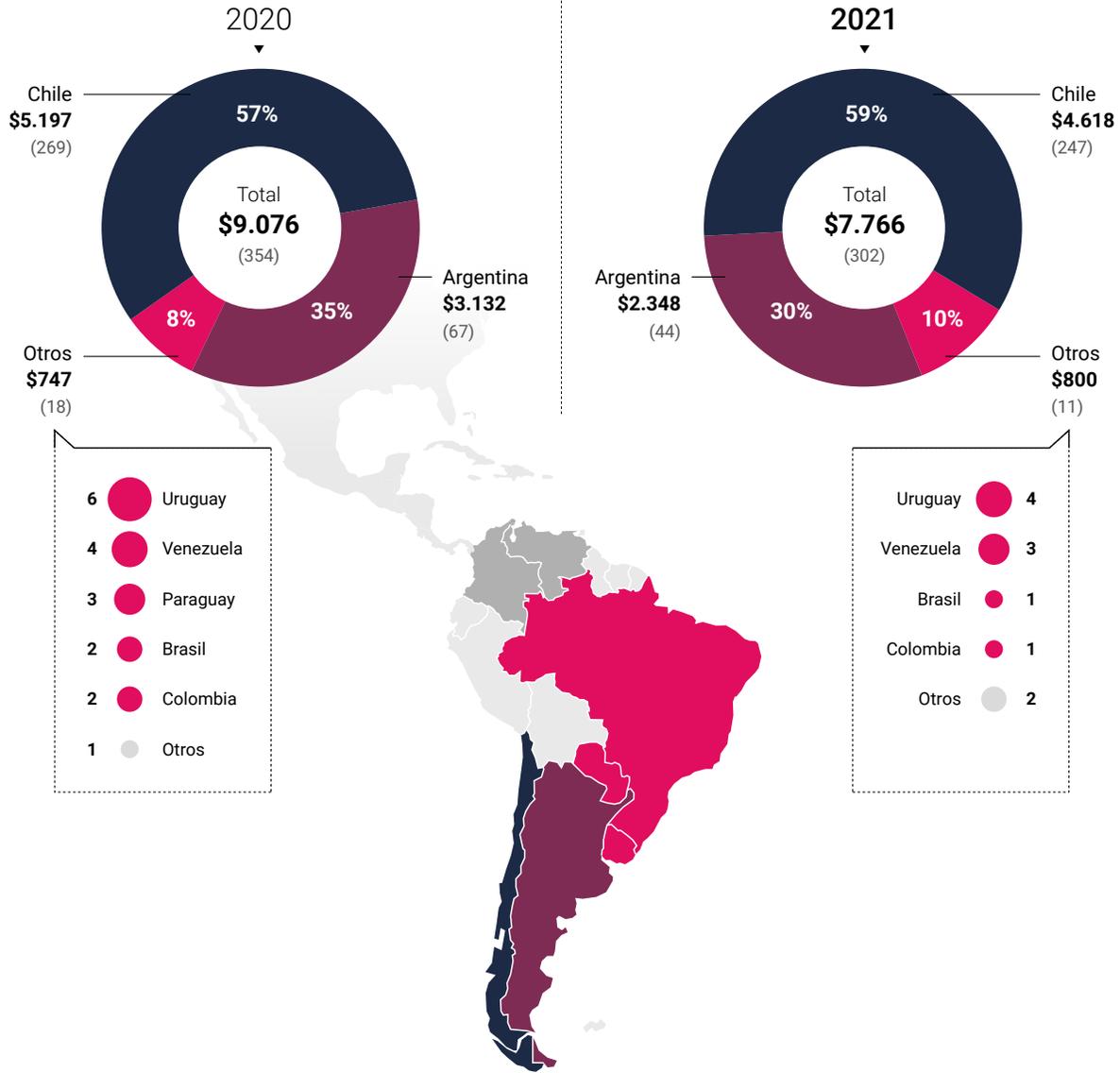
De un total de 1.310 futbolistas registrados, los chilenos representan un 82%, que se reparten \$34.091 millones del total. Lo siguen los jugadores argentinos con un 10%, por los que se desembolsan \$8.276 millones.

Es importante destacar la relevancia de los futbolistas de nacionalidad uruguaya y venezolana que representan el 5% del total de futbolistas profesionales que participan en la liga chilena.

DISTRIBUCIÓN DE GASTO BRUTO POR NACIONALIDAD

Valores en millones de pesos

(N° CUERPO TÉCNICO)



Fuente: UCF - ANFP

Durante la temporada 2021, los clubes desembolsaron un total de \$7.766 millones para cubrir las remuneraciones de los integrantes del cuerpo técnico de los planteles profesionales, 14% menos en relación con el año 2020. Esto se justifica por la menor cantidad de integrantes registrados a lo largo de la temporada, la que fue un 15% menos.

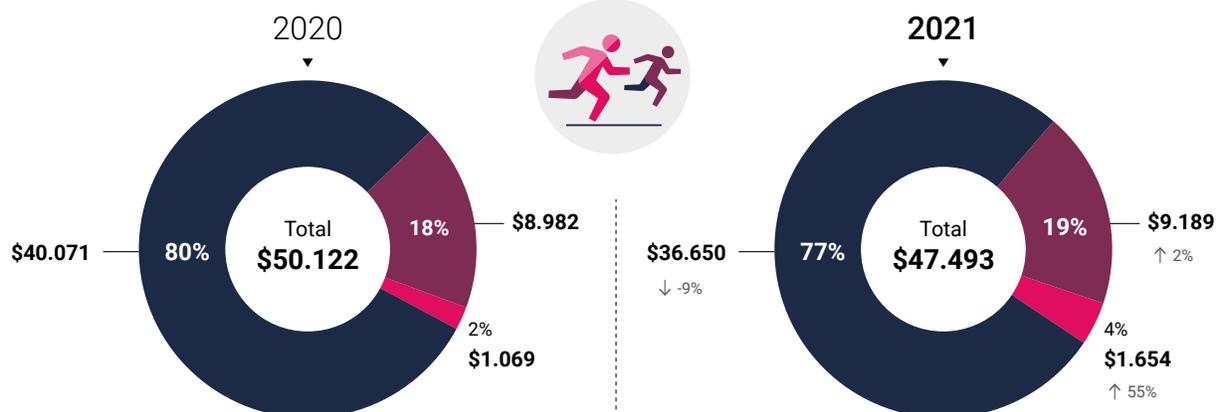
En la última temporada se puede resaltar la importancia que tuvieron los chilenos, que son un 82% del número total de profesionales registrados, sin olvidar a los integrantes de nacionalidad argentina, que representan el 15% en cantidad y un 30% en cuanto a la distribución general de gasto bruto de remuneraciones.

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO BRUTO POR DIVISIÓN

■ Primera División ■ Ascenso ■ Segunda División

Valores en millones de pesos

JUGADORES

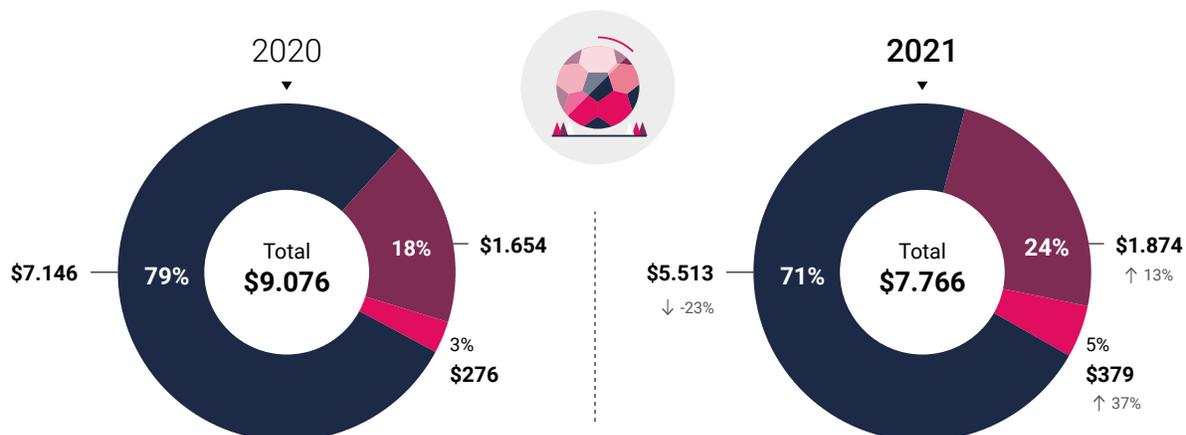


Los clubes chilenos durante la temporada 2021 desembolsaron un total de \$55.259, distribuido en un 86% para futbolista profesionales y un 14% para los integrantes del cuerpo técnico.

Si analizamos la distribución del gasto bruto en remuneraciones de jugadores por división, podemos determinar que gran parte está destinada a Primera División, con un 77%, siendo la única división que disminuyó el desembolso por este concepto, reflejando una variación de -9% en comparación al año 2020. La Segunda División fue la que más incrementó sus gastos, marcando un aumento de un 55%.

En cuanto a cuerpo técnicos, la Primera División disminuyó sus costos en un 23%, mientras que en el Ascenso y Segunda División aumentaron en 13% y 37% respectivamente.

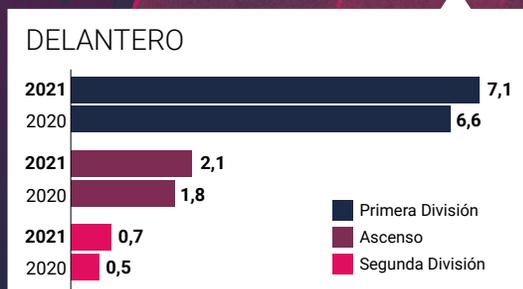
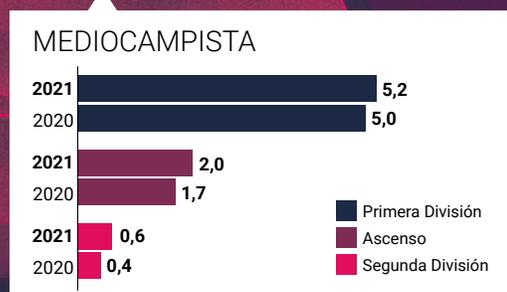
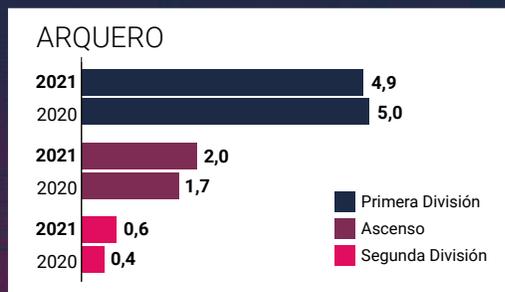
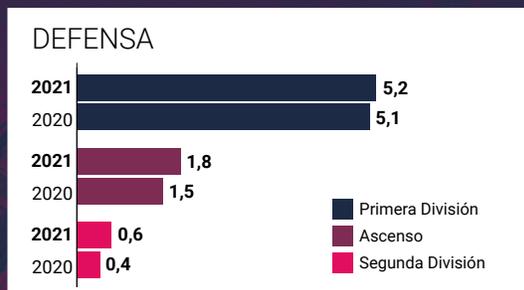
CUERPO TÉCNICO



Fuente: UCF - ANFP

SUELDO BRUTO PROMEDIO POR POSICIÓN

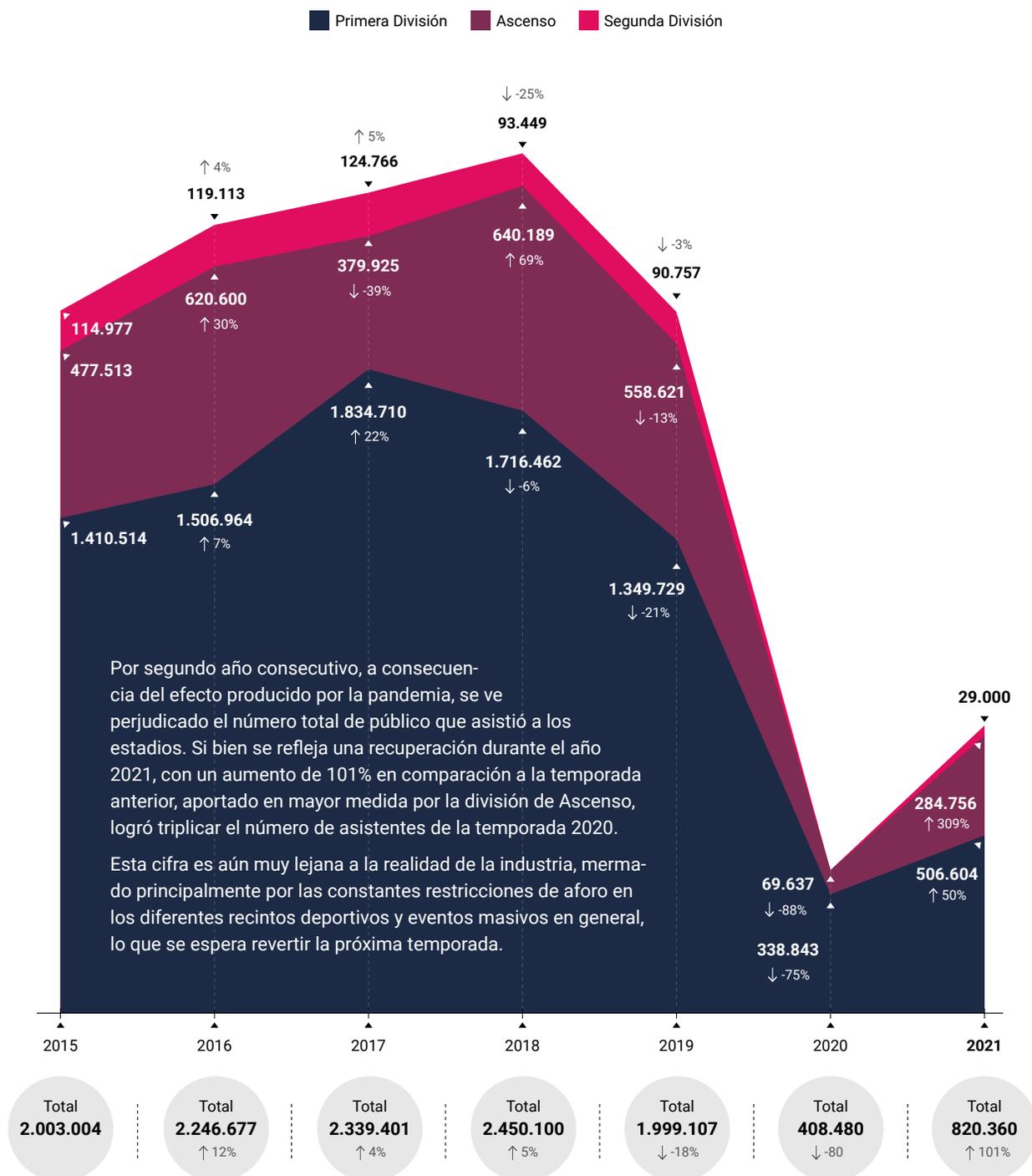
Valores en millones de pesos



Fuente: UCF - ANFP

Otros datos de la industria

EVOLUCIÓN DE ASISTENCIA AL ESTADIO



Fuente: Estadio Seguro



Fuente: Kantar Ibope / TNT Sports para uso exclusivo de este anuario.

Durante la temporada 2021 fueron transmitidos un total de 391 partidos, generando una media de 2,94 puntos de rating. La temporada anterior se transmitieron 401 partidos, con 2,66 puntos rating. El alcance promedio durante el 2021 fue de 105.057 hogares, lo que equivale a un 10 % más de sintonización que el año anterior.

De la totalidad de partidos que se desarrollaron durante el año 2021, la Primera División del fútbol chileno totalizó una media 119.995 hogares de alcance, mientras que los partidos del torneo de Ascenso Betsson, obtuvieron un promedio de 70.914 hogares.

TOP 10 RATING PROMEDIO ASCENSO

 - 	Fecha 30 - sábado 13/11, 18:00 hrs.		4,15
 - 	Fecha 7 - domingo 23/05, 18:00 hrs.		4,15
 - 	Fecha 2 - domingo 18/04, 18:00 hrs.		4,04
 - 	Fecha 28 - sábado 30/10, 21:00 hrs.		3,72
 - 	Fecha 28 - domingo 31/10, 15:30 hrs.		3,36
 - 	Fecha 23 - sábado 02/10, 18:00 hrs.		3,03
 - 	Fecha 27 - sábado 23/10, 20:30 hrs.		2,92
 - 	Fecha 3 - domingo 25/04, 20:30 hrs.		2,85
 - 	Fecha 18 - domingo 12/09, 12:30 hrs.		2,81
 - 	Fecha 10 - jueves 28/10, 20:30 hrs.		2,79

Promedio
Ascenso
1,42

Fuente: Kantar Ibope / TNT Sports para uso exclusivo de este anuario.

*Rating: porcentaje de hogares sintonizando el evento en relación con la total audiencia en cable.

*Alcance: número de hogares que sintonizaron el evento.

*1 punto de rating equivale aproximadamente a 17.954 hogares con cable.

