

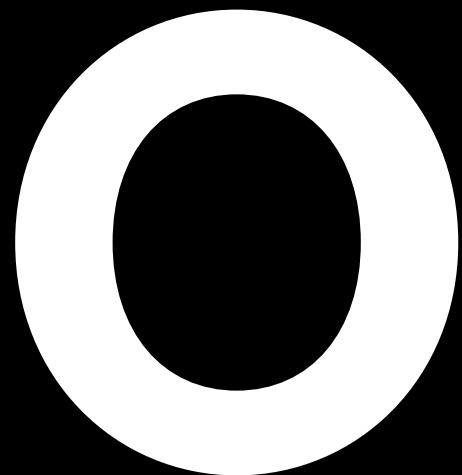
CANAL 13

**MEMORIA
ANUAL**

13

15

ÍNDICE



01

GOBIERNO CORPORATIVO

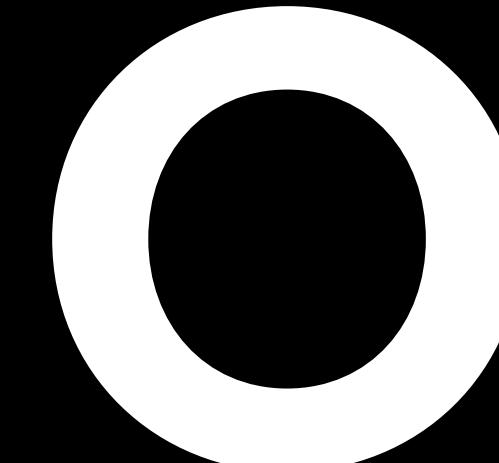
- DIRECTORIO
- EQUIPO EXECUTIVO
- NUESTRA HISTORIA



02

MEDIO MULTIPLATAFORMA

- HITOS 2015
- CANAL 13
- TELEVISIÓN DE PAGO
- RADIOS
- MEDIOS DIGITALES



03

GESTIÓN

- GESTIÓN COMERCIAL
- GESTIÓN Y TECNOLOGÍA
- GESTIÓN DE PERSONAS



05



04

INFORMACIÓN DE LA COMPAÑÍA

CARTA DEL PRESIDENTE DEL DIRECTORIO

RENÉ CORTÁZAR SANZ

La TV, como la vida, está hecha de momentos. Y en 2015 uno de los momentos que unió y alegró a todos los chilenos llegó a las pantallas por Canal 13: esos segundos en que Alexis Sánchez lanzó el penal y vino el grito de gol de Claudio Palma, asegurando que Chile era campeón de la Copa América.

Instantes como esos quedan en la memoria colectiva. Pero al interior de una organización como Canal 13 adquieren otro significado, como símbolo de un trabajo bien hecho, de un desafío mayor resuelto en forma adecuada y, lo más importante para un medio de comunicación, de un canal conectado con su público. Como resultado, las transmisiones de Deportes 13 en Copa América se impusieron en sintonía, por una diferencia que dobló a su competencia directa. Esto demostró la potencia y experiencia del 13 en los grandes eventos deportivos, y la preferencia del público hacia un sello, hacia una forma de transmitir y compartir información, noticias y, sobre todo, emociones.

Con ese ejemplo en mente, entendemos que cada día el desafío de hacer televisión abierta crece

y abarca distintas exigencias. La multiplicidad de ofertas hace que las personas tengan la posibilidad de escoger y de construir su propia parrilla programática desde distintos dispositivos, en horarios que pueden escoger y con alta calidad y disponibilidad. En Canal 13 hemos abordado esta realidad e integrado una oferta diversa y amplia. Los soportes en los que hoy desarrollamos nuestro quehacer son variados y permiten que nuestra labor esté siempre presente.

Una clara muestra fue lo realizado por la Dirección de Prensa. Con el lanzamiento de T13 Radio -que instaló en el dial la voz de nuestro clásico y reconocido informativo- y el fortalecimiento de los medios digitales y redes sociales, Canal 13 consolidó la forma de trabajo de las más importantes cadenas multimediales del mundo: estar siempre a disposición de los usuarios, con la mejor información. Generar contenidos pensando en los consumidores finales y no en la lógica tradicional de un solo formato, permite una mayor oferta, más variada y centrada en el público y no en el medio, lo que nos acerca a personas cada vez más exigentes e hiperconectadas. La televisión sigue siendo el centro, pero hoy se nutre y a su vez

nutre las diversas plataformas de T13: T13radio, T13.cl y sus canales en los medios sociales.

El Área de Entretenimiento estuvo a cargo de estrenos de esos que sólo Canal 13 sabe realizar. La adrenalina de "Vértigo" y el debut de la reconocida licencia "The Voice", refrescaron el horario prime con un alto estándar de calidad. Estos programas tuvieron gran respuesta en sintonía y dieron que hablar en redes sociales, gracias a historias humanas, talento y entrevistas que marcaron pauta en la agenda nacional. A esto se sumó la gran confianza de nuestros auspiciadores que acompañaron estos ciclos.

Una de nuestras formas diarias de conexión con los chilenos es "Bienvenidos". El matinal en 2015 continuó su diálogo -por quinto año consecutivo- con los hogares nacionales, consolidando una propuesta que se refresca y renueva a diario, informando, entreteniendo y ayudando a las personas en sus casas, de lunes a viernes, cada mañana.

La cocina nuevamente tuvo un momento estelar en Canal 13 durante 2015. El Área Reality presentó la segunda parte de la exitosa licencia "MasterChef" en que competidores muy capaces hicieron complicada

la labor de los reconocidos chefs que ofician como jurado. El público alabó la heterogénea conformación del grupo de aspirantes, que reflejaron distintas realidades del país, confirmando el sello de televisión distintivo de nuestra estación, que es fruto de la experiencia y conocimiento de los grupos humanos que son Canal 13.

Dos propuestas de contenidos internacionales se conectaron con el público. La primera fue la teleserie "El Sultán", megaproducción turca que contaba la vida Suleimán el Magnífico, uno de los principales gobernantes del imperio otomano, que fue reconocida por nuestra audiencia, logrando una importante sintonía durante todo 2015. La otra propuesta fue la teleserie colombiana "Celia", sobre la artista cubana Celia Cruz. Un relato alegre, colorido, y con un gran componente musical, fue uno de los puntos relevantes en la programación de contenidos foráneos, producciones de alta calidad y con historias significativas y que lograron cautivar a los telespectadores.

Este período marcó la consolidación de una manera propia de enfrentar la cultura, con excelentes

resultados y conexión con la audiencia. En la señal abierta de Canal 13, la franja "Sábado de Reportajes" aumentó a siete horas de emisión a la semana, en sus bloques de la tarde y el horario nocturno. Con más de 430 horas de programación cultural en 2015, cada fin de semana reunió a los chilenos con historias de identidad, viajes por Chile y el mundo, tradiciones y costumbres que perduran a pesar de la modernidad. En 13C los esfuerzos por renovar la oferta, dar espacio a nuevos creadores y a una TV diversa e innovadora, se potenciaron con una reconocida capacidad en la gestión de contenidos, financiamiento y modelos de negocio. Esta forma de trabajo, consolidó a 13C entre las tres señales culturales más vistas en nuestro país.

Los resultados del ejercicio 2015 nos parecen desafiantes. En los doce meses que analiza este período pudimos revertir la tendencia de 2014. Pasamos de 19 mil millones de pesos en pérdidas a 678 millones de déficit, lo que nos compromete y entusiasma para 2016. Este mejor desempeño fue posible gracias al profesionalismo de los trabajadores, una gestión que puso foco en racionalizar la operación, aprovechando coyunturas especiales de la programación. Enriquecimos nuestra

propuesta, apostamos por innovar en contenidos y potenciar plataformas, operando una organización moderna, que piensa en sus diversas audiencias, entregando una variada oferta cuándo, dónde y cómo ellas la requieran. Estamos seguros que el camino es seguir innovando y atreviéndonos a profundizar la conexión con las personas, razón de ser de Canal 13. ■



GOBIERNO CORPORATIVO

DIRECTORIO

| 10 |



**RENÉ
CORTÁZAR S.**
PRESIDENTE

Ingeniero Comercial de la Pontificia Universidad Católica de Chile y Doctor en Economía del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT). Investigador Senior de CIEPLAN y Director de Empresas. Ex Ministro del Trabajo y Previsión Social y ex Ministro de Transportes y Telecomunicaciones.



**PATRICIO
DONOSO I.**
DIRECTOR

Ingeniero Civil de la Pontificia Universidad Católica de Chile y Master of Science en Ingeniería del Massachusetts Institute of Technology (MIT). Profesor Titular de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la PUC. Vicerrector Económico y de Gestión de la PUC desde 2010 hasta 2015. Es Prorrector de Gestión Institucional de la PUC. Es presidente del Consejo de Duoc UC y miembro de los directorios de Empresas UC, Dictuc UC, Red de Salud UC Christus y Christus Health USA.



**CAROLINA
GARCÍA DE LA
HUERTA A.**
DIRECTORA

Periodista de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Fundadora de Nexos Comunicaciones y socia hasta finales de 2013. Directora de Fundación Educacional Santa María y de Fundación Educación Empresa. Gerente de Asuntos Corporativos de Quiñenco. Fue periodista de El Mercurio y editora de Negocios de Revista Capital. Ex concejal de la comuna de Santiago. Fue Presidenta del Directorio de Canal 13.

Canal 13 es administrado por un Directorio compuesto por 7 miembros titulares reelegibles. El Directorio tiene un período de tres años, al final del cual se renueva totalmente, pudiendo sus miembros ser reelegidos indefinidamente.



**SILVIA
PELLEGRINI R.**
DIRECTORA

Periodista. Es Decana de la Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Vicepresidente de la Comisión Latinoamericana de Estudios de Periodismo (CLAEAP). Ex Vicerrectora de Comunicaciones y Extensión PUC. Ex miembro del CNTV. Presidente del Consejo de Canal 13 entre 2000 y 2002.



**RODRIGO
SWETT B.**
DIRECTOR

Ingeniero Comercial de la Universidad Adolfo Ibáñez y MBA de Harvard Business School. Gerente General de Inversiones Consolidadas Ltda.; Presidente de Agrícola El Cerrito S.A. e Inversiones Salta S.A. y Gerente General de Las Margaritas S.A.. Presidente de Transacciones e Inversiones Arizona Ltda.; Presidente de Inversiones Alabama Ltda.; Director suplente de Aguas Andinas S.A., Director de Fundación Amparo y Justicia y Director de Fundación Educacional Oportunidad.



**RODRIGO
TERRÉ F.**
DIRECTOR

Ex Presidente y Director Ejecutivo de Canal 13. Director de Radiodifusión SpA., Director de la Fundación Radio María de Santiago y Consejero de la Corporación de Capacitación y Empleo de Sofofa.



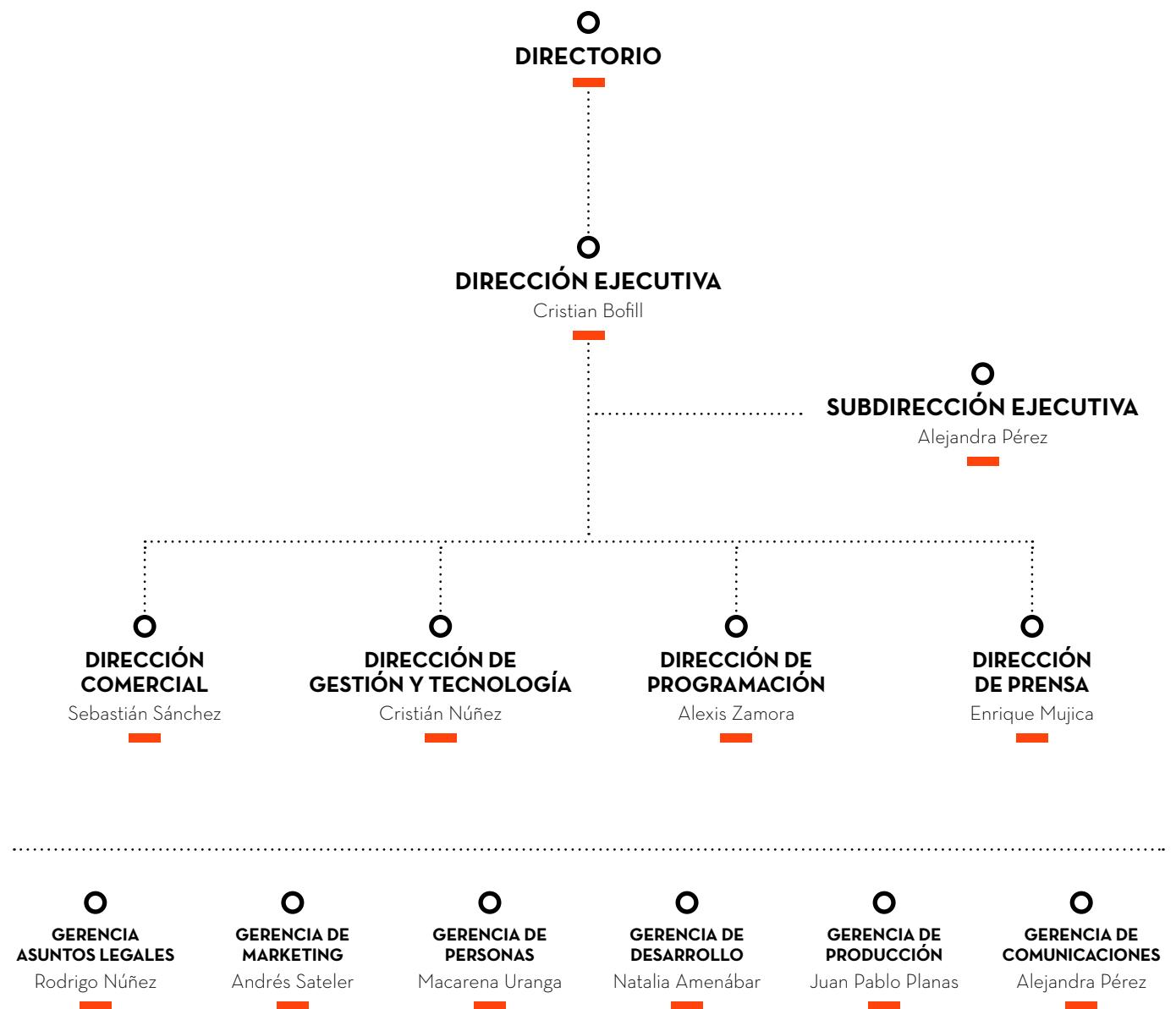
**MARCELO
VON CHRISMAR W.**
DIRECTOR

Ingeniero Civil de Industrias de la Pontificia Universidad Católica de Chile y Doctor Ingeniero Industrial en la Universidad Politécnica de Madrid. Director de Dictuc S.A.. Ex Rector Duoc UC y ex Director Ejecutivo de Canal 13. Director de Radiodifusión SpA., Director de la Fundación Radio María de Santiago y Consejero de la Corporación de Capacitación y Empleo de Sofofa.

EQUIPO EJECUTIVO

| 12 |

MEMORIA ANUAL 2015



NUESTRA HISTORIA

FUNDACIÓN

1959

14

EL 21 DE AGOSTO NACE CANAL 13

- Sus orígenes se remontan a la televisión universitaria. En dependencias de la Pontificia Universidad Católica de Chile, en la calle Lira, comienzan las transmisiones.

1962

- El Mundial de Fútbol de 1962 disputado en nuestro país supuso uno de los desafíos más importantes en términos de transmisión y se ubica como uno de los hitos destacados de los primeros años de Canal 13. Dicha cobertura se realizó con sólo cuatro cámaras, suficientes para llevar el torneo a los chilenos y hacer historia en los medios de comunicación locales.

- Con el propósito de potenciar la entrega informativa, se crea el primer Departamento de Prensa de la televisión chilena. Por más de 50 años el área informativa de Canal 13 ha encabezado coberturas de trascendencia nacional e internacional, y ha marcado la pauta informativa con programas de investigación como "Mundo" y "Contacto".

1970

15

- Se inaugura el informativo "Teleonce Informa", marca que se ha mantenido hasta el presente como sinónimo de periodismo de calidad.

1978

- Siempre a la vanguardia en materia técnica, este año Canal 13 empieza las transmisiones en colores.

1983

- Canal 13 inaugura un moderno centro de televisión en Inés Matte Urrejola 0848.

1990

- En línea con su alta calidad técnica y liderazgo tecnológico, Canal 13 es el primer canal de televisión chileno en incorporar sonido estereofónico en todos sus programas.

1993

- Canal 13 logra cobertura nacional completa.

1999

- Como parte del proceso de apertura de nuevas plataformas, se crea la "Señal Internet", hoy conocida como 13.cl.
- Nace Canal 13 Cable, precursor de la señal actual 13C, con una mirada cultural de la sociedad, entregando contenidos especialmente producidos para la televisión de pago.

2003

- Canal 13 instala la “casa estudio”, el lugar donde se grabó el primer reality show de la televisión chilena, “Protagonistas de la Fama”. Este género, de gran exigencia técnica y de producción, ha tenido sus mayores éxitos en la pantalla del 13 con espacios como “1810”, “Amor ciego” y “Mundos opuestos”.

2006

- Se suma una nueva plataforma a los negocios de Canal 13, con el comienzo de la transmisión de Play FM, la primera radio del canal.

2006

- Canal 13 es el primer canal en la televisión abierta chilena con un área de prensa completamente digitalizada y en contar con un estudio Full High Definition.
- Se inician las transmisiones experimentales de Canal 13 HD, permitiendo que su audiencia tenga la posibilidad de disfrutar de gran parte de su parrilla programática en alta definición.
- Comienzan las transmisiones de la segunda radio de Canal 13, Sonar FM.

2010

- A fines de 2010, Canal 13 tuvo un cambio en su propiedad, manteniéndose a la fecha dicha estructura (Cuadro 15).

- El programa “Sábado Gigante” celebra sus 50 años en pantalla. El espacio, con sus diversos contenidos, ha transformado a su conductor, Mario Kreutzberger, Don Francisco, en una figura principal de la televisión hispanoparlante.
- En diciembre de 2012 los accionistas del canal adoptan un acuerdo para transformar Canal 13 en una sociedad anónima abierta.

2012



2013

- Canal 13 vende el exitoso formato “Mundos opuestos” a Estados Unidos, Colombia, Canadá, Turquía y Croacia, ubicando a Chile como un referente latinoamericano en materia de realities.
- Canal 13 adquiere los terrenos adyacentes a su propiedad, donde funciona el canal Chilevisión. La compra del inmueble de Inés Matte Urrejola 0890 posee cerca de 10 mil metros cuadrados.

2014

T13 RADIO

- Canal 13 lanza su nueva radio informativa T13 Radio, la voz de su tradicional noticiero en el dial FM. Este hito es un paso más en el camino seguido por la estación de convertirse en un medio multiplataforma, entregando contenidos a sus audiencias en los soportes que ellos prefieran, con la misma calidad y rigor periodístico.

CANAL 13 FUE CULTIVANDO NUEVAS FORMAS DE RELACIONARSE CON LAS AUDIENCIAS, EVOLUCIONÓ AL COLOR Y REUNIÓ A LA FAMILIA FRENTE AL TELEVISOR.



**MÉDIO
MULTI
PLATAFORMA**

“En un período en que la competencia ha sido desafiante, el equipo de Canal 13 ha demostrado su experiencia y capacidad, desarrollando contenidos de calidad y con un sello propio, que son un aporte para la sociedad y permiten abordar los retos futuros con optimismo. En 2015 seguimos trabajando en consolidar una propuesta diversa y amplia, que permita a nuestras audiencias conectarse con nosotros cuándo y cómo necesiten.”

COPA AMÉRICA

| 22 |

I momento será atesorado por todos

los chilenos. Alexis Sánchez toma carrera y con un toque sutil marca el penal definitivo, el que dio la primera Copa América a la Roja. Desde una caseta suena el grito de "Chile campeón". Es la voz inconfundible de Claudio Palma que se replica en todo el país por las pantallas de Canal 13. Fue el corolario de un evento de alto vuelo, que puso a prueba una vez más la experiencia y capacidad del equipo de Deportes 13 para transmitir grandes acontecimientos deportivos, y que permitió al público conectarse con todas las emociones de un triunfo histórico e inolvidable.

Canal 13 desplegó más de 400 personas en las ocho sedes donde se jugó el torneo. Una transmisión de alta complejidad técnica, liderada por Deportes 13 y que fue sorteada sin errores y con la reconocida calidad de nuestra estación. 26 partidos fueron llevados a la pantalla abierta e internet, con una gran recepción por parte de la audiencia. En televisión abierta, Canal 13 logró un promedio de 23.5 puntos de sintonía, superando ampliamente a su competidor directo, que obtuvo 9.5 unidades. Un equipo reconocido y con amplia trayectoria, fue la cara visible de un esfuerzo de todo el canal. Las duplas que recorrieron el país y llevaron hasta los hogares de todos los chilenos un mes de transmisiones que quedarán guardadas

para la historia estuvieron conformadas por Claudio Palma y Aldo Schippacasse, e Ignacio Valenzuela y Juan Cristóbal Guarcello.

A este tradicional trabajo en pantalla, se sumó un gran esfuerzo en plataformas digitales, que permitió a las audiencias estar conectadas en todo momento con la información relevante, estadísticas, las mejores jugadas de la jornada, y datos que enriquecieron las diferentes experiencias de los usuarios que seguían con Canal 13. También en la señal digital, se pudieron ver todos los partidos de este certamen en gran calidad. La página www.lacopaaestael13.cl -especialmente diseñada para el evento y optimizada para móviles- tuvo una gran recepción del público, y logró un cifra record de más de 1.800.000 visitantes únicos. A esto se sumó una alianza durante el evento de Tele13 con Facebook, que permitió aumentar la experiencia de los usuarios y enriquecer los contenidos de las plataformas informativas de Canal 13. Gracias a una serie de herramientas exclusivas, los noticieros de la señal abierta, el portal T13.cl y el fanpage de Teletrece, reflejaron el pulso de la Copa, con contenidos que aparecieron en Facebook e Instagram. ■





24



25



CANAL 13 | HITOS 2015 COPA AMÉRICA

EN SU PROPIA TRAMPA

| 26 |

Una de sus temporadas más exitosas tuvo “En su propia trampa” en 2015. Dando muestras de un compromiso a toda prueba, el equipo del programa -liderado en pantalla por Emilio Sutherland- nuevamente lo dio todo para conectar a la ciudadanía con sus problemáticas reales, identificándolos de manera auténtica y logrando acercarse a las audiencias hasta resonar más allá de la televisión. Y el público respondió. El programa promedió 20,8 puntos de rating, liderando su horario.

En este ciclo, el espacio se abrió a la innovación, con una sección que destacaba la honestidad de personas en oficios ligados a las reparaciones. También incorporó a Macarena Venegas, con un bloque de servicio. Ahí, la abogada respondía casos de personas que llevaban mucho tiempo sin solución. Todo eso contribuyó a reforzar el vínculo de “En su Propia Trampa” con la comunidad.

Gracias a su particular mezcla de investigación, seguimiento, denuncia y una cuota de humor, nuevamente el espacio destacó a la hora de generar conversaciones y poner en el tapete temáticas que son necesarias de abordar. ■

| 27 |



MASTERCHEF 2

| 28 |

Renovarse en el éxito. Esa fue la consigna que marcó el desafío 2015 que debía enfrentar el equipo liderado por Sergio Nakasone para levantar la segunda temporada de "MasterChef". Y así fue. Demostrando que la capacidad de sintonizar con las audiencias es una sana costumbre del Área de Reality, el espacio de cocina volvió a encantar a su público con historias y personajes memorables de la cocina amateur.

Una vez más, el proceso de casting se constituyó como la piedra angular de los buenos resultados obtenidos por este segundo ciclo del programa conducido por Diana Bolocco. Con la particularidad de haber reunido a participantes de gran preparación técnica y con interesantes historias humanas tras de sí, el espacio logró repetir el éxito de la primera experiencia transmitiendo una identidad muy distinta en pantalla.

Alfonso Castro, un amable y experimentado garzón de 63 años, se consolidó como el gran ganador de la temporada, conquistando a jueces y televidentes con sus ricos platos y su cercana personalidad. Maximiliano Cabezón, un enérgico y extrovertido ingeniero de 25 años, fue el otro finalista. Mientras tanto, Chris, Yann y Ennio, los chefs, se consolidaron como los grandes maestros del espacio, manteniendo un atractivo equilibrio entre carisma y rigurosidad.

La pulcra realización técnica del formato fue un aspecto que también aportó para repetir los altos estándares de calidad mostrados en la versión 2014 del espacio de cocina, reafirmando el compromiso del equipo por cumplir responsablemente con las exigencias que demandan este tipo de producciones.

En su versión 2015, los números también acompañaron. "MasterChef 2" obtuvo un promedio de rating que alcanzó los 16,8 puntos, además de mantener una amplia repercusión de sus contenidos en redes sociales y las distintas plataformas de interacción que el programa mantuvo con el público. Además, la relación con los avisadores se vio especialmente fortalecida, considerando las 8,8 unidades de rating comercial que le permitieron al programa liderar su franja en ese ítem. ■





THE VOICE

CHILE

| 32 |

Un programa con las sutilezas de “The Voice Chile” es justamente lo que le da el sello a los estelares de Canal 13. El formato holandés se presentó en nuestro país de la mano del área de Entretenimiento y una gran recepción en la teleaudiencia. El nivel artístico desplegado por los concursantes se vio influenciado por los conocimientos y la experiencia de cuatro coach que, así como los participantes, quisieron ganar la competencia hasta el final.

El área fue capaz de montar un espectáculo con los más altos estándares internacionales y así mantuvo la superioridad de Canal 13 en este tipo de programas, siendo el primer espacio de concursos en el país en incluir tecnología de second screen con contenido exclusivo. Esto fue muy reconocido por la audiencia y transformó a “The Voice Chile” en el estelar más visto del año 2015 con un promedio de la temporada de 18,5 puntos de rating.

Los participantes representaron un heterogéneo grupo, aportando a la diversidad de nuestra pantalla. Esto también se reflejó en la variedad de estilos musicales y la riqueza de tonalidades que obtuvo el espacio. En tanto los coach Alvaro López, Franco Simone, Nicole y Luis Fonsi dieron lo mejor de sí, siendo estos dos últimos finalistas junto a sus protegidos Luis Pedraza y Camila Gallardo. Pedraza fue

el ganador de la competencia con gran apoyo de las redes sociales y Gallardo hoy saltó a un proyecto solista acompañada por Fonsi.

Así, “The Voice Chile” fue más allá de un gran formato. Fue pionero al innovar en el país con una plataforma 360°, es decir con redes sociales y el primer canal de YouTube adyacente al oficial de Canal 13, y con una transmisión *streaming* durante los shows en vivo. Esto último hace referencia a la *social room*, espacio en el que los participantes estaban en contacto directo con la audiencia a través de las redes sociales. ■

| 33 |





MEMORIA ANUAL 2015

34



CANAL 13 | HITOS 2015 THE VOICE CHILE

35

CULTURA

| 36 |

2015 marcó un año de crecimiento y consolidación para el área de Cultura en Canal 13, con un aumento a siete horas de emisión a la semana. Así, bajo la conducción de Polo Ramírez, "Sábado de Reportajes" se convirtió en una vitrina donde la audiencia se pudo conectar con historias de identidad, ser testigo de viajes por Chile y el mundo y conocer tradiciones, costumbres y miradas íntimas sobre experiencias y formas de vida diversas.

Con una variada oferta de más de 430 horas de programación cultural -en su mayoría de producción nacional- el área buscó mantener un sello de calidad e identificación en sus programas. Uno de los hitos de 2015 fue el estreno de "Sábado de Reportajes Prime". Ahí tuvieron cabida apuestas como "Lugares que hablan", conducido por Francisco Saavedra, que recorrió Chile para descubrir a los personajes que le dan identidad a sus localidades; "Maravillas del mundo", con Claudio Iturra, cuyas notables imágenes trasladaron al público a 12 destinos del planeta; y "City tour on tour", a cargo de Marcelo Comparini y Federico Sánchez, quienes viajaron a las principales ciudades de Italia, mostrándonos cada uno de sus rincones, apreciando su patrimonio, su arquitectura y su cultura desde su particular mirada.

Además, la franja tradicional de las tardes también

tuvo innovaciones. Mario Kreutzberger regresó a lugares que ya había visitado hace 30 años con "Usted no reconoce a Chile", "Recomiendo Chile" exhibió su octava temporada y los niños de Latinoamérica relataron sus ilusiones y mostraron sus realidades en "Sueños Latinoamericanos", entre otros títulos.

Así, con una parrilla diversa y contenidos que constantemente buscan creatividad, innovación y conectar con la audiencia, el área intentó alcanzar su premisa de vivir la televisión cultural como sinónimo de programas entretenidos y de calidad. ■

| 37 |





PREMIOS 2015

| 40 |

• COPIHUE DE ORO

Mejor estelar: "MasterChef"

• COPIHUE DE ORO

Mejor programa periodístico: "En su propia trampa "

• UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ

Premio mejor periodista de televisión del año: Ramón Ulloa

• UNIVERSIDAD ADOLFO IBÁÑEZ

Premio mejor reportaje de larga duración del año: episodio de "Contacto" llamado "Mi hija transgénero".

• MINISTERIO DE BIENES NACIONALES

Reconocimiento a Francisco Saavedra "por su aporte a la difusión del Patrimonio Natural y Cultural de Chile", a través del programa "Lugares que hablan".

• FUNDACIÓN QUÉ VEO

Premio 2015 en la categoría "Noticieros y programas informativos" para especial de Prensa, "¿Qué le pasa a Chile?".

• FUNDACIÓN QUÉ VEO

Premio a la trayectoria 2015. Periodista de Canal 13, Iván Valenzuela.

• EFFIE DE PLATA

Proyecto multiplataforma "Canchas para Chile".



DIRECCIÓN DE PRENSA

| 42 |

Con una estructura renovada enfrentó 2015 la Dirección de Prensa, lo que permitió abordar el esfuerzo periodístico desde una mirada multiplataforma, al estilo de las más importantes cadenas y medios del mundo, estando siempre disponibles para los usuarios y con la mejor información. En ese sentido, el lanzamiento a mediados del mes de abril de T13 Radio fue clave. La emisora, en el 103.3 del dial FM en Santiago y disponible también para móviles y web, es una propuesta que marca el sello de Canal 13 en la radiofonía chilena, como un medio serio y analítico, que aporta a la oferta informativa nacional.

La creación e integración de plataformas fue un paso adelante también en la cobertura de emergencias naturales que afectaron a nuestro país. Gracias a una lógica sinérgica, los aluviones del norte, las erupciones volcánicas del Calbuco y el Villarrica y el terremoto en la cuarta región, por citar algunos ejemplos, fueron abordados con esta mirada transmedial que permitió un trabajo oportuno, exhaustivo y que fue reconocido por nuestras audiencias.

Acorde con su búsqueda permanente de proporcionar la mejor información, Prensa entregó una exi-

tosa cobertura del mayor hito deportivo nacional. La Copa América llegó a los hogares nacionales a través de todas las propuestas de “Tele13”: televisión, radio, dispositivos móviles, web y redes sociales. También, con transmisiones en que participaron todas las plataformas informativas de Teletrece. Una alianza exclusiva con Facebook complementó el despliegue realizado, convirtiendo a “Tele13” en un punto de encuentro para los hinchas, nacionales e internacionales.

En la misma línea se incorporó al noticiero central el espacio de deportes “Digan la verdad”, con Aldo Schiappacasse y Juan Cristóbal Guarcello, quienes entregaron contenidos y análisis desde sus miradas agudas y precisas. También se sumaron nuevos segmentos con el afán de diversificar la entrega. Ese es el caso de “Hay que ir”, “Reportajes del mundo”, “Científicos chilenos” y “El minuto del editor”, que contribuyeron a consolidar el sello distintivo de la marca “Tele13”: **ser un medio de comunicación relevante para los chilenos, apostando por explicar de la mejor manera posible el mundo en que vivimos.** Del mismo modo, el tradicional programa “Contacto” vivió una renovación. En 31 reportajes de media hora, domingo a domingo en “Tele13”, se abordaron temáticas importantes para los chilenos, historias que le permitieron ubicarse en el segundo lugar de rating en su horario. ■

| 43 |





| 44 |



MEMORIA ANUAL 2015

“El trabajo realizado por la Dirección de Prensa en 2015 consistió en generar contenidos pensando en los usuarios finales, superando la lógica tradicional de una plataforma y un solo formato, adecuándose a los tiempos, haciéndose cargo de la existencia de un público exigente e hiperconectado.”

Enrique Mujica,
Director de Prensa



| 45 |

DEPORTES 13

| 46 |

Un año de consolidación. Luego de los excelentes resultados de un 2014 marcado por la transmisión del Mundial de Brasil, la vara estaba alta. Con un calendario desafiantemente en materia de grandes eventos deportivos, el equipo de Deportes 13 no sólo mantuvo su complicidad con la audiencia sino que también consolidó desafíos tales como el fomento de contenidos multiplataformas y el trabajo conjunto con otras áreas del canal.

Los sudamericanos sub 20 y sub 17 celebrados en Uruguay y Paraguay respectivamente, la Copa América, el Mundial de Atletismo de China y el Mundial de Fútbol sub 17 realizado en nuestro país, fueron las grandes citas deportivas en las que el equipo de Deportes marcó presencia durante 2015.

Todos estos hitos fueron abordados manteniendo un incuestionable sello de calidad, y entendiendo el contexto de una televisión abierta que se dirige a públicos masivos. Por ellos, las transmisiones siempre se realizaron bajo la premisa de la cercanía con las audiencias, además de ampliar la oferta para usuarios más especializados a través de material disponible

en nuestras plataformas. Eso, complementado por un gran despliegue profesional y técnico, le permitió a nuestro canal posicionarse de manera sólida como referente de la industria en transmisiones y contenidos deportivos.

La Copa América en particular significó un importante logro para esta área. La excelente campaña que coronó a Chile como campeón de América tuvo efectos muy positivos. Líderes en rating, récord de visitas en plataformas digitales y destacados resultados comerciales, fueron lo que dejó la transmisión del primer título de “La Roja” en su historia. Y tal como señalan desde el propio equipo, el gran hito fue asociar la imagen de Canal 13 a un recuerdo que quedará para siempre en el imaginario colectivo nacional.

Otro aspecto que sin duda marcó un precedente importante respecto a años anteriores fue la integración del equipo de deportes con el Área de Prensa. Una sinergia cuya mejor expresión fue el segmento “Digan la verdad” que se incorporó a la edición central de “Tele13”. El espacio, liderado por Aldo Schiappacasse y Juan Cristóbal Guairelo, justificó los esfuerzos de ambas áreas en términos de contenido, rating y repercusión en redes sociales. ■

“La cobertura de la Copa América fue un esfuerzo canal, que tuvo como foco el público en sus hogares. Logramos un trabajo coordinado y que buscó las mejores sinergias para que la gente en sus casas lo viviera como el evento inolvidable que fue. Deportes 13 lideró las transmisiones, pero fue un logro de todo el canal.”

Marco Antonio Cumsille,
Productor ejecutivo de Deportes 13

| 47 |



BIENVENIDOS

| 48 |

Tue un año intenso. En medio de una industria cambiante y una exigente competencia, el desafío del matinal en 2015 fue mantener los altos índices de rigor de años anteriores. Durante esta temporada uno de los focos fue enriquecer la conversación del programa, incorporando profesionales que aportaran miradas diversas y que ampliaran los temas y los enfoques. Por eso, no sólo se trabajó en pautas flexibles que permitieran a quienes estaban en pantalla desarrollar todo su potencial, sino que también se buscaron nuevos rostros, cuyos perfiles apuntaran a ese horizonte de identificación con la audiencia y se sumaran a Tonka y Martín, junto a Polo Ramírez, en su cita diaria con los chilenos. Así, Germán Schiessler y Michelle Adam se unieron al panel del “Bienvenidos”. A principios de año llegó al equipo el notero Álvaro Reyes, más conocido como “Nacho Pop”, y cerrando 2015 se incorporó a la mesa matinal la actriz Francisca Merino.

En materia de contenidos, el programa mantuvo una pauta variada, que permitiera a los chilenos informarse, entretenérse y sentirse acompañados, con contingencia, actualidad, datos útiles, consejos

prácticos, orientaciones médicas, historias de ficción, entre otros temas, que construyen las cuatro horas diarias del espacio. Este año además hubo secciones que profundizaron en la apuesta de calidad. Fue el caso del tema policial, que fruto a una positiva sinergia con el área de prensa, con la activa participación del periodista Jorge Hans, logró consolidarse como un referente competitivo en el que era hasta hace poco, un esquivo género para nuestro matinal.

Y “Bienvenidos” estuvo siempre donde estuviera la noticia. En marzo, todo el profesionalismo y oficio del programa se puso a prueba en la cobertura de los aluviones que afectaron al norte de nuestro país. Varios equipos fueron desplegados en terreno y llevaron a los hogares nacionales, la magnitud de una tragedia que afectó a miles de personas.

A mediados de año, el programa se tiñó de fútbol. El matinal realizó una exitosa cobertura de la Copa América jugada en nuestro país y de la que Canal 13 tenía los derechos de televisación. El equipo volcó su mirada hacia la extraordinaria campaña de “La Roja”, que culminó con Chile campeón de América, y pudo llevar a todo el país la fiesta y la expectativa de levantar el preciado trofeo, logrando identificarse



con las audiencias. Un aporte importante para el programa fue la participación de rostros y periodistas de Deportes 13 durante el evento, quienes enriquecieron la conversación del panel, aportando a lograr buenos resultados y una gran recepción de parte del público.

