



MEMORIA ANUAL 2025





ÍNDICE DE CONTENIDOS

1 CARTA DEL PRESIDENTE	4
2 PERFIL DE LA ENTIDAD	7
3 GOBIERNO CORPORATIVO	31
4 ESTRATEGIA	41
5 MODELO DE NEGOCIOS	45
6 HECHOS RELEVANTES O ESENCIALES	73
7 COMENTARIOS DE ACCIONISTAS Y COMITÉ DE DIRECTORES	79
8 INFORMES FINANCIEROS	81
9 SUSCRIPCIÓN A LA MEMORIA	89



ESTIMADAS Y ESTIMADOS ACCIONISTAS:

Después de un 2024 que nos vio ser campeones de la Copa Chile y protagonistas del Campeonato Nacional hasta la última fecha, asumimos el ambicioso desafío de mejorar los logros deportivos al año siguiente. Con ese objetivo como punto de partida, lo conseguido el 2025 cumplió en cierta forma con las expectativas. En el plano internacional Universidad de Chile tuvo una brillante participación, al ser semifinalista de la Copa CONMEBOL Sudamericana, la mejor participación del club desde el 2011, mientras que en el plano local alzamos la Supercopa con una contundente victoria en la final.

Al llegar a este histórico club, con el directorio y nuestros ejecutivos, nos propusimos generar una administración ordenada y profesional que nos otorgara estabilidad financiera. Así, podríamos afrontar con tranquilidad los requerimientos que demandan los altos objetivos deportivos.

Por eso puedo decir con mucho orgullo que el trabajo que se ha hecho ha cumplido con los objetivos puestos y que el 2025 siguió con esa senda trayéndonos buenas noticias fuera de la cancha. Nuestra administración logró en el 2025, al igual que en 2023 y 2024, uno de los mejores resultados financieros de la última década, hilando así el tercer año consecutivo con el ejercicio anual con utilidades.

En 2025, nuestro bono corporativo, emitido para pagar la deuda histórica del club y refinanciar pasivos financieros, mejoró su rating a A+ en la clasificación de riesgo de Humphreys. Esto muestra que el mercado nos reconoce como una institución seria, sustentable y nuestro bono quedó como el de mejor categoría entre los instrumentos de este tipo de la industria del fútbol chileno.

En este crecimiento sostenido y programado, durante 2025 quisimos ser más ambiciosos y ponernos el objetivo de ser protagonistas en todas las competencias donde participáramos, especialmente en las internacionales. Fuimos con firmeza y sumamos nueve incorporaciones: siete en el mercado de verano y dos en el de invierno, creando así lo que, a nuestro punto de vista, fue el mejor plantel chileno del 2025.

Dado esto la U se convirtió en un equipo atractivo de ver, que dio que hablar en nuestro país y en todo el continente. Derrotó al campeón vigente de la Copa CONMEBOL Libertadores, Botafogo, y sumó importantes victorias en el extranjero como el triunfo de visita sobre Estudiantes de La Plata. El logro de alcanzar la semifinal de la Copa CONMEBOL Sudamericana es el segundo más importante de nuestro club en este torneo, después del brillante título obtenido en 2011.

En la retina de este buen 2025 también quedó una gran alegría en el plano local. Los goles de Matías Sepúlveda, Nicolás Guerra y Lucas Assadi nos permitieron ganar nuestra segunda Supercopa de la historia, nada más y nada menos que contra el archirrival, en el recordado 3-0 de la tarde del 14 de septiembre en el Estadio Santa Laura.

A diferencia de los últimos años, pero similar al 2024, la U ejerció de local la mayor parte del año en el Estadio Nacional y volvió a vivir las brillantes jornadas nocturnas de las Copas CONMEBOL Libertadores y CONMEBOL Sudamericana, con aforo completo y una experiencia estadio de nivel mundial. En esa misma cancha ganamos los clásicos a Colo Colo y Universidad Católica, demostrando que el recinto de Ñuñoa es clave en el desempeño deportivo. Estas bellas jornadas también nos trajeron positivos réditos económicos ratificando la importancia de la localía en dicho estadio para la sostenibilidad financiera del club.

Nuestro equipo profesional femenino, conocido como Las Leonas, volvió a clasificar a la fase de grupos de la Copa CONMEBOL Libertadores Femenina, después de haber sido animadoras del torneo nacional durante todo el año. Las Leonas son uno de los máximos orgullos de nuestra institución y durante 2026 aspiraremos a logros mayores.

Desde nuestra llegada siempre se habló de un proyecto deportivo basado en el fortalecimiento de las series menores y la promoción al primer equipo de jugadores formados en casa. Fue así como la U aportó una decena de jugadores a las selecciones menores, quienes fueron protagonistas en los Sudamericanos y Copas del Mundo de la FIFA en las categorías Sub 17 y Sub 20. Tres de nuestros canteranos, además, debutaron con el plantel profesional masculino.

Este 2025 dimos un paso muy importante en el camino del reposicionamiento de Universidad de Chile. La figuración internacional y un nuevo título local son un avance, al igual que ser reconocidos dentro de la industria como un club ordenado, sólido y sostenible financieramente. Tenemos deudas pendientes. Y créanme que somos los más interesados en saldarlas lo más pronto posible.

La U despierta la pasión más profunda y pura de sus hinchas y esperamos que con profesionalismo en la gestión, tanto dentro como fuera de la cancha, podamos ser cada día un club más grande y glorioso.

Muchas gracias.



Michael Clark Varela
PRESIDENTE CLUB UNIVERSIDAD DE CHILE



PERFIL DE LA ENTIDAD



Misión

La misión de Azul Azul es el desarrollo y engrandecimiento del Club de Fútbol Profesional Universidad de Chile, a través de una eficiente gestión empresarial orientada a la promoción de los valores inherentes al deporte, la integración y desarrollo social de todos los chilenos, el fortalecimiento de la industria del fútbol nacional y la buena calidad del espectáculo deportivo.

Visión

Consolidarnos como un Club con un modelo deportivo e institucional ambicioso, claro y perdurable, basado en la formación de jugadores y jugadoras, que nos permita liderar la industria nacional y competir constantemente en torneos internacionales a nivel masculino y femenino, contando con la mejor infraestructura deportiva y generando un vínculo permanente con nuestros hinchas, fortaleciendo la identidad única que significa ser de la U.

Valores

Pasión
Incondicionalidad
Transversalidad
Empatía
Trabajo en equipo



INFORMACIÓN HISTÓRICA

Fundado bajo el alero de la Casa de Estudios más importante del país y una de las más tradicionales de Latinoamérica, el Club Universidad de Chile nace de la fusión de cuatro entidades deportivas que venían practicando la cultura del deporte desde inicios del siglo, un 24 de Mayo de 1927 en las dependencias del Diario Ilustrado (actual Intendencia Metropolitana).

Rápidamente se incrustó en la sociedad chilena y supo arrastrar las multitudes que han sido emblema distintivo de nuestra institución durante su historia.

En el plano deportivo el Club ha dejado una imborrable huella con inolvidables generaciones de atletas. Prueba de ello es el recordado "Ballet Azul", generación que supo dominar el concierto nacional durante una década ininterrumpida, siendo la base de la selección chilena que alcanzara el tercer lugar en el mundial disputado en nuestro país.

Esta historia no ha estado exenta de caídas; posterior a esta década dorada el Club cayó en una grave crisis económica e insitucional, época tristemente coronada con un descenso a Segunda División y un cuarto de siglo sin obtener triunfos deportivos.

Estos reveses, lejos de alejar a la gente de los estadios produjo el efecto contrario, afianzando el lazo hincha-club existente hasta hoy. No sólo la U volvió a Primera, volvió a campeónar y a ser protagonista en el concierto internacional.

Es con esta base que la U entró al tercer milenio con una solidez institucional y una fidelidad a prueba de balas, siendo el equipo más ganador del presente milenio, coronado por la Copa Sudamericana 2011, el primer título internacional del Club.



PRIMER EQUIPO MASCULINO

Si en 2024 habíamos dado un salto cualitativo para convertirnos en animadores del torneo local y retornar al sitio de protagonista que habíamos extraviado en el último tiempo, el 2025 será recordado como el año de la reinserción internacional de Universidad de Chile, al alcanzar las semifinales de la Copa CONMEBOL Sudamericana. Además, levantamos la Supercopa del fútbol chileno al vencer en la final a Colo Colo.

El año comenzó el 16 de diciembre de 2024, con una pretemporada que buscaba llegar en buena condición a la final de Supercopa, programada para enero de 2025, pero que finalmente se disputó en septiembre.

Nuestro plantel sumó siete nombres nuevos en el mercado estival pensando en los variados frentes que se debían cubrir con las participaciones en la Liga de Primera, la defensa del título de la Copa Chile, la Supercopa y la Copa CONMEBOL Libertadores. De esta manera, se anunciaron las incorporaciones de Julián Alfaro, Nicolás Fernández, Nicolás Ramírez, Javier Altamirano, Gonzalo Montes, Lucas di Yorio y Rodrigo Contreras. En el mercado de invierno vinieron Felipe Salomoni y Sebastián Rodríguez.

Después de ganar un triangular internacional en Coquimbo y de igualar con River Plate en Concepción, nuestro equipo debutó por la Liga de Primera, en un Estadio Nacional atiborrado, con una goleada sobre Ñublense.

La noche del 2 de abril era una de las más esperadas por los hinchas azules. Después de cuatro años, regresábamos a la Copa CONMEBOL Libertadores y lo hacíamos ante el campeón vigente. Ese día, 40 mil fanáticos regresaron felices a sus casas, y otros tantos festejaron ante el televisor, tras el triunfo sobre Botafogo, con solitario gol de Di Yorio.



En la segunda fecha del torneo, la U ya era uno de los equipos sensación tras ganarle por 2-1 a Estudiantes de La Plata, en Argentina. No eran solo los resultados, si no que un sistema de juego agresivo y protagónico el que daba que hablar. Nuestro equipo finalizó tercero en la fase de grupos y, tras superar en el repechaje a Guaraní, de Paraguay, se instaló en octavos de final de la Copa CONMEBOL Sudamericana.

El rival era el poderoso Independiente. Tras el triunfo por 1-0 en Ñuñoa, se disputó la revancha en Avellaneda. El duelo iba 1-1 cuando los actos de violencia perpetrados en las tribunas obligaron a cancelar el juego. Superamos en cuartos de final a Alianza Lima, con un empate sin goles en Perú y triunfo por 2-1 en Coquimbo. En semifinales, otro equipo argentino aparecía en la mira, el Club Atlético Lanús. Fue empate 2-2 en el Nacional y triunfo para los granates en Buenos Aires, con un arbitraje polémico y que nos dejó con un sabor muy amargo. Más allá de la frustración, la del 2025 fue nuestra segunda mejor campaña en la Sudamericana, después del histórico título de 2011.

En el intertanto, obtuvimos la postergada Supercopa, tras vencer a Colo Colo por 3-0, el domingo 14 de septiembre en el Estadio Santa Laura. La contundente victoria ante el archirrival se concretó con anotaciones de Matías Sepúlveda, Nicolás Guerra y Lucas Assadi. Fue el segundo trofeo de la Supercopa en nuestras vitrinas y el primero en una década. Por la Copa Chile, quedamos eliminados en octavos de final.

Universidad de Chile fue animador de la Liga de Primera durante el primer semestre. Finalizamos la rueda inicial a un punto del líder y futuro campeón, Coquimbo Unido. El apretado calendario y la exigencia internacional mermaron el rendimiento en el plano local. La victoria por 3-2 de la última fecha sobre Deportes Iquique, en el Tierra de Campeones, nos dejó en la cuarta posición, con 55 puntos después de 17 partidos ganados, cuatro empatados y nueve perdidos, una diferencia de gol de +8 y un rendimiento del 61 por ciento. El goleador azul fue Lucas di Yorio, con 12 anotaciones, y la figura, Lucas Assadi, quien explotó en el segundo semestre y sumó ocho conquistas. Además, fue quien más aportó a la regla de presencia de los Sub 21, con 1.207 minutos.

