



ANÁLISIS RAZONADO DE LOS ESTADOS FINANCIEROS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2012

1.- ANÁLISIS DEL ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO

Los principales componentes de los activos, pasivos y patrimonio al 31 de diciembre de 2012 y al 31 de diciembre de 2011 son los siguientes:

	31-12-2012	31-12-2011
Activos	M\$	M\$
Activos corrientes	39.207.935	27.537.240
Propiedades, planta y equipos	31.214.415	30.235.116
Otros activos no corrientes	24.570.920	16.378.581
Total Activos	94.993.270	74.150.937
Pasivos y Patrimonio		
Pasivos corrientes	31.080.701	26.371.926
Pasivos no corrientes	17.861.526	7.922.697
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	46.051.043	39.856.314
Participaciones no controladoras	0	0
Patrimonio Total	46.051.043	39.856.314
Total Pasivos y Patrimonio	94.993.270	74.150.937



1.1 Indicadores de Actividad

			2012	2011
Inversiones:	Propiedades, Planta y Equipo (1)	M\$	5.299.587	6.247.733
Rotación de Inventario:	$\frac{\text{Costo de Ventas}}{\text{Inventario Total Promedio (2)}}$	Veces	5,91	8,26
Permanencia de Inventario:	$\frac{\text{Inventario Total Promedio (2)}}{\text{Costo de Ventas}}$	x 360 días	60,90	43,59

- (1) Inversión en Propiedades, Planta y Equipo corresponde a las adquisiciones de propiedades, planta y equipo presentadas en la Nota 12 a los Estados Financieros.
- (2) El Inventario Total Promedio está compuesto por el promedio entre el saldo inicial y el saldo final de los programas producidos por Canal 13 y los derechos deportivos, licencias y material fílmico, los cuales se detallan en el rubro 'Películas, Series y Programas' de la Nota 18, Otros Activos No Financieros, y de la Nota 13, Activos Intangibles Distintos de la Plusvalía. Las películas, series y programas clasificados como activos intangibles distintos a la plusvalía corresponden a programas y derechos de contratos marco con compañías proveedoras de material fílmico y de contenido deportivo que se exhibirán en un período superior a los 12 meses.

La inversión en propiedades, planta y equipos fue de M\$5.299.587 en el año 2012, que se compara con los M\$6.247.733 en el 2011, donde el principal incremento se explica por la adquisición de equipos técnicos.

La razón por la cual el inventario en el Estado de Situación Financiera tiene valor 0 es que para un canal de televisión, el concepto de inventario está representado por las películas, series y programas que se encuentran registrados en los otros activos no financieros y los activos intangibles distintos de la plusvalía.

La rotación de inventario disminuyó desde 8,26 veces en 2011 a 5,91 veces en 2012. Al mismo tiempo, la permanencia de inventario, que refleja los días de costo promedio de venta en stock, se incrementó desde 43,59 días en 2011 a 60,90 días en 2012. Estas variaciones se explican porque durante el año 2012 se firmaron contratos nuevos y se renovaron contratos existentes estratégicos de mediano plazo de material fílmico, derechos deportivos y licencias. El inventario total promedio aumentó en M\$5.105.664, un 80% con respecto al período 2011, lo que principalmente se explica por el efecto de estos contratos.



1.2 Indicadores de Liquidez

			2012	2011
Liquidez Corriente:	$\frac{\text{Activos corrientes}}{\text{Pasivos corrientes}}$	Veces	1,26	1,04
Razón Ácida:	$\frac{\text{Activos corrientes - inventario corriente (1)}}{\text{Pasivos corrientes}}$	Veces	1,10	0,88

(1) El inventario corriente está compuesto por los programas producidos por Canal 13 y los derechos deportivos, licencias y material fílmico, los cuales se presentan en el rubro 'Películas, Series y Programas' de la Nota 18, Otros Activos No Financieros.

La liquidez corriente se incrementa desde 1,04 veces al 31 de diciembre de 2011 a 1,26 veces al 31 de diciembre de 2012. Este aumento se explica por un incremento en los activos corrientes, principalmente en la cuenta 'Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes', que registra un aumento de M\$7.487.267, y en la cuenta 'Efectivo y equivalentes a efectivo', el cual se incrementó en M\$3.657.907. El incremento de ambas cuentas es producto de un mejor desempeño en 2012, como resultado de mayores ventas en un 35,7% respecto al 2011.

La razón ácida mejora desde 0,88 veces en el año 2011 a 1,10 veces en el año 2012, también debido a los aumentos en los activos corrientes antes mencionados.

