



**ANÁLISIS RAZONADO DE LOS ESTADOS FINANCIEROS DE CANAL 13 S.A.  
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013**

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

Los principales componentes de los activos, pasivos y patrimonio de Canal 13 S.A. al 31 de diciembre de 2013 y 2012 son los siguientes:

	<b>31-12-2013</b>	<b>31-12-2012</b>
<b>Activos</b>	<b>M\$</b>	<b>M\$</b>
Activos corrientes	40.394.249	39.207.935
Propiedades, planta y equipos	39.260.388	31.214.415
Otros activos no corrientes	43.602.395	24.570.920
<b>Total activos</b>	<b><u>123.257.032</u></b>	<b><u>94.993.270</u></b>
 <b>Pasivos y patrimonio</b>		
Pasivos corrientes	36.025.662	31.080.701
Pasivos no corrientes	37.713.199	17.861.526
<b>Total pasivos</b>	<b><u>73.738.861</u></b>	<b><u>48.942.227</u></b>
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	49.518.171	46.051.043
Participaciones no controladoras	0	0
<b>Patrimonio total</b>	<b><u>49.518.171</u></b>	<b><u>46.051.043</u></b>
<b>Total pasivos y patrimonio</b>	<b><u>123.257.032</u></b>	<b><u>94.993.270</u></b>



## 1.1 Indicadores de Actividad

			31-12-2013	31-12-2012
<b>Inversiones:</b>	Propiedades, planta y equipos (1)	M\$	12.520.515	5.299.587
<b>Rotación de Inventario:</b>	$\frac{\text{Costo de ventas}}{\text{Inventario total promedio (2)}}$	Veces	3,21	5,91
<b>Permanencia de Inventario:</b>	$\frac{\text{Inventario total promedio (2)}}{\text{Costo de ventas}}$	x 360 días	112,14	60,90

- (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 Sociedad no tiene saldos en el rubro “Inventario” al 31 de diciembre de 2013 y 2012. Tiene como política presentar sus programas producidos, derechos deportivos, licencias y material filmico en el rubro “películas y series contratadas y programas producidos” de los otros activos no financieros corrientes y no corrientes (Nota 19), dado que por las características del negocio, la Sociedad no tiene como finalidad vender estos activos, siendo éstos sólo un medio para generar sus ingresos. El concepto de inventario total promedio se calcula como el promedio entre el saldo inicial y el saldo final de las películas y series contratadas y programas producidos en cada período.

La inversión en propiedades, planta y equipos fue de M\$12.520.515 durante el año 2013. Durante el año 2012, el monto fue de M\$5.299.587. Durante el período 2013, las inversiones correspondieron principalmente a la compra del terreno y edificios colindantes al Canal, además de la construcción de estudios y equipamiento para aumentar la capacidad de producción y de generación de contenido HD. En el período 2012, las principales inversiones correspondieron a renovación de equipos técnicos, relacionados con la captura, almacenamiento y proceso de contenidos.

La rotación de inventario disminuyó desde 5,91 veces para el año 2012 a 3,21 veces para el año 2013. Al mismo tiempo, la permanencia de inventario, que refleja los días de costo promedio de venta en stock, se incrementó desde 61 días en el período 2012 a 112 días en el período 2013. Estas variaciones se explican porque los costos de venta se mantuvieron en niveles similares en los dos años, mientras que el inventario se fue incrementando, dado que se firmaron contratos nuevos y se renovaron contratos existentes estratégicos de mediano plazo de material fílmico (en ambos años) y derechos deportivos y licencias (principalmente en el 2013). Por lo tanto, el inventario promedio del año 2013 fue mayor en M\$9.490.119, un 83% con respecto al año 2012.



## 1.2 Indicadores de Liquidez

			31-12-2013	31-12-2012
<b>Liquidez Corriente:</b>	<u>Activos corrientes</u>	Veces	1,12	1,26
	<u>Pasivos corrientes</u>			
<b>Razón Ácida:</b>	<u>Activos corrientes - inventario corriente (1)</u>	Veces	0,94	1,10
	<u>Pasivos corrientes</u>			

(1) El inventario corriente está compuesto por los programas producidos por Canal 13 y los derechos deportivos, licencias y material fílmico que ha adquirido, los cuales se presentan en el rubro “películas y series contratadas y programas producidos” de los otros activos no financieros corrientes (Nota 19).