Fiel al plan estratégico que considera el aporte de jugadores formados en casa al primer equipo, la U promovió a Rubén Vera, Martín Espinoza y Flavio Moya. Si bien este último ya había debutado profesionalmente por Ñublense cuando estuvo a préstamo, jugó durante 2025 sus minutos iniciales con la camiseta de nuestro primer equipo.

Universidad de Chile nuevamente fue generoso aportante para las selecciones chilenas. Un total de 23 jugadores azules estuvo en nóminas de torneos y microciclos. En esta lista destacaron: Benjamín Díaz, Renato Núñez y Andher González (Sudamericano Sub 17); Franco Mancilla y Jhon Cortés (Copa del Mundo de la FIFA Sub 17); Vicente Ramírez y Benjamín Garcés (Torneo L'Alcudia Sub 18); Ignacio Sáez, Flavio Moya y Agustín Arce (Copa del Mundo de la FIFA Sub 20); Nicolás Guerra, Gabriel Castellón y Marcelo Díaz (fecha FIFA), y Fabian Hormazábal, Matias Sepúlveda, Javier Altamirano y Lucas Assadi (clasificatorias mundialistas).



FÚTBOL FEMENINO

El fútbol femenino de Universidad de Chile continuó su crecimiento sostenido durante 2025, donde consolidó avances relevantes tanto en el ámbito competitivo como en el desarrollo integral de sus jugadoras.

La profesionalización del plantel siguió reflejándose en la cancha, donde Las Leonas alcanzaron nuevamente la final del torneo nacional y aseguraron su clasificación a la Copa CONMEBOL Libertadores 2026, instancia que marcará la sexta participación del club en este certamen continental.

Entre los hitos de la temporada, destacó la firma de contratos profesionales de jugadoras formadas en casa como Gabriela García, y las hermanas Arantza y Grettel Suazo, quienes no solo dieron un paso clave en su desarrollo, sino que también comenzaron a consolidarse en el primer equipo, donde sumaron minutos y, además, con la participación en convocatorias a microciclos de la selección Sub 20 y de la selección adulta.



En el ámbito formativo, los avances también fueron importantes. La categoría Sub 19 se coronó campeona del Torneo Clausura, reflejo del trabajo sistemático en la formación de jugadoras y del compromiso del club con la proyección de talento hacia el plantel profesional. Este logro reafirma la solidez de un modelo que busca nutrir de manera constante al primer equipo.

El vínculo con las selecciones nacionales se mantuvo como un eje fundamental del proyecto deportivo. Durante 2025, un total de 27 jugadoras del club fueron convocadas a procesos de La Roja en las categorías Sub 14, Sub 15, Sub 17 y Sub 20. Esta es la evidencia del impacto y el alcance del trabajo formativo desarrollado por Universidad de Chile.

Este proceso se vio fortalecido bajo la conducción del entrenador del primer equipo, Cristóbal Jiménez, quien además lidera la estructura técnica del fútbol formativo femenino. Así, se permite una alineación metodológica y estratégica en todas las categorías.

De esta manera, el 2025 se consolidó como un año de continuidad y fortalecimiento del proyecto. El rendimiento competitivo, sumado al desarrollo de nuevas jugadoras y la presencia constante en selecciones nacionales, ratifica que el fútbol femenino de Universidad de Chile avanza sobre bases sólidas y una proyección clara, reafirmando su protagonismo en el escenario nacional y su ambición de seguir creciendo a nivel internacional.



FÚTBOL FORMATIVO

El 2025 estuvo marcado por una significativa presencia de jugadores del Fútbol Formativo en instancias de alto rendimiento, tanto a nivel nacional como internacional.

Destacada fue la participación de Agustín Arce, Ignacio Sáez y Flavio Moya en la Copa Mundial Sub 20 disputada en nuestro país. Asimismo, Jhon Cortés y Franco Mancilla participaron en el Mundial Sub 17, representando a Chile, mientras que Andrés Bolaño lo hizo en representación de Venezuela, en la cita que se realizó en Qatar.



A nivel sudamericano, tres jugadores de nuestra cantera —Andher González, Benjamín Díaz y Renato Núñez— fueron convocados a la Selección Chilena para disputar el Sudamericano Sub 17 desarrollado en Colombia. Este llamado vino a reafirmar el constante aporte de nuestro club al desarrollo del fútbol joven nacional.

Durante la temporada, el área formativa también tuvo una destacada participación internacional a nivel de clubes, donde compitió en tres torneos de alto nivel.

En junio, la categoría Sub 15 participó en la Nike Premier Cup, realizada en Brasil, donde enfrentó a equipos como Pumas UNAM, Corinthians, Alianza Lima y Pachuca. Posteriormente, la Sub 16 compitió en la Adidas Cup Lima, en Perú, donde se midió ante Rosario Central, Sporting Cristal, Universitario y Cruz Azul. Finalmente, la Sub 13 participó en la Supercopa Internacional TDS, también en Perú, donde se midió contra Independiente del Valle, Once Caldas, la Selección Peruana y Sporting Cristal.

En el ámbito institucional, se avanzó de manera significativa en el fortalecimiento de la infraestructura deportiva, con la construcción de un gimnasio destinado al Fútbol Formativo y al Fútbol Femenino de alto rendimiento, lo que permitirá potenciar tanto el desarrollo físico de nuestros jugadores como las condiciones generales de entrenamiento.

Asimismo, se ha consolidado una cultura de trabajo, liderada por César Henríquez quien, en su rol de jefe técnico del Fútbol Formativo, ha dado continuidad y proyección a los procesos metodológicos implementados en el club, fortaleciendo una estructura de trabajo coherente, moderna y alineada con las exigencias del alto rendimiento, con foco en la formación integral y la proyección sostenida de talentos hacia el primer equipo.



PROPIEDAD

RAZÓN SOCIAL

Azul Azul S.A.

NOMBRE DE FANTASÍA

Azul Azul

RUT

76.838.140-2

INSCRIPCIÓN EN REGISTRO DE VALORES

Nº 978

Tipo de sociedad

Sociedad Anónima Abierta

DOMICILIO LEGAL

Av. El Parrón 0939, La Cisterna.

SITIO WEB

www.udechile.cl

CORREO ELECTRÓNICO

info@udechile.cl

CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD

Azul Azul S.A. fue constituida por escritura pública otorgada el 15 de Mayo de 2007 ante la Notario Público de Santiago señora Nancy de la Fuente Hernández, cuyo extracto fue publicado en el Diario Oficial No 38.765 con fecha 17 de Mayo de 2007, e inscrito en el Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago, a fojas 19.275, número 14.063 del mismo año.

El 8 de Junio de 2007 la Sociedad fue inscrita en el Registro de Valores de la Superintendencia de Valores y Seguros (SVS) con el número 978, por lo que está bajo la fiscalización de dicha instancia.

La Sociedad tiene por objeto organizar, producir, comercializar y participar en actividades profesionales de entretenimiento y esparcimiento de carácter deportivo, recreacional y en otras relacionadas o derivadas de éstas, así como en actividades formativas con contenido deportivo. Para esta finalidad, podrá prestar servicios de asesoría, apoyo, equipamiento y consultoría de índole organizacional, de administración y gestión de eventos y otros ámbitos y especialidades de tal objeto.

Para desarrollar su objeto social, el 8 de Junio de 2007 la Sociedad suscribió un Contrato de Concesión con la Corporación de Fútbol Profesional de la Universidad de Chile en quiebra, representada por el síndico titular José Manuel Edwards Edwards, a fin de gestionar todos los activos de ésta. La Sociedad inició sus actividades operacionales el 20 de Junio de 2007.

Azul Azul S.A. es una Sociedad Anónima Abierta, cuyas acciones se encuentran inscritas en el registro de valores de la Comisión para el Mercado Financiero (CMF) con el Nº 978. Al cierre de los Estados Financieros, el capital suscrito y pagado asciende a M\$ 22.104.707 dividido en 44.683.341 acciones, de las cuales 1 corresponde a la serie A y 44.683.340 a la serie B.

CAMBIOS IMPORTANTES EN LA PROPIEDAD

Durante el 2025 no hubo cambios importantes en la propiedad de la sociedad.

IDENTIFICACIÓN DE SOCIOS O ACCIONISTAS MAYORITARIOS :

Los 12 mayores Accionistas de la Sociedad al 31 de diciembre de 2025 son:

ACCIONES SERIE A:

Nombre o Razón Social	Rut	Acciones	Participación
UNIVERSIDAD DE CHILE	60.910.000-1	1	100,00%

ACCIONES SERIE B:

Nombre o Razón Social	Rut	Acciones	Participación
BCI C DE B S A	96.519.800-8	28.383.136	63,52%
LARRAIN VIAL S A CORREDORA DE BOLSA	80.537.000-9	10.484.457	23,46%
ASESORIAS E INV SANGIOVESE LTDA	78.907.390-2	2.911.909	6,52%
BANCHILE CORREDORES DE BOLSA S A	96.571.220-8	491.578	1,10%
SANTANDER CORREDORES DE BOLSA LIMITADA	96.683.200-2	335.957	0,75%
BANCOESTADO S.A.CORREDORES DE BOLSA	96.564.330-3	334.205	0,75%
CONSORCIO C DE B S A	96.772.490-4	111.695	0,25%
ITAU CORREDORES DE BOLSA LIMITADA	96.665.450-3	98.479	0,22%
VALORES SECURITY S A C DE B	96.515.580-5	85.645	0,19%
FINANZAS Y NEGOCIOS S A C DE B	95.319.000-1	60.298	0,13%
ALBALA CHAMUDES FERNANDO	6.937.870-6	36.174	0,08%
BICE INVERSIONES CORREDORES DE BOLSA S A	79.532.990-0	27.395	0,06%

Total 12 Principales accionistas	43.360.928	97,04%
Otros Accionistas	1.322.412	2,96%
Total acciones	44.683.340	100,00%

Número total de accionistas registrados al 31-12-2025 de la serie A era 1.

Número total de accionistas registrados al 31-12-2025 de la serie B era 4.810.

Fuente: DCV Registros, empresa encargada del Registro Accionario de la Sociedad, todas correspondiente a acciones serie B.

PERSONAS NATURALES O JURÍDICAS QUE REPRESENTAN DIRECTA O INDIRECTAMENTE EL 10% O MÁS DEL CAPITAL DE LA ENTIDAD:

Accionista/Empresa	Rut	Acciones serie B	Participación
Fondo de Inversión Privado Tactical Sport	77.328.976-K	28.182.469	63,07%
Otros		200.667	0,45%
Bci Corredores De Bolsa S.A.	96.519.800-8	28.383.136	63,52%

BCI Corredoras de Bolsa S.A. es solo el custodio de las acciones de propiedad del Fondo de Inversión Privado Tactical Sport, a quien la sociedad reconoce e identifica como dueño de las mismas.

Accionista/Empresa	Rut	Acciones serie B	Participación
Daniel Schapira Eskenazi	5.259.960-0		
Inmobiliaria DSE Limitada	77.219.250-9	9.580.891	21,44%
Otros		903.566	2,02%
Larrain Vial S.A Corredora de Bolsa	80.537.000-9	10.484.457	23,46%

El aportante del Fondo de Inversión Privado Tactical Sport, cuya administradora es Sartor Administradora de Fondos de Inversión Privados S.A., es:

Aportante/Empresa	Rut	Participación
Inversiones Antumalal Ltda.	76.522.225-7	100%

Los socios de Inversiones Antumalal Ltda. son:

Nombre	Nombre	Rut	Participación en Inversiones Antumalal Ltda.
Inversiones Antumalal Ltda.	Michael Mark Clark Varela	13.549.745-2	90,000%
	Andrea Toro Cunha	17.536.054-9	10,000%

ACCIONES, SUS CARACTERÍSTICAS Y DERECHOS

Azul Azul S.A. es una Sociedad Anónima Abierta, cuyas acciones se encuentran inscritas en el registro de valores de la Comisión para el Mercado Financiero (CMF) con el N° 978. Al cierre de los Estados Financieros, el capital suscrito y pagado asciende a M\$ 22.104.707 dividido en 44.683.341 acciones, de las cuales 1 corresponde a la serie A y 44.683.340 a la serie B.

La serie A consta de 1 acción, que pertenece a la Universidad de Chile (Casa de Estudios), y que le otorga el derecho a elegir, por sí sola, y como única preferencia, dos de los once directores. Esta preferencia se mantendrá por treinta años desde 2008. La serie B tendrá derecho a elegir nueve directores.

