

CANAL 13 S.A

ANÁLISIS RAZONADO
DE LOS ESTADOS FINANCIEROS
CONSOLIDADOS DE CANAL 13 S.A.
AL 31 DE DICIEMBRE DE 2015





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

Los principales componentes de los activos, pasivos y patrimonio de Canal 13 S.A. al 31 de diciembre 2015 y al 31 de diciembre de 2014 son los siguientes:

	31-12-2015 M\$	31-12-2014 M\$
Activos		
Activos corrientes	52.316.709	41.182.704
Propiedades, planta y equipos	37.272.789	39.041.822
Otros activos no corrientes	38.924.975	40.898.455
Total activos	128.514.473	121.122.981
Pasivos y patrimonio		
Pasivos corrientes	49.110.561	46.185.113
Pasivos no corrientes	49.288.666	44.246.178
Total pasivos	98.399.227	90.431.291
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	30.115.246	30.691.690
Participaciones no controladoras	-	-
Patrimonio total	30.115.246	30.691.690
Total pasivos y patrimonio	128.514.473	121.122.981



1.1 Indicadores de Actividad

			31-12-2015	30-12-2014
Inversiones:	Propiedades, planta y equipos (1)	M\$	3.473.782	5.056.587
Rotación de Inventario:	$\frac{\text{Costo de ventas}}{\text{Inventario total promedio (2)}}$	Veces	2,81	2,79
Permanencia de Inventario:	$\frac{\text{Inventario total promedio (2)}}{\text{Costo de ventas}}$	x 360 días	128,27	129,09

- (1) Inversión en propiedades, planta y equipos corresponde a las adquisiciones de propiedades, planta y equipos presentadas en la Nota 13 a los Estados Financieros.
- (2) Canal 13 S.A. tiene como política contable 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 8), dado que por las características del negocio, no se 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 periodo.

La inversión en propiedades, planta y equipos fue de \$3.474 millones durante el año 2015, 31% inferior a la inversión de 2014, que alcanzó \$5.057 millones. Durante este año, las inversiones correspondieron principalmente a mejoras de infraestructura y renovación de equipos técnicos, mientras que en el período 2014 las principales inversiones correspondieron a la construcción de estudios y equipamiento para aumentar la capacidad de producción y de generación de contenido HD.

La rotación de inventario aumentó desde 2,79 veces para el año 2014 a 2,81 veces para el año 2015. Al mismo tiempo, la permanencia de inventario, que refleja los días de costo promedio de venta en stock, disminuyó desde los 129,09 días para el año 2014 a 128,27 días durante el período de 2015, ello debido principalmente a la extinción de los derechos deportivos de la Copa América 2015.

1.2 Indicadores de Liquidez

			30-09-2015	31-12-2014
Liquidez Corriente:	Activos corrientes	Veces	1,07	0,89
	Pasivos corrientes			
Razón Ácida:	Activos corrientes - inventario corriente (1)	Veces	0,86	0,66
	Pasivos corrientes			

(1) El inventario corriente está compuesto por los programas producidos por Canal 13 y los derechos deportivos, licencias y material filmico que ha adquirido y que se exhibirán durante los próximos 12 meses, los cuales se presentan en el rubro "películas y series contratadas y programas producidos" de los otros activos no financieros corrientes (Nota 8), se adjunta cálculo de inventario a continuación:

Películas y series contratadas y programas producidos	Corriente	No corrientes	Total
Saldo inicial al 1° de enero 2015	10.489.074	17.359.218	27.848.292
Saldo final al 31 de diciembre 2015	10.170.453	13.735.996	23.906.449
Promedio			25.877.371

La liquidez corriente aumentó desde 0,89 veces al 31 de diciembre de 2014 hasta 1,07 veces al 31 de diciembre de 2015, producto de un incremento de 27% en los activos corrientes, mientras que los pasivos corrientes aumentaron solo un 6% durante el ejercicio 2015.

El incremento de los activos corrientes durante el año 2015, se explica principalmente por un aumento de \$ 6.717 millones (26%) de los Deudores Comerciales debido a los mayores ingresos generados por actividades ordinarias, por un aumento de \$1,161 millones (346%) en el "Efectivo y Efectivo equivalente" y por el aumento de \$ 2.339 millones en otros Activos Financieros que incluye una inversión en fondos mutuos.