“Bienvenidos” en este período, consolidó el trabajo de entrega de contenidos en múltiples plata-

formas. Con activa participación en redes sociales, los canales digitales del programa entregaron contenidos complementarios, detalles sobre lo que ocurrió tras las cámaras y piezas especialmente desarrolladas para el visionado digital y móvil, lo que ha contribuido a expandir el alcance del programa y sus temas. ■

| 49 |



| 50 |

“Fue un año intenso, en el que tuvimos muchos desafíos. Trabajamos siempre para tener un programa dinámico y que aporte a nuestra audiencia. Por ello este 2015 ampliamos la mirada de nuestro panel, incorporando nuevas voces para refrescar la mañana.”

Pablo Manríquez,
Director General de “Bienvenidos”

“En este período nos cuestionamos. Tuvimos una competencia fuerte lo que nos ayudó a nunca estar tranquilos, siempre inquietos. Buscamos nuevas fórmulas para lograr una mayor identificación con el público, incorporando nuevas secciones, nuevos rostros, enriqueciendo nuestra pauta de contenidos y mejorando los procesos de producción de los mismos.”

Carolina Román,
Editora General de “Bienvenidos”



| 51 |

“Fue un año complejo, desafiante, en el que seguimos trabajando para aportar a la programación de Canal 13 con diversidad en los contenidos. Creemos en ello porque la televisión llega a representar la vida de los chilenos y, sobre todo en un programa como ‘Bienvenidos’, que es una casa que abre sus ventanas y sus puertas para que la gente entre. Por ello hay una conexión muy fuerte, porque acompañamos a todos los chilenos que están a esa hora en sus casas. Y las personas se miran y se ven reflejados en nuestra propuesta.”

Jacqueline Cepeda,
Productora General, “Bienvenidos”



REALIDAD

2

015 fue un período de crecimiento para el Área de Realidad: sin abandonar su sello, profundamente vinculado al país, sumó nuevos tonos, lenguajes y colores a una paleta diversa y siempre cambiante.

A principios de año fue el turno de la juventud y la música con “Amor sin banderas”. Se trató de una innovadora apuesta que mezcló elementos de musicales de Broadway con docurreality, para plasmar las aspiraciones de un grupo de jóvenes, de orígenes distintos, que luchan por sus sueños de manera limpia y sin dobleces. El programa culminó con el montaje de una obra musical, en que el grupo mostró su aprendizaje.

En agosto regresó el clásico de los programas de denuncia, “En su propia trampa”. El espacio conducido por Emilio Sutherland tuvo una exitosa temporada, poniendo nuevamente en acción su efectiva mezcla de investigación y denuncia, para reflejar las problemáticas reales de la gente. El equipo del programa, liderado por Rodrigo Leiva, también mostró su capacidad de innovar y acoger temáticas distintas. Por ejemplo, la sección “El honesto”, en que se evaluaba el desempeño

de diversos oficios que todos necesitamos en nuestros hogares, destacando al mejor trabajador. La abogada Macarena Venegas se incorporó con un segmento en que abordó temas cotidianos desde el punto de vista legal. Así, “En su propia trampa” dio muestras de un compromiso a toda prueba entregando un ciclo relevante, conectado con la audiencia y en sintonía con sus preocupaciones actuales.

Para cerrar el año, el amor dominó la pantalla con “Solteros, en Busca del Amor”. La apuesta fue por un formato que mezclaba el *dating show* con el docurreality y que buscaba darles oportunidad en el romance a personas que ya habían probado todo en las relaciones de pareja y creían que no tenían más chance. Sergio Lagos y Paty López ayudaron a decenas de solteros a darse una segunda oportunidad. ■

“El trabajo comprometido del equipo, que busca siempre innovar, jugándose todo por buscar nuevas fórmulas y estilos para las audiencias, es el que logra estos programas. Pero sobre todo, es un grupo humano que responde a lo más básico de este género: trabajar con la verdad.”

Rodrigo Leiva,
Productor Ejecutivo del Área de Realidad





54

MEMORIA ANUAL 2015



55



CANAL 13 | ÁREA CONTENIDOS DE REALIDAD

REALITY

En 2015 el Área Reality recordó los hitos más importantes de su historia con un programa que revisitó sus mejores recuerdos, y fue testigo de la consolidación del último fenómeno salido de su factoría, liderada por Sergio Nakasone.

La segunda temporada de "MasterChef" no sólo consiguió entregar un programa que aportó calidad, identidad y valores positivos a la pantalla chilena, sino que también mejoró lo conseguido por el primer ciclo en términos de rating, con 16,8 puntos de audiencia promedio.

El trabajo de los chefs Chris Carpentier, Yann Yvin y Ennio Carota, sumado al esfuerzo de un gran equipo, lleno de compromiso y el más alto estándar profesional, puso en pantalla un nuevo ciclo de "MasterChef" que logró elevar aún más el nivel alcanzado en el debut y que nuevamente conectó a la audiencia con personajes entrañables, como el ganador, Alfonso Castro o la reclusa Maylin González, que conmovió con su historia de rehabilitación y reinserción social.

Más temprano en el año, el turno había sido para recordar la historia del género reality en Chile con "Reality.doc". Un espacio donde el equipo pudo revivir

los momentos más importantes de sus programas emblemáticos, en los relatos de sus propios protagonistas. Detalles inéditos, polémicas desconocidas y distintos secretos ayudaron a confirmar que el Área Reality de Canal 13 no es sólo líder en su formato, sino que también es parte de algunos de los cambios televisivos más importantes de la última década y de lo que vendrá. ■

"Un valor que tenemos como equipo es que en los últimos años el área se consolidó como la gran cantera de rostros anónimos que se transforman en referentes de la televisión chilena. Creemos que esto tiene que ver con nuestra idea de reflejar a Chile en nuestros castings. Buscamos personas anónimas que persiguen un sueño y que son reconocidas por la audiencia como personajes auténticos."

Sergio Nakasone,
Productor Ejecutivo de Reality





58

MEMORIA ANUAL 2015

59

CANAL 13 | ÁREA REALITY

ENTRETENCIÓN

Uno de los equipos más activos dentro de Canal 13 durante el 2015 fue el de Entretención. Con dos estelares en vivo, el área obtuvo grandes resultados con fenómenos televisivos como "Vértigo" y "The Voice Chile".

El caso de "Vértigo" estuvo marcado por el giro hacia la conversación más profunda. Pilares fundamentales de ello fueron la participación del personaje de Daniel Alcaíno, Yerko Puchento, y personas de diversas tendencias y posturas. El espacio se consolidó como un estelar de conversación, en el que los invitados permiten que el público vea una parte más íntima y desconocida de sus vidas. Conducido por Martín Cárcamo y Diana Bolocco, "Vértigo" concentró la atención de la audiencia los jueves por la noche. Durante la temporada, el ciclo contó con dos animadoras: Diana y Cecilia Bolocco. La participación de ambas hermanas concitó el interés de los espectadores, quienes fueron testigos de cómo Diana hacía el traspaso de mando para vivir sus períodos de pre y post natal, mientras Cecilia retornaba a la pantalla local.

A mediados de año, "The Voice Chile" y su potente mezcla de talento e historias humanas, irrumpió en las pantallas de Canal 13 demostrando en la escena local el por qué se ha convertido en unos de los formatos más apetecidos en todo el orbe. La producción confirmó la capacidad del equipo de Entretención para realizar los mejores estelares de la televisión chilena y su exitosa experiencia a cargo de cinco temporadas de "Mi nombre es" se vio reflejada en la adaptación de una licencia muy exigente, que cumplió con toda la calidad técnica y logística requerida, para lograr un producto del más alto nivel.

Para fomentar la participación directa del público y mejorar la experiencia de visionado, en "Vértigo" y "The Voice Chile", el área de Entretención realizó un trabajo innovador en la televisión local: se incorporaron herramientas tecnológicas como segundas pantallas y aplicaciones de teléfonos móviles, que permitieron una mayor conexión de la audiencia con los programas.

Otro formato realizado por Entretención fue "Atrapa los millones" que tuvo una nueva temporada, aportando a las tardes con buenas historias y buenas duplas. El game show contribuyó en diversificar la oferta de Canal 13 durante las tardes. ■

"La gente que trabaja en el área son personas muy comprometidas, muy trabajadoras, muy creativas, y que de alguna manera le dan un 'sello Canal 13' a cada uno de los programas que nos encomiendan."

Carlos "Caco" Montt,
Productor Ejecutivo del Área de Entretención





62



63



CONTENIDOS INTERNACIONALES

| 64 |

Llegir los mejores productos en un mercado que cada vez tiene mayor oferta, pero también más competencia, fue el desafío del Área de Contenidos Internacionales en 2015. Ya sea desde Turquía, Brasil, Colombia u otro territorio, el equipo a cargo de seleccionar las producciones extranjeras buscó poner en pantalla historias de calidad que, más allá de venir de lugares lejanos, fueran capaces de identificar y conectar con las audiencias chilenas de manera auténtica y significativa.

Durante 2015 el foco estuvo puesto en las telenovelas, donde hubo apuestas en distintos registros. Así, la histórica producción turca "El Sultán" logró trasladar a la audiencia al auge del Imperio Otomano y a las aventuras y desventuras de la corte del sultán Suleimán. Otro punto alto fue "Amor Prohibido" -también de Turquía-, una trama de veta clásica que retrató una desgarradora historia de amor imposible, y que conquistó al público de las tardes. Mientras que en Latinoamérica, las superproducciones brasileñas "Rastros de Mentira" e "Imperio" dejaron clara la vigencia del gigante del género, Globo, y la

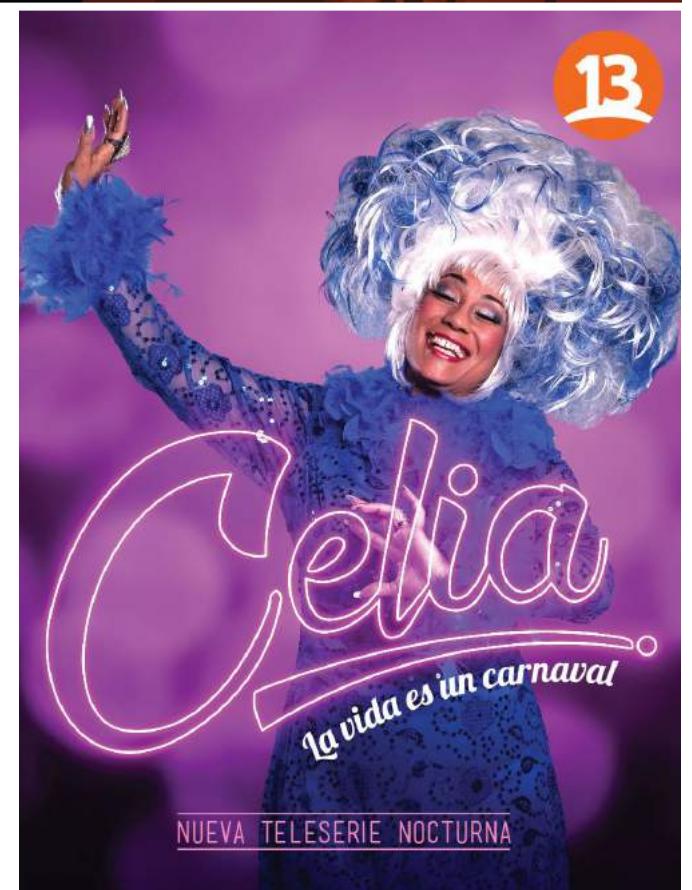
colombiana "Celia", abrió un nuevo nicho con una narración alegre, llena de música y luz.

El Área de Contenidos Internacionales trabaja en conjunto con los diversos departamentos del canal para mantenerse al día en los hábitos de consumo de las audiencias y así poder entregar contenidos que satisfagan sus necesidades. Siempre con el propósito de entretener con lo mejor que el mercado internacional tiene para ofrecer. ■



"El desafío de este equipo está en encontrar el modo de entretener a la gente con buenas historias, sin perder de vista la dificultad que representa la elección de contenidos en medio de una producción cada vez mayor, y en diferentes plataformas."

José Alonso Navarro,
Productor Ejecutivo de Contenidos Internacionales.



NUEVA TELESERIE NOCTURNA

| 65 |

FICCIÓN

El Área de Ficción durante 2015 tuvo un período de transición. A principios del año culminaron dos producciones dramáticas que tuvieron su inicio en 2014. A fines de enero, la nocturna “Chipe Libre” llegó a su fin. Protagonizada por Fernanda Urrejola y Nicolás

Poblete, esta comedia romántica nos condujo por las complejidades que tiene una pareja joven que decide darse un tiempo para estar separada, sin restricciones, para después reintentar retomar su vida juntos. “Chipe libre” contó con una pegajosa banda sonora, y fue un tema recurrente en redes sociales.

Otra producción dramática que terminó a principios del periodo fue “Valió la pena”, protagonizada por Lorena Bosch, Francisco Pérez Bannen, Cristián Arriagada y la niña María Fernanda Martínez. Esta historia cruzó variados temas como la maternidad enfrentada al éxito profesional, los problemas medioambientales y la amistad profunda que deja huellas.

Previo a la Copa América disputada en Chile en 2015, Canal 13 estrenó “Príncipes de barrio”. Protagonizada por Daniel Muñoz, Max Salgado y Susana Hidalgo, esta serie de 12 capítulos, contó la vida de un joven

de escasos recursos que, gracias a su talento para el fútbol, tiene una oportunidad para cambiar su destino. Enfrentado de forma muy rápida al éxito, el dinero y la fama, el protagonista comienza a experimentar los problemas propios de un mundo desconocido. La serie, que contó con aporte del CNTV, reflejó la realidad de los ídolos de la Selección y los conflictos por los cuáles muchos de ellos también pasaron. El elenco, una mezcla entre jóvenes debutantes y consagrados actores, tuvo el desafío de recrear el ambiente del fútbol y conectar con la audiencia en la espera de lo que fue la Copa América Chile 2015.

Durante el segundo semestre, el área trabajó en la producción de la teleserie “20año a los 40”, que fue estrenada a principios de 2016. Ésta cuenta la historia de un hombre que despierta de un coma tras 27 años, en una sociedad totalmente distinta a la de casi tres décadas atrás, y narra todos los dilemas que debe enfrentar para asumir esta nueva realidad. Protagonizada por Tamara Acosta, Francisco Pérez Bannen y Pablo Macaya, la ficción se centra en la lucha del protagonista por recuperar al amor de su vida. ■



PROGRAMAS ESPECIALES

¿QUÉ LE PASA A CHILE?

Uno de los programas que marcó con fuerza la pauta noticiosa del año fue el especial de Prensa “¿Qué le pasa a Chile?”. Conducido por Mario Kreutzberger, este ciclo de entrevistas con los Presidentes del siglo XXI fue emitido en “Tele13” en tres días seguidos. El espacio abordó diversas contingencias nacionales, donde tres ex mandatarios del período entregaron sus reflexiones sobre el momento actual del país y sus proyecciones a futuro. El ciclo comenzó con Ricardo Lagos, luego Don Francisco conversó con Sebastián Piñera y cerró con la Presidenta Michelle Bachelet.

Fue en la conversación con la actual mandataria cuando se produjo uno de los momentos más importantes del periodismo nacional en 2015. En exclusiva y en vivo y en directo, Bachelet anunció que le había pedido la renuncia a todo su gabinete ministerial, lo que marcó el devenir informativo de los siguientes meses, generando inmediata repercusión en medios nacionales e internacionales.

Con momentos como éste, “¿Qué le pasa a Chile?” aprovechó la potencia de una figura de las comunicaciones como Mario Kreutzberger, para instalar una reflexión, analizar el presente y los períodos anteriores del país, a fin de buscar una respuesta a la pregunta

que era también el nombre del programa.

El espacio fue reconocido por la Fundación Qué Veo –que destaca el aporte de la televisión y los medios digitales a la sociedad-, como el ganador de 2015 en la categoría “Noticieros y programas informativos”.

AVANT PREMIERE DE “LOS 33”

Canal 13 transmitió en exclusiva para Chile y América Latina la alfombra roja de la avant première mundial de “Los 33”, película producida por Fox y que cuenta la historia del rescate de los mineros chilenos atrapados en un pique en las cercanías de Copiapó.

El evento fue conducido por Tonka Tomicic y Polo Ramírez, y tuvo más de 200 invitados quienes recorrieron la carpeta roja, previo a ver el estreno de la película. En la presentación estuvo el elenco de “Los 33” encabezado por figuras de talla mundial como Antonio Banderas, Rodrigo Santoro, Mario Casas, Coté de Pablo y Kate del Castillo, quienes departieron con actores nacionales, rostros de TV, políticos, y gran parte de los inspiradores del filme, los mineros rescatados tras un inédito operativo en 2010. La transmisión especial de Canal 13 contó con un gran despliegue técnico, alcanzó alta audiencia y permitió estar a la altura de los eventos de este tipo realizados en el mundo. ■



CANAL 13

SUDMEDIA

| 70 |

LEn 2015, el Área de Ventas Internacionales firmó una importante alianza con la empresa mexicana Comarex S.A. de CV, una de las principales distribuidoras de formatos y de productos envasados de ficción de América Latina, para vender el catálogo de series de Canal 13 en el mundo. El acuerdo permitió ampliar la proyección del material de la estación a mercados como el asiático y el europeo, mejorando la llegada de nuestros productos a esos territorios. Uno de los resultados más llamativos de la alianza fue la presencia de Canal 13 en el stand de Comarex S.A. de CV en la prestigiosa feria televisiva Mipcom, la más grande del mundo. Esto abre nuevas ventanas para las producciones del canal y le da una mayor proyección a nuestros programas.

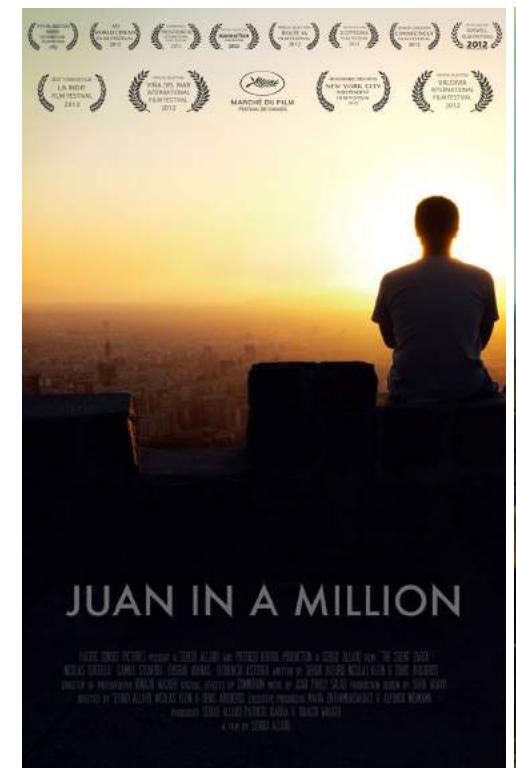
Canal 13 Sudmedia vendió otros títulos al extranjero, como películas y documentales, entre ellos estuvo la producción chilena "Juan in a million" a HBO Estados Unidos. También se realizaron ventas de películas como "Dios Me Libre" y "Marcelo, La Mafia y la Estafa" el canal Cine Latino; y los documentales de 13C "Carnaval" y "Cultura milenaria" fueron adquiridos por

Sunchannel. En materia de venta de formatos, en el período se vendió "Mundos Opuestos" a China, lo que permite la entrada al mercado asiático de uno de los programas más exitosos de Canal 13. ■

"La alianza con Comarex nos permitirá ampliar la penetración de nuestro catálogo de ficción e ingresar a exigentes mercados como el europeo y el asiático, lo que nos da la posibilidad de conquistar nuevas audiencias con nuestras historias."

Marina del Canto,
Gerente de Ventas Internacionales.

| 71 |



En 2015, 13C continuó definiendo su programación en torno a cuatro ejes temáticos: Cultura, Tendencia, Viajes y Vida Saludable, que se expresan en títulos como “Cultura milenaria”, “Lenguas indígenas”, “Si suena se toca”, “Pitch” y “Conexión Asia”, entre otros.

Todas apuestas que ayudaron a posicionar al canal entre las tres señales culturales más vistas en Chile.

El año pasado, 13C comenzó con la realización propia, con programas como “Avivando la Cueca”, e innovó en sus modelos de producción, asociándose con marcas y transmitiendo especiales en vivo, en una tendencia que buscará acentuar en 2016.

Esta amplia gama de contenidos ha permitido que 13C entregue 15 horas de su programación semanalmente a 13.cl y venda espacios a otras plataformas. Además, la señal abierta inauguró el bloque “Travesía 13C”, dedicado a contenidos del cable, y la señal internacional también incorporó algunos programas del canal a su parrilla. Una estrategia que permite desarrollar aún más las sinergías al interior de Canal 13 y ampliar las áreas de desarrollo de su arista en la TV de pago.

13C

“13c ha sabido adaptarse a los cambios con rapidez y pasar de ser un canal de televisión a una señal conectada, que se esmera en escuchar a su audiencia con propuestas frescas e innovadoras. La apuesta de expandirnos a mercados internacionales se intensificará en 2016.”

Claudio Gárate,
Productor Ejecutivo de 13C.



REC TV Y

13i

Durante el 2015 REC TV vivió un período de transición, motivado por la necesidad de adaptarse a las nuevas demandas del público. Con la convicción de poner el acento en la nostalgia, la señal se propuso cumplir con el desafío de enriquecer su parrilla programática a través de la diversificación de sus contenidos.

La nueva estrategia, que se puso en marcha durante el año pasado, consistió en invertir en la adquisición de nuevas tecnologías dirigidas a mejorar la calidad del amplio archivo disponible, robustecer la biblioteca existente y poder entregar una propuesta de valor atractiva hacia los cableoperadores. La idea era clara: recoger y poner en valor toda la historia de Canal 13 en sus 50 años de historia. Para ello se compraron dibujos animados de la época, se rescataron coberturas históricas de prensa, se compraron derechos de más telenovelas del recuerdo, entre otras acciones.

Desde las plataformas digitales también se trabajó. Con un diálogo permanente en redes sociales y medios digitales se sigue buscando establecer un vínculo con las personas, reconociendo sus intereses.



RADIOS

| 76 |

Amenos de veinticuatro horas del debut de T13 Radio, el 22 de abril de 2015, explotó el volcán Calbuco. Ese sería el primero de muchos hitos informativos que enfrentaría el equipo durante su primera temporada al aire. Aluviones, terremotos, tsunamis y otras grandes coberturas vendrían después. En total fueron cerca de diez transmisiones maratónicas frente a las cuáles T13 Radio respondió con los más altos niveles de rigurosidad y compromiso periodístico.

Conscientes que el espacio ha sido concebido desde la lógica multiplataforma, cada programa o cobertura de T13 Radio se hace cargo del desafío que representa la necesidad informativa en 360 grados. Un equipo joven y de amplia participación femenina, es el responsable de proyectar un estándar de calidad que se percibe a todo nivel. La sinergia de este equipo con la trayectoria, reconocimiento y cercanía de sus conductores marcan la diferencia. Esto explica el buen posicionamiento que ha logrado la radio en sus segmentos objetivos en los primeros meses de funcionamiento.

Un hito que marcó este primer año de T13 Radio, fue la visita a los estudios de la Presidenta de la Re-

pública, Michelle Bachelet. En octubre, la mandataria fue entrevistada por Iván Valenzuela en el programa "Mesa Central", donde abordó temas relevantes de la contingencia nacional, marcando la pauta informativa de ese período.

Las otras emisoras que conforman el grupo radios de Canal 13 enfrentaron sus propios desafíos. Sonar, luego de su cambio de dial en 2014, conservó a su fiel audiencia y siguió entregando rock e información. Play consolidó su liderazgo en las vísperas de su décimo cumpleaños gracias a una renovada complicidad con el público que se afirmó estableciendo una campaña de retroalimentación con los auditores. Oasis avanza a tranco firme bajo el alero de sus emblemáticos rostros como Federico Sánchez y Marcelo Comparini, ampliando su base de audiencias hacia un público más joven. Desde el punto de vista comercial, también se realizaron importantes ajustes para adaptar la oferta radial a las nuevas exigencias de los avisadores. ■

MEMORIA ANUAL 2015

| 77 |

CANAL 13 RADIOS



MEDIOS DIGITALES

78

n 2015, la consigna de Medios Digitales fue “el 13 en todas partes”, con la idea de tener presencia en todas las plataformas donde la audiencia está presente. Así, más allá del fortalecimiento de 13.cl, esto significó potenciar la presencia del canal en Facebook, Twitter e Instagram, duplicando la cantidad de videos que se subieron en esas redes sociales.

Uno de los casos emblemáticos fue el de la telenovela “20año a los 40”, donde el 80% del contenido que se creó para la campaña de la producción, fue diseñado para redes sociales. Con esta misma idea se cerró un acuerdo con YouTube para reforzar nuestra presencia en esa importante plataforma de videos.

El fútbol también fue uno de los puntos altos del año, liderando la Copa América en la web con más de 5 millones de visitas únicas en junio y 20 millones de páginas vistas en el periodo.

Otra de las innovaciones de 2015 fue el uso de Mention en Facebook, un formato que permite hacer transmisiones en vivo desde la Fan Page, y que permitió conectarse con los 1,7 millones de fans de la página del canal en tiempo real.

MEMORIA ANUAL 2015



79

También se realizaron avances en los programas exclusivos para la web. En 2015 se estrenó una cápsula con Pedro Engel y se lanzó Social Room, un streaming que acompañaba la final de “The Voice Chile”, buscando enriquecer la experiencia de las audiencias en todas las plataformas del 13. ■

CANAL 13 ÁREA MEDIOS DIGITALES



GESTIÓN

GESTIÓN COMERCIAL

2015 fue un año desafiante para la industria de los medios de comunicación. En un sector cada vez más competitivo, los avisadores buscan maximizar su inversión y ser más eficientes, lo que supone una forma más exigente de trabajo para el Área Comercial. El año pasado Canal 13 contó con programas que tuvieron una gran acogida de parte del público. La "Copa América", "The Voice", "En su Propia Trampa", "El Sultán", "Tele13" y "MasterChef", consiguieron positivas cifras de rating, cautivaron a los clientes y pudieron confirmar la importancia de la relación que establece Canal 13 con los avisadores como un socio que aporta más allá de buenos resultados de sintonía, ayudándoles a profundizar la construcción de su marca, avalado en el valor de su identidad e historia.

Por ello, en el ejercicio 2015 el área Comercial se enfocó en un trabajo que buscó aprovechar todas las oportunidades que hoy entrega el mercado, potenciando su desempeño en nuevas plataformas, conscientes que las maneras de relacionarse con los clientes y las audiencias actualmente son muy distintas a las de la televisión tradicional. Así, este equipo

ha innovado con ofertas de contenido, buscando transformarse en un facilitador entre los clientes y sus públicos, apostando por contenidos dinámicos y activos, que permiten aumentar el impacto de la inversión en publicidad. Esto genera no sólo retornos directos sino que también experiencias diferentes para el público, en su afán por ayudar a construir una relación emocional con las marcas. ■

"El equipo del Área Comercial en 2015 terminó de consolidar una estructura de funcionamiento, acorde a las necesidades de la industria en la que estamos inmersos, lo que es muy necesario para ser competitivos. Buscamos siempre realizar un trabajo comprometido y constante en pro de conectar clientes con contenidos, potenciando nuestra marca e innovando en productos comerciales. Esto nos ha permitido conseguir buenos resultados, incluso en un cambiante escenario como el que viven los medios de comunicación en la actualidad."

Sebastián Sánchez,
Director Comercial de Canal 13.



GESTIÓN Y TECNOLOGÍA

| 84 |

En un entorno dinámico, en que el negocio de las comunicaciones está en constante cambio, la Dirección de Gestión y Tecnología asumió el desafío de reorganizar su estructura.

Esta nueva forma de trabajar fue pensada para abordar el objetivo de combinar la eficiencia operativa de la compañía con las mejoras tecnológicas, lo que se hace muy necesario hoy en día, para enfrentar los retos propios que impone una industria multiplataforma. ■

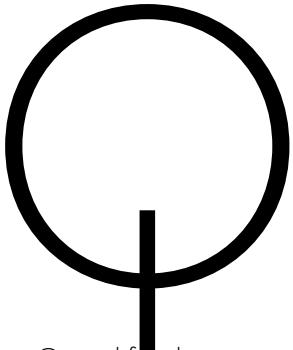
“La alta competitividad del sector y los vertiginosos cambios de la tecnología, impactan directamente en nuestro negocio. Por ello, estamos en la búsqueda permanente para estar a la vanguardia y anticiparnos hacia dónde se dirige la industria y el consumo de contenidos por parte de audiencias cada vez más exigentes en las distintas plataformas de distribución que contamos en nuestra compañía.”

Cristián Núñez Pacheco,
Director de Gestión y Planificación.

| 85 |



GESTIÓN DE PERSONAS



Quienes componen Canal 13

son el pilar fundamental de la empresa. Por ello, la Gerencia de Personas durante 2015 realizó una serie de proyectos relevantes para aportar al desarrollo de la organización.

Con el fin de seguir potenciando las habilidades y calidad del trabajo en los colaboradores, se realizaron 9.500 horas de capacitación en las que participaron 726 personas, aumentando en un 9% la cifra respecto de 2014. Fueron 270 actividades entre cursos técnicos, talleres recreacionales y formación estratégica. Del total de equipos, siete áreas capacitaron al 100% de su dotación en uno o más cursos, a diferencia del año anterior en el que sólo dos áreas registraron sobre el 90% de participación.

Con las diversas iniciativas de la gerencia, que incluye celebraciones tradicionales, como la Fiesta Aniversario, Campeonato de Futbolito, Fiestas Patrias y conmemoración de otras fechas especiales, se ha puesto un acento muy especial en la Calidad de Vida Laboral. Y para contribuir a este pilar fundamental de

la Gestión de Personas, en los últimos años se ha potenciado la información en torno a generar conciencia sobre la salud, estableciendo el “Mes del Autocuidado” en octubre. En ese período se organizaron distintas actividades y acciones relacionadas con temáticas de seguridad, prevención y vida saludable. Destacaron las charlas informativas a jefaturas para la entrega de reglamento interno, el derecho a saber exigido por ley, informativos de extintores y una campaña acerca de accidentes de trabajo y trayecto. Finalmente, la “Feria de la salud 2015”, que convocó a más de 40 empresas expositoras, tuvo una excelente respuesta al interior del canal como en las versiones anteriores.

El esfuerzo por instalar la prevención como un aspecto prioritario en la rutina laboral se refleja en la mejora sostenida de los índices de accidentabilidad. Un hito que sin duda marcó el período 2015 en estas materias fue la Encuesta Nacional de Riesgos Psicosociales, realizada durante diciembre, y que tuvo como objetivo diagnosticar los aspectos que debemos mejorar en torno a la prevención, vigilancia y control de enfermedades mentales de origen profesional.

Otro suceso importante del año 2015 fue el inicio del proceso de Gestión de Desempeño. La deno-



“Un eje esencial para Canal 13 son las personas y sabemos que son ellas las que hacen la diferencia. Por ello en cada actividad, programa y proyecto que impulsamos como Gerencia, buscamos la más alta participación, compromiso y desarrollo de quienes son protagonistas de estos procesos. Cuando eso ocurre recibimos la mejor retribución a nuestra gestión.”

Macarena Uranga,
Gerente de Personas.

minada “segunda fase” del Proyecto SOMOS, cuyo programa piloto se realizó con la Dirección Comercial, tuvo como objetivo fomentar el desarrollo de nuestras personas a través de una cultura de la retroalimentación permitiendo, a su vez, fortalecer la

relación entre líderes y colaboradores al interior del canal mediante una metodología que completó dos de sus tres etapas: “Planificación” y “Seguimiento y mejora”, dejando pendiente su etapa final de “Evaluación” para marzo de 2016. ■





4

INFORMACIÓN DE
LA COMPAÑÍA



INFORMACIÓN DE LA COMPAÑÍA

IDENTIFICACIÓN DE LA COMPAÑÍA

Nombre o razón social:

Canal 13 S.A.

(“Canal 13”, el “Canal” o la “Compañía”)

Nombre de fantasía:

Canal 13

R.U.T.:

76.115.132-0

Tipo de identidad:

Sociedad anónima

Número inscripción en el registro de valores:

1111

Fecha inscripción en el registro de valores:

25 octubre 2013

Domicilio legal:

Inés Matte Urrejola 0848, Providencia, Santiago

Teléfono:

(56 2) 2 2514000

Fax: (56 2)

2 2632040

E-mail:

consultas@13.cl

Sitio web:

www.13.cl

CONSTITUCIÓN

La Compañía fue constituida por escritura pública de fecha 9 de septiembre de 2010, otorgada en la notaría de Santiago de don Eduardo Avello Concha, cuyo extracto fue inscrito a fojas 49.674, número 34.585 del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago correspondiente al año 2010 y se publicó en el Diario Oficial con fecha 28 de septiembre de 2010.

A la fecha, la Compañía ha sido modificada en varias oportunidades, correspondiendo el último texto refundido de sus estatutos a aquella modificación acordada mediante Junta Extraordinaria de Accionistas de fecha 30 de abril de 2015, reducida a escritura pública de fecha 8 de mayo del mismo año en la Notaría de Santiago de doña María Gloria Acharán, cuyo extracto fue inscrito a fojas 35.373 número 20.938 del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago correspondiente al año 2015 y se publicó en el Diario Oficial con fecha 22 de mayo de 2015.

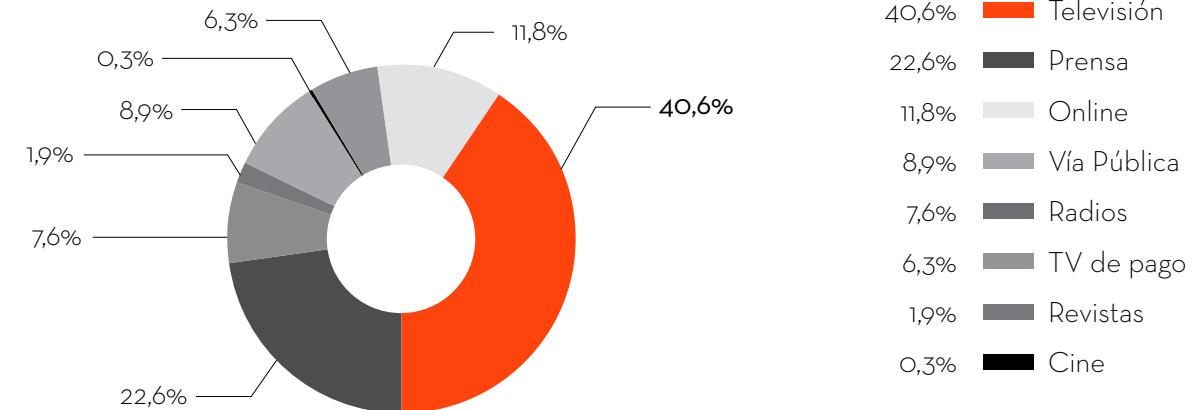
OBJETO SOCIAL

a) La operación, mantención y explotación de concesiones de servicios de radiodifusión televisiva de libre recepción o de pago, de conformidad con la Ley del Consejo Nacional de Televisión, de radiodifusión sonora, y otras concesiones del área audiovisual, pudiendo realizar todos aquellos actos, contratos y negocios jurídicos conducentes al cumplimiento de su objetivo;

b) La compra, venta, cesión, permuta, distribución y/o comercialización de derechos de exhibición respecto de historias y guiones cinematográficos o de video, obras audiovisuales, obras literarias, impresos, fotografías, imágenes o sistemas audiovisuales, de música, de sonido o de la media computacional, de las comunicaciones, producciones cinematográficas, de televisión, video, teatro, programas de divulgación científica, social, cultural y, en general, de toda obra intelectual o física susceptible de ser representada en vivo o por algún medio audiovisual, radial, ideo-

CUADRO 1

Inversión Publicitaria en Chile (%), año 2014

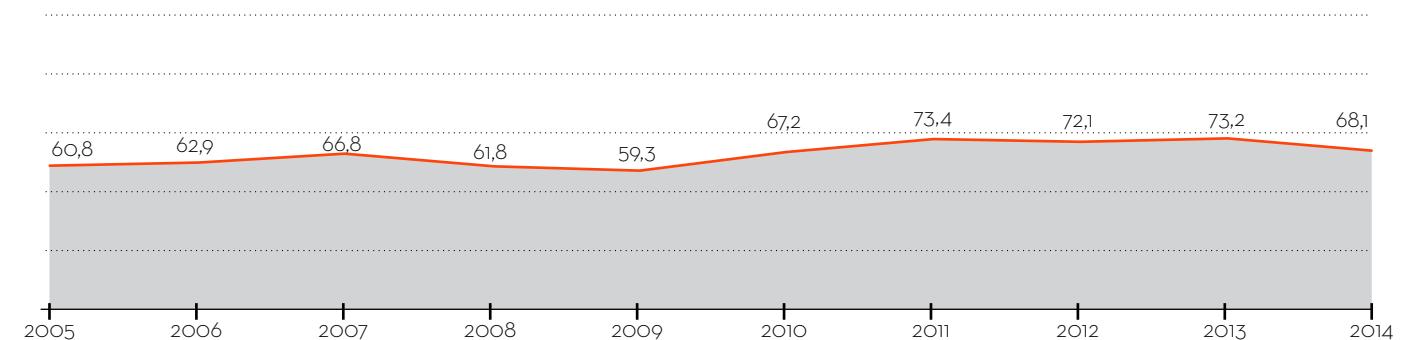


Fuente: ACHAP. "Inversión Publicitaria 2014".

| 94 |

CUADRO 2

Inversión Per Cápita en Chile (Dólares por habitante)



Fuente: ACHAP "Inversión publicitaria 2014"

| 95 |

gráfico o escrito, para su difusión por cuenta propia o ajena, a través de cualquier medio, en el territorio nacional o en el extranjero;

c) La realización de actividades de producción, difusión y comercialización de toda clase de espectáculos artísticos o deportivos, incluida la representación artística, conferencias, entrevistas o eventos culturales, por cuenta propia o ajena, en recintos públicos o privados, abiertos o cerrados, cines, salas de espectáculos, auditorios u otros;

d) El ejercicio del comercio en cualquiera de sus formas, en toda el área audiovisual, computacional, de las comunicaciones y la publicidad y demás que se relacionen directa e indirectamente con el objeto social; y

e) La inversión en toda clase de bienes muebles e inmuebles, corporales e incorporales, derechos en sociedades de personas y, en general, en toda clase de valores mobiliarios y títulos de crédito y de inversión.