La liquidez corriente disminuyó desde 1,26 veces al 31 de diciembre de 2012 a 1,12 veces al 31 de diciembre de 2013, producto de que los pasivos corrientes aumentaron en un 16% durante el período, mientras que los activos corrientes aumentaron en solamente un 3%.

El aumento de M\$1.186.314 en los activos corrientes se explica principalmente por (i) un aumento de M\$3.072.621 en la cuenta “Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, corrientes”, debido principalmente a ventas de derechos deportivos que se cobrarán durante el año 2014; (ii) un aumento de M\$1.560.486 en la cuenta “Activos por impuestos, corrientes”, producto de que los pagos provisionales mensuales efectuados por la Sociedad durante el año 2013 excedieron el impuesto que efectivamente deberá cancelar, lo que generó un activo por la devolución de impuestos que percibirá; y (iii) un aumento de M\$1.197.741 en la cuenta “Otros activos no financieros, corrientes”, debido a que durante el período 2013 la Compañía produjo nuevos programas, especialmente del área de teleseries. Estos efectos fueron compensados en gran medida por la disminución de M\$4.744.707 en la cuenta “Efectivo y equivalentes al efectivo”.

El aumento de M\$4.944.961 de los pasivos corrientes se explica principalmente por (i) un aumento de M\$3.757.454 en la cuenta “Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar, corrientes”, debido a un aumento en las cuentas por pagar a proveedores extranjeros, asociado a compras de material fílmico y derechos deportivos, y un aumento en las provisiones de contratos asociados a la producción de programas de televisión; y (ii) un aumento de M\$1.642.932 en la cuenta “Otros pasivos financieros, corrientes”, debido principalmente a la utilización de líneas de crédito por M\$1.136.062 al 31 de diciembre de 2013.

La razón ácida disminuyó desde 1,10 veces al 31 de diciembre de 2012 a 0,94 veces al 31 de diciembre de 2013, debido a que los activos corrientes excluyendo el inventario corriente disminuyeron levemente, en aproximadamente un 1%, mientras que los pasivos corrientes aumentaron en aproximadamente un 16% durante el período.



### 1.3 Indicadores de Endeudamiento

			31-12-2013	31-12-2012
<b>Razón de Endeudamiento:</b>	<u>Pasivos totales</u>	Veces	1,49	1,06
	Patrimonio			
<b>Proporción Deuda Corriente:</b>	<u>Pasivos financieros corrientes</u>	%	14,1	11,1
	Pasivos financieros totales			
<b>Proporción Deuda No Corriente:</b>	<u>Pasivos financieros no corrientes</u>	%	85,9	88,9
	Pasivos financieros totales			
<b>Cobertura Costos Financieros:</b>	<u>Resultado antes de impuestos e intereses (1)</u>	Veces	11,76	19,79
	Costos financieros (2)			

- (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 aumentó desde 1,06 veces al 31 de diciembre de 2012 a 1,49 veces al 31 de diciembre de 2013. Durante el período el patrimonio aumentó en aproximadamente 8%, mientras que los pasivos totales aumentaron en aproximadamente 51%. El aumento de M\$24.796.634 en los pasivos totales se explica por el aumento en los pasivos corrientes explicado más arriba y por un aumento de M\$19.851.673 en los pasivos no corrientes, principalmente por (i) un aumento de M\$8.970.056 en la cuenta “Otros pasivos financieros, no corrientes”, debido al préstamo que se tomó para la compra de las radios Oasis y Horizonte (actual Top FM) y al leasing que se tomó para la compra del terreno y edificios antes mencionados; (ii) un aumento de M\$7.204.798 en la cuenta “Cuentas por pagar, no corrientes”, debido principalmente a un aumento de la deuda con proveedores extranjeros, que corresponde a compras de material fílmico y contratos por derechos de transmisión de eventos deportivos; y (iii) un aumento de M\$2.908.590 en la cuenta “Otros pasivos no financieros, no corrientes”, correspondiente a ingresos diferidos por la venta de derechos deportivos que se exhibirán en un período posterior a los próximos doce meses.

La deuda financiera total aumentó en M\$10.612.988 durante el año 2013, lo que se explica por la utilización de líneas de crédito, el préstamo por la compra de las radios y el leasing por la compra del terreno y edificios antes mencionados. La deuda financiera no corriente representa un 85,9% de la deuda financiera total, y la deuda financiera corriente representa el restante 14,1%.

