



CONTENIDOS

GOBIERNO CORPORATIVO	06
CANAL 13 EN 2012	20
ASÍ SE PRODUCE EN EL 13	60
LA CARTELERIA DEL 13	68
OTRAS PLATAFORMAS	108
GESTIÓN	118
INFORMACIÓN DE LA COMPAÑÍA	126
ACTIVIDADES Y NEGOCIOS DE LA COMPAÑÍA	136
POLÍTICAS DE LA COMPAÑÍA	168
INFORMACIÓN FINANCIERA	176



CARTA DEL PRESIDENTE

NICOLÁS EYZAGUIRRE G.



SEÑORES ACCIONISTAS:

Al iniciar este balance del año 2012 me gustaría recordar el desafío al que nos enfrentamos todos los días. Hacer televisión es habitar en el territorio de los deseos, sueños y expectativas de las personas. Es trabajar en un lugar en que acuden muchos lugares, diversas impresiones e ideas en debate. Hacerlo bien es a la vez presentar y representar estos lugares sin dejar de cuidar los activos de la empresa. La televisión entra en la casa, registra momentos, hace historia. Es parte de la vida privada de los chilenos, y parte de su debate público. En ese sentido, el año 2012 fue un año que vivimos intensamente, con una pantalla muy activa, con equipos produciendo televisión de alta calidad y que lograron una profunda conexión con los gustos e intereses de los chilenos.

Los 53 años de trayectoria de Canal 13 nos permitieron singularmente renovarnos desde la tradición. Supimos identificar, entretener e innovar, ganando el liderazgo en la industria televisiva local. Las cifras avalan esta percepción. Si en 2011 logramos que cuatro de los programas más vistos del año fueran exhibidos en nuestro canal, en 2012 doblamos esa cifra. Fue el año de “Soltera otra vez”, “Mundos opuestos”, “Los 80”,

“En su propia trampa”, “Pareja perfecta”, “Vértigo”, “Atrapa los millones” y “Mi nombre es VIP”. Programas completamente distintos entre sí, que probaron la diversidad de nuestra pantalla. Programas que tenían en común unos estándares únicos de calidad.

En 2012 supimos contar historias, escuchar a nuestra audiencia, mostrar mundos opuestos y cercanos. Todo eso se vio reflejado en los resultados comerciales de 2012: \$7.785 millones se registraron como utilidades. En este lapso, Canal 13 y sus trabajadores reforzaron su compromiso con la firma de un nuevo convenio colectivo a tres años plazo. Esta situación refleja el clima laboral actual de la estación y confirma la voluntad de enfrentar juntos los desafíos a futuro.

El 13 no sólo marcó las pantallas de Chile, sino que exportó formatos a otras latitudes. El reality show “Mundos opuestos” fue vendido para su adaptación a mercados internacionales –como Colombia y Estados Unidos– en un hecho inédito en la industria local.

Canal 13 tuvo presencia en las páginas especializadas en TV en el mundo con la celebración de los 50 años de “Sábado gigante”, el programa

más longevo de la televisión internacional. Su conductor, Mario Kreutzberger, presentó cuatro galas que conmemoraron el aniversario y unieron a varias generaciones en la vivencia de un espacio que marca la historia televisiva.

Mirando su trayectoria y construyendo hacia el futuro, Canal 13 inició a fines de 2012 el proceso de inscripción como sociedad anónima en la Superintendencia de Valores y Seguros. Este hito confirma la posición de liderazgo de la estación dentro de una industria cada día más competitiva.

Somos una tradición que se renueva, un compromiso que encuentra nuevas formas de comunicar, decir, contar el Chile de siempre, el de hoy y el de mañana. Somos también una empresa sana que se abre a nuevos mercados sin temor.

El año 2013, el número de nuestra frecuencia en la televisión abierta, nos obliga a seguir y redoblar la apuesta.

A handwritten signature in dark ink, reading "Nicolás Eyzaguirre Guzmán". The signature is fluid and cursive, with the first name "Nicolás" being more prominent.

NICOLÁS EYZAGUIRRE GUZMÁN
PRESIDENTE DEL DIRECTORIO CANAL 13 SPA

GOBIERNO --- CORPORATIVO

DIRECTORIO CANAL 13

NICOLÁS EYZAGUIRRE | ANDRÓNICO LUKSIC |
RODRIGO ÁLVAREZ | ALBERTO ARENAS |
PATRICIO DONOSO | ALEJANDRO JADRESIC |
SILVIA PELLEGRINI | MARTÍN RODRÍGUEZ |
RODRIGO TERRÉ | FABIO VALDÉS |
MARCELO VON CHRISMAR

DIRECTORIO



NICOLÁS EYZAGUIRRE G.
PRESIDENTE

Ingeniero Comercial de la Universidad de Chile y Doctor (c) en Economía de la Universidad de Harvard, Estados Unidos. Fue director del Departamento para el Hemisferio Occidental del Fondo Monetario Internacional (FMI). Ex Ministro de Hacienda de Chile.



ANDRÓNICO LUKSIC C.
DIRECTOR

Presidente de Quiñenco S.A.; Vicepresidente del Banco de Chile; Presidente de Compañía Cervecerías Unidas S.A.; Vicepresidente de Compañía Sudamericana de Vapores S.A.; Director de Antofagasta Minerals plc. y Madeco S.A.; Consejero de la SOFOFA y miembro del Consejo de la Fundación Chilena del Pacífico.



RODRIGO ÁLVAREZ Z.
DIRECTOR

Abogado de la Pontificia Universidad Católica. Doctor en Derecho en la Universidad de Navarra, España, y Máster en la Universidad de Harvard, Estados Unidos. Ex Diputado de la región de Magallanes y Ex Presidente de la Cámara de Diputados. Ex Subsecretario de Hacienda y Ex Ministro de Energía.



ALBERTO ARENAS DE M.
DIRECTOR

Ingeniero Comercial de la Universidad de Chile y Doctor en Economía de la Universidad de Pittsburgh, Estados Unidos. Ex Director de Presupuestos del Ministerio de Hacienda. Investigador del Centro de Microdatos del Departamento de Economía de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad Chile.



PATRICIO DONOSO I.
DIRECTOR

Ingeniero Civil de la Pontificia Universidad Católica de Chile (PUC) 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.



ALEJANDRO JADRESIC M.
DIRECTOR

Ingeniero Civil Industrial de la Universidad de Chile y Doctor en Economía de la Universidad de Harvard. Decano de la Facultad de Ingeniería y Ciencias de la Universidad Adolfo Ibáñez. Fue Ministro Pdte. de la Comisión Nacional de Energía y ha integrado directorios de empresas de telecomunicaciones, electricidad y servicios sanitarios.


SILVIA PELLEGRINI R.

DIRECTORA

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


MARTÍN RODRÍGUEZ G.

DIRECTOR

Ingeniero Comercial de la Pontificia Universidad Católica de Chile, Máster en Economía en dicha Universidad y MBA de UCLA, Estados Unidos. Gerente de Estrategia y Control de Gestión de Quiñenco y Director de Enex, CCU Chile, Madeco, Madeco Mills, Alusa, Indalum, Banchile Seguros de Vida y Foods.


RODRIGO TERRÉ F.

DIRECTOR

Ingeniero Civil Industrial de la Universidad de Chile. Gerente General de Inversiones Consolidadas S.A., Agrícola Cerrito S.A., Inversiones Salta S.A. y Las Margaritas S.A. Presidente de Transacciones e Inversiones Arizona S.A.; Director suplente de Aguas Andinas S.A.; Director Fundación Amparo y Justicia y Fundación Educacional Oportunidad.


FABIO VALDÉS C.

DIRECTOR

Ingeniero Comercial de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Director de Sonda; Vicepresidente de Clínica Santa María; Presidente de Clínica Dávila y Director de Empresas Penta. Ex presidente de Icare; ex Vicepresidente de la Asociación de Isapres; ex Director de la Sociedad Nacional de Agricultura y ex Presidente de Radio Agricultura.


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. Ex Rector Duoc UC y ex Director Ejecutivo de Canal 13; Director de Dictuc S.A. y miembro del Consejo Nacional de Innovación para la Competitividad.

EQUIPO
EJECUTIVO
2012



DIRECTOR EJECUTIVO

DAVID BELMAR

GERENTE DE PERSONAS

PATRICIA MUÑOZ

CONTRALOR GENERAL

MANUEL VEGA

GERENTE DE PRODUCCIÓN

ANDREA DELL'ORTO

GERENTE DE DESARROLLO

ALEJANDRA HINOJOSA

GERENTE DE MARKETING Y MEDIOS DIGITALES

CHRISTOPHER NEARY

GERENTE DE COMUNICACIONES

ALEJANDRA PÉREZ

**DIRECTOR DE
PROGRAMACIÓN**

PATRICIO HERNÁNDEZ

**DIRECTORA DE
PRENSA**

PILAR BERNSTEIN

**DIRECTOR
COMERCIAL**

LUIS HERNÁN BROWNE

**DIRECTOR DE
GESTIÓN Y PLANEAMIENTO**

ALEJANDRO CARBONI

**DIRECTOR DE ESTRATEGIA
Y NUEVOS NEGOCIOS**

JULIÁN HERMAN

53 AÑOS
DE HISTORIA

GRACIAS AL EMPEÑO de un grupo de estudiantes, académicos y trabajadores de la Pontificia Universidad Católica, liderados por el ingeniero Pedro Caraball, el 21 de agosto de 1959 nace Canal 13. Para desarrollar su proyecto televisivo, la Pontificia Universidad Católica formó la Corporación de Televisión, que en adelante impulsará un medio de comunicación que será un participante activo de la vida cotidiana de los chilenos.

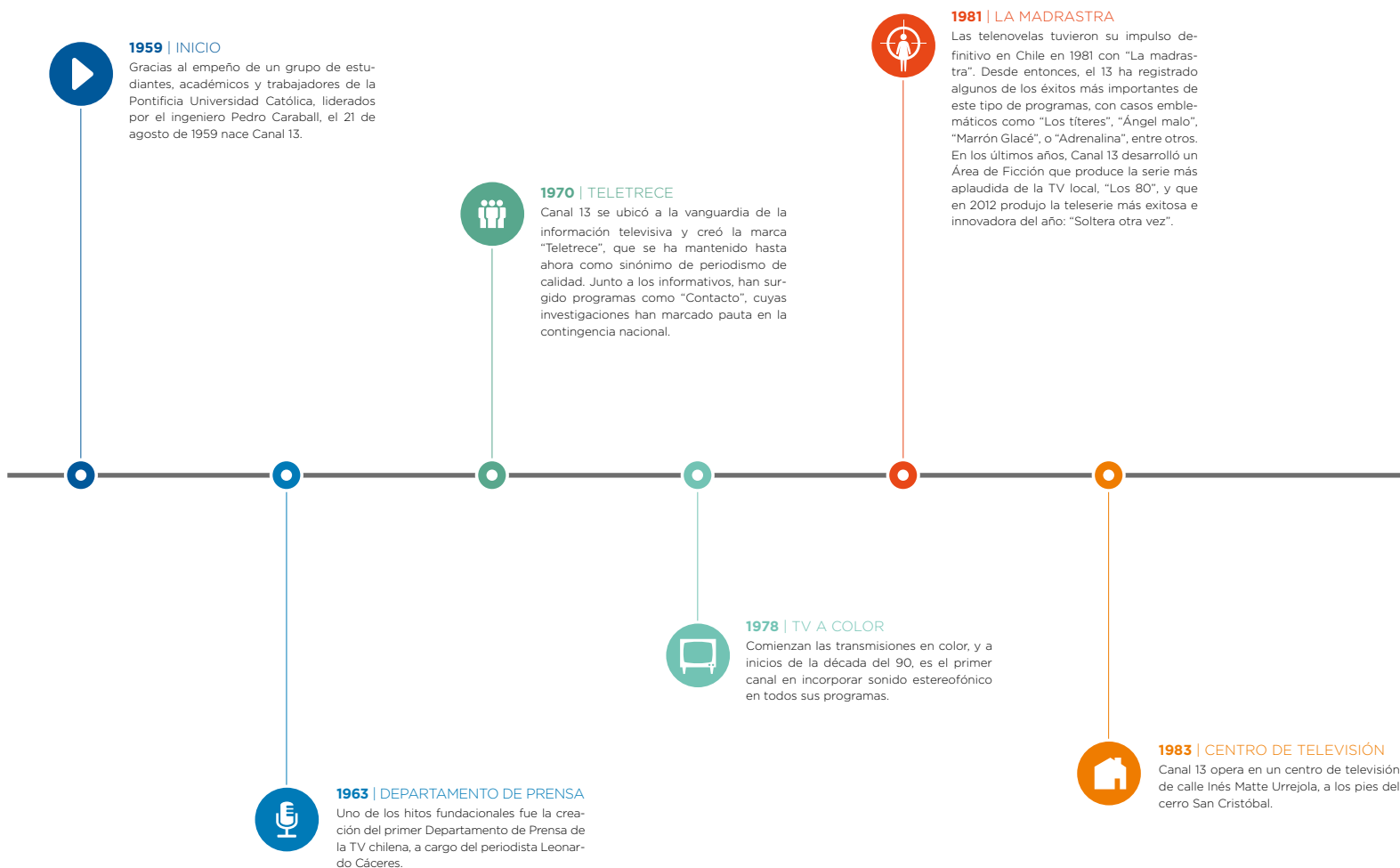
La estación se ha destacado, en sus más de cinco décadas de historia, por mantener una relación estrecha con los televidentes, desde distintos ámbitos y con diversos enfoques. La

entrega informativa fue uno de los objetivos desde el inicio. Así, uno de los hitos fundacionales fue la creación, en 1963, del primer Departamento de Prensa de la TV chilena, a cargo del periodista Leonardo Cáceres. Canal 13 se ubicó a la vanguardia de la información televisiva y, ya en 1970, creó la marca “Teletrece”, que se ha mantenido hasta ahora como sinónimo de periodismo de calidad. Junto a los informativos, han surgido programas como “Contacto”, cuyas investigaciones han marcado pauta en la contingencia nacional.

En los 70, “Sábado gigante” figuraba ya como un espacio consolidado, que reunía a la familia con contenidos que abarcaban distintos intereses: desde la entretención, la música y el humor, hasta los consejos prácticos y la ayuda social, junto a interesantes recorridos por Chi-

le y el mundo en segmentos como “La cámara viajera” y “Usted no conoce Chile”. El formato, desde fines de los 80, se exportó a Estados Unidos, transformando a su conductor, Mario Kreutzberger, Don Francisco, en una figura principal de la TV en español. En 2012, “Sábado gigante” batió récord en la televisión mundial, celebrando sus 50 años en pantalla. En Canal 13 el hito se conmemoró con un ciclo especial de cuatro programas en horario estelar.

Durante su historia, Canal 13 se ha caracterizado por promover en pantalla el desarrollo de diversos géneros televisivos. Las telenovelas tuvieron su impulso definitivo en Chile en 1981 con “La madrastra”. Desde entonces, el 13 ha registrado algunos de los éxitos más importantes de este tipo de programas, con casos emblemáticos como “Los títeres”, “Ángel malo”, “Marrón



Glacé", o "Adrenalina", entre otros. En los últimos años Canal 13 desarrolló un Área de Ficción que produce la serie más aplaudida de la TV local, "Los 80", y que en 2012 realizó la teleserie más exitosa e innovadora del año: "Soltera otra vez".

La cultura ha estado presente en espacios como "Al sur del mundo", el proyecto educacional "Teleduc", la serie "Mundo" y más recientemente, en espacios como "Santiago no es Chile" y el ciclo "Recomiendo Chile", que rescata la gastronomía nacional y que durante 2012 presentó su quinta temporada.