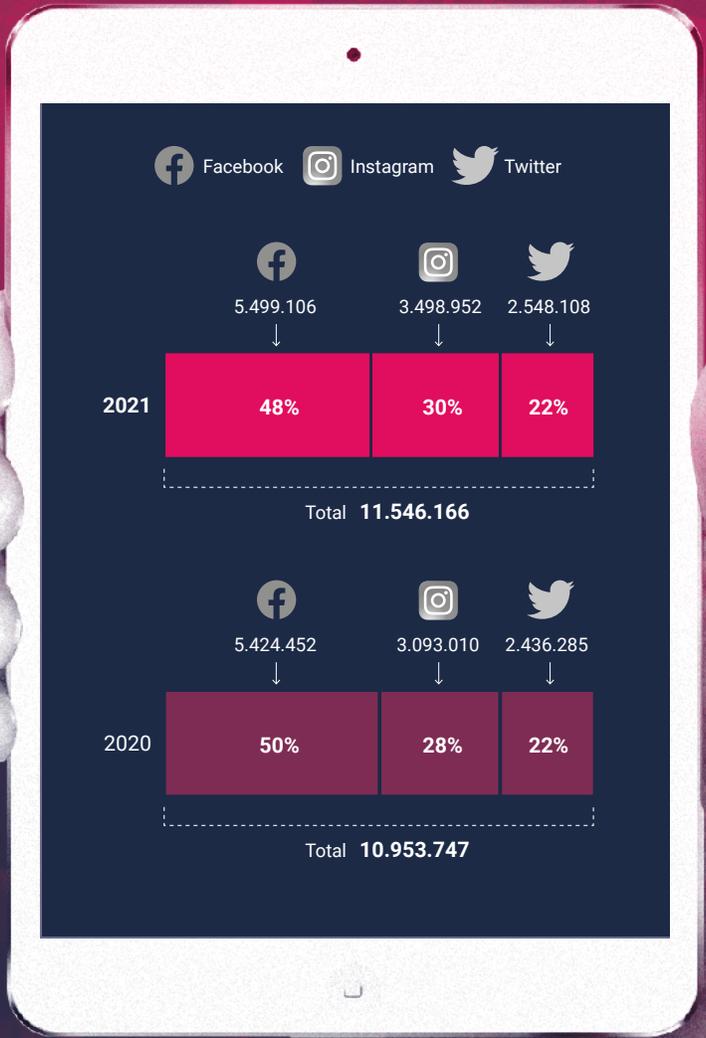


155
millones

de interacciones se generaron en total en las cuentas de los clubes de Primera División, durante el año 2021

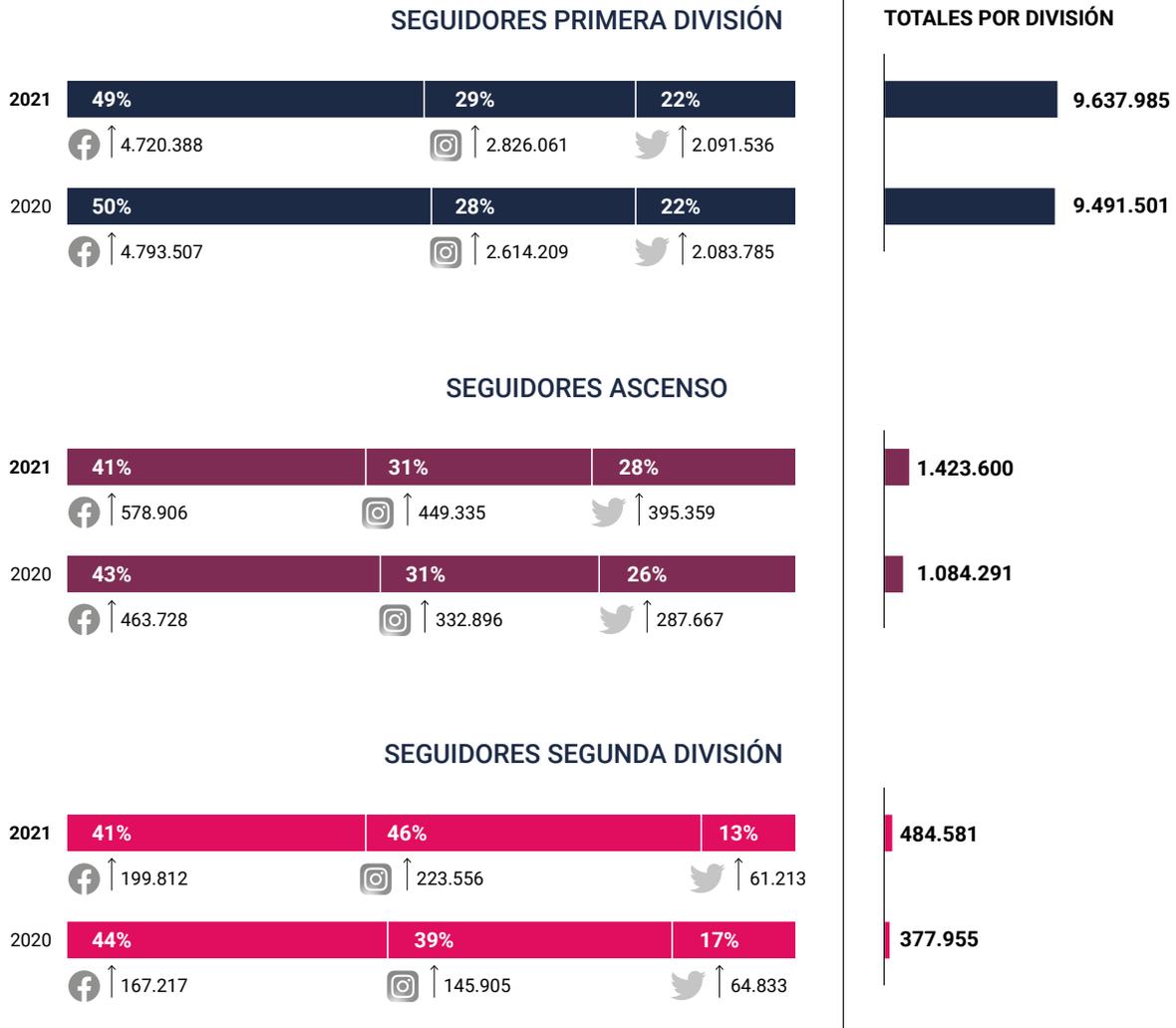
La importancia que tienen las redes sociales en la industria del fútbol se ve reflejada en el constante crecimiento en la cantidad de seguidores en las 3 principales RRSS, como Facebook, Instagram y Twitter que tuvieron un aumento de 5% en la última temporada si lo comparamos con el año 2020. De acuerdo con estos datos, queda establecido que Facebook marca las preferencias de los aficionados al momento de querer interactuar con los clubes.

Si bien, el favoritismo aún lo tiene Facebook con un 48% del total, Instagram gana terreno, materializando un 30% de las preferencias de los usuarios, dejando relegado a Twitter en el tercer lugar con un 22% del total de seguidores.



Fuente: Marketing - ANFP

DISTRIBUCIÓN REDES SOCIALES



Fuente: Marketing - ANFP

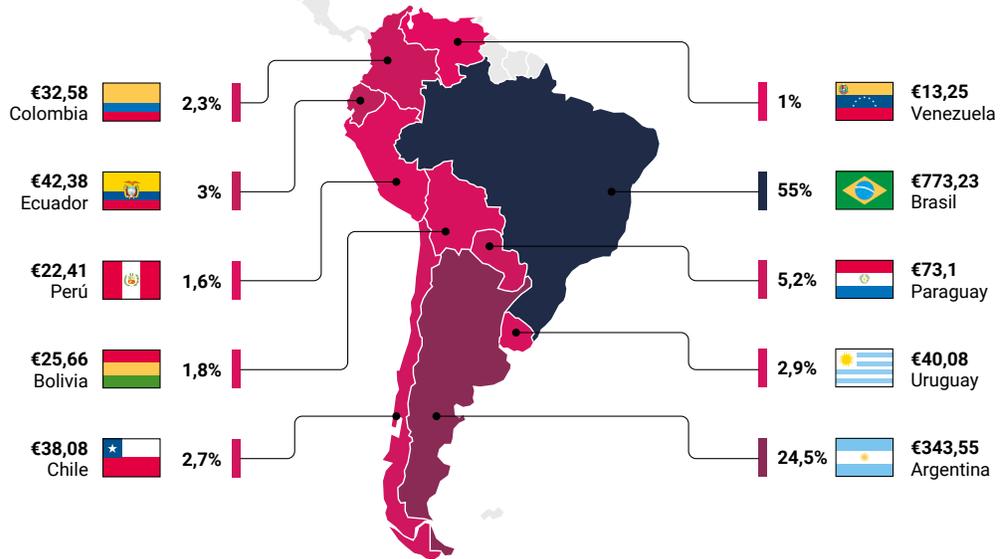
Durante la temporada 2021, los diferentes clubes que conforman las tres divisiones del fútbol profesional de Chile interactúan con sus seguidores mediante las redes sociales. En Primera División y en la división de Ascenso, las preferencias las sigue marcando Facebook con un 49%, pero en Segunda División la ventaja la tiene Instagram por sobre las otras aplicaciones, con un 46% del total de seguidores.

VALOR TOTAL PLANTILLAS POR PAÍS

EQUIPOS PARTICIPANTES COPA LIBERTADORES 2022

Valores en millones de euros

Total general
€1.404,32



Fuente: Transfermarkt - Junio 2022

EQUIPOS PARTICIPANTES COPA SUDAMERICANA 2022

Valores en millones de euros

Total general
€711,83



Fuente: Transfermarkt - Junio 2022

MEJOR VALORACIÓN POR POSICIÓN DE EQUIPOS CHILENOS



Fuente: Transfermarkt - Junio 2022

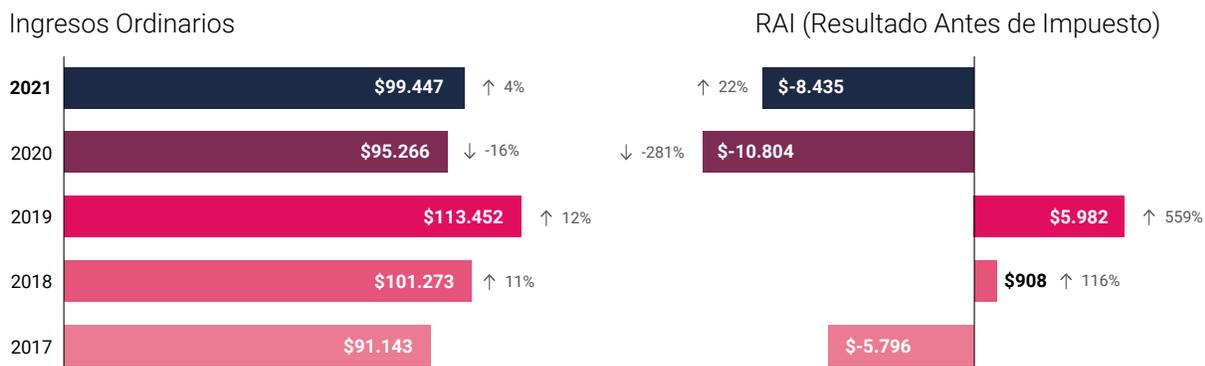
Primera División



Análisis Primera División

INGRESOS ORDINARIOS Y RAI

Valores en millones de pesos



Como es posible apreciar en la gráfica, el año 2021 puede ser considerado un año de transición luego del complejo año 2020, donde la industria se vio mermada a nivel de ingresos ordinarios, recuperándose lentamente durante esta última temporada. La Primera División del fútbol chileno logró aumentar sus ingresos en un 4% en comparación a la temporada 2020.

Si bien el resultado Antes de Impuesto (RAI) nos muestra una pérdida de \$ 8.435 millones de pesos, también muestra una mejora en el rendimiento de los clubes de esta división, mostrando una variación del 22% comparado con el periodo anterior.

Al separar a los 3 clubes de alta convocatoria (Colo-Colo, U. de Chile y U. Católica), los ingresos disminuyen en un 42%, es decir, el resto de los clubes representan el 58% de las recaudaciones de la división, logrando un 6% más de ingresos comparados con el año 2020.

A nivel de Resultado Antes de Impuesto se puede apreciar que Colo-Colo, Universidad Católica y Universidad de Chile, afectan negativamente a la división, ya que, al no considerarlos en la ecuación, el resto de los clubes de división logró generar ganancias por 1.078 millones de pesos.

PRIMERA DIVISIÓN SIN CLUBES DE ALTA CONVOCATORIA

Excluye a Colo-Colo, U. de Chile y U. Católica.

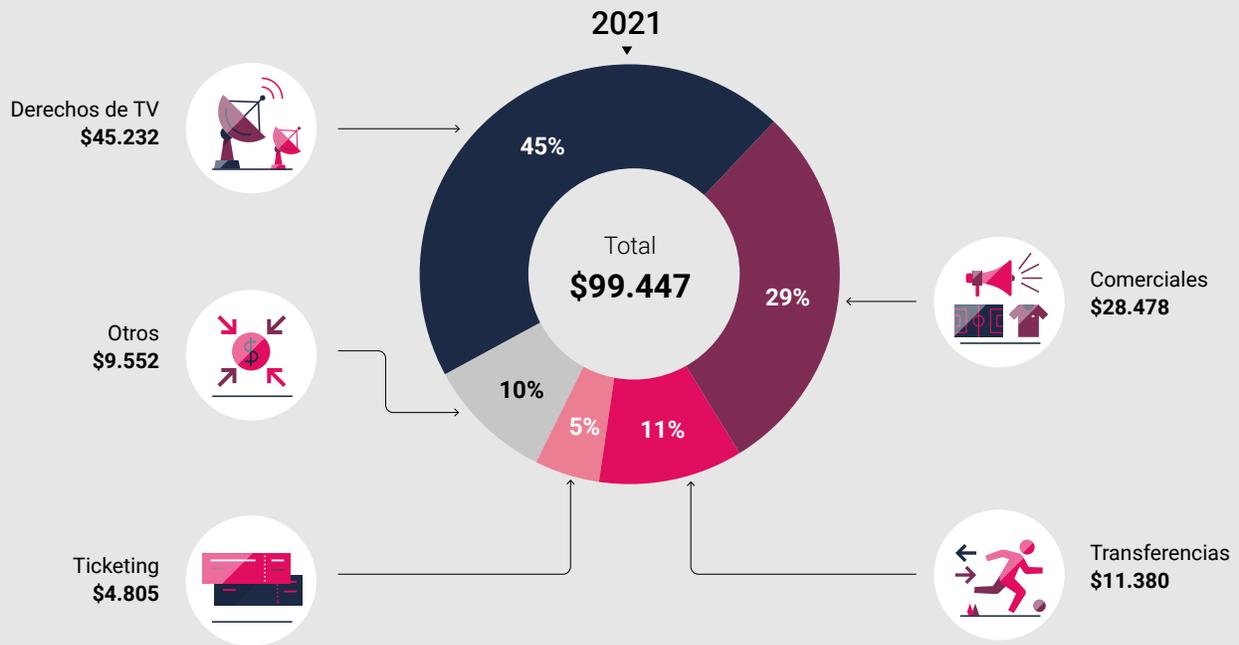
Valores en millones de pesos



Fuente: Memorias Clubes 2017-2021

DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS

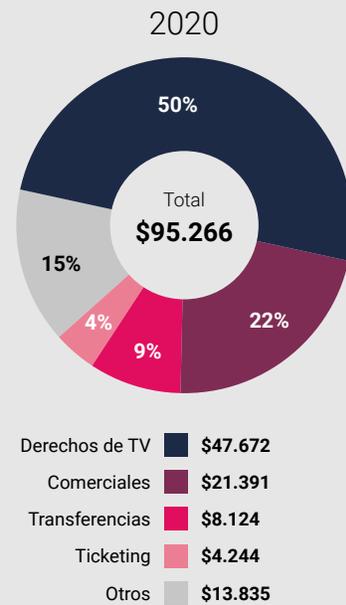
Valores en millones de pesos



En lo que respecta al desarrollo de las diferentes fuentes de ingresos que tiene la industria del fútbol, y en este caso la Primera División de la liga chilena, notamos un leve incremento en lo que fue la última temporada, anotando una variación de un 4% en comparación al ejercicio 2020.

En esta temporada de transición, en busca de recuperar la explotación de las diferentes áreas de la actividad, los clubes lograron aumentar sus Ingresos Operacionales, estableciendo el foco principal en aquellos ingresos que son claves dentro del presupuesto anual, vinculados a los factores que dependen de la gestión interna, como son los ingresos comerciales e ingresos por concepto de transferencias, los que crecieron un 33% y 40% respectivamente.

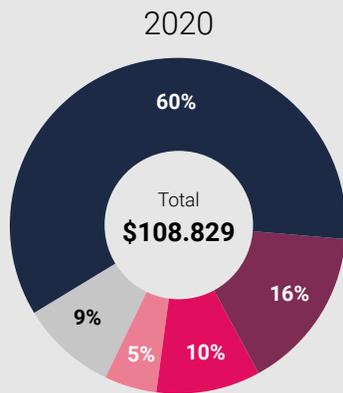
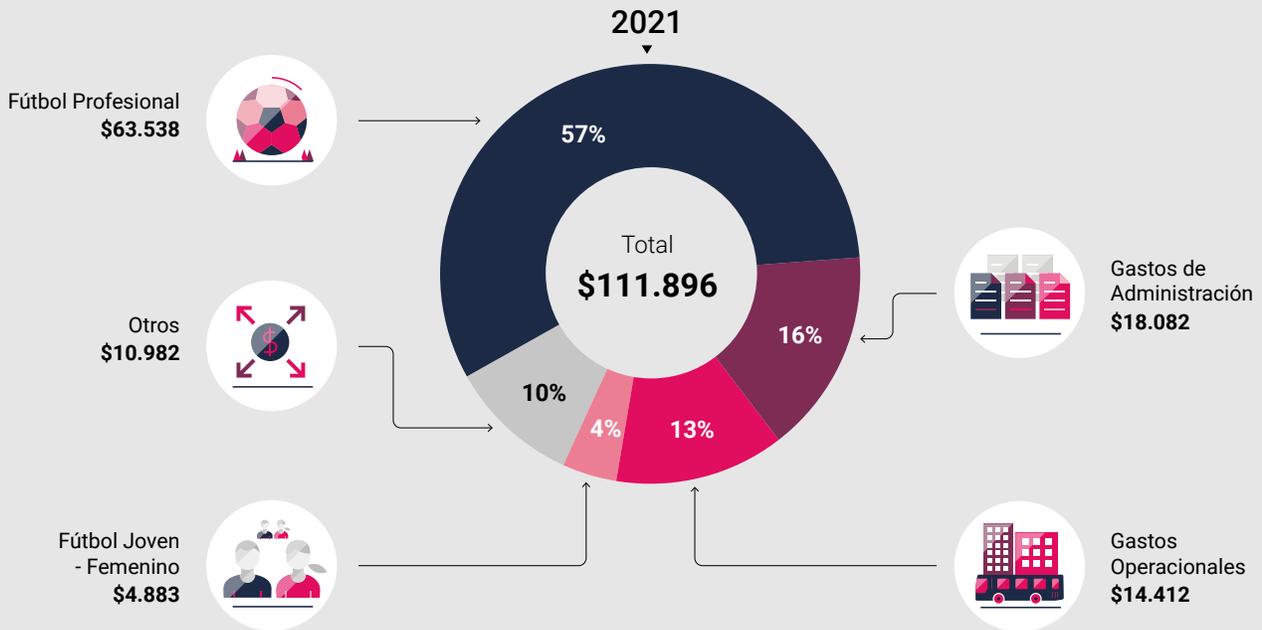
Debido a las restricciones de aforo en los eventos masivos y en especial en los estadios, los ingresos por concepto de ticketing aún no han podido retomar su nivel normal, alcanzando solo una variación de 13% de un periodo a otro.