1.3 Indicadores de Endeudamiento

			2012	2011
Razón de Endeudamiento:	$\frac{\text{Pasivo}}{\text{Patrimonio}}$	Veces	1,06	0,86
Proporción Deuda Corriente:	$\frac{\text{Pasivos financieros corrientes}}{\text{Pasivos financieros totales}}$	%	11,1	37,4
Proporción Deuda No Corriente:	$\frac{\text{Pasivos financieros no corrientes}}{\text{Pasivos financieros totales}}$	%	88,9	62,6
Cobertura Costos Financieros:	$\frac{\text{Resultado antes de impuestos e intereses (1)}}{\text{Costos financieros (2)}}$	Veces	19,79	9,50

(1) Para el cálculo del Resultado antes de impuestos e intereses, se consideró la ganancia bruta, descontados los gastos de administración presentados en el Estado de Resultados.

(2) Para el cálculo de los intereses (costos financieros) se consideró la cuenta 'Costos financieros' del Estado de Resultados, y se dedujeron las cuentas 'Costo financiero por cálculo actuarial' y 'Costo financiero por tasa de descuento deuda a largo plazo' reflejadas en la Nota 10 de los Estados Financieros.

La razón de endeudamiento se incrementa desde 0,86 veces al 31 de diciembre de 2011 a 1,06 veces al 31 de diciembre de 2012. Este aumento se explica principalmente por incrementos en las 'Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar', corrientes y no corrientes. El incremento de ambas cuentas se



explica principalmente por un aumento de deuda con proveedores extranjeros de M\$10.759.794, producto de que Canal 13 firmó una serie de nuevos contratos y renovó contratos existentes con sus proveedores de material fílmico (películas y series), derechos deportivos y licencias por los próximos tres años.

La deuda financiera disminuyó en un 25%, lo que se explica principalmente por el pago de líneas de crédito por M\$2.157.165.

La porción corriente de la deuda financiera varió desde un 37,4% al 31 de diciembre de 2011 a un 11,1% al 31 de diciembre de 2012, producto del pago de líneas de crédito antes mencionado. Al 31 de diciembre de 2012, la Sociedad no tiene saldo ocupado de líneas de crédito.

La cobertura de costos financieros aumentó, pasando desde 9,50 veces al 31 de diciembre de 2011 a 19,79 veces al 31 de diciembre de 2012. Este incremento obedece principalmente a la mejora en el resultado antes de intereses e impuestos desde M\$3.287.031 a M\$10.077.327 desde 2011 a 2012, respectivamente.

2.- ANÁLISIS DE LOS ESTADOS CONSOLIDADOS DE RESULTADOS INTEGRALES

Los principales componentes de los Estados de Resultados Integrales para los años terminados el 31 de diciembre de 2012 y 2011 son los siguientes:

	31-12-2012	31-12-2011	Variación	Variación
	M\$	M\$	M\$	%
Ingresos de actividades ordinarias	87.086.911	64.185.900	22.901.011	35,7
Costo de ventas	-67.916.651	-52.723.433	-15.193.218	28,8
Gastos de administración	-9.092.933	-8.175.436	-917.497	11,2
Resultado operacional	10.077.327	3.287.031	6.790.296	206,6
Ingresos financieros	0	0	0	0
Costos financieros	-865.633	-544.117	-321.516	59,1
Otros ingresos no operacionales netos (1)	191.988	232.901	-40.913	-17,6
Resultado no operacional	-673.645	-311.216	-362.429	116,5
Ganancia (pérdida) antes de impuestos	9.403.682	2.975.815	6.427.867	216,0
Gasto por impuestos a las ganancias	-1.618.838	-960.795	-658.043	68,5
Ganancia (pérdida)	7.784.844	2.015.020	5.769.824	286,3
R.A.I.I.D.A. (2)	14.450.839	5.871.665	8.579.174	146,1

(1) Otros ingresos no operacionales netos consideran las cuentas 'Otros ingresos, por función', 'Diferencia de cambio', 'Otras ganancias (pérdidas)' y 'Resultados por unidades de reajuste'.

(2) Para efectos de cálculo del R.A.I.I.D.A. (Resultado Antes de Intereses, Depreciación y Amortización), al resultado operacional se le suman la depreciación y la amortización del ejercicio, presentadas en la Nota 12 y la Nota 13, respectivamente.



2.1 Ingresos de Actividades Ordinarias

	31-12-2012	31-12-2011	Variación	Variación
	M\$	M\$	M\$	%
Ingresos de actividades ordinarias	87.086.911	64.185.900	22.901.011	35,7
Ingresos de Televisión Abierta e Internet	79.027.047	57.842.111	21.184.936	36,6
Ingresos Otros Explotación	8.059.864	6.343.789	1.716.075	27,1

Los ingresos de actividades ordinarias ascendieron a M\$87.086.911 para el año 2012, lo que representa un aumento de un 35,7% con respecto al año 2011, cuando los ingresos alcanzaron M\$64.185.900. El principal ingreso de Canal 13 S.A. lo constituye la venta de publicidad en Televisión Abierta e Internet, la cual el año 2012 representa un 90,7% de los ingresos de explotación (90,1% de los ingresos de explotación en el año 2011). Los ingresos de Otros Explotación están conformados por los negocios de 13 Cable, Radios, venta de contenido, y otros proyectos, que en el año 2012 representaron un 9,3% de los ingresos de explotación (9,9% de los ingresos de explotación en el año 2011).