DESCRIPCIÓN DE LA INDUSTRIA

Canal 13 desarrolla su actividad en la industria de los medios de comunicación, siendo su principal línea de negocios la televisión abierta, lo que complementa con sus negocios de radio, señal televisiva por cable, portal en internet y venta de contenido a terceros, además de otros negocios derivados de sus actividades principales.

El principal producto ofrecido por la industria de la televisión abierta a los avisadores son contactos con personas (alcance y frecuencia), que es lo que los clientes compran en forma de espacios publicitarios, para la promoción de sus productos y su efecto positivo en las ventas. Este modelo aplica también para los negocios de radio e internet. En el caso de la televisión de pago, la principal fuente de ingresos lo constituye un cargo por servicio a los clientes, siendo secundario el ingreso por avisaje. En el caso de Canal 13, los principales clientes están ubicados en Chile y participan en industrias como retail, con-

sumo masivo, telecomunicaciones, banca y servicios.

La inversión publicitaria en Chile alcanzó un total de \$691.701 millones en el año 2014, según la Asociación Chilena de Agencias de Publicidad (ACHAP), esta cifra es un 5,9% menor al año anterior, explicado principalmente por el decrecimiento de TV Abierta y diarios, y en menor medida por revistas y vía pública. Los medios on line y TV de pago, continúan creciendo en participación, llegando a 11,8% y 6,3% respectivamente. La inversión total en televisión continúa manteniendo la mayor participación (40,6%) (Cuadro 1).

Adicionalmente, de acuerdo a cifras de la ACHAP, en Chile la Inversión Publicitaria per cápita durante el año 2014 alcanzó los US\$68, cifra inferior a los últimos tres años (Cuadro 2).

La Inversión Publicitaria per cápita en Chile es la sexta parte de la inversión en Estados Unidos, la cual supera los 400 dólares por habitante.

La relación entre la Inversión Publicitaria nominal y el PIB durante 2014 alcanzó un valor de 0,47%. Esta cifra es la más baja en los últimos 10 años (Cuadro 3).

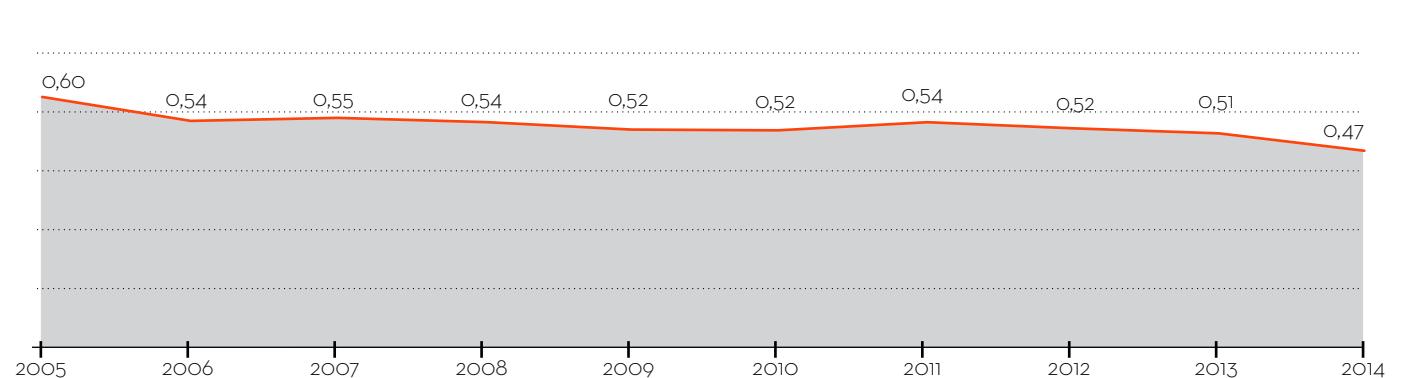
INDUSTRIA DE LA TELEVISIÓN

Desde los comienzos de las primeras transmisiones televisivas experimentales a finales de los años cuarenta, y luego de la masificación de ésta en las décadas posteriores, la televisión se ha posicionado como el medio de información y entretenimiento más importante, tanto para los consumidores como para los avisadores. Esta condición se ha mantenido intacta a pesar de la proliferación, en los últimos años, de otros medios tecnológicos como el computador personal, internet y los teléfonos inteligentes.

De acuerdo a encuestas realizadas por el Consejo Nacional de Televisión (CNTV), la televisión es la principal fuente de información de los chilenos, por sobre otros medios como diarios, radios e internet. (Cuadro 4)

El consumo de televisión de las personas se ha mantenido relativamente estable en los últimos años. Como ejemplo de lo anterior, en Chile entre los años 2001 y 2013, el consumo de televisión abierta ha

CUADRO 3
INVERSIÓN / PIB (Nominal)



| 96 |

Fuente: ACHAP "Inversión publicitaria 2014"

variado entre aproximadamente dos horas y media y tres horas al día. ([Cuadro 5](#))

Con respecto a los avisadores, la televisión abierta concentra cerca del 44% de la inversión publicitaria en Chile. El factor diferenciador de la televisión abierta frente a otros medios es su capacidad única de lograr grandes alcances, es decir, una cantidad masiva de personas distintas recibiendo un mensaje en un mismo momento. Para los avisadores esto significa que es el medio más efectivo de alcance en poco tiempo. Replicar un efecto similar a través de la suma de diversos medios podría significar mayores niveles de inversión e ineficiencias en la comunicación para los avisadores.

ESTRUCTURA DEL NEGOCIO

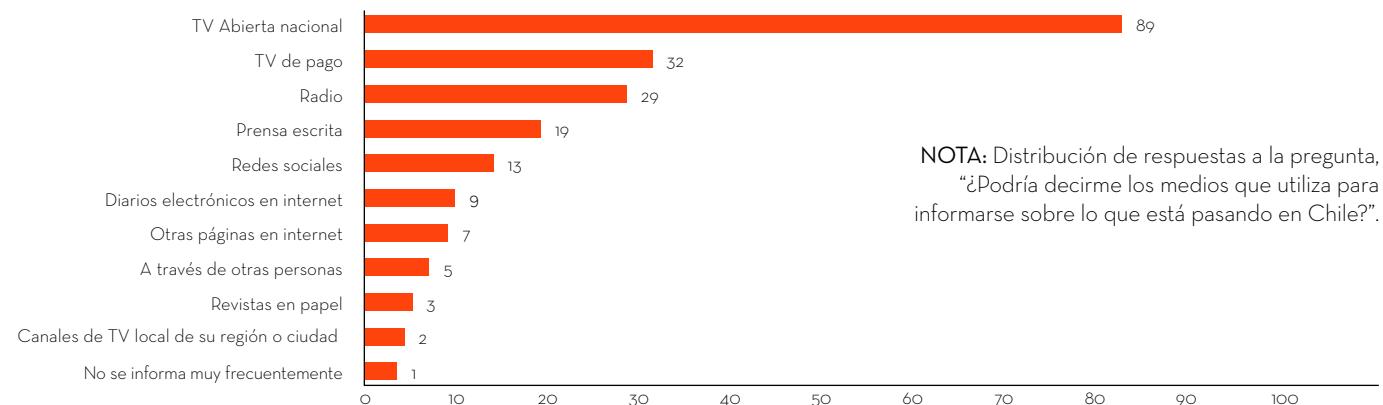
El negocio de la televisión en Chile se puede separar en dos grandes áreas: la producción del contenido y la distribución del mismo a la audiencia. Respecto de la distribución, el modelo de mayor antigüedad y

penetración es la televisión abierta. Ésta se basa en la transmisión de contenidos utilizando el espectro de radiofrecuencia. Por otro lado, la televisión de pago efectúa la transmisión de los contenidos por medio de amplias redes de transmisión (cable) o utilizando antenas satelitales.

En el modelo de la televisión abierta, la recepción de contenido es gratuita para la audiencia, siendo el motor generador de ingresos el avisaje o publicidad. Por tanto, los ingresos dependen principalmente de la capacidad de los canales de generar o comprar contenido atractivo, para lograr el mayor alcance de audiencia posible. En este negocio los mayores costos son aquellos asociados a la generación de contenidos propios y a la transmisión de los mismos.

En el caso de la televisión de pago, como se mencionó anteriormente, la principal fuente de ingresos es un cargo por servicio a los clientes, siendo el ingreso por avisaje algo secundario. La televisión de pago no tiene el alcance masivo simultáneo que tiene

CUADRO 4
Medios Utilizados con Fines Informativos (% de respuestas afirmativas, año 2014)



NOTA: Distribución de respuestas a la pregunta,
"¿Podría decirme los medios que utiliza para
informarse sobre lo que está pasando en Chile?"

Fuente: CNTV. "VIII Encuesta Nacional de Televisión", 2014.

| 97 |

la televisión abierta, sino que está más enfocada en segmentos. Los mayores costos de la televisión de pago son los asociados a la distribución de la señal televisiva, siendo otro valor relevante el pago por contenido generado por terceros.

Existen también en la industria de la televisión empresas que se dedican solamente a la producción de contenidos, vendiendo esos derechos de emisión a los proveedores de televisión abierta y de pago.

El consumo de televisión abierta por parte de las audiencias se divide en forma agregada en dos bloques horarios caracterizados principalmente por el nivel absoluto de personas viendo televisión. El horario prime se caracteriza por tener alto nivel de encendido de televisores y, por lo tanto, una mayor inversión publicitaria. El horario off prime se caracteriza por tener bajo nivel de encendido de televisores y, por lo tanto, una menor inversión publicitaria. Dada la importancia para los avisadores de maximizar los contactos con personas a través de su publicidad, el

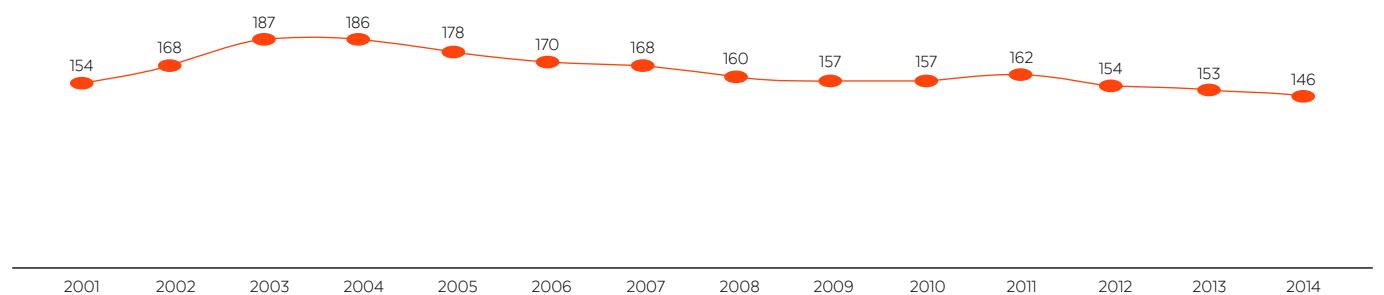
horario de mayor encendido de televisores es donde se observa la competencia programática más dinámica y con los mayores presupuestos de producción por hora. En línea con lo anterior, la inversión publicitaria también es mayor en este horario. Como ejemplo de esto, en el caso de Canal 13, el horario prime representa sólo un 29% de las horas de transmisión, pero un 57% de los ingresos ([Cuadro 6](#)).

En el horario prime la demanda se focaliza mayormente en mujeres y hombres de 25 a 64 años de edad, pertenecientes al segmento socioeconómico ABC, mientras que en el horario off prime la demanda se focaliza en mujeres, y el segmento socioeconómico D gana importancia, aun cuando el segmento socioeconómico ABC mantiene la preferencia.

La entidad encargada de llevar a cabo mediciones y estimaciones de audiencia se llama Kantar Ibope Media, y ésta establece que el 61,3% del universo de los hogares considerados en su muestra pertenece al grupo ABC (incluye C1, C2 y C3) y 38,7% al D. El segmento E no es considerado en la medición.

CUADRO 5

Consumo de Televisión Abierta en Chile (minutos por día)



Periodo: Enero - diciembre / Lunes a Domingo/ Target: Total Personas (ABCD 4 ++ años)

Fuente: Time Ibope / Tv Data Presenter

Informe: Gerencia de Desarrollo de Canal 13.

Nota: El universo considerado incluye los grupos socioeconómicos ABC y D a partir de los 4 años de edad, en los grandes centros urbanos del país, y excluye las zonas rurales y de difícil acceso.

| 98 |

LA COMPETENCIA

Actualmente Canal 13 compite principalmente en el mercado de la publicidad. Su competencia incluye a los otros canales de televisión abierta, así como señales de cable, portales web y el resto de los medios financiados por los ingresos publicitarios. Los participantes más relevantes de la televisión abierta, el mayor segmento dentro del mercado de la publicidad, son los siguientes:

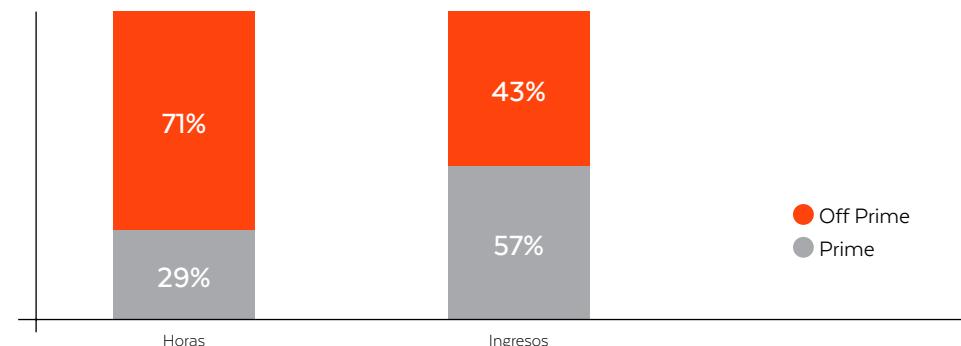
- La Red: Fundado en 1990. Pertenece al Grupo Albavisión, grupo de medios mexicano.
- UCV Televisión (UCV-TV): Fundado en 1957. Es la más antigua red de televisión de Chile y la única con cobertura nacional que se emite desde fuera de Santiago. Pertenece a la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.
- Televisión Nacional de Chile (TVN): Opera desde 1969. Es una empresa autónoma del Estado que tiene emisiones en todo el territorio nacional y debe autofinanciarse.
- Telecanal: Es uno de los canales más nuevos del país. Inició sus operaciones en 2005 tras adquirir la licencia de operación de Rock & Pop TV.

PARTICIPACIÓN RELATIVA Y EVOLUCIÓN

La principal medida utilizada en la industria para cuantificar los niveles de audiencia de cada programa exhibido es el rating. Éste representa, para un grupo definido de hogares o personas, el porcentaje de ese grupo sintonizando un determinado canal.

CUADRO 6

Composición de Horas e Ingresos de Canal 13 por Bloque Horario (%), 2015



Fuente: Canal 13.
Nota: 1) Off Prime: lunes a viernes 06:00 a 20:00 horas y de 00:30 a 02:00 horas y sábado a domingo de 08:00 a 21:00 horas y de 00:30 a 02:00 horas. 2) Prime: lunes a viernes desde las 20:00 hasta las 00:30 horas y sábado a domingo desde las 21:00 hasta las 00:30 horas.

| 99 |

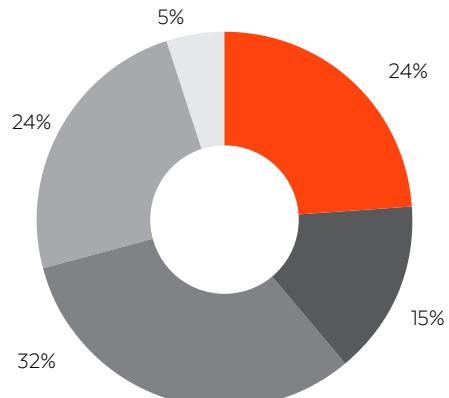
Los indicadores de audiencia más utilizados por los canales de televisión abierta son el “rating hogar” y el “rating comercial”, este último definido como el grupo de hombres y mujeres de 25 a 64 años de edad del segmento socioeconómico ABC. La metodología de medición permite principalmente segmentar por género, grupo socioeconómico y grupo etario, los que son de utilidad para anunciantes con necesidades de comunicación más específicas. De acuerdo con el criterio de medición, 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 representa 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 determinado universo de canales (Cuadro 7).

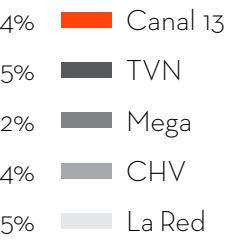
En términos de participación en la inversión publicitaria de televisión abierta, históricamente Canal 13 ha estado dentro de los primeros de la industria. Dado que los canales en Chile no publican el detalle de sus ingresos de televisión abierta, para calcular la participación de mercado se consideran los ingresos de explotación de los cinco principales canales, según sus estados financieros. Dichos ingresos de explotación pueden incluir ingresos de otros negocios, por lo que este indicador debe ser considerado como la mejor aproximación posible (Cuadro 8).

El indicador más utilizado por la industria para medir la creación de valor es el “factor comercial” (también llamado “bonus factor” o “power ratio”). Este concepto es el cociente entre la participación sobre el total de inversión publicitaria y la participación de audiencia del rating hogar. Si un canal presenta un factor comercial mayor a 1, el canal recauda, en términos relativos, mayores ingresos por cada punto de rating que genera.

CUADRO 7
Participación de Audiencia Según Rating Hogar (% año 2015)



| 100 |



Periodo: Enero - diciembre 2015 / Lunes a Domingo / Cada canal en su horario
Target: Total Hogar.
Se consideran los cinco principales canales de televisión abierta.
Fuente: Kantar Ibope Media / TV Data Presenter.
Informe: Gerencia de Desarrollo de Canal 13.

Entre los principales elementos que pueden generar que un factor comercial sea mayor a 1 se destacan: i) niveles de audiencia masivos y superiores a la competencia, lo que genera un bien de perfil único y, por lo tanto, mayor potencial de recaudación, ii) mejor desempeño de rating en targets comerciales, lo que genera un producto más atractivo comercialmente y iii) capacidades comerciales de excelencia.

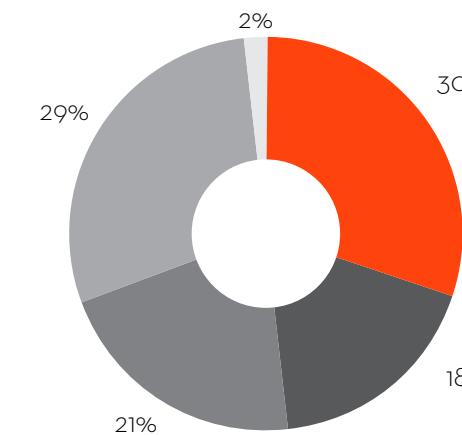
Históricamente Canal 13 ha tenido un factor comercial elevado. (Cuadro 9). Si bien este indicador sostuvo una caída importante a partir del año 2009, llegando incluso a niveles cercanos a 1, ha mejorado sustancialmente en los últimos años. En el año 2014 el factor comercial del canal se situó en 1,18, mientras que en 2015, esta relación entre los ingresos recaudados y los puntos de rating obtenidos mejoró, terminando el año con un promedio de 1,23.

TENDENCIAS GENERALES DE LA INDUSTRIA

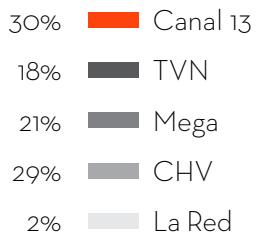
La industria del entretenimiento en general y específicamente la de la televisión abierta se ha visto afectada por fuertes cambios tecnológicos en los últimos años, especialmente en cuanto a la distribución de contenidos y capacidad de almacenamiento. Un ejemplo de esto ha sido la convergencia de la televisión abierta con otras plataformas como, por ejemplo, internet, plataformas de pago on-demand y tablets. Las compañías de generación y distribución de contenido se han visto sometidas a la presión del mercado de generar contenido único y atractivo, de contar con servicios que respondan ante las necesidades de los clientes y de cumplir con estándares tecnológicos altos y que cambian rápidamente.

Internet y la distribución móvil han sido los principales canales de expansión que los medios masivos han utilizado en respuesta a los cambios ya mencionados. Streaming y descargas

CUADRO 8
Ingresos de la Explotación



| 101 |



Fuente: Estados financieros de las respectivas compañías.
Todavía no está disponible la información del resto de los canales al 31 de diciembre 2015

facilitan la libre elección en cuanto a qué ver, dónde y cuándo hacerlo, aprovechándose de las capacidades y experiencia diferenciadora en la generación de contenido.

ACTIVIDADES Y NEGOCIOS

DESCRIPCIÓN GENERAL

Canal 13 es una empresa dedicada a imaginar y desarrollar experiencias de entretenimiento e información atractivas para las audiencias, valiosas para los anunciantes y capaces de generar un rendimiento económico sustentable acorde con las expectativas de sus accionistas. Durante sus 56 años de historia, su principal foco ha sido la captura de audiencias masivas a través de la televisión abierta. Adicionalmente, durante las últimas dos décadas, el Canal ha llevado a cabo un proceso de diversificación de sus ingresos, a través de un crecimiento en negocios más segmentados, como radio, televisión de pago y

medios digitales, además de ventas de contenido y otros proyectos.

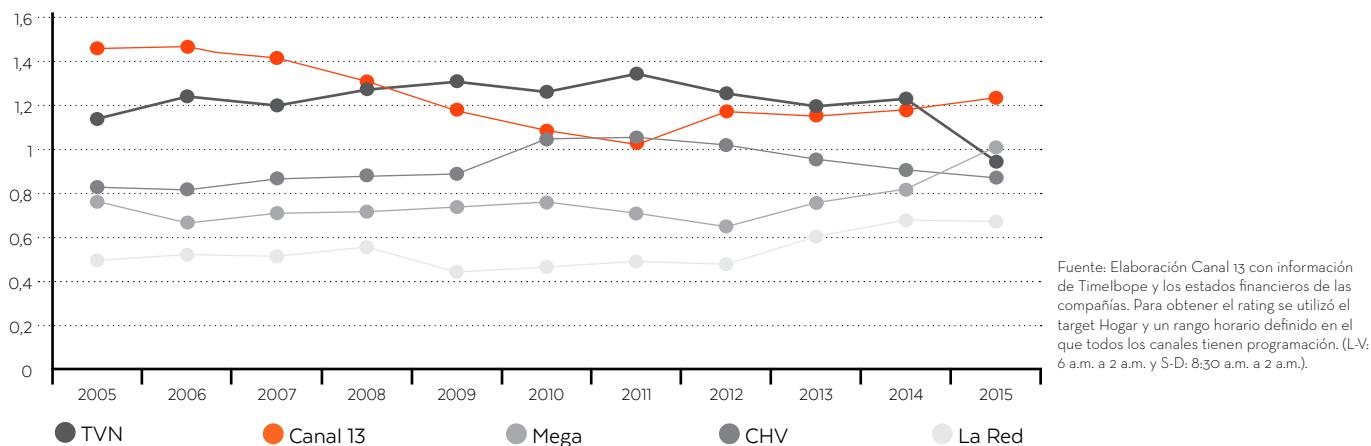
Los principales ingresos de Canal 13 los constituye la venta de publicidad en los medios de televisión abierta, internet, radios y televisión de pago. Hoy Canal 13 separa sus negocios de acuerdo a dos segmentos, Pantalla y Plataformas. El segmento Pantalla incluye el negocio de televisión abierta y el de medios digitales. La plataforma digital 13.cl se considera como parte de los negocios de pantalla, dado que su programación es prácticamente la misma respecto de la señal abierta. El segmento Plataformas incluye los negocios de radios y televisión de pago, así como ventas de contenido y otros negocios.

Profundizar esta diversificación de sus ingresos forma parte de la estrategia de desarrollo y consolidación del Canal. De los ingresos de explotación del año 2014, los ingresos de Pantalla representan el 87% y Plataformas el restante 13% (Cuadro 10).

Asimismo, para lograr sus objetivos de entregar programación de calidad para sus audiencias y de

CUADRO 9

Evolución del Factor Comercial (% inversión publicitaria / % participación de audiencia según rating hogar)



| 102 |

● TVN

● Canal 13

● Mega

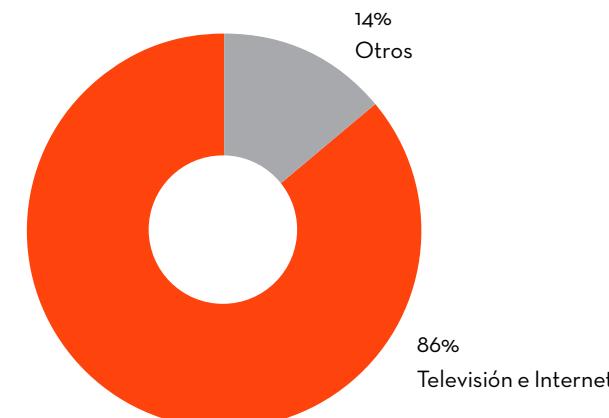
● CHV

● La Red

Fuente: Elaboración Canal 13 con información de Timelbope y los estados financieros de las compañías. Para obtener el rating se utilizó el target Hogar y un rango horario definido en el que todos los canales tienen programación. (L-V: 6 a.m. a 2 a.m. y S-D: 8:30 a.m. a 2 a.m.).

CUADRO 10

Composición de los Ingresos de Explotación de Canal 13 (%), año 2015



| 103 |

crear valor para sus accionistas, es fundamental para el Canal desarrollar una estrategia de programación que permita conectar con las audiencias definidas como objetivo en cada horario, a través de productos televisivos y de radio que satisfagan las necesidades del público y los estándares editoriales y de rentabilidad.

El número de clientes, su sólido perfil económico y financiero y la facultad de Canal 13 de no exhibir comerciales en la pantalla frente a un incumplimiento, se reflejan en bajos niveles de incobrabilidad. Se suma a esto una política de créditos definida, con la cual permanentemente se evalúa el comportamiento de los clientes y su condición financiera al momento de realizar una nueva venta.

Tanto para el mercado de la publicidad en general como para Canal 13 en particular, los clientes en su mayoría utilizan agencias de medios como asesores audiovisual del cual es, en su mayoría, su creador y desarrollador. Por tal razón, la Compañía lleva adelante todos los procesos necesarios para proteger su contenido dentro del marco que ofrece la ley. Si

creaciones, banca y servicios. Durante 2015, solamente un cliente de Canal 13 concentró, en forma individual, el 10,2% de los ingresos de la Compañía, (considerando sólo televisión abierta), que fue el grupo Falabella (Falabella, Tottus, Sodimac, CMR, Mall Plaza).

PROVEEDORES

Durante 2015, ningún proveedor de Canal 13 representó, en forma individual, al menos el 10% del total de compras.

CONCESIONES, PATENTES Y OTROS DERECHOS**1. Grado en el cual la Compañía depende de una patente, derechos, know-how, etc.:**

Canal 13 es en esencia un comunicador de contenido audiovisual del cual es, en su mayoría, su creador y desarrollador. Por tal razón, la Compañía lleva adelante todos los procesos necesarios para proteger su contenido dentro del marco que ofrece la ley. Si

bien existen también proveedores de contenido, tanto locales como internacionales, es decir, creadores de licencias y formatos, Canal 13 desarrolla una estrategia poco intensiva en el uso de este tipo de activos, privilegiando la creación propia.

2. Medidas adoptadas para resguardar la propiedad intelectual:

En relación a las marcas y nombres de dominio, Canal 13 tiene como política solicitar el registro en el Instituto Nacional de Propiedad Industrial de marcas y en NIC Chile de dominios, de todos los programas que emite por sus Plataformas, incluyendo televisión abierta, cable, internet y radios. Asimismo, las marcas corporativas, nombres y frases de propaganda siguen el mismo proceso. El seguimiento está a cargo de la empresa Sargent & Krahn, y un Comité de Canal 13 compuesto por integrantes de la Gerencia de Asuntos Legales y de la Gerencia de Marketing se reúne semanalmente para tomar las decisiones respecto

de nuevas inscripciones, renovaciones y oposiciones.

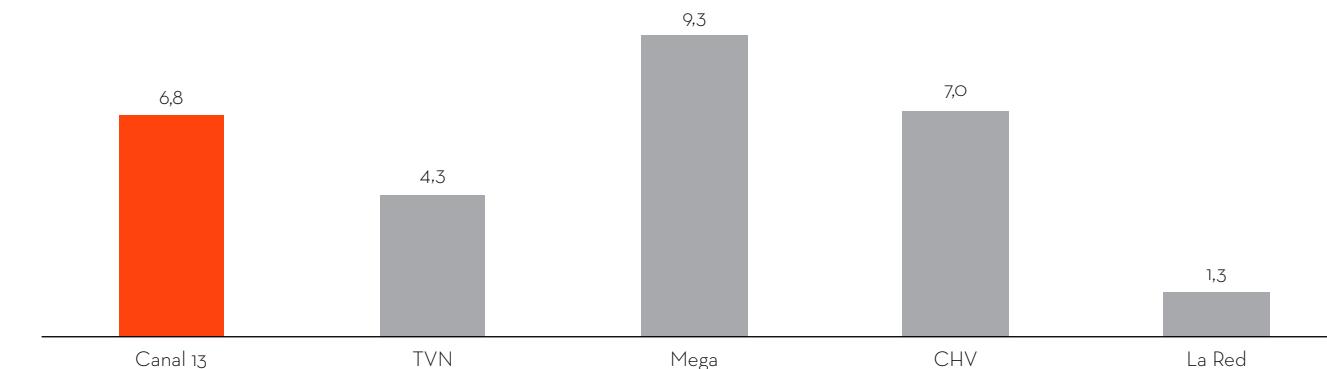
Respecto de la propiedad intelectual, aunque la ley asegura la protección de las obras audiovisuales desde su creación, sin necesidad de registro, la política de Canal 13 es inscribir en el Departamento de Derechos Intelectuales del Ministerio de Educación, los formatos de las obras creadas al interior de Canal 13. Además, la Compañía es socia de la Entidad de Gestión Colectiva de Derechos de Productores Audiovisuales de Chile "EGEDA", entidad encargada de la gestión, administración, representación, protección y defensa de los intereses y derechos de los productores de obras audiovisuales ante otras personas, sociedades y organizaciones públicas y privadas, tanto chilenas como extranjeras.

3. Monto destinado a investigación:

Los montos destinados a mediciones de audiencia y estudios de mercados durante los años 2015 y 2014 correspondieron a \$693.676.654 y \$713.146.889, respectivamente.

CUADRO 11

Rating Hogar Promedio Anual (Puntos, año 2015)



Fuente: Kantar Ibope Media

Nota: se consideran los 5 principales canales de TV abierta.

Rating hogar promedio de enero a diciembre 2015, de lunes a domingo, cada uno en su horario.

Informe: Gerencia de Desarrollo Canal 13

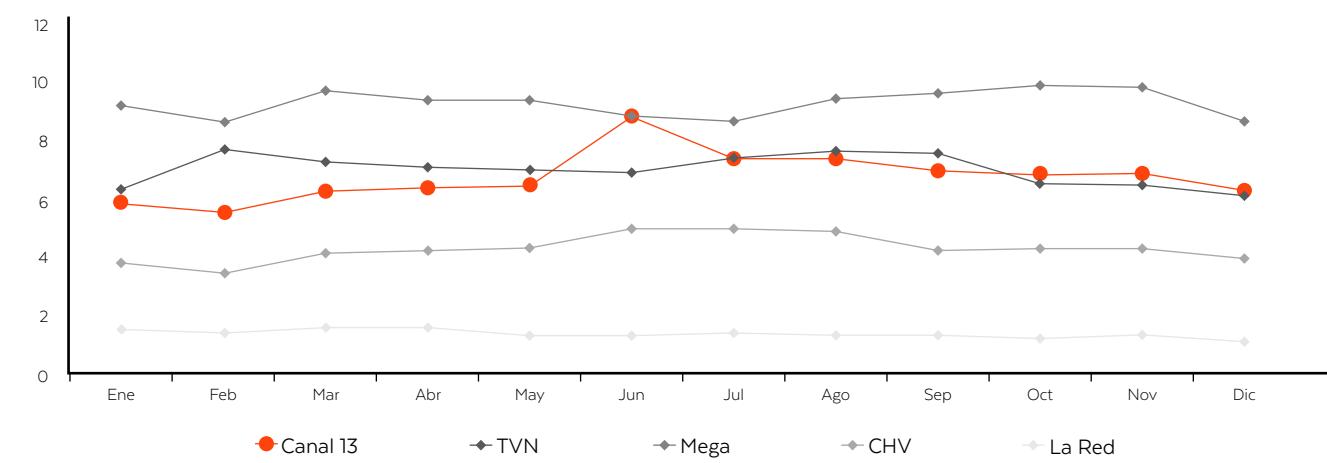
| 104 |

| 105 |

CUADRO 12

Rating Hogar Promedio Mensual (Puntos, año 2015)

MEMORIA ANUAL 2015



Fuente: Kantar Ibope Media

Nota: se consideran los 5 principales canales de TV abierta.

Rating hogar promedio de enero a diciembre 2015, de lunes a domingo, cada uno en su horario.