Fuente: Memoria Clubes 2017 - 2021

DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS TOTALES

Valores en millones de pesos



Fútbol Profesional	■	\$65.276
Gastos de Administración	■	\$17.179
Gastos Operacionales	■	\$11.396
Fútbol Joven - Femenino	■	\$5.709
Otros	■	\$9.269

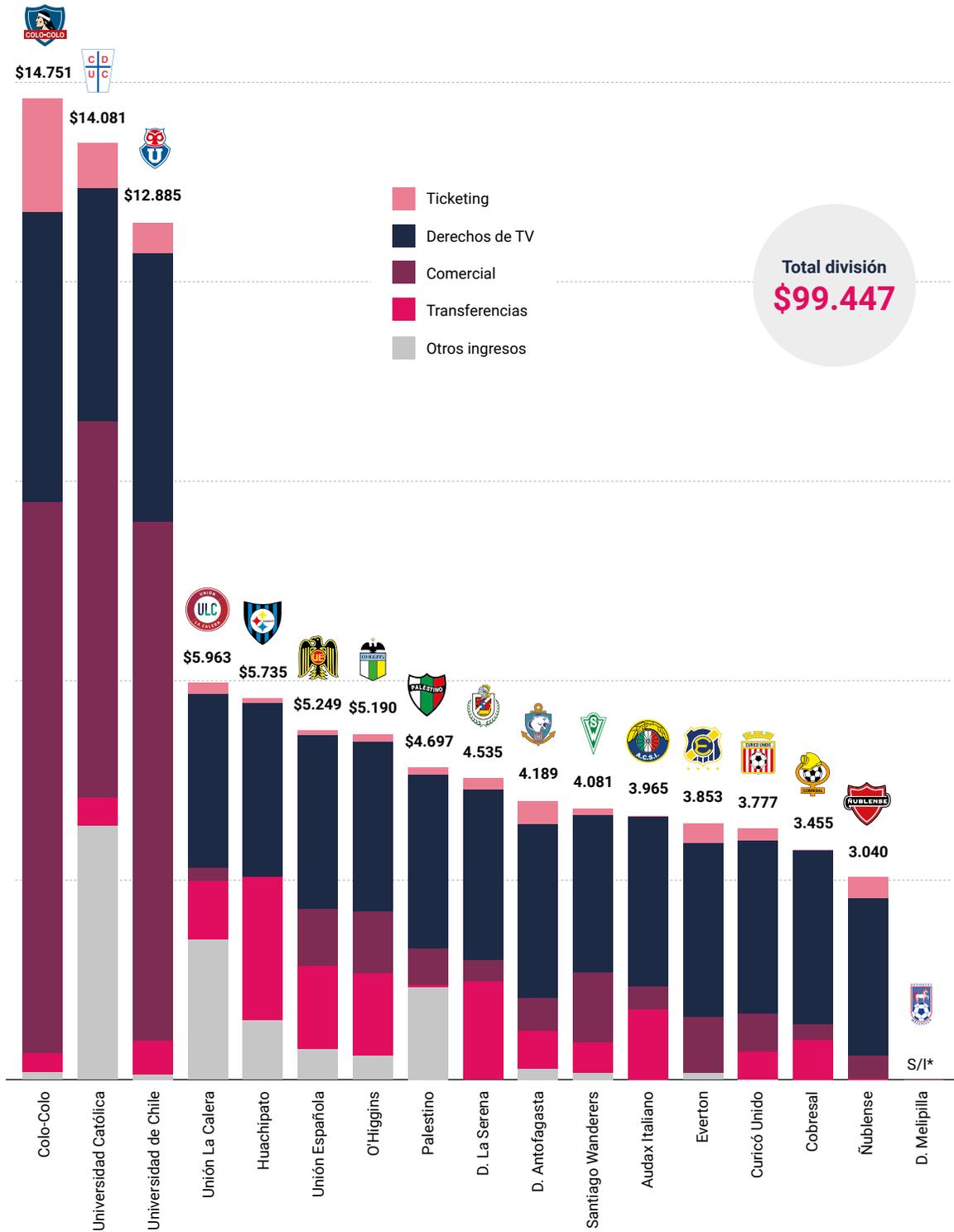
Fuente: Memoria Clubes 2017-2021

Si bien los Egresos de la Primera División aumentaron alrededor de 3.070 millones de pesos durante el último año, esto solo representa el 3% en comparación al ejercicio anterior. La importancia relativa de cada concepto en los egresos totales no sufre mayor variación. Los gastos operacionales son los que presentan un mayor cambio, marcando un 26% de aumento respecto al año 2020. Pese a esto la partida más significativa dentro de la distribución total sigue siendo el desembolso por concepto de Fútbol Profesional, correspondiente al pago de remuneraciones del plantel y cuerpo técnico, transferencias y amortización de pases de jugadores, el que alcanza el 57% del total del año 2021.

Sigue siendo la prioridad de la industria lograr optimizar los recursos de los clubes y mejorar la rentabilidad, por lo que es fundamental disminuir y asignar de manera adecuada los costos y gastos a cada una de las áreas involucradas en la operativa, como por ejemplo el bajo aporte al fútbol formativo que es parte fundamental del patrimonio de los clubes y que en el mediano y largo plazo se transforma en mayores ingresos por concepto de transferencias.

RANKING DE INGRESOS ORDINARIOS

Valores en millones de pesos

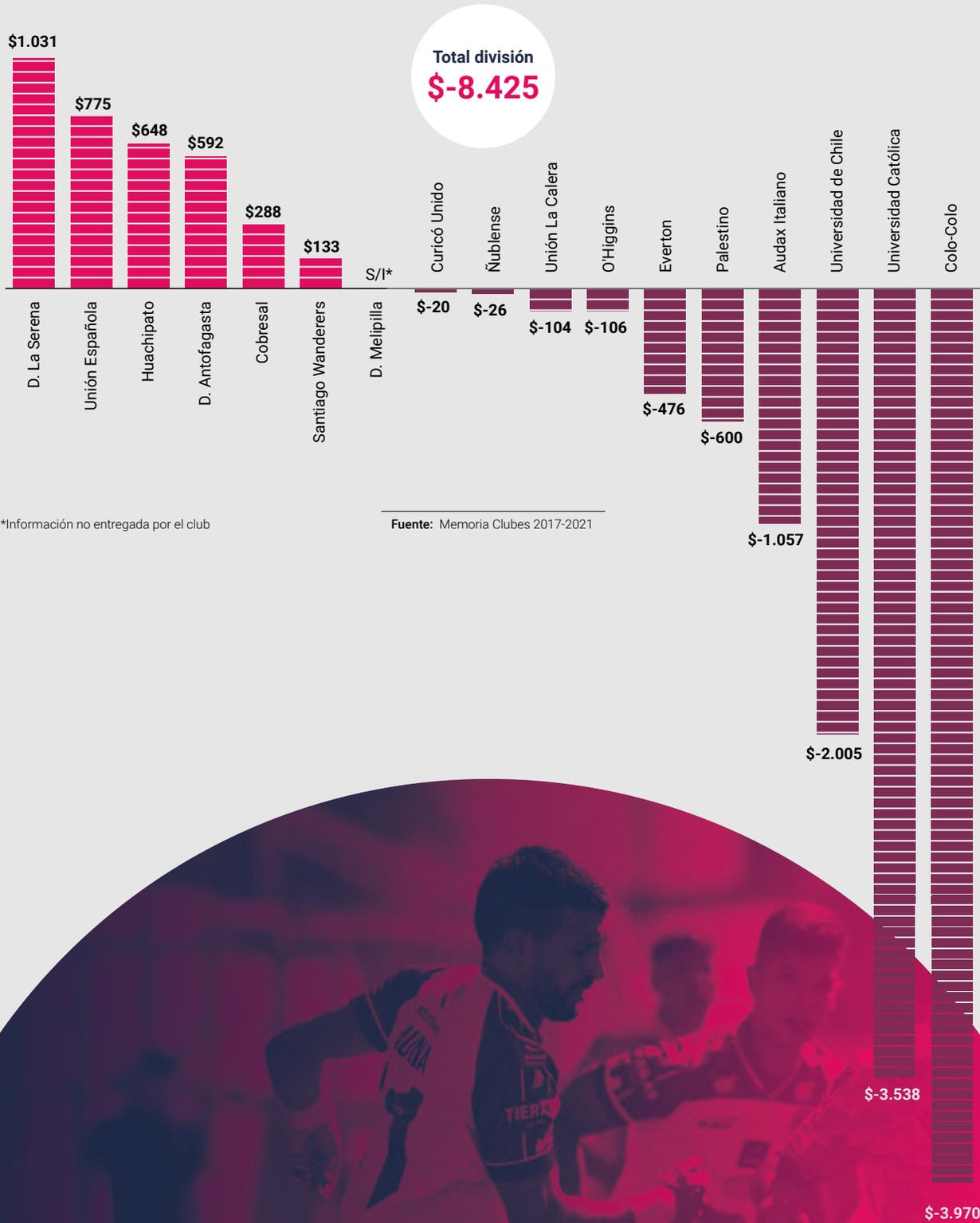


*Información no entregada por el club

Fuente: Memoria Clubes 2017-2021

RANKING RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI)

Valores en millones de pesos



Total división
\$-8.425

*Información no entregada por el club

Fuente: Memoria Clubes 2017-2021

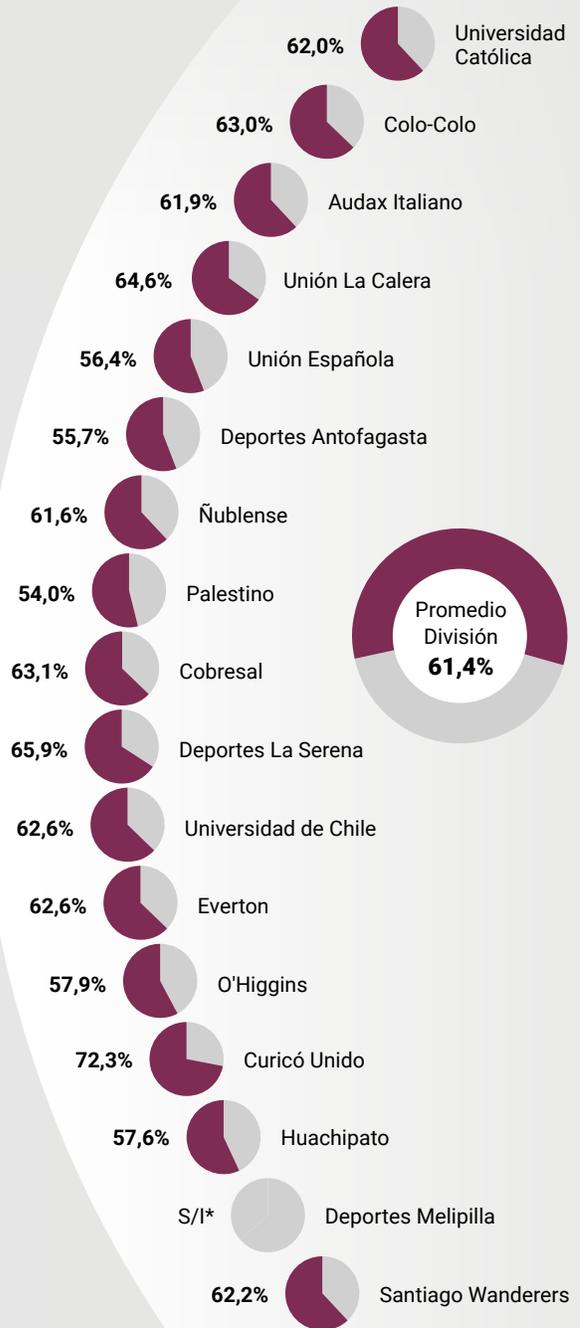
COSTO PROMEDIO PLANTEL POR POSICIÓN CAMPEONATO 2021

Valores en millones de pesos



LÍMITE DE GASTO EN FÚTBOL

(Fútbol Profesional / Ingresos Totales)
Temporadas 19-21



* Información no entregada por el club.

Fuente: UCF - ANFP

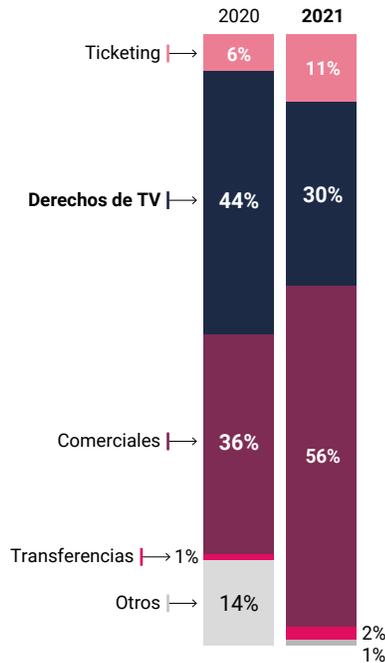


35%

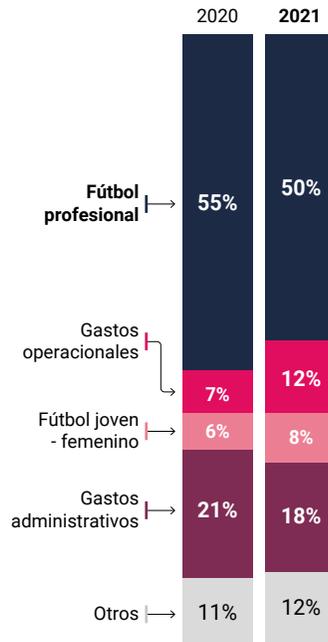
de lo clubes que componen
la Primera División, presentan
ganancias antes de impuestos.

Colo-Colo

DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS



Marca Técnica:

Adidas

Sponsor:

Pilsen del Sur

Estadio:

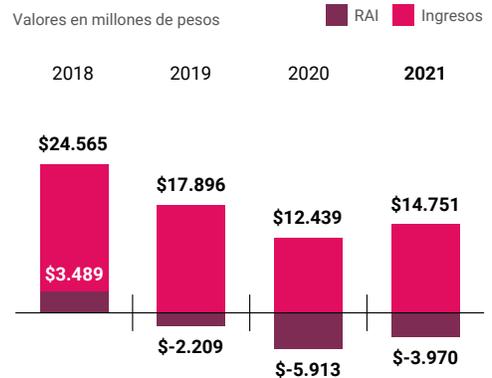
Monumental David Arellano
(Capacidad: 47.347)



19 abril 1925

RAI E INGRESOS

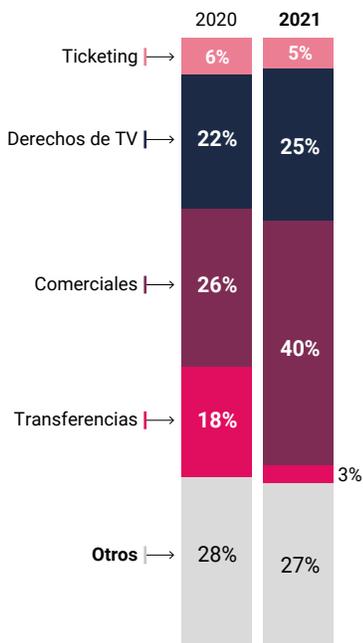
Valores en millones de pesos



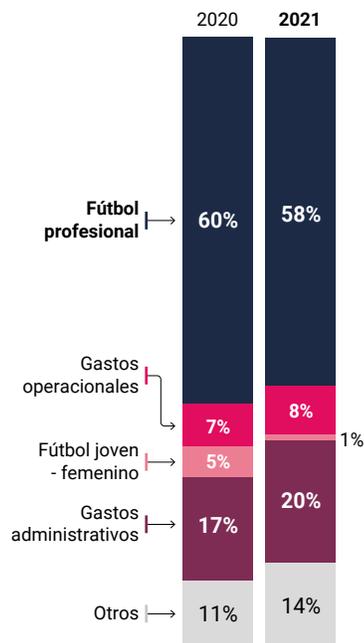
RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

Universidad Católica

DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS



Marca Técnica:

Under Armour

Sponsor:

Banco BICE

Estadio:

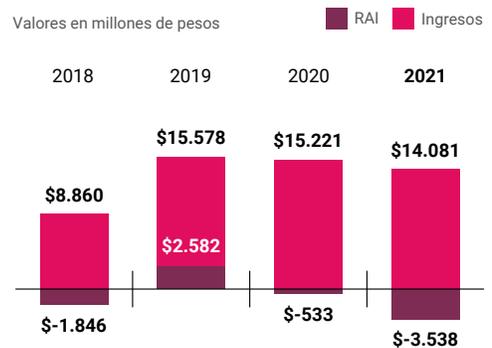
San Carlos de Apoquindo
(Capacidad: 14.118)



21 abril 1937

RAI E INGRESOS

Valores en millones de pesos



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

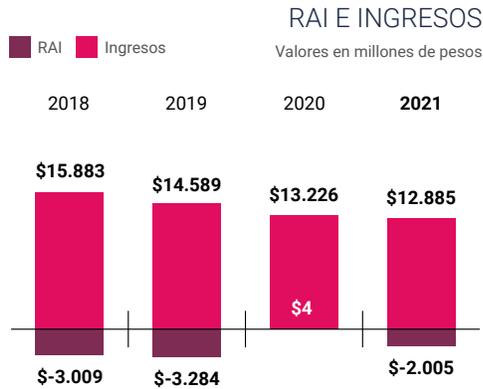


24 mayo 1927

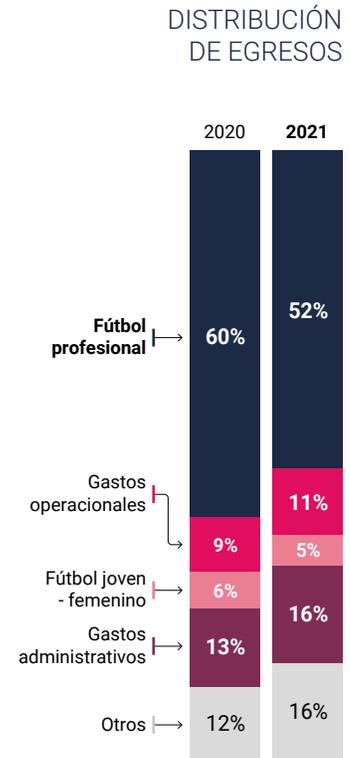
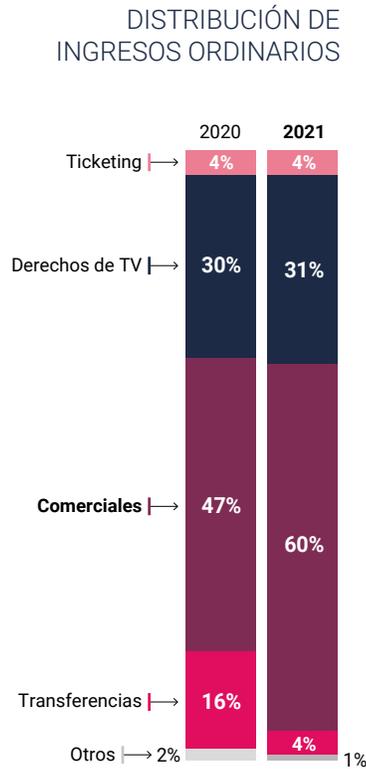
Marca Técnica:
Adidas