2.1.1 Segmento Televisión Abierta e Internet

El segmento de Televisión Abierta e Internet registró ingresos por M\$79.027.047 en el año 2012, un aumento de un 36,6% con respecto al año 2011. Este aumento se explica por mayores ventas de los dos negocios que componen este segmento, las cuales en el caso de Televisión Abierta se atribuyen en gran parte al mejor desempeño de *rating* que tuvo Canal 13 en el año 2012, principalmente en el horario prime, y a una gestión comercial más eficiente. Las ventas del negocio Internet también aumentaron, principalmente asociadas al mejor rendimiento de los programas de televisión, puesto que el desempeño de este negocio está directamente relacionado a los niveles de audiencia de los mismos.

Indicadores Televisión Abierta e Internet

		2012	2011	Variación	Variación
					%
Televisión Abierta					
Rating (1)	%	8,8	7,7	1,1	14,3
Internet					
Visitantes únicos (2)	<i>Promedio mensual</i>	2.537.302	1.960.524	576.778	29,4

(1) El rating corresponde al rating hogar, que representa el porcentaje de hogares que sintonizaron en promedio cada minuto de duración del programa o canal. Los hogares medidos corresponden a los segmentos ABC1, C2, C3 y D, dejando fuera los hogares del segmento E y de zonas rurales del país. Fuente: TimeIbope.

(2) Visitantes únicos corresponde al promedio mensual de navegadores distintos que se conectaron al sitio web www.13.cl para cada período. Fuentes: Certifica y Comscore.

2.1.2 Segmento Otros Explotación

Este segmento incluye los negocios de 13 Cable y radio, así como venta de contenido y otros proyectos, y generó ingresos por M\$8.059.864 durante el año 2012, un aumento de 27,1% con respecto al año 2011. Este aumento se explica por mayores ingresos del negocio de 13 Cable. El negocio de radios, que corresponde a dos radios, Play y Sonar, también registró mayores ingresos en el período con respecto al año 2011, dado su mejor desempeño en materia de audiencias. Los otros ingresos varían de período a período, y pueden incluir,



entre otros, la venta de contenidos a clientes nacionales y extranjeros, la generación de nuevos negocios y los servicios a terceros de producción y de telecomunicaciones.

Indicadores Otros Explotación

	2012	2011	Variación	Variación
				%
Cable				
Rating en miles de personas (1)	2,3	2,0	0,3	15,0
Rádios				
Rating, Radio Play (2) %	14,3	14,0	0,3	2,3
Rating, Radio Sonar (3) %	11,4	11,1	0,3	3,0

(1) Miles de personas por hora promedio. Fuente: TimeBope.

(2) El rating de Radio Play representa la participación de la audiencia, considerando mujeres de los segmentos socioeconómicos C1 y C2 de 25 a 44 años de edad. Fuente: Ipsos.

(3) El rating de Radio Sonar representa la participación de la audiencia, considerando hombres de los segmentos socioeconómicos C1 y C2 de 20 a 44 años de edad. Fuente: Ipsos.

2.2 Costos de Venta

Los costos de venta aumentaron desde M\$52.723.433 en el año 2011 a M\$67.916.651 en el año 2012. Los principales costos de la Compañía incluyen remuneraciones, derechos de contenido y formatos, honorarios de artistas, servicios de producción y servicios técnicos, publicidad y promociones, depreciación y arriendos, asociados a la propuesta programática de la Compañía.

2.3 Resultado No Operacional

El resultado no operacional pasó de (M\$311.216) en el año 2011 a (M\$673.645) en el año 2012, principalmente debido a mayores costos financieros asociados al financiamiento de la compra de Radio Play en julio del año 2011.

2.4 Ganancia

La ganancia del período 2012 fue de M\$7.784.844, mayor en un 286,3% a los M\$2.015.020 registrados en el año 2011. Este aumento se explica principalmente por las variaciones en ingresos, costos y el resultado no operacional antes mencionadas.

2.5 Resultado Antes de Intereses, Impuestos, Depreciación y Amortización

El resultado antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización (R.A.I.I.D.A.) aumentó 146,1% en el período, desde M\$5.871.665 en el año 2011 a M\$14.450.839 en el año 2012.