El incremento de los pasivos corrientes se explica principalmente por un aumento de \$5.165 millones (65%) en Obligaciones con Banco, parcialmente compensado por disminuciones en Cuentas por Pagar (-3%) y en el rubro Provisiones (-134%).

De la misma forma, la razón ácida aumentó desde 0,66 veces al 31 de diciembre de 2014 a 0,86 veces al 31 de diciembre de 2015, impulsada por un mayor incremento porcentual de los activos corrientes, descontados los inventarios, en comparación con los pasivos corrientes.



1.3 Indicadores de Endeudamiento

			31-12-2015	31-12-2014
Razón de Endeudamiento:	Pasivos totales	Veces	3,27	2,95
	Patrimonio			
Proporción Deuda Corriente:	Pasivos financieros corrientes	%	28,30	26,58
	Pasivos financieros totales			
Proporción Deuda No Corriente:	Pasivos financieros no corrientes	%	71,70	73,42
	Pasivos financieros totales			
Cobertura Intereses:	Resultado antes de impuestos e intereses (1)	Veces	38,67	80,15
	Intereses pagados (2)			

- (1) Para el cálculo del resultado antes de impuestos e intereses, se consideró el resultado antes de impuestos, presentado en el Estado de Resultados, descontados los intereses pagados, presentados en la Nota 25 de los Estados Financieros.
- (2) Los intereses pagados en el período se presentan en la Nota 25 de los Estados Financieros.

La razón de endeudamiento aumentó desde 2,95 veces al 31 de diciembre de 2014 a 3,27 veces al 31 de diciembre 2015 impulsada por el financiamiento bancario para proyectos de largo plazo.

Al 31 de diciembre 2015 la deuda financiera no corriente representa un 71,7% de la deuda financiera total, en tanto la deuda financiera corriente representa el restante 28,3%.

La cobertura de intereses pasó de 80,15 veces en 2014 a 38,67 veces en 2015, lo que se explica por una disminución de los intereses durante 2015 en comparación con mismo periodo del año anterior y a las menores pérdidas del presente año, comparadas con 2014.

2.- ANÁLISIS DE LOS ESTADOS CONSOLIDADOS DE RESULTADOS INTEGRALES

Los principales componentes de los Estados de Resultados para los períodos terminados el 31 de diciembre de 2015 y 2014 son los siguientes:

	31-12-15	31-12-14	Variación	Variación
	M\$	M\$	M\$	%
Ingresos Actividades ordinarias	84.281.856	73.303.477	10.978.379	14,98%
Costo de ventas	(72.624.510)	(77.489.842)	4.865.332	-6,28%
Gastos de administración	(13.067.180)	(12.711.194)	(355.986)	2,80%
Resultado Operacional	(1.409.834)	(16.897.559)	15.487.725	-91,66%
Ingresos financieros	2.070.503	1.074.922	995.581	92,62%
Costos financieros	(1.671.231)	(773.590)	(897.641)	116,04%
Otros ingresos (egresos) no operacionales netos (1)	(3.208.847)	(6.988.118)	3.779.271	-54,08%
Resultado no operacional	(2.809.575)	(6.686.786)	3.877.211	-57,98%
Ganacias (pérdida) antes de impuestos	(4.219.409)	(23.584.345)	19.364.936	-82,11%
Gastos por impuestos a las ganancias	3.540.878	3.631.420	(90.542)	-2,49%
Ganancia (pérdida)	(678.531)	(19.952.925)	19.274.394	-96,60%
Depreciación y amortización	(4.964.087)	(4.872.694)	(91.393)	1,88%
RAIIDA(2)	3.554.253	(12.024.865)	15.579.118	-129,56%

- (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 13 y la Nota 12, respectivamente, de los Estados Financieros.

2.1 Ingresos de Actividades Ordinarias

	31-12-15	31-12-14	Variación	Variación
	M\$	M\$	M\$	%
Ingresos actividades ordinarias	84.281.856	73.303.477	10.978.379	14,98%
TV Abierta e Internet	70.498.423	63.906.342	6.592.081	10,32%
Otros	13.783.433	9.397.135	4.386.298	46,68%

Los ingresos de actividades ordinarias fueron \$84.282 millones para el periodo 2015, lo que representa un aumento de un 14,98% con respecto al mismo período de 2014, cuando los ingresos alcanzaron \$73.303 millones. 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 las ventas de publicidad online.