El accionista de la serie A no podrá celebrar ni mantener con otros accionistas pactos de cesión de la acción ni acuerdos de actuación conjunta, de especie alguna, ni podrá entregar la acción en administración a otros accionistas o terceros, por lo que la preferencia se extinguirá en ese caso y la acción se transformará en ordinaria desde ese momento.

Vencido el plazo de la preferencia de la serie A o en los casos señalados en párrafo anterior, la serie A y B dejarán de existir, quedando todas las acciones de una sola serie.

Política de Dividendos

El Directorio de la Sociedad no ha determinado política al respecto, por lo que en su defecto se remitirá a la correspondiente norma legal referente a esta materia, que es la distribución del 30% de la utilidad.

Transacciones en bolsas

Azul Azul S.A. cotiza sus acciones en la Bolsa Electrónica de Chile y en la Bolsa de Comercio de Santiago.

Bolsa Electrónica de Chile

Trimestre	Año 2025					Cantidad	Monto
	Precio mayor	Precio menor	Precio medio	Precio cierre	Presencia bursátil*		
Primer Trimestre							
Segundo Trimestre							
Tercer Trimestre							
Cuarto Trimestre							

Nota: Precios expresados en pesos del mes señalado. De acuerdo a lo establecido en el artículo 16° del Manual de Fijación de Precios de Cierre, no fijan precio de cierre oficial, mayor, menor ni medio, las operaciones en acciones efectuadas en los sistemas de transacción por un monto igual o superior a 30.000 UF, o bien por un número de acciones igual o superior al 10% del total de acciones suscritas y pagadas de la misma serie.

Bolsa de Comercio de Santiago

Trimestre	Año 2025					Cantidad	Monto
	Precio mayor	Precio menor	Precio medio	Precio cierre	Presencia bursátil*		
Primer Trimestre	-	-	-	550,00	0%	1.788	874.616
Segundo Trimestre	520,00	440,00	500,56	550,00	0%	21.243	10.633.372
Tercer Trimestre	590,00	543,50	564,62	560,00	0%	74.625	42.105.617
Cuarto Trimestre	590,00	500,00	528,76	560,00	0%	10.927	5.795.395

Nota: Precios y montos expresados en pesos de los meses señalados. Los precios promedios excluyen las operaciones directas (OD) mayores o iguales a UF 30.000, las transacciones menores a UF 20 y las operaciones interbolsa (OIB).

**Presencia Bursátil calculada de acuerdo a la Norma de Carácter General N° 327 del 17/01/2012, de la Comisión para el Mercado Financiero. Considera las transacciones efectuadas hasta el día anterior a cada cierre de trimestre.*

OTROS VALORES:

Con fecha 16 de diciembre de 2022, la Sociedad colocó en el mercado local bonos desmaterializados y al portador de la Serie A (código nemotécnico BULLA-A), con cargo a la línea de bonos inscrita en el Registro de Valores de la Comisión bajo el N° 1.121 (en adelante los "Bonos Serie A").

Los Bonos Serie A devengan un interés de 6,00% anual, con vencimiento al 15 de septiembre de 2032. La tasa promedio de colocación de los Bonos Serie A fue de un 6,00%. La colocación de los Bonos Serie A se realizó por una suma total de 400.000 Unidades de Fomento.

GOBIERNO CORPORATIVO





Marco de Gobernanza

Azul Azul S.A. tiene como uno de sus principales objetivos desarrollar su gobierno corporativo sobre la base de principios y procesos que permitan definir lineamientos estratégicos de corto y largo plazo en sus diversas áreas, promoviendo una gestión eficiente de las actividades propias de su giro en sus dimensiones financieras, comerciales, deportivas y sociales, en cumplimiento de la normativa vigente.

El directorio de la Sociedad es el máximo órgano de gobierno corporativo y, conforme a sus estatutos y la Ley N°18.046 sobre Sociedades Anónimas, se encuentra conformado por 11 miembros, de los cuales 2 son elegidos por el titular de la acción de la Serie A, de propiedad de la Universidad de Chile. El directorio se reúne a lo menos mensualmente, sin perjuicio de poder requerir sesiones extraordinarias. El año 2025, la Junta de Accionistas de la Sociedad procedió con la renovación completa de su directorio, de conformidad a la Ley.

Los directores desempeñan su cargo por un período de 3 años, actuando de buena fe y debida diligencia, en resguardo del interés social y con consideración a los distintos grupos vinculados al desarrollo de las actividades de la Sociedad.

Los directores en su conjunto designan un gerente general con amplias facultades de administración, quien lidera las gerencias de las diversas áreas que conforman la operación de la Sociedad, sin perjuicio de la facultad del directorio para designar otros cargos de administración. En este marco, durante el ejercicio 2025 la Sociedad contó con funciones ejecutivas vinculadas a la gestión y a los asuntos públicos, conforme a las definiciones internas adoptadas por la organización en dicho periodo.

En lo que concierne a las políticas y procedimientos aplicables, la Sociedad cuenta con un código de ética, un Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad, además de la confección e implementación de un modelo de prevención del delito desde el año 2024 de conformidad a las disposiciones de la Ley N°20.393 y sus modificaciones incorporadas mediante la Ley N°21.595, además de hacer aplicable la Ley número 21.197 y al Decreto 22 del Ministerio del Deporte, habiendo incorporado a sus estatutos el "Protocolo General Para La Prevención y Sanción de las Conductas de Acoso Sexual, Abuso Sexual, Discriminación y Maltrato en la Actividad Deportiva Nacional", todo sin perjuicio de otras políticas que la Sociedad ha ido confeccionando, actualizando e implementando recurrentemente, que forman parte del marco de gobernanza de la compañía.

Asimismo, la Sociedad cuenta con auditoría externa para la revisión de sus Estados Financieros y cumple con las obligaciones de información al mercado requeridas por la normativa aplicable.

DIRECTORIO

Directorio al 31 de diciembre de 2025

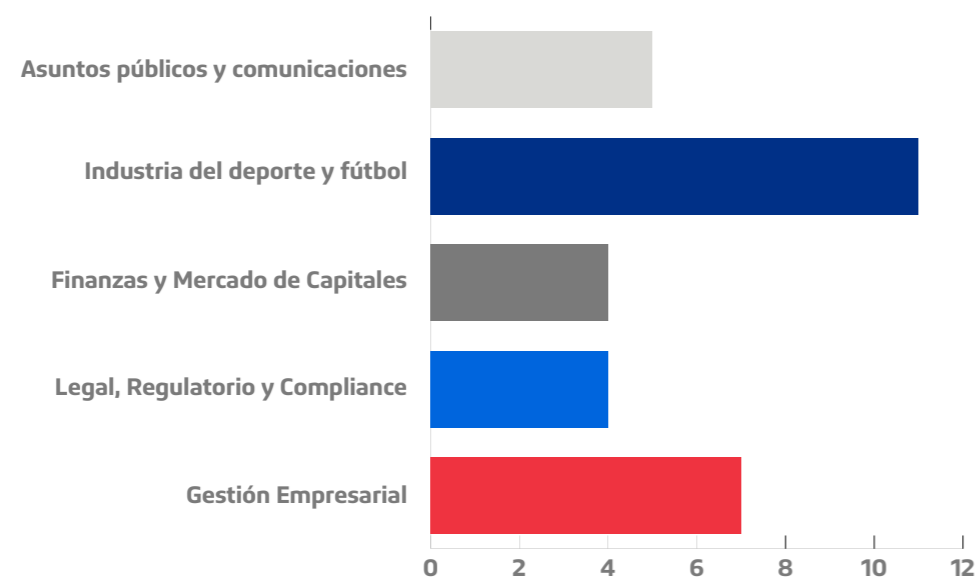
Nombre	RUT	Profesión u Oficio	Cargo	Fecha Último Nombramiento
Michael Mark Clark Varela	13.549.745-2	Ingeniero Comercial	Presidente	30-04-2025
Cecilia Roxana Pérez Jara	8.662.347-1	Abogada	Vicepresidenta	30-04-2025
Cristian Aubert Ferrer	12.455.550-7	Ingeniero Comercial	Director	30-04-2025
José Ramón Correa Díaz	13.271.507-6	Abogado	Director	30-04-2025
Héctor Hernán Humeres Noguera	5.632.901-3	Abogado	Director	30-04-2025
Aldo Marín Morales	12.663.975-9	Empresario	Director	30-04-2025
Roberto Nahum Anuch	5.946.299-7	Abogado	Director	30-04-2025
Juan Pablo Pavez Ureta	10.612.034-K	Ingeniero Comercial	Director	30-04-2025
Daniel Schapira Eskenazi*	5.279.960-0	Ingeniero Civil Industrial	Director	30-04-2025
Eduardo Schapira Peters*	15.312.269-5	Ingeniero Civil	Director	30-04-2025
Andres Weintraub Pohorille	2.592.188-7	Ingeniero Civil Eléctrico	Director	30-04-2025

*Los directores Daniel Schapira Eskenazi y Eduardo Schapira Peters cesaron de su cargo el 12 de enero de 2026.

La Junta Ordinaria de Accionistas del 30 de abril de 2025 acordó una dieta mensual al directorio, la que consiste en UF 50 para Presidente y Vicepresidenta, y UF 25 para Directores.

Durante el ejercicio 2025, por concepto de dietas al directorio el Presidente recibió UF 0, la Vicepresidenta UF 450 y el resto del directorio UF 225 cada uno. Durante el ejercicio 2024 no hubo dietas asignadas.

Matriz de conocimientos, habilidades y experiencia del Directorio



	Hombres	Mujeres
Por Género	10	1
Por Nacionalidad		
Chilena	10	1
Por rango de edad		
41 - 50 años	3	0
51 - 60 años	3	1
> 70 años	4	0
Por antigüedad		
< 3 años	6	0
3 - 6 años	3	1
> 12 años	1	0

Todos los directores son titulares y ninguno en situación de discapacidad

Política de contratación de expertos

El Directorio no cuenta con una política definida para la contratación de expertos en materias contables, tributarias, financieras, legales o de otro tipo, sin perjuicio de siempre buscar criterios de razonabilidad económica, experiencia técnica y profesional de cualquier experto o asesoría que se contrate, debiendo adoptarse dicha decisión por el directorio en conformidad con las mayorías legales y estatutarias vigentes. Durante el ejercicio 2025 el directorio no contrató asesorías particulares de ninguna naturaleza.

Asimismo, no se realizaron capacitaciones especiales al Directorio por parte de asesores externos a la compañía durante el ejercicio 2025, ni tampoco una evaluación de desempeño colectivo y/o individual.

Respecto a los servicios contratados para la auditoría de los estados financieros, el directorio tomó la decisión de contar con KAM Auditores Consultores, por un monto total de UF 220, en concordancia con la decisión que relativo a estos efectos se tomó en la correspondiente Junta Ordinaria de Accionistas, lo cual equivale al mismo monto desembolsado durante el año 2024.

Inducción de nuevos integrantes del directorio

La inducción de nuevos directores para el año 2025, se realizó a través de un proceso liderado por el Gerente General, con el objetivo central de facilitar la integración de los nuevos integrantes del directorio y otorgarles, desde el inicio de su gestión, la información necesaria para el ejercicio informado y responsable de las funciones.

El proceso de inducción incluye una reunión en las instalaciones de la Sociedad para efectuar una presentación relativa a los principales aspectos operacionales, deportivos, de estructura organizacional y de las principales áreas de administración, así como el estado financiero de la Sociedad, además de la entrega de documentación corporativa relevante (manuales, políticas, códigos) entre otros aspectos que son presentados relativos al giro de la Sociedad.

Gestión de riesgos y auditoría

Atendida la estructura y organización de la Sociedad durante el ejercicio 2025, las materias de gestión de riesgos fueron abordadas por la administración y el Directorio, en virtud de lo cual en sus reuniones periódicas se analiza la gestión de la sociedad y los riesgos a los que está expuesta.

Sin perjuicio de lo anterior, a partir del año 2021 la Sociedad conformó un comité de auditoría financiera en el que participan 3 directores, los cuales se reúnen trimestralmente, sosteniendo además reuniones con los auditores externos. Lo anterior se realiza además de las reuniones periódicas de la gerencia general y gerencia de finanzas con los auditores externos, en ambos casos traspasando dicha información al directorio.