La cobertura de costos financieros disminuyó desde 19,79 veces para el año 2012 a 11,76 veces para el año 2013. El resultado antes de impuestos e intereses disminuyó en aproximadamente 31% en 2013 con respecto a 2012, mientras que los costos financieros aumentaron en aproximadamente 15%, producto de la incorporación de un nuevo crédito durante el año 2013.



## 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 2013 y 2012 son los siguientes:

	31-12-2013	31-12-2012	Variación	Variación
	M\$	M\$	M\$	%
<b>Ingresos de actividades ordinarias</b>	<b>85.670.066</b>	<b>87.086.911</b>	<b>-1.416.845</b>	<b>-1,6</b>
Costo de ventas	-67.347.688	-67.916.651	568.963	-0,8
Gastos de administración	-11.429.703	-9.092.933	-2.336.770	25,7
<b>Resultado operacional</b>	<b>6.892.675</b>	<b>10.077.327</b>	<b>-3.184.652</b>	<b>-31,6</b>
Ingresos financieros	333.507	0	333.507	0
Costos financieros	-962.029	-865.633	-96.396	11,1
Otros ingresos no operacionales netos (1)	1.025.836	191.988	833.848	434,3
<b>Resultado no operacional</b>	<b>397.314</b>	<b>-673.645</b>	<b>1.070.959</b>	<b>-159,0</b>
Ganancia (pérdida) antes de impuestos	7.289.989	9.403.682	-2.113.693	-22,5
Gasto por impuestos a las ganancias	-98.164	-1.618.838	1.520.674	-93,9
<b>Ganancia (pérdida)</b>	<b>7.191.825</b>	<b>7.784.844</b>	<b>-593.019</b>	<b>-7,6</b>
Depreciación y amortización	4.526.875	4.373.512	153.363	3,5
<b>R.A.I.I.D.A. (2)</b>	<b>11.419.550</b>	<b>14.450.839</b>	<b>-3.031.289</b>	<b>-21,0</b>

(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

	31-12-2013	31-12-2012	Variación	Variación
	M\$	M\$	M\$	%
<b>Ingresos de actividades ordinarias</b>	<b>85.670.066</b>	<b>87.086.911</b>	<b>-1.416.845</b>	<b>-1,6</b>
Ingresos de Televisión Abierta e Internet	76.200.503	79.027.047	-2.826.544	-3,6
Ingresos de Otros Explotación	9.469.563	8.059.864	1.409.699	17,5

Los ingresos de actividades ordinarias fueron M\$85.670.066 para el año 2013, lo que representa una disminución de un 1,6% con respecto al mismo período de 2012, cuando los ingresos alcanzaron M\$87.086.911. El principal ingreso de Canal 13 S.A. lo constituye la venta de espacios publicitarios en televisión abierta y es presentado en el segmento Televisión Abierta e Internet, junto con ventas de publicidad online. En el año 2013 los ingresos de este segmento representan un 88,9% de los ingresos de explotación totales (90,7% 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 11,1% de los ingresos de explotación (9,3% 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\$76.200.503 durante el año 2013, inferior a los M\$79.027.047 registrados para el año 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 año 2013 estuvo comparativamente más bajo que en el año 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](http://www.13.cl) con respecto al año 2012, el desempeño del negocio internet está directamente relacionado a los niveles de audiencia de los programas de televisión.

#### Indicadores Televisión Abierta e Internet

		31-12-2013	31-12-2012	Variación	Variación %
<b>Televisión Abierta</b>					
Rating (1)	%	8,3	8,8	-0,5	-5,7
<b>Internet</b>					
Visitantes únicos (2)	<i>Promedio mensual</i>	2.847.111	2.489.721	357.390	14,4

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

### 2.1.2 Segmento Otros Explotación

El segmento Otros Explotación incluye los negocios de televisión de pago (el canal 13C) y las radios Play, Sonar, Top FM y Oasis, así como ventas de contenido a clientes nacionales y extranjeros, la generación de nuevos negocios y los servicios a terceros de producción y de telecomunicaciones. Este segmento generó ingresos por M\$9.469.563 durante el año 2013, un aumento de 17,5% con respecto al año 2012. Este aumento se explica principalmente por una venta de derechos deportivos durante el período 2013. El negocio de radios también tuvo un impacto positivo en los ingresos del ejercicio, debido al buen posicionamiento comercial de Play y Sonar en comparación al 2012, y al buen posicionamiento en audiencia de Oasis, una de las radios nuevas que se adquirieron en marzo de 2013. Con respecto al negocio de televisión de pago, en el período 2013 hay un aumento significativo en el rating que se explica en parte por un cambio en la base de medición. A partir de marzo 2013, la señal 13C dejó de transmitirse por la señal experimental por el aire y sólo se emitió a través de señales de televisión de pago. Si bien en el corto plazo no se evidencia un aumento en los ingresos, es probable que haya un incremento por ventas de publicidad en el mediano plazo.



