



## ANÁLISIS RAZONADO DE LOS ESTADOS FINANCIEROS AL 30 DE JUNIO DE 2013

### 1.- ANÁLISIS DEL ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO

Los principales componentes de los activos, pasivos y patrimonio al 30 de junio de 2013 y al 31 de diciembre de 2012 son los siguientes:

	<b>30-06-2013</b>	<b>31-12-2012</b>
<b>Activos</b>	<b>M\$</b>	<b>M\$</b>
Activos corrientes	33.165.129	39.207.935
Propiedades, planta y equipos	34.877.616	31.214.415
Otros activos no corrientes	37.045.928	24.570.920
<b>Total Activos</b>	<b>105.088.673</b>	<b>94.993.270</b>
<b>Pasivos y Patrimonio</b>		
Pasivos corrientes	22.725.005	31.080.701
Pasivos no corrientes	32.390.855	17.861.526
<b>Total Pasivos</b>	<b>55.115.860</b>	<b>48.942.227</b>
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	49.972.813	46.051.043
Participaciones no controladoras	0	0
<b>Patrimonio Total</b>	<b>49.972.813</b>	<b>46.051.043</b>
<b>Total Pasivos y Patrimonio</b>	<b>105.088.673</b>	<b>94.993.270</b>



### 1.1 Indicadores de Actividad

			30-06-2013	30-06-2012
<b>Inversiones:</b>	Propiedades, planta y equipos (1)	M\$	5.583.493	3.500.756
<b>Rotación de Inventario:</b>	$\frac{\text{Costo de ventas}}{\text{Inventario total promedio (2) (3)}}$	Veces	1,52	2,56
<b>Permanencia de Inventario:</b>	$\frac{\text{Inventario total promedio (2) (3)}}{\text{Costo de ventas}}$	x 180 días	118,80	70,24

- (1) Inversión en propiedades, planta y equipos corresponde a las adquisiciones de propiedades, planta y equipos presentadas en la Nota 11 a los Estados Financieros.
- (2) La razón por la cual el inventario presentado 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.
- (3) 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 19, Otros activos no financieros, y de la Nota 12, 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\$5.583.493 durante los primeros seis meses de 2013, que se compara con los M\$3.500.756 para el mismo período de 2012. Durante el período 2013, las inversiones correspondieron principalmente a la construcción de estudios y equipamiento para aumentar la capacidad de producción y de generación de contenido HD. En el período 2012, las inversiones correspondieron principalmente a proyectos de readecuación de infraestructura y red IT.

La rotación de inventario disminuyó desde 2,56 veces en el primer semestre de 2012 a 1,52 veces en 2013. Al mismo tiempo, la permanencia de inventario, que refleja los días de costo promedio de venta en stock, se incrementó desde 70 días en el período 2012 a 119 días en el período 2013. Estas variaciones se explican porque el inventario se fue incrementando durante los períodos 2012 y 2013, períodos en que se firmaron contratos nuevos y se renovaron contratos existentes estratégicos de mediano plazo de material fílmico, derechos deportivos y licencias. Por lo tanto, el inventario promedio del período enero-junio 2013 fue mayor en M\$6.508.598, un 56% con respecto al mismo período del 2012.



## 1.2 Indicadores de Liquidez

			30-06-2013	31-12-2012
<b>Liquidez Corriente:</b>	<u>Activos corrientes</u>	Veces	1,46	1,26
	Pasivos corrientes			
<b>Razón Ácida:</b>	<u>Activos corrientes - inventario corriente (1)</u>	Veces	1,16	1,10
	Pasivos corrientes			

- (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 19, Otros activos no financieros.

La liquidez corriente se incrementa desde 1,26 veces al 31 de diciembre de 2012 a 1,46 veces al 30 de junio de 2013. El aumento se debe a que tanto los activos corrientes como los pasivos corrientes disminuyeron en el período, pero la disminución de los pasivos fue mayor. La disminución de M\$6.042.806 en los activos corrientes se explica por (i) una disminución de M\$4.214.945 en la cuenta “Efectivo y equivalentes al efectivo” y (ii) una disminución de M\$4.359.281 en la cuenta “Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, corrientes”, principalmente por el efecto combinado de una mejor gestión de cobranza y un menor nivel de ventas en el período 2013. Estos efectos fueron parcialmente compensados por un aumento de M\$1.977.693 en la cuenta “Otros activos no financieros, corrientes”, principalmente porque durante el primer semestre de 2013 la Compañía produjo nuevos programas, especialmente del área de teleseries.