2.1.1 Segmento Televisión Abierta e Internet

El segmento de Televisión Abierta e Internet registró ingresos por \$70.498 millones durante el año 2015, superior a los \$63.906 millones registrados para el año 2014, correspondiente a mayores ventas de televisión abierta que se relaciona con el mayor rating comercial obtenido por Canal 13 durante 2015, en comparación con el mismo indicado del año 2014. A su vez, el desempeño del negocio internet, que se relaciona directamente con los niveles de audiencia de los programas de televisión, muestra un indicador de

navegadores únicos una tendencia de crecimiento bastante significativa, por encima del crecimiento del rating en horario prime que exhibe para igual periodo la televisión abierta.

Indicadores Televisión Abierta e Internet

		31-12-2015	31-12-2014	Variación	Variación %
Televisión Abierta					
Rating Comercial Horario Prime(1)	%	5,2	4,7	0,7	10,72
Internet					
Navegadores únicos (2)	<i>Promedio mensual</i>	7.555.330	3.665.658	3.314.850	106,00%

(1) El rating comercial horario prime representa el porcentaje de hogares que sintonizaron en promedio cada minuto de duración del programa o canal. Los hogares medidos corresponden a los segmentos ABC mujeres y hombres entre 25 y 64 años, en horarios de L-V de 20:00 a 00.30 hrs y S-D de 21:00 a 00:30 hrs. **Fuente:** *Timelbope*.

(2) Navegadores únicos corresponde al promedio anual de los meses de ambos periodos de navegadores distintos que se conectaron a los sitios web **13.cl**, **T13.cl**, **SonarFM.cl**, **playFM.cl** y **oasis.cl** para cada período. **Fuente:** *Digital Analytix de Comscore*.

2.1.2 Segmento Otros Explotación

El segmento Otros Explotación incluye los negocios de televisión de pago (los canales 13C y RECTV) y las radios Play, Sonar, T13 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 \$13.783 millones durante 2015.

Indicadores Otros Explotación

		31-12-2015	31-12-2014	Variación	Variación %
Cable					
Rating en miles de personas (1)		4,8	5,3	(0,5)	(10,69)
Radios					
Rating, Radio Play (2)	%	15,3	13,3	2,0	15,04
Rating, Radio Sonar (3)	%	11,4	11,2	0,2	1,79
Rating, Radio Oasis (4)	%	9,0	9,8	(0,8)	(8,16)
Rating, Radio Top (5)	%		6,2	(6,2)	(100)
Rating, Radio T13 (6)	%	7,5		7,5	100

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

(2) El rating de Radio Play representa la participación de la audiencia para 2015 y 2014, 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 2015 y 2014, 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 2015 y 2014, considerando hombres y mujeres de los segmentos socioeconómicos C1 y C2 de 35 a 59 años de edad. **Fuente:** Ipsos.
- (5) El rating de Radio Top representa la participación de la audiencia solo 2014, considerando hombres y mujeres de los segmentos socioeconómicos ABC1, C2 y C3 de 20 a 44 años de edad. **Fuente:** Ipsos.
- (6) El rating de Radio T13 representa la participación de la audiencia para los periodos de jul-dic 2015 (la radio partió sus transmisiones el 21 abril 2015), considerando hombres y mujeres de los segmentos socioeconómicos ABC1 y C2 de 25 a 59 años de edad. **Fuente:** Ipsos.

2.2 Costos de Venta

Los costos de venta disminuyeron desde \$77.490 millones en el período 2014 a \$72.625 millones en el período 2015, lo que implica una caída de 6,28%. Este menor costo dice relación con una diferente combinación entre programas de realización propia y programas envasados, junto con una apuesta de mayor diversificación de contenidos en el horario prime, todo esto parcialmente compensado mayores costos en programas deportivos. 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, deterioro de programas y arriendos, asociados a la propuesta programática de la Compañía.

2.3 Resultado No Operacional

Canal 13 S.A. registró una pérdida no operacional de \$2.810 millones durante 2015, cifra inferior a la pérdida obtenida durante 2014 que alcanzó los \$6.687 millones y que se explican principalmente por el deterioro de activos intangibles.

2.4 Ganancia (Pérdida)

La pérdida en 2015 fue de \$679 millones, la que se compara con una pérdida de \$19.953 millones durante 2014, cuya diferencia se explica por mayores ingresos, menores costos y menores egresos fuera de la explotación en comparación con el año anterior.