Informe: Gerencia de Desarrollo Canal 13

CUADRO 13

Resumen Concesiones Televisión Abierta al 31 de diciembre de 2015

ESTACIÓN	FECHA CONCESIÓN	DOCUMENTO CONCESIÓN	OBSERVACIONES	PLAZO	CONCESIÓN	PROPIETARIO
ARICA	21-09-88	G3 - 34974 / 673	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
COLCHANE	26-12-97	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
PACHICA	02-01-03	Contrato CNTV 23.12.02	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
SURIRE	23-11-09	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
HUARA	26-12-97	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
POZO ALMONTE	01-09-98	Resolución N° 25	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
IQUIQUE	14-07-88	G3 - 33677 / 482	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
OLLAGÜE	13-09-99	Resolución N° 10	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
QUILLAGUA	Subtel: 18-04-95	Contrato CNTV 12.94	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
TOCOPILLA	19-07-93	Resolución N° 43	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
MARÍA ELENA/PEDRO DE VALDIVIA	15-09-89	R1 - 33883 / 970	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
CALAMA	30-08-89	R1 - 33640 / 427	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
SAN PEDRO DE ATACAMA	Subtel: 18-04-95	Contrato CNTV 12.94	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
ANTOFAGASTA	13-05-88	G3 - 32744 / 330	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
TALTAL	20-01-95	Resolución N° 20	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
CHAÑARAL	24-01-95	Resolución N° 21	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
EL SALVADOR	09-09-92	Resolución N° 77	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
EL SALADO	19-06-95	Resolución N° 72	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
FLAMENCO	13-09-99	Resolución N° 11	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
INCA DE ORO	Subtel: 18-04-95	Contrato CNTV 12.94	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
CALDERA	06-07-98	Resolución N° 18	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
COPIAPÓ	02-02-89	G3 - 30471 / 77	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
LOS LOROS	06-10-98	Resolución N° 39	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
HUASCO	10-04-02	Resolución N° 5	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
VALLENAR	06-03-91	Resolución N° 13	CNTV	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
DOMEYKO	16-02-01	Resolución N° 03	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
CARRIZALILLO	13/09/1999	Resolución N° 12	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
LA HIGUERA	17-11-98	Resolución N° 44	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
LA SERENA / COQUIMBO	01-09-87	G2 - 32978 / 204	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
EL PERAL (ex LOS QUILES)	06-12-10	Resolución N° 239	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
VICUÑA	24-07-89	R1 - 33029 / 766	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
HUANTA	02-10-12	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
MONTEGRANDE	02-04-98	Resolución N° 8	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
ANDACOLLO	24-07-89	R1 - 33029 / 766	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
TONGUY / PUERTO ALDEA	26-12-00	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
SAMO ALTO	02-10-12	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	26 años	SI	Canal 13 SpA
EL CHAÑAR	20-12-06	Contrato CNTV 20.12.06	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
EL SERÓN	05-12-08	Res.CNTV N°145-01.12.08	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
TULAHUÉN	05-12-08	Res.CNTV N°145-01.12.08	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
OVALLE	12-09-89	R1 - 33844 / 986	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
PELADEROS	06-12-10	Resolución N° 239	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
MONTE PATRIA	01-09-95	Resolución N° 81	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
EL MAITÉN	05-08-04	Oficio Ord. N° 390	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
PUNITAQUI	08-10-97	Resolución N° 23	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
SAN MARCOS	06-12-10	Resolución N° 239	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
EL DIVISADERO	02-09-04	Oficio Ord. N° 442	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
MANQUEHUA	14-12-07	Resolución N° 153	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
LA LIGUA DE COGOTÍ	10-12-01	Resolución N° 21	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
LA ISLA	17-12-98	Resoluc. Exenta N° 211	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
EL SORUCO	04-01-06	Oficio Ord. N° 14	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
COMBARBALÁ	08-10-97	Resolución N° 24	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
RAMADILLA	02-01-03	Contrato CNTV 23.12.02	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA

ESTACIÓN	FECHA CONCESIÓN	DOCUMENTO CONCESIÓN	OBSERVACIONES	PLAZO	CONCESIÓN	PROPIETARIO
EL DURAZNO	02-10-12	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	26 años	SI	Canal 13 SpA
CANELA	26-12-97	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
LOS POZOS	06-12-10	Resolución N° 239	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
SANTA VIRGINIA	17-12-98	Resoluc. Exenta N° 211	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
HUENTELAUQUÉN	21-12-99	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
TUNGA SUR - TUNGA NORTE	17-12-98	Resoluc. Exenta N° 211	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
VALLE HERMOSO	06-12-10	Resolución N° 239	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
ILLAPEL	05-03-92	Resolución N° 44	CNTV	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
HUINITIL	27-09-12	Subtel Ord. N° 7527/C	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
SAN AGUSTÍN	17-12-98	Resoluc. Exenta N° 211	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
SALAMANCA	27-04-98	Resolución N° 15	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
QUELÉN	02-10-12	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
LOS VILOS	21-10-92	R1 - 34731 / 2122	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
CHELLEPÍN	06-10-98	Resolución N° 38	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
EL ARRAYÁN	06-12-10	Resolución N° 239	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
CUNCUMÉN	21-12-99	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
CAIMANES	20-06-01	Subtel ORD. N° 33000/C	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
PETORCA	06-03-95	Resolución N° 40	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
LA LIGUA	19-05-89	AC-2: 32024 / 234	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
ALICAHUE	02-04-98	Resolución N° 12	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
CABILDO	19-05-89	AC-2: 32024 / 234	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
PAPUDO / ZAPALLAR	19-07-93	Resolución N° 44	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
LA CALERA	02-04-98	Resolución N° 10	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
PANQUEHUE	05-06-02	Resolución N° 8	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
LLAY-LLAY	04-10-99	Resolución N° 022	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
RÍO COLORADO	02-04-98	Resolución N° 6	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
LOS ANDES / SAN FELIPE	07-01-92	R1 - 30073 / 2	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
VALPARAÍSO / VIÑA DEL MAR	19-10-92	R1 - 34692 / 2120	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
LAGUNA VERDE	Subtel: 18-04-95	Contrato CNTV 12.94	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
CASABLANCA	18-05-01	Resolución N° 16	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
ALGARROBO	08-06-97	Resolución N° 17	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
SAN ANTONIO	14-07-87	G2 - 32264 / 166	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
ISLA ROBINSON CRUSOE	02-04-98	Resolución N° 11	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
TILITIL	30-01-01	Resolución N° 04	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
SANTIAGO	29-04-88	G3 - 32495 / 299	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
LAS VERTIENTES	10-02-93	Resolución N° 12	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
SAN JOSÉ DE MAIPO	19-05-89	AC-2: 32024 / 234	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
MELIPILLA	31-03-95	Resolución N° 59	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
EL MELOCOTÓN/SAN ALFONSO	04-10-99	Resolución N° 023	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
EL INGENIO / SAN GABRIEL	09-11-99	Resolución N° 28	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
PUPUYA	21-12-99	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
RANCAGUA	15-04-91	Resolución N° 24	CNTV	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
VILLA ALHUÉ	26-12-00	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
TUNCA	21-12-01	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
PICHILEMU	01-09-95	Resolución N° 82	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
SAN FERNANDO	05-07-84	32485 / FI - N° 595	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
PAREDONES	02-01-05	Contrato CNTV 23.12.02	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
VICHUQUÉN	19-05-89	AC-2: 32024 / 234	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
CUREPTO / LICANTÉN	02-02-89	G3 - 30470 / 78	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
CONSTITUCIÓN	04-07-85	32179 / FL - 180	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
TALCA	08-03-84	30730 / FI - N° 276	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
CHANCO	Subtel: 18-04-95	Contrato CNTV 12.94	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA

ESTACIÓN	FECHA CONCESIÓN	DOCUMENTO CONCESIÓN	OBSERVACIONES	PLAZO	CONCESIÓN	PROPIETARIO
LOS RABONES	26-12-00	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
CAUQUENES	04-07-85	32179 / FL - 180	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
COBQUECURA	23-06-88	G3 - 33342 / 421	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
CHILLÁN	08-03-84	30730 / FI - N° 276	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
CONCEPCIÓN	07-01-82	30021	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
ANTUCO	21-12-99	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
LEBU	25-08-87	G2 - 32847 / 193	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
CAÑETE	02-04-97	Resolución N° 09	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
QUIDICO	04-01-06	Oficio Ord. N° 14	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
TIRÚA	02-04-1998 y 17-05-06	ORD. N° 434- 24.05.06	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
ANGOL / MULCHÉN	29-08-85	32873 / FL 268	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
PURÉN / LOS SAUCES	22-09-89	R1 - 33947 / 1005	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
VICTORIA	18-04-89	R1 - 31469 / 355	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
REIGOLIL	23-11-09	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
LUMACO / CAPITÁN PASTENE	30-01-01	Resolución N° 02	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
TRAIGUÉN	21-04-87	G2 / 31190 / 111	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
TROYO	26-12-97	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
GALVARINO	20-06-88	G3 - 33250 / 422	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
MALALCAHUELLA	05-08-04	Oficio Ord. N° 390	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
MANZANAR	23-11-09	Contrato 2009	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
LONGUIMAY	27-10-97	Resolución N° 25	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
PEDREGOSO	06-10-98	Resolución N° 37	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
LAUTARO	21-04-87	G2 / 31190 / 111	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
SIERRA NEVADA	21-12-01	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
TEMUCO	21-08-85	32752 / FL - 272	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
PUERTO SAAVEDRA	10-02-93	Resolución N° 14	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
ICALMA	06-10-98	Resoluc. Exenta N° 147	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
MELIPEUCO	27-11-95	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
PUERTO DOMÍNGUEZ	26-12-97	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
CABURGUA	13-12-07	Resolución N° 153	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
VILLARRICA	21-04-87	G2 / 31190 / 111	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
LONCOCHE	20-09-99	Resolución N° 20	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
CATRIPULLI	23-11-09	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
CURARREHUE	06-10-98	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
LA FRONTERA	31-12-12	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	26 años	SI	Canal 13 SpA
MAITE	31-12-12	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	27 años	SI	Canal 13 SpA
PUESCO	31-12-12	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	28 años	SI	Canal 13 SpA
MALALCO	31-12-12	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	29 años	SI	Canal 13 SpA
QUEULE	21-12-01	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
LICANRAY	02-04-98	Resolución N° 7	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
MEHUÍN	26-12-97	Contrato CNTV				

ESTACIÓN	FECHA CONCESIÓN	DOCUMENTO CONCESIÓN	OBSERVACIONES	PLAZO	CONCESIÓN	PROPIETARIO
BAHÍA MANSA / MAICOLPÚE	21-12-99	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
PUAUCHO	04-01-06	Oficio Ord. N° 14	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
OSORNO	04-11-86	G / 33479 / 321	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
HUEYUSCA	02-09-04	Oficio Ord. N° 442	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
PUERTO OCTAY	13-12-07	Resolución N° 153	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
PUERTO MONTT	20-10-86	G2 / 33239 / 335	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
COCHAMÓ / PUELO	21-12-99	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
ANCUD	13-05-88	G3 / 32744 / 330	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
RÍO NEGRO-HORNOPIRÉN	30-12-96	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
CASTRO	28-09-87	G2 / 33283 / 223	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
SANTA BARBARA	23-11-09	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
QUEILEN	20-12-06	Contrato CNTV 2012.06	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
CHAITÉN	02-04-98	Resolución N° 9	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
QUELLÓN	02-02-89	G3 / 30473 / 75	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
FUTALEUFÚ	13-05-97	Resolución N° 15	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
VILLA SANTA LUCÍA	30-12-96	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
PALENA	13-05-92	Resolución N° 14	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
RAÚL MARÍN BALMACEDA	20-12-06	Contrato CNTV 2012.06	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
MELINKA	13-09-99	Resolución N° 14	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
LA JUNTA	30-12-96	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
LAGO VERDE	03-11-98	Resolucion N° 43	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
PUERTO GALA	26-12-00	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
PUYUHUPI	30-12-96	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
PUERTO CISNES	29-11-00	Resolución N° 20	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
PUERTO AGUIRRE	14-12-07	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
VILLA MAÑIHUALES	30-12-96	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
ÑIREHUAO	02-09-04	Oficio Ord. N° 442	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
PUERTO AYSÉN	04-05-95	Resolución N° 62	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
COYHAIQUE	18-01-96	Resolución N° 03 (Ch6)	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
BALMACEDA	30-12-96	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
VILLA CERRO CASTILLO	13-09-99	Resolución N° 15	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
PUERTO ING. IBÁÑEZ	03-12-98	Resolución N° 48	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
BAHÍA MURTA	06-10-99	Resolución N° 13	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
CHILE CHICO	07-04-98	Resolución N° 14	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
MALLÍN GRANDE	06-10-98	Resolución N° 36	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
PUERTO GUADAL	17-11-98	Resolución N° 45	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
PUERTO BERTRAND	06-12-10	Resolución N° 239	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
COCHRANE	30-12-96	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
VILLA O'HIGGINS	08-10-97	Resolución N° 22	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
PUERTO EDÉN	30-12-96	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
CERRO CASTILLO	27-10-98	Resolución N° 40	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
VILLA PUNTA DELGADA	02-10-12	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
VILLA TEHUELCHES	02-10-12	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
PUNTA ARENAS	28-07-89	R1 / 33108 / 765	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
PUERTO WILLIAMS	01-09-98	Resolución N° 24	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
BASE ANTÁRTICA E. FREI M.	13-09-99	Resolución N° 16	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA

CONCESIONES

Por su parte, las concesiones de radiodifusión sonora de propiedad de la filial Radiodifusión SpA al 31 de diciembre de 2015 son las siguientes:

1. Concesión de Radiodifusión Sonora en Frecuencia Modulada cuya zona de servicio es la ciudad de Santiago, frecuencia 100.9 MHz, señal distintiva XQB-39, que fuera otorgada mediante Decreto (Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones) N° 158 de fecha 19 de diciembre de 1978, publicado en el Diario Oficial de fecha 15 de enero de 1979;

2. Concesión de Radiodifusión Sonora en Frecuencia Modulada cuya zona de servicio es la ciudad de Santiago, frecuencia 105.3 MHz, señal distintiva XQB-43, que fuera otorgada mediante Decreto (Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones) N° 57 de fecha 3 de agosto, publicado en el Diario Oficial de fecha 28 de septiembre de 1983;

3. Concesión de Radiodifusión Sonora en Frecuencia Modulada cuya zona de servicio es la ciudad de Iquique, frecuencia 106.1 MHz, señal distintiva XQA-105, que fuera otorgada mediante Decreto (Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones) N° 2 de fecha 5 de enero de 1990, publicado en el Diario Oficial de fecha 8 de febrero de 1990;

4. Concesión de Radiodifusión Sonora en Frecuencia Modulada cuya zona de servicio es la localidad de Arica, frecuencia 105.7 MHz, señal distintiva XQA-276, que fuera otorgada mediante Decreto (Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones) N° 179 de fecha 2 de abril de 1998, publicado en el Diario Oficial de fecha 28 de mayo de 1998;

5. Concesión de Radiodifusión Sonora en Frecuencia Modulada cuya zona de servicio es la ciudad de Antofagasta, frecuencia 105.7 MHz, señal distintiva XQA-138, que fuera otorgada mediante Decreto (Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones) N° 336 de fecha 28 de noviembre de 1991, publicado en el Diario Oficial de fecha 22 de febrero de 1992; y,

6. Concesión de Radiodifusión Sonora en Frecuencia Modulada cuya zona de servicio es la ciudad de La Serena, frecuencia 88.9 MHz, señal distintiva QXA-38, que fuera otorgada mediante Decreto (Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones) N° 138 de fecha 29 de mayo de 1991, publicado en el Diario Oficial de fecha 7 de agosto de 1991.

7. Concesión de Radiodifusión Sonora en Frecuencia Modulada cuya zona de servicio es la ciudad de Santiago, frecuencia FM 102.1, señal distintiva XQB- 149, que fuera otorgada mediante Decreto (Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones) N° 354 de fecha 24 de septiembre de 1997, publicado en el Diario

Oficial de fecha 3 de diciembre de 1997.

8. Concesión de Radiodifusión Sonora en Frecuencia Modulada cuya zona de servicio es la ciudad de Santiago, frecuencia FM 103.3, señal distintiva XQB-044, que fuera otorgada mediante Decreto (Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones) N° 42 de fecha 15 de julio de 1983, publicado en el Diario Oficial de fecha 18 de agosto de 1983.

9. Concesión de Radiodifusión Sonora en Frecuencia Modulada cuya zona de servicio es la ciudad de Concepción, frecuencia FM 89.5, señal distintiva XQC-004, que fuera otorgada mediante Decreto (Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones) N° 26 de fecha 12 de enero de 1976, publicado en el Diario Oficial de fecha 1 de marzo de 1976.

10. Concesión de Radiodifusión Sonora en Frecuencia Modulada cuya zona de servicio es la ciudad de Temuco, frecuencia FM 94.3, señal distintiva XQD-041, que fuera otorgada mediante Decreto (Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones) N° 12 de fecha 10 de marzo de 1983, publicado en el Diario Oficial de fecha 1 de junio de 1983.

11. Concesión de Radiodifusión Sonora en Frecuencia Modulada cuya zona de servicio es la ciudad de Osorno, frecuencia FM 100.3, señal distintiva XQD-127, que fuera otorgada mediante Decreto (Ministerio de

Transporte y Telecomunicaciones) N° 373 de fecha 21 de octubre de 1994, publicado en el Diario Oficial de fecha 24 de diciembre de 1994.

12. Concesión de Radiodifusión Sonora en Frecuencia Modulada cuya zona de servicio es la ciudad de Villarrica/Pucón, frecuencia FM 92.7, señal distintiva XQD-283, que fuera otorgada mediante Decreto (Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones) N° 596 de fecha 16 de noviembre de 1998 y, publicado en el Diario Oficial de fecha 13 de enero de 1999.

13. Concesión de Radiodifusión Sonora en Frecuencia Modulada cuya zona de servicio es la ciudad de Puerto Montt, FM 92.9, señal distintiva XQD-063, que fuera otorgada mediante Decreto (Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones) N° 23 de fecha 25 de enero de 1988, publicado en el Diario Oficial de fecha 19 de marzo de 1988.

14. Concesión de Radiodifusión Sonora en Frecuencia Modulada cuya zona de servicio es la ciudad de Punta Arenas, frecuencia FM 102.5, señal distintiva XQD-324, que fuera otorgada mediante Decreto (Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones) N° 454 de fecha 31 de agosto de 1999, publicado en el Diario Oficial de fecha 29 de octubre de 1999.

15. Concesión de Radiodifusión Sonora en Frecuencia Modulada cuya zona de servicio es la ciudad de Val-

paraíso, frecuencia FM 101.1, señal distintiva XQB-102, que fuera otorgada mediante Decreto (Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones) N° 250 de fecha 28 de diciembre de 1990, publicado en el Diario Oficial de fecha 18 de mayo de 1991.

16. Concesión de Radiodifusión Sonora en Frecuencia Modulada cuya zona de servicio es la ciudad de San Antonio, frecuencia FM 99.1, señal distintiva XQB-139, que fuera otorgada mediante Decreto (Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones) N° 128 de fecha 5 de mayo de 1993, publicado en el Diario Oficial de fecha 11 de febrero de 1994.

PROPIEDAD E INSTALACIONES

El principal inmueble de Canal 13 se encuentra ubicado en Inés Matte Urrejola 0848, comuna de Providencia. En este inmueble están ubicadas las oficinas administrativas y técnicas con 38.872 m² útiles de áreas de trabajo. Los estudios de grabación son 13 en total y ocupan 7.309 m² en donde la Compañía genera su programación diaria.

Además, la Compañía tiene otras propiedades colindantes, en las cuales están ubicados otros estudios de producción, las oficinas y estudios de las estaciones de radio, el sindicato y el centro médico de la Compañía. En total, estas instalaciones tienen una superficie útil de 44.216 m². Adicionalmente, en 2013 la Compañía adquirió, mediante un leasing financiero, un inmueble

ubicado en Inés Matte Urrejola 0890, comuna de Providencia, colindante a las instalaciones actuales del Canal. Esta propiedad tiene una superficie de 9.670 m².

Entre los equipos de Canal 13 se encuentran contabilizadas cámaras, equipos de edición, switches, equipos de iluminación, y vehículos utilizados como móviles para la transmisión, entre otros.

La cuenta alcanza un total de M\$56.982.503, compuesta por Edificios y Terrenos por M\$26.112.820, Plantas y Equipos por M\$28.337.822, Instalaciones por M\$2.163.091, Vehículos por M\$202.740 y Construcciones en Curso por M\$166.030.

POLÍTICAS DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

La política de inversión de Canal 13 busca mantener su capacidad operativa y su filial de acuerdo con la normativa técnica y la dinámica competitiva del mercado televisivo, como también profundizar su presencia multiplataforma.

Para ello, constantemente se incorporan nuevas tecnologías tendientes a aumentar sus estándares de calidad, mejorar su eficiencia operativa y, por otro lado, orientadas a desarrollar nuevas áreas de negocio que le permitan capturar nuevos mercados, maximizar sinergias e incorporar factores diferenciadores. Los proyectos de inversión se enmarcan dentro de la estrategia de largo plazo definida por el Directorio, que busca compatibilizar un adecuado retorno de la inversión con riesgo moderado.

La política de financiamiento de Canal 13 para los proyectos propios y de sus filiales se basa en la generación de recursos propios, en aquella porción de retención que es aprobada por la Junta Ordinaria de Accionistas, junto con la obtención de recursos financieros contratados mediante endeudamiento bancario, teniendo como criterio la maximización de valor para los accionistas y la mantención de un nivel de endeudamiento adecuado a la estructura de la empresa, las proyecciones financieras y comerciales, así como el costo de la deuda.

PLANES DE INVERSIÓN

La Compañía tiene un plan de inversiones aprobado para el año 2016 que considera un monto de \$2.746 millones y que comprende proyectos en las áreas técnicas de televisión, radio, internet, infraestructura e informática.

MARCO REGULATORIO

1. MARCO REGULATORIO DE LA RADIODIFUSIÓN TELEVISIVA

La radiodifusión televisiva puede ser definida como un servicio de telecomunicaciones que permite difundir información compuesta de imagen y audio y cuyas transmisiones están destinadas a la recepción libre y directa del público en general. Las emisiones radioeléctricas operan moduladas en amplitud en

cuanto a la imagen y en frecuencia en cuanto al audio, en las bandas VHF y UHF.

a) Normativa aplicable

Las leyes y normas reglamentarias que constituyen el estatuto jurídico aplicable que regula la radiodifusión televisiva son las siguientes: - Ley N° 18.168, General de Telecomunicaciones, de 1982; - Ley N° 18.838 que crea el CNTV, de 1989, y sus modificaciones posteriores; - Ley N° 19.733 sobre Libertades de Opinión e Información y Ejercicio del Periodismo, de 2001; Decreto Supremo N° 71 de fecha 24 de abril de 1989, y sus posteriores modificaciones del Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones, que contiene el "Plan de Radiodifusión Televisiva"; y - Normas generales y especiales dictadas por el CNTV.

El 29 de mayo de 2014 fue publicada en el Diario Oficial la Ley N° 20.750, que modifica la Ley N° 18.838. Dicha modificación legal cambia sustancialmente el sistema de concesiones de radiodifusión televisiva comentado a continuación, tanto en sus aspectos legales como técnicos, según se detalla en la letra e) más adelante, cambios que entrarán en vigencia una vez que se adecúen los reglamentos pertinentes, especialmente el Plan de Radiodifusión Televisiva.

b) Adquisición, renovación y transferencia de una concesión de radiodifusión televisiva

b1. Adquisición. De conformidad con normativa señalada precedentemente, la autorización para la instalación,

operación y explotación del servicio de radiodifusión televisiva requerirá de una concesión otorgada por concurso público, mediante Resolución del CNTV, previo trámite de la Toma de Razón de la Contraloría General de la República. El llamado a concurso público se puede solicitar al CNTV durante todo el año calendario. El proyecto técnico que respalde la solicitud de concesión, debe adecuarse a los mencionados Decreto N° 71 y a la Resolución Exenta N° 420.

Para estos efectos, sólo pueden ser concesionarios las personas jurídicas de derecho público o privado, constituidas en Chile, con domicilio dentro del territorio del país. Sus presidentes, directores, gerentes, administradores y representantes legales deberán ser chilenos y no haber sido condenados por delito que merezca pena afflictiva. El plazo de duración de las concesiones es por un máximo de 20 años.

b2. Renovación. La renovación de estas concesiones, asimismo, se efectúa también por concurso público que deberá ser convocado por el CNTV, actuando la Subtel como organismo técnico asesor del CNTV.

En todo procedimiento de renovación de una concesión, la sociedad concesionaria titular tendrá derecho preferente para su asignación, siempre que iguale la mejor propuesta técnica que asegure una óptima transmisión y cumpla con las condiciones normadas en la ley 20.750, según el caso.

b3. Transferencia. En caso de transferencia, cesión,

arrendamiento u otorgamiento del derecho de uso, a cualquier título, de concesiones de radiodifusión televisiva, se requerirá la autorización previa del CNTV, quedando el adquirente sometido a las mismas obligaciones que el concesionario. Sin embargo,

ninguna concesionaria podrá celebrar acto o contrato alguno que implique, legalmente o de hecho, facultar a un tercero para que administre, en todo o parte, los espacios televisivos que posea la concesionaria o se haga uso de su derecho de transmisión con programas y publicidad propios. Esta prohibición no obsta a acuerdos puntuales esencialmente transitorios destinados a permitir la transmisión de determinados eventos en conjunto, siempre que cada concesionaria mantenga su individualidad y responsabilidad por la transmisión que se efectúa.

El procedimiento de transferencia de una concesión de radiodifusión televisiva comprende las siguientes etapas: - Solicitud de autorización previa ante el CNTV; y - Solicitud de modificación de la concesión por cambio de titular ante el CNTV.

Para la primera etapa se requiere contar con la autorización de la Fiscalía Nacional Económica (la "FNE"), según se verá a continuación. Respecto a la segunda etapa, se debe presentar una solicitud, acompañando copia del contrato de compraventa, o título respectivo, en que se inserte de manera íntegra la resolución de autorización previa. El CNTV analizará estos antecedentes y emitirá una resolución que debe ser Tomada de Razón por la Contraloría General de la República.

c) Consejo Nacional De Televisión

Corresponderá única y exclusivamente al CNTV, otorgar, renovar, modificar o declarar la terminación o caducidad de las concesiones de radiodifusión televisiva de libre recepción, cualquiera sea su naturaleza.

| 114 |

En este contexto, la Subtel actúa como organismo técnico asesor del CNTV, asistiéndolo en todos los aspectos técnicos de estos procedimientos. Asimismo, es el organismo que debe velar por el correcto funcionamiento de la televisión chilena a través de la supervigilancia de los concesionarios y de políticas institucionales que tiendan a orientar, estimular y regular la actividad de los actores involucrados.

Por otro lado, de acuerdo con la Ley N° 19.733 sobre Libertades de Opinión e Información y Ejercicio del Periodismo, cuando se trate de medios de comunicación social sujetos al sistema de concesión otorgada por el Estado, cualquier hecho o acto relevante relativo a la modificación o cambio en la propiedad, deberá contar, previo a su perfeccionamiento, con informe de la FNE referido a materias de su competencia, la que deberá emitirlo dentro de los 30 días siguientes a la recepción de los antecedentes. En caso que el informe sea desfavorable, el Fiscal Nacional Económico deberá comunicarlo al Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, el que iniciará el trámite de Consulta.

d) Concesiones de Canal 13

La Ley N° 17.377 fue la primera Ley de Televisión dictada en Chile. Por medio de ésta, se entregaron

concesiones a los cuatro operadores preexistentes, por tiempo indefinido. Así, se trató de concesiones de carácter legal y no administrativo.

Además, la mencionada Ley creó un órgano regulador especial para los cuatro canales. El inciso segundo de su artículo 2º, hoy derogado, establecía que las universidades mencionadas podrían establecer una red nacional que cubriera el territorio, previo informe favorable del CNTV.

El antedicho esquema perduró hasta el año 1989, en que se introdujo una modificación sustancial en la regulación televisiva, con la redacción de la Ley N° 18.838. En efecto, hasta ese año, los titulares de concesiones eran -como se dijo- sólo cuatro. A partir de esta Ley, que modifica sustancialmente el CNTV y el marco regulatorio de las concesiones de radiodifusión televisivas, el derecho de transmitir televisión se extendió a todo aquel que así lo solicite y que cumpla ciertos requisitos legales. De acuerdo a esa Ley, todas las concesiones serían otorgadas por el CNTV y tendrían una duración indefinida. Esto resultaba aplicable tanto para las concesiones de los cuatro titulares existentes a la fecha de su entrada en vigencia, como para las nuevas concesiones que se otorgaron.

Este régimen de duración indefinida cambió en el año 1992 con la dictación de la Ley N° 19.131, que vino a modificar la Ley N° 18.838. Dicha ley, mantuvo los aspectos primordiales de la anterior legislación, en el sentido que las concesiones pueden ser solicitadas por cualquier persona, pero dispuso que sólo las

concesiones vigentes a la fecha de su entrada en vigencia serían de duración indefinida, mientras que las nuevas, sólo se otorgarían por un plazo de 25 años.

De igual forma, la mencionada modificación introdujo el artículo 13 bis a la Ley N° 18.838 otorgando al CNTV la atribución de suscribir contratos con las concesionarias de radiodifusión televisivas de libre recepción destinados a financiar o subsidiar la producción, transmisión y difusión de programas televisivos en aquellas zonas fronterizas, extremas o apartadas del territorio nacional en que, por su lejanía o escasa población, no exista interés comercial que incentive a dichas concesionarias a prestar estos servicios. Debe tenerse presente que todo financiamiento o subsidio entregado por el CNTV deberá siempre licitarse públicamente, estableciéndose en las bases de licitación los requerimientos técnicos que se deberán cumplir para garantizar la idoneidad del servicio.

De acuerdo a lo enunciado en el marco normativo aplicable a las concesiones de radiodifusión televisiva, existen distintos títulos que ampararían las emisiones de radiodifusión televisiva que efectúa Canal 13, que son, a saber:

d1. Concesiones amparadas por la Ley N° 17.377:

Esta ley, como se dijo, reconoce la calidad de concesionarios a diversas entidades, entre ellas Canal 13, encontrándose estas concesiones respaldadas en distintas autorizaciones técnicas

otorgadas por la Subtel. Así, se trata de concesiones cuyo título es la propia Ley, y que fueron otorgadas con el carácter de indefinidas, sin perjuicio de que pueden ser modificadas en aras de la buena administración del espectro radioeléctrico o el derecho de terceros.

Respecto de Canal 13, las concesiones amparadas bajo la Ley N° 17.377 son un total de 48.

| 115 |

d2. Concesiones otorgadas por resolución del CNTV: Son todas aquellas concesiones constituidas con posterioridad a la entrada en vigencia de la Ley N° 18.838, esto es, el 30 de septiembre de 1989. Serían un total de 65 concesiones por un plazo de 25 años.

d3. Contratos celebrados con el CNTV, de acuerdo al artículo 13 bis de la ley N° 18.838: Estas concesiones corresponden a un total de 89 por una duración de 25 años.

e) Modificaciones al marco regulatorio

El 29 de mayo de 2014 fue publicada en el Diario Oficial la Ley N° 20.750 que permite la introducción de la Televisión Digital Terrestre, que tiene como objeto la implementación en Chile de la TDT, consistente en una nueva técnica de difusión de las señales de televisión que sustituirá, paulatinamente en los próximos años, a la actual televisión analógica, en adelante la “Ley TDT”. Las modificaciones aludidas se refieren

principalmente a: (i) definición del ámbito de las funciones y atribuciones del CNTV; (ii) determinación de los aportes que puede recibir el CNTV para el cumplimiento de sus funciones; (iii) otorgamiento de las concesiones y el procedimiento para otorgarlas; (iv) definición de los tipos de concesionarios de servicios de radiodifusión televisiva; (v) fijación del patrimonio del CNTV; y (vi) determinación de las sanciones que pueden aplicar por incumplimiento de su normativa. | 116 |

Asimismo, por medio de la Ley TDT se busca desarrollar, por parte del CNTV, una política de fomento integral de la televisión educativa, cultural y comunitaria, debiendo considerar las opiniones de todos los organismos públicos y entidades relevantes.

2. MARCO REGULATORIO APLICABLE A LA RADIODIFUSIÓN SONORA

La radiodifusión sonora puede ser definida como un servicio de telecomunicaciones cuyas transmisiones están destinadas a la recepción libre y directa por el público en general, y puede subdividirse por estaciones de amplitud modulada (“AM”), frecuencia modulada (“FM”), onda corta (“OC”) y las radios comunitarias que sólo pueden perseguir finalidades culturales o comunitarias, o ambas a la vez, quedando prohibido radiodifundir avisos comerciales o propaganda de cualquier especie.

a) Normativa Aplicable

Las leyes y normas reglamentarias que constituyen el

estatuto jurídico aplicable que regula la radiodifusión sonora son las siguientes:

- Ley N° 18.168, General de Telecomunicaciones, de 1982;
- Ley N° 19.733 sobre Libertades de Opinión e Información y Ejercicio del Periodismo, de 2001;
- Plan General de Uso del Espectro Radioeléctrico contenido en el Decreto Supremo N° 15 de fecha 24 de marzo de 1983, del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones y sus posteriores modificaciones;
- Decreto Supremo N° 126 del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones de 1997, que contiene el Reglamento de Radiodifusión Sonora;
- Resolución Exenta N° 36 del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones de 2000, que contiene las Normas sobre Requisitos Básicos de las Estaciones de Radiodifusión Sonora; y,
- Resolución Exenta N° 1.117 del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones de 2000, que contiene la Norma Técnica de Radiodifusión Sonora.

b) Adquisición, renovación y transferencia de una concesión de radiodifusión sonora

b1. Adquisición: De conformidad con normativa señalada precedentemente, la autorización para la instalación, operación y explotación de servicios de radiodifusión sonora requerirá de una concesión otorgada por Decreto Supremo del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones (“Ministerio”), a través de concursos públicos realizados con tal finalidad. Para estos efectos, sólo pueden ser

concesionarias las personas jurídicas de derecho público o privado, constituidas en Chile, con domicilio dentro del territorio del país y cuyos representantes legales sean chilenos.

El plazo de duración de las concesiones es por un máximo de 25 años, exceptuando las concesiones de mínima cobertura cuya duración será únicamente de tres años.

b2. Renovación: La renovación de estas concesiones, asimismo, se efectúa también por concurso público, que deberá ser convocado por el Ministerio con no menos de 180 y no más de 360 días de anterioridad al vencimiento de la vigencia de la concesión de radiodifusión. Para ello, la Subtel deberá notificar a la concesionaria la fecha en la que llamará a concurso, con a lo menos 60 días de anticipación.

En todo procedimiento de renovación de una concesión, la sociedad concesionaria titular tendrá derecho preferente para su asignación, siempre que iguale la mejor propuesta técnica que asegure una óptima transmisión o excelente servicio, según el caso y si dos o más concursantes ofrecen similares condiciones, el concurso se resolverá mediante licitación entre éstos, si ninguno de ellos tiene la calidad de anterior concesionario, ya que, en este caso, siempre primará su derecho preferente.

b3. Transferencia: en caso de transferencia, cesión, arrendamiento u otorgamiento del derecho de uso, a cualquier título, de concesiones se requerirá la autorización previa de la Subtel, quedando el

adquirente sometido a las mismas obligaciones que el concesionario. Sin embargo, la autorización para transferir a cualquier título una concesión de radiodifusión sonora no podrá solicitarse antes de que las obras e instalaciones de ésta hayan sido autorizadas y hayan transcurrido a lo menos dos años desde que se haya iniciado el servicio. | 117 |

c) Organismo a cargo:

Corresponderá única y exclusivamente al Ministerio, a través de la Subtel, otorgar, modificar, caducar o certificar la extinción de las concesiones de radiodifusión sonora, cualquiera sea su naturaleza. Regirá para este tipo de radiodifusión las mismas prevenciones indicadas para el caso de la radiodifusión televisiva sobre hechos o actos relevantes relativos a la modificación o cambio en la propiedad, los que deberán contar, previo a su perfeccionamiento, con informe de la FNE referido a su efecto.

d) Concesiones de Canal 13:

Al 31 de diciembre de 2015, Canal 13 es titular de 16 concesiones de radiodifusión sonora de libre recepción, y una adicional bajo arrendamiento.

3. MARCO REGULATORIO APLICABLE A INTERNET Y TELEVISIÓN POR CABLE

Los negocios de producción de señales de televisión por cable o su transmisión a través de un portal en internet no tienen un marco normativo especial.

FILIALES Y COLIGADAS INDIVIDUALIZACIÓN Y NATURALEZA JURÍDICA

La Compañía tiene una sociedad filial, y no tiene sociedades coligadas. La filial se denomina Radiodifusión SpA (en adelante “Radiodifusión”), es una sociedad por acciones, de acuerdo con la escritura pública de transformación otorgada con fecha 22 de diciembre de 2011 en la Cuadragésima Segunda Notaría Pública de Santiago de doña María Gloria Acharán Toledo. Al 31 de diciembre de 2015 y durante todo el 2014, el único accionista de Radiodifusión SpA es Canal 13, quien es propietario del 100% de las acciones emitidas (ver Cuadro 14).

CAPITAL SUSCRITO Y PAGADO DE RADIODIFUSIÓN

El capital suscrito asciende a la suma de M\$97.633 dividido en 36.301 acciones sin valor nominal, completamente suscritas y pagadas por Canal 13.

OBJETO SOCIAL

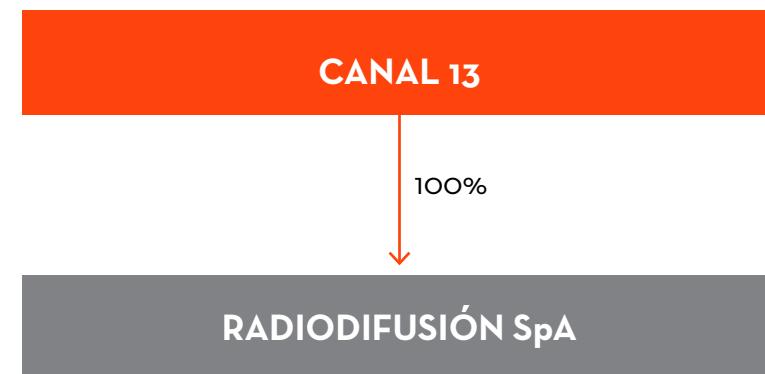
El objeto de Radiodifusión es el siguiente: 1. Explotar concesiones de servicios de telecomunicaciones de libre recepción o de radiodifusión; 2. Realizar asesorías, servicios de operación de equipos, de programación, de producción de programas radiales, y en general todo tipo de servicios en el ámbito de

la radiodifusión y telecomunicaciones en general; 3. Para la realización de lo anterior, la sociedad podrá celebrar todo tipo de actos y contratos conducentes a tal fin, sea con instituciones públicas o privadas o de cualquier naturaleza, adquirir, enajenar, tomar y dar en arrendamiento toda clase de bienes. La sociedad puede también constituir y formar parte de cualquier tipo de sociedades, asociaciones o cuentas en participación y formar parte de las ya constituidas.

Durante el período 2014, Radiodifusión centró la mayor parte de sus operaciones en operar concesiones de radiodifusión sonora a través de las señales “Play”, “Sonar”, “Oasis” y “Top FM”, reemplazada por “Tele13 Radio” a inicios del año 2015.

CUADRO 14

Cuadro esquemático de las relaciones de propiedad entre la matriz y la filial



IDENTIFICACIÓN DE LOS DIRECTORES, GERENTES Y EJECUTIVOS PRINCIPALES

PRESIDENTE DEL DIRECTORIO:

Terré Fontbona, Rodrigo
RUT 9.011.344-5

DIRECTORES:

Bofill Rodríguez, Cristián
RUT 9.788.568-0

Von Chrismar Werth, Marcelo Oscar
RUT 5.154.505-2

REPRESENTANTE LEGAL Y GERENTE GENERAL:

Callejón Ortiz, Ximena
RUT 8.483.981-7

DIRECTOR DE DESARROLLO Y ESTRATEGIA:

Polgati Rojas, Gabriel
RUT 10.265.206-1

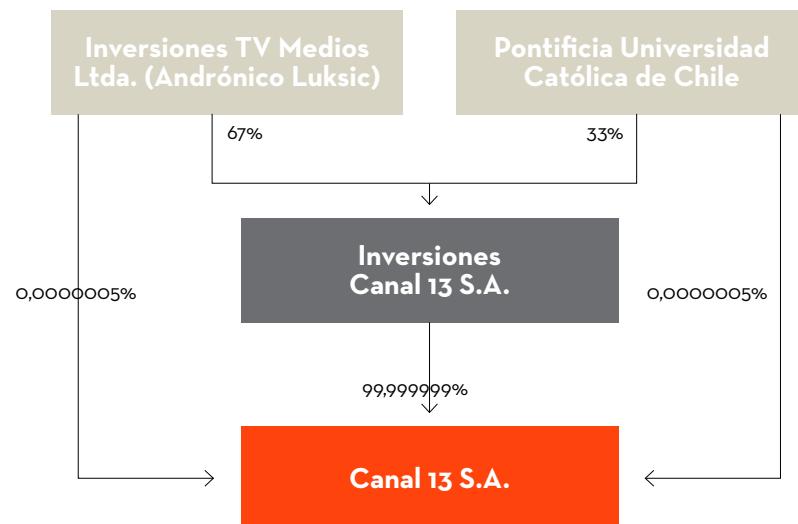
IDENTIFICACIÓN DE LOS DIRECTORES, GERENTES Y EJECUTIVOS PRINCIPALES DE LA MATRIZ QUE DESEMPEÑAN ALGUNOS DE ESOS CARGOS EN RADIODIFUSIÓN

Al 31 de diciembre de 2015, el Director Ejecutivo de Canal 13, don Cristián Bofill Rodríguez, es director de Radiodifusión. El Directorio lo completan Rodrigo Terré Fontbona y Marcelo Von Chrismar Werth, ambos también directores de Canal 13.