Sponsor:
Petrobras

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



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



Universidad de Chile

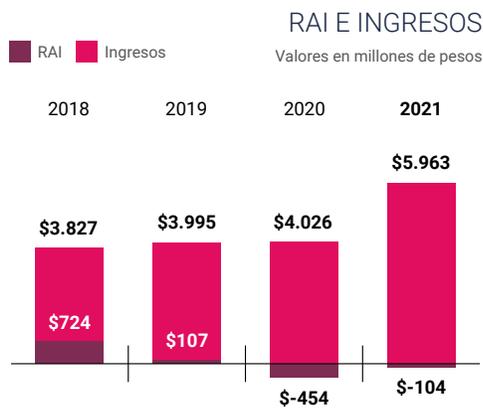


26 enero 1954

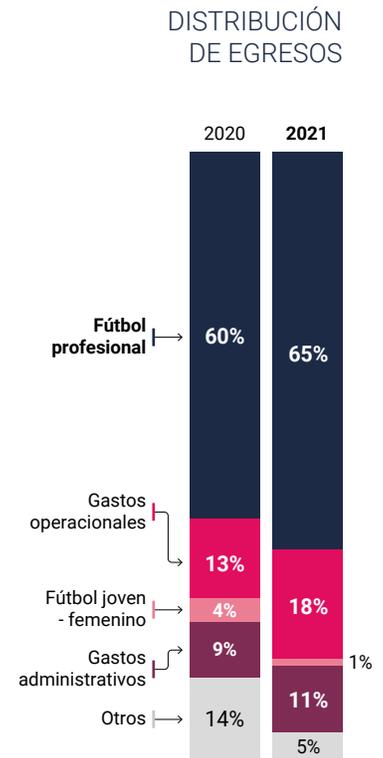
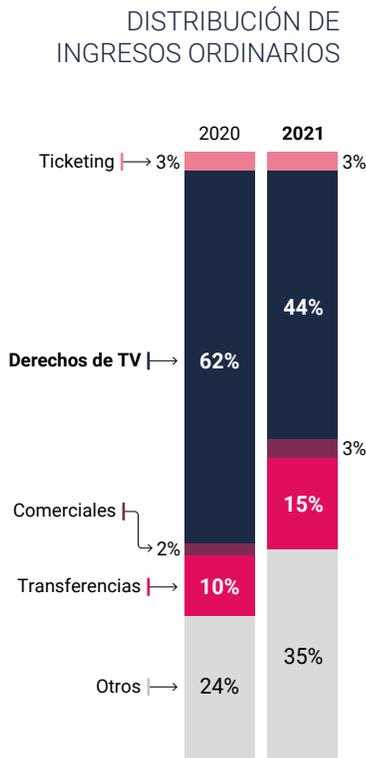
Marca Técnica:
Siker

Sponsor:
Productos Fernández

Estadio:
Municipal Nicolas Chahuán
(Capacidad: 10.000)

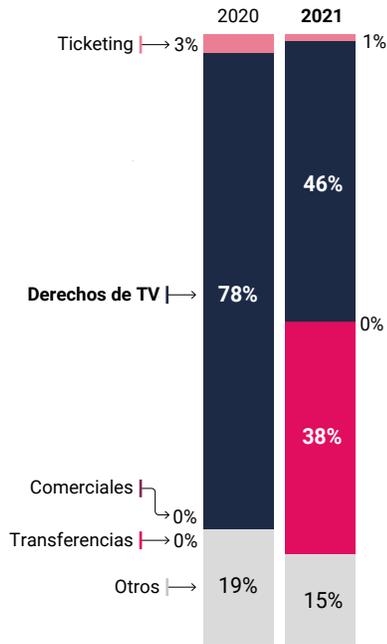


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

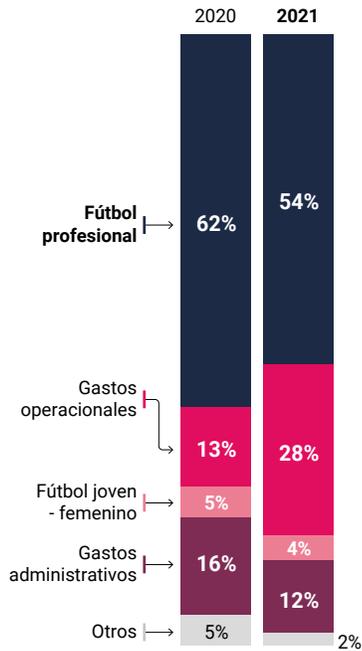


Unión La Calera

DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS



Marca Técnica:

Onefit

Sponsor:

Productos Fernández

Estadio:

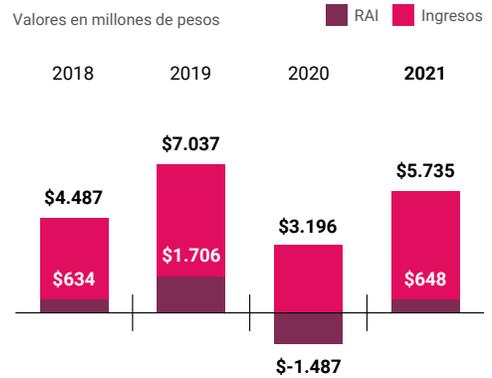
Huachipato-CAP Acero
(Capacidad: 10.032)



7 junio 1947

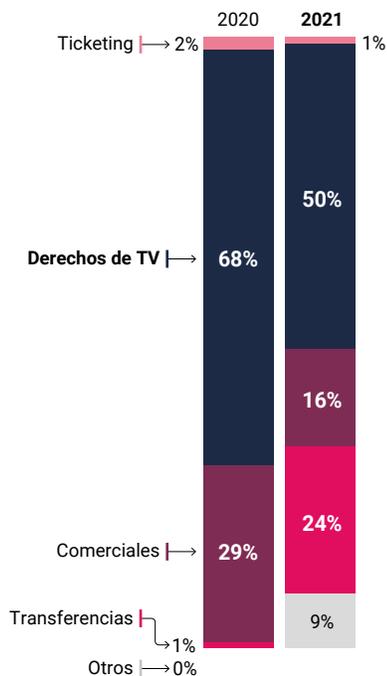
RAI E INGRESOS

Valores en millones de pesos

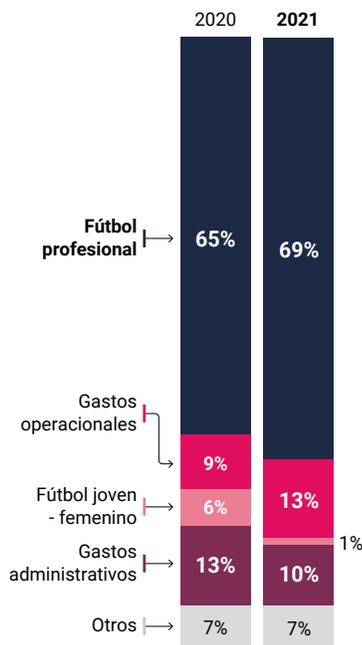


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS



Marca Técnica:

Kappa

Sponsor:

Universidad SEK

Estadio:

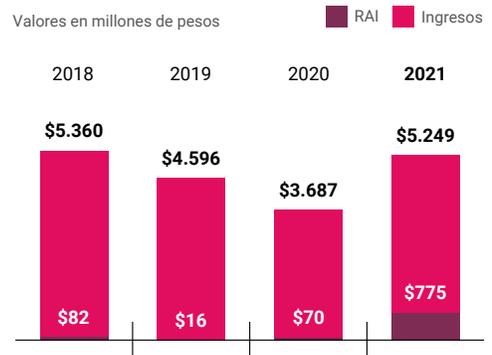
Santa Laura - U. SEK
(Capacidad: 19.000)



18 mayo 1897

RAI E INGRESOS

Valores en millones de pesos



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



Marca Técnica:
Adidas

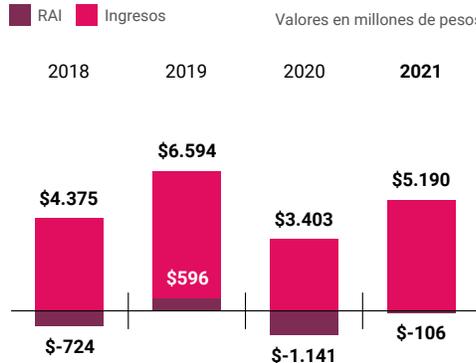
Sponsor:
Sun Monticello

Estadio:
El Teniente
(Capacidad: 15.600)

7 abril 1955

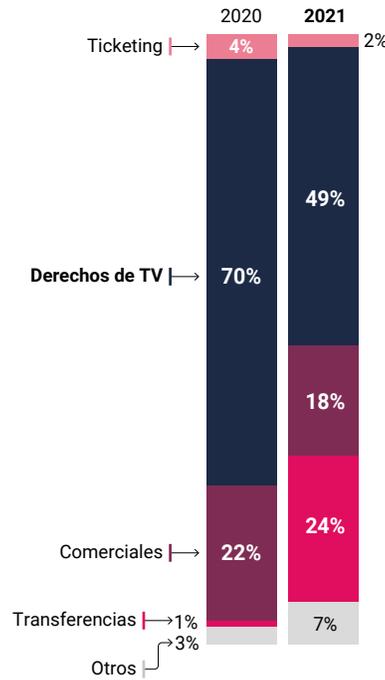
RAI E INGRESOS

Valores en millones de pesos

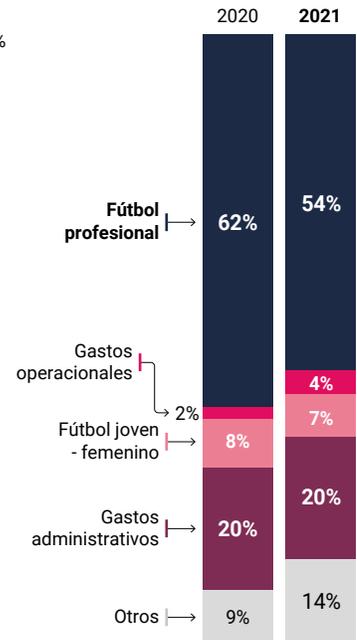


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS



O'Higgins



Marca Técnica:
Capelli Sport

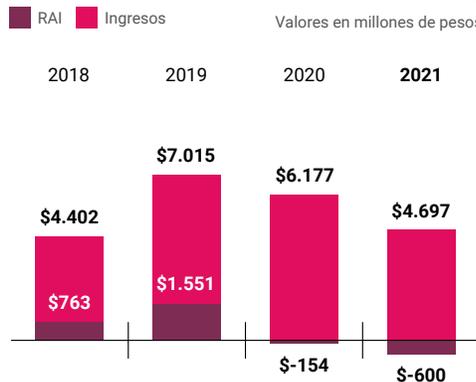
Sponsor:
Bank of Palestine

Estadio:
Municipal de La Cisterna
(Capacidad: 8.000)

20 agosto 1920

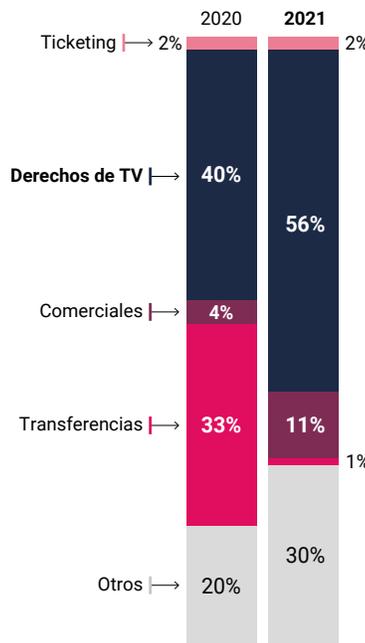
RAI E INGRESOS

Valores en millones de pesos

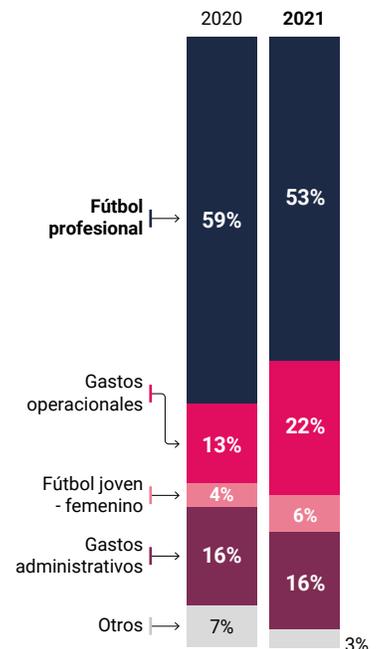


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS

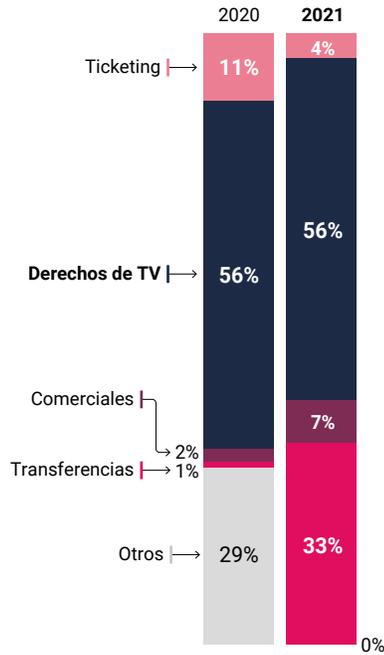


DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS

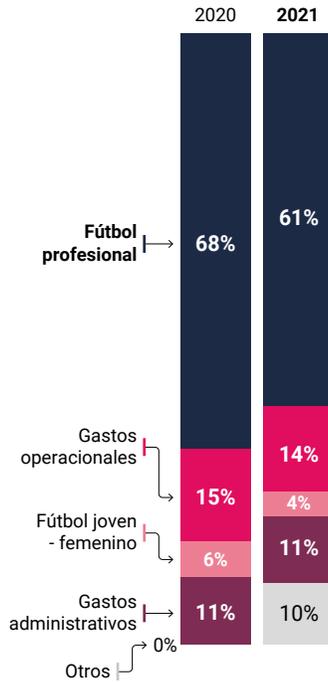


Palestino

DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS



Marca Técnica:
Macron

Sponsor:
Betano

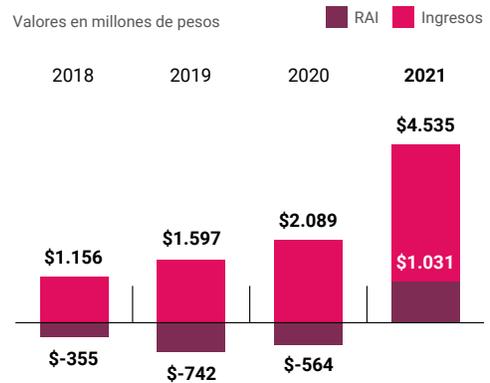
Estadio:
La Portada
(Capacidad: 18.243)



9 diciembre 1955

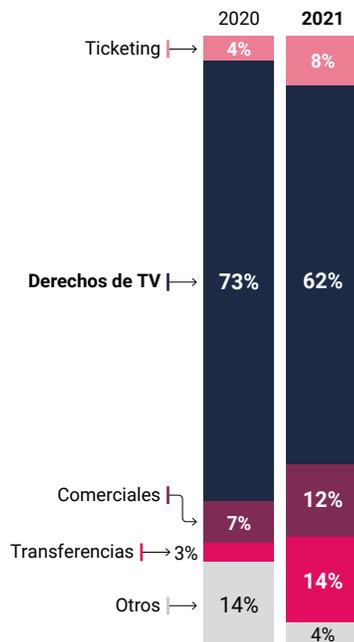
RAI E INGRESOS

Valores en millones de pesos

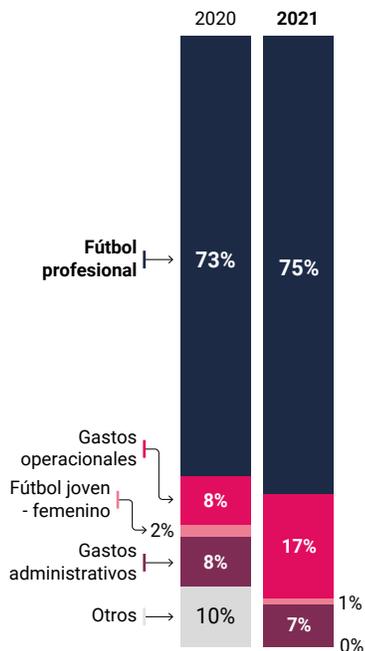


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS



Marca Técnica:
Claus-7

Sponsor:
Minera Escondida

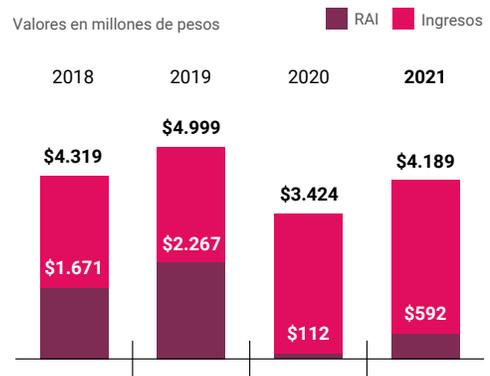
Estadio:
Calvo y Bascuñán
(Capacidad: 21.178)



14 mayo 1966

RAI E INGRESOS

Valores en millones de pesos



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

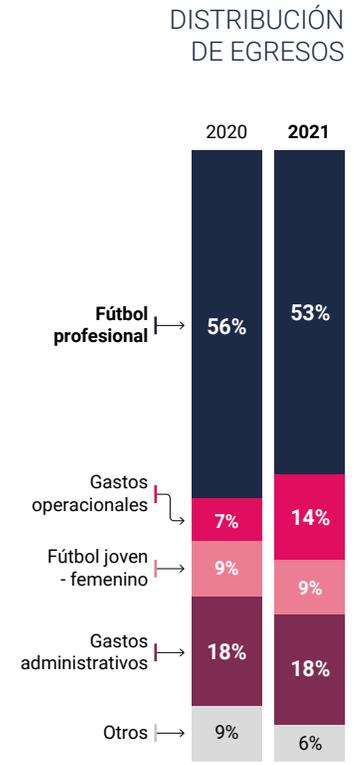
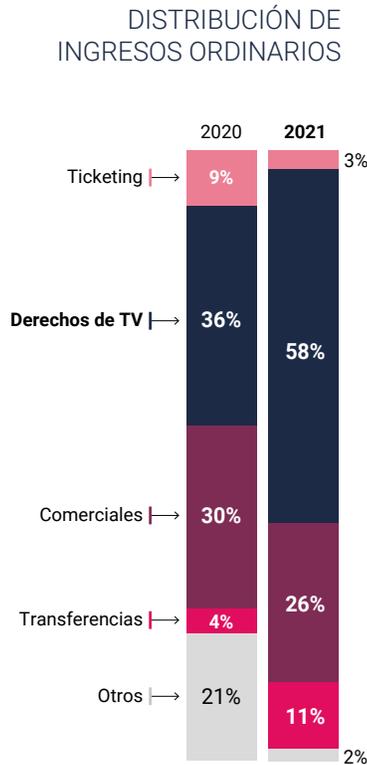
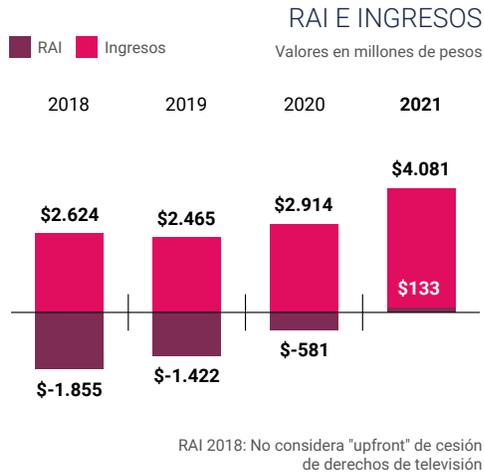