El 13 también ha hecho historia en la TV local con estelares de gran producción, que se desarrollaron bajo el mando del director Gonzalo Bertrán. Espacios como "Esta noche... fiesta", "Martes 13", "Viva el lunes" contaron con su firma. Tras su fallecimiento, la tradición la

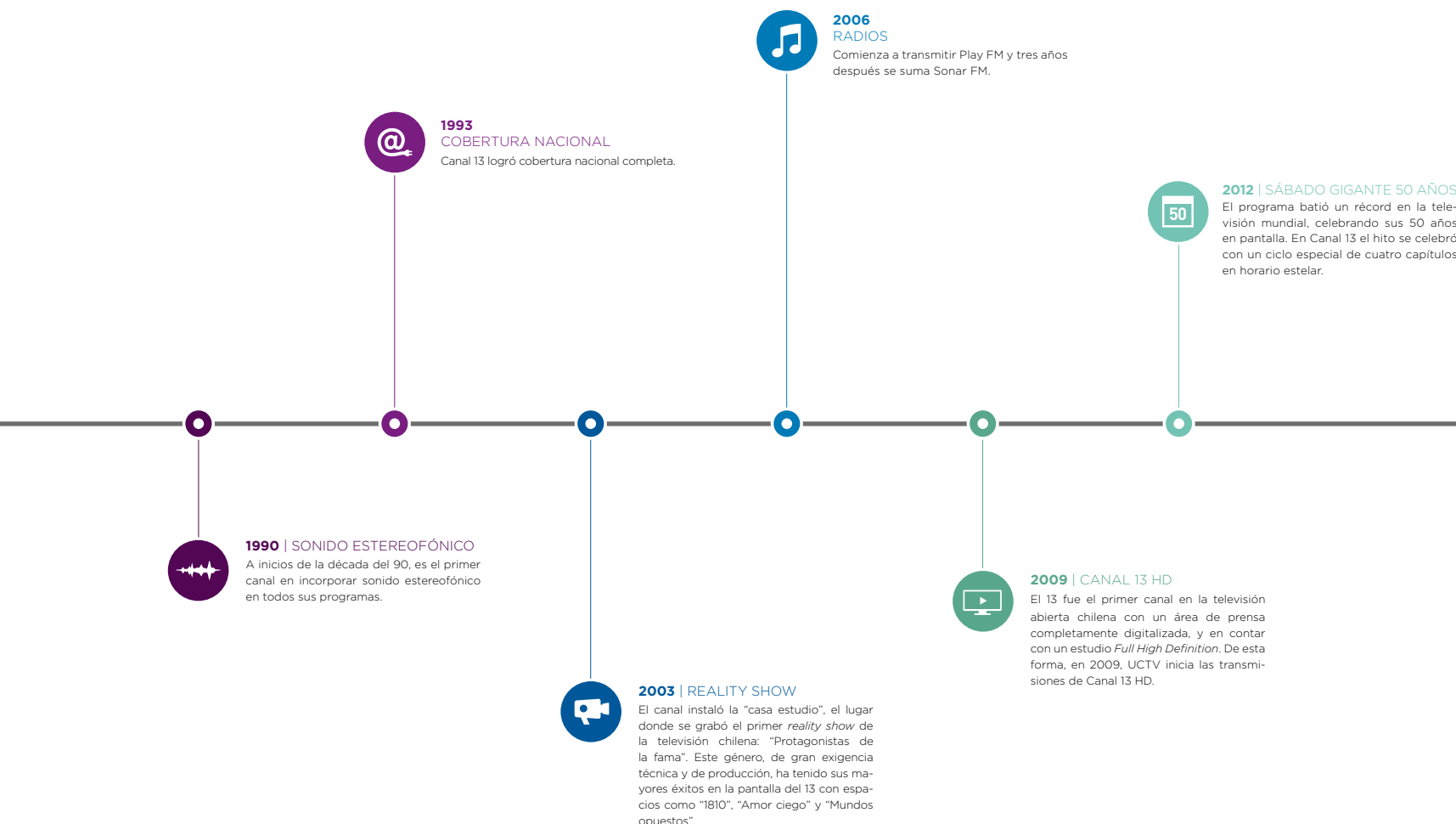
continuaron programas como "Vértigo" y "Mi nombre es", de gran éxito hasta hoy.

Desde 1983, Canal 13 opera en un centro de televisión de calle Inés Matte Urrejola, a los pies del cerro San Cristóbal. Fue en ese lugar donde en 2003 el canal instaló 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". Este último es un formato original del canal que logró venderse para su adaptación en mercados como Colombia y Estados Unidos.

Otra de las preocupaciones permanentes de Canal 13 ha sido mantenerse en el liderazgo tecnológico. En 1978 comienzan las trans-

misiones en color, y a inicios de la década del 90, es el primer canal en incorporar sonido estereofónico en todos sus programas. Poco después, en 1993, Canal 13 logró cobertura nacional completa. El 13 fue el primer canal en la televisión abierta chilena con un área de prensa completamente digitalizada, y con un estudio *Full High Definition*. De esta forma, en 2009, UCTV inicia las transmisiones de Canal 13 HD.

Canal 13 amplió su labor más allá de la pantalla televisiva: creando la señal Internet, hoy conocida como 13.cl. En 2006 comienza a transmitir Play FM y tres años después se suma radio Sonar FM. En 2012 se anuncia la adquisición de las radios Horizonte y Oasis, cuya materialización ha sido autorizada por los organismos competentes.



En septiembre de 2010, Canal 13 inicia un proceso de reorganización, con el fin de asociarse a Inversiones TV Medios Limitada, controlada por el empresario Andrónico Luksic. Para ese efecto, con fecha 9 de septiembre de 2010 se constituyó la sociedad UTV SpA, hoy la Compañía, de la cual su único accionista era la Pontificia Universidad Católica. Luego, con fecha 2 de noviembre de 2010, se aumentó el capital de UTV SpA, comprometiéndose la Pontificia Universidad Católica a aportar la totalidad de dicho aumento mediante la contribución de todo el patrimonio asociado al negocio de Canal 13. Esto se materializó paulatinamente, finalizando el 24 de junio de 2011.

Con fecha 19 de noviembre de 2010, la PUC e Inversiones TV Medios Limitada celebraron un contrato de compraventa de acciones de la

Compañía sujeto a algunas condiciones que se dieron por cumplidas con fecha 22 de marzo de 2012, ingresando Inversiones TV Medios Limitada en la propiedad de la Compañía. En esa misma fecha, la sociedad Inversiones Canal 13 SpA -luego del cumplimiento de una serie de condiciones suspensivas y del perfeccionamiento del aporte de capital referido a todo el negocio de UCTV realizado por la PUC en la Compañía- adquirió la totalidad de las acciones de Canal 13 de manos de Inversiones TV Medios Limitada y de la PUC. A esta fecha, Inversiones TV Medios Limitada y la PUC son propietarias del 67% y 33% de las acciones de Inversiones Canal 13 SpA, respectivamente.

El acuerdo de los accionistas para transformar Canal 13 en una sociedad anónima abierta fue adoptado con fecha 28 de diciembre de

2012 en Junta Extraordinaria de Accionistas, en la que se aprobó iniciar el proceso de inscripción de la Compañía y sus acciones en la Superintendencia de Valores y Seguros, así como otros acuerdos relevantes que constan a esta fecha, en sus estatutos refundidos, acordados en la misma Junta.

A meses de celebrar sus 54 años de vida, Canal 13 es una estación en pleno movimiento. Un motor de la industria televisiva, un canal con un fuerte acento en la innovación y la calidad, y una fuente de información, compañía y entretenimiento para millones de chilenos y chilenas.





EL PÚBLICO FUE PROTAGONISTA EN
"SÁBADO GIGANTE". DURANTE DIEZ
AÑOS, DON MANUEL MOLINA (EN LA
FOTO) FUE INVITADO PERMANENTE
AL PROGRAMA DE MARIO
KREUTZBERGER, DON FRANCISCO.



LA COMPAÑÍA, LA ENTRETENCIÓN Y EL HUMOR HAN MARCADO PRESENCIA EN LOS PROGRAMAS MAGAZINESCOS DEL CANAL. EN LA IMAGEN, **JOSÉ ALFREDO FUENTES, “EL POLLO”,** Y **“EL CARMELO”,** PERSONAJE DE DANIEL MUÑOZ.



EL GÉNERO
REALITY SHOW SE
INSTALÓ EN EL
PAÍS GRACIAS A
**“PROTAGONISTAS
DE LA FAMA”**.
EN LA IMAGEN,
CUATRO
PARTICIPANTES
DEL PROGRAMA:
ÁLVARO BALLERO,
JANIS POPE,
CATALINA BONO Y
ÓSCAR GARCÉS.

CANAL 13 EN 2012

HITOS PROGRAMÁTICOS | RATING ANUAL |
PROGRAMAS MÁS VISTOS

HITOS PROGRAMÁTICOS

ENTRE ENERO Y DICIEMBRE de 2012, Canal 13 consiguió doce meses de liderazgo ininterrumpido en audiencia: fue la constatación de que el 13, como ningún otro canal, logró expresar e interpretar a la sociedad chilena actual.

En este período la programación de Canal 13 apeló a la razón y el corazón de sus televidentes, reflejó sus experiencias cotidianas, sus sueños y deseos, y manifestó en varios ámbitos cuáles son los temas esenciales para los chilenos y chilenas de hoy. “La mayoría de los programas más exitosos del 13 en 2012 fueron contenidos que se vincularon con las audiencias y sus conflictos vitales, tanto en su espacio íntimo como en el ámbito público. La mujer asumiéndose como protagonista de su propia vida y su entorno; la historia de un Chile que nos une; el valor del esfuerzo y mérito para conseguir un logro, fueron

parte de una matriz diversa que conectó con una audiencia que les otorgó un significado y valor propio”, define Alejandra Hinojosa, Gerente de Desarrollo.

El 13 se nutrió de historias y temas que permitieron a las personas identificarse. El vínculo también alcanzó a las imágenes, a través de los escenarios y protagonistas escogidos. Las calles de Santiago fueron el contexto para las aventuras de Cristina Moreno, la protagonista de “Soltera otra vez”, una trama que logró que millones de mujeres y hombres junto a sus parejas, amigas y amigos, se unieran para comentar lo que sucedía en la teleserie. El *reality* “Mundos opuestos” consiguió un fenómeno en la pantalla y fuera de ella: el programa fue objeto de interpretaciones sociológicas y reflexiones acerca de la desigualdad y la meritocracia de la sociedad chilena.

En conjunto, la propuesta del canal es fruto de los intensos esfuerzos de equipos altamente especializados y con capacidad para empatizar

con los televidentes, reflejándose en programas con factura de alta calidad, que es uno de los más importantes sellos de nuestra producción.

Con todos estos elementos, la programación del 13 consiguió ser transversal en alcance y contenido. Se acercó al público y lo empoderó con “En su propia trampa”, lo emocionó con “Los 80” y “Vida por vida”, le hizo sentir el valor de la información con “Teletrece”, lo divirtió con los participantes de “Atrapa los millones” y “Quién quiere ser millonario: alta tensión”, y lo hizo valorar el esfuerzo y talento en “Mi nombre es VIP”.

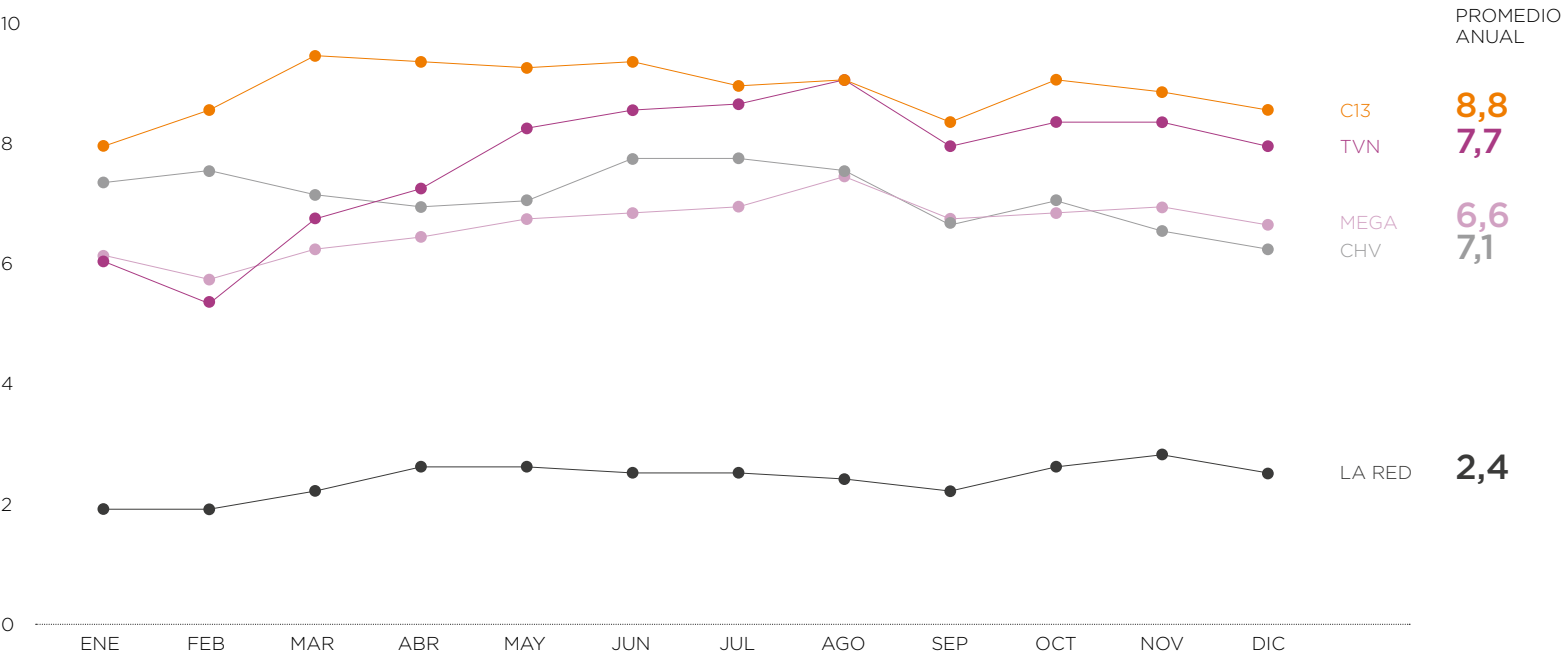
Combinando géneros, afirmando su gran factura y apostando a transformarse en un aporte para la vida ciudadana y la entretención de los chilenos, Canal 13 consiguió ser la estación de los fenómenos televisivos de 2012.



RATING ANUAL

RATING HOGAR TOTAL








CANALES DE TV ABIERTA



“2012 FUE UN AÑO EXCEPCIONAL. DOCE MESES EN QUE PUDIMOS CAPTURAR EL INTERÉS DE LAS PERSONAS, EMOCIONARLAS E INVOLUCRARLAS CON UNA PROGRAMACIÓN ATRACTIVA E INNOVADORA. NUESTRAS PROPUESTAS RECOGIERON REALIDADES Y ABRIERON CONVERSACIÓN Y DEBATE, CUMPLIENDO CON UNA DE NUESTRAS METAS MÁS EXIGENTES: SER UN MEDIO DE COMUNICACIÓN RELEVANTE PARA LAS PERSONAS EN LOS DISTINTOS ÁMBITOS DE SUS VIDAS. ESTO ES POSIBLE GRACIAS A EQUIPOS CREATIVOS, EXPERIMENTADOS Y COMPROMETIDOS, COMO LOS QUE FORMAN CANAL 13”.

DAVID BELMAR, DIRECTOR EJECUTIVO

PROGRAMAS MÁS VISTOS EN 2012

	PROGRAMA	CANAL	RATING HOGAR
1	SOLTERA OTRA VEZ 	CANAL 13	26,8
2	MUNDOS OPUESTOS 	CANAL 13	26,2
3	LOS 80 	CANAL 13	25,9
4	EN SU PROPIA TRAMPA 	CANAL 13	25,6
5	PAREJA PERFECTA 	CANAL 13	22,7
6	VÉRTIGO 	CANAL 13	22,1
7	ATRAPA LOS MILLONES 	CANAL 13	21,1
8	POBRE RICO	TVN	20,9
9	MI NOMBRE ES VIP 	CANAL 13	20,7
10	SEPARADOS	TVN	19,6

NOTA: SE EXCLUYEN MICROPROGRAMAS Y EVENTOS.

“UNA PANTALLA PARA ESTREMECERSE, REFLEJARSE, INFORMARSE Y CONECTARSE CON EL CHILE DE 2012. ESO FUE LO QUE, CON DISTINTOS GÉNEROS Y FORMATOS, OFRECIMOS EN ESTE PERÍODO. FUE UNA PROPUESTA QUE EL PÚBLICO RESPALDÓ CON CRECES Y QUE NOS PERMITIÓ ACOMPAÑAR A LAS PERSONAS CON PROGRAMAS QUE NOS ENTREGAN UNA PERSPECTIVA CERCANA DEL CHILE DE HOY Y QUE, EN TÉRMINOS DE REALIZACIÓN, FORMARÁN PARTE DE LOS HITOS DE LA TELEVISIÓN DE NUESTRO PAÍS”.

PATRICIO HERNÁNDEZ, DIRECTOR DE PROGRAMACIÓN



SOLTERA OTRA VEZ

RATING:
26,8 puntos.

EQUIPO:
Producido por el Área de Ficción de Canal 13. Producción ejecutiva: Herval Abreu.

LAS ANDANZAS, ACIERTOS Y TROPIEZOS DE Cristina Moreno (Paz Bascuñán) se convirtieron en la compañía ideal de miles de chilenas y chilenos durante el invierno de 2012. Ella fue la protagonista de “Soltera otra vez”: la historia de una mujer que sorprende a su pareja Rodrigo “Monito” (Cristián Arriagada) con otra más joven (Nicole, encarnada por Josefina Montané); y de cómo se reconstruye tras ese episodio. Así, conocimos al variopinto conjunto de “pasteles” con los que Cristina intentaba recomponer su vida amorosa, acompañada de un entrañable grupo de amigas y amigos que nutrió de historias intensas y paisajes cotidianos a la producción. Una teleserie que también se destacó por un tratamiento audiovisual innovador para el género. Pero, como siempre, al final estuvo el amor: el que unió a Cristina con su vecino Álvaro (Pablo Macaya), en un romance que continuará.