3.- INDICADORES DE RENTABILIDAD

			2012	2011
Rentabilidad del Patrimonio:	<u>Ganancia o (pérdida)</u> Patrimonio promedio	%	18,12	5,84
Rentabilidad de Activos Operacionales:	<u>Resultado operacional (1)</u> Total activo operacional promedio (2)	%	11,95	4,95
Rentabilidad del Activo:	<u>Ganancia o (pérdida)</u> Activo promedio	%	9,20	3,02
Utilidad Por Acción (3):	<u>Ganancia o (pérdida)</u> Total de acciones suscritas y pagadas	\$	36,77	9,52

- (1) Resultado operacional se define como: 'Ingresos de actividades ordinarias' - 'Costos de venta' - 'Gastos de administración'
- (2) Total activo operacional promedio se define como el promedio entre el saldo inicial y el saldo del final de cada período de: 'Total de activos' - ('Activos intangibles distintos de la plusvalía' - la cuenta 'Concesión de Servicios' y la cuenta 'Películas, Series Contratadas y Programas') - 'Plusvalía'. El total de activos y la plusvalía se encuentran en el Estado de Situación Financiera, y las otras cuentas se presentan en la Nota 13 a los Estados Financieros.
- (3) La utilidad por acción para 2012 y 2011 se calculó en base al número de acciones vigentes al 31 de diciembre de 2012, que fue 211.703.873. Con fecha 28 de diciembre de 2012, la unanimidad de los accionistas acordó disminuir el número de acciones a 211.703.873. Al 31 de diciembre de 2011, el total de acciones era 4.234.077.462. Si se calcula la utilidad por acción de 2011 con el número de acciones vigentes al 31 de diciembre de 2011, la utilidad por acción sería \$0,48.

4.- ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES COMPONENTES DEL FLUJO DE EFECTIVO

Estados de Flujos de Efectivo, Resumidos

	31-12-2012	31-12-2011
	M\$	M\$
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en):		
Actividades de operación	14.112.942	4.992.726
Actividades de inversión	-7.382.796	-16.731.945
Actividades de financiación	-3.072.239	12.618.275
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	0	0
Total flujos de efectivo netos	3.657.907	879.056
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período	2.092.043	1.212.987
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período	5.749.950	2.092.043

En el año 2012, el flujo operacional de M\$14.112.942 corresponde a ingresos por publicidad por M\$94.875.477, menos pago a proveedores por (M\$45.002.586), menos pagos a los empleados por (M\$20.185.768), menos otros pagos operacionales por (M\$13.380.422) (compuesto por IVA, impuesto



único, retenciones, impuesto adicional), menos pagos de intereses por (M\$452.152), menos pago de impuestos a las ganancias por (M\$1.741.607).

El flujo de inversión de (M\$7.382.796) en el ejercicio 2012 se compone de (M\$5.909.407) por compra de 'Propiedades, planta y equipos', (M\$1.445.263) por anticipo de compra de las radios Horizonte y Oasis, y de otros por (M\$28.126).

El flujo de financiación por (M\$3.072.239) corresponde a importes procedentes de préstamos de corto plazo por M\$13.857.174, pago de préstamos por (M\$16.033.979) y pago de cuotas de leasing por (M\$895.434). Las principales fuentes de financiamiento de la Compañía son los recursos generados por sus operaciones y recursos financieros contratados mediante endeudamiento bancario.

El efectivo y equivalente al efectivo muestra un incremento de M\$3.657.907 durante el período.

5.- ANÁLISIS DE LAS DIFERENCIAS ENTRE VALORES LIBROS Y ECONÓMICOS DE LOS PRINCIPALES ACTIVOS

Al cierre de ejercicio, se revisa el valor en libros de los activos no financieros de la Sociedad, para determinar si existe algún indicio externo o interno de deterioro. Si existen tales indicios, entonces se estima el valor recuperable del activo. En el caso de los activos intangibles que posean vidas útiles indefinidas o que aún no se encuentren disponibles para ser usados, los valores recuperables se estiman en cada fecha de balance. Al cierre de ejercicio, la Compañía no dispone de información que pueda dar indicios de menor valor económico en los activos existentes respecto a su valor contable.