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.) correspondiente al año 2015 fue una ganancia de \$3.554 millones, comparado con una pérdida de \$12.025 millones obtenida durante 2014 y que se explica por mayores ingresos, menores costos de explotación, mejor resultado no operacional, aunque levemente compensado por mayores gastos de administración y ventas.

3.- INDICADORES DE RENTABILIDAD

		31-12-2015	31-12-2014
Ganancia o (pérdida)	%	(2,23)	(50,29)
Patrimonio promedio			
Resultado operacional (1)	%	(1,29)	(15,03)
Total activo operacional promedio (2)			
Ganancia o (pérdida)	%	(0,54)	(16,69)
Activo promedio			
Ganancia o (pérdida)	\$	(3,21)	(94,25)
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:

	31-12-15	31-12-14
	M\$	M\$
Total activos	128.514.473	121.122.981
<i>Menos:</i>		
Otros activos financieros, corrientes (instrumentos derivados)	3.058.571	718.641
Activos por impuestos, corrientes	4.154.645	4.060.966
Activos por impuesto diferidos	10.575.421	8.536.239
Total activos no operacionales	17.788.637	13.315.846
Total activos operacionales	110.725.836	107.807.135
Activo operacional promedio	109.266.486	112.421.181

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

	31-12-15	31-12-14
	M\$	M\$
Flujos efectivos netos procedentes :		
Actividades de Operación	(8.952.159)	(6.240.605)
Actividades de inversión	(5.467.876)	(4.931.710)
Actividades de Financiación	15.574.256	10.512.902
Variación t/c	6.685	(10.735)
Total flujo efectivo netos	1.160.906	(670.148)
Efectivo y equivalente al efectivo al principio	335.093	1.005.243
Efectivo al final del período	1.495.999	335.095

Al 31 de diciembre de 2015, el flujo operacional negativo de \$8.952 millones es menor al flujo operacional del año anterior, lo que se explica por una caída en los cobros por venta de bienes y servicios debido a una menor facturación principalmente durante el primer trimestre de 2015, parcialmente compensado por devoluciones de impuestos recibidas durante 2015. Por su parte, el mayor flujo por inversiones en comparación con el año anterior, se explica por una diferente composición de los pagos realizados.

En el caso de los flujos provenientes de actividades de financiamiento, el incremento de 2015 con respecto a 2014 proviene del crédito de largo plazo descrito en nota 15.

Con todo esto, el efectivo y equivalente al efectivo muestra un aumento de \$1.160 millones durante el ejercicio 2015.

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 Canal 13 S.A., 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, Canal 13 S.A. 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 periodo anual 2015, Canal 13 obtuvo una participación de audiencia según rating hogar 23,5%¹ (23,0% en 2014).

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 Canal 13 S.A. y la Subsidiaria, con el objetivo de minimizar potenciales efectos adversos.

Canal 13 S.A., 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.

Canal 13 S.A. determina las políticas de administración de riesgo financiero inherentes al negocio, las cuales se describen a continuación.

7.2 Riesgo Financiero

Canal 13 S.A. y Subsidiaria están expuestas a riesgos relacionados con el uso de instrumentos financieros. A continuación se presenta información respecto de la exposición de Canal 13 S.A. a dichos riesgos, los objetivos, las políticas y los procedimientos de Canal 13 S.A. para medir y administrar el riesgo.

7.2.1 Riesgo de Crédito

El riesgo de crédito es el riesgo de pérdida financiera que enfrenta Canal 13 S.A. 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 Canal 13 S.A., así como de establecer mecanismos que permitan acotar dichos riesgos.

Canal 13 S.A. 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, Canal 13 S.A. 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.

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, Megavisión, Chilevisión y La Red.

7.2.2 Riesgo de Liquidez

El riesgo de liquidez para Canal 13 S.A. y 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 Canal 13 S.A. 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.

Para hacer frente a cualquier imprevisto la Sociedad ha mantenido líneas de crédito pre-aprobadas durante el período por M\$12.000.000 aproximadamente en distintas instituciones financieras. Al 31 de diciembre 2015, se encuentran utilizadas las líneas de crédito por M\$8.686.593, quedando un saldo disponible de M\$3.313.487.

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. Canal 13 S.A. tiene activos y pasivos en moneda extranjera producto de la adquisición de material fílmico, derechos deportivos e inversiones en equipos. Canal 13 S.A. contrata instrumentos derivados con el fin de minimizar la exposición al riesgo de tipo de cambio.