“CRISTINA, MIRA EL LADO DEL VASO QUE ESTÁ LLENO. TU POLOLO TE ACABA DE PEGAR UNA PATADA YA SABEMOS DÓNDE... PERO ¿QUÉ MÁS?, ¿QUÉ OTRA COSA MALA TE PUEDE PASAR? LAS PROBABILIDADES DIRÍAN QUE AHORA DEBEN VENIR SÓLO COSAS BUENAS. CONFÍA EN LAS MATEMÁTICAS”.

ÁLVARO (PABLO MACAYA) Y SU INTENTO POR ANIMAR A CRISTINA (PAZ BASCUÑÁN)







MUNDOS OPUESTOS

RATING:
26,2 puntos.

EQUIPO:
Producido por el equipo de *Reality* de Canal 13. Producción ejecutiva: Sergio Nakasone.

UNA VEINTENA DE PARTICIPANTES QUE COMPI-ten por alojar en un mundo lleno de comodidades, o tener que enfrentar las privaciones y sacrificios de un entorno adverso. Esa fue la premisa básica de “Mundos opuestos”, pero el *reality show* –estrenado por Canal 13 el domingo 15 de enero de 2012– fue mucho más allá. Conducido por Karla Constant y Sergio Lagos, mezcló a figuras de la farándula como Francisco Huaiquipán y el mago Tony Kamo, con nuevos personajes que alcanzaron popularidad inmediata, como Sebastián Roca, Fanny Cuevas, Juan “Chispa” Lacassie, y Viviana Flores. Fue alabado por el despliegue de la producción, por sus escenografías, por la estructura de sus capítulos y por la creatividad en sus competencias y juegos. Finalmente, se transformó en un fenómeno más allá de la pantalla, convirtiéndose en el pilar de la renovación del género de telerrealidad en el país.



“PESE A QUE GANÉ MUCHAS COSAS, EL PREMIO MÁS GRANDE ES EL CARIÑO DEL PÚBLICO. SOY UNA LUCHADORA Y LLEGUÉ HASTA ACÁ POR USTEDES. SOMOS GENTE DE ESFUERZO Y NOS MERECEMOS ALCANZAR UNA FINAL”.

FANNY CUEVAS (EN LA FOTO DE LA IZQUIERDA) AL DESPEDIRSE DE “MUNDOS OPUESTOS”





LOS 80

RATING:

25,9 puntos en su quinta temporada.

EQUIPO:

Producido por el Área de Ficción de Canal 13 y Wood Producciones. Producción ejecutiva: Alberto Gesswein.

ENTRE SUS MÚLTIPLES MÉRITOS, “LOS 80” ES LA única serie dramática local en llegar a una quinta temporada, consiguiendo una alta sintonía y alcanzando una gran conexión emocional con la audiencia, que considera como propia la historia de la familia Herrera. En este ciclo, ambientado en 1987, destacaron escenas como la recreación del ambiente vivido durante la visita del Papa Juan Pablo II. Juan (Daniel Muñoz), Ana (Tamara Acosta) y sus hijos, nuevamente se enfrentaron a los altos y bajos de la vida: la emoción del primer nieto; la frustración de una estafa que complica los sueños; la ternura y viveza de Anita, la más pequeña del clan; los dolores de cabeza de la adolescencia y de la entrada a la adultez. Con estos elementos, nuevamente los Herrera mantuvieron su sitio de privilegio en la TV local y se despidieron preparando a la familia para una nueva entrega.









“ÉSTA ES SU CASA, HIJA. ES SU CASA Y USTED NO SE TIENE QUE SENTIR SOLA, PARA ESO TIENE A SU FAMILIA... USTED ES MI HIJA Y NO QUIERO QUE SE VUELVA A IR NUNCA MÁS DE ACÁ. NUNCA”.

JUAN HERRERA (DANIEL MUÑOZ) AL RECIBIR DE REGRESO A SU HIJA CLAUDIA (LORETO ARAVENA)



EN SU PROPIA TRAMPA

RATING:

25,6 puntos en su segundo ciclo.

EQUIPO:

Producido por el Área de Contenidos de Realidad de Canal 13. Producción ejecutiva: Rodrigo Leiva.

CONDUCTO POR EL PERIODISTA EMILIO Sutherland, el programa se destaca por abordar temas cotidianos, llevando sus cámaras a las calles del país, realizando investigaciones y seguimientos para descubrir los engaños y artimañas a los que el ciudadano común está expuesto. Fue el espacio revelación de 2011 y logró reinventarse para un segundo año que se enfocó en “la revancha de las víctimas”. Así, los operativos del programa mantuvieron su emoción y ganaron en complejidad. Entre los atractivos de la temporada estuvo la inclusión de personalidades del canal en las trampas para los estafadores. Martín Cárcamo se disfrazó y transformó en el “tío Martín” para desenmascarar a un médico sin licencia. Desde falsos mendigos y curanderos que ponen a prueba la buena fe del público, a bandas internacionales dedicadas a “cambiazos” de tarjetas de crédito: la propuesta de “En su propia trampa” tiene una fuerte raigambre ciudadana y de servicio.









“SINTONIZAMOS CON LA AUDIENCIA PORQUE EN ESTE PAÍS EXISTE UNA SED DE JUSTICIA MUY GRANDE. MUCHAS VECES, DESPUÉS DE UN CAPÍTULO, LAS PERSONAS NOS AGRADECEN PORQUE HAN APRENDIDO CONSEJOS SOBRE CÓMO EVITAR SER VÍCTIMAS DE DELITOS”.

EMILIO SUTHERLAND HABLA DE LOS RESULTADOS DE “EN SU PROPIA TRAMPA”



PAREJA PERFECTA

RATING:
22,7 puntos.

EQUIPO:
Producido por el equipo de *Reality* de Canal 13. Producción ejecutiva: Ignacio Corvalán.

EN LAS CATARATAS DE IGUAZÚ COMENZÓ LA LUCHA de once parejas por convertirse en la dupla ideal. El programa enfrentó a famosos y desconocidos a un formato que mezcla el amor, la convivencia y la capacidad para vencer en pruebas de esfuerzo y destreza física. La exigencia en el espacio –conducido por Karla Constant– era doble: los participantes debían elegir a sus parejas según sus afinidades y también de acuerdo con las aptitudes para la competencia. “Pareja perfecta” estuvo al aire entre agosto y diciembre, período en que distintas duplas pasaron por la casona construida especialmente en Pirque, donde se registró gran parte del programa. El emocionante capítulo final se ubicó entre las emisiones más vistas del año, con 26.7 puntos promedio.





“NO HAY PAREJAS DONDE NO EXISTAN LOS PROBLEMAS. EN LAS ‘PAREJAS PERFECTAS’ TAMBIÉN HAY CONFLICTOS, Y LA VERDADERA PERFECCIÓN ESTÁ EN SABER SOLUCIONARLOS”.

MARÍA PAZ WAGNER, GANADORA DEL REALITY





VÉRTIGO

RATING:

22,1 puntos en su ciclo 2012.

EQUIPO:

Producido por el Área de Entretenimiento de Canal 13. Producción ejecutiva: Alexis Zamora.

UN ESTELAR A CARGO DE LOS ESPECIALISTAS EN el género, el Área de Entretenimiento de Canal 13; con una atractiva dupla de conductores, Diana Bolocco y Martín Cárcamo; una gran producción que explora recursos novedosos; y un personaje humorístico y polémico que es comentario obligado: Yerko Puchento. Así se construyó la fórmula del éxito del formato "Vértigo". El programa regresó a la pantalla de Canal 13 en la temporada 2012, reformulado y adecuado a un mundo hiperconectado, con televidentes activos y opinantes. La eliminación de los famosos en el concurso no sólo se realizó en el estudio, también se dio a través de los temas más comentados de las redes sociales, esfera en que el programa alcanzó alta popularidad.

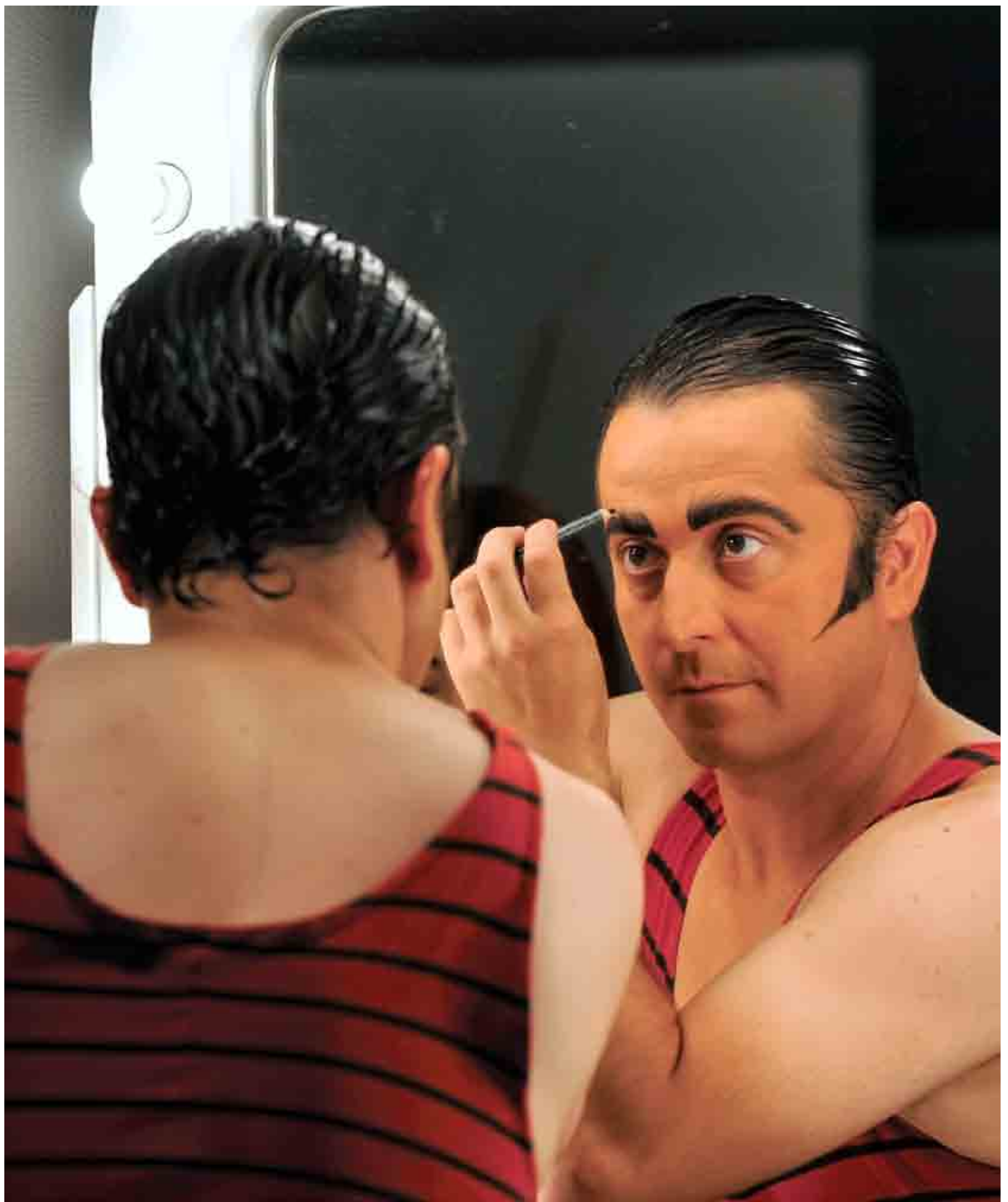






“LA GENTE QUIERE TELEVISIÓN DE VERDAD, CON IDENTIDAD. QUIERE SABOR A CHILE EN LA PANTALLA. ESTE PUEBLO QUIERE REÍR CON ‘LOS VENEGAS’, SUFRIR CON ‘LOS 80’, Y QUE ESTE PAYASO LE DIGA LADRÓN A LOS LADRONES, CORRUPTOS A LOS CORRUPTOS, E IGNORANTES A LOS IGNORANTES”.

YERKO PUCHENTO EN EL PRIMER EPISODIO DE LA TEMPORADA DE “VÉRTIGO”







ATRAPA LOS MILLONES

RATING:

21,1 puntos.

EQUIPO:

Producido por el Área de Entretenimiento de Canal 13. Producción ejecutiva: Alexis Zamora.

EN 2001, DON FRANCISCO PRESENTÓ EN CHILE el formato “Quién quiere ser millonario”. Once años después, el animador fue el encargado de traer a las pantallas chilenas otra exitosa licencia de concurso, originalmente denominado “*The million pound drop*”, y que en el canal se bautizó como “Atrapa los millones”. El programa da un vuelco a los parámetros usuales de los espacios de este tipo: los participantes comienzan llenos de millones, cifra que deberán apostar y resguardar a través de las siete preguntas que los separan del monto final. Así, se entregaron premios millonarios, como el recibido por el matrimonio de vendedores de pescado formado por Víctor Cuevas y Mitza Iriarte, quienes se llevaron 80 millones de pesos, el monto más alto entregado por un programa de concursos en Chile en la última década.



¿CUÁL ES LA CONDUCTA MÁS IMPRUDENTE DE LOS PEATONES,
SEGÚN UN ESTUDIO DE LA CONASET DE 2012?

A IR FUMANDO

B CRUZAR CALLES
REPENTINAMENTE

C HABLAR
POR CELULAR

D CIRCULAR DISTRAÍDO
POR LA CALLE

:00



“ESTE PROGRAMA TIENE DE TODO: DRAMA, ENTREVISTA Y LA ADRENALINA DEL JUEGO. Y YO SOY EL CRUPIER. LEO TUS FICHAS, MUESTRO TU ALMA, TUS FRUSTRACIONES, TUS ALEGRÍAS”.

MARIO KREUTZBERGER, DON FRANCISCO, Y SU DEFINICIÓN DE “ATRAPA LOS MILLONES”



MI NOMBRE ES VIP

RATING:

20,7 puntos.

EQUIPO:

Producido por el Área de Entretenimiento de Canal 13. Producción ejecutiva: Alexis Zamora.

EL AFÁN DE PERFECCIONARSE EN VOZ, IMAGEN Y cualidades escénicas, que fueron el sello de los primeros ciclos de “Mi nombre es”, marcaron también la temporada 2012 del programa, en que personalidades de distintos ámbitos concursaron por imitar a sus artistas favoritos. El trabajo de caracterización y voz fue destacado en casos como la periodista Lucía López, imitando a la cantante Cecilia; la actriz Yazmín Valdés, como Madonna; y el cantante Sebastián Longhi, encarnando a Miguel Bosé, una interpretación que le valió el primer lugar de la temporada. Con este alto sello de calidad, “Mi nombre es VIP” fue líder en su horario y pavimentó su regreso para un nuevo ciclo en 2013.







“LA OBLIGACIÓN DE ESTE PROGRAMA ES ENTRETENER, Y EL MEJOR ENTRETENIMIENTO ES AQUEL EN EL CUAL LA PERFECCIÓN SE ACARICIA CADA DÍA. ‘MI NOMBRE ES’ TIENE ESA VOLUNTAD. LA GENTE NO SABE LA LABOR QUE HAY DETRÁS PARA QUE NOCHES MARAVILLOSAS COMO ÉSTAS EXISTAN”.

PALABRAS DEL FALLECIDO JURADO DE “MI NOMBRE ES VIP”, GUSTAVO SÁNCHEZ, EN EL COMENTARIO DEL FINAL DE TEMPORADA



ASÍ SE
PRODUCE
EN EL 13







"BIENVENIDOS"



EQUIPO DE “DEPORTES 13” EN LONDRES





“PAREJA PERFECTA” EN CATARATAS DE IGUAZÚ



LA

CARTELERA

DEL 13

DIRECCIÓN DE PRENSA | DEPORTES 13 |
ÁREA DE CONTENIDOS DE REALIDAD |
FRANJEADOS | ÁREA DE FICCIÓN | REALITY
SHOW | ÁREA DE ENTRETENCIÓN | FIN DE
SEMANA | SÁBADO GIGANTE

DIRECCIÓN DE PRENSA

EL AÑO 2012 FUE UN PERÍODO de grandes desafíos para el Departamento de Prensa de Canal 13. Los espacios informativos implementaron renovaciones, manteniendo el alto estándar que ha caracterizado históricamente a los programas de esta área. “En 2012 marcamos varios hitos. Estuvimos presentes en las grandes noticias de Chile y el mundo con una propuesta cercana a la ciudadanía, basada en periodismo de calidad, que instala y propone temas relevantes para nuestra sociedad. Un claro ejemplo de ello es Reporteros, de Teletrece, que se ha convertido en un referente del periodismo en profundidad, proponiendo discusiones necesarias y que son reconocidas como aportes”, destaca la directora de Prensa, Pilar Bernstein.