6.- ANÁLISIS DE LAS VARIACIONES MAS IMPORTANTES OCURRIDAS EN EL MERCADO QUE PARTICIPA, EN LA COMPETENCIA QUE ENFRENTA Y EN SU PARTICIPACION RELATIVA

La principal medida utilizada en la industria para cuantificar los niveles de audiencia (generales y por segmento) de cada programa exhibido es el "rating". El rating representa para un grupo definido de hogares o personas el porcentaje de ese grupo sintonizando un determinado canal. Los indicadores de rating más utilizados por los canales de televisión abierta son el "rating hogar" y el "rating comercial", este último definido como el grupo de hombres y mujeres de 25 a 64 años de edad del segmento socioeconómico ABC. La metodología de medición permite principalmente segmentar por grupo socioeconómico y grupos etarios, los que son de utilidad para anunciantes con necesidades de comunicación más específicas. Un punto de rating corresponde a que el 1% del grupo objetivo ha sido espectador medio del evento estudiado. La cantidad de hogares o individuos que represente cada punto de rating depende del tamaño del universo que se considere.

Otra métrica utilizada corresponde al "audience share", una medida de participación relativa, que corresponde al rating de un determinado canal de televisión, sobre el total de rating de un universo de canales determinado. Durante 2012, Canal 13 obtuvo el mayor audience share en el segmento rating hogar,



alcanzando un 27%¹ (22,6% en el año 2011). Además, durante el año 2012, Canal 13 fue el líder de la industria, superando el 32% del total de la inversión publicitaria en televisión abierta (23,7% en el año 2011).

7.- ANALISIS DE RIESGO DE MERCADO

7.1 Marco de Administración de Riesgo

El directorio es el responsable de establecer la estrategia y el marco general en que se desenvuelve la administración de riesgos de la Sociedad y su afiliada, con el objetivo de minimizar potenciales efectos adversos.

La Sociedad, a través de sus normas y procedimientos de administración, busca desarrollar un ambiente de control disciplinado y constructivo en el que todos los empleados entiendan sus roles y obligaciones.

La Sociedad determina las políticas de administración de riesgo financiero inherentes al negocio, las cuales se describen a continuación.

7.2 Riesgo Financiero

La Sociedad y la Subsidiaria están expuestas a riesgos relacionados con el uso de instrumentos financieros. A continuación se presenta información respecto de la exposición de la Sociedad a dichos riesgos, los objetivos, las políticas y los procedimientos de la Sociedad para medir y administrar el riesgo.

7.2.1 Riesgo de Crédito

El riesgo de crédito es el riesgo de pérdida financiera que enfrenta la Sociedad si un cliente o contraparte en un instrumento financiero no cumple con sus obligaciones contractuales, y se origina principalmente por las cuentas por cobrar a los clientes.

Dicho riesgo es bajo dado que los clientes que contratan servicios publicitarios corresponden a las principales empresas del país, en las cuales la publicidad es un ítem relevante para la promoción de sus productos, con lo cual la tasa de no pago es muy baja.

La Sociedad ha definido una política de créditos, con la cual permanentemente se está evaluando el comportamiento de los clientes y su condición financiera al momento de realizar una nueva venta.

Existe un Comité de Crédito que es responsable de supervisar la evolución de los riesgos inherentes a la operación comercial y financiera de la Sociedad, así como de establecer mecanismos que permitan acotar dichos riesgos.

La Sociedad no toma seguros de crédito para administrar el riesgo de incobrabilidad de sus clientes.

1. Las cifras presentadas como participación de mercado en la industria de la televisión abierta consideran como universo a los siguientes canales: Canal 13, TVN, Mega, Chilevisión y Red.



Para el caso de otros activos financieros tales como efectivo y equivalente a efectivo, la Sociedad trabaja con bancos de alto prestigio de la plaza y administra sus excedentes en instrumentos de alta liquidez como fondos mutuos y depósitos de muy corto plazo, los cuales son siempre a tasa fija.

7.2.2 Riesgo de Liquidez

El riesgo de liquidez para la Sociedad y su Subsidiaria se encuentra presente en la capacidad de responder a los compromisos y obligaciones con terceros. Los recursos necesarios para cumplir con dichos compromisos provienen de la actividad comercial y los excedentes de caja.

La política de liquidez que mantiene la Sociedad consiste en gestionar eficientemente el capital de trabajo, y para ello se realiza lo siguiente: controlar exhaustivamente la cartera de clientes y colocar los excedentes de caja en instrumentos financieros de tasa fija, que sean líquidos y solventes.

La Sociedad administra sus compromisos con flujos de caja que revisa semanalmente, para poder administrar los pagos y déficit de capital de trabajo.

Para hacer frente a cualquier imprevisto la Sociedad ha mantenido líneas de crédito pre-aprobadas durante el año por M\$6.000.000 aproximadamente en distintas instituciones financieras, las cuales al 31 de diciembre de 2012 no se encuentran utilizadas.

7.2.3 Riesgo de Tipo de Cambio

El riesgo de tipo de cambio es aquel relacionado a exposiciones en monedas distintas a la moneda funcional. Existen activos y pasivos en moneda extranjera producto de la adquisición de material fílmico e inversiones en equipos, los cuales están siendo permanentemente monitoreados en cuanto a montos y plazos, con el fin de administrar las posibles posiciones de cobertura y contratar instrumentos que ayuden a mitigar estos riesgos.