DESCRIPCIÓN DE LAS RELACIONES COMERCIALES CON RADIODIFUSIÓN

Durante el período 2015 Canal 13 se desempeñó como proveedor de Radiodifusión, prestando servicios comerciales, financieros, comunicacionales, soporte técnico, contables y legales, así como arriendo de inmueble y licencia de marcas. Asimismo, durante el período ambas empresas sostuvieron relaciones comerciales a través de un contrato de canje publicitario y de notas y contenidos informativos, todo ello bajo condiciones habituales en el mercado.

CUADRO 15



| 120 |

ESTRUCTURA DE PROPIEDAD

Al 31 de diciembre de 2015, los accionistas de Canal 13 S.A. son los siguientes:

MEMORIA ANUAL 2015

CONTROLADOR

El controlador de Canal 13 S.A. es Andrónico Luksic Craig (RUT: 6.062.786-K) y sus familiares, directa e indirectamente, a través de la sociedad Inversiones Consolidadas S.A., propietaria del 99% de los derechos sociales de Inversiones TV-Medios Limitada.

Sin perjuicio del control ejercido en la forma señalada en el párrafo anterior, el estatuto de Inversiones Canal 13 SpA dispone que se requerirá el voto favorable de la unanimidad de las acciones emitidas con derecho a voto para aprobar la enajenación de acciones de la filial Canal 13 S.A., y todo aquel acto o figura que tienda a incluir sociedades intermedias entre Inversiones Canal 13 SpA y Canal 13 S.A., en virtud de la cual esta última deje de ser propiedad directa de Inversiones Canal 13 SpA. (Cuadro 15)

Por su parte, los accionistas de Inversiones Canal 13 SpA, esto es, Inversiones TV-Medios Limitada y Pontificia Universidad Católica de Chile, han firmado un pacto de accionistas respecto de sus acciones en Inversiones Canal 13 SpA con fecha 19 de noviembre de 2010, el cual ha sido modificado con fecha 22 de marzo de 2012, 17 de agosto de 2012 y 28 de diciembre de 2012. Dicho pacto dispone, entre otras disposiciones, que Inversiones TV-Medios Limitada y Pontificia Universidad Católica de Chile se otorgan recíprocamente un derecho de primera oferta en la compra de acciones, exigible en caso de que alguno manifieste la intención de vender todo o parte de la propiedad accionaria.

Adicionalmente, el pacto mencionado en el párrafo precedente dispone que la Pontificia Universidad Católica de Chile tendrá la facultad de solicitar la división de Inversiones Canal 13 SpA en los términos y condiciones que se especifican en dicho pacto con lo cual, Inversiones TV-Medios Limitada y la Pontificia Universidad Católica de Chile se obligaron a que en

ese caso suscribirán un pacto de accionistas entre Inversiones Canal 13 SpA y aquella sociedad que resulte de la división, el cual contendrá las mismas limitaciones a las transferencias de acciones contenidas en el pacto original. Con todo, cabe tener presente que en caso de que la Pontificia Universidad Católica de Chile ejerciere su opción de división, Inversiones TV-Medios Limitada tendrá una opción de compra sobre las acciones de dicho accionista en Inversiones Canal 13 SpA.

el Balance Anual, debe repartir al menos el 30% de las utilidades, salvo que la unanimidad decida una cifra menor. La mayoría puede decidir aumentar hasta el 100% de las utilidades distribuibles. A esta fecha no se ha decidido la política al respecto para los próximos años.

EQUIPO EJECUTIVO

La estructura ejecutiva interna de Canal 13 está liderada por el Gerente General, que también es denominado Director Ejecutivo y responde ante el directorio. La compañía está compuesta por diez gerencias que reportan al Director Ejecutivo, cuatro de las cuales históricamente se han denominado direcciones.

| 121 |

CAMBIOS EN EL PERÍODO

No han existido cambios en el control o en la estructura de propiedad de Canal 13 S.A. durante el año 2015.

TRANSACCIONES DE ACCIONES

Durante el ejercicio 2015 no existieron compraventas de acciones de la Compañía efectuadas por el presidente, directores, gerente general o ejecutivos principales, ni tampoco existieron movimientos entre los accionistas principales. Al 31 de diciembre de 2015 ningún director o ejecutivo de Canal 13 posee acciones de la Compañía.

Debido a que hasta el fin del año 2015, la Compañía no tiene acciones inscritas en Bolsa, no existe estadística de la siguiente información bursátil: número de acciones transadas, monto total transado y precio promedio.

ADMINISTRACIÓN Y PERSONAL

REMUNERACIÓN DEL DIRECTORIO

De acuerdo con lo dispuesto por la Junta de Accionistas, los directores reciben un honorario o dieta variable según la cantidad de sesiones a las que asistan mensualmente. Durante el período, la dieta percibida por cada director, se señala en el Cuadro 16.

POLÍTICA DE DIVIDENDOS

De acuerdo con lo dispuesto en los estatutos de la Compañía, la Junta de Accionistas anual, al aprobar

CUADRO 16

Remuneraciones de los Directores

DIETAS Y HONORARIOS	RUT	Fecha Ingreso	Monto Bruto 2015 \$	Monto Bruto 2014 \$
Alvarez Zenteno, Rodrigo	8.283.133-9	17 de agosto de 2012	5.471.107	14.366.106
Alvear Valenzuela, Soledad	6.282.479-4	30 de abril de 2014	5.471.107	8.390.707
Cortázar Sanz, René	5.894.548-k	5 de abril de 2013	90.408.938	15.933.551
Donoso Ibáñez, Patricio	6.375.220-7	9 de septiembre de 2010	15.998.213	15.262.015
García De La Huerta Aguirre, Carolina	7.474.129-0	30 de agosto de 2013	22.177.376	30.572.126
Jadresic Marinovic, Alejandro	7.746.199-k	17 de agosto de 2012	5.471.107	15.709.772
Jordán Fuchs, Rodrigo Hernán	8.012.632-8	30 de agosto de 2013	5.130.036	13.588.285
Pellegrini Ripamonti, Silvia	5.454.253-4	19 de noviembre de 2010	16.706.269	15.376.173
Rodríguez Guiraldes, Martín	8.547.811-7	19 de noviembre de 2010		5.879.489
Swett Brown, Rodrigo	13.544.325-5	30 de abril de 2015	12.610.427	
Terré Fontbona, Rodrigo	9.011.344-5	19 de noviembre de 2010, primer período y 8 de abril de 2014, segundo período	15.672.085	39.427.383
Valdés Correa, Fabio	5.169.571-2	19 de noviembre de 2010	4.788.964	15.371.898
Von Chrismar Werth, Marcelo	5.154.505-2	19 de noviembre de 2010	16.706.269	14.586.593
Total General			216.611.898	204.464.098

| 122 |

Hitos relevantes

- 1.- Con fecha 30 de abril la Junta de Accionistas acordó disminuir el número de directores de 11 a 7 miembros, modificándose los estatutos en este punto. En la ocasión dejaron el cargo don Fabio Valdés Correa, don Alejandro Jadresic Marinovic, don Rodrigo Jordán Fuchs, don Martín Rodríguez Guiraldes y don Rodrigo Álvarez Zenteno, y se incorporó al Directorio Rodrigo Swett Brown. Así, el Directorio quedó conformado por don René Cortázar Sanz, don Rodrigo Terré Fontbona, doña Carolina García de la Huerta Aguirre, doña Silvia Pellegrini Ripamonti, don Patricio Donoso Ibáñez, don Rodrigo Andrés Swett Brown y don Marcelo Von Chrismar Werth.
- 2.- Con fecha 30 de abril el Directorio nombra como Presidente del Directorio a don René Cortázar Sanz.
- 3.- Con fecha 29 de mayo asume como Secretario del Directorio don Rodrigo Núñez Arenas, en reemplazo de don Sergio Vergara González.

CUADRO 17

Principales Ejecutivos

Cargo	Nombre	Rut	Profesión	Fecha inicio de contrato
Director Ejecutivo	Bofill Rodríguez Cristián Jorge	7.590.250-6	Periodista	01-09-2013
Subdirectora Ejecutiva	Pérez Lecaros Alejandra	6.616.084-k	Periodista	01-01-2011
Director de Gestión y Tecnología	Núñez Pacheco Cristián Rodrigo	10.716.190-2	Ingeniero Civil Industrial	01-02-2011
Director Comercial	Sánchez Ferrer Sebastián	13.890.404-0	Publicista	06-09-2010
Director de Programación	Zamora Castro Alexis	12.888.111-5	Comunicador Audiovisual	01-03-2001
Director de Prensa	Mujica Pérez Enrique Esteban	11.632.465-2	Periodista	19-08-2014
Gerente de Asuntos Legales	Núñez Arenas Rodrigo Andrés	12.583.946-0	Abogado	01-05-2015
Gerente de Producción	Planas Vidal Juan Pablo	8.351.710-7	Productor de Televisión	01-11-2013
Gerente de Marketing	Sateler Alonso Andrés Sergio	7.200.282-2	Ingeniero Comercial	24-11-2014
Gerente de Personas	Uranga Araya Macarena	8.772.207-4	Sicóloga	01-03-2013
Gerente de Desarrollo	Amenábar Valenzuela Natalia	13.040.222-4	Socióloga	13-12-2004

| 123 |

REMUNERACIÓN DE LOS EJECUTIVOS

Los ejecutivos principales de la Compañía (incluyendo a Radiofusion SPA) recibieron como remuneración la suma total de M\$ 2.299.563 al 31 de Diciembre de 2015 y M\$ 2.933.135 al 31 de diciembre de 2014. Las indemnizaciones por años de servicio pagadas a los ejecutivos (incluyendo el feriado proporcional) ascendieron a suma de M\$ 277.518 al 31 de diciembre de 2015 y a la suma de M\$ 620.270 al 31 de diciembre de 2014.

No existe ni ha sido acordado un plan de compensación en acciones u opciones de acciones para ejecutivos o trabajadores. Para los ejecutivos existe un plan de incentivo anual, que consiste en un número determinado de sueldos mensuales calculado de acuerdo a la productividad sobre EBITDA de la Compañía.

HECHOS ESENCIALES

En el año 2015, los siguientes hechos fueron informados en carácter de esenciales a la Superintendencia de Valores y Seguros:

- El 20 de marzo de 2015 la Sociedad ha sido informada de la renuncia de don Sergio Vergara González a su cargo de Gerente de Asuntos Legales y Secretario de la Sociedad, renuncia que se hace efectiva a contar de la fecha indicada.

- Con fecha 30 de abril de 2015 se informó con carácter de Hecho Esencial lo siguiente:

a) Se aprobó la Memoria razonada acerca de la situación de la sociedad en el último ejercicio, el

Balance General, los Estados Financieros y el informe presentado por los auditores externos por el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2014

b) Se designó como auditores externos para el año 2015 a la empresa Ernst & Young Servicios Profesionales de Auditoría y Asesorías Limitada, previo informe acerca de las alternativas al respecto.

d) Se acordó renovar el directorio por un periodo de tres años, resultando electos don René Cortázar Sanz, don Patricio Donoso Ibáñez, doña Carolina García de la Huerta Aguirre, doña Silvia Pellegrini Ripamonti, don Rodrigo Andrés Swett Brown, don Rodrigo Terré Fontbona y don Marcelo Von Chrismar Werth.

e) Se acordó la remuneración de los directores para el año 2015.

f) Se designó el periódico en que deberán publicarse los avisos de citación a Juntas de Accionistas.

g) Se informó sobre las operaciones a que se refiere el Título XVI de la Ley N° 18.046, y sobre los gastos del directorio en el año 2014.

- Con fecha 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 frecuencias 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 que detenta 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 18.838.

- Con fecha 3 de junio de 2015 se informó con carácter de Hecho Esencial que con fecha 29 de mayo de 2015 el Directorio de la Sociedad ha designado a don Rodrigo Núñez Arenas como Secretario de la Sociedad, quien se desempeña en el cargo de Gerente de Asuntos Legales de la Sociedad desde el día 4 de mayo de 2015.

- Con fecha 7 de octubre 2015, se informa que doña Erika Garay Bustos dejó de desempeñar el cargo

de Directora de Gestión y Planeamiento, pasando a realizar las labores de Gerencia de Gestión. Don Omar Pabst Correa, que desempeñaba hasta la fecha mencionada dicha labor, dejó el cargo. Don Cristián Núñez Pacheco fue nombrado como Director de Gestión y Tecnología.

- Con fecha 31 de diciembre de 2015, la Dirección Comercial de Canal 13 S.A. terminó de desarrollar la comercialización de las señales radiales de Radiodifusión SpA para ser desarrolladas en adelante internamente por esta última. Con fecha 1 de enero de 2016 comenzó a funcionar la Gerencia Comercial de la Radiodifusión SpA, a cargo de don Mauricio Gallardo Andonie.

RESPONSABILIDAD SOCIAL Y DESARROLLO SUSTENTABLE

Nombre Emisor: CANAL 13 S.A.

Rut Emisor: 76.115.132-0

Periodo: 201512

| 126 |

| 127 |

Número de personas por género

CARGO	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Directores	5	2	7
Gerentes	8	3	11
Trabajadores	639	310	949

Número de personas por antigüedad

CARGO	MENOS DE 3 AÑOS	ENTRE 3 Y 6	MAS DE 6 Y MENOS DE 9	ENTRE 9 Y 12	MÁS DE 12	TOTAL
Directores	2	5	0	0	0	7
Gerentes	4	7	0	0	0	11
Trabajadores	335	241	131	66	176	949

Número de personas por nacionalidad

CARGO	CHILENOS	EXTRANJEROS	TOTAL
Directores	7	0	7
Gerentes	11	0	11
Trabajadores	941	8	949

Brecha salarial por género

CARGO	PROPORCIÓN EJECUTIVAS/TRABAJADORAS RESPECTO EJECUTIVOS/TRABAJADORES
Directivos y gerentes	78%
Profesionales	87%
Técnicos	77%
Apoyo administrativos	104%
Trabajadores no especializados	91%

Número de personas por rango de edad

CARGO	MENOS DE 30 AÑOS	ENTRE 30 Y 40	ENTRE 41 Y 50	ENTRE 51 Y 60	ENTRE 61 Y 70	MÁS DE 70	TOTAL
Directores	0	1	0	3	2	1	7
Gerentes	0	2	5	4	0	0	11
Trabajadores	176	388	238	117	30	0	949

05

**ESTADOS
FINANCIEROS**

Informe del Auditor Independiente

Señores
Accionistas y Directores
Canal 13 S.A.

| 130 | Hemos efectuado una auditoría a los estados financieros consolidados adjuntos de Canal 13 S.A. y afiliada, que comprenden los estados de situación financiera consolidados al 31 de diciembre de 2015 y los correspondientes estados consolidados de resultados integrales, de cambios en el patrimonio y de flujos de efectivo por los años terminados en esa fecha y las correspondientes notas a los estados financieros consolidados.

Responsabilidad de la Administración por los estados financieros consolidados

La Administración es responsable por la preparación y presentación razonable de estos estados financieros consolidados de acuerdo a instrucciones y normas de preparación y presentación de información financiera emitidas por la Superintendencia de Valores y Seguros descritas en Nota 2 a los estados financieros consolidados. Esta responsabilidad incluye el diseño, implementación y mantenimiento de un control interno pertinente para la preparación y presentación razonable de estados financieros consolidados que estén exentos de representaciones incorrectas significativas, ya sea debido a fraude o error.

Responsabilidad del auditor

Nuestra responsabilidad consiste en expresar una opinión sobre estos estados financieros consolidados a base de nuestras auditorías. Efectuamos nuestras auditorías de acuerdo con normas de auditoría generalmente aceptadas en Chile. Tales normas requieren que planifiquemos y realicemos nuestro trabajo con el objeto de lograr un razonable grado de seguridad que los estados financieros consolidados están exentos de representaciones incorrectas significativas.

Una auditoría comprende efectuar procedimientos para obtener evidencia de auditoría sobre los montos y revelaciones en los estados financieros consolidados. Los procedimientos seleccionados dependen del juicio del auditor, incluyendo la evaluación de los riesgos de representaciones incorrectas significativas de los estados financieros consolidados, ya sea debido a fraude o error. Al efectuar estas evaluaciones de los riesgos, el auditor considera el control interno pertinente para la preparación y presentación razonable de los estados financieros consolidados de la entidad con el objeto de diseñar procedimientos de auditoría que sean apropiados en las circunstancias, pero sin el propósito de expresar una opinión sobre la efectividad del control interno de la entidad. En consecuencia, no expresamos tal tipo de opinión. Una auditoría incluye, también, evaluar lo apropiadas que son las políticas de contabilidad utilizadas y la razonabilidad de las estimaciones contables significativas efectuadas por la Administración, así como una evaluación de la presentación general de los estados financieros consolidados.

Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido es suficiente y apropiada para proporcionarnos una base para nuestra opinión de auditoría.

Opinión sobre la base regulatoria de contabilización

En nuestra opinión, los mencionados estados financieros consolidados presentan razonablemente, en todos sus aspectos significativos, la situación financiera de Canal 13 S.A. y afiliada al 31 de diciembre de 2015 y los resultados de sus operaciones y los flujos de efectivo por los años terminados en esas fechas de acuerdo con instrucciones y normas de preparación y presentación de información financiera emitidas por la Superintendencia de Valores y Seguros descritas en Nota 2.

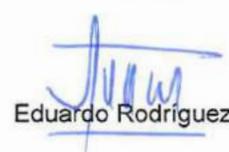
Base de contabilización

Tal como se describe en Nota 2 a los estados financieros consolidados, en virtud de sus atribuciones la Superintendencia de Valores y Seguros con fecha 17 de octubre de 2014 emitió el Oficio Circular N° 856 instruyendo a las entidades fiscalizadas, registrar en el ejercicio 2014 contra patrimonio las diferencias en activos y pasivos por concepto de impuestos diferidos que se produzcan como efecto directo del incremento en la tasa de impuestos de primera categoría introducido por la Ley 20.780, cambiando el marco de preparación y presentación de información financiera adoptado hasta esa fecha, dado que el marco anterior (NIIF) requiere ser adoptado de manera integral, explícita y sin reservas.

Sin embargo, no obstante que fueron preparados sobre las mismas bases de contabilización, los estados consolidados de resultados integrales y la conformación de los correspondientes estados consolidados de cambios en el patrimonio por los años terminados al 31 de diciembre de 2015 y 2014, en lo referido al registro de diferencias de activos y pasivos por concepto de impuestos diferidos, no son comparativos de acuerdo a lo explicado en el párrafo anterior y cuyo efecto se explica en Nota 14.

Otros asuntos – Informe de otros auditores sobre los estados financieros 2014

Los estados financieros consolidados de Canal 13 S.A. y afiliada por el año terminado al 31 de diciembre de 2014, fueron auditados por otros auditores, quienes expresaron una opinión sin salvedades sobre los mismos en su informe de fecha 27 de marzo de 2015.



Eduardo Rodriguez B.

EY LTDA.

Santiago, 29 de marzo de 2016

ESTADOS CONSOLIDADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA CLASIFICADOS
AL 31 DE DICIEMBRE 2015 Y AL 31 DE DICIEMBRE 2014

ACTIVOS	NOTAS	31-12-15 M\$	31-12-14 M\$
ACTIVOS CORRIENTES:			
Efectivo y equivalentes al efectivo	6	1.495.999	335.093
Otros activos financieros	7	3.058.571	718.641
Otros activos no financieros	8	10.247.707	10.673.457
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	9	32.106.600	25.389.112
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas	10	1.253.186	5.435
Activos por impuestos corrientes	11	4.154.646	4.060.966
ACTIVOS CORRIENTES TOTALES		52.316.709	41.182.704
ACTIVOS NO CORRIENTES:			
Otros activos no financieros	8	14.991.258	18.882.504
Activos intangibles distintos de la plusvalía	12	13.358.296	13.479.712
Propiedades, planta y equipos	13	37.372.363	39.041.822
Activos por impuestos diferidos	14	10.575.421	8.536.239
Total de activos no corrientes		76.197.764	79.940.277
Total de activos		128.514.473	121.122.981

132

MEMORIA ANUAL 2015

ESTADOS CONSOLIDADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA CLASIFICADOS, CONTINUACIÓN
AL 31 DE DICIEMBRE 2015 Y AL 31 DE DICIEMBRE 2014

PASIVOS	NOTAS	31-12-15 M\$	31-12-14 M\$
PASIVOS CORRIENTES:			
Otros pasivos financieros	15	13.113.184	7.947.389
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar	16	30.009.619	31.006.281
Otras provisiones	17	657.714	1.736.750
Provisiones por beneficios a los empleados	18	2.780.994	3.545.378
Otros pasivos no financieros	19	2.549.050	1.949.315
Pasivos corrientes totales		49.110.561	46.185.113
PASIVOS NO CORRIENTES:			
Otros pasivos financieros	15	33.223.727	21.949.864
Cuentas por pagar	16	10.049.366	13.175.196
Provisiones por beneficios a los empleados	18	6.015.573	5.827.867
Otros pasivos no financieros	19	-	3.293.251
Total de pasivos no corrientes		49.288.666	44.246.178
Total pasivos		98.399.227	90.431.291
PATRIMONIO:			
Capital emitido	20	42.340.775	42.340.775
Ganancias (pérdidas) acumuladas	20	(12.544.278)	(11.865.747)
Otras reservas	20	318.749	216.662
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora		30.115.246	30.691.690
Patrimonio total		30.115.246	30.691.690
Total de patrimonio y pasivos		128.514.473	121.122.981

133

Las notas adjuntas forman parte integral de estos estados financieros consolidados

**ESTADOS CONSOLIDADOS DE RESULTADOS INTEGRALES POR FUNCIÓN
POR LOS PERÍODOS TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DE 2015 Y 2014**

ESTADO DE RESULTADOS	NOTAS	01-01-15 31-12-15 M\$	01-01-14 31-12-14 M\$
GANANCIA (PÉRDIDA):			
Ingresos de actividades ordinarias	21	84.281.856	73.303.477
Costo de ventas	22	(72.624.510)	(77.489.842)
Ganancia bruta		11.657.346	(4.186.365)
Otros ingresos, por función	23	573.554	(4.145.766)
Gasto de administración	24	(13.067.180)	(12.711.194)
Ingresos financieros	25	2.070.503	1.074.922
Costos financieros	25	(1.671.231)	(773.590)
Diferencias de cambio	26	(2.953.813)	(2.271.383)
Resultados por unidades de reajuste	26	(828.588)	(570.969)
Ganancia (pérdida), antes de impuestos		(4.219.409)	(23.584.345)
Gasto por impuestos a las ganancias	27	3.540.878	3.631.420
Ganancia (pérdida) procedente de operaciones continuadas		(678.531)	(19.952.925)
Ganancia (pérdida)		(678.531)	(19.952.925)
GANANCIA ATRIBUIBLE A:			
Ganancia (pérdida), atribuible a los propietarios de la controladora		(678.531)	(19.952.925)
Ganancia (pérdida)	31	(678.531)	(19.952.925)
GANANCIA (PÉRDIDA) POR ACCIÓN BÁSICA:			
Ganancia (pérdida) por acción básica en operaciones continuadas	31	(3,21)	(94,25)

Las notas adjuntas forman parte integral de estos estados financieros consolidados

134

135

**ESTADOS CONSOLIDADOS DE RESULTADOS INTEGRALES POR FUNCIÓN, CONTINUACIÓN
POR LOS PERÍODOS TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DE 2015 Y 2014**

ESTADO DE RESULTADOS	NOTA	01-01-15 31-12-15 M\$	01-01-14 31-12-14 M\$
Ganancia (pérdida)		(678.531)	(19.952.925)
Otros resultados integrales que se reclasificará a resultado		-	-
Otros resultados integrales que no se reclasificará a resultado:			
Ganancias (pérdidas) actuariales		131.725	434.967
Impuesto por ganancias (pérdidas) actuariales		(29.638)	(91.343)
Resultado integral, total		(576.444)	(19.609.301)

Las notas adjuntas forman parte integral de estos estados financieros consolidados

2015

135

ANUAL

**ESTADOS CONSOLIDADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO, MÉTODO DIRECTO, CONTINUACIÓN
POR LOS PERÍODOS TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DE 2015 Y 2014**

FLUJOS DE EFECTIVO PROCEDENTES DE (UTILIZADOS EN) ACTIVIDADES DE OPERACIÓN:	01-01-15 31-12-15	01-01-14 31-12-14
CLASES DE COBROS POR ACTIVIDADES DE OPERACIÓN		
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	89.922.837	94.641.696
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(55.218.852)	(58.923.926)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(29.362.927)	(26.942.494)
Otros pagos por actividades de operación	(14.135.444)	(13.656.672)
Intereses pagados	(1.503.815)	(836.232)
Intereses recibidos	18.448	-
Impuestos a las ganancias reembolsados (pagados)	1.327.594	(522.977)
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de operación	(8.952.159)	(6.240.605)
FLUJOS DE EFECTIVO PROCEDENTES DE (UTILIZADOS EN) ACTIVIDADES DE INVERSIÓN:		
Préstamos a entidades relacionadas	(583)	(77.059)
Compras de propiedades, planta y equipo	(5.469.047)	(4.933.226)
Pagos a entidades relacionadas	-	-
Cobros a entidades relacionadas	1.754	78.575
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión	(5.467.876)	(4.931.710)

Las notas adjuntas forman parte integral de estos estados financieros consolidados

**ESTADOS CONSOLIDADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO, MÉTODO DIRECTO, CONTINUACIÓN
POR LOS PERÍODOS TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DE 2015 Y 2014**

FLUJOS DE EFECTIVO PROCEDENTES DE (UTILIZADOS EN) ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN:	01-01-15 31-12-15	01-01-14 31-12-14
Importes procedentes de préstamos de largo plazo	15.095.573	8.000.000
Importes procedentes de préstamos de corto plazo	40.558.287	25.079.608
Total importes procedentes de préstamos	55.653.860	33.079.608
Pagos de préstamos	(39.843.623)	(19.114.379)
Pagos de pasivos por arrendamientos financieros	(643.421)	(1.158.133)
Préstamos de entidades relacionadas	-	(3.030.333)
Otras entradas (salidas) de efectivo	407.440	736.137
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación	15.574.256	10.512.900
Incremento neto (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio	1.154.221	(659.415)
EFFECTOS DE LA VARIACIÓN EN LA TASA DE CAMBIO SOBRE EL EFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFECTIVO:		
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	6.685	(10.735)
Incremento (disminución) neto de efectivo y equivalentes al efectivo	1.160.906	(670.150)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período	335.093	1.005.243
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período	1.495.999	335.093

Las notas adjuntas forman parte integral de estos estados financieros consolidados

**ESTADOS CONSOLIDADOS DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO
POR LOS PERÍODOS TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DE 2015 Y 2014**

	CAPITAL EMITIDO	OTRAS RESERVAS VARIAS	TOTAL OTRAS RESERVAS	GANANCIAS (PÉRDIDAS) ACUMULADAS	PATRIMONIO TOTAL
Saldo inicial período actual 01-01-2015	42.340.775	216.662	216.662	(11.865.747)	30.691.690
Incremento (disminución) por cambios en políticas contables	-	-	-	-	-
Incremento (disminución) por correcciones de errores	-	-	-	-	-
Saldo inicial reexpresado	42.340.775	216.662	216.662	(11.865.747)	30.691.690
Cambios en patrimonio					
Resultado Integral					
Ganancia (pérdida)	-	-	-	(678.531)	(678.531)
Otro resultado integral calculo actuarial	-	102.087	102.087	-	102.087
Resultado integral	-	102.087	102.087	(678.531)	(576.444)
Incremento por cambio de tasa impositiva	-	-	-	-	-
Dividendos	-	-	-	-	-
Total de cambios en patrimonio	-	102.087	102.087	(678.531)	(576.444)
Saldo final período actual 31-12-2015	42.340.775	318.749	318.749	(12.544.278)	30.115.246

Las notas adjuntas forman parte integral de estos estados financieros consolidados

**ESTADOS CONSOLIDADOS DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO, CONTINUACIÓN
POR LOS PERÍODOS TERMINADOS EL 31 DE DICIEMBRE DE 2015 Y 2014**

	CAPITAL EMITIDO	OTRAS RESERVAS VARIAS	TOTAL OTRAS RESERVAS	GANANCIAS (PÉRDIDAS) ACUMULADAS	PATRIMONIO TOTAL
Saldo inicial período actual 01-01-2014	42.340.775	(126.962)	(126.962)	7.304.358	49.518.171
Incremento (disminución) por cambios en políticas contables	-	-	-	-	-
Incremento (disminución) por correcciones de errores	-	-	-	-	-
Saldo inicial reexpresado	42.340.775	(126.962)	(126.962)	7.304.358	49.518.171
Cambios en patrimonio					
Resultado Integral					
Ganancia (pérdida)	-	-	-	(19.952.925)	(19.952.925)
Otro resultado integral calculo actuarial	-	343.624	343.624	-	343.624
Resultado integral	-	343.624	343.624	(19.952.925)	(19.609.301)
Incremento por cambio de tasa impositiva	-	-	-	1.655.606	1.655.606
Dividendos	-	-	-	(872.786)	(872.786)
Total de cambios en patrimonio	-	343.624	343.624	(19.170.105)	(18.826.481)
Saldo final período actual 31-12-2014	42.340.775	216.662	216.662	(11.865.747)	30.691.690

Las notas adjuntas forman parte integral de estos estados financieros consolidados

NOTAS

| 140 |

NOTA 1 ENTIDAD QUE REPORTA

Constitución y objeto social

Canal 13 S.A. (en adelante la “Sociedad”) es una sociedad anónima abierta inscrita en el Registro de Valores bajo el número 1111 y sujeta a la fiscalización de la Superintendencia de Valores y Seguros, del Consejo Nacional de Televisión y de la Subsecretaría de Telecomunicaciones. Opera la frecuencia de televisión como continuadora de la Corporación de Televisión de la Pontificia Universidad Católica de Chile. La Sociedad se encuentra domiciliada en Inés Matte Urrejola N°0848, Providencia.

A la fecha, la Sociedad ha sido modificada en varias oportunidades, correspondiendo el último texto refundido de sus estatutos a aquella modificación acordada mediante Junta Extraordinaria de Accionistas con fecha 30 de abril 2015, reducida a escritura pública de fecha 8 de mayo del mismo año en la notaría de Santiago de doña María Gloria Acharán, cuyo extracto fue inscrito a fojas 35.737 número 20.938 del Registro de Comercio del Conservador de bienes raíces de Santiago correspondiente al año 2015 y se publicó en el diario oficial con fecha

22 de mayo de 2015; en ella se redujo el número de directores a 7 miembros.

Con fecha 19 de diciembre de 2012 mediante Junta Extraordinaria reducida en esa misma fecha a escritura pública ante el notario señora María Gloria Acharán Toledo los accionistas acordaron la transformación de la Sociedad en una sociedad anónima abierta, denominada “CANAL 13 S.A.”

El objeto social de la Sociedad es: (i) La operación, mantención y explotación de concesiones de servicios de radiodifusión televisiva de libre recepción o de pago, de conformidad con la Ley del Consejo Nacional de Televisión, de radiodifusión sonora, y otras concesiones del área audiovisual, pudiendo realizar todos aquellos actos, contratos y negocios jurídicos conducentes al cumplimiento de su objetivo; (ii) La compra, venta, cesión, permuta, distribución y/o comercialización de derechos de exhibición respecto de historias y guiones cinematográficos o de video, obras audiovisuales, obras literarias, impresos, fotografías, imágenes o sistemas audiovisuales, de música, de sonido o de la media computacional, de las comunicaciones, producciones cinematográficas, de televisión, video, teatro, programas de divulgación científica, social, cultural y, en general, de toda obra

intelectual susceptible de ser representada por algún medio audiovisual, radial, ideográfico o escrito, para su difusión por cuenta propia o ajena, a través de cualquier medio, en el territorio nacional o en el extranjero; (iii) La realización de actividades de producción, difusión y comercialización de toda clase de espectáculos artísticos, incluida la representación artística, conferencias, entrevistas o eventos culturales, por cuenta propia o ajena, en recintos públicos o privados, abiertos o cerrados, cines, salas de espectáculos, auditorios u otros; (iv) El ejercicio del comercio en cualquiera de sus formas, en toda el área audiovisual, computacional, de las comunicaciones y la publicidad y demás que se relacionen directa e indirectamente con el objeto social; (v) La inversión en toda clase de bienes muebles e inmuebles, corporales o incorporales, derechos en sociedades de personas y, en general, en toda clase de valores mobiliarios y títulos de crédito o de inversión.

Sus accionistas son (i) Inversiones Canal 13 S.p.A titular de 211.703.871 acciones de la Sociedad, las que representan un 99,99% de las acciones emitidas, suscritas y pagadas con derecho a voto en que se encuentra dividido su capital social, y (ii) la Pontificia Universidad Católica de Chile y (iii) Inversiones

TV-Medios Limitada titulares cada uno de 1 acción, equivalentes en total al 0,01% de las acciones emitidas, suscritas y pagadas con derecho a voto.

La Sociedad posee una subsidiaria denominada “Radiodifusión S.p.A.”, en adelante la “Subsidiaria”, constituida el 8 de noviembre de 1996 mediante escritura pública otorgada ante el notario de Santiago don Sergio Rodríguez Garcés, cuyo extracto fue inscrito a fojas 29308 número 22729 del Registro de Comercio de Santiago de 1996 y publicado en el Diario Oficial el 22 de noviembre de 1996. Su objeto social es explotar concesiones de servicios de telecomunicaciones de libre recepción de radiodifusión, realizar asesorías, servicios de operación de equipos, de programación y telecomunicaciones en general. El domicilio legal de la Subsidiaria es Alcalde Dávalos N°164, comuna de Providencia, Santiago. Su único accionista es Canal 13 S.A. titular de 36.301 acciones de la Subsidiaria, las que representan un 100% de las acciones emitidas, suscritas y pagadas con derecho a voto en que se encuentra dividido su capital social.

La matriz controladora de la Sociedad es Inversiones Canal 13 S.p.A., Rut 76.131.468-8, y la matriz final corresponde Erlenberg Chile SpA. Rut 76.459.050-3.

NOTA 2
BASES DE PRESENTACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

(a) Declaración de conformidad

| 142 | Los estados financieros consolidados de Canal 13 S.A. y Subsidiaria al 31 de diciembre de 2014 y al 31 diciembre del 2015, han sido preparados de acuerdo a las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) emitidas por International Accounting Standard Boards (IASB), e instrucciones de las Superintendencia de Valores y Seguros de Chile (SVS). De existir discrepancias entre la NIIF y las instrucciones de la SVS, priman estas últimas sobre las primeras. Al 31 de diciembre de 2014, la única instrucción de la SVS que contraviene las NIIF se refiere al registro particular de los efectos del reconocimiento de cambio de tasa de los impuestos diferidos establecidos en el Oficio Circular (OC) N°856 de fecha 17 de octubre de 2014. Este OC establece una excepción de carácter obligatoria y por única vez, al marco de preparación y presentación de información financiera que organismo regulador ha definido como la Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), dicho OC instruyó a las entidades fiscalizadas, que: las diferencias en activos y pasivos por concepto de Impuesto Diferidos de primera categoría que se produzcan como efecto directo del incremento en la tasa de impuestos de primera categoría introducido por la ley 20.780, deberán contabilizarse en el

ejercicio 2014 contra el patrimonio.”, cambiando, en consecuencia, el marco de preparación y presentación de información financiera adoptado hasta la fecha anterior a la emisión de dicho OC, dado que las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) requieren ser adoptadas de manera integral, explícita y sin reserva.

Los estados financieros consolidados han sido preparados sobre la base de costo histórico. Los presentes estados financieros fueron aprobados por el directorio con fecha 29 de marzo de 2016.

(b) Bases de consolidación y combinación de negocios

Estos Estados Financieros Consolidados comprenden los estados financieros de la Sociedad y la Subsidiaria, los cuales incluyen los activos y pasivos al 31 de diciembre de 2015 y al 31 de diciembre de 2014, los resultados por los períodos transcurridos al 31 de diciembre de 2015 y 2014 respectivamente, flujos de efectivo y cambios en el patrimonio por los períodos terminados al 31 de diciembre 2015 y 31 de diciembre 2014 respectivamente. Los Estados Financieros de la Subsidiaria son preparados para el mismo período de reporte que la Sociedad, usando políticas contables consistentes.

Subsidiarias o filiales son todas las entidades sobre las que Canal 13 S.A. tiene el control.

El control se ejerce si, y solo si, se reúnen todos los elementos siguientes:

- (a) poder sobre la subsidiaria,
- (b) exposición, o derecho, a rendimientos variables de esas sociedades,
- (c) capacidad de utilizar su poder para influir en el monto de los rendimientos.

El inversionista tiene poder sobre una subsidiaria cuando éste posee derechos que le otorgan la capacidad presente de dirigir las actividades

relevantes, es decir, las actividades que afectan de forma significativa a los rendimientos de la subsidiaria. Las filiales se consolidan a partir de la fecha en que se transfiere el control y se excluyen de la consolidación en la fecha en que cesa el mismo. Para contabilizar la adquisición de subsidiarias se utiliza el método de adquisición. El costo de adquisición es el valor razonable de los activos entregados, de los instrumentos de patrimonio emitidos y de los pasivos incurridos o asumidos en la fecha de intercambio. | 143 |

La subsidiaria incluida en la consolidación es la siguiente:

PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN				Al 31-12-2015			Al 31-12-2014		
RUT	País	Moneda Funcional	Nombre de la Sociedad	Directo	Indirecto	Total	Directo	Indirecto	Total
96.810.030-0	Chile	Peso Chileno	Radiodifusión S.p.A.	100,00%	0,00%	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%

Los activos identificables adquiridos y los pasivos y contingencias identificables asumidos en una combinación de negocios se valoran inicialmente por su valor razonable a la fecha de adquisición, con independencia del alcance de los intereses minoritarios.