En mayo de 2012 debutó a cargo del noticiero central “Teletrece” la dupla formada por

Montserrat Álvarez y Ramón Ulloa. Es una pareja cercana a los televidentes y con una gran capacidad periodística, características que son comunes a todos los conductores de prensa: Constanza Santa María, Paulo Ramírez, Carolina Urrejola y Antonio Quinteros. Estos profesionales han fortalecido la presentación de los noticieros, con la permanente realización de reportajes y entrevistas, y con trabajo en terreno.

Durante el año, el Departamento de Prensa de Canal 13 cubrió diversos frentes noticiosos. En política, hubo transmisiones especiales para el mensaje presidencial del 21 de mayo y durante las Elecciones Municipales de octubre. En estos comicios, más de 700 profesionales del canal se desplegaron por todo Chile. En el sector internacional, los periodistas viajaron para reportear las votaciones presidenciales de Venezuela, Perú y Estados Unidos.

“ESTUVIMOS PRESENTES EN LAS GRANDES NOTICIAS DE CHILE Y EL MUNDO CON UNA PROPUESTA CERCANA A LA CIUDADANÍA, BASADA EN PERIODISMO DE CALIDAD, QUE INSTALA Y PROPONE TEMAS RELEVANTES PARA NUESTRA SOCIEDAD”.

PILAR BERNSTEIN
DIRECTORA DE PRENSA



"T13": LA EDICIÓN CENTRAL DEL NOTICIERO ES CONDUCTIDA POR RAMÓN ULLOA Y MONSERRAT ÁLVAREZ.



CAROLINA URREJOLA PRESENTA **"T13 TARDE"** Y CONSTANZA SANTA MARÍA ABRE LA ENTREGA INFORMATIVA CON **"T13 AM"**.



PAULO RAMÍREZ, CONDUCTOR DE **"T13 AM"**, DURANTE LAS ELECCIONES MUNICIPALES DE OCTUBRE.



DEPORTES 13: MOVILIZÓ A SU EQUIPO PARA LA COBERTURA DE LONDRES 2012.

DEPORTES 13

CON ANTICIPACIÓN SE preparó el equipo de Deportes 13 para el gran desafío del año: los Juegos Olímpicos de Londres 2012. Utilizaron la experiencia ganada en Beijing 2008 para definir sus líneas de acción y el énfasis que tendría la cobertura: transmitir la alegría de estar en un evento único y de vivir, junto al público, esa experiencia.

“Elegimos vivenciar lo que pasa en un acontecimiento de esta envergadura, el goce de estar con miles de personas presenciando una carrera histórica como los 9,63 segundos de Usain Bolt en los 100 metros. Nuestra transmisión comienza por la vivencia. Y eso el público lo respalda. La gente está prefiriendo el estilo de hacer deportes que tiene este canal”, explica el productor ejecutivo de “Deportes 13”, Marco Antonio Cumsille.

En Londres 2012 los rostros de Canal 13 fueron Aldo Schiappacasse, Juan Cristóbal Gurrea, Ignacio Valenzuela y Karen Bittner. La cobertura de los Juegos Olímpicos consideró 180 horas de transmisión desde la capital británica y lideró en rating, obteniendo la preferencia de los televidentes en momentos clave, como la participación del gimnasta nacional Tomás González. El equipo, formado por 27 personas, se encargó de llevar a las pantallas de los chilenos los eventos deportivos, además de despachos para Prensa y para los programas franjeados del canal.

Durante el año, Canal 13 continuó emitiendo -por señal abierta y de internet- las fechas de las Clasificatorias para el Mundial de Brasil 2014 pavimentando así el camino a este evento, del que el 13 tiene los derechos de transmisión. Además, en 2012 el canal estuvo presente en los partidos preparatorios de la Selección chilena Sub 20, que consiguió su clasificación al Mundial de esa categoría en enero de 2013.

“NUESTRA TRANSMISIÓN COMIENZA POR LA VIVENCIA. Y ESO EL PÚBLICO LO RESPALDA. LA GENTE ESTÁ PREFIRIENDO EL ESTILO DE HACER DEPORTES QUE TIENE ESTE CANAL”.

MARCO ANTONIO CUMSILLE
PRODUCTOR EJECUTIVO DE DEPORTES 13

ÁREA DE CONTENIDOS DE REALIDAD

DISTINTAS VISIONES de la vida cotidiana presentó en 2012 el Área de Contenidos de Realidad. Ahí estuvieron los esfuerzos de un grupo de chicas por convertirse en la representante nacional para el concurso Miss Mundo. El título del programa, “No basta con ser bella”, marcaba la impronta del docureality, en que se vio a las participantes preocupadas de perfeccionar sus talentos, mejorar integralmente su físico y conseguir una buena imagen frente a la audiencia. El espacio logró reposicionar en el mercado local los concursos de belleza, dando prioridad a un perfil íntimo de las postulantes. Finalmente Camila Recabarren fue coronada como Miss Chile 2012.

Dentro del mismo género se presentó “Dash y Cangri”, una secuela del exitoso programa de 2011 “Perla”. En el nuevo ciclo, los amigos de la

gitana, Maickol “Dash” González y Sebastián “Cangri” Leiva, mostraron su cambio de vida tras su debut en televisión. Fue una carrera vertiginosa en que pasaron del anonimato a lograr una gran convocatoria con la presentación de su disco, manteniendo como eje su relación con jóvenes de distintos grupos sociales y étnicos.

“Registrando la vida de personas como Cangri, Dash, Perla, sus familias y amigos, logramos dar cuenta de los cambios que se viven en la sociedad chilena, en su costado más íntimo y cotidiano. También fuimos pioneros en un género de la TV chilena, las series de la vida real, y con ‘En su propia trampa’ logramos representar el sentir de la gente frente a los sinvergüenzas y delincuentes que abusan impunemente”, destaca Rodrigo Leiva, director del Área de Contenidos de Realidad. Leiva hace mención especial al nuevo proyecto de programación para la franja “Sábado de reportajes” con el estreno de “La gran capital” conducido por Gustavo Sánchez.

“LOGRAMOS DAR CUENTA DE LOS CAMBIOS QUE SE VIVEN EN LA SOCIEDAD CHILENA, EN SU COSTADO MÁS ÍNTIMO Y COTIDIANO”.

RODRIGO LEIVA
DIRECTOR DEL ÁREA DE CONTENIDOS DE REALIDAD



“NO BASTA CON SER BELLA”: DOCURREALITY QUE PRESENTÓ A 10 JÓVENES COMPITIENDO POR SER MISS CHILE.



“EN SU PROPIA TRAMPA”: ESPACIO DE SEGUIMIENTO Y DENUNCIA DE ESTAFAS Y ENGAÑOS COTIDIANOS. CONDUCTIDO POR EL PERIODISTA EMILIO SUTHERLAND.



"DASH Y CANGRI": PRESENTÓ LOS CAMBIOS EN LAS VIDAS DE DOS JÓVENES TRAS SU REPENTINA FAMA.

FRANJEADOS

LA VITALIDAD DE LA PROGRAMACIÓN de Canal 13 en 2012 estuvo expresada en sus programas franjeados: un matinal consolidado, un espacio de farándula que fortaleció su propuesta, y uno de concursos que se mantuvo como una alternativa de entretenimiento.

“Bienvenidos” reforzó su liderazgo en el escenario de la competencia matinal. La dupla de conductores formada por Tonka Tomicic y Martín Cárcamo fue acompañada por los periodistas Paulo Ramírez y Julio César Rodríguez, mientras que los distintos segmentos combinaron la información, el servicio y la compañía.

Jacqueline Cepeda, productora del programa, analiza sus resultados rescatando el lema del espacio, “Cada uno cuenta”. “Cuentan las personas. El público hace las veces de tercer animador y pasa a tener un rol cada vez más preponderante y estratégico en los contenidos.

Las personas están opinando, preguntando y sienten ese protagonismo”, explica Cepeda.

En “Alfombra roja” los temas de espectáculos y farándula fueron tratados como parte de una conversación, con respeto y amabilidad. Una opción que el público premió con reconocimientos como el Copihue de Oro. “Lo que hace ‘Alfombra roja’ es rescatar lo que la gente habla, y hacerlo tal cual lo haría una familia: con distintos puntos de vista. Así, el programa se transformó en la conversación de sobremesa de un hogar típico chileno”, dice el productor ejecutivo, Bibiano Castelló.

En el horario previo al noticiero central, Canal 13 apostó por un concurso para toda la familia: “Quién quiere ser millonario: alta tensión”, el que permitió acercarse a historias de esfuerzo y superación y consiguió que decenas de sueños fueran realidad.

“EL PÚBLICO PASA A TENER UN ROL CADA VEZ MÁS PREPONDERANTE Y ESTRATÉGICO EN LOS CONTENIDOS. LAS PERSONAS ESTÁN OPINANDO, PREGUNTANDO Y SIENTEN ESE PROTAGONISMO”.

JACQUELINE CEPEDA
PRODUCTORA GENERAL DE “BIENVENIDOS”



“BIENVENIDOS”: EL MATINAL CONDUCTIDO POR TONKA TOMICIC Y MARTÍN CÁRCAMO TUVO AL PÚBLICO COMO PROTAGONISTA.



“ALFOMBRA ROJA”: EL EQUIPO ENCABEZADO POR CRISTIAN PÉREZ Y LUCÍA LÓPEZ DIO UN TOQUE INFORMADO Y FRESCO A LA FARÁNDULA.



“QUIÉN QUIERE SER MILLONARIO: ALTA TENSION”: DIANA BOLOCCO ENCABEZÓ ESTE PROGRAMA DE CONCURSOS EMITIDO A LAS 20:00 HORAS.

ÁREA DE FICCIÓN

LAS HISTORIAS QUE EN 2012 puso en pantalla el Área de Ficción de Canal 13 tuvieron en común argumentos, personajes y una puesta en escena pensada para identificar a la audiencia, entregar una mirada sobre la realidad nacional y entretener con una realización audiovisual innovadora.

Ese espíritu se reflejó en “Vida por vida”, la serie que se hizo cargo de los conflictos y vivencias de la donación de órganos, construyendo tramas que marcaron por su profunda humanidad y relación con la contingencia.

“Soltera otra vez” se transformó en el proyecto de ficción más comentado del año, gracias a su identificación con las relaciones de amor y amistad de esta década.

“Nos propusimos ofrecer una apuesta completamente diferente, un guión que quebrara la historia de la clásica pareja romántica, y que

ofreciera una radiografía de cómo amamos los chilenos. Un elenco renovado, potente y de peso para la comedia, y un trabajo audiovisual que renovara el género y nos impusiera el desafío de volver a mirar nuestras formas narrativas. Así pudimos construir una teleserie que nos cambió a todos los que trabajamos en ella para siempre” define el Productor Ejecutivo, Herval Abreu.

A fines de septiembre, el canal comenzó a emitir el quinto ciclo de “Los 80”. La serie, ya consagrada como uno de los clásicos de la ficción local, volvió a generar el estremecimiento, la ternura y la emoción de la identificación en sus televidentes.

“Entre otros enfoques, nuestras tramas permiten que los telespectadores completen lo que están viendo en pantalla con su propia experiencia, o con lo que han vivenciado sus familiares y sus cercanos”, resalta el director general de Ficción, Alberto Gesswein.

“NUESTRAS TRAMAS PERMITEN QUE LOS TELESPECTADORES COMPLETEN LO QUE ESTÁN VIENDO EN PANTALLA CON SU PROPIA EXPERIENCIA, O CON LO QUE HAN VIVENCIADO SUS FAMILIARES Y SUS CERCANOS”.

ALBERTO GESSWEIN
DIRECTOR DEL ÁREA DE FICCIÓN



“LOS 80”: LA QUINTA TEMPORADA DE LA SERIE PRESENTÓ A LA FAMILIA HERRERA CON CONFLICTOS COMO LA ADOLESCENCIA DE FÉLIX (LUCAS ESCOBAR), LA PATERNIDAD DE MARTÍN (TOMÁS VERDEJO) Y EL DUELO DE CLAUDIA (LORETO ARAVENA).



“VIDA POR VIDA”: LA SERIE RETRATÓ EL MUNDO DE UN HOSPITAL PÚBLICO Y LOS DILEMAS COTIDIANOS DE UN EQUIPO MÉDICO.



“SOLTERA OTRA VEZ”: LA PRIMERA TEMPORADA DE LA TELESERIE NOCTURNA MANTUVO A LOS TELEVIDENTES ATENTOS AL ROMANCE ENTRE CRISTINA (PAZ BASCUÑÁN) Y ÁLVARO (PABLO MACAYA).



REALITY SHOW

UN GÉNERO EN EL QUE Canal 13 ha sido pionero y líder en la industria, consiguió renovarse y sumar éxitos gracias a nuevos *reality* como “Mundos opuestos” y “Pareja perfecta”.

“Mundos opuestos” presentó una idea innovadora –un *reality* dividido en dos ambientes contrapuestos-, con una producción de alto nivel, protagonizada por un grupo de participantes que lograron involucrar al público en sus vidas durante seis meses de grabaciones. Sergio Nakasone, productor ejecutivo del programa, analiza el elemento que, a su juicio, lo transformó en un fenómeno televisivo durante 2012. “Ante todo es una idea original, 100% creada por equipos del canal. Y fue tan novedosa, que rindió en el mercado local, estableciendo récords de audiencia, y alcanzó también el ámbito internacional, siendo comprada por televi-

soras de México, Colombia y EE.UU., justo tres países que tienen mucha cultura *reality*”.

Nakasone subraya la alta exigencia de este espacio: “Es la producción más grande que me ha tocado encabezar. Se trata de dos *reality* grandes en uno”. El final de “Mundos opuestos” marcó un hito de audiencia con 44,9 de *peak* y un promedio de 38,4 puntos.

En el segundo semestre, Canal 13 mantuvo la apuesta por el género. En “Pareja perfecta” presentó una propuesta centrada en la competencia de duplas, que debían armarse en relación a la afinidad romántica y a las capacidades físicas para enfrentar desafíos. “Logramos marcar varios hitos en el desarrollo del *reality*, lo que nos permitió entregar novedades al telespectador, con nuevas historias y participantes”, resalta el productor ejecutivo, Ignacio Corvalán, quien resume el espíritu de trabajo del equipo: “es un formato que requiere un gran compromiso, la camiseta bien puesta y gran profesionalismo en todas las áreas”.

“‘MUNDOS OPUESTOS’ ES UNA IDEA ORIGINAL, 100% CREADA POR EQUIPOS DEL CANAL, QUE ESTABLECIÓ RECORDS DE AUDIENCIA, Y ALCANZÓ EL ÁMBITO INTERNACIONAL”.

SERGIO NAKASONE
PRODUCTOR EJECUTIVO DE “MUNDOS OPUESTOS”



“MUNDOS OPUESTOS”: REALITY SHOW QUE HIZO A LOS PARTICIPANTES COMPETIR POR LOS LUJOS DEL AMBIENTE DEL FUTURO E INTENTAR ESCAPAR A LAS INCOMODIDADES DEL PASADO.



“PAREJA PERFECTA”: MEZCLÓ EL FORMATO REALITY DE COMPETENCIA CON PROGRAMA DE CITAS.

ÁREA DE ENTRETENCIÓN

UNA DE LAS ÁREAS QUE más presencia ha tenido en la historia de Canal 13 es Entretenimiento. Desde esa tradición, nutrida por programas que forman parte de la memoria colectiva, y con una gran visión de futuro, los estelares del 13 siguen en el liderazgo. El año 2012 planteó como desafío el regreso de “Vértigo”, formato que pone a prueba a personajes famosos y que se actualizó con una fuerte presencia en las redes sociales. Alexis Zamora, productor ejecutivo del espacio, resalta: “Lo instalamos no sólo como un programa de conversación con códigos de *reality*, sino que logramos una dinámica muy entretenida, desde la obertura hasta la eliminación de los participantes”. En este ciclo, “Vértigo” convocó a 66 invitados.

Otro reto estuvo en la adaptación del formato “*The million pound drop*”. Creado en

Inglaterra y con éxito a nivel mundial, tuvo la particularidad de ser conducido por Mario Kreutzberger. “Para trabajar con una estrella como Don Francisco, tienes que adaptar el formato a su personalidad. No solamente detrás de cámara, sino que también por la manera que tiene de entrevistar, de involucrarse. Cada capítulo fue una especie de escuela para nosotros y además tuvimos el placer de que los resultados fueran excelentes”, comenta Zamora.

Otra gran producción fue “Mi nombre es Vip”. En 2012, personalidades del espectáculo tuvieron la oportunidad de imitar a sus cantantes favoritos, sometiéndose a la exigente preparación que caracteriza al programa. Zamora resume el trabajo del año: “Trabajamos para lograr programas que entretengan con calidad. Ese estándar lo fijamos gracias a un equipo de alta especialización, una búsqueda permanente de innovación, y un gran sentido del espectáculo. La audiencia ha reconocido y valorado ese sello en nuestros diversos formatos”.