La disminución de M\$8.355.696 de los pasivos corrientes se explica principalmente por (i) una disminución de M\$4.336.141 en la cuenta “Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar, corrientes”, principalmente debido a pagos a proveedores asociados a programas, pagos de bonificación de agencias y pagos de material fílmico, (ii) una disminución de M\$1.838.125 en la cuenta “Pasivos por impuestos, corrientes”, por pago de impuestos, y (iii) una disminución de M\$1.590.115 en la cuenta “Cuentas por pagar a entidades relacionadas, corrientes”, correspondiente a la provisión por dividendos pagados en mayo 2013.

La razón ácida se mantiene relativamente estable, alcanzando 1,10 veces al 31 de diciembre de 2012 y 1,16 veces al 30 de junio de 2013, debido a que los activos corrientes excluyendo el inventario corriente disminuyeron en aproximadamente 23%, y similarmente, los pasivos corrientes disminuyeron en aproximadamente 27%.



### 1.3 Indicadores de Endeudamiento

			30-06- 2013	31-12- 2012	30-06- 2012
<b>Razón de Endeudamiento:</b>	$\frac{\text{Pasivos totales}}{\text{Patrimonio}}$	Veces	1,10	1,06	
<b>Proporción Deuda Corriente:</b>	$\frac{\text{Pasivos financieros corrientes}}{\text{Pasivos financieros totales}}$	%	5,4	11,1	
<b>Proporción Deuda No Corriente:</b>	$\frac{\text{Pasivos financieros no corrientes}}{\text{Pasivos financieros totales}}$	%	94,6	88,9	
<b>Cobertura Costos Financieros:</b>	$\frac{\text{Resultado antes de impuestos e intereses (1)}}{\text{Costos financieros (2)}}$	Veces	26,93		19,41

- (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 9 de los Estados Financieros.

La razón de endeudamiento se mantiene estable, subiendo desde 1,06 veces al 31 de diciembre de 2012 a 1,10 veces al 30 de junio de 2013, debido a que los pasivos totales y el patrimonio aumentaron proporcionalmente durante el período. El aumento en los pasivos totales se explica por que aumentaron los pasivos no corrientes, principalmente las cuentas (i) “Otros pasivos financieros, no corrientes”, en M\$5.235.426, debido al préstamo que se tomó para la compra de las radios Oasis y Horizonte (actual Top FM); (ii) “Otras cuentas por pagar, no corrientes”, en M\$5.826.427, debido principalmente a un aumento de la deuda con proveedores extranjeros, asociado a la firma de contratos nuevos y a la renovación de contratos existentes estratégicos de mediano plazo de material fílmico, derechos deportivos y licencias; y (iii) “Ingresos diferidos, no corrientes” en M\$3.157.946, correspondiente a la venta de derechos deportivos que se exhibirán en un período posterior a los próximos doce meses.

La deuda financiera aumentó en M\$ 5.232.859 durante los primeros seis meses de 2013, lo que se explica por el préstamo por la compra de las radios antes mencionado. La deuda financiera no corriente representa un 94,6% de la deuda total. La deuda financiera corriente disminuyó en M\$2.567, producto del pago de cuotas de leasing durante el período, y representa el 5,4% de la deuda total. Al 30 de junio de 2013, la Sociedad no tiene saldo ocupado de líneas de crédito.

La cobertura de costos financieros aumentó, pasando desde 19,41 veces para los primeros seis meses de 2012 a 26,93 veces para los primeros seis meses de 2013. Este incremento se explica por un aumento de 18,7% en el resultado antes de impuestos e intereses, y una disminución de 14,4% en los intereses, desde M\$270.021 para el período 2012 a M\$231.010 para el período 2013, producto de menor uso de línea de crédito.