Asimismo, en línea con la gestión de riesgos, la Sociedad cuenta con un modelo de prevención del delito desde el año 2024, con una gerencia especial para el área de seguridad y con una unidad de control de gestión encargada de revisar aspectos operacionales internos.

Visitas a Instalaciones

La Sociedad opera fundamentalmente en las instalaciones en las que se encuentra su centro de entrenamiento y oficina social (Centro Deportivo Azul). Estas son recorridas por el Directorio, en el marco de sus reuniones ordinarias y proceso de inducción, pudiendo compartir impresiones con quienes desarrollan actividades en las mismas y con ello fomentar y generar mejoras a través del directorio.

Funcionamiento del directorio

El directorio desarrolla sus sesiones de directorio de forma mensual, con posibilidad de celebrar sesiones adicionales o extraordinarias según lo requiera la marcha de los negocios sociales. Las sesiones ordinarias se celebran – por regla general - el último jueves hábil de cada mes, definiendo el propio directorio cualquier cambio de agenda. Los directores son citados a la celebración de las sesiones por correo electrónico. El año 2025 el directorio se reunió en 19 oportunidades, 12 en sesiones ordinarias y 7 en sesiones extraordinarias.

En cuanto al formato de celebración de las sesiones de directorio, estas son desarrolladas en las instalaciones de la Sociedad, pudiendo participar en ellas aquellos directores que, a pesar de no encontrarse presentes, estén comunicados, simultánea y permanentemente, a través de medio tecnológicos autorizados. El tiempo de duración aproximada es de cuatro horas.

Por su parte, las actas de cada sesión se envían por medios electrónicos a cada uno de los miembros de forma previa a su aprobación y firma, de forma anterior a la siguiente sesión de directorio. Asimismo, una vez aprobada el acta, ésta se encuentra a disposición de cada director en las oficinas sociales en libro de actas respectivo, en soporte físico. Los libros de acta se encuentran almacenados en las oficinas de la Sociedad desde el inicio de la misma.

Por su parte, se ha realizado un trabajo de digitalización de actas por lo que pueden ser requeridas por los directores a la gerencia para su revisión.

Los directores pueden utilizar los canales de denuncia vigentes en la Sociedad, no existiendo un canal separado exclusivo para el Directorio. Asimismo, respecto a la información sobre denuncias se presenta al directorio la existencia o inexistencia de las mismas en las diversas áreas en las cuales pudiera ser aplicable (ética, laborales, modelo de prevención del delito, acoso y abuso en el deporte) de forma agregada, tomando en consideración la confidencialidad respectiva.

Plan de Continuidad operacional

La Sociedad aborda las contingencias operacionales que puedan existir mediante instancias periódicas de coordinación ejecutiva y reporte al Directorio, orientadas a adoptar medidas de mitigación y seguimiento frente a estos eventos específicos.

No obstante, existe un comité de gerencia que se reúne y reporta al directorio en caso de contingencias o crisis, en virtud de lo cual se adoptan medidas de mitigación para dichos eventos críticos. Este comité igualmente se reúne una vez a la semana con la finalidad de anticiparse o prepararse para las distintas contingencias. La información generada por este comité es informada a la presidencia del Club una vez a la semana.

COMITÉS DEL DIRECTORIO

El directorio de Azul Azul cuenta – de conformidad con sus estatutos – con dos comisiones permanentes: Comisión Fútbol Profesional y Comisión Fútbol Formativo. Asimismo, el año 2021 la Sociedad conformó un Comité de Auditoría Financiera, y el año 2024 se creó la Comisión Fútbol Femenino.

Las 3 comisiones deportivas tienen como rol o misión principal, interiorizarse con mayor detalle del funcionamiento y desarrollo del área específica, a través de la presentación del Gerente Deportivo y cada uno de los jefes de áreas.

•La Comisión Fútbol Profesional, cuyos integrantes son: H. Humeres, R. Nahum, C. Pérez, A. Marín, D. Schapira y J.P. Pavez, sesionan con periodicidad aproximada de cada 45 días. No hubo gastos asociados a este Comité durante el ejercicio 2025.

•La Comisión Fútbol Formativo, cuyos integrantes son: E. Schapira, C. Aubert, J.R. Correa, D. Schapira, A. Weintraub y M. Clark, sesionan con periodicidad aproximada de cada 60 días. No hubo gastos asociados a este Comité durante el ejercicio 2025.

•La Comisión Fútbol Femenino, cuyos integrantes son: J.R. Correa, A. Marín, C. Pérez, A. Weintraub y J.P. Pavez, sesionan con periodicidad aproximada de cada 60 días. No hubo gastos asociados a este Comité durante el ejercicio 2025.

-La Comisión Auditoría Financiera, cuyos integrantes son: C. Aubert, M. Clark y J.P. Pavez tiene como rol y principales funciones la revisión de los estados financieros que emite la sociedad de forma trimestral, por lo que sesionan con periodicidad trimestral y reportan al directorio con esta misma frecuencia. Adicionalmente, esta comisión se reúne con la empresa de auditoría externa a cargo de la auditoría de los estados financieros de forma semestral en conjunto con el gerente general, gerente de finanzas, contador general y control de gestión de la Sociedad. No hubo gastos asociados a este Comité durante el ejercicio 2025.

De conformidad a la legislación vigente, la Sociedad no cuenta con el Comité de Directores del artículo 50 bis de la Ley N°18.046.

EJECUTIVOS PRINCIPALES

Nombre	Rut	Profesión u oficio	Cargo	Fecha nombramiento	Fecha de cesación
Jose Ignacio Asenjo Cheyre	15.364.148-k	Ingeniero Comercial	Gerente General	01-08-2022	Vigente
Manuel Mayo Ubach	17.603.211-1	Ingeniero Comercial	Gerente Deportivo	01-06-2022	Vigente
Claudia Paulina Agüero Ortega	8.845.836-2	Ingeniero Comercial	Gerente Comercial	01-06-2023	Vigente
Javier Gonçalves Rey	11.634.110-7	Oficial (R) Carabineros	Gerente de Operaciones y Seguridad	10-06-2024	Vigente
Michael Clark Varela	13.549.745-2	Ingeniero Comercial	Director Ejecutivo	01-02-2024	Vigente
Cecilia Pérez Jara	8.662.347-1	Abogada	Directora de Asuntos Públicos	01-02-2024	Vigente
Cristobal Güell Escobar	16.609.175-6	Ingeniero Civil	Gerente de Finanzas	01-11-2024	Vigente
Leopoldo Iturra Henríquez	12.015.605-5	Periodista	Gerente de Comunicaciones	16-12-2024	Vigente

Remuneraciones

Las remuneraciones e indemnizaciones percibidas durante 2025 por los ejecutivos principales de la Sociedad y su filial, entendiéndose por tales directores con cargos ejecutivos y gerentes de área, ascienden a un total de M\$ 811.177 brutos; mientras para el ejercicio 2024 ascendió a M\$ 720.943 brutos.

El monto del ejercicio 2025 anteriormente señalado, incluye la remuneración percibida por el director Sr. Michael Clark por su trabajo como Director Ejecutivo, por un total de M\$ 171.724 brutos y de la directora Sra. Cecilia Pérez Jara por su trabajo como Directora de Asuntos Públicos, por un total de M\$ 40.110 brutos, mientras para el ejercicio 2024 ascendían a M\$ 150.554 y M\$ 35.103 brutos respectivamente.

Participación accionaria de ejecutivos principales y directores

Nombre	Cargo	Rut	Participación	Propiedad
Daniel Schapira Eskenazi	Director	5.279.960-0	9,8696%	Indirecta
Eduardo Schapira Peters	Director	15.312.269-5	2,8930%	Indirecta
Andrés Weintraub Pohorille	Director	2.592.188-7	0,0047%	A título personal
Roberto Nahum Anuch	Director	5.946.299-7	0,0045%	A título personal
Aldo Marín Morales	Director	12.663.975-9	0,0011%	A título personal
Héctor Hernán Humeres Noguer	Director	5.632.901-3	0,0002%	A título personal

El resto de directores y directoras , y ejecutivos principales no poseen participación en la propiedad.

ESTRATEGIA





PLAN DE INVERSIÓN

La política de inversión tiene como objeto potenciar nuestros planteles profesionales masculino y femenino, además de mejorar la infraestructura de trabajo de toda la institución.

Durante el año 2025, para potenciar el plantel masculino, la sociedad adquirió derechos federativos y/o económicos de jugadores de acuerdo al siguiente detalle:

Jugador	Procedencia o destino	Derechos federativos	Derechos económicos
Rodrigo Contreras	C.D. Antofagasta	100% Derechos Federativos	0% de Derechos Económicos
Lucas Di Yorio	Athletico Paranaense (Brasil)	100% Derechos Federativos	0% de Derechos Económicos
Gonzalo Montes	Huachipato	100% Derechos Federativos	100% de Derechos Económicos
Nicolas Fernández	Audax Italiano	100% Derechos Federativos	100% de Derechos Económicos
Nicolas Ramírez	Libre	100% Derechos Federativos	50% de Derechos Económicos
Javier Altamirano	Estudiantes de la Plata (Argentina)	100% Derechos Federativos	0% de Derechos Económicos
Felipe Salomoni	Guaraní (Paraguay)	100% Derechos Federativos	0% de Derechos Económicos

Todos estos pases fueron financiados con capital de trabajo de la sociedad, esto es recursos propios obtenidos de recaudaciones, participaciones en torneos amistosos internacionales y nacionales, servicios de publicidad, ingresos por transferencias de derechos de jugadores y con la venta de derechos de televisión.

MODELO DE NEGOCIOS





SECTOR INDUSTRIAL

Azul Azul es la Sociedad Anónima que administra el fútbol profesional y formativo del Club Universidad de Chile y participa a nivel local, con todas sus categorías, en las competencias que organiza y desarrolla la Asociación Nacional de Fútbol Profesional (ANFP); mientras que a nivel internacional, la participación institucional se lleva a cabo a través de los torneos organizados y desarrollados por la Confederación Sudamericana de Fútbol, CONMEBOL.

NEGOCIOS

Azul Azul S.A. cuenta con diversas líneas de negocios que constituyen sus principales fuentes de ingresos, entre las que destacan la comercialización de derechos televisivos, auspicios y publicidad, la venta de entradas y abonos, las transferencias y préstamos de jugadores, así como otros ingresos asociados a la explotación de la marca, tales como e-commerce, licencias y experiencias para hinchas.

El 2025 fue un año de consolidación, marcado por la firma del contrato comercial más importante de nuestra historia, el fortalecimiento del vínculo con nuestros hinchas, la evolución de nuestros productos comerciales y el retorno del club a la escena internacional.

La clasificación a competencias de la Conmebol, tras varios años de ausencia en fase de grupos, no solo representó un hito deportivo sino que también impulsó significativamente el posicionamiento del club, ampliando su visibilidad y generando nuevas oportunidades comerciales tanto a nivel local como regional.

En este contexto, el club avanzó en la consolidación de su modelo de ingresos, con el fortalecimiento de su portafolio de auspiciadores —donde destaca la renovación de la alianza con Adidas—, el crecimiento sostenido en la asistencia a los estadios y el desarrollo de nuevas líneas de negocio orientadas a mejorar la experiencia del hincha.

Derechos de Televisión

Este concepto corresponde a los ingresos anuales derivados de los derechos de televisión del fútbol profesional, generados principalmente a partir de los contratos de transmisión suscritos por la Asociación Nacional de Fútbol Profesional (ANFP) con las señales oficiales, como TNT Sports, los cuales son distribuidos entre los clubes en virtud de los acuerdos vigentes y los mecanismos de reparto establecidos.

Adicionalmente, se consideran los ingresos provenientes por la participación internacional, compuestos principalmente por derechos de televisión internacionales, correspondientes a las competencias organizadas por la Confederación Sudamericana de Fútbol, tales como la Copa Libertadores y la Copa Sudamericana, los cuales son percibidos directamente por los clubes en función de su participación deportiva, incluyendo partidos en condición de local y otras variables asociadas al rendimiento en dichos torneos.