7.2.4 Riesgo de Tasa de Interés

El riesgo de tasa de interés corresponde a la exposición de Canal 13 S.A. a tasa variable dependiendo del ciclo económico de Canal 13 S.A. y del costo de intercambiar la tasa en un período determinado de tiempo.

Las obligaciones de corto plazo de Canal 13 S.A. 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 tres 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 Canal 13 S.A.

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 Canal 13 S.A. está expuesta. Canal 13 S.A. 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.

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. 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. Con una expectativa, de mayores ingresos por publicidad en el cuatrimestre final de cada año.

7.3.3 Riesgo de Competencia

El mercado en el cual opera Canal 13 S.A. 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.

Canal 13 siempre este en búsqueda de nuevos talentos y tecnologías en aras de entregar una televisión útil tanto desde el punto de vista de la entretención como informativa, en un mercado altamente competitivo resulta clave la creatividad y estrategia de programación la cual tiene que estar en línea con los intereses y gustos de nuestra audiencia objetivo. Esto, tiene un impacto directo en los retornos de Canal 13 S.A.

La proliferación de nuevas tecnologías y medios, tales como internet y otras plataformas digitales 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.

7.3.4 Riesgos Relacionados al Desarrollo de Nuevas Tecnologías

La evolución de la tecnología, obligan 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 a 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 Canal 13 S.A. Sin embargo, Canal 13 cuenta con una política de contratos con “rostros” que permite mitigar este riesgo. El personal definido como “clave” en Canal 13 S.A. 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 Canal 13 S.A. 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.

Canal 13 S.A. 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 Canal 13 S.A. Cabe mencionar que el actual convenio colectivo suscrito entre la Compañía y sus trabajadores vence el 31 de diciembre de 2017.

7.3.9 Riesgo Regulatorio

Regulación General

Canal 13 S.A. al igual que todos los canales de televisión chilena se encuentra regulado por la Ley N°18.838 del 29 de septiembre de 1989 que establece en su Artículo N°8 letra e) las causales de extinción de las concesiones de radiodifusión de libre recepción.

Regulación Televisión Digital

La Ley N°20.750 fue publicada en el Diario Oficial del 29 de mayo 2014, con inicio de vigencia a contar de la misma fecha mencionada precedentemente, estableciendo un marco regulatorio para la implementación de la televisión digital terrestre en nuestro país, el cual representa el cambio tecnológico más relevante en la industria en los últimos 30 años, posibilitando, en la práctica, la transmisión en HD (alta definición) y para dispositivos móviles.

Posteriormente, el 15 de abril se publicó en el diario oficial el plan de radiodifusión televisiva, que junto con establecer el marco técnico para la digitalización y las reservas de frecuencia UHF, representa el inicio de la contabilización del plazo de 5 años para el proceso de digitalización y apagón analógico.

Como consecuencia de la magnitud del proyecto de digitalización que debe enfrentar la industria, Canal 13 S.A. ha identificado los siguientes impactos en los estados financieros:

- a) Ejecución de la inversión destinada a digitalizar las estaciones o plantas transmisoras que atienden a la totalidad de las concesiones de radiodifusión televisiva de las que hace usufructo Canal 13 S.A. para estos fines, según lo establece la ley, se cuenta con un plazo de 5 años.
- b) Identificación de activos fijos de las estaciones o plantas transmisoras que deben ser depreciados en un plazo de 5 años, como consecuencia del apagón analógico.
- c) Modificación del régimen de vigencia de las concesiones televisivas, estableciendo un plazo definido de 20 años y conservando el régimen de derecho preferente en su renovación, en la medida que el concesionario no hubiese sido condenado dos o más veces por infracciones a las leyes N°17.336, N°20.243, o al Capítulo IV del Título II del Libro I del Código del Trabajo, durante el año calendario inmediatamente anterior a la presentación de la solicitud de renovación, o que hubiese sido sancionado, durante la vigencia de su concesión, con más de dos suspensiones de transmisiones por la causal establecida en el Artículo 33, N°3 de la Ley N°18.838.

Lo anterior, se encuentra sujeto a revisión por parte de Canal 13 S.A. a la espera de completar el marco regulatorio que corresponde a normativas técnicas y a las frecuencias de recambio, las cuales se encuentran en proceso de preparación. Cabe indicar que algunas disposiciones podrían ajustar los efectos evaluados a la fecha de emisión de estos estados financieros consolidados.

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, Canal 13 S.A. está expuesta a riesgos legales de carácter contractual, laboral, comercial, entre otros.