## 2.- ANÁLISIS DE LOS ESTADOS CONSOLIDADOS DE RESULTADOS INTEGRALES

Los principales componentes de los Estados de Resultados Integrales para los seis meses terminados el 30 de junio de 2013 y 2012 son los siguientes:

	30-06-2013	30-06-2012	Variación	Variación
	M\$	M\$	M\$	%
<b>Ingresos de actividades ordinarias</b>	<b>38.789.392</b>	<b>39.308.362</b>	<b>-518.970</b>	<b>-1,3</b>
Costo de ventas	-27.585.007	-29.977.917	2.392.910	-8,0
Gastos de administración	-4.983.471	-4.088.186	-895.285	21,9
<b>Resultado operacional</b>	<b>6.220.914</b>	<b>5.242.259</b>	<b>978.655</b>	<b>18,7</b>
Ingresos financieros	142.072	0	142.072	0
Costos financieros	-419.326	-442.526	23.200	-5,2
Otros ingresos no operacionales netos (1)	37.623	73.655	-36.032	-48,9
<b>Resultado no operacional</b>	<b>-239.631</b>	<b>-368.871</b>	<b>129.240</b>	<b>-35,0</b>
Ganancia (pérdida) antes de impuestos	5.981.283	4.873.388	1.107.895	22,7
Gasto por impuestos a las ganancias	-555.932	-776.819	220.887	-28,4
<b>Ganancia (pérdida)</b>	<b>5.425.351</b>	<b>4.096.569</b>	<b>1.328.782</b>	<b>32,4</b>
R.A.I.I.D.A. (2)	8.132.032	6.691.504	1.440.528	21,5

(1) Otros ingresos no operacionales netos consideran las cuentas “Otros ingresos, por función”, “Otros gastos, 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, Impuestos, Depreciación y Amortización), al resultado operacional se le suman la depreciación y la amortización del ejercicio, presentadas en la Nota 11 y la Nota 12, respectivamente, de los Estados Financieros.

### 2.1 Ingresos de Actividades Ordinarias

	30-06-2013	30-06-2012	Variación	Variación
	M\$	M\$	M\$	%
<b>Ingresos de actividades ordinarias</b>	<b>38.789.392</b>	<b>39.308.362</b>	<b>-518.970</b>	<b>-1,3</b>
Ingresos de Televisión Abierta e Internet	34.421.760	36.706.433	-2.284.673	-6,2
Ingresos de Otros Explotación	4.367.632	2.601.929	1.765.703	67,9

Los ingresos de actividades ordinarias fueron M\$38.789.392 para los primeros seis meses de 2013, lo que representa una disminución de un 1,3% con respecto al mismo período de 2012, cuando los ingresos alcanzaron M\$39.308.362. El principal ingreso de Canal 13 S.A. lo constituye la venta de publicidad en Televisión Abierta e Internet, la cual el período 2013 representa un 88,7% de los ingresos de explotación (93,4% de los ingresos de explotación en el período 2012). Los ingresos de Otros Explotación están conformados por los negocios de televisión de pago, radios, venta de contenido, y otros proyectos, que en el período 2013 representaron un 11,3% de los ingresos de explotación (6,6% de los ingresos de explotación en el período 2012).

#### 2.1.1 Segmento Televisión Abierta e Internet

El segmento de Televisión Abierta e Internet registró ingresos por M\$34.421.760 durante los primeros seis meses de 2013, inferior a los M\$36.706.433 registrados para el mismo período de 2012. La diferencia se explica por menores ventas de los dos negocios que componen este segmento, ya que el *rating* de Canal 13 en el primer semestre de 2013 estuvo comparativamente más bajo que en el mismo período de 2012, lo que tiene un efecto en las ventas de la Televisión Abierta. Asimismo, si bien aumentaron los visitantes únicos al sitio



www.13.cl con respecto al primer semestre de 2012, el desempeño del negocio internet está directamente relacionado a los niveles de audiencia de los programas de televisión.

### Indicadores Televisión Abierta e Internet

		30-06-2013	30-06-2012	Variación	Variación %
<b>Televisión Abierta</b>					
Rating (1)	%	8,2	8,9	-0,7	-7,9
<b>Internet</b>					
Visitantes únicos (2)	Promedio mensual	2.701.008	2.434.523	266.485	10,9

- (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 televisión de pago, 13C, y las radios Play, Sonar, Top FM y Oasis, así como ventas de contenido y otros proyectos, y generó ingresos por M\$4.367.632 durante los primeros seis meses de 2013, un aumento de 67,9% con respecto al mismo período de 2012. Este aumento se explica principalmente por una venta de derechos deportivos durante el período 2013 que se registró en los otros ingresos. 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