## Indicadores Otros Explotación

		31-12-2013	31-12-2012	Variación	Variación %
<b>Cable</b>					
Rating en miles de personas (1)		4,2	2,3	1,8	78,2
<b>Radios</b>					
Rating, Radio Play (2)	%	14,1	14,3	-0,2	-1,2
Rating, Radio Sonar (3)	%	12,8	11,4	1,4	12,3
Rating, Radio Oasis (4)	%	8,4	-	-	-
Rating, Radio Top (5)	%	4,0	-	-	-

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

(2) El rating de Radio Play representa la participación de la audiencia para los años 2013 y 2012, considerando mujeres de los segmentos socioeconómicos ABC1 y C2 de 25 a 44 años de edad. Fuente: Ipsos.

(3) El rating de Radio Sonar representa la participación de la audiencia para los años 2013 y 2012, considerando hombres de los segmentos socioeconómicos ABC1 y C2 de 20 a 44 años de edad. Fuente: Ipsos.

(4) El rating de Radio Oasis representa la participación de la audiencia para el año 2013, considerando hombres y mujeres de los segmentos socioeconómicos ABC1 y C2 de 35 a 59 años de edad. Fuente: Ipsos. No existe información comparativa para el año 2012, porque esta radio empezó a operar en marzo de 2013.

(5) El rating de Radio Top representa la participación de la audiencia para el año 2013, considerando hombres y mujeres de los segmentos socioeconómicos ABC1, C2 y C3 de 20 a 44 años de edad. Fuente: Ipsos. No existe información comparativa para el año 2012, porque esta radio empezó a operar en marzo de 2013.

## 2.2 Costos de Venta

Los costos de venta disminuyeron desde M\$67.916.651 en el período 2012 a M\$67.347.688 en el período 2013, una variación de aproximadamente -1%. Sin embargo, si no se considera el efecto neto de constitución y reverso de provisiones de deterioro de programas en el año 2013 comparado con 2012, los costos aumentaron en aproximadamente un 8% entre el período 2012 y el período 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 una pérdida por (M\$673.645) en el período 2012 a una ganancia por M\$397.314 en el período 2013, principalmente debido a un aumento en la cuenta “Otros ingresos, por función” por el reconocimiento de minusvalía por M\$1.288.909, asociada a la compra de las radios Oasis y Horizonte en marzo de 2013. El monto de la minusvalía corresponde a la diferencia entre el precio pagado, M\$6.128.865, y el valor razonable de los activos adquiridos, M\$7.417.774.

Por otro lado, la Sociedad presentó una pérdida por diferencia de cambio de (M\$364.836) para el año 2013, una diferencia de (M\$621.566) con respecto a la ganancia por diferencia de cambio que registró en el año 2012. La Sociedad está expuesta al tipo de cambio entre el peso chileno y el dólar estadounidense principalmente porque mantiene cuentas por pagar a proveedores extranjeros de material filmico. Durante el año 2013, la Compañía tomó instrumentos financieros para cubrir parte de esta exposición al tipo de cambio, generando ingresos financieros de M\$333.507, con lo cual logró compensar una parte de la pérdida por diferencia de cambio.



## 2.4 Ganancia

La ganancia del año 2013 fue de M\$7.191.825, menor en un -7,6% a los M\$7.784.844 registrados en el año 2012. Este aumento se explica principalmente por las variaciones en ingresos, costos y el resultado no operacional antes mencionadas. Adicionalmente, el gasto por impuestos a las ganancias fue menor en el año 2013 (M\$98.164 comparado con M\$1.618.838 en el año 2012), debido a que la renta líquida imponible fue menor en el año 2013.