Ingresos de Publicidad

Los ingresos asociados a auspicios y acuerdos comerciales constituyen una de las principales fuentes de financiamiento de la institución. En este contexto, la estrategia se centra en el fortalecimiento sostenido de la marca, mediante la generación de alianzas con empresas de distintos sectores, así como en la diversificación de los ingresos vinculados a estos contratos. Para ello, el club cuenta con un equipo especializado encargado de la gestión comercial y la implementación del plan de negocios, cuyos avances son monitoreados periódicamente por la administración y el directorio. La capacidad de renovar, optimizar o sustituir estos acuerdos al término de su vigencia resulta clave para asegurar la estabilidad y proyección de los ingresos.

Durante el período reciente, este ítem ha estado marcado por la concreción de nuevos acuerdos con actores relevantes del mercado, así como por la consolidación de alianzas estratégicas de largo plazo. En particular, se han incorporado nuevos auspiciadores y se han fortalecido contratos existentes, incluyendo acuerdos vinculados a la indumentaria oficial, presencia de marca en el estadio y plataformas digitales. Estas iniciativas no solo contribuyen a incrementar los ingresos, sino también a potenciar la visibilidad del club y su posicionamiento dentro y fuera del ámbito deportivo.

A) Sponsors e indumentaria

Renovación con Adidas

Durante 2025, Universidad de Chile consolidó y profundizó su relación estratégica con Adidas, mediante la renovación y mejora sustantiva de un acuerdo que se convirtió en el más relevantes de la historia del club y también para el portafolio global de la marca.

Esta alianza, que posiciona a la "U" como uno de los socios más importantes de Adidas a nivel mundial, permitió optimizar significativamente las condiciones comerciales vigentes, ampliando el alcance del acuerdo en materia de provisión de indumentaria, lo que permite proyectar una cobertura más integral para las distintas áreas del club, incluyendo a los funcionarios que participan en la operación de los días de partido.

En esta misma línea, el acuerdo contempla compromisos de inversión en infraestructura en el Centro Deportivo Azul (CDA), orientados a la mejora de espacios comunes y a reforzar la presencia de la marca en instalaciones claves. Gracias a esto, se consolida una integración transversal entre Adidas y Universidad de Chile.

Equipo Masculino

Durante 2025, Universidad de Chile aumentó su portafolio de auspiciadores en la indumentaria del equipo masculino, marcado por la consolidación de alianzas estratégicas y la incorporación de nuevas marcas en espacios relevantes de la camiseta.

Además de la renovación de la relación con Adidas, el club mantuvo su vínculo con Machbank, que aumentó el aporte de la marca e incorporó su presencia en ambas clavículas de la camiseta. De esta forma, fortaleció su visibilidad en uno de los activos más relevantes del equipo.

En la misma línea de relaciones exitosas, se concretó el regreso de una marca con la que el club había desarrollado experiencias positivas en el pasado. Fue así como Marley Coffee se sumó a Zapping, que aportó con la entrega de suscripciones como beneficio para los primeros 3.500 abonados de la temporada 2025, como marcas en los petos de entrenamiento. Fue así como mejoró el mix de auspiciadores y se potenció el valor comercial de la indumentaria.

El conjunto de estas acciones permitió registrar un aumento de 25% en los ingresos por concepto de auspicios en la indumentaria del equipo masculino, consolidando esta línea como uno de los principales motores del desarrollo comercial del club.

Equipo Femenino

El equipo femenino de Universidad de Chile sumó a Mundo como nuevo auspiciador. En paralelo, se amplió la visibilidad de Las Leonas a través de la transmisión de todos sus partidos como local.

Se implementaron iniciativas orientadas a mejorar la experiencia en el estadio, donde destacó la presencia del corpóreo la "Chunchita" y dinámicas donde niños y niñas que asistían a los partidos participaban pateando al arco o con experiencias dentro de la cancha. Gracias a esto se fortaleció el vínculo con los hinchas más jóvenes y se generaron experiencias familiares.

Fútbol Formativo

Universidad de Chile mejoró su trabajo en el fútbol formativo al incorporar iniciativas que trascendieron lo deportivo y buscaron aportar al desarrollo integral de los jóvenes del club.

En este contexto, se estableció una alianza con la Fundación DKMS, orientada a visibilizar la importancia de la educación temprana en temas de salud y generar conciencia en torno a la donación de células madre. Esta iniciativa permitió vincular al club con una causa de alto impacto social, integrando a jugadores del fútbol formativo en instancias de sensibilización y reforzamiento de valores como la solidaridad, el compromiso y la responsabilidad social.

El fútbol formativo no solo se consolidó como una plataforma para el desarrollo deportivo, sino que también como un espacio clave en la formación valórica de los futuros jugadores de Universidad de Chile.

B) Otros ingresos comerciales

Activaciones destacadas

Durante la temporada 2025, Universidad de Chile desarrolló una serie de activaciones orientadas a fortalecer el vínculo con los hinchas, potenciar la experiencia en el estadio y generar nuevas instancias de valor para sus auspiciadores. Las más destacadas fueron las siguientes:

1) Lanzamiento camiseta 2025 y presentación de refuerzos

En conjunto con Adidas, se realizó el lanzamiento de la nueva camiseta oficial a través de un evento con público, buscando amplificar su alcance y generar un impacto transversal. Esta instancia se vinculó además con la presentación de los nuevos jugadores del plantel, e incluyó la participación de los partners del club, junto con un grupo selecto de abonados que vivió una experiencia exclusiva especialmente preparada por Jugabet.

2) Activaciones con HBO Max (Chespirito, Superman, Minecraft)

Se desarrollaron activaciones junto con HBO Max donde se integró al fútbol con el mundo del entretenimiento a través de contenidos y experiencias asociadas a distintos valores, lo que permitió ampliar el alcance de las marcas y generar nuevas formas de interacción con los hinchas.

3) Incorporación de AB InBev – Quilmes

Se sumó AB InBev - Quilmes como auspiciador, activando su presencia en el estadio mediante la distribución de cerveza sin alcohol en los accesos, junto con dinámicas durante el entretiempo orientadas a enriquecer la experiencia de los asistentes.



4) Acuerdo Smart Fit

El acuerdo con Smart Fit se amplió durante 2025, incorporando al fútbol formativo y femenino mediante la implementación de un gimnasio con estándares similares a los del plantel masculino. Este hito permite mejorar considerablemente las condiciones de entrenamiento en todas las áreas deportivas del club.

5) Proceso de licitación de la campaña de abonados

Durante 2025 se llevó a cabo el proceso de licitación para la campaña de abonados 2026. Fue la primera vez que se externalizó formalmente una campaña de abonos bajo este formato.

Este hito permitió elevar el estándar creativo y estratégico y dio como resultado piezas publicitarias de alto nivel, con propuestas diferenciadas y segmentadas según perfiles de hinchas. Gracias a este proceso, en noviembre se aprobaron tres piezas creativas principales, que estructuraron la campaña y contribuyeron a potenciar su alcance y efectividad comercial.

Borderó

Durante el año 2025, el club registró una asistencia total de público que refleja el constante apoyo de su hinchada, evidenciando un sólido nivel de convocatoria a lo largo de la temporada. En los partidos disputados en condición de local, se observó una tendencia positiva en la asistencia en comparación con el periodo anterior, lo que da cuenta del compromiso y fidelidad de los seguidores con la institución. A la vez, mantener nuevamente durante esta temporada la localía en el Estadio Nacional, mantuvo gran interés y permitió a toda nuestra hinchada disfrutar del club generando numerosos partidos a estadio lleno.

En términos de asistencia, la "U" se mantuvo un año más como líder en convocatoria del fútbol chileno, con un promedio de 35.765

espectadores por partido. Este desempeño posicionó al club en el puesto 64 del ranking mundial de asistencia, que reafirma su relevancia a nivel internacional y la fortaleza de sus seguidores.

El retorno a competencias internacionales durante la temporada 2025 también tuvo un impacto positivo en el interés y la participación de los hinchas. Esto ayudó a fortalecer el vínculo de los hinchas con el club y potenció la asistencia a los partidos como local.

Partidos Amistosos

Universidad de Chile comenzó la temporada con el título de un triangular internacional que se disputó en el Estadio Francisco Sánchez Rumoroso y que contó con la participación de Coquimbo Unido y el equipo argentino Godoy Cruz de Mendoza. La U ganó por segundo año consecutivo este trofeo.

En el marco de la preparación deportiva para los desafíos internacionales de la temporada, Universidad de Chile disputó un partido amistoso frente a River Plate en el estadio Ester Roa Rebolledo, de Concepción.

Este encuentro permitió al club medirse ante un rival de primer nivel internacional, fortalecer la preparación competitiva y generando, al mismo tiempo, una instancia de alto interés para los hinchas en regiones. Fue, además, el preámbulo adecuado para la excelente campaña en Copas que tuvo la U en 2025.

Abonos

El año 2025 representó un periodo relevante para esta área, marcado por el fortalecimiento de iniciativas orientadas a mejorar la experiencia del hincha y fomentar su asistencia al estadio. En este contexto, se impulsaron diversas acciones enfocadas en optimizar los procesos de compra, mejorar la accesibilidad y reforzar la relación con los seguidores a través de estrategias de fidelización, en el caso de los abonados al torneo nacional se incluyó

acceso a las preventas de los partidos de las Copas Libertadores y Sudamericana.

Dado esto, Universidad de Chile consolidó el crecimiento en su base de abonados y alcanzó un total de 11.574 socios para la temporada. Este número representa un perfil de estabilidad respecto de 2024, cuando se registraron 11.541 abonados.

Este resultado refleja la consolidación del proceso de reconexión con los hinchas iniciado el año anterior, especialmente tras el retorno del club al Estadio Nacional en 2024. Gracias a esto, Universidad de Chile mantiene una base sólida y comprometida de seguidores.

En relación con la venta de abonos, durante la temporada se comercializaron paquetes asociados al Campeonato Nacional y a la Copa Libertadores. La cantidad de abonados para el torneo nacional logro el mayor número de abonados de los últimos 7 años, mientras que el asociado a la Copa Libertadores agotó la venta para áreas como Galeria Sur y Norte.

En términos de ingresos, la venta de abonos se mantuvo como un componente relevante dentro de la estructura de ingresos por ticketing, aportando de manera clave al financiamiento de la operación del club.

Tienda

Durante el año 2025, las tiendas oficiales del club, tanto en su formato físico como a través de la plataforma de comercio electrónico, mostraron un crecimiento relevante en su desempeño, consolidando su presencia en los canales digitales y en los puntos de venta asociados al estadio. El objetivo fue impulsar el crecimiento y mejorar la experiencia de compra de los hinchas. La implementación de un e-commerce especializado durante todo el año permitió mayor control y gestión estratégica que junto a los buenos resultados del equipo generó una venta histórica.

Esto complementado con el desempeño del canal físico y la venta en estadio en días de partido, permitió en su conjunto alcanzar un crecimiento del 78% en las ventas del negocio de retail respecto al año anterior.

En paralelo, se avanzó en la diversificación del catálogo de productos, incorporando nuevas líneas y artículos exclusivos orientados a fortalecer la identidad del club y ampliar la oferta para los hinchas.

De cara al futuro, la institución continuará desarrollando su estrategia omnicanal, con foco en la integración de sus plataformas físicas y digitales, así como en la optimización de los procesos de compra. La incorporación de nuevas funcionalidades y medios de comunicación seguirá siendo un elemento clave para potenciar el crecimiento del canal e-commerce y mejorar la experiencia del usuario.

Escuelas Oficiales

Durante 2025, Universidad de Chile continuó consolidando el desarrollo de su red de Escuelas Oficiales para llegar a un total de 84 escuelas a nivel nacional y logrando así presencia en casi todas las regiones del país.

Este crecimiento permitió ampliar el impacto del club en la formación de niños y jóvenes y superar los 8.000 alumnos a lo largo del territorio. De esta forma, se fortalece el vínculo con las comunidades y se consolida a las escuelas como un eje relevante dentro del ecosistema del club.

Uno de los hitos más importantes del año fue el desarrollo del Torneo Nacional de Escuelas Oficiales, instancia que permitió reunir a distintas sedes en una competencia estructurada, que mejoró el sentido de pertenencia y la experiencia formativa de los participantes.