		30-06-2013	30-06-2012	Variación	Variación %
<b>Cable</b>					
Rating en miles de personas (1)		3,4	2,3	1,1	45,3
<b>Radios (2)</b>					
Rating, Radio Play (3)	%	13,9	13,9	0,0	0,0
Rating, Radio Sonar (4)	%	12,8	10,8	2,0	18,2

- (1) Miles de personas por hora promedio. Fuente: TimeIbope.
- (2) No se presentan *ratings* para las radios adquiridas Top FM (ex Horizonte) y Oasis, debido a que los *ratings* de las radios son por períodos cuatrimestrales, y al 30 de junio de 2013, estas dos radios todavía no llevaban un cuatrimestre completo operando.
- (3) El *rating* de Radio Play representa la participación de la audiencia para los períodos de marzo a junio 2013 y de marzo a junio 2012, considerando mujeres de los segmentos socioeconómicos C1 y C2 de 25 a 44 años de edad. Fuente: Ipsos.
- (4) El *rating* de Radio Sonar representa la participación de la audiencia para los períodos de marzo a junio 2013 y de marzo a junio 2012, 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 disminuyeron desde M\$29.977.917 en el período 2012 a M\$27.585.007 en el período 2013, una variación de -8,0%. Sin embargo, si no se considera el efecto neto de provisiones de deterioro de programas en el primer semestre de 2013 comparado con 2012, (registrado en activos intangibles distintos a la plusvalía, asociadas principalmente a derechos deportivos), los costos aumentaron en aproximadamente un 21% entre el primer semestre de 2012 y el primer semestre de 2013. Este mayor costo se concentra en una apuesta de mayor diversificación de contenido en el horario *prime*.

Los principales costos de la Compañía incluyen remuneraciones, derechos de transmisión de contenidos 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\$368.871) en el período 2012 a (M\$239.631) en el período 2013. Las principales variaciones en las cuentas no operacionales fueron: (i) una pérdida de M\$304.071 por diferencia de cambio, producto del alza de tipo de cambio que afectó las cuentas por pagar a proveedores extranjeros; (ii) un aumento de M\$219.635 en los otros ingresos por función, por indemnizaciones percibidas y por venta de activo no operacional; y (iii) un aumento de M\$142.072 en ingresos financieros, producto del cambio en el valor razonable de contrato forward que la Compañía tomó para cubrir parte de su exposición al tipo de cambio.

## **2.4 Ganancia**

La ganancia del período 2013 fue de M\$5.425.351, mayor en un 32,4% a los M\$4.096.569 registrados en el mismo período del año 2012. 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.) fue de M\$8.132.032 el primer semestre de 2013, un 21,5% superior al mismo período del 2012.



### 3.- INDICADORES DE RENTABILIDAD

			30-06-2013	30-06-2012
<b>Rentabilidad del Patrimonio:</b>	<u>Ganancia o (pérdida)</u>	%	11,30	9,78
	Patrimonio promedio			
<b>Rentabilidad de Activos Operacionales:</b>	<u>Resultado operacional (1)</u>	%	6,23	6,38
	Total activo operacional promedio (2)			
<b>Rentabilidad del Activo:</b>	<u>Ganancia o (pérdida)</u>	%	5,42	4,96
	Activo promedio			
<b>Utilidad Por Acción (3):</b>	<u>Ganancia o (pérdida)</u>	\$	25,63	19,35
	Total de acciones suscritas y pagadas			

- (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 del total de activos menos la plusvalía y menos los rubros “Licencias y software” y “Patentes y marcas registradas” que se presentan en la Nota 12, Activos Distintos a la Plusvalía. El total de activos y la plusvalía se presentan en el Estado de Situación Financiera.
- (3) La utilidad por acción para 2013 y 2012 se calculó en base al número de acciones vigentes al 31 de marzo de 2013, 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 marzo de 2012, el total de acciones era 4.234.077.462. Si se calcula la utilidad por acción del período 2012 con el número de acciones vigentes al 31 de marzo de 2012, la utilidad por acción sería \$0,37.