“TRABAJAMOS PARA ENTRETENER CON CALIDAD. ESE ESTÁNDAR LO FIJAMOS GRACIAS A UN EQUIPO ESPECIALIZADO, INNOVADOR, Y CON UN GRAN SENTIDO DEL ESPECTÁCULO. LA AUDIENCIA HA VALORADO ESE SELLO EN NUESTROS FORMATOS”.

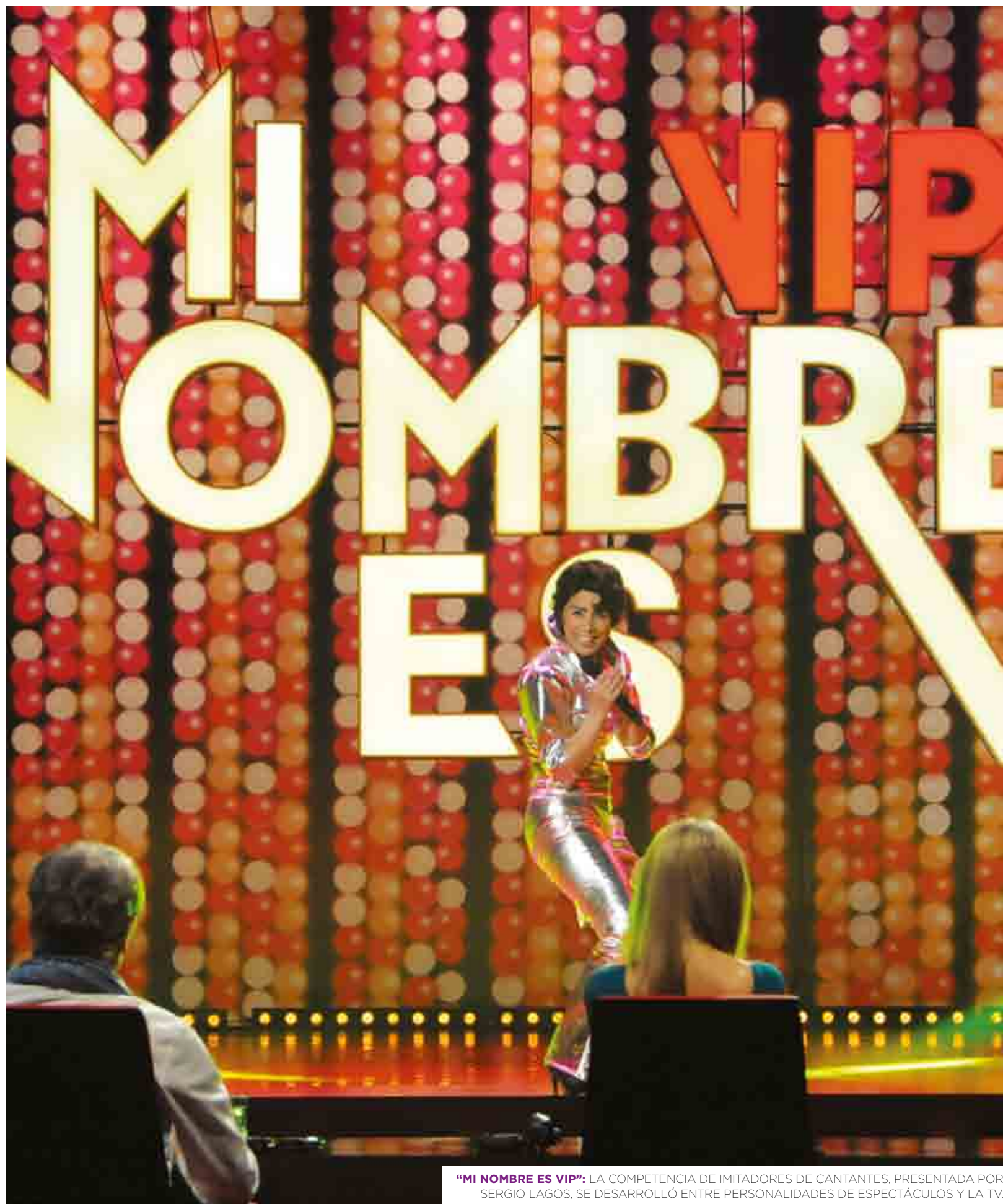
ALEXIS ZAMORA
PRODUCTOR EJECUTIVO DEL ÁREA DE ENTRETENIMIENTO



“VÉRTIGO”: EL ESTELAR QUE PONE A PRUEBA A LOS FAMOSOS FRENTE AL PÚBLICO, TUVO UN EXITOSO CICLO 2012 A CARGO DE DIANA BOLOCCO Y MARTÍN CÁRCAMO.



“ATRAPA LOS MILLONES”: DON FRANCISCO CONDUJO EL PROGRAMA DE CONCURSOS QUE CONSIGUIÓ LIDERAR LA FRANJA ESTELAR DE LOS DOMINGOS.



“MI NOMBRE ES VIP”: LA COMPETENCIA DE IMITADORES DE CANTANTES, PRESENTADA POR SERGIO LAGOS, SE DESARROLLÓ ENTRE PERSONALIDADES DE ESPECTÁCULOS Y LA TV.



“BIENAVENTURADOS”: ES UN PROGRAMA QUE REGISTRA TESTIMONIOS DE VIDA Y AYUDA SOCIAL.

FIN DE SEMANA

UN ESPACIO PARA LA ENTRETENCIÓN, la reflexión y para entregar una nueva mirada a nuestras tradiciones. Ésa es la propuesta que Canal 13 ofreció para el fin de semana, con producciones propias que abordan un amplio abanico de temas.

La franja “Cubox” presentó un menú variado para niños y adolescentes, incluyendo los dibujos animados “*Phineas y Ferb*” y series de carácter juvenil de gran acogida como “Los hechiceros de *Waverly Place*”.

La cocina estuvo presente con la quinta temporada de “Recomiendo Chile”, que rescata alimentos y preparaciones de distintos rincones del país y que es presentado por destacados chefs. Este año emitió los episodios de Tomás Olivera recorriendo San Pedro de Atacama, Paula Larenas explorando en Futaleufú, y David Barraza indagando en el mercado Franklin.

Lugares típicos, con la mirada de un extranjero: así se planteó “La gran capital”, un pro-

grama del Área de Contenidos de Realidad, conducido por Gustavo Sánchez, experto en industria musical nacido en Puerto Rico. El espacio recorrió el barrio de la Estación Central, la Vega, la ex Penitenciaría y se transformó en el testimonio del cariño de Sánchez por Chile: el ex productor y jurado falleció en octubre de 2012, poco después de finalizado el ciclo.

“Bienaventurados” regresó para su sexto ciclo en el 13: en 16 capítulos se recogieron testimonios de vida y evangelización, usando un formato documental que buscaba convocar a la mayor parte del público. Entre las historias que se presentaron estuvo la de los gemelos Sebastián y Javier Zulueta, directores de América Solidaria y de Un Techo para Chile, respectivamente, quienes intentan globalizar la cultura del voluntariado social. El programa abordó los esfuerzos de chilenos anónimos y ejemplares, como la doctora Marcela Zubieta, directora de la Fundación Nuestros Hijos, quien ayuda a los niños enfermos de cáncer de escasos recursos; y Tomás Vodanovic, un joven estudiante quien se fue a vivir a la población La Pintana para realizar clases de matemáticas.

“BIENAVENTURADOS” PRESENTÓ SU SEXTA TEMPORADA CON 16 TESTIMONIOS DE VIDA Y EVANGELIZACIÓN, QUE CONMOVIERON A LA AUDIENCIA CON UN CUIDADO FORMATO DOCUMENTAL.



“LA GRAN CAPITAL”: MOSTRÓ EL RECORRIDO DE GUSTAVO SÁNCHEZ POR LUGARES TÍPICOS DE SANTIAGO. EL ESPACIO REFLEJÓ EL CARÍÑO QUE TUVO POR CHILE.



“RECOMIENDO CHILE”: EL PREMIADO PROGRAMA MOSTRÓ EN TERRENO LA ELABORACIÓN DE PRODUCTOS TÍPICOS CHILENOS.



“CUBOX”: LA FRANJA INFANTIL DE CANAL 13 ES PRESENTADA POR CRISTÓBAL ROMERO.

SÁBADO GIGANTE

ENTRE 1962 Y 1993, “SÁBADO gigante” se produjo en los estudios de Canal 13 en Chile. En 2012, tras 19 años de realización en Miami, el programa volvió al 13 con su clásico animador -y figura más antigua de la estación-, Mario Kreutzberger. El motivo fue celebrar los 50 años del espacio, el más longevo de la televisión mundial, con cuatro galas que revivieron el espíritu de uno de los programas que definió a la TV en el país.

Así, el público volvió a cantar clásicos *jingles* como “estos son gigantes, Sábados gigantes”, a participar de concursos como “¿Dispara usted o disparo yo?” o “¿Cuántos caben en un Fiat 600?” y a disfrutar de *sketchs* cómicos como “Departamento de Soltero” con Patricio Torres y “Los Eguiguren”, que reunió a su elenco original, encabezado por Cristián García- Huidobro, Malucha Pinto, Coca Guazzini y Gonzalo Robles.

En un cruce entre la historia y el presente, Don Francisco condujo el programa acompañado por los animadores Martín Cárcamo, Tonka Tomicic y Diana Bolocco, quienes crecieron viendo el espacio sabatino.

En las cuatro ediciones hubo momentos de gran emoción, que recordaron su influencia en distintos ámbitos de la vida de los chilenos. Por ejemplo, la historia de Edith Figueroa, una mujer que participó en un sencillo desafío (cada moneda de un peso que tenía en su cartera, fue transformada en \$5 mil), recibiendo un monto que cambió su vida y dio un impulso definitivo a la formación de su empresa.

Al final del ciclo, Don Francisco entregó un emotivo mensaje: “En la única parte en que he estado 50 años es aquí, en Canal 13. Aquí nací, aquí me dieron la primera oportunidad y muchas ocasiones para crecer y desarrollarme; aprendí a conocer al público de Arica a Magallanes; aquí reí, aquí lloré y tuve tantas oportunidades de juntar a los chilenos”.

“EN LA ÚNICA PARTE EN QUE HE ESTADO 50 AÑOS ES AQUÍ, EN CANAL 13. AQUÍ NACÍ, AQUÍ ME DIERON LA PRIMERA OPORTUNIDAD Y MUCHAS OCASIONES PARA CRECER Y DESARROLLARME”.

MARIO KREUTZBERGER
ANIMADOR DE “SÁBADO GIGANTE”





“SÁBADO GIGANTE, LA GALA”: EN CUATRO PROGRAMAS ESPECIALES, CANAL 13 HOMENAJEÓ LOS 50 AÑOS DE VIDA DE “SÁBADO GIGANTE”.



DISTINCIONES EN 2012

LA PROGRAMACIÓN DE CANAL 13 FUE RECONOCIDA POR UNA ALTA AUDIENCIA Y TAMBIÉN DISTINGUIDA CON PREMIOS EN DIVERSAS INSTANCIAS. UNO DE LOS MÁS IMPORTANTES FUE EL RECONOCIMIENTO ESPECIAL DEL CONGRESO DE CHILE A MARIO KREUTZBERGER POR SU EXTENSA Y DESTACADA TRAYECTORIA, QUE EN 2012 LLEGÓ A LOS 50 AÑOS AL AIRE CON “SÁBADO GIGANTE”.

PREMIO EXCELENCIA AUDIOVISUAL de la Universidad Alberto Hurtado, en categoría Investigación Periodística, al reportaje “**Pen-siones bajo sospecha**”, realizado por Juan Francisco Riumalló.

PREMIO EXCELENCIA AUDIOVISUAL de la Universidad Alberto Hurtado, en categoría Nota Periodística, a “**La marcha**”, realizado por Daniel Matamala.

PREMIO EXCELENCIA AUDIOVISUAL de la Universidad Alberto Hurtado, en categoría Nota Periodística, a “**Muerte de un carabine-ro**”, realizado por Cristián Steffens.

PREMIO PERIODISMO TELEVISIVO de la Universidad Adolfo Ibáñez, en categoría Reportajes de Corta Duración, para “**Homosexuales y familia**”, realizado por Pilar Vega.

PREMIO ECOPERIODISMO de la Universidad Andrés Bello, en categoría Premio del Público, al reportaje “**Reciclaje en la Isla de Pascua**”, realizado por Felipe Vergara.

PREMIO PERIODISMO MINERO del Consejo Minero al reportaje “**Los 33 con los pies en la tierra**”, realizado por Raúl Gamboni.

PREMIO PERIODISMO DE LA INFANCIA entregado por Junta Nacional de Jardines Infantiles, en categoría Televisión, al reportaje “**Cien niños, años después**”, realizado por Jorge Rivas.

PREMIO ALTAZOR en categoría Dirección de Programa, para Alejandro Novella por “**Reco-miendo Chile**”. Canal 13-Uruarama.

PREMIO EFFIE DE ORO a la efectividad en comunicaciones de marketing, en categoría Interactivos, para la campaña de “**Soltera otra vez**”.

PREMIO COPIHUE DE ORO del diario La Cuarta a Mejor Serie para “**Los 80**”.

PREMIO COPIHUE DE ORO del diario La Cuarta a Mejor Actriz para **Paz Bascuñán**.

PREMIO COPIHUE DE ORO del diario La Cuarta a Mejor Programa de Talento para “**Mi nombre es VIP**”.

PREMIO COPIHUE DE ORO del diario La Cuarta a Mejor Programa Periodístico para “**En su propia trampa**”.

PREMIO COPIHUE DE ORO del diario La Cuarta a Mejor Programa de Farándula para “**Alfombra roja**”.

PREMIO COPIHUE DE ORO del diario La Cuarta a la Modelo de Televisión más destacada para **Dominique Gallego**.

PREMIO COPIHUE DE ORO del diario La Cuarta a Mejor Opinólogo para **Francisco Saavedra**.

PREMIO TV GRAMA a Mejor Animadora de Televisión para **Diana Bolocco**.

PREMIO TV GRAMA a Mejor Animador para **Martín Cárcamo**.

PREMIO TV GRAMA a Mejor Matinal para “**Bienvenidos**”.

PREMIO TV GRAMA a Mejor *Reality Show* para “**Mundos opuestos**”.

PREMIO TV GRAMA a Mejor Programa Periodístico para “**En su propia trampa**”.

PREMIO TV GRAMA al Mejor Programa de Talentos para “**Mi nombre es VIP**”.

PREMIO TV GRAMA al Mejor Programa de Concurso para “**Quién quiere ser millonario: alta tensión**”.

PREMIO TV GRAMA a Mejor Serie Nacional para “**Los 80**”.

PREMIO TV GRAMA a Mejor Teleserie Nacional para “**Soltera otra vez**”.

PREMIO TV GRAMA al Mejor Programa de Farándula para “**Alfombra roja**”.



PREMIO TV GRAMA

MARTÍN CÁRCAMO Y DIANA BOLOCCO, PREMIADOS POR REVISTA TV GRAMA.



PREMIO COPIHUE DE ORO

PAZ BASCUÑÁN CON SU COPIHUE DE ORO POR "SOLTERA OTRA VEZ".



PREMIO COPIHUE DE ORO

SERGIO LAGOS RECIBE, JUNTO A PARTE DEL EQUIPO DE "MI NOMBRE ES VIP", EL COPIHUE DE ORO COMO MEJOR PROGRAMA DE TALENTO.



PREMIO EFFIE DE ORO

EL EQUIPO DE MARKETING DE CANAL 13 RECIBE EL EFFIE DE ORO POR LA CAMPAÑA INTERACTIVA PARA "SOLTERA OTRA VEZ".





OTRAS

PLATAFORMAS

13C | 13 RADIOS | NUEVOS NEGOCIOS |
FORMACIÓN TELEVISIVA | MEDIOS
DIGITALES

13C

UNA SEÑAL QUE MIRA la cultura con amplitud, con énfasis en lo local, y que aporta al juicio de las personas. Esta es la definición del trabajo en 13C, la propuesta de Canal 13 en la TV de pago. En 2012, esta oferta consiguió excelentes resultados económicos y de audiencia, incrementando un 30% su *rating* en relación al período anterior y consiguiendo mantener el liderazgo entre los canales culturales chilenos.

Personajes, actualidad y tendencias, cultura, viajes y calidad de vida son los ejes programáticos definidos por 13C en 2012. “Nos sentimos parte de la cultura de hoy, nos hacemos cargo de la coyuntura, nos gusta viajar y emprender. Ello se ve materializado en nuestras actuales líneas temáticas”, explica Claudio Gárate, productor ejecutivo de la señal.