En este contexto, el proceso de licitación para la producción del torneo permitió al club profundizar en el entendimiento de los alcances operativos del evento. Fue así como se logró optimizar la gestión y generar una mejor planificación en términos de ingresos y costos asociados.

A la vez, se realizó un desfile de las escuelas en un partido oficial del club que permitió a los participantes de nuestras escuelas tener su momento de protagonismo y experimentar en primera persona lo que es un partido del club en el Estadio Nacional, creando así una experiencia única y que los liga más al club.

Las Escuelas Oficiales de Universidad de Chile continúan posicionándose como una plataforma clave para el desarrollo deportivo, la formación de futuros talentos y la construcción de comunidad en torno al club.

Licencias

Durante el año 2025, el club continuó impulsando una estrategia orientada al crecimiento y diversificación de su modelo de licenciamiento, consolidando y ampliando su portafolio de productos oficiales. En este contexto, se reforzó el trabajo con socios comerciales y licenciarios, buscando fortalecer la presencia de la marca en distintas categorías y segmentos de consumo.

En relación al periodo anterior, aumentamos de 13 a 21 licencias oficiales generando un incremento de casi 100 millones de pesos (devengados de enero a diciembre 2025). Además, estas 8 nuevas licencias nos permitieron aumentar en más de 60 SKU para nuestra tienda oficial, lo que nos permite consolidar el nuevo modelo, donde el 100% de los productos ofertados provienen de las licencias oficiales.

Con estas nuevas licencias, se avanzó en la expansión hacia nuevos productos y canales de distribución, destacando el lanzamiento de "La Parrilla del León", una propuesta en la categoría de alimentos orientada al consumo masivo a través de su presencia en supermercados, lo que permitió ampliar el alcance de la marca hacia nuevos espacios y audiencias.

Siguiendo esta línea, cerramos también importantes acuerdos para comercializar cereales, barras de cereal, artículos parrilleros, artículos de aseo, autitos de fricción, patos de hule, figuritas coleccionables, carcasas de celulares, etc.

Esta visión apunta a posicionar la marca del club de manera transversal en la vida cotidiana de los hinchas, aumentando su visibilidad y cercanía, marcando el inicio de una estrategia que busca ampliar de manera sostenida la oferta disponible y consolidar la marca en múltiples espacios de consumo.

Además de desarrollar los productos ya mencionados, hemos sido capaces en conjunto con los licenciarios, de generar comunidad en torno a los productos oficiales del club con contenidos y experiencias atractivas para nuestros hinchas.



LICENCIAS, FRANQUICIAS, ROYALTIES Y CONDICIONES

Concesión

La sociedad adquirió los derechos de concesión, según contrato de fecha 08 junio de 2007, por el uso, goce y explotación de todos los bienes, derechos y activos de la Corporación de Fútbol Profesional de la Universidad de Chile en Quiebra "CORFUCH", incluyendo los derechos de afiliación y/o en virtud de las cuales el Club participa en las competencias futbolísticas, sean corporales o incorporales, muebles o inmuebles, valores mobiliarios, créditos, acciones en sociedades y derechos en otras sociedades, imagen, marcas, patentes, modelos, dominios, logotipos y derechos de propiedad intelectual, etcétera.

El plazo de estos derechos es por el tiempo necesario para pagar la obligación tributaria con el Fisco de Chile, plazo que no podrá ser inferior a treinta años.

Si cumplidos los treinta años, (es decir junio 2037) contados desde el ocho de junio de 2007, la concesionaria acredita haber pagado la obligación tributaria con la Tesorería General, el plazo de concesión se prorrogará automáticamente por un nuevo periodo de quince años.

La sociedad realizó el pago total de la deuda que mantenía con Tesorería General de la República, situación que hace que se prorrogue por 15 años adicionales la vigencia de la concesión, esto es una vigencia hasta el 20 de junio de 2052.

Autorización de símbolos distintivos

La sociedad suscribió con fecha 18 de agosto de 2008, un convenio de autorización de símbolos distintivos Universidad de Chile por el tiempo de vigencia del contrato de concesión.

Este contrato permite a Azul Azul usar y gozar de su nombre, símbolos y de sus marcas registradas.

Este contrato permite contratar con terceros la utilización del nombre, logos y símbolos en artículos e instalaciones comerciales, pero siempre en forma parcial y limitada, de manera y por tiempo limitado.

Por concepto de royalty pactado en el convenio de autorización de uso de nombre y de símbolos distintivos celebrado entre la Universidad de Chile y Azul Azul S.A. y filial, esta última deberá pagar anualmente un 1,05% de los ingresos brutos totales o el 4% de las utilidades netas que genere la Sociedad.

Licencias y Franquicias

Durante 2025, se mantuvo el objetivo de seguir aumentando las licencias a través de la Tienda Oficial y/o la tienda de cada licenciatario. En este periodo el club contó con:

NEW ERA

Esta licencia es para producir y comercializar gorras, sombreros y gorros de lana. Durante el año 2025 se realizó una renovación por un año.

MILLED CHILE

Este acuerdo consiste en la licencia para la producción y comercialización de réplicas de copas deportivas, llaveros conmemorativos, colleras conmemorativas, pins, entre otros similares. Este acuerdo está vigente desde 2020 y se ha ido renovando, incluyendo 2025 y 2026.

TITANIO

Este acuerdo consiste en la licencia para producir y comercializar productos tales como billeteras, bolsas, botellas, bufandas, ceniceros, estuches, loncheras, guante de lana,

gorro de lana, Jockeys gama baja, peluches, pulseras, reloj mural, tazones, lápices entre otros. Este acuerdo se renovó el 2023 hasta 2026.

TOP

Este acuerdo se cerró en 2022 y consiste en la licencia para la importación, desarrollo y/o fabricación de ropa interior y accesorios urbanos, además de su distribución y venta a retail u otros. Este acuerdo está vigente a la fecha.

WINDSOR

Licencia que abarca productos de ropa de cama y artículos del hogar. Se logró cerrar en 2023, y se ido renovando por un periodo de 2 años.

PANINI

Como club siempre buscamos estar presente en diferentes formatos de fidelización del hinchado y a través de esta licencia, tenemos un álbum con láminas coleccionables de la Universidad de Chile. Esta licencia se cerró desde 2023 hasta 2027.

TU FANS

Es una licencia que considera productos de ropa urbana además de múltiples productos como morrales, billeteras, auriculares entre otros. Acuerdo por 2 periodos anuales, terminando el 2025.

CEC BROWN

Esta licencia es de balones de fútbol y está considerada por 1 año corrido.

TITOYS

Licencia que abarca figuras coleccionables. Se sumaron durante el 2025 los autitos de fricción. Acuerdo vigente por 1 año y renovable.

OLYMPHUS

Acuerdo nuevo desde 2024 y por 1 año corrido. Considera productos como guantes de arquero, canilleras y balones.

STYLESHOES

Acuerdo nuevo desde 2025 y por 1 año corrido. Considera productos como cuadernos.

WONDER CALCETAS

Acuerdo nuevo desde 2025 y por 1 año corrido. Considera productos como calcetas antideslizantes.

LOS MAGOS DEL BALÓN SPA, bagunza

Acuerdo nuevo desde 2025 y por 1 año corrido. Considera productos como sandalias.

LA CASA DE LA CARCASA

Acuerdo nuevo desde 2025 y por 2 años corridos. Considera productos como carcacas para teléfonos y stickers.

CHIKOOL

Acuerdo por 2 años. Considera productos como cuadernos, balones, mochilas y artículos de aseo.

BARRABASES

Acuerdo por 1 año. Considera una revista exclusiva de contenido de la U.



IMEX

Acuerdo por 1 año, renovable. Considera como producto juegos de trivia.

GOLAZO

Acuerdo por 1 año. Considera como producto coins.

CARNES RYT

Acuerdo por 1 año, renovable. Considera como producto etiquetas para sus productos (carnes de cerdo principalmente).

DUCK HOUSE

Acuerdo por 1.5 años, renovable. Considera como producto patitos de hule.

DULCE LOCURA

Acuerdo por 1 año. Considera como producto cereales.

Franquicias:

Por el lado de las Escuelas Oficiales, como se mencionó anteriormente, siguieron avanzando en el proyecto de desarrollo integral, enfocado en los aspectos deportivos, administrativos y comerciales, buscando potenciar la identidad y el vínculo de los alumnos y sus familias en sus respectivas Escuelas a lo largo de todo el país.

Las escuelas tienen promedio de vigencia por periodos anuales. Durante este año, se mantuvo los principales beneficios y obligaciones de las Escuelas Oficiales, dentro de los cuales se encuentran:

- Utilizar la imagen de nuestro club a través del logo
- Uso de manuales elaborados por U de Chile
- Visitas al Centro Deportivo Azul para acercarse al plantel de honor
- Participación en desfile y eventos de Escuelas Oficiales
- Capacitaciones metodológicas

Clientes y Proveedores:

El número de Clientes que concentran en forma individual a lo menos un 10% del ingreso por segmento es:

Recaudación: 2
Publicidad: 2
Otros: 0

El número de Proveedores que representan en forma individual a lo menos un 10% del total de compras de bienes y servicios por segmento es:

Recaudación: 0
Publicidad: 0
Otros: 1



SOSTENIBILIDAD

Desde marzo a diciembre de 2025, Universidad de Chile desarrolló un programa de reciclaje de desechos orgánicos que fue todo un éxito. Fueron casi 10 toneladas de alimentos descartados más 50 kilos de pasto cortados que se pudieron revalorizar mediante bioconversión, una iniciativa que no tiene precedentes en el fútbol chileno.

A través de este proceso logramos que el desperdicio orgánico que se genera en el Centro Deportivo Azul bajara en casi 10 toneladas la huella de carbono. ¿Qué significa esto en términos simples? Que la acción emprendida por nuestro club fue equivalente a haber plantado 420 árboles o a neutralizar la contaminación de 15 vuelos de nuestro plantel profesional.

El proyecto generó que la U lograra un posicionamiento destacado en materia de sustentabilidad. Fue el primer club en Sudamérica en usar larvas (*Hermetia illucens*) para residuos orgánicos y se situó dentro del Top 3 global de esta materia, junto con el Arsenal FC y el Real Betis.

Además, nuestro club fue el primero en Chile en integrarse con una startup de biotecnología (Entomo Circular) en un proceso que es 10 veces más rápido y eficiente que el compostaje tradicional.

El proyecto permitió cumplir dos objetivos: ser activos protagonistas en estrategias para afrontar el cambio climático y, a la vez, contar con una educación ambiental que genere conciencia en las futuras generaciones de futbolistas e hinchas de la U.

Durante 2025 el club fortaleció el área de compliance, con la implementación de protocolos y modelos de prevención que reforzaron una gestión responsable y sostenible en el tiempo.

Los proyectos de sostenibilidad se mantendrán en crecimiento durante 2026. Alternativas como la optimización del uso de agua en los riegos de nuestras canchas, la disminución del consumo eléctrico y un plan de reciclaje más amplio, tanto en el CDA como en el Estadio Nacional, son parte de estas ideas.

SUEÑO AZUL

Universidad de Chile le dio continuidad a su iniciativa de responsabilidad social a través de Sueño Azul. Se consolidó el trabajo de años anteriores y se reforzó el compromiso con la inclusión y el apoyo a niños y jóvenes.

En esta línea, tanto la Escuela de Fútbol Integrado Sueño Azul (EFISA) como la Sala TEA del Estadio Nacional funcionaron de manera permanente, permitiendo dar continuidad a espacios de participación, formación y acompañamiento para personas con distintas necesidades, y asegurando su integración en el entorno del club.

Estas iniciativas reflejan el compromiso sostenido de Universidad de Chile con el desarrollo de una comunidad más inclusiva, posicionando a Sueño Azul como un eje relevante dentro de la identidad institucional del club.



GRUPOS DE INTERÉS

Accionistas

En relación con los accionistas de la institución, durante el año se llevó a cabo la Junta Ordinaria de Accionistas, instancia en la cual se presentó el estado actual del club, junto con sus principales avances y desafíos. Este espacio permite mantener un canal directo de comunicación con este grupo de interés, recogiendo sus inquietudes, comentarios y sugerencias, y entregando respuestas de manera oportuna y transparente.