El exceso del costo de adquisición sobre el valor razonable de la participación de la Sociedad en los activos netos identificables adquiridos, se reconoce como menor valor o plusvalía comprada (goodwill).

Si el costo de adquisición es menor que el valor razonable de los activos netos de la filial adquirida, la diferencia se reconoce directamente en el estado de resultados.

(c) Período contable

Los Estados Financieros Consolidados (en adelante “Estados Financieros”) cubren los siguientes ejercicios:

- Estados de Situación Financiera al 31 de diciembre 2015 y al 31 de diciembre de 2014.
- Estados de Resultados Integrales por función, por los períodos transcurridos al 31 de diciembre de 2015 y 2014.
- Estado de Flujos de Efectivo por los períodos transcurridos al 31 de diciembre de 2015 y 2014.
- Estado de Cambios en el Patrimonio, por los períodos terminados al 31 de diciembre 2015 y 2014.

(d) Bases de medición

Los Estados Financieros han sido preparados en base al costo histórico, con excepción de los activos financieros valorizados al valor razonable (por ejemplo: instrumentos financieros).

| 144 |

(e) Moneda funcional y de presentación

Las partidas incluidas en estos Estados Financieros, se presentan utilizando la moneda del entorno económico principal en que la entidad opera (moneda funcional). La moneda funcional y de presentación de la Sociedad y la Subsidiaria, es el peso chileno. Toda la información se presenta en miles de pesos y ha sido redondeada a la unidad más cercana.

(f) Uso de estimaciones y juicios

La preparación de los Estados Financieros Consolidados conforme a lo que se indica en Nota 2 (a) Base de Preparación y Presentación, requiere que la Administración realice ciertas estimaciones, juicios y supuestos que afectan la aplicación de las políticas contables y los montos de activos, pasivos, ingresos y gastos informados. Los resultados reales pueden diferir de estas estimaciones.

Las estimaciones y supuestos son revisados regularmente. Las modificaciones de las estimaciones contables son reconocidas en el ejercicio en que la estimación es revisada y en cualquier ejercicio futuro en que se vea afectada.

La información sobre juicios en la aplicación de

políticas contables que tienen el efecto más importante sobre el monto reconocido en los Estados Financieros, se describe en las siguientes notas:

- **Nota 8.** Deterioro de programas, películas y series.
- **Nota 9.** Deterioro de deudores comerciales y otras cuentas por cobrar.

• **Nota 12.** Deterioro de Activos Intangibles de vida útil indefinida.

• **Nota 13.** Vida útil de propiedades, planta y equipos.

• **Nota 14.** Activos y pasivos por impuestos diferidos.

• **Nota 18.** Medición de obligación por beneficios a los empleados.

(g) Cambios contables

La Superintendencia de Valores y Seguros (SVS), en virtud de sus atribuciones, con fecha 17 de octubre de 2014 emitió el Oficio Circular N° 856 instruyendo a las entidades fiscalizadas a registrar en el ejercicio 2014 contra patrimonio, las diferencias en activos y pasivos por concepto de impuestos diferidos que se produzcan como efecto directo del incremento en la tasa de impuestos de primera categoría introducido por la Ley N° 20.780. Lo anterior cambió el marco de preparación y presentación de información financiera adoptada hasta esa fecha, dado que el marco anterior (NIIF) requiere ser adoptado de manera integral, explícita y sin reservas. Al 31 de diciembre 2015, no existen cambios contables con respecto al ejercicio anterior.

(h) Comparación de la información

La información contenida en los presentes estados financieros correspondientes al año 2014 se presenta única y exclusivamente para efectos comparativos con la información relativa al periodo terminado el 31 de diciembre de 2015.

Para el ejercicio terminado al 31 de diciembre 2014, se han efectuado reclasificaciones menores para facilitar su comparación con el período terminado al 31 de diciembre 2015. Estas reclasificaciones no modifican el resultado ni el patrimonio del ejercicio anterior.

NOTA 3**POLÍTICAS CONTABLES SIGNIFICATIVAS**

Las políticas contables establecidas más adelante han sido aplicadas consistentemente a los Estados Financieros de acuerdo con lo que establecen para su presentación las NIIF, y se detallan a continuación:

3.1 Transacciones en moneda extranjera y unidades reajustables

Las transacciones y saldos en moneda extranjera y unidades reajustables se convierten a la moneda funcional utilizando los tipos de cambio o unidades de reajuste vigentes en las fechas de las transacciones.

En cada fecha de cierre contable, las cuentas de activos y pasivos monetarios denominadas en moneda extranjera y unidades reajustables, son convertidas al tipo de cambio vigente de la respectiva moneda

o unidad de reajuste. Las diferencias de cambio originadas, tanto en la liquidación de operaciones en moneda extranjera como en la valorización de los activos y pasivos monetarios denominados en moneda extranjera, se reconocen en el resultado del ejercicio, en la cuenta diferencia de cambio.

| 145 |

Las diferencias de cambio originadas por la liquidación de operaciones y la conversión de activos y pasivos en unidades de reajuste se reconocen dentro del resultado del ejercicio, en la cuenta resultados por unidades de reajuste.

Los tipos de cambio de las monedas extranjeras y unidades reajustables utilizadas por la Sociedad en la preparación de los Estados Financieros al 31 de diciembre 2015 y al 31 de diciembre de 2014 son:

MONEDA	31-12-2015	31-12-2014
	\$	\$
Dólar estadounidense	710,16	606,75
Unidad de fomento	25.629,09	24.627,10

3.2 Propiedades, planta y equipos**(a) Reconocimiento y medición**

La propiedad, planta y equipos son valorizados al costo menos depreciación acumulada y pérdidas por deterioro.

El costo de la propiedad, planta y equipos está compuesto de aquellos costos que son directamente atribuidos a la compra del bien. Estos costos incluyen costos externos e internos formados por los costos de mano de obra directa que han sido utilizados

para la instalación, los consumos de materiales de bodega y también la aplicación de costos indirectos que fueron imprescindibles para adquirir el activo y dejarlo disponible para su uso.

Las construcciones en curso incluyen, únicamente durante el período de construcción, gastos del personal relacionados en forma directa y otros gastos de naturaleza operativa, atribuibles a la construcción.

Las ganancias y pérdidas de la venta de una partida de propiedades, planta y equipos son determinadas comparando el precio de la venta con los valores en libros de las propiedades, planta y equipos.

(b) Depreciación

La Sociedad deprecia las propiedades, planta y equipos desde el momento en que los bienes están en condiciones de uso, distribuyendo linealmente el costo de los activos neto del valor residual estimado entre los años de vida útil técnica estimada.

Las vidas útiles estimadas para los activos en uso, para los ejercicios actuales y comparativos, son las siguientes:

ÍTEM	SUB ÍTEM	VIDA ÚTIL ESTIMADA
Edificios		60 años
Equipos técnicos		5 a 20 años
	Equipos transmisores	20 años
	Antenas	15 años
	Computación	5 años
	Cámaras	7 años
	Iluminación	10 años
	Otros menores	7 años
Útiles y accesorios		3 a 10 años
Vehículos		5 a 10 años

Los criterios técnicos utilizados para determinar las vidas útiles corresponden a la experiencia respecto a activos similares en uso en otras compañías y en la Sociedad. Para el caso de las construcciones, muchas de éstas datan de hasta 30 años y se espera presten servicios en las condiciones actuales hasta por 30 años más.

Para el caso específico de los equipos, los estudios relativos a la vida útil corresponden a análisis efectuados por el personal técnico de la Sociedad, quienes conocen en detalle las tecnologías de los equipos en uso, tecnologías emergentes y otros equipos genéricos que se han mantenido en funcionamiento hasta por 20 años.

Los métodos de depreciación, vidas útiles y valores residuales son revisados anualmente.

3.3 Activos intangibles

(a) Activos intangibles distintos de la plusvalía

Corresponden a los activos intangibles identificables por los cuales es probable la obtención de beneficios futuros y su valor de costo es medido en forma fiable. Su composición es la siguiente:

(i) Patentes y marcas registradas:

Las marcas registradas y patentes corresponden a marcas aportadas o patentes y marcas inscritas por la Sociedad, y se registran al costo menos su pérdida por deterioro. Son de vida útil indefinida, sustentado en que son el aporte de los servicios que la Sociedad presta y que mantiene el valor de ella mediante inversiones en marketing. No obstante lo anterior, son sujetas a pruebas de deterioro en forma anual.

(ii) Licencias y software:

Las licencias y software adquiridos a terceros se registran a costo histórico. Estos costos se amortizan linealmente durante sus vidas útiles estimadas (entre 1 - 6 años), y su efecto se reconoce en resultados, bajo el rubro "Gastos de administración".

Los gastos relacionados con el mantenimiento o correcciones de programas informáticos se reconocen como gastos cuando se incurre en ellos. Los costos directamente relacionados con el desarrollo de programas informáticos únicos e identificables controlados por la Sociedad, se reconocen como activos intangibles cuando cumplen todos los criterios para su capitalización.

Los costos directos incluyen los gastos del personal que desarrolla los programas informáticos y otros gastos.

(iii) Concesiones de servicios televisivos y radiales: Concesiones televisivas

Corresponde al aporte de la frecuencia televisiva de Canal 13 S.A. y su red regional de canales (de carácter indefinido), efectuado por la Pontificia Universidad Católica de Chile a la Sociedad para su uso y goce de acuerdo a escritura de fecha 28 de marzo de 2011. Este activo se caracteriza por su vida útil y productiva indefinida, razón por la cual no se amortiza.

Concesiones radiales

Corresponden a activos intangibles de vida útil indefinida (a 25 años con alta probabilidad de renovación). Las concesiones son reconocidas al costo, el cual corresponde a los gastos de adquisición más los gastos legales y similares que cumplan las características para su capitalización.

Anualmente se realiza una evaluación de deterioro con el fin de determinar la existencia de pérdida de valor.

(b) Desembolsos posteriores

Los desembolsos posteriores son activados solo cuando se tiene la seguridad que aumentarán los beneficios económicos futuros, relacionados con el activo específico por el cual se generaron los desembolsos. Todos los otros desembolsos, en los que se incluyen aquellos desembolsos realizados para generar inter-

namente plusvalías y marcas, son reconocidos en los resultados cuando son incurridos.

3.4 Instrumentos financieros

Los instrumentos financieros no derivados abarcan deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, efectivo y equivalentes al efectivo, cuentas por cobrar y por pagar a empresas relacionadas, otros pasivos financieros, acreedores comerciales y otras cuentas por pagar.

(i) Efectivo:

El efectivo y efectivo equivalente corresponde a disponibilidades o inversiones de muy corto plazo y de alta liquidez cuyos riesgos de cambio de valor son insignificantes. Además de los saldos en caja y cuentas corrientes bancarias, se incluyen los depósitos de corto plazo en el sistema financiero y colocaciones en cuotas de fondos mutuos de renta fija con vencimiento original de tres meses o menos. Estos activos son registrados conforme a su naturaleza, a su valor nominal o costo amortizado, reconociendo sus variaciones de valor en resultado. Su valorización incluye los intereses y reajustes devengados al cierre del ejercicio.

(ii) Cuentas por cobrar (deudores comerciales y otras cuentas por cobrar):

Las partidas por cobrar son activos financieros con pagos fijos o determinables que no se cotizan en un mercado activo. Inicialmente se reconocen al valor

razonable más cualquier costo de transacción atribuible directamente. Posterior al reconocimiento inicial se valorizan al costo amortizado utilizando el método de interés efectivo, menos las pérdidas del deterioro.

Las cuentas por cobrar comerciales se componen de la publicidad exhibida devengada por facturar y de las facturas por cobrar, ambas deducidas de su respectivo deterioro en caso que corresponda de acuerdo a políticas de riesgo de cartera definidas por la Sociedad.

Las cuentas por cobrar se presentan a su valor corriente, sin aplicar procedimientos de descuento a valor presente, debido a que las cuentas por cobrar no supera los 120 días de antigüedad.

(iii) Pasivos financieros no derivados:

Inicialmente, la Sociedad reconoce los instrumentos de deuda emitidos en la fecha en que se originan. Todos los otros pasivos financieros, son reconocidos inicialmente en la fecha de la transacción en la que la Sociedad se hace parte de las disposiciones contractuales del instrumento. La Sociedad da de baja un pasivo financiero cuando sus obligaciones contractuales se cancelan o expiran.

La Sociedad tiene los siguientes pasivos financieros no derivados: préstamos o créditos, acreedores comerciales y cuentas por pagar. Estos pasivos financieros mantenidos son reconocidos inicialmente a su valor razonable más cualquier costo de transacción directamente atribuible. Posteriormente, se valorizan

a su costo amortizado y cualquier diferencia entre los fondos obtenidos (netos de los costos necesarios para su obtención) y el valor de reembolso, se reconoce en el estado de resultados durante la vida de la deuda de acuerdo con el método de la tasa de interés efectiva.

(b) Instrumentos financieros derivados

Los contratos de derivados mantenidos por Canal 13 S.A. al 31 de diciembre de 2015 y 31 de diciembre 2014 corresponden a operaciones contratadas con el fin de cubrir el riesgo de tipo de cambio, que tienen como objetivo eliminar o reducir significativamente estos riesgos en las operaciones subyacentes que son objeto de cobertura. El tratamiento contable de estos instrumentos es de inversión con cambios en resultados, debido a que Canal 13 no tiene una política de cobertura de acuerdo a la NIC 39, párrafo 88.

Los derivados se registran por su valor razonable en la fecha del estado de situación financiera. En el caso de derivados financieros, si su valor es positivo se registran en el rubro "Otros activos financieros (corriente y no corriente)" y si es negativo en el rubro "Otros pasivos financieros (corriente y no corriente)". Los cambios en el valor razonable se registran directamente en resultados (costo financiero neto).

3.5 Inventarios

La Sociedad no tiene saldos en este rubro al 31 de diciembre 2015 y 31 de diciembre 2014.

La Sociedad tiene como política presentar las pe-

lículas, series y programas en el rubro "Otros activos no financieros (corriente y no corriente)", ya que por las características del negocio, la Sociedad no tiene como finalidad vender estos activos, siendo éstos sólo un medio para generar sus ingresos.

3.6 Otros activos no financieros

(a) Arriendos anticipados

Corresponde a los estacionamientos que fueron construidos por la Pontificia Universidad Católica de Chile en propiedades de la Municipalidad de Providencia. La propiedad fue entregada en usufructo (como intercambio de los costos de construcción) por 50 años y expira el año 2046. Dicho contrato fue transferido a la Sociedad en un contrato espejo del contrato de origen con un canon de arriendo mensual, el cual fue pagado en forma anticipada por la Sociedad.

El contrato espejo es tratado como un arriendo operativo y se reconoce en el resultado bajo el método lineal durante el período de arrendamiento.

(b) Derechos sobre películas y series contratadas y programas producidos

Corresponden a los derechos de la Sociedad sobre las series, programas y películas contratadas o producidas y que se encuentran pendientes de exhibir al cierre de cada período. Estos activos se encuentran valorizados al costo de adquisición, basado en los términos de cada uno de sus contratos.

Para el caso de programas producidos internamente, el costo corresponde a remuneraciones, derechos de contenidos y formatos, honorarios, servicios de producción y técnicos, uso de equipos, arriendo y otros, menos amortizaciones acumuladas y posibles pérdidas por deterioro. | 150 |

El costo de series y películas se compone de los derechos de exhibición. Los activos correspondientes a materiales envasados de películas contratadas, los cuales poseen vidas útiles finitas, se cargan mayoritariamente a gasto en función de sus exhibiciones a razón de 80% para la primera exhibición, 10% para la segunda, y 10% para la tercera o de acuerdo con su vida útil, la que ocurra primero. Para el caso de material envasado de series, el criterio difiere en función de las pasadas permitidas y tipo de material envasado, y cae mayoritariamente en los siguientes rangos: 100% en la primera pasada, 70% - 15%-15% (tres pasadas) e igualitarias en 25% (cuatro pasadas).

El costo de los activos correspondientes a materiales deportivos, los cuales poseen vidas útiles finitas, se carga mayoritariamente a gasto en un 100% al momento de su exhibición.

La Sociedad registra las estimaciones por deterioro de manera específica para cada producto o derecho cuando:

- En base a la información de las audiencias de las primeras emisiones de la programación se evidencian indicadores de deterioro de la Sociedad, o

Cuando no hay experiencia pasada reciente se utili-

za el criterio de los profesionales más experimentados del Canal para definir si la inversión se recuperará. Dichas estimaciones se basan en los horarios, rating estimado y competencia, entre otros.

La Sociedad reversa los deterioros cuando tiene evidencia real respecto al rating y los ingresos que genera un programa determinado.

La clasificación entre corriente y no corriente se hace utilizando la brecha de 12 meses de exhibición o uso establecidos en la NIC 1.

3.7 Pagos anticipados

Los pagos anticipados corresponden a seguros vigentes, arriendos y derechos publicitarios, entre otros, y se reconocen bajo el método lineal y sobre base devengada. Se presentan en otros activos no financieros.

3.8 Deterioro del valor de los activos

(a) Activos financieros

Los activos financieros son evaluados en cada fecha de balance para determinar con evidencia objetiva si existen indicios de deterioro.

Un activo financiero se deteriora si un acontecimiento tuvo un efecto negativo en los flujos futuros estimados del activo, y que puede estimarse de forma fiable.

Los activos financieros individualmente significativos están sujetos a pruebas individuales de deterioro.

Producto de las características de los contratos

y acuerdos de exhibición de publicidad, las cuentas por cobrar sobre 180 días son deteriorados en un 100% a menos que la Sociedad tenga indicios claros de la recuperabilidad del activo.

Todas las pérdidas por deterioro son reconocidas en resultados.

(b) Activos no financieros

En cada fecha del balance, se revisa el valor en libros de los activos no financieros de la Sociedad, considerando si existen indicios externos o internos 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.

El valor recuperable de un activo o unidad generadora de efectivo es el valor mayor entre su valor en uso y su valor razonable, menos los costos de venta.

Para determinar el valor en uso se descuentan los flujos de efectivo futuros estimados a su valor presente usando una tasa antes de impuestos que refleja las evoluciones actuales del mercado sobre el valor temporal del dinero y los riesgos específicos que puede tener en el activo.

Para propósitos de evaluación del deterioro, los activos que no tienen un flujo individual comprobable son agrupados con otros activos que generan entradas de flujos de efectivo identificables con el

grupo de uso continuo, los que son independientes de los flujos de entrada de efectivo de otros activos (la unidad generadora de efectivo).

Se reconoce una pérdida por deterioro si el valor en libros de un activo o su unidad generadora de efectivo excede su importe recuperable. | 151 |

Las pérdidas por deterioro son reconocidas en resultados.

3.9 Beneficios a empleados

(a) Plan de beneficios definidos

La Sociedad constituye obligaciones por indemnización por años de servicio con el personal. Estos planes se determinan calculando el monto del beneficio futuro que los empleados han ganado a cambio de sus servicios en el ejercicio actual y en los anteriores; ese beneficio se descuenta para determinar su valor presente, y se deducen el costo por servicios no reconocidos con anterioridad y el valor razonable de cualquier activo del plan. La tasa de descuento es la tasa de rendimiento a la fecha del balance de bonos de Gobierno que poseen fechas de vencimiento cercanas a los ejercicios de obligaciones de la Sociedad y están denominados en la misma moneda en que se espera pagar los beneficios.

El cálculo es realizado periódicamente por un actuario calificado usando el método de la unidad de crédito proyectado. Cuando el cálculo genera un beneficio para la Sociedad, el activo reconocido se limita al total neto de cualquier costo por servicio

anterior no reconocido y al valor presente de cualquier devolución futura proveniente del plan o de reducciones en futuras contribuciones al plan. A fin de calcular el valor presente de los beneficios económicos, se debe considerar cualquier requerimiento de financiamiento mínimo que sea aplicable a cualquier plan de la Sociedad. Un beneficio económico está disponible para la Sociedad si es realizable en la duración del plan, o a la liquidación de las obligaciones del plan. Cuando se mejoran los beneficios de un plan, la porción del beneficio mejorado que tiene relación con servicios pasados realizados por empleados es reconocida en resultados.

En la medida en que los beneficios sean otorgados en forma inmediata, el gasto es reconocido inmediatamente en resultados.

A partir del 1 de enero de 2013, la Sociedad reconoce todas las ganancias y pérdidas actuariales que surgen de los planes de beneficios definidos en otros resultados integrales, en patrimonio, y todos los gastos relacionados con los planes de beneficios definidos en los gastos de personal en resultados integrales.

(b) Beneficios a los empleados, corrientes

La Sociedad reconoce el gasto por vacaciones del personal a través de la aplicación del método del costo devengado. Este beneficio corresponde a todo el personal y es registrado a su valor nominal.

3.10 Provisiónes

Una provisión se reconoce si, como consecuencia de un suceso pasado, la Sociedad posee una obligación legal o implícita que puede ser estimada de forma fiable y es probable que sea necesario un flujo de salida para liquidar dicha obligación.

Las provisiones son cuantificadas tomando como base la mayor información disponible a la fecha de emisión de los Estados Financieros y son reevaluadas en cada cierre contable.

3.11 Ingresos de actividades ordinarias

Ingresos por servicios y publicidad exhibida.

Los ingresos son reconocidos sobre la base del criterio de devengado, es decir, al perfeccionarse el derecho a percibir una retribución.

Para estos efectos los ingresos se consideran realizados al momento de exhibir la publicidad, independiente de la oportunidad del flujo efectivo del valor a percibir (anticipado, simultáneo o a plazo).

Los valores recibidos con cargo a servicios futuros, son registrados en pasivo como ingresos diferidos de clientes, en la cuenta “Otros pasivos no financieros”, el que se traspasa a resultados en la medida en que la publicidad es exhibida.

Los ingresos por venta de derechos de contenido, distintos de licencias, se reflejan al momento de perfeccionarse el contrato.

Los ingresos por servicios de producción o alquiler

de bienes muebles o inmuebles son reflejados en el período en que se da el servicio.

Los ingresos por venta de licencias y sub-licencias de eventos deportivos, tales como, Mundiales, Copa América y otros, se reconocen en resultados cuando los contenidos están disponibles para ser exhibidos y se reconocen de acuerdo al porcentaje de realización. Antes de su reconocimiento en resultados integrales se reconocen como ingresos diferidos, en la cuenta “Otros pasivos no financieros”.

3.12 Costos financieros

Los costos financieros pueden estar compuestos por intereses de préstamos o financiamientos, pérdidas por deterioro reconocidas en los activos financieros y pérdidas en instrumentos de cobertura que son reconocidas en resultados. Adicionalmente se incorpora el costo financiero del cálculo actuarial de la provisión por beneficios post-empleo y el costo financiero por la tasa de descuento de la deuda a largo plazo.

3.13 Impuestos a las ganancias y activos y pasivos por impuestos diferidos

El resultado por impuesto a las ganancias del ejercicio, resulta de la aplicación de la tasa de impuesto sobre la base imponible del período, una vez aplicadas las deducciones que tributariamente son aceptadas, más la variación de los activos y pasivos por impuestos diferidos y créditos tributarios, tanto por pérdidas

tributarias como por deducciones. El gasto por impuesto a las ganancias es reconocido en resultados excepto en el caso que esté relacionado con partidas reconocidas directamente en el patrimonio, en cuyo caso se reconoce en patrimonio.

Los impuestos diferidos son reconocidos usando el método del balance general, estipulando las diferencias temporales entre el valor en libros de los activos y pasivos para propósitos de los reportes financieros y los montos usados con propósitos impositivos.

Las diferencias entre el valor contable de los activos y pasivos y su base tributaria generan los saldos de impuestos diferidos de activos o de pasivos, que se calculan utilizando las tasas vigentes o aquellas que estén a punto de aprobarse en la fecha de cierre de los estados financieros que se espera aplicar cuando los activos y pasivos se realicen.

El impuesto corriente y las variaciones en los impuestos diferidos de activo o pasivo que no provengan de combinaciones de negocios, se registran en resultado o en rubros de patrimonio neto en el estado de situación financiera, en función de donde se hayan registrado las ganancias o pérdidas que lo hayan originado.

Las rebajas que se puedan aplicar al monto determinado como pasivo por impuesto corriente, se imputan en resultados como un abono al rubro impuestos a las ganancias, salvo que existan dudas sobre su realización tributaria, en cuyo caso no se reconocen hasta su materialización efectiva. En cada

cierre contable se revisan los impuestos diferidos registrados, tanto activos como pasivos, con el objeto de comprobar que se mantienen vigentes, efectuándose las oportunas correcciones a los mismos de acuerdo con el resultado del citado análisis.

| 154 | Los activos por impuestos diferidos se reconocen en la medida que es probable que vaya a disponerse de beneficios fiscales futuros con los que se puedan compensar las diferencias temporarias.

Impuesto a la Renta

El 29 septiembre de 2014 y 1 de febrero de 2016 respectivamente, fueron promulgadas las Leyes No 20.780 y No 20.899 sobre Reforma Tributaria y Simplificación de Tributación, las cuales entre otros aspectos, definen el régimen tributario por defecto que le aplica a la Sociedad, la tasa de impuesto de primera categoría que por defecto se aplicarán en forma gradual a las empresas entre 2014 y 2018 y permite que las sociedades puedan además optar por uno de los dos regímenes tributarios establecidos como Atribuido o Parcialmente Integrado, quedando afectos a diferentes tasas de impuestos a partir del año 2017.

Sólo los contribuyentes que sean empresarios individuales, empresas individuales de responsabilidad limitada, comunidades, sociedades por acciones, contribuyentes del artículo 58 N° 1 de la Ley de Impuesto a la Renta y sociedades de personas, excluidas las sociedades en comanditas por acciones, cuyo propietarios sean exclusivamente personas naturales

domiciliadas y residentes en Chile y/o contribuyentes sin domicilio ni residencia en Chile, podrán optar por la aplicación de un régimen.

Canal 13 S.A. se encuentra obligado a adoptar el régimen Parcialmente Integrado.

Asimismo, la Sociedad podrá optar al cambio de régimen, distinto del régimen por defecto dentro de los tres últimos meses del año comercial anterior (2016), mediante la aprobación de junta extraordinaria de accionistas, con un quórum de a lo menos dos tercios de las acciones emitidas con derecho a voto y se hará efectiva presentando la declaración suscrita por la sociedad, acompañada del acta reducida a escritura pública suscrita.

Impuestos Diferidos

El impuesto diferido se mide empleando las tasas fiscales que se espera sean de aplicación a las diferencias temporarias en el período en el que se reversen usando tasas fiscales que por defecto les aplican a la fecha de balance, tal como se indica a continuación:

AÑO	PARCIALMENTE INTEGRADO
2014	21%
2015	22,5%
2016	24%
2017	25,5%
2018	27%

3.14 Costo de ventas

El costo de ventas incluye todos los recursos necesarios para la producción y/o compra de contenido exhibido en las plataformas en el período, más los castigos, deterioros y provisiones, y menos los reversos de deterioro.

El costo de ventas se forma principalmente por remuneraciones, derechos de contenido y formatos, honorarios de artistas, servicios de producción y servicios técnicos, publicidad y promociones, depreciación y arriendos, entre otros.

Los castigos corresponden al costo de contenido y derechos llevado a resultado cuando se conoce que un material no será exhibido.

Los deterioros de contenido y derechos son la porción de sus costos que se reconoce en resultado anticipadamente a su exhibición o durante la exhibición, debido a que la venta estimada futura no cubrirá sus costos.

Las provisiones son cálculos de costos eventuales basados en la probabilidad de ocurrencia según información técnica y opiniones de expertos.

En general, los programas se activan a medida que se producen, y se desactivan llevándolo a resultado a medida que se exhiben en las plataformas correspondientes.

3.15 Nuevas normas e interpretaciones emitidas

La administración de la Sociedad y sus filiales se encuentran analizando el eventual impacto que tendrán las normas y enmiendas, a continuación descritas, en

los estados financieros consolidados del grupo. A la fecha de emisión de los presentes estados financieros consolidados, los siguientes pronunciamientos contables han sido emitidos por el IASB:

Nuevas normas	Aplicación obligatoria
NIIF 9, Instrumentos Financieros	Periodos anuales que comienzan en o después del 1 de enero de 2018. Se permite adopción anticipada.
NIIF 14 Cuentas Regulatorias Diferidas	Periodos anuales que comienzan en o después del 1 de enero de 2015. Se permite adopción anticipada.
NIIF 15 Ingresos de Contratos con Clientes	Periodos anuales que comienzan en o después del 1 de enero de 2018. Se permite adopción anticipada.
NIIF 16 Arrendamientos	Periodos anuales que comienzan en o después del 1 de enero de 2019. Se permite adopción anticipada.
Mejoras y Modificaciones	Aplicación obligatoria
NIC 19, Beneficios a los empleados	Periodos anuales que comienzan en o después del 1 de enero de 2016. Se permite adopción anticipada.
NIIF 11, Acuerdos Conjuntos	Periodos anuales que comienzan en o después del 1 de enero de 2015. Se permite adopción anticipada.
NIC 16, Propiedad, Planta y Equipo	Periodos anuales que comienzan en o después del 1 de enero de 2015. Se permite adopción anticipada.
NIIF 10, Estados Financieros Consolidados	Periodos anuales que comienzan en o después del 1 de enero de 2016. Se permite adopción anticipada.
NIC 41, Agricultura	Periodos anuales que comienzan en o después del 1 de enero de 2016. Se permite adopción anticipada.
NIC 27, Estados Financieros Separados	Periodos anuales que comienzan en o después del 1 de enero de 2016. Se permite adopción anticipada.
NIC 38, Activos Intangibles	Periodos anuales que comienzan en o después del 1 de enero de 2016. Se permite adopción anticipada.
NIC 28, Inversiones en asociadas y negocios conjuntos	Periodos anuales que comienzan en o después del 1 de enero de 2016. Se permite adopción anticipada.
NIIF 5, Activos corrientes mantenidos para la venta y operaciones discontinuadas	Periodos anuales que comienzan en o después del 1 de enero de 2016. Se permite adopción anticipada.
NIIF 7, Instrumentos financieros: Información a revelar	Periodos anuales que comienzan en o después del 1 de enero de 2016. Se permite adopción anticipada.
NIC 34, Información financiera Intermedia	Periodos anuales que comienzan en o después del 1 de enero de 2016. Se permite adopción anticipada.
NIC 1, Presentación de estados financieros	Periodos anuales que comienzan en o después del 1 de enero de 2016. Se permite adopción anticipada.

NOTA 4

Administración de riesgo financiero

La Sociedad y la Subsidiaria están expuestas a los siguientes riesgos relacionados con el uso de instrumentos financieros:

- Riesgo de crédito.
- Riesgo de liquidez.
- Riesgo de mercado:
 - Riesgo de tipo de cambio.
 - Riesgo de tasa de interés.
 - Riesgo de inflación.

Adicionalmente, la Sociedad está expuesta a los siguientes riesgos no financieros:

- Riesgo regulatorios.
- Riesgo de competencia.

En esta nota se presenta información respecto de la exposición de la Sociedad a cada uno de los riesgos mencionados, así como de los objetivos, las políticas y los procedimientos de la Sociedad para medir y administrar el riesgo y la administración del capital por parte de la Sociedad.

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 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:

a) 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, para 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 definida con la cual permanentemente se está evaluando el comportamiento de los clientes y su condición financiera al momento de realizar una nueva venta.

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

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

Para el caso de otros activos financieros, tales como efectivos y equivalentes de 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.

b) 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. Con esta herramienta puede 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\$12.000.000 aproximadamente en distintas instituciones financieras. Al 31 de diciembre

de 2015, se encuentran utilizadas las líneas de crédito por M\$9.156.389, quedando un saldo disponible de M\$2.843.611.

c) Riesgo de mercado

(i) 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. La Sociedad contrata instrumentos derivados con el fin de minimizar la exposición al riesgo de tipo de cambio.

(ii) 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 Compañía 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 de riesgo de tasa de interés, éstas corresponden a dos préstamos definidos a una tasa variable.

Los préstamos bancarios tienen tasa variable pero con una estructura en la cual el impacto que podría tener una variación de las tasas sobre los gastos finan-

cieros no es significativo. Esta deuda ha sido contratada con condiciones de salida favorables a la Sociedad.

(iii) 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. La Sociedad está expuesta a este riesgo en sus pasivos financieros (préstamos y leasing denominados en UF), el cual es considerado como no significativo y por ende no se administra su variación.

Los contratos de leasing están nominados en unidades de fomento a tasas fijas y cuotas iguales y sucesivas. Esta deuda ha sido contratada con condiciones de salida favorables a la Sociedad, por lo que el valor de sus vencimientos solo variará por las fluctuaciones del valor de la unidad de fomento.

OTROS RIESGOS NO FINANCIEROS

(i) Riesgos regulatorios:

a) 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 8 letra e las causales de extinción de las concesiones de radiodifusión de libre recepción.

b) 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) para recepción fija y una señal especial para dispositivos móviles.

Posteriormente, el 15 de abril 2015 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 la definición del marco regulatorio técnico, que corresponde al Plan de Radiodifusión Televisiva, junto con sus normativas técnicas asociadas y a las frecuencias de recambio, las cuales se encuentran en proceso de redacción. Cabe indicar que algunas disposiciones podrían ajustar los efectos evaluados a la fecha de emisión de estos estados financieros consolidados.

(ii) 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.

NOTA 5

Información financiera por segmentos

La Sociedad posee sistemas de control de gestión, que permiten disponer de información financiera separada con niveles de desagregación para la toma de decisiones en materia de asignación de recursos y evaluación de desempeño.

Para efectos de información financiera por segmentos, y conforme a sus respectivas magnitudes de ingresos y resultados, se distinguen los siguientes segmentos: "Televisión Abierta e Internet" y "Otros Explotación".

Los factores que han servido para identificar cada segmento se describen a continuación:

El segmento "Televisión Abierta e Internet" está representado por la publicidad exhibida a través de la señal de televisión abierta e Internet, la que ha sido contratada por diversos clientes de todos los rubros comerciales, empresas públicas y organismos del estado. Si bien este segmento podría dividirse en dos en términos de los ingresos que genera, no es posible realizarlo del punto de vista de costos, ya que la programación es prácticamente la misma en Internet respecto de la señal abierta.

El segmento "Otros explotación" está representado por la publicidad exhibida a través de las señales de televisión de pago y de radios, por la venta de contenidos a clientes nacionales y extranjeros, por la generación de nuevos negocios (como concursos telefónicos), y por los servicios a terceros de producción y de telecomunicaciones.

Cada uno de los segmentos definidos, genera

ingresos y gastos, sobre los cuales se cuenta con información diferenciada, la que es examinada periódicamente por los niveles de decisión en materia de asignación de recursos y evaluación de resultados.

La información relativa a cada uno de los segmentos al 31 de diciembre de 2015 y al 31 de diciembre de 2014 es la siguiente:

INFORMACIÓN GENERAL SOBRE RESULTADOS, ACTIVOS Y PASIVOS AL 31.12.2015 EN M\$	DESCRIPCIÓN DEL SEGMENTO			
	Televisión e internet	Otros explotación	Eliminaciones	Total
Ingresos de las actividades ordinarias	71.441.316	13.783.433	(942.893)	84.281.856
Costos de actividades ordinarias	(56.304.958)	(17.262.445)	942.893	(72.624.510)
Ganancia (pérdida) del segmento	15.136.358	(3.479.012)	-	11.657.346
Gastos de administración	(12.021.681)	(1.045.499)	-	(13.067.180)
Ganancia (pérdida) operacional	3.114.677	(4.524.511)	-	(1.409.834)
Otros ingresos (egresos), por función	573.602	(48)	-	573.554
Costos financieros, neto	681.910	(282.638)	-	399.272
Diferencia de cambio y resultados por unidades de reajustes	(3.381.630)	(400.771)	-	(3.782.401)
Gastos (ingreso) sobre impuesto a la renta	3.429.410	111.468	-	3.540.878
Ganancia (pérdida) total	4.417.969	(5.096.500)	-	(678.531)
Activos	114.095.170	14.419.303	-	128.514.473
Activos deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	29.967.676	2.138.924	-	32.106.600
Pasivos	85.207.661	13.191.566	-	98.399.227
Otros pasivos no financieros	2.396.516	152.534	-	2.549.050
Patrimonio	30.115.246	-	-	30.115.246
Patrimonio y pasivos	114.095.170	14.419.303	-	128.514.473
Flujo de efectivo de actividades de operación	(8.402.119)	(550.040)	-	(8.952.159)
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(5.554.953)	(32.923)	120.000	(5.467.876)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	15.176.926	517.330	(120.000)	15.574.256

INFORMACIÓN GENERAL SOBRE RESULTADOS, ACTIVOS Y PASIVOS AL 31.12.2014 EN M\$					DESCRIPCIÓN DEL SEGMENTO
	Televisión e internet	Otros explotación	Eliminaciones	Total	
Ingresos de las actividades ordinarias	70.286.395	3.872.554	(855.472)	73.303.477	
Costos de actividades ordinarias	(75.376.788)	(2.317.638)	204.584	(77.489.842)	
Ganancia (pérdida) del segmento	(5.090.393)	1.554.916	(650.888)	(4.186.365)	
Gastos de administración	(12.553.914)	(808.168)	650.888	(12.711.194)	
Ganancia (pérdida) operacional	(17.644.307)	746.748	-	(16.897.559)	
Otros ingresos (egresos), por función	(1.071.672)	(3.074.094)	-	(4.145.766)	
Costos financieros, neto	550.296	(248.964)	-	301.332	
Diferencia de cambio y resultados por unidades de reajustes	(2.318.094)	(524.258)	-	(2.842.352)	
Gastos (ingreso) sobre impuesto a la renta	2.150.956	1.480.464	-	3.631.420	
Ganancia (pérdida) total	(18.332.821)	(1.620.104)	-	(19.952.925)	
Activos	104.269.631	16.853.350	-	121.122.981	
Activos deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	23.702.028	1.687.084	-	25.389.112	
Pasivos	77.560.204	12.871.087	-	90.431.291	
Otros pasivos no financieros	5.112.385	130.181	-	5.242.566	
Patrimonio	30.691.690	-	-	30.691.690	
Patrimonio y pasivos	108.251.894	12.871.087	-	121.122.981	
Flujo de efectivo de actividades de operación	(6.339.944)	99.339	-	(6.240.605)	
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(5.188.264)	6.554	250.000	(4.931.710)	
Flujo de efectivo de actividades de financiación	10.757.892	5.010	(250.000)	10.512.902	

Los ejercicios al 31 de diciembre de 2015 y 2014 no se han visto afectados por discontinuación de algún tipo de operaciones.