## 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\$11.419.550 para el año 2013, un 21% menor al año 2012.

## 3.- INDICADORES DE RENTABILIDAD

			31-12-2013	31-12-2012
<b>Rentabilidad del Patrimonio:</b>	<u>Ganancia o (pérdida)</u>	%	15,05	18,12
	Patrimonio promedio			
<b>Rentabilidad de Activos Operacionales:</b>	<u>Resultado operacional (1)</u>	%	6,67	12,56
	Total activo operacional promedio (2)			
<b>Rentabilidad del Activo:</b>	<u>Ganancia o (pérdida)</u>	%	6,59	9,20
	Activo promedio			
<b>Utilidad Por Acción:</b>	<u>Ganancia o (pérdida)</u>	\$	33,97	36,77
	Total de acciones suscritas y pagadas			

- (1) Resultado operacional se define como: “Ingresos de actividades ordinarias” – “Costos de venta” – “Gastos de administración”.
- (2) Activo operacional promedio se calcula como el promedio entre el saldo inicial y el saldo final de los activos operacionales de cada período. Activos operacionales se definen como el total de los activos menos los instrumentos derivados, activos por impuestos corrientes y activos por impuestos diferidos:

	31-12-2013	31-12-2012	31-12-2011
	M\$	M\$	M\$
Total activos	123.257.032	94.993.270	74.150.937
Menos:			
Otros activos financieros, corrientes (instrumentos derivados)	113.509	0	0
Activos por impuestos, corrientes	1.560.486	0	0
Activos por impuestos diferidos	<u>4.547.810</u>	<u>5.263.705</u>	<u>3.363.127</u>
Total activos no operacionales	<u>6.221.805</u>	<u>5.263.705</u>	<u>3.363.127</u>
Total activos operacionales	<u>117.035.227</u>	<u>89.729.565</u>	<u>70.787.810</u>
<b>Total activo operacional promedio</b>	<b>103.382.396</b>	<b>80.258.688</b>	





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

##### Estados de Flujos de Efectivo, Resumidos

	31-12-2013	31-12-2012
	M\$	M\$
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en):		
Actividades de operación	6.944.686	14.112.942
Actividades de inversión	-15.195.831	-7.382.796
Actividades de financiación	3.506.439	-3.072.239
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>-4.744.706</b>	<b>3.657.907</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>1.005.244</b>	<b>5.749.950</b>

Para el año terminado al 31 de diciembre de 2013, el flujo operacional de M\$6.944.686 corresponde a ingresos por ventas de M\$101.245.089 menos pagos a proveedores por (M\$53.684.402), menos pagos a los empleados por (M\$23.862.669), menos otros pagos operacionales por (M\$12.508.506) (compuesto por IVA, impuesto único, retenciones, impuesto adicional), menos pagos de intereses por (M\$301.175), menos pago de impuestos a las ganancias por (M\$3.943.651).

El flujo de inversión de (M\$15.195.831) en el año 2013 se compone principalmente de compras de “Propiedades, planta y equipos” por (M\$11.245.574), 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\$3.506.439. Los principales componentes son: (i) importes procedentes de préstamos de corto plazo por M\$9.656.778 y pagos de préstamos por (M\$8.555.461), que corresponden al uso y pago, respectivamente, de líneas de crédito; (ii) un ingreso por préstamo bancario largo plazo de M\$5.295.157 por la adquisición de las radios Oasis y Horizonte (ahora Top FM); (iii) un pago de dividendos de (M\$3.030.303); y (iv) pagos de cuotas de leasing por (M\$876.841). 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\$4.744.707) 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 el año 2013, Canal 13 obtuvo la mayor participación de audiencia según rating hogar, frente a la competencia, alcanzando un 25,9%<sup>1</sup> (27,0% en el año 2012).

Respecto a los ingresos de explotación, en los primeros nueve meses de 2013 Canal 13 tuvo una participación estimada de 29,6%<sup>2</sup> (considerando los ingresos de explotación de los cinco canales de televisión abierta con mayores ingresos, según los respectivos Estados Financieros). En el mismo período del año 2012 la participación fue de 30,5%.

## **7.- ANÁLISIS DE RIESGO DE MERCADO**

### **7.1 Marco de Administración de Riesgo**

El Directorio es responsable de establecer la estrategia y el marco general en que se desenvuelve la administración de riesgos de la Sociedad y la Subsidiaria, 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.

- 
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.
  2. La participación de ingresos para los primeros nueve meses de 2013 es una estimación, considerando que hasta la fecha Chilevisión no ha presentado sus estados financieros al 30 de septiembre de 2013.



## **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. 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. Se suma a esto 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.