En la Junta de Accionistas 2025 se expusieron en detalle los principales proyectos en desarrollo, así como los avances en iniciativas estratégicas relevantes para la institución, permitiendo a los accionistas contar con una visión integral de la gestión y proyección del club.

Abonados

Se trata de un grupo de seguidores del club que acceden a una serie de beneficios, tales como precios preferenciales en la adquisición de entradas para la temporada, descuentos exclusivos y otras ventajas asociadas a su vínculo con la institución. Este segmento constituye uno de los grupos de interés prioritarios, por lo que se mantiene una comunicación constante a través de los canales oficiales y medios digitales, con el objetivo de informar oportunamente y fortalecer la relación con la hinchada.



En este contexto, destacan las instancias de participación y representación de los hinchas, que permiten canalizar sus inquietudes y aportes de manera estructurada. Durante el año 2025, se trabajó en asegurar condiciones adecuadas para el desarrollo de los partidos en calidad de local, buscando maximizar los partidos en el Estadio Nacional y privilegiar, para los partidos restantes, recintos que permitieran resguardar los beneficios asociados a los abonados y garantizar una experiencia consistente para quienes acompañan al club de manera permanente.

Es importante destacar que por primera vez se generaron dos Abonos para el fútbol masculino, uno para el Torneo Nacional y otro para la Copa Libertadores los cuales fueron muy exitosos.

Hinchas

Los hinchas son el eje central alrededor del cual gira el club. Dada su relevancia, estamos en constante búsqueda de cómo mejorar su experiencia y relacionamiento con el club tanto en el estadio como en el día a día. Por esto generamos distintas instancias para acercarlos, desde programas de Abonos para premiar a los hinchas más fieles como encuentros oficiales entre el plantel y nuestra comunidad. Todo con el objetivo de estrechar los vínculos con el grupo de interés más importante para el club. A la vez, el club mantiene comunicación constante con sus hinchas mediante las redes sociales y plataformas digitales, buscando así informar de mejor manera el accionar del club y nuevos beneficios que se van creando.

Socios Comerciales y Auspiciadores

Con este grupo de interés se mantiene una comunicación constante a través del área comercial, estableciendo canales formales de contacto que permiten fortalecer la relación y generar instancias de colaboración. En este contexto, se han desarrollado espacios de participación y activación conjunta, orientados a potenciar la adhesión a las distintas iniciativas impulsadas por el club.

Asimismo, a través de los canales digitales institucionales, se ha dado visibilidad a las acciones comerciales y campañas de las marcas asociadas, cumpliendo con los compromisos adquiridos y contribuyendo a amplificar su alcance. De esta manera, se busca no solo consolidar los vínculos existentes, sino también generar valor compartido entre la institución y sus socios comerciales.



PROPIEDADES E INSTALACIONES

Para realizar sus actividades, la Sociedad cuenta con el Centro Deportivo Azul (CDA), lugar de entrenamiento para los primeros equipos masculino y femenino, como también para todas las series de fútbol formativo, Escuelas y oficinas administrativas de la Sociedad, ubicadas en avenida El Parrón N°0939, Comuna de La Cisterna.

Esta construcción fue realizada por la sociedad en terreno ajeno, para aquello cuenta con un contrato de arrendamiento por el terreno, y la propiedad del bien es de la arrendataria hasta el término de la duración del contrato de arrendamiento.

El primer equipo masculino organiza sus partidos de local, principalmente en el Estadio Nacional Julio Martínez Prádanos, ubicado en la comuna de Ñuñoa. Como alternativa, utiliza el Estadio Santa Laura - Universidad SEK, ubicado en la comuna de Independencia, entre otros estadios. Todos estos se utilizan en calidad de arriendo. El primer equipo femenino organiza sus partidos de local principalmente en el Estadio Santiago Bueras de Maipú, entre otros estadios dentro de la Región Metropolitana.

LEONARDO RODRÍGUEZ



SUBSIDIARIAS, ASOCIADAS E INVERSIONES EN OTRAS SOCIEDADES

Subsidiarias y asociadas

La organización cuenta con una sociedad filial, la cual es una sociedad por acciones (SpA), persona jurídica distinta de la Matriz, creada por Azul Azul S.A. bajo el amparo del artículo N°424 del Código de Comercio, razón por la cual no existe la obligación de absorber a la subsidiaria al ser dueña del 100% del patrimonio de la filial.

Sus principales características son:

Nombre de la sociedad	Rut	País	Moneda funcional	% de participación					
				31-12-2025			31-12-2024		
				DIRECTO	INDIRECTO	TOTAL	DIRECTO	INDIRECTO	TOTAL
Inmobiliaria Azul Azul S.P.A.	76.070.957-3	CHILE	PESO CHILENO	100%	0%	100%	100%	0%	100%

Capital suscrito y pagado: M\$ 1.350.000

La Inversión de la filial representa un 3,3% sobre los activos netos individuales de la sociedad matriz.

El objeto de la sociedad es la compra, venta, permuta, arrendamiento, enajenación, explotación y administración, por cuenta propia o de terceros, de toda clase de bienes raíces, la construcción de Centros deportivos y otro tipo de Inmuebles, su explotación y arrendamiento, con o sin instalaciones; la realización directa, indirecta y/o administración de proyectos inmobiliarios, urbanísticos y/o de construcción; la compra, envasado, transformación, producción, venta, comercialización, importación y exportación, y la distribución, al por mayor o al detalle, de toda clase de mercaderías, artículos, productos, alimentos y otros bienes de consumo, que digan relación con la explotación de tiendas, restaurantes, cocinas industriales, cafeterías y locales comerciales, todo relacionado o conexas a actividades deportivas. Para estos efectos, podrá celebrar contratos, convenios, actos o desarrollar actividades relacionadas con el objeto social en cualquiera de sus formas, sean con particulares, entidades públicas o que tenga interés el Estado, y, en general, celebrar y ejecutar toda clase de actos y contratos civiles, mercantiles o administrativos.

La sociedad filial es la empresa que construyó el centro de entrenamiento del Club, y es la encargada de arrendar la infraestructura a la sociedad matriz y la encargada de arrendar recintos deportivos donde el Club pueda llevar a cabo los partidos de fútbol.

Existe un contrato marco donde la sociedad filial es mandatada para vender los espacios publicitarios y como contra partida debe proveer de recintos deportivos a la matriz.

Además, existe un contrato de arrendamiento por las instalaciones deportivas, lugar de entrenamiento y oficinas de la matriz.

La administración de la sociedad y el uso de la razón social corresponderán al accionista Azul Azul S.A., quien nombró como apoderados a los señores:

Nombre	Cargo	Rut	Fecha nombramiento	Fecha cesación
Michael Mark Clark Varela	Presidente	13.549.745-2	06-06-2023	Vigente
Cecilia Pérez Jara	Vicepresidenta	8.662.347-1	06-06-2023	Vigente
Juan Pablo Pavez Ureta	Director	10.612.034-k	06-06-2023	Vigente
Ignacio Asenjo Cheyre	Gerente General	15.364.148-k	06-06-2023	Vigente
Manuel Mayo Ubach	Gerente Deportivo	17.603.211-1	06-06-2023	Vigente



HECHOS RELEVANTES O ESENCIALES





La Sociedad registra los siguientes hechos relevantes, acontecidos durante el periodo terminado al 31 de diciembre de 2025.

a) El directorio de Azul Azul S.A. acordó citar a Junta Ordinaria de Accionistas de la Sociedad, a celebrarse el día 30 de Abril de 2025, a partir de las 9:00 horas en el Centro Deportivo Azul, ubicado en Avenida El Parrón 0939, La Cisterna, Santiago, Región Metropolitana.

b) Con fecha 30 de abril de 2025 se celebró la junta ordinaria de accionistas de la sociedad, la que tomó los siguientes acuerdos:

I. Aprobó la memoria, balance, estados y demostraciones financieras presentados por los administradores de la Sociedad respecto del ejercicio 2024.

II. Designó a KAM Auditores Consultores como empresa de auditoría externa de la Sociedad para el ejercicio 2025.

III. Determinó la remuneración de los directores.

IV. Efectuar las publicaciones legales de la Sociedad en los diarios electrónicos El Mostrador y El Libero.

V. Designó como directores de la misma a los señores:

1. Juan Pablo Pávez Ureta.
2. Cristián Aubert Ferrer.
3. Daniel Schapira Eskenazi.
4. Eduardo Schapira Peters.
5. Michael Clark Varela.
6. Cecilia Pérez Jara.
7. José Ramón Correa Díaz.
8. Roberto Nahum Anuch.
9. Aldo Marín Morales.
10. Andrés Weintraub Pohorille.
11. Héctor Humeres Noguera.

VI. Se aprobó la política de dividendos de la Sociedad.

VII. Se informó a la junta ordinaria de accionistas acerca de las operaciones con partes relacionadas en conformidad a la ley.

VIII. Se designó a tres funcionarios como responsables institucionales a que se refiere el protocolo contra el acoso sexual, abuso sexual, discriminación y maltrato en la actividad deportiva nacional regulada por la Ley N° 21.197 y el Decreto 22 del Ministerio del Deporte, de fecha 21 de julio de 2020.

c) Por instrumento privado de fecha 13 de agosto de 2025, la Sociedad suscribió un nuevo contrato de patrocinio con Adidas Chile Limitada, mediante el cual se le otorga una licencia exclusiva para la fabricación, distribución y comercialización de ciertos productos con las marcas registradas de la Sociedad y se mantiene como patrocinador y sponsor técnico del Club. Como contraprestación esperada, el impacto en resultado para la Sociedad de este contrato será el de una facturación anual de USD 4.600.000.-, aproximadamente, más variables, ello de conformidad con los términos y condiciones del Contrato. Por último, cabe señalar que, el Contrato entrará en vigencia el 1 de enero de 2026 y durará hasta el 31 de diciembre de 2030, e implica una renovación de la actual relación contractual entre la Sociedad y Adidas.

d) Luego de los hechos acaecidos durante el partido entre Club Atlético Independiente y Universidad de Chile jugado el 20 de agosto de 2025 por octavos de final de Copa Sudamericana 2025 en el Estadio Libertadores de América – Ricardo Enrique Bochini, donde Universidad de Chile empataba 1 a 1, (en el partido de ida ganó 1-0), producto de los incidentes en galerías, Conmebol en conjunto con el árbitro decidieron la suspensión del encuentro. Las medidas adoptadas por la Comisión Disciplinaria fueron:

1. Descalificar al Club Atlético Independiente de la edición 2025 de la CONMEBOL Sudamericana, sin exclusión de futuras competiciones.
2. Obligación de jugar a puertas cerradas sus siguientes 7 (siete) partidos en condición de local en competiciones CONMEBOL.
3. Obligación de jugar sus siguientes 7 (siete) partidos en condición de visitante, en competiciones CONMEBOL, sin aficionados del Club Universidad De Chile.
4. Imponer al Club Universidad de Chile multas por un total de USD 270.000.
5. Ordenar al Club Universidad de Chile a realizar en su siguiente partido en condición de local en competiciones CONMEBOL activaciones contra el racismo, discriminación y violencia.

e) Con fecha 10 de octubre de 2025, la Asociación Nacional de Fútbol Profesional ("ANFP") suscribió un Acuerdo con Canal del Fútbol ("CDF") y Turner International Latin America ("TILA") sujeto a la condición suspensiva consistente en la aprobación del Consejo de Presidentes, el que, entre otras, contiene las siguientes materias:

- La estructura de pago de la multa aplicada por la Fiscalía Nacional Económica al Canal del Fútbol, asumiendo la Asociación - en representación de los clubes miembros de la Primera División y Primera B- una parte de la misma por el periodo en que tuvo la propiedad de la señal, la que sería indemnizada a CDF.

- La incorporación de un acuerdo de indemnidad parcial que resguarda a la ANFP (en representación de los clubes) respecto de los eventuales perjuicios que puedan ser demandados por terceros en razón del pago de dicha multa impuesta a CDF.

- La forma y estructura de pago del Laudo Arbitral relacionado con los hechos ocurridos en los años 2019 y 2020 por el contenido no entregado al Canal del Fútbol (TNT Sports).