Las transacciones inter segmentos son valorizadas a precios de mercado, que usualmente corresponden a los precios de venta a terceros.

Las actividades antes descritas se desarrollan principalmente en Chile.

Principales clientes por segmento:

La Sociedad presta servicios de publicidad a diferentes tipos de industrias y no presenta un elevado nivel de concentración de clientes.

Segmentos por área geográfica:

La Sociedad está concentrada en clientes corporativos, los cuales tienen su casa matriz principalmente en la Región Metropolitana. La Nota 9 muestra información sobre clientes nacionales y extranjeros.

NOTA 6

Efectivo y equivalentes al efectivo

La composición de las partidas que integran el saldo de efectivo y equivalentes de efectivo al 31 de diciembre 2015 y 31 de diciembre 2014 es la siguiente:

	31-12-2015 M\$	31-12-2014 M\$
Efectivo en caja	117.057	72.203
Saldos en bancos	360.494	262.890
Fondos mutuos	1.018.448	-
Totales	1.495.999	335.093

Efectivo en caja está compuesto por fondos fijos asignados a las producciones de programas y dinero efectivo disponible en caja (moneda nacional o extranjera).

Los saldos en bancos corresponden a dineros disponibles en cuentas corrientes bancarias de la

plaza debidamente conciliados.

Los fondos mutuos se liquidan en un plazo inferior a tres meses desde su fecha de adquisición y devengan el interés de mercado para este tipo de inversiones.

No existen restricciones a la disposición de efectivo y equivalentes al efectivo.

Fondos mutuos al 31 de diciembre 2015:

INSTITUCIÓN FINANCIERA	SOCIEDAD NOMBRE INSTRUMENTO	RUT	MONEDA	M\$	RETORNO SERIE
Corp Banca	Corp oportunidad (i)	97.023.000-9	Peso	1.018.448	0,01%
Totales				1.018.448	

(i) Instrumento clasificado tipo 1

NOTA 7**Otros activos financieros, corrientes**

La composición del rubro al 31 de diciembre 2015 y al 31 de diciembre 2014 es la siguiente:

	31-12-2015 M\$	31-12-2014 M\$
Inversiones de cuotas de fondos mutuos (1)	3.046.081	-
Instrumentos Forwards (2)	12.490	718.641
Totales	3.058.571	718.641

(1) Fondos mutuos al 31 de diciembre 2015

INSTITUCIÓN FINANCIERA	SOCIEDAD	NOMBRE INSTRUMENTO	RUT	MONEDA	M\$	RETORNO SERIE
Corp Banca		Corp Selecto	97.053.000-2	Peso	3.046.081	1,73%
Totales					3.046.081	

(2) Instrumento clasificado tipo 2

Corresponde al efecto de contratos forward por moneda extranjera derivados de los contratos en moneda extranjera derivados de los contratos estratificados por vencimiento.

Al 31 de diciembre 2015 se detalla:

OTROS ACTIVOS FINANCIEROS, CORRIENTES	HASTA 90 DÍAS M\$	MÁS 90 DÍAS MENOS DE 180 DÍAS M\$	MÁS DE 180 DÍAS MENOS DE 1 AÑO M\$	TOTAL M\$
Derechos por forward	17.876.885	-	-	17.876.885
Obligaciones por forward	(17.864.395)	-	-	(17.864.395)
Totales	12.490	-	-	12.490

Al 31 de diciembre 2014, se detalla:

OTROS ACTIVOS FINANCIEROS, CORRIENTES	HASTA 90 DÍAS M\$	MÁS 90 DÍAS MENOS DE 180 DÍAS M\$	MÁS DE 180 DÍAS MENOS DE 1 AÑO M\$	TOTAL M\$
Derechos por forward	3.659.837	3.683.917	4.904.293	12.248.047
Obligaciones por forward	(3.458.032)	(3.410.688)	(4.660.686)	(11.529.406)
Totales	201.805	273.299	243.607	718.641

NOTA 8**Otros activos no financieros**

Los siguientes conceptos se clasifican en este rubro al 31 de diciembre de 2015 y 31 de diciembre 2014.

	CORRIENTE		NO CORRIENTE	
	31-12-15 M\$	31-12-14 M\$	31-12-15 M\$	31-12-14 M\$
Arriendos anticipados (1)	41.525	40.360	1.255.262	1.260.398
Otros gastos anticipados	35.729	144.023	-	262.888
Películas y series contratadas y programas producidos (2)	10.170.453	10.489.074	13.735.996	17.359.218
Totales	10.247.707	10.673.457	14.991.258	18.882.504

(1) Corresponde al arriendo de los estacionamientos que fueron construidos por la Pontificia Universidad Católica de Chile en propiedades de la Municipalidad de Providencia. La propiedad fue entregada en usufructo (como intercambio de los costos de construcción) por 50 años y expira el año 2046. Dicho contrato fue trasferido como espejo del contrato de origen con un canon de arriendo mensual, el cual fue pagado en forma

anticipada por Canal 13 S.A. El contrato es tratado como un arriendo operativo y se reconoce en resultados bajo el método lineal durante el período de arrendamiento.

(2) Las películas y series contratadas y programas producidos por los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2015 y el 31 de diciembre 2014 se detallan a continuación:

OTROS ACTIVOS NO FINANCIEROS	CORRIENTES			NO CORRIENTES		
	PELÍCULAS Y SERIES CONTRATADAS	PROGRAMAS PRODUCIDOS	TOTAL PELÍCULAS Y SERIES CONTRATADAS Y PROGRAMAS PRODUCIDOS	PELÍCULAS Y SERIES CONTRATADAS	PROGRAMAS PRODUCIDOS	TOTAL PELÍCULAS Y SERIES CONTRATADAS Y PROGRAMAS PRODUCIDOS
	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Saldo al 1 de enero 2014	300.149	6.130.566	6.430.715	11.655.873	9.639.949	21.295.822
Adquisiciones	686.912	54.717.288	55.404.200	2.309.496	18.846	2.328.342
Traspaso desde otros activos no financieros, no corriente	5.785.699	179.884	5.965.583	(5.785.699)	(179.884)	(5.965.583)
Costos de exhibición	(6.382.575)	(53.323.541)	(59.706.116)			
(Deterioro)/Reverso de deterioro	(16.280)	2.410.972	2.394.692	(126.097)	(173.266)	(299.363)
Saldo al 31 de diciembre 2014	373.905	10.115.169	10.489.074	8.053.573	9.305.645	17.359.218
Saldo al 1 de enero 2015	373.905	10.115.169	10.489.074	8.053.573	9.305.645	17.359.218
Adquisiciones	6.087.120	41.987.884	48.075.004	4.251.287	34.691	4.285.978
Traspaso desde otros activos no financieros, no corriente	786.584	6.571.553	7.358.137	(7.027.009)	(331.128)	(7.358.137)
Costos de exhibición	(6.195.774)	(51.762.902)	(57.958.676)			
(Deterioro)/Reverso de deterioro	235.919	1.970.995	2.206.914	(232.118)	(318.946)	(551.063)
Saldo al 31 de diciembre 2015	1.287.754	8.882.699	10.170.453	5.045.733	8.690.263	13.735.996

Los costos de exhibición de las películas y series contratadas y programas producidos al 31 de diciembre de 2015 y 31 de diciembre de 2014 son M\$57958.676 y M\$59.706.116 respectivamente.

Los otros activos no financieros corrientes corresponden a los derechos de la Sociedad tanto sobre programas propios, como sobre series y películas licenciadas, que se exhibirán en período inferior a los 12 meses desde la fecha de los estados financieros.

NOTA 9

Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar

La composición del rubro al 31 de diciembre de 2015 y al 31 de diciembre 2014, es la siguiente:

	31-12-15 M\$	31-12-14 M\$
Vigentes	25.973.040	20.653.771
0 - 30 días	4.244.336	3.356.317
31 - 180 días	1.659.132	1.312.001
181 días - 1 año	230.092	67.023
Totales	32.106.600	25.389.112

(c) Pérdidas por deterioro

La antigüedad de las partidas por cobrar es la siguiente:

	VALOR EN LIBROS	
	31-12-15 M\$	31-12-14 M\$
Vigentes	25.973.040	20.653.771
0 - 30 días	4.244.336	3.356.317
31 - 180 días	1.659.132	1.312.001
181 días - 1 año	230.092	67.023
Totales	32.106.600	25.389.112

Asignación por segmento del deterioro:

	31-12-15 M\$	31-12-14 M\$
Televisión abierta e internet	(309.734)	(92.383)
Otros explotación	(86.266)	(22.545)
Totales	(396.000)	(114.928)

La variación en la provisión por deterioro con respecto a las partidas por cobrar durante el ejercicio es la siguiente:

	31-12-15 M\$	31-12-14 M\$
Televisión abierta e internet	25.244.480	22.459.996
Otros explotación (a)	6.204.586	2.723.092
Cuentas por cobrar al personal	632.044	156.435
Deudores varios	25.490	49.589
Totales	32.106.600	25.389.112

(a) El segmento “Otros explotación” corresponde a los deudores comerciales relacionados específicamente con radiodifusión, televisión por cable y otros segmentos no considerados televisión abierta e internet.

	31-12-15 M\$	31-12-14 M\$
Balance inicial	(114.928)	(626.135)
Incremento del período	(367.107)	(72.689)
Reversos del período	86.035	583.896
Balance al cierre del período	(396.000)	(114.928)

Basado en índices históricos de mora y comportamiento actual de los clientes, la Administración cree que no es necesario un incremento de la provisión por deterioro con respecto a las cuentas comerciales por cobrar.

El deterioro de los activos se encuentra deducido de los deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes, para cubrir contingencias en la recuperación de dichos activos. El criterio adoptado para el cálculo de dicho deterioro considera como base de cálculo la antigüedad de los saldos, según las directrices entregadas por la Administración.

NOTA 10
Saldos y transacciones con entidades relacionadas

Los saldos de cuentas por cobrar y por pagar a empresas relacionadas al 31 de diciembre 2015 y 31 de diciembre 2014 son los siguientes:

(a) Saldos con partes relacionadas

RUT	SOCIEDAD	PAÍS ORIGEN	NATURALEZA RELACIÓN	MONEDA	ACTIVO CORRIENTE	
					2015 M\$	2014 M\$
97004000-5	Banco de Chile	Chile	Relación Indirecta	Pesos	785.581	-
99501760-1	Embotelladoras Chilenas Unidas S.A.	Chile	Relación Indirecta	Pesos	147.095	-
92011000-2	Empresa Nacional de Energía Enex S.A.	Chile	Relación Indirecta	Pesos	8.959	-
96989120-4	Cervecería CCU Chile Ltda.	Chile	Relación Indirecta	Pesos	136.075	-
99586280-8	Compañía Pisquera de Chile S.A.	Chile	Relación Indirecta	Pesos	-	-
96673200-8	CAPACITUC S.A.	Chile	Relación Indirecta	Pesos	8.495	-
81698900-0	Pontificia Universidad Católica de Chile	Chile	Accionista	Pesos	67.301	5.435
	Otros			Pesos	99.680	-
Total					1.253.186	5.435

No se presenta saldos al 31 de diciembre 2015 y 31 de diciembre 2014 por Activos y Pasivos no Corrientes.

La empresa controladora de Canal 13 S.A, es Inversiones Canal 13 S.p.A., RUT 76.131.468-8

Producto de las características de los contratos y acuerdos de exhibición de publicidad, las cuentas por cobrar sobre 180 días son deteriorados en un 100% a menos que la Sociedad tenga indicios claros de la recuperabilidad del activo.

(b) Transacciones con partes relacionadas

RUT	SOCIEDAD	NATURALEZA DE LA RELACIÓN	DESCRIPCIÓN DE LA TRANSACCIÓN	31.12.2015		31.12.2014	
				MONTO TRANSACCIÓN M\$	EFFECTO RESULTADO M\$	MONTO TRANSACCIÓN M\$	EFFECTO RESULTADO M\$
97004000-5	Banco de Chile	Acc y/o direc. Comunes	Venta de servicios	1.381.929	1.381.929	1.143.161	1.143.161
88586400-7	Cervecería CCU Chile Ltda.	Acc y/o direc. Comunes	Venta de servicios	970.448	970.448	1.016.677	1.016.677
99501760-1	Embotelladoras Chilenas Unidas S.A.	Acc y/o direc. Comunes	Venta de servicios	939.505	939.505	1.418.211	1.418.211
96689310-9	Transbank S.A.	Acc y/o direc. Comunes	Venta de servicios	271.651	271.651	466.990	466.990
91041000-8	Viña San Pedro S.A.	Acc y/o direc. Comunes	Venta de servicios	156.510	156.510	121.473	121.473
76131468-8	Inversiones Canal 13	Acc y/o direc. Comunes	Dividendo (C.i)	-	-	3.030.333	3.030.333

(c.i) El pago efectivo de dividendos fue realizado en el mes de mayo 2014 por M\$3.030.333.

Las transacciones comerciales que se realizan con estas sociedades se efectúan a los precios corrientes en plaza en pesos chilenos y no devengan interés.

Para efectos de presentar las transacciones realizadas con entidades relacionadas, se han considerado como significativos los montos que superan el 1% del patrimonio.

(c) Transacciones con personal clave de la Gerencia

La Sociedad es administrada por un Directorio compuesto por siete miembros reelegibles. El Directorio durará un período de tres años al final del cual deberá

renovarse totalmente, pudiendo sus miembros ser reelegidos indefinidamente.

La estructura ejecutiva interna está liderada por el Gerente General, también denominado Director Ejecutivo. La Compañía está compuesta además por nueve gerencias, cuatro de las cuales históricamente se han denominado direcciones, todas con dependencia directa del Director Ejecutivo.

El número de trabajadores que tiene la entidad a la fecha de cierre del ejercicio es la siguiente:

	Canal 13 (Matriz)	Radiodifusión (Filial)	Total (Consolidado)
Gerentes y ejecutivos principales	11	3	14
Profesionales y técnicos	717	67	784
Trabajadores	332	2	334
Total general	1.060	72	1.132

1.1 Remuneración del Directorio

De acuerdo a lo dispuesto por la junta de accionistas, los directores reciben un honorario o dieta variable según la cantidad de sesiones a las que asistan mensualmente. La dieta percibida por los directores al 31 de diciembre 2015 y 2014 asciende a un monto de M\$216.612 y M\$204.464, respectivamente.

La Sociedad sostuvo relaciones comerciales a valor de mercado con otras sociedades relacionadas (Grupo Quiñenco) del ex director Andrónico Luksic Craig. Adicionalmente, el director Marcelo Von Chrismar Werth recibió M\$5.000 por asesoría a la Sociedad en el período terminado al 31 de diciembre de 2014.

Respecto de la Subsidiaria, Radiodifusión S.p.A., sus directores no reciben una remuneración por sus funciones.

1.2 Remuneración de los Ejecutivos

Los ejecutivos principales de la Compañía recibieron como remuneración u honorarios la suma total de

M\$ 2.299.563 y M\$ 2.933.135 al 31 de diciembre de 2015 y 31 de diciembre de 2014, respectivamente. Las indemnizaciones por años de servicio pagadas a los ejecutivos (incluyendo el feriado proporcional) ascendieron a suma de M\$277.518 al 31 de diciembre de 2015 y a la suma de M\$ 620.270 al 31 de diciembre de 2014.

No existe ni ha sido acordado un plan de compensación en acciones u opciones de acciones para ejecutivos o trabajadores. Para los ejecutivos existe un plan de incentivo anual, que consiste en un número determinado de sueldos mensuales calculado de acuerdo a la productividad sobre EBITDA de la Compañía.

NOTA 11

Activos y pasivos por impuestos corrientes

(a) Cuentas por cobrar por impuestos corrientes

	31-12-15 M\$	31-12-14 M\$
Impuestos por recuperar	3.397.056	-
Pagos provisionales mensuales	757.590	2.760.966
Sub total	4.154.646	2.760.966
PPUA	-	1.300.000
Totales	4.154.646	4.060.966

NOTA 12

Activos intangibles distintos de la plusvalía

El detalle de los activos intangibles por los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2015 y al 31 de diciembre 2014 es el siguiente:

Activos intangibles	Software M\$	Marcas registradas M\$	Servicios radiales (1) y televisivos M\$	Total M\$
Saldo al 1 de enero de 2014	243.170	672.579	15.647.111	16.562.860
Adquisiciones	-	-	-	-
Efecto prueba de deterioro (2)	-	-	(3.074.094)	(3.074.094)
Amortización del período	(9.054)	-	-	(9.054)
Saldo al 31 de diciembre de 2014	234.116	672.579	12.573.017	13.479.712
Saldo al 1 de enero de 2015	234.116	672.579	12.573.017	13.479.712
Amortización del período	(121.416)	-	-	(121.416)
Saldo al 31 de diciembre 2015	112.700	672.579	12.573.017	13.358.296

(1) En relación a lo expuesto en el cuadro anterior, las concesiones de servicios que corresponden a derechos de transmisión radiales en frecuencia modulada son reconocidas al costo de adquisición. Debido a que no existe un límite predecible para el período en el cual los activos serán de propiedad de la Sociedad, la vida útil de estos activos es de carácter indefinida, por lo que no se amortizan. Se espera que estos activos generen flujos de efectivo para la entidad.

Los factores relevantes a considerar son los siguientes:

- (a) Existe evidencia basada en la experiencia de que se renovarán los derechos de concesiones radiales.
- (b) Existe evidencia de que las condiciones necesarias para obtener la renovación, serán satisfechas.
- (c) El costo de renovación de los derechos de concesiones radiales no es significativo en relación a los beneficios económicos futuros.

Con el efecto de dar cumplimiento a la Resolución N°41 del Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, con fecha 4 de abril de 2013 Canal 13 transfirió a su subsidiaria Radiodifusión SpA las concesiones de radiodifusión sonora a través de las cuales se transmitían las radios Play y Sonar, quedando de esta manera

Radiodifusión SpA como titular de todas las concesiones de radiodifusión sonora de la Sociedad.

(2) Se efectuó prueba de deterioro a las concesiones radiales de acuerdo con NIC 36 resultando en una disminución de los activos intangibles por M\$3.074.094, impacto que se refleja en el resultado correspondiente al período terminado al 31 de diciembre 2014. Las premisas utilizadas corresponden a:

- (a) Presupuesto aprobado por el Directorio para el año 2015 (NIC 36.33 (b)).
- (b) Proyección de 5 años (2015 al 2019), tomando el último año a perpetuidad.
- (c) Al cierre 2015 y 2014, se puso fin al proyecto Radio TopFM, creando una nueva radio de perfil informativo denominada Tele13Radio.
- (d) Se determinó tasa de costo de capital con parámetros vigentes al 31 de diciembre 2015.

Al 31 de diciembre 2015, no se presenta efecto en resultado por pruebas de deterioro efectuadas, utilizando una tasa de descuento de 7,47%.

Las políticas contables relacionadas a los activos intangibles se detallan en Nota 3.3.

NOTA 13

Propiedades, planta y equipos

(a) Composición propiedades, planta y equipos al 31 de diciembre 2015

	SALDO BRUTO M\$	DEPRECIACIÓN ACUMULADA M\$	SALDO NETO M\$
Construcción en curso	211.241	-	211.241
Terrenos	8.564.498	-	8.564.498
Edificios	17.536.653	(3.240.043)	14.296.610
Planta y equipos	24.835.972	(12.290.900)	12.545.072
Instalaciones fijas y accesorias	2.163.091	(528.959)	1.634.132
Vehículos de motor	202.740	(181.505)	21.235
Otras propiedades planta y equipo	3.349.210	(3.349.209)	1
Total propiedades planta y equipo	56.863.405	(19.590.616)	37.272.789

Composición propiedades, planta y equipos al 31 de diciembre 2014

	SALDO BRUTO M\$	DEPRECIACIÓN ACUMULADA M\$	SALDO NETO M\$
Construcción en curso	253.980	-	253.980
Terrenos	8.564.498	-	8.564.498
Edificios	17.548.323	(2.618.289)	14.930.034
Planta y equipos	23.070.377	(9.512.391)	13.557.986
Instalaciones fijas y accesorias	1.582.032	(217.894)	1.364.138
Vehículos de motor	205.457	(174.285)	31.172
Otras propiedades planta y equipo	3.294.362	(2.954.348)	340.014
Total propiedades planta y equipo	54.519.029	(15.477.207)	39.041.822

(b) NIC 16: Reconciliación de cambios en propiedades, planta y equipos por clases al 31 de diciembre 2015

	CONSTRUCCIÓN EN CURSO M\$	TERRENOS M\$	EDIFICIOS M\$	PLANTA Y EQUIPOS M\$	INSTALACIONES FIJAS Y ACCESORIAS M\$	VEHÍCULOS DE MOTOR M\$	OTRAS PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO M\$	TOTAL PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO M\$
Saldo inicial al 1 de enero de 2015	253.980	8.564.498	14.930.034	13.557.986	1.364.138	31.172	340.014	39.041.822
Adquisiciones pagadas	3.545.003						28.353	3.573.356
Traspaso de proyectos	(3.587.742)			3.049.229	481.059		57.454	-
Bajas				(378.302)				(378.302)
Gastos por depreciación			(633.424)	(3.683.841)	(211.065)	(9.937)	(425.820)	(4.964.087)
Saldo final al 31 de diciembre 2015	211.241	8.564.498	14.296.610	12.545.072	1.634.132	21.235	1	37.272.789

NIC 16: Reconciliación de cambios en propiedades, planta y equipos por clases al 31 de diciembre 2014

	CONSTRUCCIÓN EN CURSO M\$	TERRENOS M\$	EDIFICIOS M\$	PLANTA Y EQUIPOS M\$	INSTALACIONES FIJAS Y ACCESORIAS M\$	VEHÍCULOS DE MOTOR M\$	OTRAS PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO M\$	TOTAL PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO M\$
Saldo inicial al 1 de enero de 2014	1.851.772	8.564.498	16.087.329	11.658.615	102.912	53.489	941.773	39.260.388
Adquisiciones	3.191.592	-	-	53.046	1.347.530	-	464.419	5.056.587
Traspaso de proyectos	(4.789.384)		(96.122)	4.885.506	-	-	-	-
Ventas/bajas	-	-	-	-	-	(17.647)	(384.812)	(402.459)
Depreciación, gasto	-	-	(1.061.173)	(3.039.181)	(86.304)	(4.670)	(681.366)	(4.872.694)
Saldo final al 31 de diciembre 2014	253.980	8.564.498	14.930.034	13.557.986	1.364.138	31.172	340.014	39.041.822

(d) Pérdida por deterioro

Al 31 de diciembre de 2015, la Sociedad no ha detectado indicios de deterioro que afecte al activo fijo.

(e) Depreciación del ejercicio

| 174 | Al 31 de diciembre 2015 y al 31 de diciembre 2014, la Sociedad clasificó la depreciación de propiedades, plantas y equipos dentro de la línea costo de venta, cuyos montos son M\$4.964.087 y M\$4.872.694, respectivamente.

(f) Garantías

Al 31 de diciembre 2015 existe garantía hipotecaria sobre propiedad planta y equipos correspondiente al edificio y terreno de Inés Matte Urrejola 0848, lo anterior como garantía de cumplimiento de la obligación bancaria adquirida con Banco Security, préstamo UF605.000.

(g) Costos de desmantelamiento, retiro y/o rehabilitación

Aunque la Sociedad no tiene una política específica para la estimación de costos de desmantelamiento, los cambios tecnológicos de la industria son evaluados por el canal en el momento que se producen.

(h) Otros

Al 31 de diciembre 2015 y al 31 de diciembre de 2014, la Sociedad no posee activos temporalmente fuera de servicio.

(i) Arrendamientos financieros

La Sociedad arrienda propiedades y equipos técnicos de producción bajo varios contratos de arrendamiento financiero. Las propiedades y/o equipos técnicos arrendados garantizan las obligaciones por arrendamiento. Algunos arrendamientos entregan a la Sociedad la opción de comprar las propiedades y/o los equipos a un precio ventajoso. Durante el ejercicio 2013, la Sociedad adquirió a Chilevisión S.A. la propiedad ubicada en calle Inés Matte Urrejola N°0890, comuna de Providencia, a través de una operación de leasing con opción de compra por M\$4.110.428, de los cuales M\$2.425.153 corresponden a terrenos y M\$1.685.275 a edificios.

NOTA 14**Activos y pasivos por impuestos diferidos**

El origen de los impuestos diferidos registrados al 31 de diciembre de 2015 y 31 de diciembre de 2014 es el siguiente:

En miles de pesos	2015			2014				
	Activos	Pasivos	Neto	Activos	Pasivos	Neto	Efecto en resultado	Efecto en patrimonio
Planes de beneficios a empleados	2.737.047	-	2.737.047	2.924.631	-	2.924.631	(161.034)	(26.550)
Publicidad anticipada	595.266	-	595.266	454.669	-	454.669	140.597	
Ingresos anticipados	-	-	-	740.981	-	740.981	(740.981)	
Provisión juicios	162.784	-	162.784	151.403	-	151.403	11.381	
Cuentas varias	399.423	-	399.423	454.632	-	454.632	(55.209)	
Deterioro de películas, series y programas	2.079.115	-	2.079.115	2.524.761	-	2.524.761	(445.646)	
Deudores incobrables	74.656	-	74.656	26.884	-	26.884	47.772	
Bonificación de agencias	704.285	-	704.285	574.584	-	574.584	129.701	
Provisión de programas	482.806	-	482.806	380.251	-	380.251	102.645	
Obligaciones por leasing	1.159.339	-	1.159.339	1.087.864	-	1.087.864	71.475	
Pérdida Tributaria (a)	2.521.073		2.521.073				2.521.073	
Gastos anticipados	-	(1.315.159)	(1.315.159)	-	(828.600)	(828.600)	(486.559)	
Activos por leasing	-	(1.046.172)	(1.046.172)	-	(1.140.873)	(1.140.873)	94.701	
Activo fijo	2.020.868	-	2.020.868	1.529.265	-	1.529.265	491.603	
Concesiones radiales (b)	-	-	-	-	(344.213)	(344.213)	344.213	
Totales	12.936.752	(2.361.331)	10.575.421	10.849.925	(2.313.686)	8.536.239	2.065.732	(26.550)

(a) Al 31 de diciembre 2015, se evaluó la Pérdida Tributaria presentada de acuerdo a IAS12.

(b) El concepto "Concesiones Radiales" proviene de la subsidiaria Radiodifusión S.p.A.

Al 31 de diciembre 2014, el monto de M\$1.564.263 está compuesto por el efecto de cambio de tasas requerido por el oficio circular N°856 por un monto de M\$1.655.606 y un efecto de impuesto diferido por pérdida y ganancia de (M\$91.343).

NOTA 15
Otros pasivos financieros

La Sociedad presenta los siguientes saldos en este rubro al 31 de diciembre 2015 y al 31 de diciembre de 2014:

	PASIVOS FINANCIEROS, CORRIENTES		PASIVOS FINANCIEROS, NO CORRIENTES	
	31-12-15 M\$	31-12-14 M\$	31-12-15 M\$	31-12-2014 M\$
Banco (1)	3.408.788	122.948	29.372.799	17.900.094
Obligaciones por leasing (2)	548.007	723.152	3.850.928	4.049.770
Línea de crédito (3)	9.156.389	7.101.289	-	-
Totales	13.113.184	7.947.389	33.223.727	21.949.864

(1) Obligaciones con banco 2015, corriente:

Nombre acreedor	RUT	Moneda	País origen	31-12-2015		31-12-2014	
				Menos de 1 año M\$	Total corriente M\$	Menos de 1 año M\$	Total corriente M\$
Banco Security (a)(b)	97.053.000-2	UF	Chile	742.121	742.121	122.948	122.948
Banco Santander (c)	97.036.000-k	UF	Chile	2.666.667	2.666.667	-	-
Totales				3.408.788	3.408.788	122.948	122.948

Obligaciones con banco 2015, no corriente

Nombre acreedor	1 a 3 años M\$	3 a 5 años M\$	5 años o más M\$	Total no corriente M\$	Tipo de amortización	Tasa nominal
Banco Security (a)	871.388	871.389	2.178.473	3.921.250	Anual a partir año 5	TAB + 1%
Banco Security (b)	594.595	1.189.190	4.162.164	5.945.949	Anual a partir año 5	TAB + 1%
Banco Santander (c)	4.000.000	-	-	4.000.000	Mensual a partir del mes 13	5,20%
Banco Security (d)	-	1.550.560	13.955.040	15.505.600	Anual a partir año 5	TAB + 1,5%
Total	5.465.983	3.611.139	20.295.677	29.372.799		

| 177 |

Obligaciones con banco 2014, no corriente

Nombre acreedor	1 a 3 años M\$	3 a 5 años M\$	5 años o más M\$	Total no corriente M\$	Tipo de amortización	Tasa nominal
Banco Security (a)	837.321	837.321	2.511.965	4.186.607	Anual a partir año 5	TAB + 1%
Banco Security (b)	571.349	1.142.697	3.999.441	5.713.487	Anual a partir año 5	TAB + 1%
Banco Santander (c)	6.666.667	1.333.333	-	8.000.000	Anual a partir año 5	
Total	8.075.337	3.313.351	6.511.406	17.900.094		

| 176 |

2015

M E M O R I A A N U A L

(2) Obligaciones por leasing 2015, corriente:

Pasivos corrientes	RUT	Moneda	País origen	Hasta 1 mes M\$	Mas de 1 a 3 meses M\$	Mas de 3 a 12 meses M\$	Total corriente M\$	Tipo de amortización	Tasa nominal
Banco Estado Leasing	97.036.000-K	UF	Chile	14.725	29.451	358.847	403.023	Mensual	0,61%
BCI Leasing	97.006.000-6	UF	Chile	12.082	24.164	108.738	144.984	Mensual	3,25%
Totales				26.807	53.615	467.585	548.007		

| 177 |

Obligaciones por leasing 2014, corriente

Pasivos corrientes Nombre acreedor	RUT	Moneda	País origen	Hasta 1 mes M\$	1 a 3 meses M\$	3 a 12 meses M\$	Total corriente M\$	Tipo de amortización	Tasa nominal	
Banco Estado Leasing	97.036.000-K	UF	Chile	12.005	24.006	108.028	144.039	Mensual	3,59%	
178	BCI Leasing	97.006.000-6	UF	Chile	12.579	25.103	-	37.682	Mensual	3,79%
	BCI Leasing	97.006.000-6	UF	Chile	11.120	22.241	22.191	55.552	Mensual	3,62%
	BCI Leasing	97.006.000-6	UF	Chile	2.548	5.096	5.085	12.729	Mensual	3,05%
	BCI Leasing	97.006.000-6	UF	Chile	39.429	78.858	354.863	473.150	Mensual	3,38%
	Totales			77.681	155.304	490.167	723.152			

Obligaciones por leasing 2015, no corriente:

Nombre acreedor	RUT	Moneda	País origen	1 a 3 años M\$	3 a 5 años M\$	5 años o más M\$	Total no corriente M\$	Tipo de amortización	Tasa nominal
Banco Estado Leasing	97.036.000-K	UF	Chile	284.909	-	-	284.909	Mensual	3,25%
BCI Leasing	97.006.000-6	UF	Chile	1.020.984	1.071.285	1.473.750	3.566.019	Mensual	3,38%
Totales				1.305.893	1.071.285	1.473.750	3.850.928		

Obligaciones por leasing 2014, no corriente:

Nombre acreedor	RUT	Moneda	País origen	1 a 3 años M\$	3 a 5 años M\$	5 años o más M\$	Total no corriente M\$	Tipo de amortización	Tasa nominal
Banco Estado Leasing	97.036.000-K	UF	Chile	272.047	-	-	272.047	Mensual	3,25%
BCI Leasing	97.006.000-6	UF	Chile	974.896	974.896	1.827.931	3.777.723	Mensual	3,38%
Totales				1.246.943	974.896	1.827.931	4.049.770		

Todas las obligaciones financieras de leasing corresponden a Canal 13 S.A.

Todas las obligaciones por leasing son de modalidad financiero y son nominados en Unidades de Fomento.

(3) Línea de crédito 2015, corriente:

Nombre acreedor	RUT	Moneda	País origen	Monedas índices de reajuste \$ no reajustable M\$	Total valor contable M\$	Tasa nominal mensual %
Banco Estado	97.030.000-7	Peso	Chile	1.938.058	1.938.058	0,45%
Santander	97.036.000-K	Peso	Chile	1.840.815	1.840.815	0,56%
Banco Chile	97.004.000-5	Peso	Chile	1.114.277	1.114.277	0,62%
Corpbanca	97.023.000-9	Peso	Chile	1.372.800	1.372.800	0,65%
Security	97.053.000-2	Peso	Chile	1.160.324	1.160.324	0,67%
BICE	97.006.000-6	Peso	Chile	1.291.357	1.291.357	0,57%
BCI	97.026.000-6	Peso	Chile	438.758	438.758	0,57%
Totales				9.156.389	9.156.389	

| 179 |

Línea de crédito 2014, corriente:

Nombre acreedor	RUT	Moneda	País origen	Monedas índices de reajuste \$ no reajustable M\$	Total valor contable M\$	Tasa nominal mensual %
Banco Estado	97.030.000-7	Peso	Chile	2.252.826	2.252.826	0,39%
Santander	97.036.000-K	Peso	Chile	1.575.171	1.575.171	0,58%
Banco Chile	97.004.000-5	Peso	Chile	184.105	184.105	0,60%
Corpbanca	97.023.000-9	Peso	Chile	1.320.849	1.320.849	0,70%
Security	97.053.000-2	Peso	Chile	919.343	919.343	0,64%
BICE	97.006.000-6	Peso	Chile	848.995	848.995	0,51%
Totales				7.101.289	7.101.289	

(a) Con fecha 22 de abril de 2013 Canal 13 S.A efectuó novación de crédito suscrito con el Banco Security con fecha 06 de septiembre de 2011 por UF 170.000 a Radiodifusión S.p.A. el cual mantiene la misma estructura original, esto es 10 años plazo con amortización de intereses anuales; amortizaciones de capital iguales y sucesivas a partir del año 5 de UF 17.000 y una cuota final de UF 85.000 el año 10. El capital adeudado devengará un interés con tasa anual igual a TAB + 1,0%, el cual se comenzará a pagar a partir del año 1 de la

operación (diciembre, 2011). Esta novación fue suscrita con aval de Canal 13 S.A.

(b) Con fecha 22 de abril de 2013 Radiodifusión S.p.A. suscribió una operación de crédito bancario con el Banco Security por UF 232.000 cuya finalidad era la compra de las Radios Oasis y Horizonte (actual T13). Este crédito se estructuró a un plazo de 10 años, con amortización de intereses anuales; amortizaciones de capital iguales y sucesivas a partir del 5º año de UF 23.200 y una cuota final

de UF 116.000 el año 10. El capital adeudado devenga un interés con tasa anual igual a TAB + 1,1%, el cual se comenzará a pagar a partir del año 1 de la operación (abril, 2014). Este crédito fue suscrito con aval de Canal 13 S.A.

(c) Con fecha 17 de junio de 2014, Canal 13 suscribió un crédito en pesos con Banco Santander por M\$8.000.000 a un plazo de 48 meses, de los cuales los 12 primeros corresponde a período de gracia en el cual se pagará solo el devengo de intereses y a partir del mes 13 se amortizará capital e intereses. Este préstamo se otorgó en pesos a una tasa fija de 5,2% anual y sin garantías.

| 180 |

(d) Con fecha 11 de junio 2015 Canal 13 S.A. suscribió una operación de crédito bancario con el Banco Security por UF 605.000 para financiamiento de inversiones. Este crédito se estructuró en un plazo de 10 años con vencimientos en 5 cuotas anuales iguales de UF 60.500 cada uno, siendo el primer vencimiento el 11 de junio 2020 y el último vencimiento el 11 de junio 2024. El capital adeudado devenga un interés anual igual a TAB 360 + 1,5% interés vencido sobre el capital insoluto, que se pagará una vez año el 11 de junio durante el plazo que dura el crédito.

NOTA 16

Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar

La Sociedad presenta bajo este rubro al 31 de diciembre 2015 y 31 de diciembre de 2014 lo siguiente:

	CORRIENTE		NO CORRIENTE	
	31-12-15 M\$	31-12-14 M\$	31-12-15 M\$	31-12-2014 M\$
Proveedores nacionales	8.175.080	10.058.691	-	-
Proveedores extranjeros	15.968.790	15.395.850	10.049.366	13.175.196
Acreedores varios	2.842.465	2.780.101	-	-
Otras cuentas por pagar (a)	3.023.284	2.771.639	-	-
Totales	30.009.619	31.006.281	10.049.366	13.175.196

(a) Las otras cuentas por pagar está compuesta principalmente por deuda relacionada a programas de producción propia.