Adicionalmente 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 la 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. Al 31 de diciembre de 2013, el saldo utilizado de líneas de crédito es de M\$1.136.062, quedando un saldo disponible de M\$5.363.938.

### **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. La Sociedad tiene activos y pasivos en moneda extranjera producto de la adquisición de material fílmico e inversiones en equipos. 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, con el fin de administrar las posibles posiciones de cobertura y contratar instrumentos que ayuden a mitigar estos riesgos.



Al 31 de diciembre de 2013 las posiciones en dólares estadounidenses son las siguientes: Activos por USD23.715.528 y pasivos por USD45.238.118, lo que resulta en una exposición neta de (USD21.522.590). Al aplicar el tipo de cambio al 31 de diciembre de 2013, de \$524,61/USD, esta cifra alcanza los (M\$11.290.966). Al 31 de diciembre de 2013 la Sociedad cuenta con una cobertura forward por USD3.002.537. La exposición neta del forward es de (USD18.520.053), ó (M\$9.715.805).

Si se asume una variación de  $\pm 5\%$  en el precio observado del dólar, con todas las demás variables constantes, el impacto en resultado sería de  $\pm M\$485.790$ .

#### **7.2.4 Riesgo de Tasa de Interés**

El riesgo de tasa de interés corresponde a la exposición de la Sociedad a tasa variable dependiendo del ciclo económico de la Sociedad y del costo de intercambiar la tasa en un período determinado de tiempo.

Las obligaciones de corto plazo de la Sociedad que están sujetas a riesgo de tasa de interés corresponden a líneas de crédito, cuyas tasas son de mercado al momento que las utiliza. En el caso de las obligaciones financieras de largo plazo que están sujetas a riesgo de tasa de interés, éstas corresponden a dos préstamos definidos a una tasa variable.

Los préstamos bancarios tienen una tasa variable pero con una estructura en la cual 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  $\pm M\$35.000$  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 (UF) 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 (préstamos y leasings denominados en UF), el cual es considerado como no significativo y por ende no se administra su variación.

Al 31 de diciembre de 2013 los pasivos indexados a inflación suman M\$14.496.005. Si se asume una variación de  $\pm 1\%$  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  $\pm M\$144.960$ .

### **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 sus retornos y liquidez.

Adicionalmente, 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. 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 de amplio alcance.

### **7.3.4 Riesgos Relacionados al Desarrollo de Nuevas Tecnologías**

La evolución de la tecnología obliga a los canales de televisión 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. En este ámbito la Compañía ha sido impulsor de la tecnología de la televisión terrestre en el país, transmitiendo la señal HD actualmente en la Región Metropolitana a través de un permiso experimental.

### **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 cómo 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, así como también de otros “talentos” como los realizadores, directores y otros, existiendo un riesgo y costo asociado a la posibilidad de que estas personalidades dejen la Sociedad. Sin embargo, Canal 13 cuenta con una política de contratos con “rostros” que permite mitigar este riesgo. El personal definido como “clave” en la Sociedad 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 Sociedad. Canal 13 mitiga este riesgo con altos estándares de calidad definidos en su línea editorial.

### **7.3.8 Riesgo Operacional**

Aun 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 Sociedad además procura mantener procedimientos operacionales de excelencia con el objetivo de minimizar interrupciones en la emisión de su señal, manteniendo un alto estándar técnico de la misma y evitar así que fallas 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 su 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 respaldo eléctrico para su equipamiento de mayor criticidad, y además cuenta con redundancia de los mismos, pero no cuenta con una réplica off-site de dichos equipos.

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 Sociedad. 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 Sociedad 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 Sociedad.

Al 31 de diciembre de 2013, la Sociedad cuenta con 206 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, entre otros. Con fecha 17 de octubre de 2013 el proyecto de ley de televisión digital terrestre, cuyo objeto es introducir la televisión digital terrestre a todo el país, fue despachado por el Congreso Nacional, después de 5 años de discusión. Por su parte, el Ejecutivo, con fecha 15 de noviembre, ingresó al Congreso las observaciones al proyecto de ley, ejerciendo su derecho a veto, mientras que el Tribunal Constitucional emitió su sentencia el 18 de noviembre respecto a materias relacionadas con regulación de contenidos. En la actualidad se está a la espera del último trámite parlamentario, que corresponde a la revisión del Congreso Nacional del veto presentado por el Ejecutivo.



### **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.