Si bien no existe una política expresa respecto a la forma, instrumento y porcentaje de la exposición a ser cubierta, sí existe un monitoreo constante por parte de la administración.

Al 31 de diciembre 2012 las posiciones en dólares estadounidenses son las siguientes: Activos por USD10.908.488 y pasivos por USD35.028.463, lo que resulta en una exposición neta de USD24.119.975. Al aplicar el tipo de cambio al 31 de diciembre de 2012, de \$479,96/USD, esta cifra alcanza los M\$11.576.624.

Si se asume una variación de +- 5% en el precio observado del dólar, con todas las demás variables constantes, el impacto en resultado sería de M\$578.831.

7.2.4 Riesgo de Tasa de Interés

El riesgo de tasa de interés corresponde a la exposición de la Compañía a tasa fija o variable dependiendo del ciclo económico de la compañía y el costo de intercambiar la tasa en un período determinado de tiempo.

La Sociedad no tiene una exposición significativa al riesgo de tasa de interés debido a que sus obligaciones de corto plazo corresponden principalmente a líneas de crédito que utiliza y las tasas son de mercado al momento que las utiliza.

Para el caso de contratos en leasing, éstos están nominados en Unidades de Fomento a tasas de interés fijas y cuotas iguales y sucesivas, por lo que el valor de sus vencimientos solo variará por las fluctuaciones del valor



de la Unidad de Fomento. Debido a que son contratos a firme, la Sociedad administra el riesgo intentando, en lo posible y dependiendo del tipo de activo, tomar este tipo de contratos a un plazo máximo de 36 meses, con el fin de no exponerse a contratos con una tasa alta a períodos largos.

Las obligaciones financieras de largo plazo corresponden a un préstamo otorgado por el Banco Security a una tasa variable. Sin embargo, dada la estructura de este préstamo, el impacto que podría tener una variación de las tasas sobre los gastos financieros no es significativo. La Administración ha conformado un perfil de deuda mixto que le permita mitigar los impactos cíclicos de la economía, mantiene un porcentaje razonable de la deuda a tasa fija y variable.

No obstante lo anterior, podemos estimar que un cambio en un 10% en la tasa de interés de mercado, ya sea de incremento o disminución, tendría un impacto de alrededor de M\$20.000 en resultado y patrimonio, respectivamente.

7.2.5 Riesgo de Inflación

El riesgo de inflación es aquel relacionado a un incremento en el Índice de Precios al Consumidor e indicadores relacionados a los cuales la Sociedad está expuesta. Para el caso de Canal 13 S.A., la Sociedad está expuesta a este riesgo en sus pasivos financieros (principalmente UF), el cual es considerado como no significativo y por ende no se administra su variación.

Los pasivos indexados a inflación suman M\$5.019.079 (deuda Banco Security y Leasings).

Si se asume una variación de +- 1% en el Índice de Precios al Consumidor para las condiciones actuales del mercado, con todas las demás variables constantes, consideramos que el impacto en resultado sería de M\$50.191.

7.3 Riesgos No Financieros

7.3.1 Riesgos Asociados a Ciclos Económicos

La actividad de la industria publicitaria está correlacionada con los ciclos económicos del país. La inversión publicitaria que los avisadores, empresas comercializadoras de productos y servicios que requieren publicitar su oferta destinan anualmente a estos fines, depende en gran medida del nivel de actividad en sus negocios. Éste, a su vez, en la mayoría de los casos depende de la situación general de la economía, y entre otros, de la evolución del consumo y el empleo. Por ello, al igual que cualquier compañía en el sector, el resultado financiero futuro de la Compañía estará sujeto al ciclo económico que se desarrolle en el país. No obstante, los ingresos de la televisión abierta presentan menor sensibilidad respecto de variaciones en el ciclo económico que otros medios de comunicación.

7.3.2 Estacionalidad

La inversión publicitaria es de carácter estacional siguiendo el patrón de consumo de televisión de parte de las audiencias, el que es menor durante los meses de vacaciones y fiestas patrias. Dado lo anterior, una contracción de la inversión en publicidad durante meses de mayor actividad, podría afectar desproporcionalmente los resultados financieros de la Compañía de un determinado período anual.