15 agosto 1892

Marca Técnica:
Macron

Sponsor:
TCL

Estadio:
Elías Figueroa Brander
(Capacidad: 20.575)



Santiago Wanderers

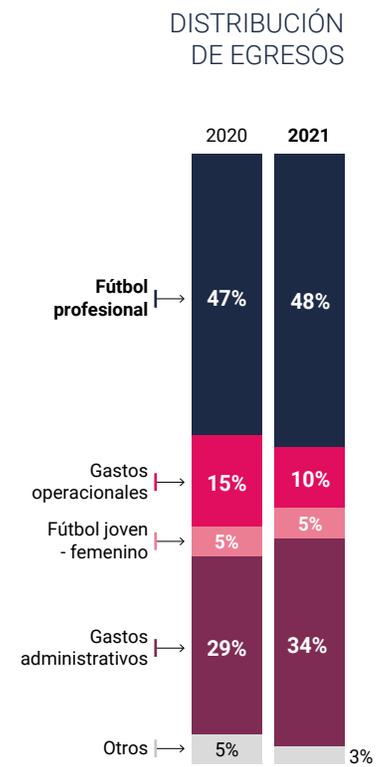
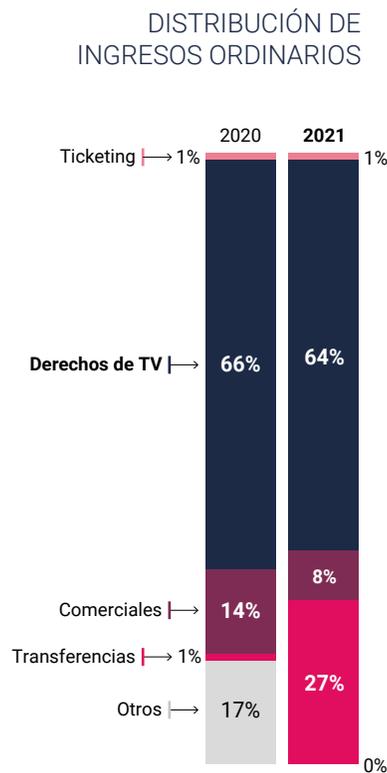
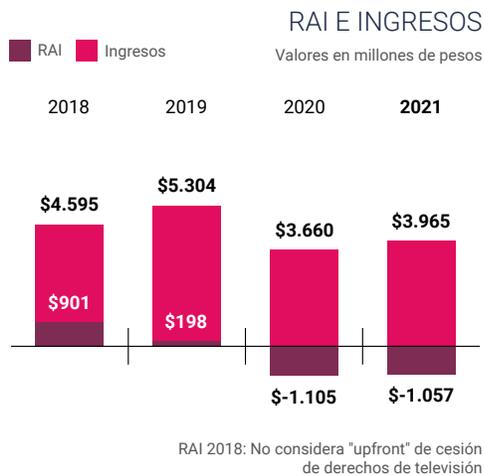


30 noviembre 1910

Marca Técnica:
Macron

Sponsor:
Traverso

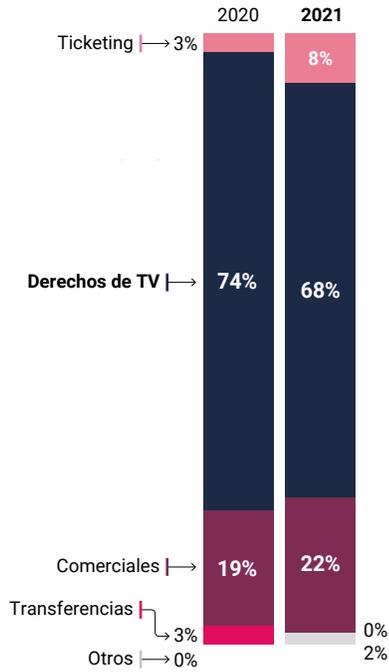
Estadio:
Bicentenario La Florida
(Capacidad: 12.000)



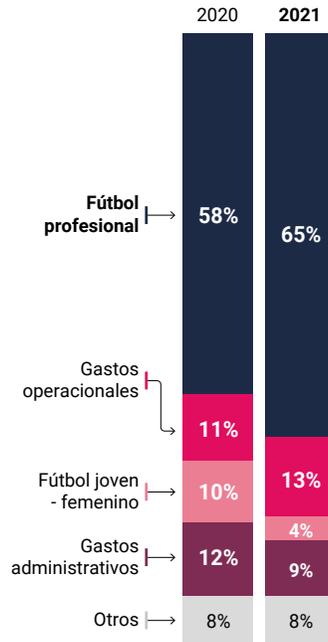
Audax italiano

Everton

DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS



Marca Técnica:
Charly

Sponsor:
Claro

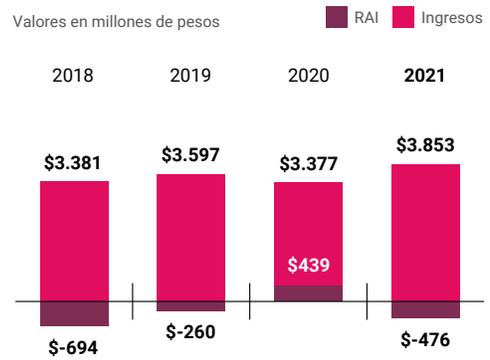
Estadio:
Sausalito
(Capacidad: 23.423)



24 junio 1909

RAI E INGRESOS

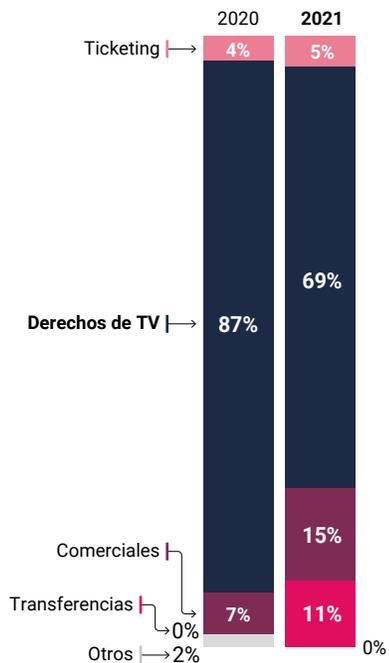
Valores en millones de pesos



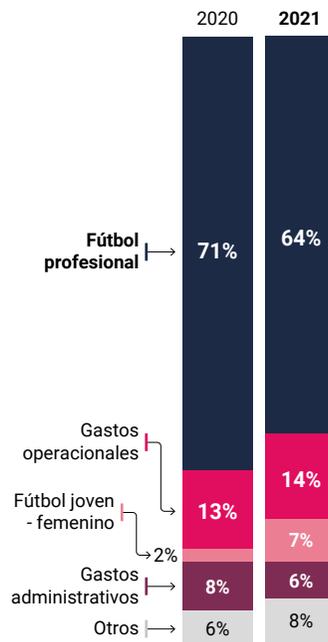
RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

Curicó Unido

DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS



Marca Técnica:
Onefit

Sponsor:
Distribuidora Multihogar

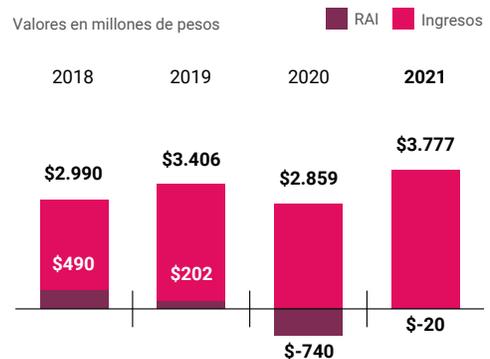
Estadio:
Bicentenario La Granja
(Capacidad: 8.278)



26 febrero 1973

RAI E INGRESOS

Valores en millones de pesos



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



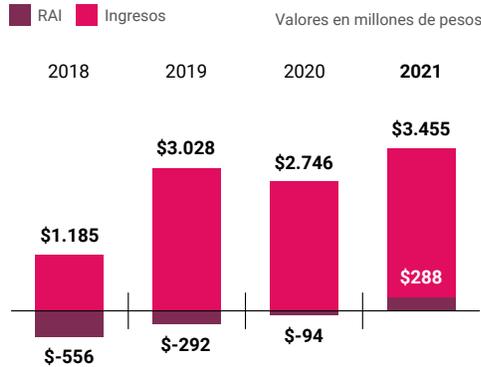
5 mayo 1979

Marca Técnica:
KS7

Sponsor:
Productos Fernández

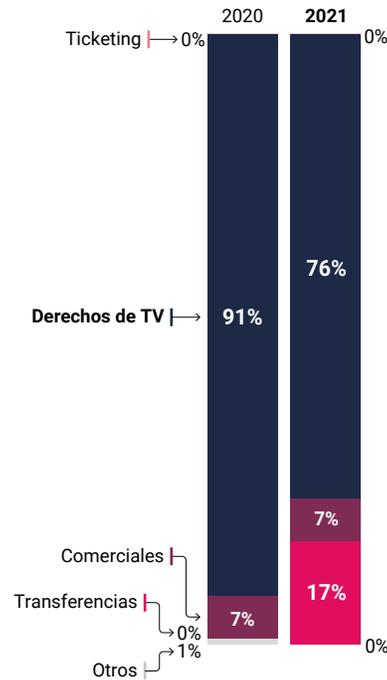
Estadio:
El Cobre
(Capacidad: 12.000)

RAI E INGRESOS

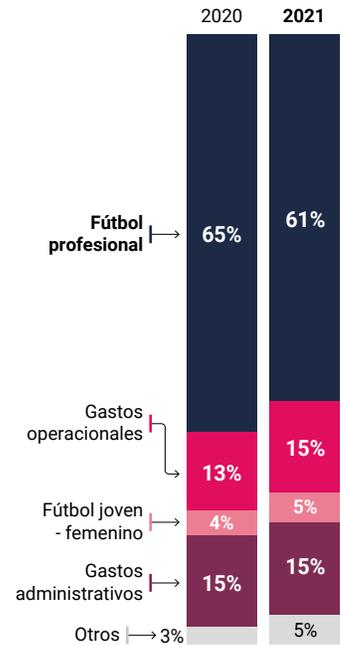


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS



Cobresal



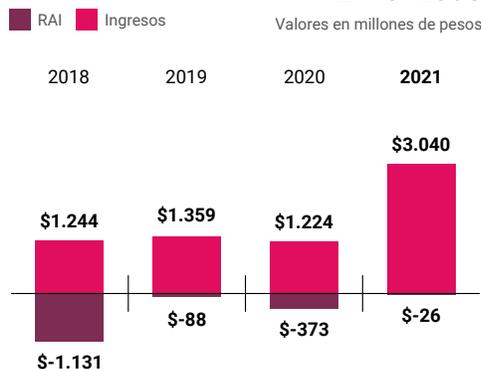
20 agosto 1916

Marca Técnica:
Onefit

Sponsor:
IANSA

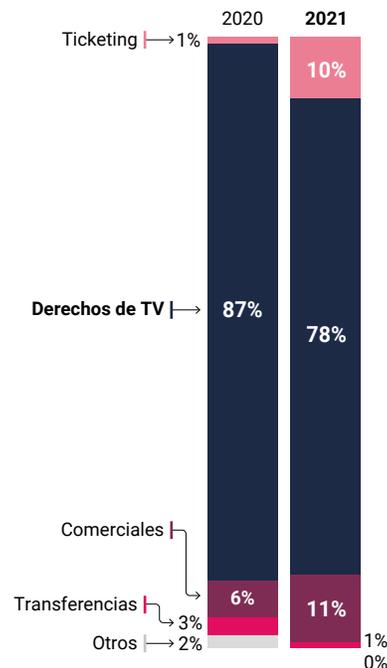
Estadio:
Municipal Nelson Oyarzún
(Capacidad: 12.000)

RAI E INGRESOS

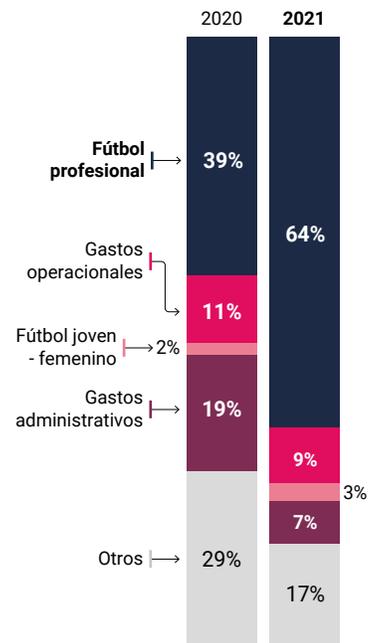


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS

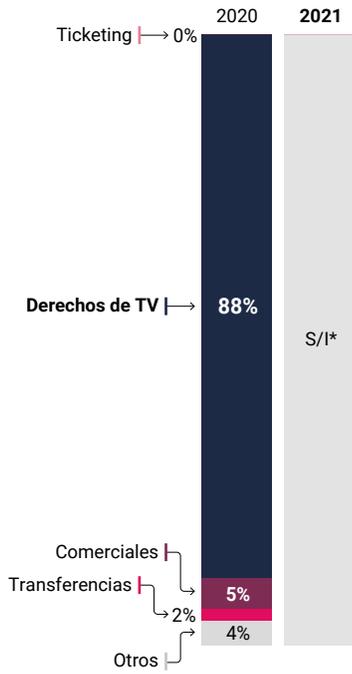


DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS

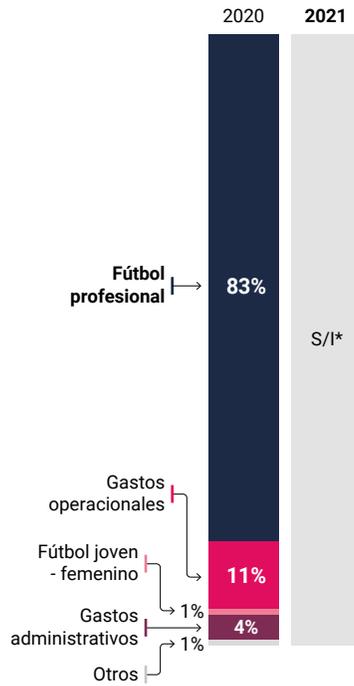


Nublense

DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS



Marca Técnica:

Training

Sponsor:

Ariztía

Estadio:

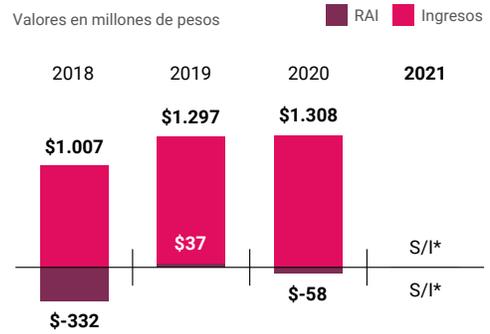
Municipal Roberto Bravo Santibañez
(Capacidad: 6.500)



24 enero 1992

RAI E INGRESOS

Valores en millones de pesos



*Información no entregada por el club

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

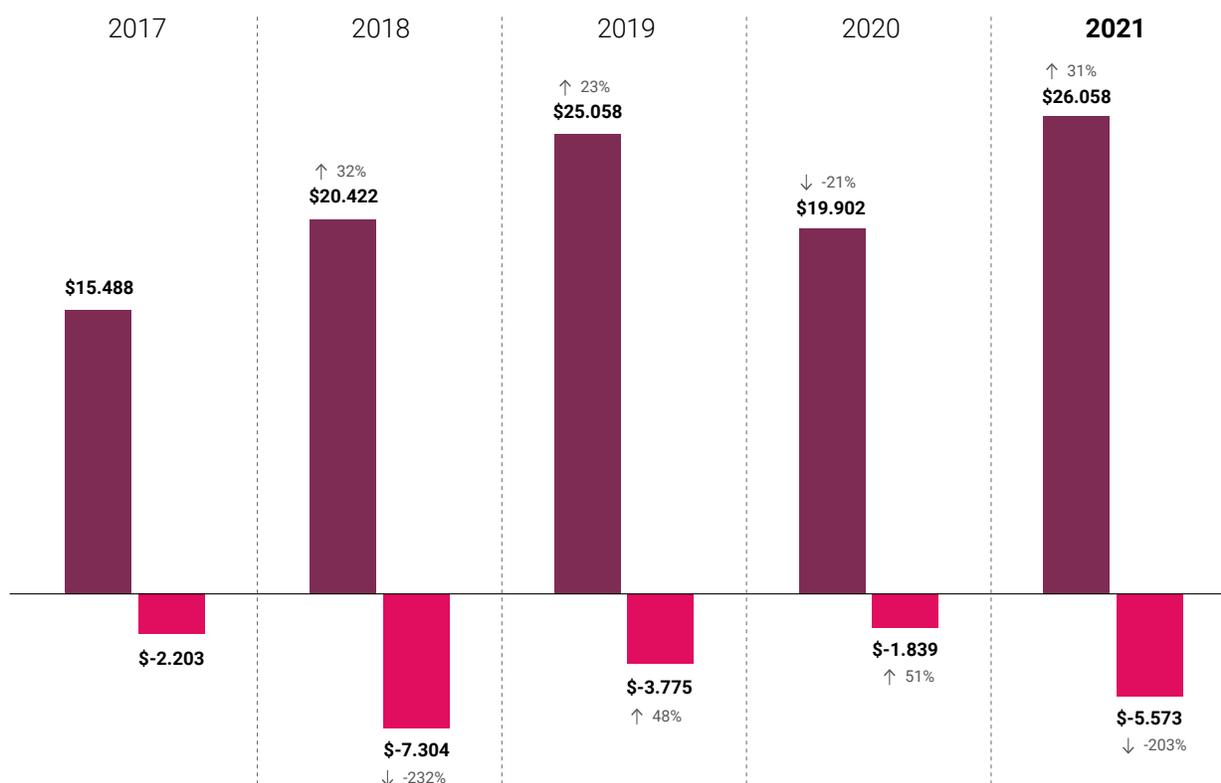
Ascenso



INGRESOS ORDINARIOS Y RAI

Valores en millones de pesos

■ Ingresos Ordinarios ■ RAI (Resultado Antes de Impuesto)



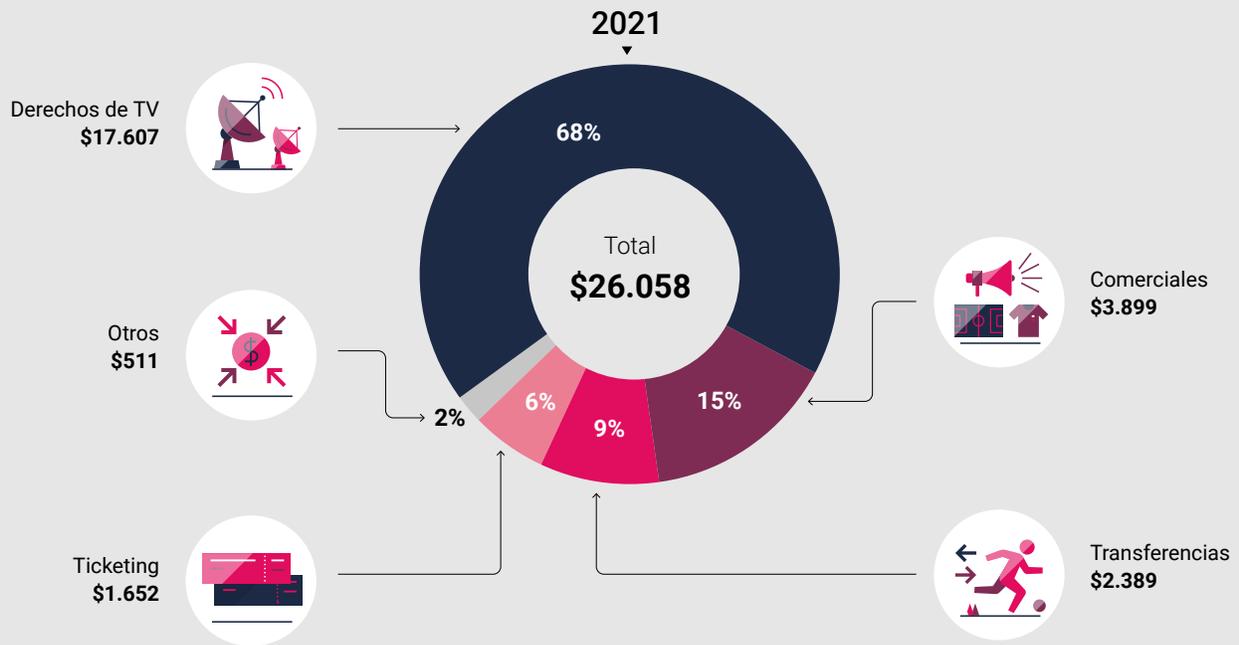
Fuente: Memorias Clubes 2017-2021

En la temporada 2021 los ingresos ordinarios de la división de Ascenso del fútbol nacional aumentaron un 31% en comparación al año 2020, logrando reportar un total de 26.058 millones de pesos, alrededor de \$6.156 millones más que la temporada precedente. El factor principal fue la cantidad de clubes que conformaron la categoría, que pasó de 15 en el campeonato 2020 a 16 clubes en el último torneo.