Uno de los hitos del año fue el espacio para la conversación -en profundidad y con altura de miras- que estableció “Dudo”, que se emitió de lunes a viernes a las 22:30 horas. Conducido por los periodistas Iván Valenzuela y Aldo Schiappacasse, tuvo como sus primeros invitados a la periodista Raquel Correa y al doctor y ex dirigente del fútbol René Orozco. El productor ejecutivo del programa, Bibiano Castelló, explica el alcance de “Dudo”: “Logramos reinstalar la conversación en la TV sin apuros, con personajes variados y entretenidos”.

Actualmente, la oferta diaria de 13C da muestra de espacios de alta calidad y contenido diverso. Desde los viajes, con “Mundo ad portas” y “Cultura salvaje”; a los programas culinarios, con “Platos del Chile extremo” y “C cocina”; las propuestas de identidad local, con “Chile lindo” y “Chile deMente”; las que se enfocan en los avances de la ciencia y tecnología, como “Tecnociencia” y “Factor de cambio”, o en el análisis del mundo del vestuario y diseño con “SCL moda”.

Los 17 años del canal lo sitúan con proyectos que buscan profundizar en sus líneas de trabajo, con una fuerte conexión con la audiencia, y con programas ya instalados como referentes de la TV local, como “City tour”, que enteró cuatro ciclos en 2012, con el equipo encabezado por Federico Sánchez y Marcelo Comparini.

“NOS SENTIMOS PARTE DE LA CULTURA DE HOY, NOS HACEMOS CARGO DE LA COYUNTURA, NOS GUSTA VIAJAR Y EMPRENDER”.

CLAUDIO GÁRATE
PRODUCTOR EJECUTIVO 13C



“DUDO”: PROGRAMA DE CONVERSACIÓN CONDUCTO POR IVÁN VALENZUELA Y ALDO SCHIAPPACASSE. LA ENTREVISTA A RAQUEL CORREA Y RENÉ OROZCO SE CONVIRTIÓ EN LA ÚLTIMA APARICIÓN EN TV DE CORREA, PROFESIONAL CLAVE EN EL PERIODISMO CHILENO.



“CHILE LINDO”: EN 2012 SE ESTRENÓ LA CUARTA TEMPORADA DEL ESPACIO DE VIAJES PRESENTADO POR SOL LEYTON.



"MOTOVIAJEROS": EL RECORRIDO DE LOS CUATRO AMIGOS VIAJEROS CONTINUÓ EN 2012.



"TECNOCENCIA": CONDUCTIDO POR ANDREA OBAID PRESENTÓ AVANCES EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA.

13 RADIOS



“PLAY”: BLANCA LEWIN SE INCORPORÓ A PLAY CON PROGRAMAS PARA LA FRANJA VESPERTINA.

E L PERÍODO 2012 FUE DE expansión para las radios de Canal 13. Expansión desde el dial hacia las calles, con actividades que ampliaron la marca y que contribuyeron a fortalecer el vínculo de las emisoras con su audiencia. Así se organizó “Play al parque”, ciclo de conciertos presentados por la estación; y una serie de eventos tecnológicos relacionados a radio Sonar, que se transformó en pionera en este ámbito.

Las emisoras de Canal 13 se mantuvieron en posiciones privilegiadas en sus respectivos segmentos. Play, como líder entre las mujeres de 25 a 44 años, y Sonar – cuyos auditores se concentran en hombres entre 20 a 34 años- cumplió el ob-

jetivo de acercarse al segmento de 35 a 44 años.

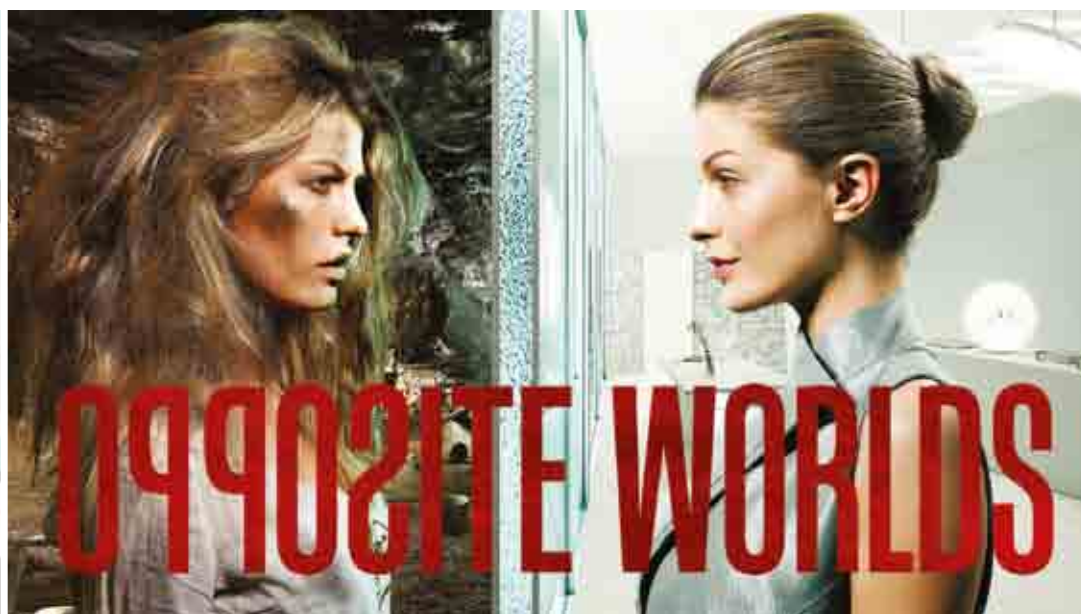
Gabriel Polgati, director de 13 radios, destaca algunas incorporaciones en términos programáticos. “En el caso de Play, la llegada de Blanca Lewin aportó con un par de programas nuevos, que complementaron el ‘horario del taco’ y que funcionaron muy bien. En Sonar incorporamos actualidad, con dos espacios conducidos por periodistas cercanos al espíritu de la radio: Daniel Matamala en la mañana y Rafael Cavada en la tarde”.

“Buscamos generar una cultura radial nueva, lo que involucra emisoras que lideran en sus segmentos y que nos permiten generar marcas, más que sólo productos radiales”, afirma Polgati.

“BUSCAMOS GENERAR UNA CULTURA RADIAL NUEVA, QUE INVOLUCRA EMISORAS QUE LIDERAN EN SUS SEGMENTOS Y QUE NOS PERMITEN GENERAR MARCAS, MÁS QUE SÓLO PRODUCTOS RADIALES”.

GABRIEL POLGATI
DIRECTOR DE 13 RADIOS

NUEVOS NEGOCIOS



EL FORMATO “MUNDOS OPUESTOS” DE CANAL 13 FUE PRESENTADO EN FERIAS INTERNACIONALES DE TV.

E L ÁREA DE NUEVOS NEGOCIOS enfrentó 2012 con la misión de potenciar los ámbitos de gestión del canal, diversificar las fuentes de ingresos e internacionalizar los contenidos. En este último aspecto, Canal 13 consiguió un logro inédito para la industria televisiva local: el formato “Mundos opuestos” fue adquirido por la cadena NBC para Estados Unidos. “Ésta fue una verdadera prueba de fortaleza para un programa que ya se había consagrado como fenómeno en la pantalla chilena, y que fue considerado un hallazgo en el exigente mercado internacional de las licencias televisivas”, afirma Julián Herman, Director de Nuevos Negocios. “Mun-

dos opuestos” fue comprado también para ser adaptado en Colombia y México y ha continuado llamando la atención por su innovador cruce de “dos *reality* en uno”.

“Tenemos una marca reconocida como generadora de producciones de calidad, lo que se suma a un esfuerzo de profesionalizar nuestro equipo, de instalar procesos adecuados, con metodología y sistemas idóneos para una gestión eficiente. Hay una gran labor detrás, donde hemos invertido para posicionarnos en otros mercados”, afirma Herman.

Importante en este proceso de internacionalización fue el hecho de estar presente en algunas de las ferias y encuentros más importantes de la televisión en el mundo, como Mipcom en Cannes y Natpe en Miami.

“PARA INTERNACIONALIZAR NUESTROS CONTENIDOS APROVECHAMOS SU CALIDAD, LA POTENCIA DE NUESTRA MARCA Y UN EQUIPO DE ALTO DESEMPEÑO, CON PROCESOS, METODOLOGÍA Y SISTEMAS IDÓNEOS”

JULIÁN HERMAN
DIRECTOR DE NUEVOS NEGOCIOS

FORMACIÓN TELEVISIVA



DOMINIQUE GALLEGU, PANELISTA DE “ALFOMBRA ROJA” PARTICIPÓ EN LOS TALLERES DE FORMACIÓN DIRIGIDOS POR SUSY FISCHKIN.

DESDE QUE SE CREÓ EL Área de Formación Televisiva de Canal 13, en noviembre de 2010, distintas personalidades han iniciado o perfeccionado su quehacer delante de pantallas con los expertos que colaboran con este departamento.

Montserrat Álvarez, Ramón Ulloa, Constanza Santa María, Martín Cárcamo, Tonka Tomicic, Paulo Ramírez, Karla Constant, Diana Bolocco, Lucía López, Nicole, Dominique Gallego, junto a muchos otros rostros, han formado parte de los talleres del área. “Cada uno de ellos ha mostrado el fiel reflejo del trabajo desarrollado en nuestra área y escuela de formación.

Hemos crecido de tal manera, que en 2012 alcanzamos a tener 2.500 inscritos para un casting destinado a la formación televisiva”, asegura la encargada del área, Susy Fischkin.

Durante el año, el foco estuvo en generar una mirada dinámica en los rostros del canal: “Buscamos crear un sello individual que marque la diferencia en pantalla, además de generar calidad y calidez”, comenta Fischkin.

En el Área de Formación Televisa el trabajo de búsqueda de nuevos rostros para renovar la pantalla es permanente. En 2011 se graduó la primera generación de talentos formados por esta área y en 2012, un nuevo grupo de jóvenes recibió las herramientas y conocimientos necesarios —en voz y canto, baile y lenguaje televisivo, entre otras materias— para enfrentar de manera integral la comunicación frente a las cámaras.

“BUSCAMOS CREAR UN SELLO INDIVIDUAL QUE MARQUE LA DIFERENCIA EN PANTALLA, ADEMÁS DE GENERAR CALIDAD Y CALIDEZ”.

SUSY FISCHKIN
DIRECTORA DEL ÁREA DE FORMACIÓN
TELEVISIVA

MEDIOS DIGITALES



LA APLICACIÓN “13 INTERACTIVO” PARA CELULARES Y DISPOSITIVOS MÓVILES.

DURANTE 2012, EL área de Internet de Canal 13 vivió fuertes transformaciones orientadas a mejorar el vínculo entre esta experiencia y la tradicional forma de ver televisión. Uno de los objetivos fue crear contenidos específicos para quienes ingresan a internet desde sus dispositivos móviles: alrededor del 70% de las personas que navegan lo hacen a través de estos equipos.

“Tenemos experiencias diseñadas especialmente para esas plataformas”, explica Christopher Neary, Gerente de Marketing y Medios Digitales, quien agrega que, gracias a estas propuestas, en pocos meses se consiguió

que entre el 20 y 25% del tráfico de los sitios de Canal 13 fuera móvil.

En octubre de 2012 Canal 13 estrenó la aplicación “13 interactivo”, pionera en el mercado televisivo latinoamericano y que permite esta experiencia combinada. “La TV se vuelve más entretenida con estos recursos”, agrega Neary.

El sitio de “Mundos opuestos” alcanzó un *peak* de 966 mil usuarios únicos en 2012, mientras que –sólo en su primer mes– “13 interactivo” tuvo 100 mil descargas de usuarios.

Otro factor de crecimiento fue el impacto alcanzado por los programas de Canal 13 en las redes sociales. El informe de la empresa internacional *The Wit* resaltó los comentarios a propósito del debut de “No basta con ser bella” y la masividad alcanzada por “Soltera otra vez”. La teleserie nocturna se ubicó entre los programas más comentados antes

de su debut, gracias a una eficiente campaña de *marketing* y presencia en redes. Otros programas del canal que conquistaron las redes sociales fueron “Los 80” y “Mi Nombre es VIP”.

“CREEMOS QUE CON APLICACIONES COMO ‘13 INTERACTIVO’ LA TV SE VUELVE MÁS ENTRETENIDA”.

CHRISTOPHER NEARY
GERENTE DE MARKETING Y MEDIOS DIGITALES

GESTIÓN

GESTIÓN COMERCIAL | GESTIÓN Y
PLANEAMIENTO | GESTIÓN DE PERSONAS

GESTIÓN COMERCIAL

EN EL PERÍODO 2012 EL contexto de la industria publicitaria fue complejo y la inversión cayó aproximadamente un 0,6%, según el informe de inversión publicitaria 2012 de la Asociación Chilena de Agencias de Publicidad, ACHAP. Sin embargo, los resultados de Canal 13 rompieron esa tendencia negativa. “Crecimos en todas las plataformas. En particular tuvo un desempeño destacado la televisión abierta, donde logramos un resultado histórico, creciendo un 33,9%. Con ello fuimos líderes, alcanzando prácticamente un tercio del mercado en Chile”, analiza Luis Hernán Browne, Director Comercial.

“Este hito se logró teniendo en consideración una clara política de autorregulación, que es muy importante en la gestión para evitar la saturación publicitaria” afirma el

ejecutivo. Esto trae beneficios tanto para el auspiciador, que cuida su inversión, y para el canal, pues también se preserva la predilección de la audiencia.

En 2012 el canal ofreció muy buenos niveles de rating y de alcance en muchos programas, lo que permitió enfocarse en buscar nuevas oportunidades para el trabajo comercial. Para Browne, “la innovación en la gestión y en la oferta de productos se vio reflejada también en el fortalecimiento de las relaciones con los avisadores, a través de campañas creativas en las distintas plataformas, que entregaron valor a nuestros clientes, aportando a su diferenciación”.

Entre los programas con mayor recaudación de ingresos destacaron “Los 80”, “Mundos opuestos”, “Soltera otra vez”, “Pareja perfecta”, “Atrapa los millones”, “En su propia trampa”, “Mi nombre es”, “Vértigo”, “Tele13”, “Alfombra roja” y “Bienvenidos”.

“EN 2012 FUIMOS LÍDERES, CON UN RESULTADO HISTÓRICO DE UN 33,9% DE CRECIMIENTO EN TELEVISIÓN ABIERTA, QUE NOS PERMITIÓ ALCANZAR PRÁCTICAMENTE UN TERCIO DEL MERCADO NACIONAL”.

LUIS HERNÁN BROWNE
DIRECTOR COMERCIAL



DOS PROGRAMAS DESTACADOS DE CANAL 13 EN VENTAS FUERON “**ALFOMBRA ROJA**” Y “**LOS 80**”.

GESTIÓN Y PLANEAMIENTO

EN 2012, CANAL 13 ALCANZÓ una utilidad de \$7.785 millones, “multiplicando por cuatro el nivel obtenido el año anterior, posicionándose como el canal más rentable de la industria en Chile. Estos resultados fueron consecuencia de una exitosa estrategia programática, comercial y de gestión”, afirma Alejandro Carboni, Director de Gestión y Planeamiento.

Esta área se enfocó en una eficiente planificación económica, la optimización de uso de activos y la instauración de procesos clave que aseguraron una toma de decisiones informada, rigurosa y trazable y que se convirtieron en pilares de la estrategia a lo largo del año.

Además, profundizó la gestión económica basada en maximización de márgenes, a partir del refinamiento de los instrumentos de análisis de escenarios programáticos-competitivos.

Paralelamente se llevó adelante un fuerte

plan de inversiones -por más de US\$16 millones- en las áreas de informática, de infraestructura edilicia, operativa y de transmisión.

Esta última recibió inversiones por más de US\$10 millones, aplicadas a iniciativas como el inicio de la construcción de dos nuevos estudios provistos de tecnología de vanguardia que fortalecen la capacidad del canal en el Área de Ficción.

A esto se suma la adquisición de cámaras para prensa y producción, el aumento en la capacidad de almacenamiento HD y la actualización de la tecnología de iluminación. Finalmente, a través de la transformación a HD de los *reality*, Canal 13 está listo para operar en HD en forma total.

Se invirtieron más de US\$5 millones en una reconversión eléctrica estructural que garantiza la continuidad operativa. Entre las obras de reacondicionamiento destacó la remodelación de la entrada principal y del edificio corporativo de las radios.

La inversión realizada en el área de informática ascendió a U\$1 millón y se focalizó en la renova-

ción de dispositivos de comunicaciones y actualización de *software*. Dada la dinámica en cambios tecnológicos que enfrenta la industria, el canal revisa su estrategia en forma continua, logrando adelantarse y capturar nuevas oportunidades.

“EN 2012 FUIMOS EL CANAL MÁS RENTABLE EN CHILE. ESTOS RESULTADOS FUERON CONSECUENCIA DE UNA EXITOSA ESTRATEGIA PROGRAMÁTICA, COMERCIAL Y DE GESTIÓN”.