7.3.3 Riesgo de Competencia



La proliferación de nuevas tecnologías y medios, tales como el cable, internet y otras plataformas digitales, entre otros, ha incrementado la competencia en la industria. Por ende, existe un riesgo de que un mayor aumento en la competencia (y consecuente aumento en la oferta de medios) pudiera disminuir la cuota del mercado publicitario del que goza la televisión abierta, reduciendo el tamaño del mercado en el que participa la Compañía. Asimismo, constituye un riesgo adicional la dinámica competitiva propia del negocio de la televisión abierta en Chile. Sin embargo, durante los últimos años la televisión ha logrado mantener su participación respecto al total de inversión publicitaria gracias a una ventaja competitiva única: su capacidad de ofrecer a los avisadores espacios de publicidad focalizados y de amplio alcance. Adicionalmente, se ha incrementado la inversión publicitaria total per cápita en Chile, lo que ha permitido el crecimiento de la industria como un todo.

7.3.4 Riesgos Relacionados al Desarrollo de Nuevas Tecnologías

La evolución de la tecnología obliga a los canales a ajustar sus estándares de calidad y adaptarse a las demandas de la audiencia. Adopciones tardías o inadecuadas pueden generar deterioro de sus resultados financieros y de sus propuestas comerciales. La evolución de la tecnología también puede obligar a la Compañía a dedicar recursos financieros y de gestión significativos a su implementación.

Para adaptarse y competir de manera efectiva, la Compañía se mantiene en la vanguardia en la implementación de nuevas tecnologías (como la producción digital y *streaming* por internet) e innovando con productos para estos ámbitos, buscando nuevas oportunidades para capitalizar estas inversiones y diversificando sus fuentes de ingreso.

7.3.5 Riesgo Comercial

Los ingresos de los canales de televisión y las estaciones de radio dependen en gran medida del *rating* logrado. Este *rating* se sustenta principalmente en la calidad de la programación y como ésta se ajusta a las preferencias y necesidades de la audiencia. Dado que los programas cuentan con un ciclo de vida limitado y que las preferencias de la audiencia están en constante evolución, existe un riesgo asociado a que futuras propuestas programáticas no logren mantener los niveles de *rating* históricos de Canal 13, afectando negativamente su desempeño financiero.

El éxito comercial de la Compañía está asociado a su capacidad creativa y productiva de generar continua y sostenidamente en el tiempo propuestas programáticas atractivas, innovando en contenido, formato y medios, a costos que permitan hacer rentable la programación. En los últimos años, la Compañía ha implementado una serie de procesos que permiten conocer e identificar las preferencias de su audiencia de manera más efectiva, así como también ha puesto énfasis en la formación de un equipo creativo con amplia experiencia en la industria. La administración ha puesto también foco en la gestión del ciclo de vida de los programas que se emiten, buscando incorporar flexibilidad en la operación para extender el plazo y rentabilidad de propuestas exitosas y a su vez acotar los costos asociados a propuestas que no obtienen la acogida esperada de la audiencia.



7.3.6 Riesgo de Pérdida de Personal Clave

El *rating* de los programas depende también de la empatía que artistas y presentadores clave (“rostros”) generan con el público, existiendo un riesgo y costo asociado a la posibilidad de que estas personalidades dejen la Compañía. Sin embargo, Canal 13 cuenta con una política de contratos con “rostros” y personal clave, que permite mitigar este riesgo. El personal definido como “clave” en la Compañía tiene actualmente contratos con plazo definido superiores a un año.

7.3.7 Riesgo Reputacional y de Imagen Corporativa

Una porción importante del contenido ofrecido por la señal de Canal 13 corresponde a noticieros, reportajes y entrega de información de actualidad. La preferencia de un televidente por un canal de televisión depende en parte de la credibilidad que éste perciba respecto a la veracidad e imparcialidad de la información entregada. Esta credibilidad se construye de manera gradual a través de la consistencia en la veracidad de la información y su línea editorial.

Al igual que cualquier otro medio de comunicación, existe el riesgo de que la credibilidad de Canal 13 pudiera verse afectada por incidentes de alto interés público en que se vea cuestionada su capacidad y/o intención de mantener un alto estándar en estos aspectos, afectando a su vez el nivel de audiencia del que goza e indirectamente los resultados financieros de la Compañía. Canal 13 mitiga este riesgo con altos estándares de calidad definidos en su línea editorial.

7.3.8 Riesgo Operacional

Aún cuando se toman medidas de prevención, siempre existe la posibilidad de que ocurran siniestros que afecten la integridad física de los trabajadores, las instalaciones y/o el equipamiento necesario para la generación y emisión de contenido. Frente a esto, se lleva a cabo una constante capacitación de los trabajadores en temas de seguridad y prevención, además de mantener contratados seguros adecuados con compañías aseguradoras.