Posteriormente, con fecha 13 de octubre de 2025, el recién señalado Acuerdo fue formalmente ratificado por el Consejo de Presidentes, cumpliéndose la condición suspensiva. Atendido que los clubes son los únicos beneficiarios del Contrato de Licenciamiento de Derechos de Transmisión -razón por la cual la ANFP actúa únicamente como mandataria a nombre propio de los clubes en esta materia- se ratificaron íntegramente los términos del Acuerdo y asumiendo formalmente el pago por parte de los Clubes en la proporción que les corresponde conforme a la distribución de los ingresos por los derechos de transmisión.

Todos estos acuerdos serán traspasados a los clubes deportivos mediante las rendiciones mensuales de las cuotas de licenciamiento por la venta de derechos de televisión de partidos.

COMENTARIOS DE ACCIONISTAS Y COMITÉ DE DIRECTORES

En conformidad a lo dispuesto en el número 8 de la Norma de Carácter General N° 30 de la CMF, Azul Azul S.A. señala que no existe Comité de Directores ni comentarios y proposiciones de accionistas que informar sobre la marcha de los negocios sociales de acuerdo a lo prescrito en el inciso tercero del artículo 74° de la Ley N°18.046.

INFORMES FINANCIEROS

Los estados financieros consolidados de Azul Azul están disponibles en los sitios web de la Comisión para el Mercado Financiero y del Club Universidad de Chile.

Los enlaces son los siguientes:

<https://www.udechile.cl/>
<https://www.cmfchile.cl/>

ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2025 Y 2024

(Cifras expresadas en miles de pesos – M\$)

Activos	Notas	31-12-2025 M\$	31-12-2024 M\$
Activos corrientes			
Efectivo y equivalentes al efectivo	4	826.414	2.024.494
Otros activos financieros, corrientes	5	593.701	571.607
Otros activos no financieros, corrientes	6	289.828	43.173
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, corrientes	7	4.566.408	3.159.062
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas, corrientes	8	0	0
Inventarios		250.306	182.135
Activos por impuestos, corrientes	9	2.584.471	2.326.402
Total de activos corrientes distintos de los activos o grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta o como mantenidos para distribuir a los propietarios		9.111.128	8.306.873
Activos no corrientes o grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta		0	0
Activos corrientes totales		9.111.128	8.306.873
Activos no corrientes			
Otros activos no financieros, no corrientes	10	562.577	611.497
Derechos por cobrar no corrientes	7	0	1.294.100
Activos intangibles distintos de la plusvalía	11	5.702.648	8.398.165
Propiedades, planta y equipo	12	2.247.722	2.094.096
Activos por impuestos diferidos	13	10.366.937	10.272.819
Total de activos no corrientes		18.879.884	22.670.677
Total de activos		27.991.012	30.977.550

ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2025 Y 2024

(Cifras expresadas en miles de pesos – M\$)

Patrimonio y pasivos	Notas	31-12-2025 M\$	31-12-2024 M\$
Pasivos			
Pasivos corrientes			
Otros pasivos financieros, corrientes	14	1.607.574	1.471.735
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar, corrientes	16	4.082.304	4.685.543
Otros pasivos no financieros, corrientes	15	1.109.657	2.810.877
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	17	238.092	124.638
Total de pasivos corrientes distintos de los pasivos incluidos en grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta		7.037.627	9.092.793
Pasivos corrientes totales		7.037.627	9.092.793
Pasivos no corrientes			
Otros pasivos financieros, no corrientes	14	11.085.839	12.244.506
Otros pasivos no financieros, no corrientes	16	0	363.386
Otras provisiones a largo plazo	18	17.885	17.885
Total de pasivos no corrientes		11.103.724	12.625.777
Total pasivos		18.141.351	21.718.570
Patrimonio			
Capital emitido	19	22.104.707	22.104.707
Ganancias (pérdidas) acumuladas	19	-13.099.635	-13.690.316
Primas de emisión	19	552.789	552.789
Otras reservas	19	291.800	291.800
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora		9.849.661	9.258.980
Participaciones no controladoras			0
Patrimonio total		9.849.661	9.258.980
Total de patrimonio y pasivos		27.991.012	30.977.550

ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES POR FUNCION CONSOLIDADOS POR LOS PERIODOS TERMINADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2025 Y 2024

(Cifras expresadas en miles de pesos – M\$)

Ganancia (pérdida)	Notas	01-01-2025	01-01-2024
		31-12-2025	31-12-2024
		M\$	M\$
Ingresos de actividades ordinarias	20	35.541.164	24.057.808
Costo de ventas	21	-27.218.078	-18.046.118
Ganancia bruta		8.323.086	6.011.690
Gasto de administración	21	-6.680.517	-4.214.509
Ingresos financieros		106.141	85.232
Otras ganancias o pérdidas		0	0
Costos financieros		-784.550	-833.835
Diferencia de cambio		-24.963	23.090
Resultado por unidades de reajuste		-442.634	-748.083
Ganancia (pérdida), antes de impuestos		496.563	323.585
(Gasto) utilidad por impuestos a las ganancias	13	94.118	920.675
Ganancia (pérdida) procedente de operaciones continuadas		590.681	1.244.260
Ganancia (pérdida) procedente de operaciones discontinuadas		0	0
Ganancia (pérdida)		590.681	1.244.260
Ganancia (pérdida), atribuible a			
Ganancia (pérdida), atribuible a los propietarios de la controladora		590.681	1.244.260
Ganancia (pérdida), atribuible a participaciones no controladoras		0	0
Ganancia (pérdida)		590.681	1.244.260
Ganancias por acción			
Ganancia por acción básica			
Ganancia (pérdida) por acción básica en operaciones continuadas		0,013	0,028
Ganancia (pérdidas) por acción básica en operaciones discontinuadas		0	0
Ganancia (pérdida) por acción básica		0,013	0,028
Ganancias (pérdidas) por acción diluidas		0	0

ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO CONSOLIDADOS (METODO DIRECTO) POR LOS PERIODOS TERMINADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2025 Y 2024

(Cifras expresadas en miles de pesos – M\$)

	Nota	01-01-2025	01-01-2024
		31-12-2025	31-12-2024
		M\$	M\$
Estado de Flujo de Efectivo Directo			
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios		31.152.228	23.506.553
Otros cobros por actividades de operación		356.000	725.556
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios		-17.069.735	-10.285.306
Pagos a y por cuenta de los empleados		-10.903.635	-8.155.835
Otros Pagos por actividades de operación		-637.720	-725.721
Intereses recibidos, clasificados como actividades de operación		74.107	44.198
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de Operación		2.971.245	5.109.445
Compras de Activos Intangibles, clasificados como actividades de Inversión		-4.113.547	-3.950.644
Inversión en activos financieros		0	0
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de Inversión		-4.113.547	-3.950.644
Importes procedentes de préstamos de corto plazo (+)		0	0
Impuestos a las ganancias pagados (reembolsados), clasificados como actividades de financiación		0	51.321
Intereses Pagados		-786	-3.379
Pagos de préstamos		0	-59.397
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de financiación		-786	-11.455
Incremento (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio		-1.143.088	1.147.346
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo		-54.992	65.060
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo		-1.198.080	1.212.406
Efectivo y Equivalentes al efectivo al principio del Periodo		2.024.494	812.088
Efectivo y Equivalentes al efectivo al Final del Periodo		826.414	2.024.494

ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO CONSOLIDADO
POR LOS PERIODOS TERMINADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2025 Y 2024

(Cifras expresadas en miles de pesos – M\$)

	Capital emitido	Primas de emisión	Otras reservas	Ganancias (pérdidas) acumuladas	Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	Participaciones no controladoras	Patrimonio total
Saldo Inicial							
Período Actual 01/01/2025	22.104.707	552.789	291.800	-13.690.316	9.258.980	0	9.258.980
Incremento (disminución) por cambios en políticas contables	0	0	0	0	0	0	0
Incremento (disminución) por correcciones de errores	0	0	0	0	0	0	0
Saldo Inicial Reexpresado	22.104.707	552.789	291.800	-13.690.316	9.258.980	0	9.258.980
Cambios en patrimonio							
Resultado Integral							
Ganancia (pérdida)	0	0	0	590.681	590.681	0	590.681
Otro resultado integral	0	0	0	0	0	0	0
Resultado integral total	0	0	0	590.681	590.681	0	590.681
Dividendos	0	0	0	0	0	0	0
Incrementos (Decrementos) por transferencias y otros cambios	0	0	0	0	0	0	0
Emisión de Patrimonio	0	0	0	0	0	0	0
Total de cambios en patrimonio	0	0	0	590.681	590.681	0	590.681
Saldo Final							
Período Actual 31/12/2025	22.104.707	552.789	291.800	-13.099.635	9.849.661	0	9.849.661

ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO CONSOLIDADO
POR LOS PERIODOS TERMINADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2025 Y 2024

(Cifras expresadas en miles de pesos – M\$)

	Capital emitido	Primas de emisión	Otras reservas	Ganancias (pérdidas) acumuladas	Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	Participaciones no controladoras	Patrimonio total
Saldo Inicial							
Período Actual 01/01/2024	22.104.707	552.789	291.800	-14.934.576	8.014.720	0	8.014.720
Incremento (disminución) por cambios en políticas contables	0	0	0	0	0	0	0
Incremento (disminución) por correcciones de errores	0	0	0	0	0	0	0
Saldo Inicial Reexpresado	22.104.707	552.789	291.800	-14.934.576	8.014.720	0	8.014.720
Cambios en patrimonio							
Resultado Integral							
Ganancia (pérdida)	0	0	0	1.244.260	1.244.260	0	1.244.260
Otro resultado integral	0	0	0	0	0	0	0
Resultado integral total	0	0	0	1.244.260	1.244.260	0	1.244.260
Dividendos	0	0	0	0	0	0	0
Incrementos (Decrementos) por transferencias y otros cambios	0	0	0	0	0	0	0
Emisión de Patrimonio	0	0	0	0	0	0	0
Total de cambios en patrimonio	0	0	0	1.244.260	1.244.260	0	1.244.260
Saldo Final							
Período Actual 31/12/2024	22.104.707	552.789	291.800	-13.690.316	9.258.980	0	9.258.980



SUSCRIPCIÓN A LA MEMORIA



DocuSign Envelope ID: 86956E2E-2E5E-89C2-818D-24DAE09FE4E3

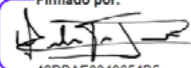


SUSCRIPCIÓN DE LA MEMORIA

En conformidad con la Norma de Carácter General N°30 de la Comisión para el Mercado Financiero, modificada por la Norma de Carácter General N°461, la presente Memoria fue suscrita por los Directores de la Sociedad.

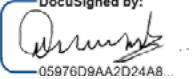
Signed by:


ABA292FD1CF14DB...
 Michael Clark Varela
 Presidente
 13.549.745-2

Firmado por:

42DBAE0048654B5...
 Cecilia Pérez Jara
 Vice Presidenta
 8.662.347-1

Firmado por:

08F98D5CBB9A46D...
 Cristian Aubert Ferrer
 Director
 12.455.550-7

DocuSigned by:

05976D9AA2D24A8...
 José Ramón Correa Díaz
 Director
 13.271.507-6

Firmado por:

119B5150BFA64E2...
 Héctor Humeres Nogueira
 Director
 5.632.901-3

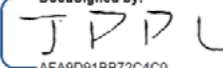
Firmado por:

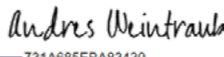
A03710C98DD4485...
 Aldo Marín Morales
 Director
 12.663.975-9




Firmado por:

264D570426EF4BF...
 Roberto Nahum Anuch
 Director
 5.946.299-7

DocuSigned by:

AFA9D91BB72C4C0...
 Juan Pablo Pavéz Ureta
 Director
 10.612.034-K

Firmado por:

731A685EBA83430...
 Andrés Weintraub Pohorille
 Director
 2.592.188-7

Firmado por:

110DD8F042944E5...
 Miguel Berr Lama
 Director
 3.984.878-3

DocuSigned by:

54555276961E4A5...
 José Ignacio Asenjo Cheyre
 Gerente General
 15.364.148-K



AZUL AZUL S.A.

Av. El Parrón 0939, La Cisterna, Santiago de Chile
www.udechile.cl