ALEJANDRO CARBONI
DIRECTOR DE GESTIÓN Y PLANEAMIENTO



LA REMODELACIÓN DEL EDIFICIO DE LAS RADIOS Y DEL ACCESO AL CANAL FUERON DOS PROYECTOS DEL ÁREA DE INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS, QUE IMPACTARON POSITIVAMENTE EN LA CALIDAD DE VIDA DE LAS PERSONAS.

GESTIÓN DE PERSONAS

EN EL PERÍODO 2012, LA Gerencia de Personas realizó una gestión enfocada en mejorar la calidad de vida de quienes conforman el canal, implementando políticas, programas y acciones que permiten un adecuado equilibrio entre las necesidades de la actividad televisiva y el bienestar de los trabajadores.

Uno de los principales hitos de 2012 es el acuerdo entre la empresa y el sindicato de trabajadores, con la implementación del día de descanso mensual para quienes no registran asistencia. Este compromiso logra compatibilizar las necesidades de la actividad televisiva y el respeto de los derechos laborales, garantizando el descanso y el tiempo libre que a cada persona corresponde.

Una industria tan dinámica como la televisión necesita que sus colaboradores se capaciten de forma constante, adquiriendo nuevas

competencias y perfeccionando las existentes. Por ello, durante el año 2012 el área de Capacitación realizó más de 220 actividades que sumaron más de ocho mil horas de estudio. Esto aumenta las habilidades de los trabajadores y su empleabilidad, mejorando el desempeño y los resultados de nuestro negocio.

Durante este período, Canal 13, a través del área de Beneficios y Selección, apoyó a sus trabajadores y cargas familiares con asignaciones en diversas materias como el pago de la sala cuna y jardín infantil, becas de escolaridad básica, media y universitaria, apoyos en caso de nacimientos, matrimonios y defunciones.

En materia de Prevención de Riesgos se realizaron capacitaciones transversales de prevención de riesgos y autocuidado y se efectuaron numerosas fiscalizaciones a los distintos espacios laborales y producciones. Esto ayudó a disminuir la accidentalidad en casi un punto con respecto a 2011, y bajar las ausencias laborales en 233 días frente al mismo período.

OCHO MIL HORAS DE CAPACITACIÓN REALIZARON LOS TRABAJADORES DE CANAL 13 EN 2012. ESTO CONTRIBUYÓ A MEJORAR EL DESEMPEÑO DE LOS EQUIPOS, APORTANDO A LOS RESULTADOS DEL NEGOCIO.



CAPACITACIÓN: EN 2012 SE REALIZARON MÁS DE 220 ACTIVIDADES DE PERFECCIONAMIENTO QUE SUMARON MÁS DE OCHO MIL HORAS.



PERSONAS: ENTRE LAS ACTIVIDADES DE LA GERENCIA DE PERSONAS ESTÁ EL CONCURRIDO CAMPEONATO DE BABY-FÚTBOL.

INFORMACIÓN DE LA COMPAÑÍA

IDENTIFICACIÓN DE LA COMPAÑÍA |
PROPIEDAD Y CONTROL DE LA COMPAÑÍA |
ADMINISTRACIÓN Y PERSONAL |
REMUNERACIONES

IDENTIFICACIÓN DE LA COMPAÑÍA

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL

Canal 13 S.A. ("Canal 13" o la "Compañía")

DIRECCIÓN

Inés Matte Urrejola 0848, Providencia, Santiago

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 su última modificación, y texto refundido, a aquella acordada mediante Junta Extraordinaria de Accionistas de fecha 28 de diciembre de 2012, reducida a escritura con esa misma fecha en la Notaría de Santiago de doña María Gloria Acharán, cuyo extracto fue inscrito a fojas 6.793, número 4.832 del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago correspondiente al año 2013 y se publicó en el Diario Oficial con fecha 25 de enero de 2013.

NOMBRE DE FANTASÍA

Canal 13

TELÉFONO

(56 2) 2 2514 000

R.U.T.

76.115.132-0

FAX

No tiene

TIPO DE IDENTIDAD

Sociedad Anónima

E-MAIL

consultas@13.cl

NÚMERO Y FECHA INSCRIPCIÓN SOCIEDAD EN EL REGISTRO DE VALORES

Pendiente

SITIO WEB

www.13.cl

RELACIÓN CON INVERSIONISTAS

Carolyn McKenzie
cmckenzie@13.cl | (562) 26302034

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, ideográfico 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 incorporeales, derechos en sociedades de personas y, en general, en toda clase de valores mobiliarios y títulos de crédito y de inversión.

DURACIÓN

Indefinida.

PROPIEDAD Y CONTROL DE LA COMPAÑÍA

IDENTIFICACIÓN DE LOS ACCIONISTAS

INVERSIONES CANAL 13 SPA.

RUT 76.131.468-8.

INVERSIONES TV MEDIOS LTDA.

RUT N° 76.111.872-2.

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE.

RUT N° 81.698.900-0.

NÚMERO DE ACCIONES Y PORCENTAJE DE PROPIEDAD

(i) Inversiones Canal 13 SpA, 211.703.871 acciones, correspondientes al 99,9999990528% de las acciones emitidas de la Compañía.

A su vez, son accionistas de la sociedad Inversiones Canal 13 SpA las siguientes personas:

- Inversiones TV Medios Limitada, con 670 acciones, correspondientes al 67% de las acciones emitidas por dicha sociedad; y
- Pontificia Universidad Católica de Chile, con 330 acciones, correspondientes al 33% de las acciones emitidas por dicha sociedad.

(ii) Inversiones TV Medios Ltda., 1 acción, correspondiente al 0,000000472357914% de las acciones emitidas de la Compañía.

(iii) Pontificia Universidad Católica de Chile, 1 acción, correspondiente al 0,000000472357914% de las acciones emitidas de la Compañía.

CONTROLADOR

Don Andrónico Luksic Craig y sus familiares, directa e indirectamente, a través de las sociedades Inversiones Consolidadas S.A., propietaria del 99% de los derechos sociales de Inversiones TV Medios Limitada, la cual a su vez es propietaria del 67% de las acciones de Inversiones Canal 13 SpA, quien controla un 99,9999990528% de las acciones de Canal 13.

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.

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 que Inversiones TV Medios Limitada y Pontificia Universidad Católica de Chile no podrán, ya sea directa o indirectamente transferir o enajenar en cualquier forma y a cualquier título las acciones de Canal 13 S.A. dentro del plazo de 3 años contados desde la firma del pacto. Sin perjuicio de lo anterior, los accionistas acordaron que la restricción señalada no se aplicará respecto de la apertura en bolsa de Canal 13 S.A. mediante la colocación de acciones de primera emisión.

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 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.

CAMBIOS EN EL PERÍODO

Con fecha 22 de marzo de 2012 se inscribieron en el Registro de Accionistas de la Sociedad los siguientes traspasos de acciones: (i) Traspaso de 1.397.245.562 acciones que fueron transferidas de Pontificia Universidad Católica de Chile a Inversiones Canal 13 SpA, y (ii) Traspaso de

2.836.831.900 acciones que fueron transferidas de Inversiones TV Medios Limitada a Inversiones Canal 13 SpA.

Por escritura pública suscrita con fecha 19 de diciembre ante la notario señora María Gloria Acharán Toledo los accionistas acordaron la transformación de la sociedad en una sociedad anónima cerrada, denominada “Canal 13 S.A.”

Con fecha 20 de diciembre se han inscrito en el referido registro dos nuevos traspasos: (i) Traspaso de 20 acciones que fueron transferidas de Inversiones Canal 13 SpA a Pontificia Universidad Católica de Chile, y (ii) Traspaso de 20 acciones que fueron transferidas de Inversiones Canal 13 SpA a Inversiones TV Medios Limitada.

Con fecha 28 de diciembre la unanimidad de los accionistas en Junta Extraordinaria acordó la modificación del estatuto en el sentido de adecuarlo a las normas que rigen las sociedades anónimas abiertas; disminuir el número de acciones a 211.703.873, sin disminuir el capital social, mediante el canje de acciones, aumentar el capital social a 62.340.774.620 pesos, me-

diante la emisión de 100 millones de nuevas acciones de pago que serán ofrecidas en forma preferente a los accionistas, al directorio para proceder a su colocación, e iniciar el proceso de registro de la sociedad y de las acciones en el registro de valores de la Superintendencia de Valores y Seguros.

ADMISIONES Y/O VENTA DE ACTIVOS SIGNIFICATIVOS

No hubo movimientos durante el período.

CAMBIOS DE CONTROL

No han existido cambios en el período.

ADMINISTRACIÓN Y PERSONAL

La Compañía es administrada por un Directorio compuesto por 11 miembros titulares reelegibles. El Directorio durará un período de tres años, al final del cual deberá renovarse totalmente, pudiendo sus miembros ser reelegidos indefinidamente. Al cierre del ejercicio no existe un comité formal de directores ni directores suplentes.

REPRESENTANTE LEGAL

BELMAR TORRES, DAVID ARNALDO
RUT 9.788.568-0.

GERENTE GENERAL

BELMAR TORRES, DAVID ARNALDO
RUT 9.788.568-0.

PRESIDENTE DIRECTORIO

EYZAGUIRRE GUZMÁN, NICOLÁS
RUT 5.894.609-5.

La estructura ejecutiva interna está liderada por el Gerente General, que también es denominado Director Ejecutivo. La Compañía está compuesta por 10 gerencias, cinco de las cuales históricamente se han denominado direcciones. Cada gerente tiene la labor específica de crear procesos eficientes en sus áreas para maximizar los recursos disponibles. Todas las gerencias reportan al Director Ejecutivo, quien a su vez responde ante el Directorio.

Canal 13 tiene una Contraloría, la cual depende del Directorio. Su función principal es supervisar y controlar los procesos de todas las áreas de la Compañía y sus negocios asociados, para dar cumplimiento a las normas legales e internas, en resguardo de los intereses patrimoniales de la Sociedad.

Adicionalmente la Compañía cuenta con un Departamento Jurídico, que está compuesto por tres abogados y un asistente, quienes velan porque todos los actos de la Compañía estén dentro del marco de la Ley, normas y reglamentos que rigen su actividad. El Departamento Jurídico reporta al Director Ejecutivo.

DIRECTORES (2012)

ÁLVAREZ ZENTENO, RODRIGO
RUT 8.283.133-9

ARENAS DE MESA, ALBERTO
RUT 8.718.414-5

DONOSO IBÁÑEZ, PATRICIO CARLOS FERMÍN
RUT 6.375.220-7

EYZAGUIRRE GUZMÁN, NICOLÁS
RUT 5.894.609-5

JADRESIC MARINOVIC, ALEJANDRO
RUT 7.746.199-k

LUKSIC CRAIG, ANDRÓNICO MARIANO
RUT 6.062.786-k

PELLEGRINI RIPAMONTI, MARÍA SILVIA
RUT 5.454.253-4

RODRÍGUEZ GUIRALDES, MARTÍN HORACIO
RUT 8.547.811-7

TERRÉ FONTBONA, RODRIGO
RUT 9.011.344-5

VALDÉS CORREA, FABIO
RUT 5.169.571-2

VON CHRISMAR WERTH, MARCELO OSCAR
RUT 5.154.505-2

PRINCIPALES EJECUTIVOS (2012)

CARGO	NOMBRE	RUT	PROFESIÓN	EN EL CARGO DESDE
Director Ejecutivo	David Belmar Torres	9.788.568-0	Administrador público	01/12/2010
Directora de Prensa	Pilar Bernstein Rotger	7.886.144-4	Periodista	06/06/2012
Director Comercial	Luis Hernán Browne Monckeberg	7.022.806-8	Ingeniero comercial	01/09/2010
Director de Gestión y Planeamiento	Alejandro Carboni Llanet	22.195.132-8	Economista	01/10/2010
Gerencia de Producción	Andrea Dell’Orto del Río	8.538.929-7	Comunicadora audiovisual	01/05/2004
Director de Nuevos Negocios	Julián Herman Rodríguez	10.326.203-8	Ingeniero comercial	01/10/2012
Director de Programación	Patricio Hernández Pérez	9.902.070-9	Periodista	01/06/2010
Gerencia de Desarrollo	Alejandra Hinojosa Torra	10.797.211-0	Socióloga	15/10/2010
Gerencia de Personas	Patricia Muñoz Antonin	9.947.363-0	Administrador público	01/01/2003
Gerencia de Marketing	Christopher Neary Anker	11.736.529-8	Ingeniero comercial	01/08/2011
Gerencia de Comunicaciones	Alejandra Pérez Lecaros	6.616.084-k	Periodista	01/01/2011
Contralor	Manuel Vega Rodríguez	5.264.088-1	Contador	01/09/1998

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	12	2	14
Profesionales y Técnicos	803	21	824
Trabajadores	360	0	360
Total General	1.175	23	1.198

REMUNERACIONES

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 la tabla de la página siguiente.

Adicionalmente, el director Marcelo Von Christmar Werth recibió un total de \$12 millones por asesoría a la Compañía en el período.

Respecto de la filial Radiodifusión SpA, sus directores no reciben remuneración por sus funciones.

Los gastos del directorio ascienden a \$2.293.000 pesos, los que son exclusivamente por concepto de viajes. No existen en el período gastos en asesoría del directorio, ni existe comité de directores.

REMUNERACIÓN DE LOS EJECUTIVOS

Los ejecutivos principales de la Compañía recibieron como remuneración u honorarios durante el período 2012 la suma total de \$1.645.985.894. En 2011, por este concepto, el total fue de \$1.373.366.980. Las indemnizaciones por años de servicio pagadas en total durante el 2012 a los ejecutivos ascendieron a la suma de \$82.923.168.

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 corresponde a un monto variable que consiste en un número determinado de honorarios mensuales calculados de acuerdo a la productividad sobre EBITDA de la Compañía.

NOMBRE	FECHA NOMBRAMIENTO	MONTO BRUTO ANUAL 2012	MONTO LÍQUIDO ANUAL 2012	MONTO BRUTO ANUAL 2011	MONTO LÍQUIDO ANUAL 2012
Rodrigo Alvarez Zenteno	17 de agosto de 2012	4.444.444	4.000.000	No era director en el período 2011	
Alberto Arenas de Mesa	19 de noviembre de 2010	13.333.332	12.000.000	11.944.443	10.750.000
René Cortázar Sanz (1)	19 de noviembre de 2010	53.333.336	48.000.000	68.888.889	62.000.000
Patricio Donoso Ibáñez	9 de septiembre de 2010	13.333.332	12.000.000	13.055.554	11.750.000
Nicolás Eyzaguirre Guzmán	17 de agosto de 2012	53.333.332	48.000.000	No era director en el período 2011	
Alejandro Jadresic Marinovic	17 de agosto de 2012	4.444.444	4.000.000	No era director en el período 2011	
Andrónico Luksic Craig	19 de noviembre de 2010	11.666.665	10.500.000	8.888.889	8.000.000
Silvia Pellegrini Ripamonti	19 de noviembre de 2010	13.333.332	12.000.000	13.333.332	12.000.000
Martín Rodríguez Guiraldes	19 de noviembre de 2010	13.333.332	12.000.000	13.333.332	12.000.000
Rodrigo Terré Fontbona	19 de noviembre de 2010	13.055.554	11.750.000	13.333.332	12.000.000
Fabio Valdés Correa	19 de noviembre de 2010	13.333.332	12.000.000	12.222.221	11.000.000
Marcelo von Chrismar Werth	19 de noviembre de 2010	13.333.332	12.000.000	16.388.887	14.750.000
Total		220.277.767	198.250.000	171.388.879	154.250.000

(1) EL SR. RENÉ CORTÁZAR SANZ DEJÓ DE SER DIRECTOR DE LA COMPAÑÍA EL 27 DE JULIO DE 2012.