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

#### Estados de Flujos de Efectivo, Resumidos

	30-06-2013	30-06-2012
	M\$	M\$
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en):		
Actividades de operación	4.239.036	3.267.601
Actividades de inversión	-10.958.370	-3.424.609
Actividades de financiación	2.504.389	-564.482
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	0	0
<b>Total flujos de efectivo netos</b>	<b>-4.214.945</b>	<b>-721.490</b>
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período	5.749.950	2.092.043
<b>Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período</b>	<b>1.535.005</b>	<b>1.370.553</b>

Para los seis meses terminados al 30 de junio de 2013, el flujo operacional de M\$4.239.036 corresponde a ingresos por publicidad por M\$51.344.539 menos pagos a proveedores por (M\$26.861.425), menos pagos a los empleados por (M\$11.845.768), menos otros pagos operacionales por (M\$5.902.176) (compuesto por IVA, impuesto único, retenciones, impuesto adicional), menos pagos de intereses por (M\$28.958), menos pago de impuestos a las ganancias por (M\$2.467.176).





El flujo de inversión de (M\$10.958.370) en los primeros seis meses de 2013 se compone de (M\$7.002.091) por compra de “Propiedades, planta y equipos”, las cuales correspondieron principalmente a la construcción de estudios y equipamiento para aumentar la capacidad de producción y de generación de contenido HD, y de (M\$3.963.769) por la compra de las frecuencias de radios Oasis y Horizonte (ahora Top FM).

El flujo neto de financiación fue de M\$2.504.389. Los principales componentes son: un ingreso por préstamo bancario largo plazo de M\$5.295.157 por la adquisición de las radios Oasis y Horizonte (ahora Top FM), y un pago de dividendos de (M\$3.030.303).

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 una disminución de (M\$4.214.945) 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 a la participación de audiencia, 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 2013 hasta junio, Canal 13 obtuvo la mayor participación de audiencia en el segmento *rating* hogar, alcanzando un 25,2%<sup>1</sup> (28,1% en el mismo período de 2012).

Respecto a los ingresos de explotación, en el primer trimestre de 2013 Canal 13 tuvo una participación de 26,1% (considerando los ingresos de explotación de los cinco canales de televisión abierta con mayores ingresos, según los respectivos Estados Financieros). En el primer trimestre de 2012 la participación fue de 27,8%.

## **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.

---

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



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.

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 período por M\$6.500.000 aproximadamente en distintas instituciones financieras, las cuales al 30 de junio de 2013 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 y existen coberturas tomadas cuando las exposiciones son significativas.

Al 30 de junio de 2013 las posiciones en dólares estadounidenses son las siguientes: Activos por USD8.659.784 y pasivos por USD35.244.231, lo que resulta en una exposición neta de USD26.584.447. Al aplicar el tipo de cambio al 30 de junio de 2013, de \$507,16/USD, esta cifra alcanza los M\$13.482.568. Al 30 de junio de 2013 la Sociedad cuenta con una cobertura forward por USD8.164.219. La exposición neta del forward es de USD18.420.228 (M\$9.342.003).

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\$467.100.



#### **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.

Las obligaciones de corto plazo de la Compañía corresponden a líneas de crédito, 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. Esta deuda ha sido contratada con condiciones de salida favorables a la Sociedad.

Si se asume una variación de un 10% en la tasa de interés de mercado, ya sea de incremento o disminución, tendría un impacto de alrededor de M\$54.000 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\$10.087.224 (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\$100.872.

### **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, cabe destacar que históricamente 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**

El mercado en el cual opera la Sociedad es muy competitivo, lo cual exige una programación atractiva y dinámica, capaz de adecuarse a los requerimientos de la audiencia y de responder a las acciones de la competencia.

Tanto la creatividad como la estrategia de programación son elementos críticos en los aciertos (y desaciertos) de Canal 13 ó de la competencia y pueden impactar significativamente en los retornos y liquidez.

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 su filial Radiodifusión SpA es titular de 16 concesiones de radiodifusión sonora y arrendataria de una concesión de radiodifusión sonora. 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. Después de más de cuatro años de discusión, tanto en comisiones de la Cámara de Diputados como en el Senado, y en las salas de cada instancia, este proyecto se encuentra en la actualidad en el último trámite constitucional, una Comisión Mixta compuesta por diputados y senadores. Por lo anterior, es probable que esta ley se promulgue en el corto plazo, lo que permitirá el lanzamiento oficial de la televisión digital terrestre, y por tanto la obligación de digitalizar toda la red de televisión analógica de Canal 13, con las inversiones técnicas que ello conlleva.

### **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.

David Belmar Torres  
Gerente General  
Canal 13 S.A.