A pesar que los 16 clubes incrementaron sus ingresos en el campeonato 2021, esto no compensó los desembolsos de la categoría, por lo que el Resultado Antes de Impuesto (RAI) sigue siendo negativo, reportando pérdidas por más de 5.573 millones de pesos, donde solo 2 clubes lograron generar ganancias antes de impuesto, Universidad de Concepción y Coquimbo Unido.

DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS

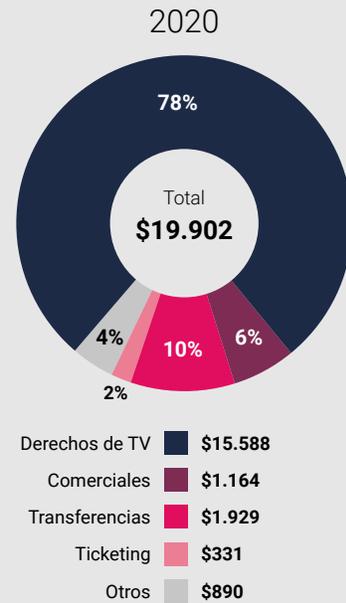
Valores en millones de pesos



Durante el ejercicio 2021 esta categoría del fútbol chileno incrementó sus ingresos en aproximadamente 6.156 millones de pesos, marcando de un periodo a otro una variación de un 31% en sus Ingresos Ordinarios, teniendo como fuentes protagónicas de explotación los derechos de TV y en menor medida los ingresos comerciales, que abarcan partidas como publicidad, merchandising, venta de alimentos, entre otros.

Si tomamos como punto de comparación los ingresos de la temporada anterior, las entradas por concepto de derecho de televisión retomaron su relevancia normal, disminuyendo 10 puntos porcentuales en la distribución total.

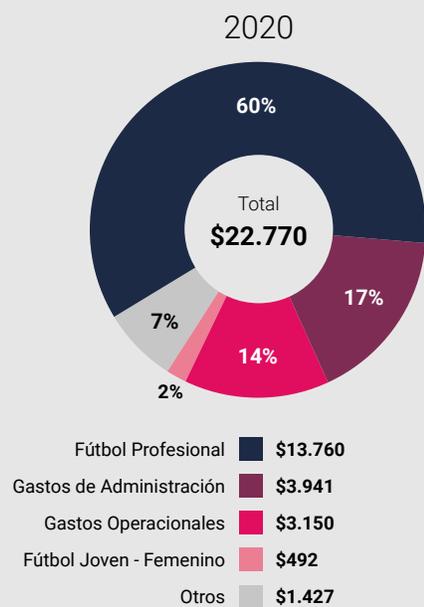
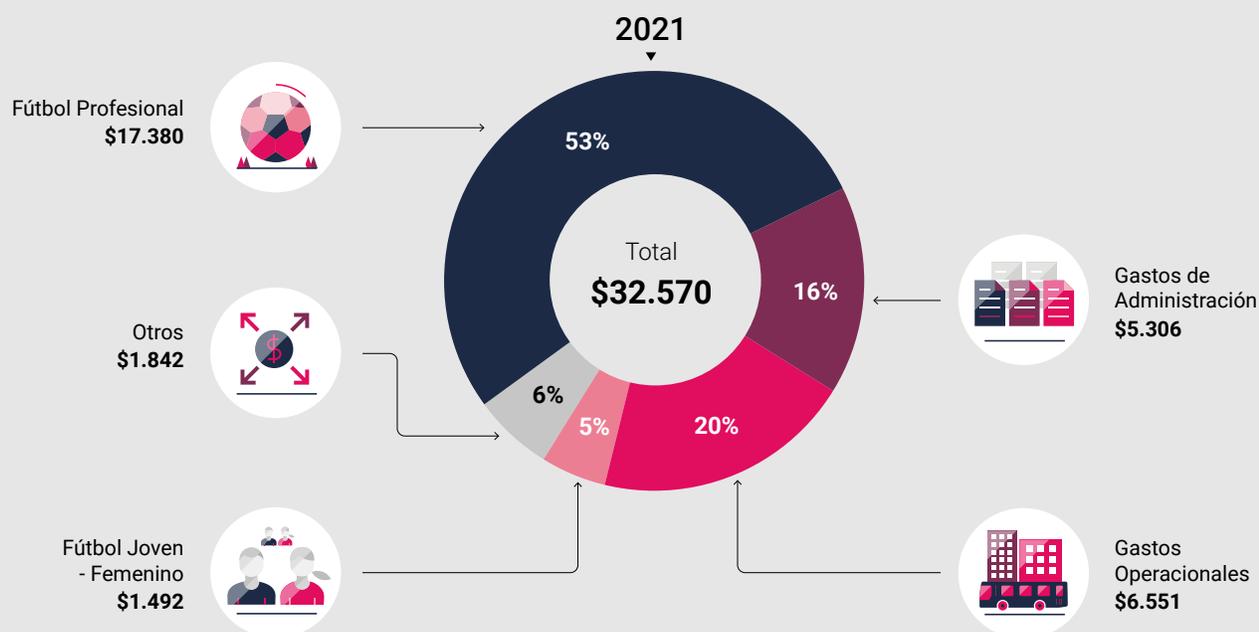
Los ingresos comerciales y de ticketing fueron las partidas que registraron variaciones más significativas de un año a otro, marcando una variación de 235% y 399%, respectivamente.



Fuente: Memoria Clubes 2017-2021

DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS TOTALES

Valores en millones de pesos



Fuente: Memoria Clubes 2017-2021

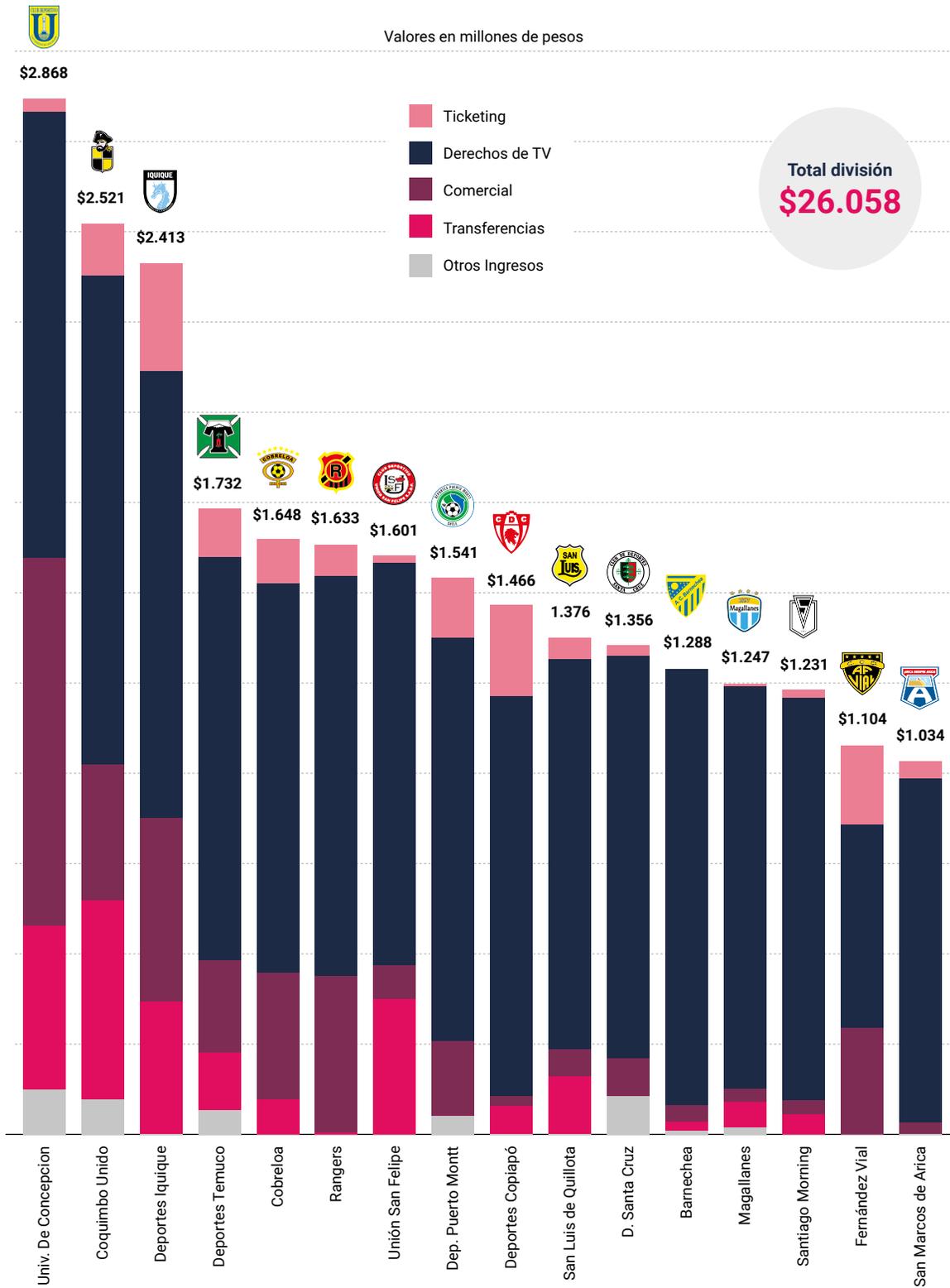
Alrededor de 9.800 millones pesos aumentaron los Egresos de la división de Ascenso del fútbol chileno, lo que se traduce en un considerable 43% mayor en relación con el ejercicio anterior.

La partida de Fútbol Profesional, correspondiente al pago de remuneraciones de plantel y cuerpo técnico, transferencias y amortización de pases de jugadores, aumentó en \$ 3.620 millones, reflejando una variación de 26% en comparación al año 2021.

A su vez, otras partidas que reflejan una importante variación son los Gastos Operacionales y Fútbol Joven – Femenino, ya que aumentaron en 108% y 203% respectivamente.

Es importante recordar que durante el año 2021 la categoría contó con 16 clubes, 1 más que la temporada 2020, lo que representa un impacto de 6% más en promedio de egresos totales.

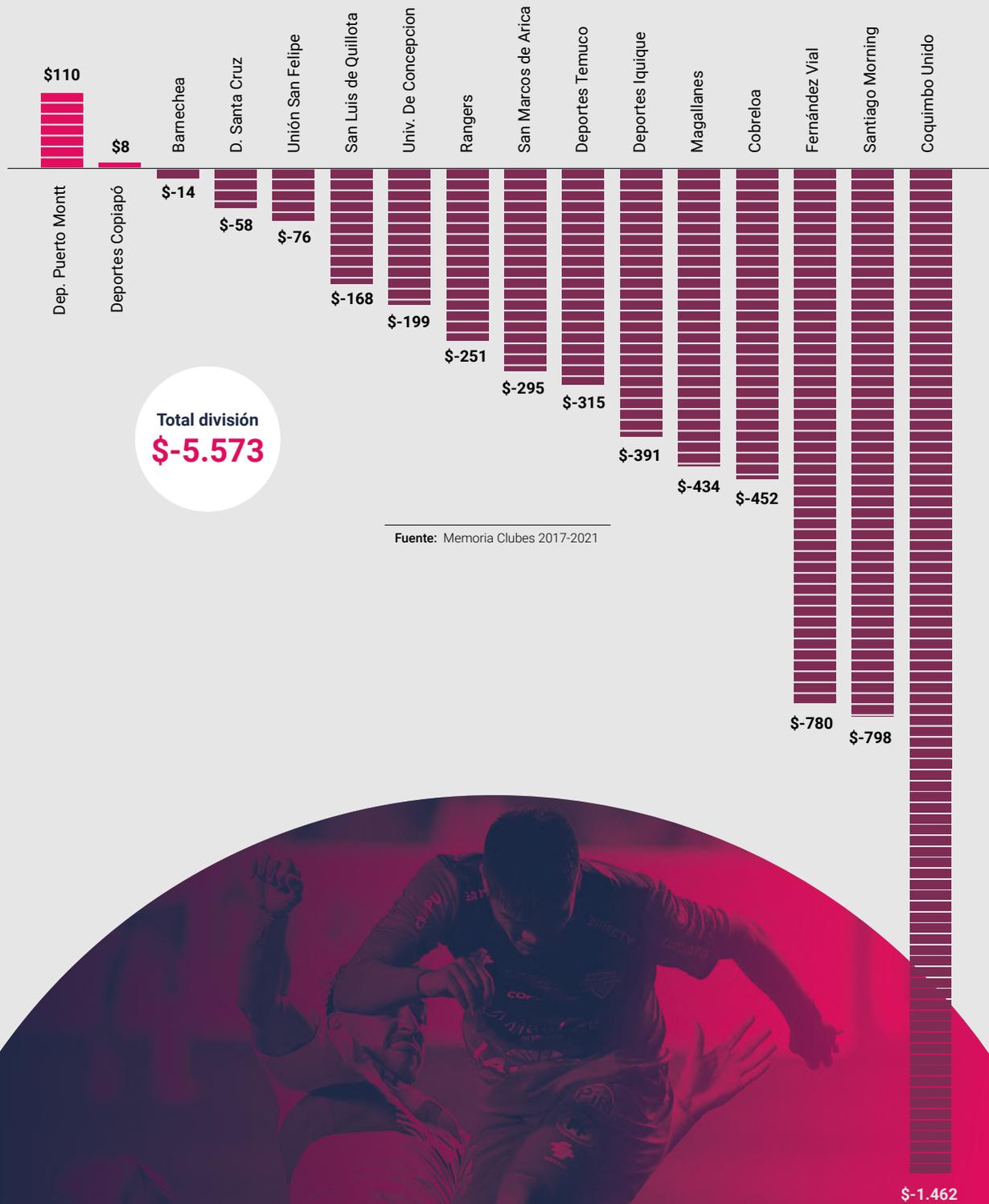
RANKING DE INGRESOS ORDINARIOS



Fuente: Memoria Clubes 2017-2021

RANKING RESULTADO ANTES DE IMPUESTO (RAI)

Valores en millones de pesos



Fuente: Memoria Clubes 2017-2021



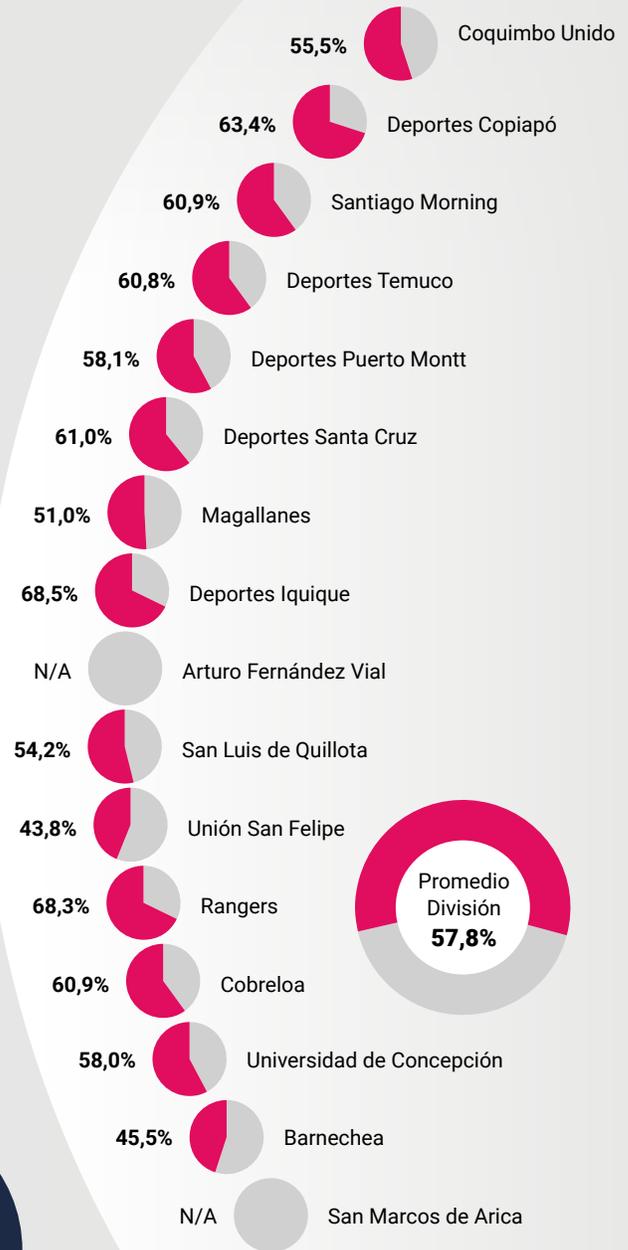
COSTO PROMEDIO PLANTEL POR POSICIÓN CAMPEONATO 2021

Valores en millones de pesos



LÍMITE DE GASTO EN FÚTBOL

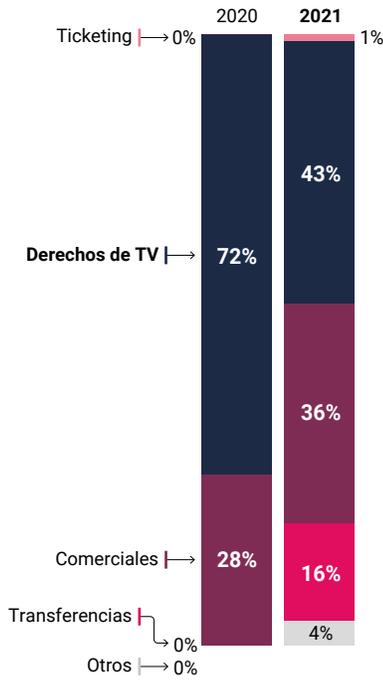
(Fútbol Profesional / Ingresos Totales)
Temporadas 19-21