La Compañía además procura mantener procedimientos operacionales de excelencia con el objetivo de evitar interrupciones en la emisión de su señal, manteniendo un alto estándar técnico de la misma y evitar así que fallas recurrentes pudieran afectar la percepción del público general respecto a la confiabilidad del producto. Con este fin, se realizan capacitaciones al personal de operación y se busca mantener los equipos actualizados según las tecnologías más modernas (como fue el caso en que Canal 13 fue el primer canal abierto en Chile en digitalizar completamente sus activos de generación de contenido), además de realizar mantenciones adecuadas a los equipos críticos. Para asegurar la continuidad del correcto funcionamiento de sus operaciones, Canal 13 cuenta con equipos de respaldo eléctrico para su equipamiento esencial, además de contar con redundancia de los mismos.

Desde el ámbito laboral, existe como en todo ámbito productivo en que se depende fuertemente de un equipo humano, un riesgo de conflicto que podría resultar en paros, huelgas u otras interrupciones que alteren la actividad productiva de la Compañía. Cabe mencionar que el actual convenio colectivo suscrito entre la Compañía y sus trabajadores vence el 31 de diciembre de 2014.



7.3.9 Riesgo Regulatorio

Los canales de televisión abierta operan a través de una banda de radiofrecuencia, definido como un servicio público regulado. El uso de esta banda está regulada por autoridades públicas como el CNTV (Consejo Nacional de Televisión) o la Subtel (Subsecretaría de Telecomunicaciones) a través del otorgamiento de concesiones o permisos, y su utilización se encuentra reglamentada a través de diversa normativa técnica. La actividad comercial de la Compañía depende del uso de una porción del espectro electromagnético para llegar con su señal a los televidentes, y, como se dijo, está sujeta a las normas y regulaciones que la autoridad impone en cada momento. Así también, la actividad y estrategia comercial de la Compañía se deberán ir ajustando a eventuales cambios en la regulación que impondrá la autoridad en el futuro, las que pueden ser de orden tecnológico, cobertura, de contenido u otros. Estos cambios también pueden implicar inversiones no contempladas por parte de la Compañía.

Actualmente, la Compañía cuenta con 200 concesiones para la emisión de señal televisiva análoga y 6 para emisión de señal de radio FM. Estas concesiones tienen duraciones variadas y en algunos casos indefinidas. Si bien se espera que éstas se renueven, existe un riesgo de perder esta concesión en el caso de grave incumplimiento de las condiciones impuestas por la autoridad. En todo caso, cabe tener presente que en el procedimiento de renovación de una concesión y/o permiso, la sociedad concesionaria titular tendrá derecho preferente para su asignación, siempre que iguale la mejor propuesta técnica que asegure una óptima transmisión, según el caso.

En el Congreso Nacional se encuentra actualmente en discusión legislativa una nueva ley de televisión digital terrestre, que puede establecer modificaciones a las reglas que rigen actualmente el sistema de concesiones de televisión, en especial en cuanto a sus condiciones de utilización, duración y renovación, estándar de cumplimiento, etc.

7.3.10 Riesgos de Litigio, Sanciones y Multas

Canal 13 desarrolla su actividad en un ámbito público con amplia audiencia. Al ser un medio de comunicación masivo, pudiera tener gran influencia en la opinión pública a través de noticias, reportajes y opiniones que se emiten a través de su señal televisiva y/o radial. Como tal, Canal 13 tiene una responsabilidad por el contenido de los programas que emite, tanto mediante radiodifusión televisiva como sonora, y está expuesta a ser objeto de demandas por responsabilidad civil extracontractual de parte de personas naturales o jurídicas que consideren que se les ha causado un daño con motivo del actuar doloso o culpable de la Compañía. Por su parte, las personas naturales que exponen mediante radiodifusión televisiva como sonora pueden ser objeto de eventuales responsabilidades penales.

Los canales de televisión están sujetos a la supervisión del CNTV, quien debe velar por su correcto funcionamiento, contando con su supervigilancia y fiscalización en cuanto al contenido de las emisiones que a través de ellos se efectúen, en conformidad con la ley y las normas que dicte el propio CNTV. Se entenderá por “correcto funcionamiento” de los servicios de televisión el permanente respeto, a través de su programación, a los valores morales y culturales propios de la nación chilena; a la dignidad de las personas; a la protección de la familia; al pluralismo; a la democracia; a la paz; a la protección del medio ambiente, y a la formación espiritual e intelectual de la niñez y la juventud dentro de dicho marco valórico. La infracción de la Ley y de estas normas conlleva en algunos casos amonestaciones, multas, sanciones temporales e incluso podría tener lugar la caducidad de la concesión en el caso de infracciones gravísimas y reiteradas.



Para mitigar estos riesgos, Canal 13 vela por el cumplimiento ético y profesional de la difusión de información, según la definición de su línea editorial.

Asimismo, y de la misma forma que cualquier actividad empresarial en el país, la Compañía está expuesta a riesgos legales de carácter contractual, laboral, comercial, entre otros.