Las cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar a la fecha del balance por región geográfica son:

	31-12-2015 M\$	31-12-14 M\$
Proveedores nacionales	14.040.829	15.610.430
Proveedores extranjeros	26.018.156	28.571.046
Totales	40.058.985	44.181.477

(a) Principales proveedores

Los principales proveedores de Canal 13 S.A., son los siguientes:

31-12-15	31-12-14
Datasa S.A.	Twentieth Century Fox Int'L Tv.,Inc.
Twentieth Century Fox Int'L Tv.,Inc.	Datasa S.A.
Multimusica S.A.	Paramount Pictures Global
Producciones E Inv. Swing Ltda.	Globo Comunicacao E Participacoes S.A.
Diseños Escenograficos Madis Ltda.	Dtv Haber Ve Gorsel Yavincilik A.S.
Mountrigi Management Group Ltd	Telefonica Empresas Chile S.A.
Globo Comunicacao E Participacoes S.A.	Hbs 2014 Ag
Vgl S.P.A.	Apolo Xviii Sociedad Anonima
Vizrt, Inc.	Mms Communications Chile S.A.
Paramount Pictures Global	Manuel Acoria Y Cia. Ltda.

En los períodos terminados al 31 de diciembre 2015 y al 31 de diciembre de 2014 los pagos promedios de la Sociedad a las compañías nacionales varían entre 45 y 60 días, y los pagos a las compañías extranjeras dependen de cada contrato, pagando una cuota al momento de la firma y el saldo hasta 3 años.

NOTA 17

Provisiones

	31-12-15 M\$	31-12-14 M\$
Juicios (ver Nota 32 Contingencias)	657.714	560.750
Otras provisiones	-	1.176.000
Totales	657.714	1.736.750

| 181 |

NOTA 18**Provisión por beneficios a los empleados**

La Sociedad incluye en este rubro al 31 de diciembre 2015 y al 31 de diciembre de 2014 lo que se indica a continuación.

| 182 |

	CORRIENTE		NO CORRIENTE	
	31-12-15 M\$	31-12-14 M\$	31-12-15 M\$	31-12-2014 M\$
Provisión reorganización (1)	255.274	1.332.287	-	-
Otros beneficios al personal	229.347	87.606	-	-
Vacaciones	2.296.373	2.125.485	-	-
Indemnización años de servicios (2)	-	-	7.873.078	7.879.694
Mutuos del personal	-	-	(1.857.505)	(2.051.827)
Totales	2.780.994	3.545.378	6.015.573	5.827.867

(1) Corresponde al efecto por reestructuración, que finalizará en marzo 2016. El efecto de la provisión del 31 de diciembre 2014, no se extiende a diciembre 2015.

INDEMNIZACIÓN AÑOS DE SERVICIOS	31-12-2015 M\$	31-12-2014 M\$
Valor inicial de la obligación	7.879.694	7.489.071
Costo de los servicios del ejercicio corriente	372.593	501.910
Costo por intereses	401.686	427.814
Aportaciones efectuadas por los participantes		
(Ganancias) perdidas actuales que surgen de cambios en las suposiciones financieras	15.483	(855)
(Ganancias) perdidas actuales que surgen de cambios en las suposiciones financieras	(436.642)	(434.112)
Beneficios pagados	(359.736)	(104.134)
Totales	7.873.078	7.879.694
Mutuos del personal (a)	(1.857.505)	(2.051.827)
Totales	6.015.573	5.827.867

(a) Los mutuos del personal corresponden a préstamos otorgados en forma voluntaria al personal de planta indefinida de Canal 13 por un monto fijo reajustado en el mismo porcentaje general aplicado a las remuneraciones, de acuerdo al IPC acumulado de octubre de 1997 a la fecha. Estos mutuos se entregaron en 11 oportunidades entre los ejercicios septiembre de 1987 y noviembre de 1997. El documento denominado Mutuo de Préstamo, contiene la obligación contractual de descontarlos en su totalidad al momento de la desvinculación del funcionario.

De acuerdo a la NIC 19 “Beneficios a los Empleados”, la Sociedad posee un plan de beneficios definidos que incluye beneficio de indemnización por años de servicio pactado contractualmente con el personal, que se valoriza en base al método del valor actuarial simplificado y cuyo saldo total se registra en provisiones por beneficios a los empleados, los cambios en el valor actuarial se reconocen en resultados integrales.

Supuestos actuariales

Para el cálculo del valor actuarial de la indemnización por años de servicios se usó un esquema proporcional de devengar la obligación durante el ejercicio total de

trabajo. La metodología de cálculo corresponde a la “Unidad de Crédito Proyectada” valorizada mediante una simulación de Montecarlo aplicada a un modelo de asignación y cálculo de beneficios.

La tasa y parámetros actuariales considerados son los siguientes:

- Edad normal de jubilación de los hombres: 65 años.
- Edad normal de jubilación de las mujeres: 60 años.
- La mortalidad se consideró según las tablas de mortalidad RV 2009 vigente, emitidas por la Superintendencia de Valores y Seguros.

Las tasas financieras utilizadas son las siguientes a la fecha del balance:

Tasas	2015	2014
Tasas de interés de descuento real	2,04%	1,66%
IPC	3,00%	3,00%
Tablas de mortalidad	RV 2009	RV 2009
Tasa de rotación anual de renuncia	9,90%	8,90 %

Los montos de pasivo por beneficios al personal de la empresa, sensibilizando la tasa de descuento, considera en las estimaciones al 31 de diciembre 2015 y al 31 de diciembre 2014:

| 184 | Impacto +/- 0,5% sobre tasa de descuento

2015			2014		
Pasivo por indemnización por años de servicios	Costo por interés anual	Costo por servicios del ejercicio anual	Pasivo por indemnización por años de servicios	Costo por interés anual	Costo por servicios del ejercicio anual
39.365	2.008	1.863	39.398	2.139	2.510
(39.365)	(2.008)	(1.863)	(39.398)	(2.139)	(2.510)

NOTA 19

Otros pasivos no financieros

La Sociedad presenta bajo este rubro al 31 de diciembre de 2015 y 31 de diciembre de 2014 lo siguiente:

	CORRIENTE		NO CORRIENTE	
	31-12-15 M\$	31-12-14 M\$	31-12-15 M\$	31-12-2014 M\$
Publicidad facturada por exhibir	2.549.050	1.949.315	-	-
Ventas de licencia y sub licencia (a)	-	-	-	3.293.251
Totales	2.549.050	1.949.315	-	3.293.251

(a) Venta de derechos deportivos.

NOTA 20

Capital y reservas

(a) Capital y número de acciones

Al 31 de diciembre de 2015 y, al 31 de diciembre de 2014, el capital suscrito asciende a M\$62.340.775 y el capital pagado asciende a M\$42.340.775 representado por 211.703.873 acciones, totalmente suscritas y pagadas, quedando 100.000.000 de acciones por suscribir.

Durante el año 2015 y al 31 de diciembre de 2014, no se registraron movimientos en el capital social.

(b) Dividendos

Al 31 de diciembre 2015 no existe reparto de dividendos.

Al 31 de diciembre de 2014, la Sociedad pagó dividendos por M\$3.030.333 con cargo al cierre del 2013 de M\$2.157.548, correspondiente al 30% de las utilidades.

El mayor valor pagado por M\$872.786 fue absorbido por utilidades retenidas al 31 de diciembre 2014.

(c) Ganancias (pérdidas) acumuladas

Al 31 de diciembre de 2015 y 31 de diciembre de 2015 el saldo presentado bajo el rubro de patrimonio ganancias (pérdidas) acumuladas, refleja los movimientos de resultados acumulados en el transcurso de los ejercicios mencionados.

	M\$
Saldo inicial al 1 de enero de 2014	7.304.358
Utilidad (pérdida) del período	(19.952.925)
Incremento por cambio de tasa impositiva	1.655.606
Dividendo pagado mayor a lo provisionado	(872.786)
Pérdida acumulada al 31 de diciembre de 2014	(11.865.747)
Utilidad (pérdida) del período	(678.531)
Pérdida acumulada al 31 de diciembre de 2015	(12.544.278)

(d) Otras reservas

De acuerdo a los nuevos requerimientos de NIC 19, a partir del 1 de enero de 2013, la Sociedad reconoce todas las ganancias y pérdidas actuariales que surgen de los planes de beneficios definidos en el

patrimonio de acuerdo a la NIC 19. El monto total reconocido en patrimonio asciende a un acumulado de M\$318.749, monto neto de impuestos diferidos.

(e) Gestión de capital

El objetivo de la Sociedad es mantener un nivel adecuado de capitalización, que le asegure acceso a los mercados financieros para el desarrollo de sus objetivos estratégicos de mediano y largo plazo, | 186 | manteniendo una sólida posición financiera, con el propósito de generar retornos a sus accionistas.

Las necesidades de capital para el financiamiento de la inversión son cubiertas tanto con recursos propios, como con recursos provenientes del endeudamiento de largo plazo con terceros.

De acuerdo a los Estados Financieros al 31 de diciembre de 2015, los recursos gestionados como financiamiento de capital están formados por un patrimonio acumulado de M\$30.115.246 y por pasivos financieros de M\$46.336.911.

Los diversos contratos de crédito bancario existentes no imponen a la Sociedad restricciones a la gestión ni límites de indicadores financieros.

NOTA 21**Ingresos de actividades ordinarias**

El detalle de los ingresos de actividades ordinarias para los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2015 y 2014, es el siguiente:

Ingresos	01-01-15 31-12-2015 M\$	01-01-2014 31-12-2014 M\$
Ingresos televisión abierta e internet	70.498.423	69.430.923
Ingresos otros explotación	13.783.433	3.872.554
Totales	84.281.856	73.303.477

NOTA 22**Costos de ventas**

El detalle de los costos para los ejercicios terminados al 31 de diciembre 2015 y 2014, es el siguiente:

Costos	01-01-2015 31-12-2015 M\$	01-01-2014 31-12-2014 M\$
Costos televisión abierta e internet	(55.362.065)	(75.172.204)
Costos otros explotación	(17.262.445)	(2.317.638)
Totales	(72.624.510)	(77.489.842)

NOTA 23**Otros ingresos y egresos, por función**

El detalle de los otros ingresos y otros gastos por los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2015 y 2014, es el siguiente:

Otros ingresos y egresos, por función	01-01-2015 31-12-2015 M\$	01-01-2014 31-12-2014 M\$
Utilidad (pérdida) en venta de equipos	(353.504)	(13.505)
Arriendo bienes raíces	1.049.527	683.010
Deterioro concepciones radiales	-	(3.074.094)
Otros gastos	(122.469)	(1.741.177)
Totales	573.554	(4.145.766)

NOTA 24**Gastos de administración**

Los gastos de administración o costos de estructura corresponden a todos los desembolsos necesarios para el funcionamiento de la Sociedad, los cuales no son atribuidos de manera directa a la producción ni a los costos de explotación de los segmentos.

| 188 |

El detalle es el siguiente:

	01-01-2015 31-12-2015 M\$	01-01-2014 31-12-2014 M\$
Remuneraciones y beneficios	(7.176.971)	(9.075.740)
Otros gastos de administración	(5.890.209)	(3.635.454)
Totales	(13.067.180)	12.711.194

MEMORIAL 2015

NOTA 25**Ingresos y costos financieros**

El detalle de los costos financieros por los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2015 y 2014, es el siguiente:

Ingresos financieros	01-01-2015 31-12-2015 M\$	01-01-2014 31-12-2014 M\$
Cambio neto en el valor razonable de instrumentos financieros derivados (realizado)	1.989.989	356.280
Cambio neto en el valor razonable de instrumentos financieros derivados (no realizado)	12.490	718.642
Tasa de descuento deuda a largo plazo	-	-
Intereses por depósitos a plazo	68.024	-
Totales	2.070.503	1.074.922

Costos financieros	01-01-2015 31-12-2015 M\$	01-01-2014 31-12-2014 M\$
Intereses pagados	(1.671.231)	(719.932)
Tasa de descuento deuda a largo plazo	-	(53.658)
Totales	(1.671.231)	(773.590)

| 189 |

NOTA 26**Diferencias de tipo de cambio y resultados por unidades de reajuste**

Las diferencias provienen fundamentalmente en el activo por material fílmico no nominado, y en el pasivo por pago a proveedores de material fílmico, derechos deportivos y proveedores de equipos en el extranjero.

Diferencia de cambio	Tipo de moneda	01-01-2015 31-12-2015 M\$	01-01-2014 31-12-2014 M\$
Efectivo y equivalentes al efectivo	Dólar	(73.653)	20.691
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, no corrientes	Dólar	2.254	237.761
Otros activos no financieros	Dólar	(75.787)	(605.534)
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar, corrientes	Dólar	(2.806.627)	(1.924.301)
Diferencia de cambio		(2.953.813)	(2.271.383)

Resultados por unidad de reajuste	Tipo de moneda	01-01-2015 31-12-2015 M\$	01-01-2014 31-12-2014 M\$
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	UF		5.724
Otros pasivos financieros	UF	(976.443)	(684.541)
Activo por impuestos, corrientes	UF	7.833	37.256
Otros activos no financieros	UF	52.159	70.592
Provisiones por beneficios a los empleados, corrientes	UF	87.863	-
Resultados por unidad de reajuste		(828.588)	(570.969)

NOTA 27**Gasto por impuestos a las ganancias**

El detalle de gastos por impuestos a las ganancias por los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2015 y 2014 es el siguiente:

Gasto por impuestos a las ganancias	01-01-2015 31-12-2015 M\$	01-01-2014 31-12-2014 M\$
Gasto por impuestos a las ganancias:		
Recuperación de utilidades tributarias	1.853.538	1.300.000
Impuesto único del art. 21 LIR	(129.897)	-
Impuestos años anteriores	(248.495)	(92.746)
Totales	1.475.146	1.207.254
Gasto por impuestos diferidos:		
Origen y reversión de diferencias temporales	2.065.732	2.424.166
Totales	2.065.732	2.424.166
Gasto por impuesto a las ganancias de operaciones continuas	3.540.878	3.631.420
Total gasto por impuestos a las ganancias	3.540.878	3.631.420

Conciliación de la tasa impositiva efectiva	31-12-2015 M\$	31-12-2014 M\$
Utilidad del período antes de impuestos	(4.219.409)	(23.584.345)
Total gasto por impuestos a las ganancias	3.540.878	3.631.420
Utilidad (pérdida) del ejercicio	(678.531)	(19.952.925)
Impuestos a las ganancias aplicando la tasa impositiva local	22,5%	949.367
Recuperación de utilidades tributarias	(42%)	1.788.222
Diferencias permanentes	(14%)	577.510
Impuestos años anteriores	6%	(248.495)
Impuesto único del ejercicio	3%	(129.897)
Efecto de cambio de tasas reconocidos en resultados	(14%)	604.170
Totales	(84%)	3.540.878
		(15%)
		3.631.420

NOTA 28**Activo y pasivo en moneda extranjera**

Información sobre saldos de activos y pasivos en moneda extranjera.

Activos	Moneda extranjera	31-12-15 M\$	31-12-14 M\$
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, corriente	Dólares	-	645.815
Otros activos no financieros, no corrientes	Dólares	5.729.825	8.293.021
Cuentas por cobrar forward	Dólares	12.490	718.642
Total activos en moneda extranjera		5.742.315	9.657.478
Pasivos	Moneda extranjera	31-12-15 M\$	31-12-14 M\$
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar, corriente	Dólares	12.273.482	12.273.482
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar, no corriente	Dólares	18.615.347	18.594.451
Total pasivos en moneda extranjera		30.888.829	30.867.933

NOTA 30**Instrumentos financieros**

La administración de riesgos de activos y pasivos financieros se explica en la Nota 4:

(a) Exposición al riesgo de crédito

La exposición máxima al riesgo de crédito a la fecha del balance fue:

	NOTA	VALOR EN LIBROS	
		31-12-2015 M\$	31-12-2014 M\$
Efectivo y equivalente de efectivo	6	1.495.999	335.093
Otros activos financieros, corrientes	7	3.058.571	718.641
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, corrientes	9	32.106.600	25.389.112
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas, corrientes	10	1.253.186	5.435
Totales		37.914.356	26.448.281

La exposición máxima al riesgo de crédito para préstamos y partidas por cobrar a la fecha del balance por región geográfica fue:

	VALOR EN LIBROS	
	31-12-2015 M\$	31-12-2014 M\$
Nacional	32.089.417	25.375.524
Extranjeros	17.183	13.588
Totales	32.106.600	25.389.112

NOTA 29**Medio ambiente**

La Sociedad y la Subsidiaria por la naturaleza de sus actividades no producen daño o alteración al medio ambiente y no están sujetas a reglamentaciones

especiales sobre esta materia.

La exposición máxima al riesgo de crédito para préstamos y partidas por cobrar por segmento a la fecha del balance fue:

194	VALOR EN LIBROS	
	31-12-2015 M\$	31-12-2014 M\$
Televisión abierta e internet	25.244.480	22.459.996
Otros explotación (a)	6.204.586	2.723.092
Cuentas por cobrar al personal	632.044	156.435
Deudores varios	25.490	49.589
Totales	32.106.600	25.389.112

(b) Pérdidas por deterioro

La antigüedad de las partidas por cobrar es la siguiente:

2015	VALOR EN LIBROS	
	31-12-2015 M\$	31-12-2014 M\$
Vigentes	25.973.040	20.653.771
0 - 30 días	4.244.336	3.356.317
31 - 180 días	1.659.132	1.312.001
181 días - 1 año	230.092	67.023
Totales	32.106.600	25.389.112

Asignación por segmento del deterioro:

	31-12-2015 M\$	31-12-2014 M\$
Televisión abierta e internet	(309.734)	(92.383)
Otros explotación	(86.266)	(22.545)
Totales	(396.000)	(114.928)

195

La variación en la provisión por deterioro con respecto a las partidas por cobrar durante el ejercicio es la siguiente:

	31-12-2015 M\$	31-12-2014 M\$
Balance inicial	(114.928)	(626.135)
Incremento del período	(367.107)	(72.689)
Reversos del período	86.035	583.896
Balance al cierre del período	(396.000)	(114.928)

Basado en índices históricos de mora y comportamiento actual de los clientes, la Administración cree que no es necesario un incremento de la provisión por deterioro con respecto a las cuentas comerciales por cobrar.

El deterioro de los activos se encuentra deducido de los deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes, para cubrir contingencias en la recuperación de dichos activos.

Producto de las características de los contratos y acuerdos de exhibición de publicidad, las cuentas por cobrar sobre 180 días son deteriorados en un 100% a menos que la Sociedad tenga indicios claros de la recuperabilidad del activo.

(c) Riesgo de liquidez

Los siguientes son los vencimientos contractuales de los pasivos financieros, incluyendo los pagos estimados de los intereses:

31 de diciembre de 2014:

31 de diciembre 2015:

Pasivos financieros, corrientes y no corrientes	Nota	Valor en libros	Flujo de efectivo contractuales	Hasta 90 días	Más 90 días	Más 1 año	Más 3 años	Más de
					menos	menos de	menos	5 años
					M\$	M\$	M\$	M\$
Banco Security	15	10.609.320	10.609.320	-	742.121	1.465.983	2.060.579	6.340.637
Banco Santander	15	15.505.600	15.505.600	-	-	-	-	15.334.868
Línea de crédito	15	6.266.667	6.266.667	-	2.666.667	4.000.000	-	-
Obligaciones por leasing	15	9.156.389	9.156.389	9.156.389	-	-	-	-
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar	15	4.398.935	4.398.935	548.007	-	1.231.837	1.102.775	1.516.316
Totales	16	40.058.985	40.058.985	-	5.561.643	7.622.879	26.784.464	
		85.995.896	85.995.896	9.704.396	3.408.788	12.259.463	10.786.233	51.492.601

Pasivos financieros, corrientes y no corrientes	Nota	Valor en libros	Flujo de efectivo contractuales	Hasta 90 días	Más 90 días	Más 1 año	Más 3 años	Más de
					menos	menos de	menos	5 años
					M\$	M\$	M\$	M\$
Banco Security	15	10.023.042	14.709.273	-	301.526	2.370.506	2.941.854	9.095.387
Banco Santander	15	8.000.000	9.705.600	-	-	7.519.467	2.186.133	-
Línea de crédito	15	7.101.289	7.101.289	7.101.289	-	-	-	-
Obligaciones por leasing	15	4.772.922	4.772.922	232.985	490.167	1.246.944	974.896	1.827.930
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar	16	44.181.476	44.181.476	11.512.105	13.920.366	18.749.005	-	-
Totales		74.078.729	80.470.560	18.846.379	14.712.059	29.885.922	6.102.883	10.923.317

(d) Riesgo de tasa de interés

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.

Las obligaciones financieras de largo plazo que están sujetas a riesgo de tasa de interés corresponden a tres préstamos otorgados por el Banco Security a una tasa variable. Sin embargo, dada la estructura de estos préstamos el impacto que podría tener sobre los gastos financieros una variación de las tasas no es significativo.

Producto de lo anterior, podemos estimar que un cambio en un 10% en la tasa de interés TAB, ya sea de incremento o disminución, tendría un impacto de

alrededor de M\$35.000 en resultado y patrimonio, respectivamente, en el año.

Los contratos de leasing 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.

(e) Riesgo de moneda

La Sociedad y la Subsidiaria están expuestas al riesgo de moneda en las compras denominadas en una moneda distinta a la respectiva moneda funcional, principalmente el dólar estadounidense.

Las posiciones en moneda extranjera se presentan a continuación:

	31-12-2015		31-12-14	
	M\$	MUSD(a)	M\$	MUSD(a)
Activos corrientes y no corrientes		5.729.825	8.068	8.938.641
Total activos		5.729.825	8.068	8.938.641
Pasivos corrientes		(12.273.482)	(17.283)	(12.273.339)
Pasivos no corrientes		(18.615.347)	(26.213)	(18.594.461)
Total pasivos		(30.888.829)	(43.496)	(30.867.800)
Exposición neta		(25.159.004)	35.427	(21.929.159)
Cobertura, derechos por forward (activo)		17.876.885	25.173	12.248.047
Exposición neta de forward		(7.282.119)	(10.254)	(9.681.112)

(a) El tipo de cambio utilizado al 31 de diciembre 2015 y 31 de diciembre 2014 es \$710,16 y \$606,75, respectivamente.

Análisis de sensibilidad

En lo que se refiere al riesgo de moneda, si se asume una variación de +/- 5% en el precio observado del

dólar para las condiciones actuales del mercado, con todas las demás variables constantes consideramos que los impactos serían como sigue:

198	31-12-2015		31-12-14	
	Resultados M\$	Patrimonio M\$	Resultados M\$	Patrimonio M\$
5% de incremento en tipo de cambio	(346.106)	(346.106)	(484.056)	(484.056)
5% de disminución en tipo de cambio	346.106	346.106	484.056	484.056

(f) Clasificación de instrumentos financieros por naturaleza y categoría

El detalle de los instrumentos financieros de activo

y pasivo, clasificados por naturaleza y categoría, al 31 de diciembre 2015 y 31 de diciembre de 2014 es el siguiente:

199	2015		2014	
	Activos financieros medidas al costo amortizado (i) Préstamos y partidas por cobrar M\$	Activos financieros a valor razonable con cambios en resultados M\$	Activos financieros medidas al costo amortizado (i) Préstamos y partidas por cobrar M\$	Activos financieros a valor razonable con cambios en resultados M\$
Efectivo y equivalentes al efectivo	1.495.999	-	335.093	-
Otros activos financieros, corrientes	3.058.571	-	-	718.641
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar (corrientes)	32.106.600	-	25.389.112	-
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas (corrientes)	1.253.187	-	5.435	-
Total corriente	37.914.357	-	25.729.640	718.641

(i) Para las partidas reconocidas a costo amortizado, se estima que su valor razonable no difiere significativamente de su valor contable.

	2015	2014
	Pasivos financieros medidas al costo amortizado (a) Otros pasivos financieros M\$	Pasivos financieros medidas al costo amortizado (a) Otros pasivos financieros M\$
Préstamos bancarios no garantizados (corrientes)	(13.113.184)	(7.947.389)
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar (corrientes)	(30.009.619)	(31.006.281)
Cuentas por pagar a entidades relacionadas (corrientes)	-	(2.157.548)
Total corriente	(43.122.803)	(38.953.670)
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar (no corrientes)	(10.049.366)	(13.175.196)
Préstamos bancarios no garantizados (no corrientes)	(33.223.727)	(21.949.864)
Total no corriente	(43.283.093)	(35.125.060)

(a) Para las partidas reconocidas a costo amortizado, se estima que su valor razonable no difiere significativamente de su valor contable.

(g) Jerarquías del valor razonable

Los instrumentos financieros medidos a valor razonable corresponden a instrumentos clasificados en el nivel 1, es decir, son valorizados al valor justo. Ver nota 6. Los instrumentos clasificados en nivel 2

se reflejan en la nota 7, cuyo saldo al 31 de diciembre 2015, corresponde por Inversiones de cuotas de fondos mutuos a M\$3.046.081 e Instrumentos Forwards a M\$12.490.

NOTA 31**Ganancias por acción**

El cálculo de la ganancia básica por acción por los períodos de doce meses terminados al 31 de diciembre de 2015 y 2014, fue determinado considerando el número de acciones y 2013 que corresponden a las acciones vigentes a la fecha de aprobación de

estos Estados Financieros por el Directorio. De esta forma se está dando cumplimiento a lo dispuesto por la NIC 33 "Ganancias por Acción".

| 200 |

	01-01-15 31-12-15	01-01-14 31-12-14
Ganancia (pérdida) atribuible a los tenedores de instrumentos de participación en el patrimonio neto de la controladora (M\$)	(678.531)	(19.952.925)
Resultado disponible para accionistas comunes, básicos (M\$)	(678.531)	(19.952.925)
Ganancia (pérdida) básica por acción (\$)	(3,21)	(94,25)
Promedio ponderado de número de acciones, diluidas	-	-

MEMORIA ANUAL 2015

NOTA 32**Contingencias****(a) Juicios:**

Al 31 de diciembre de 2015 y 31 de diciembre de 2014 La Sociedad y la Subsidiaria mantienen juicios civiles y laborales en su contra por un monto total de M\$53.432.816 y M\$46.652.329, respectivamente. De los cuales se ha estimado que M\$657.714 corresponde a la máxima pérdida probable de acuerdo a

la jurisprudencia conocida (al 31 de diciembre 2014 asciende a M\$560.750).

Esta estimación podría cambiar si se agregaran antecedentes adicionales a los conocidos a la fecha.

El detalle de la estimación mencionada se presenta a continuación:

	Juicios civiles M\$	Juicios laborales M\$	Totales M\$
Saldos al 1 de enero de 2014	726.500	457.833	1.184.333
Incremento	297.000	10.000	307.000
Reverso	(500.583)	(430.000)	(930.583)
Saldos al 31 de diciembre de 2014	522.917	37.833	560.750
Saldos al 1 de enero de 2015	522.917	37.833	560.750
Incremento	77.838	66.863	144.701
Reverso	(46.182)	(1.555)	(47.737)
Saldos al 31 de diciembre de 2015	554.573	103.141	657.714

| 201 |

El detalle de los principales juicios al 31 de diciembre 2015 es el siguiente:

Nombre Juicio	Tribunal y Rol	Cantidad M\$	Provisión (1) M\$	Totales M\$
Alvaro Celedón González y Leonor Castañeda Simunovic con Canal 13	29º Juzgado Civil Rol 5301-2011	595.000	178.500	Indemnización de perjuicios por afectaciones al honor. Se trató de una exhibición del programa "Contacto" (octubre 2007) en donde se trató el tema relativo a venta y comercialización de tiempo compartido y servicios turísticos (H-Network) que serían supuestamente una estafa.
Juan P. Coutasse Mass y Marma McKenzie Tirado con Canal 13	30º Juzgado Civil Rol 794-2011	485.000	145.500	Indemnización de perjuicios extracontractual por afectaciones al honor. Se trató de una exhibición del programa "Contacto" (octubre 2007) en donde se exhibió el tema relativo a venta y comercialización de tiempo compartido y servicios turísticos (H-Network) que serían supuestamente una estafa.

(1) Corresponde a la máxima pérdida probable de acuerdo a la opinión de los asesores legales que llevan las causas.

Respecto a los procesos judiciales relacionados con el programa Contacto, el detalle de los dos procesos que han recibido atención de la prensa es el siguiente:

Juicios Terminados:

Medida prejudicial preparatoria de una posible demanda civil, interpuesta por la sociedad Danone Chile S.A. Durante el mes de mayo de 2014 la Sociedad y Danone suscribieron un acuerdo que pone término al proceso y al eventual juicio futuro.

Demandó civil de indemnización de perjuicios interpuesta por la sociedad Cencosud Retail S.A. Durante el mes de junio de 2014 la Sociedad y Cencosud Retail S.A. suscribieron un acuerdo que pone término al proceso judicial.

Juicios Vigentes:

El día 29 de abril de 2014 fue notificada a la Sociedad una demanda civil de indemnización de perjuicios, interpuesta por la sociedad Deoleo S.A., productora del aceite Carbonell y el importador y comercializador de la marca en el país, Velarde Hermanos S.A. mediante la cual ambas exigen la reparación de supuestos perjuicios producidos por el programa "Contacto" del día 9 de julio de 2013, con una cuantía total de M\$4.363.921. La demanda ya fue contestada por la Sociedad. Luego se evacuó el trámite procesal de la réplica y réplica por cada parte. Se realizó audiencia de conciliación, no habiendo llegado las partes a acuerdo. Se encuentra vencido el término probatorio y falta la absolución de posiciones de la demandante y la respuesta a algunos oficios enviados. No es posible por ahora realizar un análisis de ganancia o pérdida o sugerir una provisión determinada.

En el mes de agosto de 2014, Canal 13 fue notificado de una demanda de indemnización de perjuicios por responsabilidad extracontractual de Ideal S.A. como consecuencia de la emisión del programa "Contacto" denominado "Alimentos saludables: gato por liebre". La cuantía del juicio asciende a la suma de M\$43.832.180. Después de notificada, la Sociedad contestó la demanda, para luego ser evacuados los escritos de

réplica y réplica. La etapa de conciliación concluyó sin acuerdo de las partes y se encuentra próximo el inicio del período de prueba. En atención a que no se ha iniciado la etapa probatoria, no es posible realizar un análisis de ganancia o pérdida o sugerir una provisión determinada.

| 203 |

NOTA 33 Sanciones

Las sanciones pecuniarias del CNTV a Canal 13 vigentes al 31 de diciembre 2015, corresponden a:

Fecha sanción	Detalle infracción	Sanción
15 de enero de 2015	Infracción al artículo 1º de la Ley N° 18.838, mediante exhibición del programa "Bienvenidos" el día 22 de agosto de 2014, en cuyo segmento no se habría observado el respeto debido a la formación espiritual e intelectual de la niñez y la juventud. En dicha exhibición se comentó la iniciación sexual de la "voz en off" de dicho programa, don Jaime Davagnino, a la edad de 14 años, con una mujer de 37 años, lo cual se estimó que sería atentatorio contra el "desarrollo de la personalidad del menor". Esta multa administrativa se encuentra pagada.	Multa de 100UTM
1 de abril de 2015	Infracción al artículo 1 de la Ley N° 18.838 mediante la exhibición del programa "Teletrece AM", el día 31 de octubre de 2014, en el cual, el CNTV estimó que en una nota periodística se exhibieron elementos que en su conjunto permitieron la identificación de un menor de edad sindicado como autor de varios delitos de incendio, lo cual entraña la vulneración de su dignidad personal. Esta multa administrativa se encuentra pagada.	Multa de 100UTM
06 de agosto de 2015	Infracción al artículo 1 de la Ley N° 18.838, mediante la emisión del noticiero "Teletrece Noche" efectuada el día 28 de enero de 2015, en donde se atentó en contra de la dignidad personal de un menor de edad agredido por su padre. En dicha nota periodística se muestra la cuña del menor de edad siendo entrevistado por el periodista, dándose inicio a la misma, mediante la siguiente pregunta: ¿Tú quierés a tú papá? Esta multa administrativa se encuentra pagada.	Multa de 300 UTM

NOTA 34**Hechos posteriores**

Entre la fecha de cierre de los estados financieros al 31 de diciembre 2015 y la fecha de emisión del presente informe no se han registrado hechos posteriores.

| 204 |

| 205 |

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA RADIODIFUSIÓN

	2015 M\$	2014 M\$
Activos		
Activos corrientes	2.660.883	2.163.415
Activos no corrientes	11.758.420	11.731.119
Total activos	14.419.303	13.894.534
Pasivos y patrimonio		
Pasivos corrientes	2.877.149	1.737.495
Pasivos no corrientes	10.314.417	10.086.750
Total pasivos	13.191.566	11.824.245
Total patrimonio	1.227.737	2.070.289
Total pasivos y patrimonio	14.419.303	13.894.534
 Ingresos de actividades ordinarias	3.734.102	3.872.554
Costo de ventas	-3.083.039	-2.317.638
Ganancia bruta	651.063	1.554.916
Ganancia (pérdida) antes de impuestos	-967.462	-3.109.622
(Gasto) ingreso por impuestos a las ganancias	124.910	1.141.012
Ganancia (pérdida) del ejercicio	-842.552	-1.968.610
Resultado integral total	-842.552	-1.968.610
 Flujo de efectivo netos, actividades de operación	-550.040	99.339
Flujo de efectivo netos, actividades de inversión	-32.923	6.554
Flujo de efectivo netos, actividades de financiación	517.330	5.010
Incremento (disminución) neto en efectivo y efectivo equivalente	-65.633	110.903
Efecto de las variaciones en las tasas de cambio sobre el efectivo y efectivo equivalente		
Efectivo y equivalente al efectivo, saldo inicial	151.471	40.568
Efectivo y equivalente al efectivo, saldo final	85.838	151.471
 Saldo inicial patrimonio	2.070.289	3.699.447
Resultado integral	-842.552	-1.968.610
Otros cambios en el patrimonio		
Saldo final patrimonio	1.227.737	2.070.289

ANÁLISIS RAZONADO DE LOS EE.FF. CONSOLIDADOS DE CANAL 13 S.A.

| 206 |

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

2015

MEMORIA ANUAL

1.1 INDICADORES DE ACTIVIDAD

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

(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 período.

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

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

(i) 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 corriente	Total
Saldo inicial al 1º de enero 2015	10.489.074	17.359.218	27.848.292
Saldo final 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	30-12-2014
Razón de Endeudamiento:	Pasivos totales Patrimonio	Veces	3,27
Proporción Deuda Corriente:	Pasivos financieros corrientes Pasivos financieros totales	%	28,30
Proporción Deuda No Corriente:	Pasivos financieros no corrientes Pasivos financieros totales	%	71,70
Cobertura Intereses:	Resultado antes de impuestos e intereses (i) Intereses pagados (2)	Veces	38,67

(i) 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:

| 210 |

	31-12-15 M\$	31-12-14 M\$	Variación M\$	Variación %
Ingresos de 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%
Ganancia (pérdida) antes de impuestos	(4.219.409)	(23.584.345)	19.364.936	-82,11%
Gasto 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%
R.A.I.I.D.A. (2)	3.554.253	(12.024.865)	15.579.118	-129,56%

MEMORIA ANUAL 2015

(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.

2.2 INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS

	31-12-2015 M\$	31-12-2014 M\$	Variación M\$	Variación %
Ingresos de actividades ordinarias	84.281.856	73.303.477	10.978.379	14,98%
TVAbierta eInternet	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.

| 211 |

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 M\$	31-12-2014 M\$	Variación M\$	Variación %
TELEVISIÓN ABIERTA				
Rating Comercial Horario Prime(i)	%	5,2	4,7	0,7 10,72
INTERNET				
Navegadores únicos (2)	Promedio mensual	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. **Fuente:** Ipsos.

INDICADORES OTROS EXPLOTACIÓN

	31-12-2015 M\$	31-12-2014 M\$	Variación M\$	Variación %
CABLE				
Rating en miles de personas (i)	%	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 períodos 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.

| 214 |

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.

| 2015

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.

	31-12-2015 M\$	31-12-2014 M\$
Total activos	128.514.473	121.122.981
Menos:		
Otros activos financieros, corrientes (instrumentos derivados)	3.058.571	718.641
Activos por impuestos, corrientes	4.154.645	4.060.966
Activos por impuestos 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

| 215 |

4 ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES COMPONENTES DEL FLUJO DE EFECTIVO

| 216 |

	31-12-15 M\$	31-12-14 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 flujos de efectivo netos	1.160.906	(670.148)
Efectivo y equivalente al efectivo al principio	335.093	1.005.243
Efectivo al final del periodo	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 indefi-

nidas 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.

| 217 |

6 ANÁLISIS DE LAS VARIACIONES MÁS IMPORTANTES OCURRIDAS EN EL MERCADO

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

QUE PARTICIPA, EN LA COMPETENCIA QUE ENFRENTA Y EN SU PARTICIPACIÓN RELATIVA

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).

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

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. | 218 |

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. | 215 |

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 contrapartante 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.

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 filmico, 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. | 219 |

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 corre-

lacionada 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

| 220 | 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 entretenimiento 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

| 221 | 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. | 222 |

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. | 2015 |

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 mo-

dernas (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, estable-

ciendo 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. | 223 |

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.

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

| 226 |

Los Directores y el Gerente General que suscriben esta memoria por el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2015 declaran bajo juramento que el contenido de ella es veraz conforme a la información que han tenido en su poder.

Esta declaración de responsabilidad ha sido suscrita, conforme lo dispone la Norma de Carácter General N°346, por los directores y por el gerente general de la Compañía, cuyas firmas constan en los ejemplares que se encuentran en poder de la Compañía.



René Cortázar Sanz

Presidente

RUT: 5.894.548-K



Patricio Donoso Ibáñez

Director

RUT: 6.375.220-7



Carolina García de la Huerta Aguirre

Directora

RUT: 7.474.129-0



Silvia Pellegrini Ripamonti

Directora

RUT: 5.454.253-4



Rodrigo Terré Fontbona

Director

RUT: 9.011.344-5



Marcelo Von Chrismar Werth

Director

RUT: 5.154.505-2

| 227 |



CANAL 13

MEMORIA ANUAL