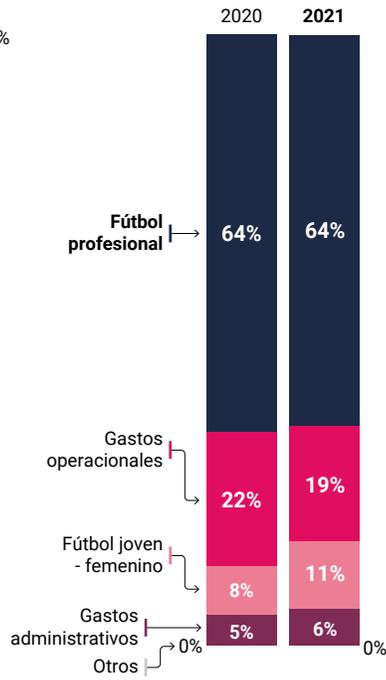
Fuente: UCF - ANFP



DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS



Marca Técnica:
KS7

Sponsor:
Productos Fernández

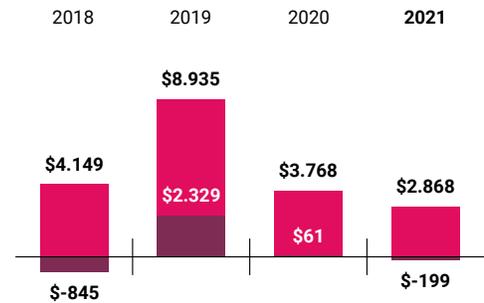
Estadio:
Ester Roa
(Capacidad: 30.448)



8 agosto 1994

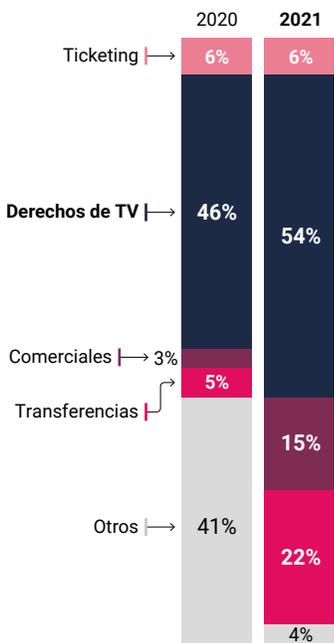
RAI E INGRESOS

Valores en millones de pesos

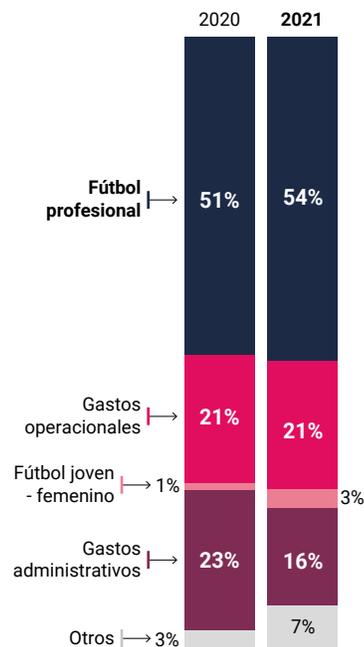


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS



Marca Técnica:
Siker

Sponsor:
Celta

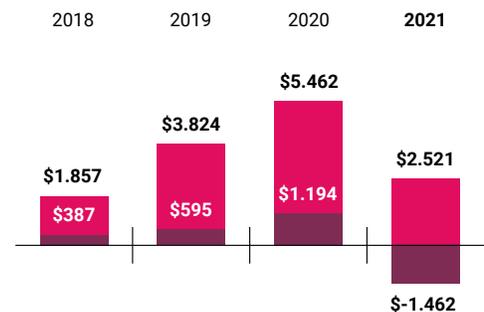
Estadio:
Francisco Sánchez Rumoroso
(Capacidad: 18.750)



30 agosto 1958

RAI E INGRESOS

Valores en millones de pesos



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

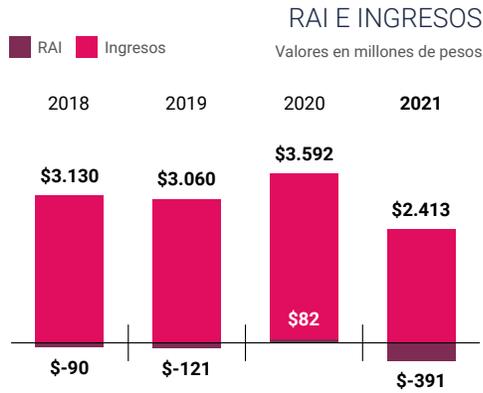


21 mayo 1978

Marca Técnica:
Rete

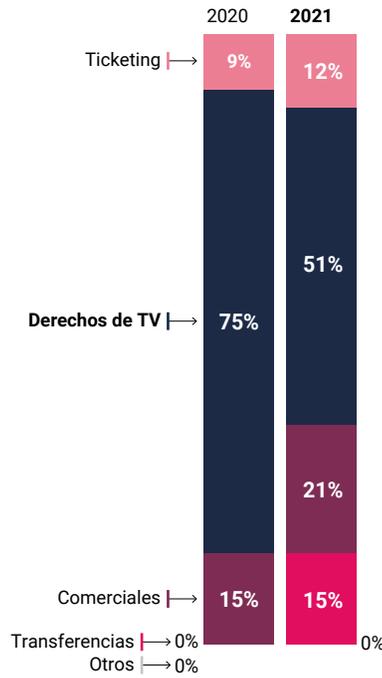
Sponsor:
Collahuasi

Estadio:
Tierra de Campeones
(Capacidad: 12.000)

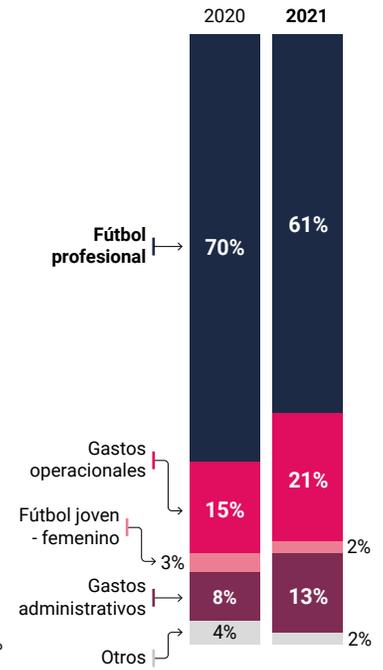


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS



Deportes Iquique

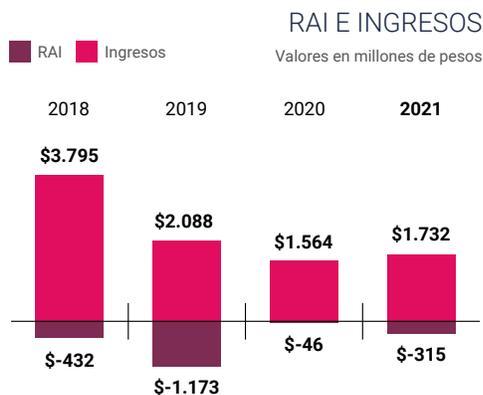


27 junio 1916

Marca Técnica:
KS7

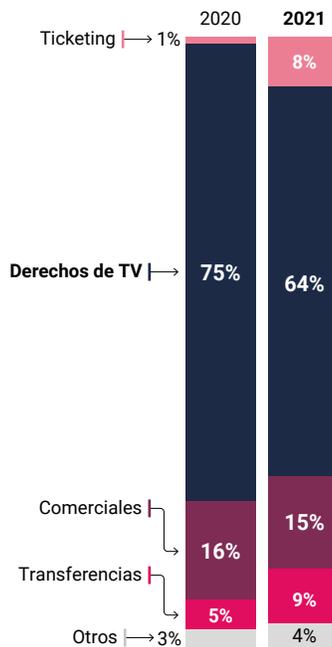
Sponsor:
Rosen

Estadio:
Bicentenario Germán Becker
(Capacidad: 18.413)



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

DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



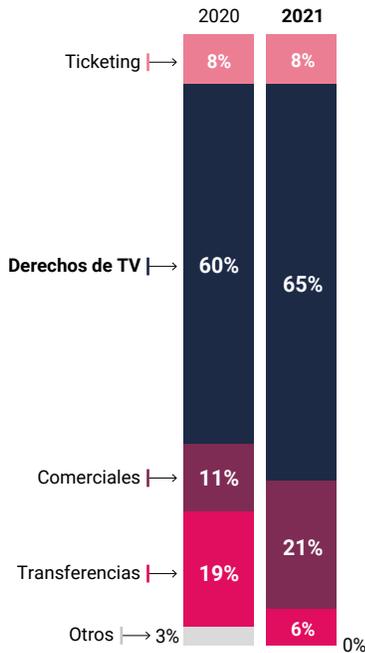
DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS



Deportes Temuco

Cobreloa

DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS



Marca Técnica:

Macron

Sponsor:

Finning CAT

Estadio:

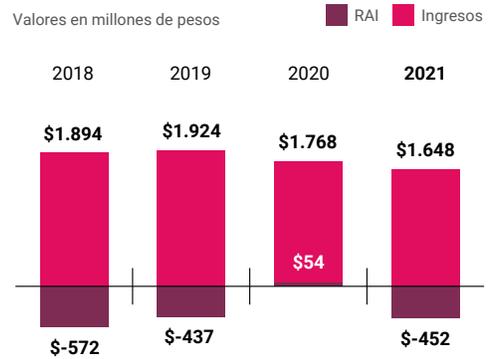
Zorros del Desierto
(Capacidad: 13.000)



7 enero 1977

RAI E INGRESOS

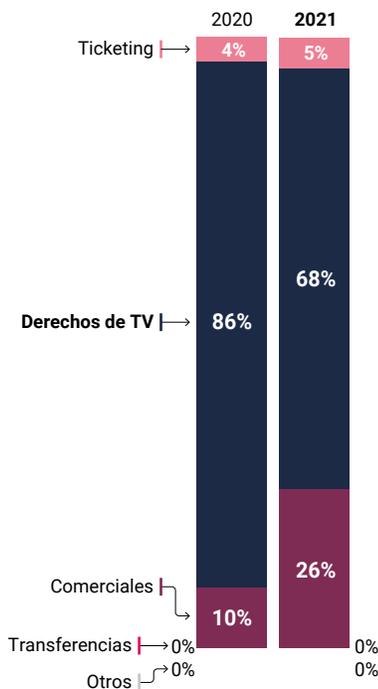
Valores en millones de pesos



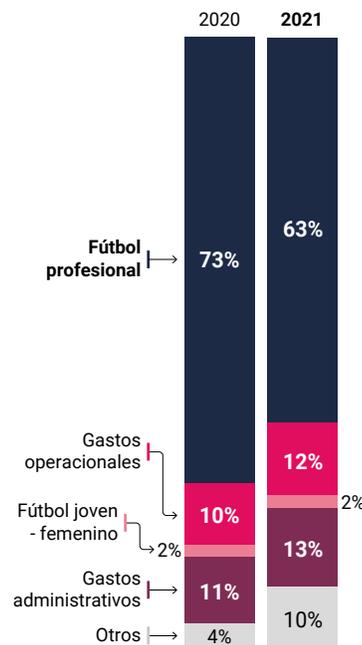
RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

Rangers

DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS



Marca Técnica:

Onefit

Sponsor:

Productos Fernández

Estadio:

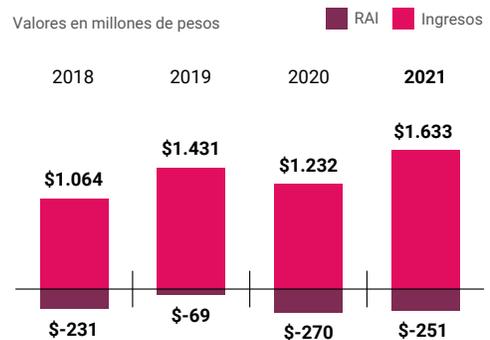
Fiscal de Talca
(Capacidad: 16.000)



2 noviembre 1902

RAI E INGRESOS

Valores en millones de pesos



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

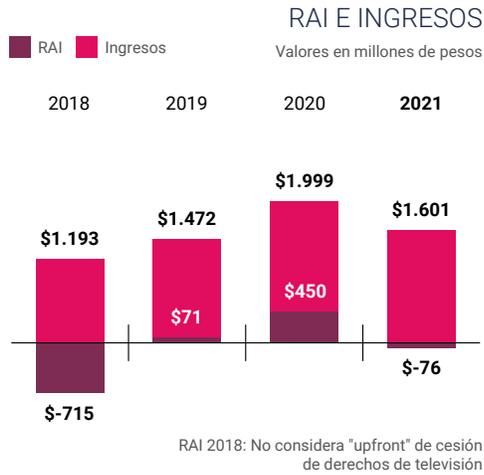


16 octubre 1956

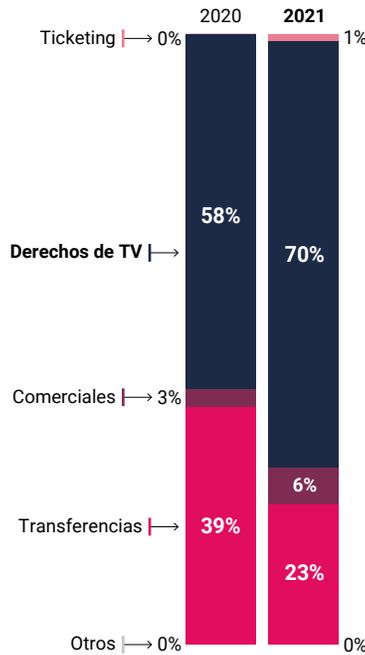
Marca Técnica:
Claus-7

Sponsor:
La Cruz Inmobiliaria

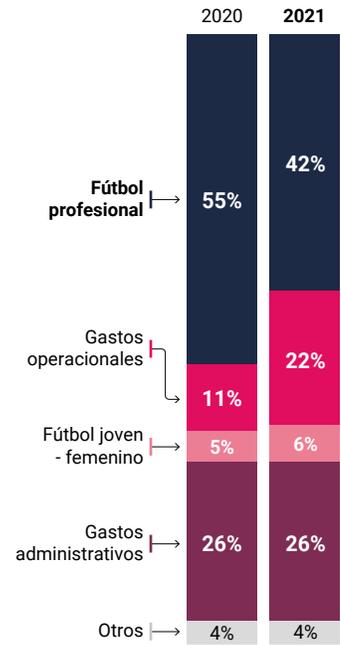
Estadio:
Municipal de San Felipe
(Capacidad: 12.000)



DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS



Unión San Felipe

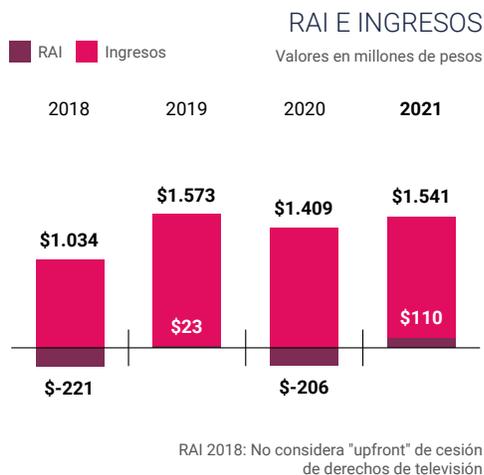


6 mayo 1983

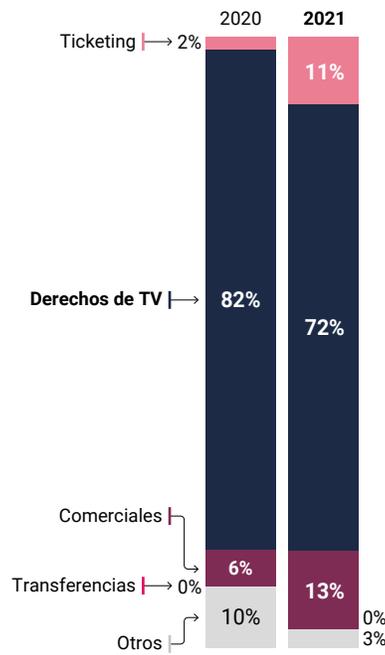
Marca Técnica:
KS7

Sponsor:
Solvtrans

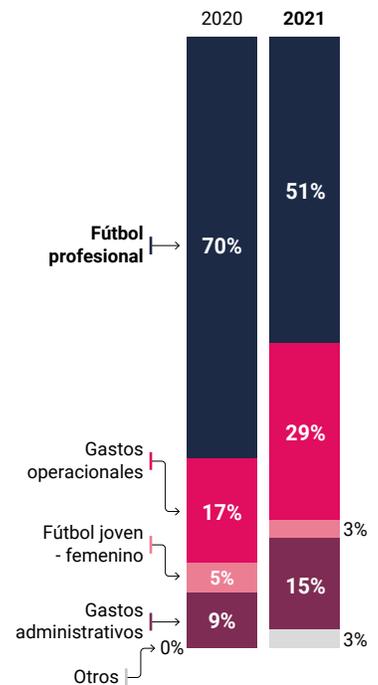
Estadio:
Regional de Chiquihue
(Capacidad: 10.000)



DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS

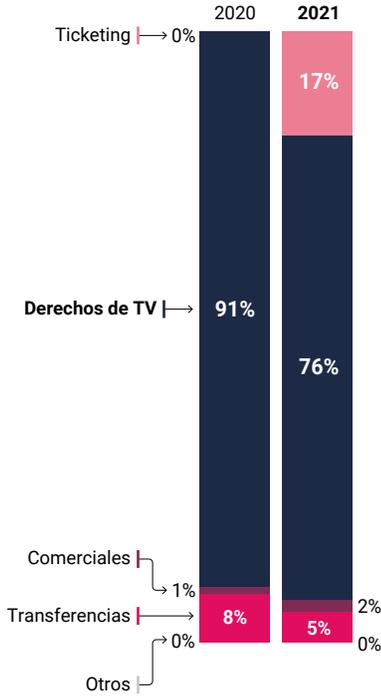


DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS

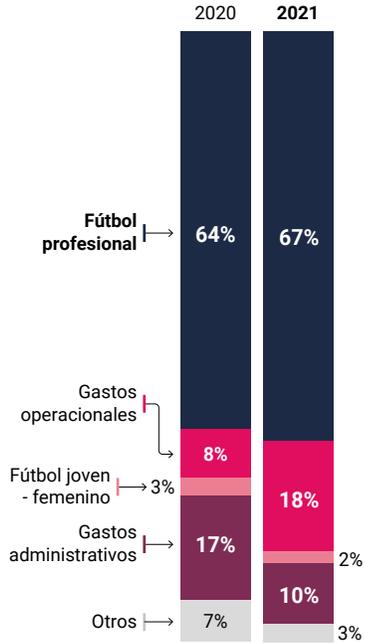


Deportes Puerto Montt

DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS



Marca Técnica:
One fit

Sponsor:
GyG Minería y Servicios

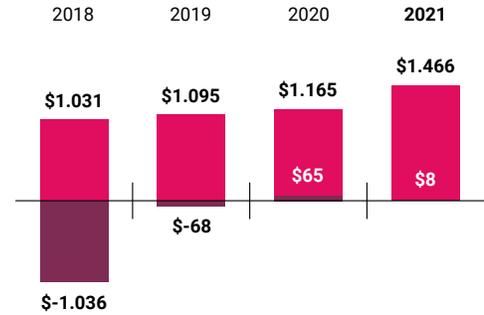
Estadio:
Luis Valenzuela Hermosilla
(Capacidad: 8.000)



9 marzo 1999

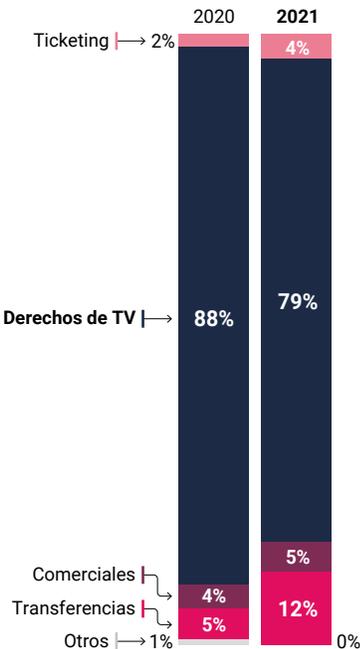
RAI E INGRESOS

Valores en millones de pesos

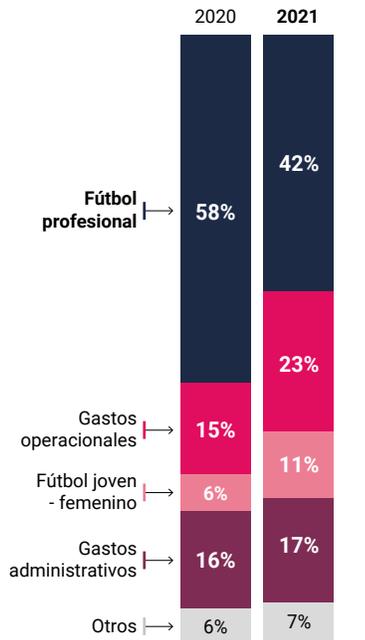


RAI 2018: No considera "upfront" de cesión de derechos de televisión

DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS



Marca Técnica:
Acerbis

Sponsor:
La Cruz Inmobiliaria

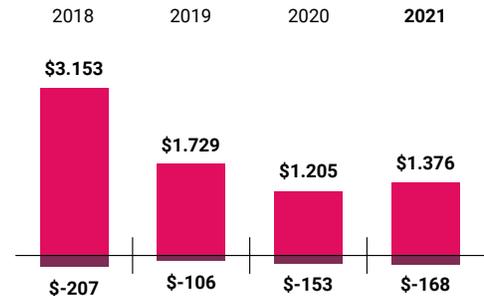
Estadio:
Municipal Lucio Fariña
(Capacidad: 7.680)



8 diciembre 1919

RAI E INGRESOS

Valores en millones de pesos



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

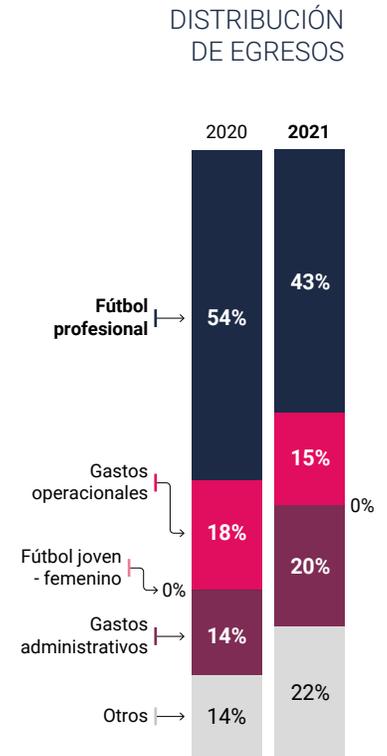
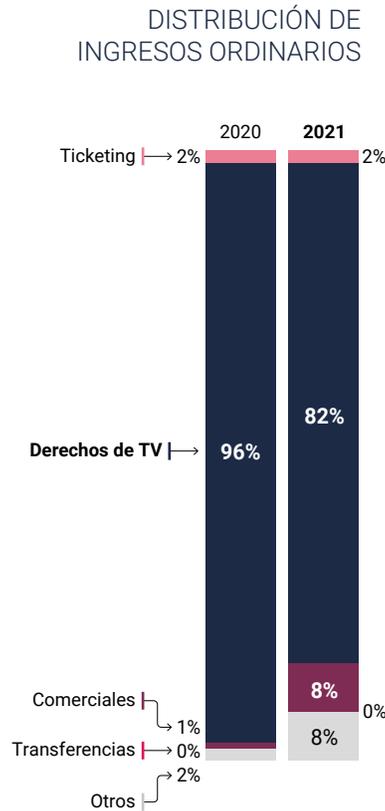
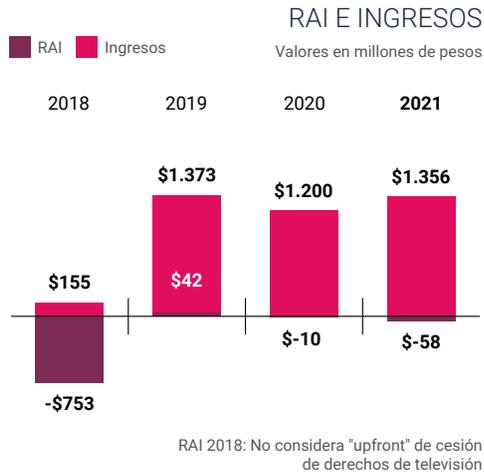


25 mayo 1913

Marca Técnica:
Andromeda

Sponsor:
Clínica Boza

Estadio:
Municipal Joaquín Muñoz
(Capacidad: 6.000)



Deportes Santa Cruz

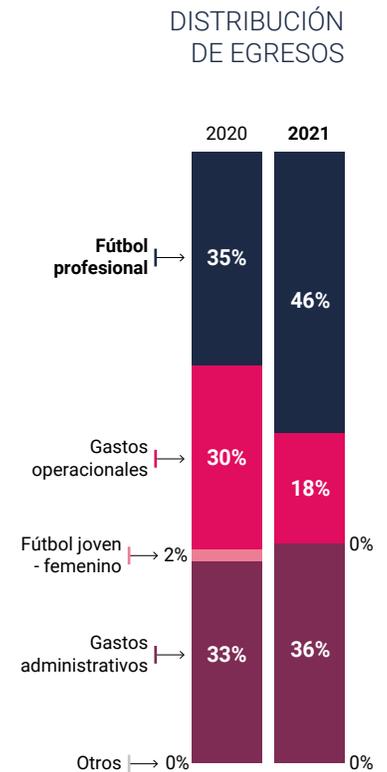
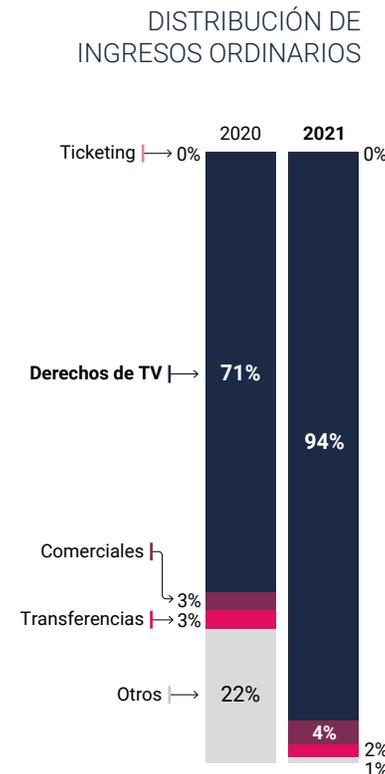
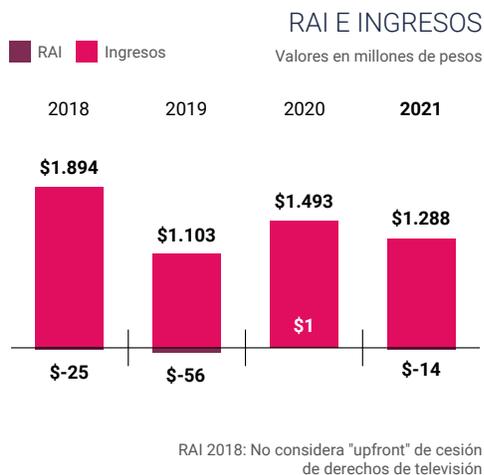


23 diciembre 1929

Marca Técnica:
Capelli Sport

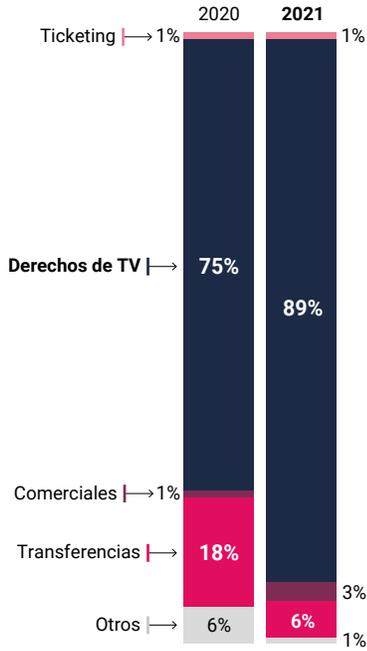
Sponsor:
N/A

Estadio:
Municipal de Lo Barnechea
(Capacidad: 5.000)



Barnechea

DISTRIBUCIÓN DE INGRESOS ORDINARIOS



DISTRIBUCIÓN DE EGRESOS



Marca Técnica:

Siker

Sponsor:

Inter Sport

Estadio:

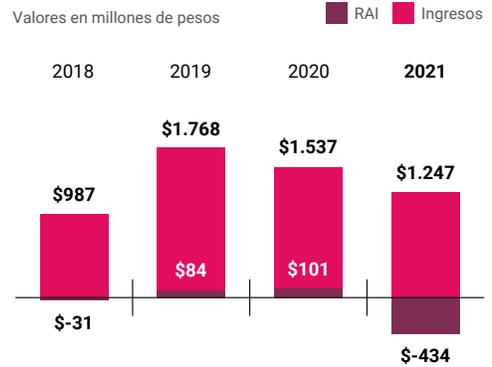
Municipal San Bernardo
(Capacidad: 3.500)



27 octubre 1897

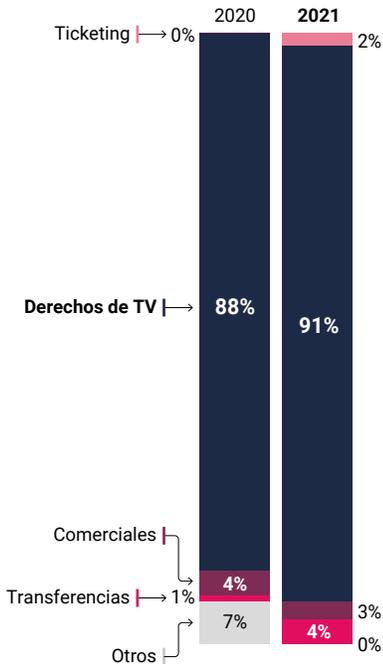
RAI E INGRESOS

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:

FINASUR

Estadio:

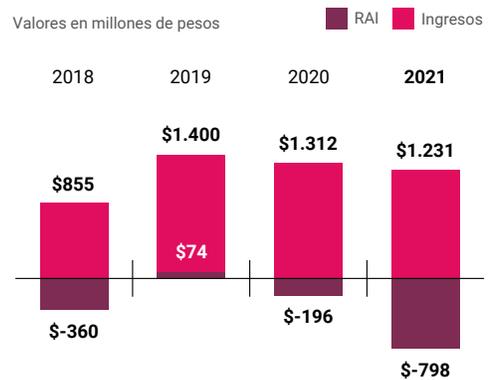
Municipal de La Pintana
(Capacidad: 5.000)



16 octubre 1903

RAI E INGRESOS

Valores en millones de pesos



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

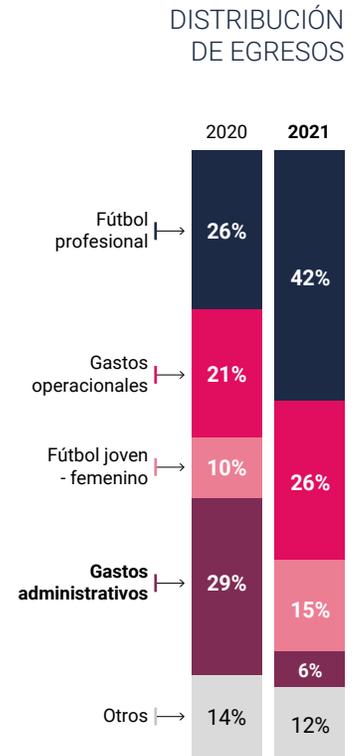
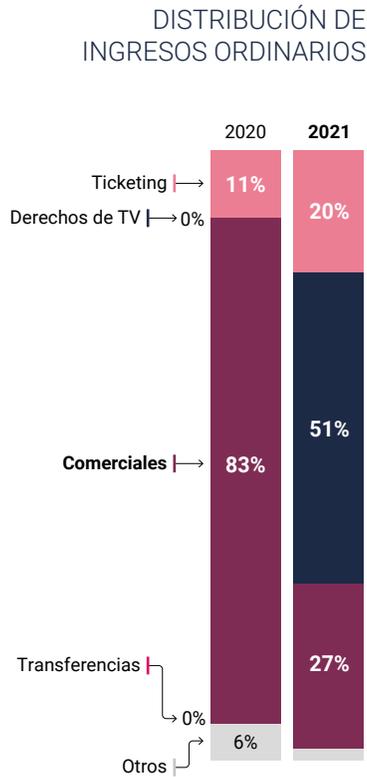
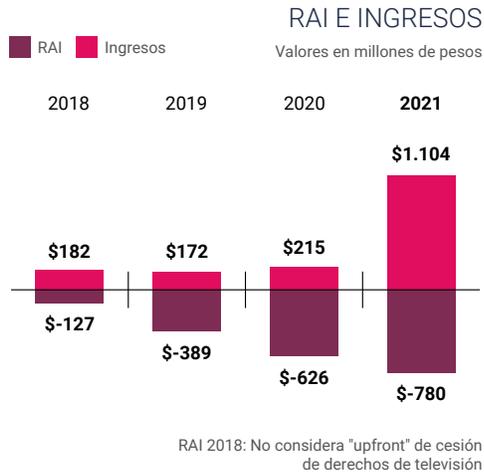


15 junio 1903

Marca Técnica:
1903

Sponsor:
Casinos integrados

Estadio:
Ester Roa
(Capacidad: 30.448)



Arturo Fernández Vial

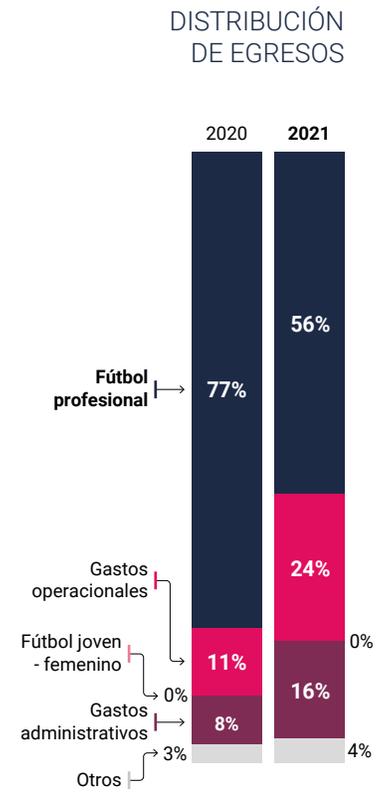
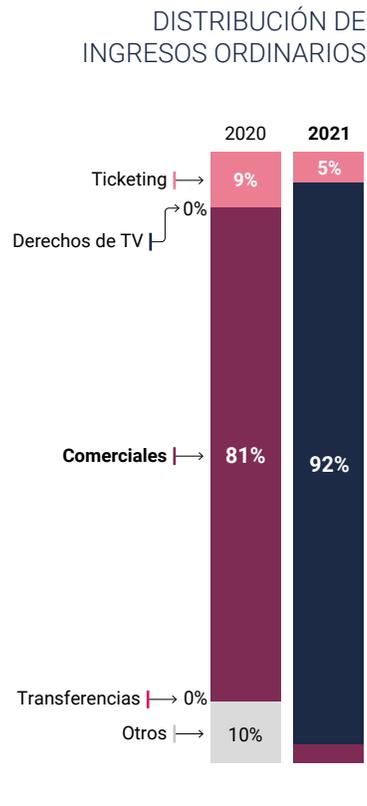
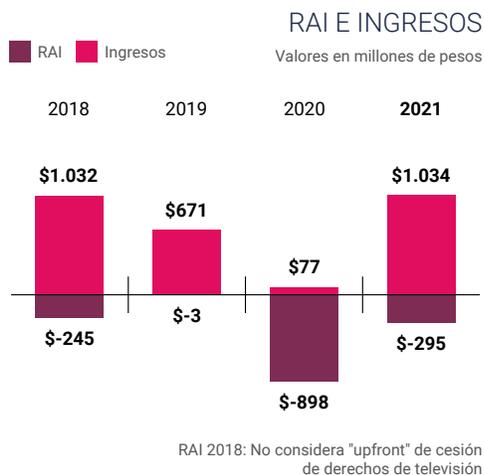


14 febrero 1978

Marca Técnica:
Siker

Sponsor:
TPA

Estadio:
Carlos Dittborn
(Capacidad: 9.746)



San Marcos de Arica



Anuario Financiero Fútbol Chileno | Quinta Edición



Elaboración

Unidad de Control Financiero - ANFP

Fuentes

Memoria de clubes 2017-2021

Estadio Seguro

Comunicaciones ANFP

FIFA/TMS-Chile

Transfermarkt - Junio 2022

Kantar Ibope / TNT Sports

Deloitte.