ACTIVIDADES Y NEGOCIOS DE LA COMPAÑÍA

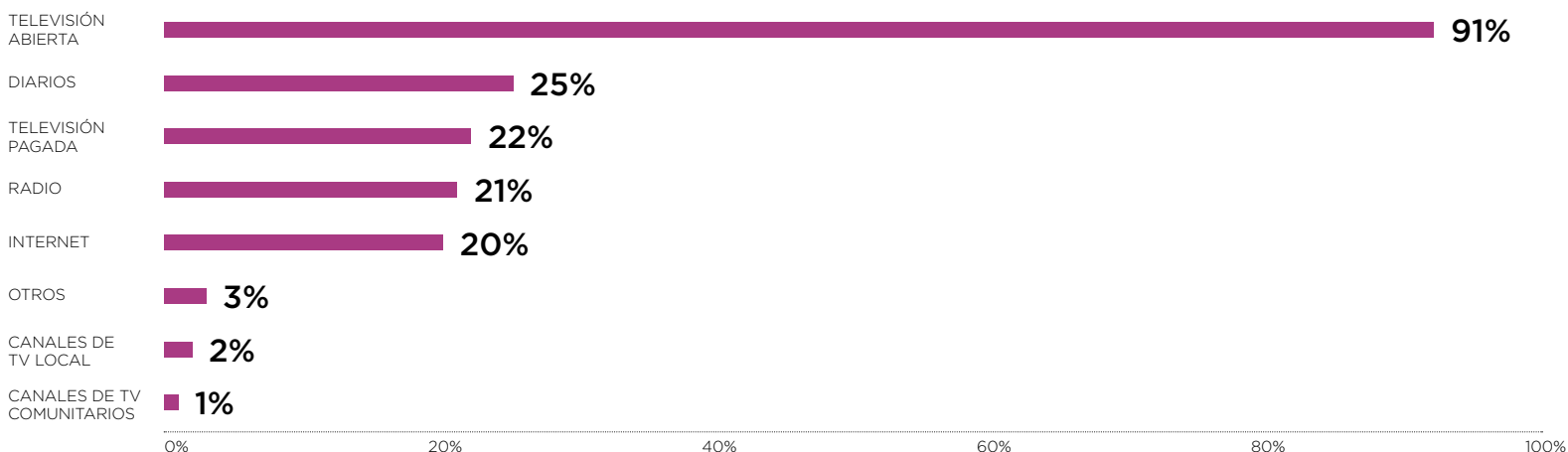
DESCRIPCIÓN DE LA INDUSTRIA | MARCO
REGULATORIO | DESCRIPCIÓN DE LOS
NEGOCIOS | PROPIEDAD E INSTALACIONES |
FILIALES Y COLIGADAS

DESCRIPCIÓN DE LA INDUSTRIA

MEDIOS UTILIZADOS CON FINES INFORMATIVOS

(% DE RESPUESTAS AFIRMATIVAS, 2011)

GRÁFICO 1



FUENTE: VII ENCUESTA NACIONAL DE TELEVISIÓN (2011), CNTV.

NOTA: DISTRIBUCIÓN DE RESPUESTAS A LA PREGUNTA "¿PODRÍA DECIRME LOS MEDIOS QUE UTILIZA PARA INFORMARSE SOBRE LO QUE ESTÁ PASANDO EN CHILE?".

A. EL MERCADO

Canal 13 desarrolla su actividad en la industria de los medios de comunicación, siendo su principal línea de negocios la televisión abierta, lo que adicionalmente 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. Sus ingresos provienen principalmente de la venta de espacios publicitarios, cuyo atractivo para el mercado de la publicidad depende, en gran medida, de la cantidad de audiencia obtenida, perfil de segmentación y efectividad comercial.

La televisión ha sido por décadas una de las más importantes industrias relacionadas con las telecomunicaciones a nivel global. En Chile, desde los comienzos de las primeras transmisiones televisivas experimentales, a finales de los años cuarenta, y luego la masificación de ésta en las décadas posteriores, la televisión se ha posicionado como el medio de informa-

ción y entretenimiento más importante. 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. Por otro lado, la radio sigue configurando hoy en día como un medio de comunicación que convive con otras actividades diarias de los oyentes. (*Gráfico 1*)

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 a 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.

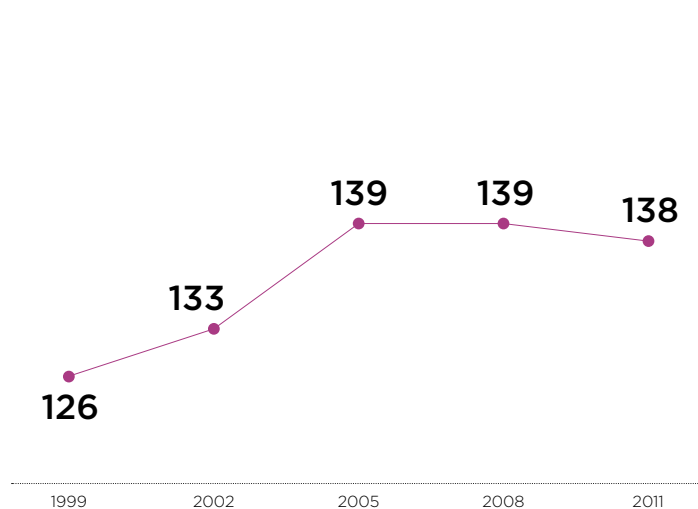
En el modelo de la televisión abierta, la recepción de contenido es gratuita para la audiencia, siendo el motor generador de ingresos el avisaje o publicidad. En el caso de la televisión de pago, la principal fuente de ingresos lo constituye un cargo por servicio a los clientes, siendo el ingreso por avisaje algo secundario. La televisión de pago constituye un negocio altamente intensivo en capital e infraestructura para la distribución de la señal televisiva, siendo otro costo relevante el pago por contenido generado por terceros, mientras que el modelo de la televisión abierta podría considerarse un negocio creativo que va más relacionado a la generación de contenidos propios, siendo el peso financiero de la infraestructura de distribución menor que en el caso de la televisión de pago.

Existen también en la industria de la televisión empresas que se dedican solamente a la

CONSUMO DE TELEVISIÓN ABIERTA EN CHILE

(MINUTOS POR DÍA)

GRÁFICO 2



FUENTE: VII ENCUESTA NACIONAL DE TELEVISIÓN (2011), CNTV.

NOTA: RESPUESTAS A LA PREGUNTA "¿CUÁNTO TIEMPO VIO TELEVISIÓN ABIERTA AYER?".

producción de contenidos, vendiendo los derechos de emisión de esos contenidos a los proveedores de televisión abierta y de pago.

A1. La Industria de la Televisión Abierta.

El consumo de televisión de las personas se ha mantenido relativamente estable en los últimos años, a pesar de la introducción de nuevas y variadas formas de entretenimiento y medios de comunicación. Como ejemplo de lo anterior, en Chile se consumían 126 minutos al día de televisión abierta en el año 1999, mientras que en 2011, el consumo llegaba a 138 minutos diarios. **(Gráfico 2)**

Como se mencionó anteriormente, la principal fuente de ingresos de la televisión abierta reside en su capacidad generadora de venta de espacios publicitarios. A su vez, la televisión abierta se ha transformado en el principal participante del mercado de publicidad, dada la característica única de este medio en relación a otros de proveer espacios

publicitarios masivos de alto alcance.

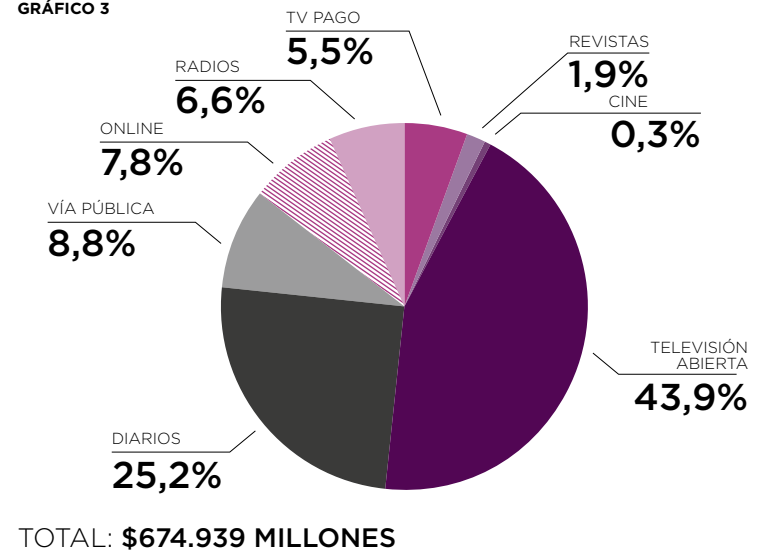
Según ZenithOptimedia, a nivel latinoamericano, la televisión es y seguirá siendo el medio de comunicación más importante. Ésta, representó el 62,3% de la inversión publicitaria total realizada durante 2011, y según estimaciones, dicho porcentaje alcanzará 61,8% en el año 2014. Por su parte, internet está creciendo en importancia. El año 2011 su participación fue de 4,0%, mientras que se espera que hacia 2014 su participación de mercado alcance un 5,9%. Los periódicos representaron el 16,9% del total de la inversión en publicidad en el año 2011, esperándose que representen 16,5% en el año 2014.

De acuerdo a cifras de la Asociación Chilena de Agencias de Publicidad ("ACHAP"), durante el año 2012 la televisión abierta concentró el 44% del total de la inversión en publicidad en Chile. De un total de \$674.939 millones, la televisión abierta capturó más de \$296.322 millones. **(Gráfico 3)**

INVERSIÓN PUBLICITARIA EN CHILE

(% 2012)

GRÁFICO 3



FUENTE: INVERSIÓN PUBLICITARIA 2012, ACHAP

Adicionalmente, de acuerdo a cifras de la ACHAP, en Chile la inversión publicitaria per cápita durante el año 2012 alcanzó los US\$79,7 mientras que en mercados más desarrollados como Estados Unidos se encuentra en niveles cercanos a las US\$462. En la última década (2002-2012), la inversión publicitaria per cápita en Chile ha aumentado a tasas del 6,3% anual. **(Gráfico 4)**

Aumentos en la inversión publicitaria pueden venir dados tanto por un aumento en la penetración de ésta –medido como porcentaje del Producto Interno Bruto ("PIB")–, como también por crecimiento económico a nivel país.

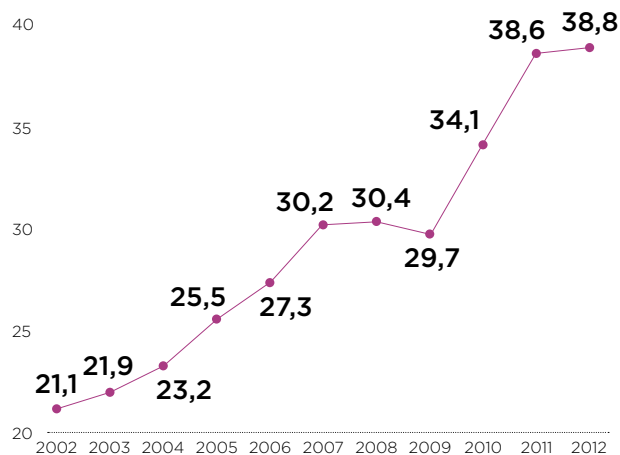
Con respecto a la penetración, según información de ZenithOptimedia y el Fondo Monetario Internacional, en el año 2011 en Chile este indicador estuvo entorno al 0,5%, por debajo de países desarrollados como Estados Unidos, por ejemplo, donde la cifra estuvo alrededor del 1%.

En relación al crecimiento económico, se puede agregar que existe una alta correlación

INVERSIÓN PUBLICITARIA PER CÁPITA EN CHILE

(MILES DE PESOS)

GRÁFICO 4

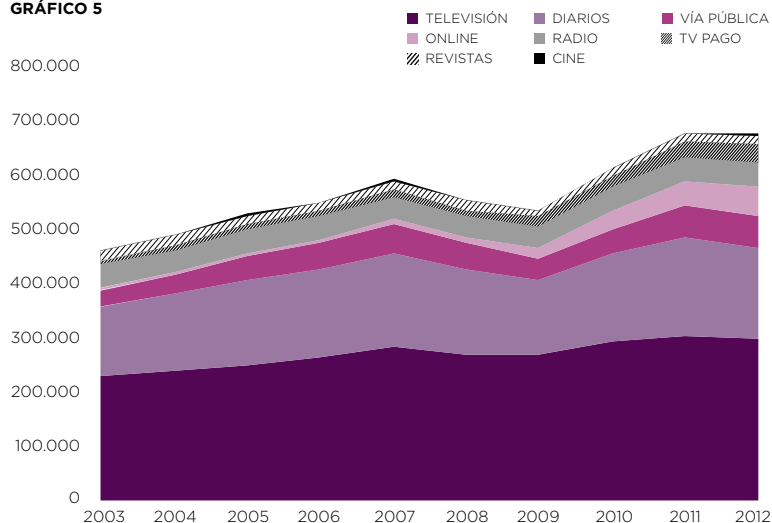


FUENTE: INVERSIÓN PUBLICITARIA 2012, ACHAP.

EVOLUCIÓN DE LA INVERSIÓN PUBLICITARIA EN CHILE

(MILLONES DE PESOS)

GRÁFICO 5



FUENTE: INVERSIÓN PUBLICITARIA 2012, ACHAP.

entre las variaciones de inversión publicitaria y crecimiento del PIB. Sin embargo, la elasticidad de la inversión publicitaria en televisión con respecto al crecimiento del PIB es menor en comparación a otros medios de comunicación. La estadística señala que la volatilidad de la inversión publicitaria en televisión abierta ha sido la menor de todos los medios de comunicación para el período de 2003 a 2012, con una desviación estándar de 4,8%. Mientras tanto, la inversión publicitaria en radios se posiciona como la de segunda menor volatilidad con 6,3% para el mismo período. Otros medios como la vía pública, internet y la televisión de pago, registran mayor volatilidad, con desviaciones estándar de 15,9%, 18,7% y 29,3% respectivamente. **(Gráfico 5)**

Como ejemplo de lo anterior, entre los años 2007 y 2009, producto de la crisis financiera mundial, cuando la inversión total en publicidad cayó un 9,3%, el segmento de televisión abierta solamente cayó 5,1%, lo que implica

una caída muy por debajo de la publicidad en diarios, vía pública y revistas, las que cayeron entre un 19,5% y un 33,3%.

A2. Caracterización de la Oferta.

El principal producto ofrecido por la industria de la televisión abierta a los avisadores son los espacios publicitarios, los cuales son adquiridos por los anunciantes como medio de promoción de sus productos para obtener ventas. El nivel absoluto de audiencia, su perfil de segmentación y la efectividad comercial definen el potencial de valor que cada canal puede capturar.

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 tanto, una mayor inversión publicitaria. El horario *off prime* se caracteriza por tener bajo

nivel de encendido de televisores y por tanto, una menor inversión publicitaria.

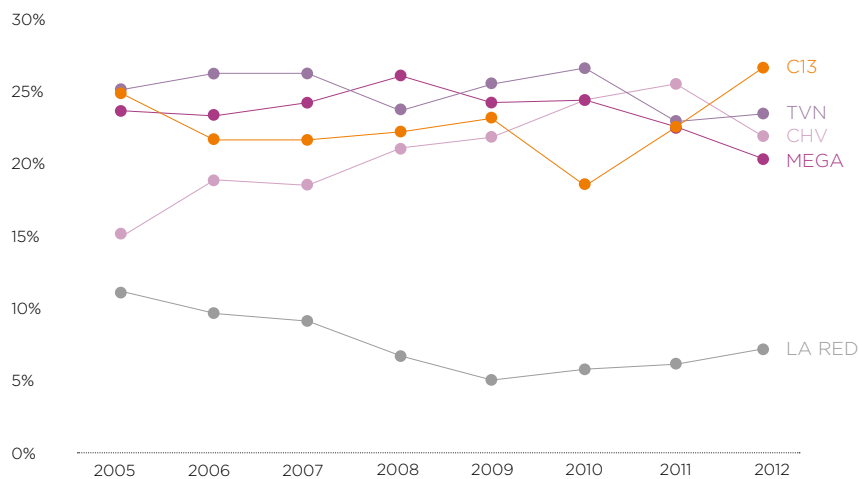
Como fue mencionado anteriormente, el factor diferenciador de la televisión abierta frente a otros medios es su capacidad única de lograr grandes alcances, es decir, una cantidad masiva de personas distintas recibiendo un mensaje en un mismo momento. Este atributo es clave para lograr economías de escala en las ventas por parte de los canales de televisión, dado que replicar un alcance similar a través de la suma de diversos medios podría significar mayores niveles de inversión e ineficiencias en la comunicación para los avisadores. Por tal motivo, 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.

Si bien los anunciantes tradicionalmente buscan masividad en la televisión abierta, en el horario *prime* la demanda se focaliza mayormente en mujeres y hombres de 25 a 64

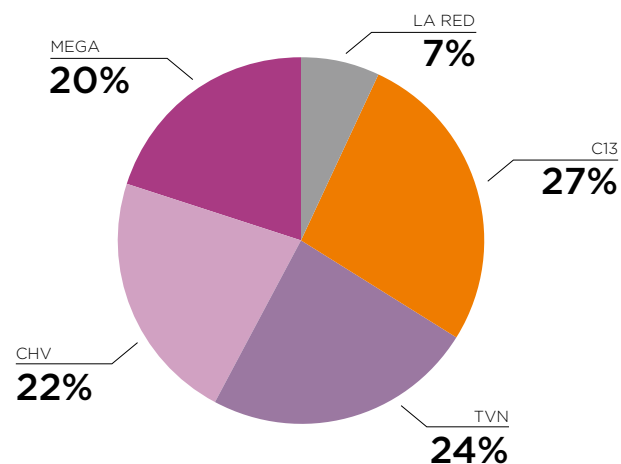
EVOLUCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN DE AUDIENCIA SEGÚN RATING HOGAR

(%)

GRÁFICO 6



FUENTE: ELABORACIÓN CANAL 13 CON INFORMACIÓN DE TIMEIBOPE.



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, aún cuando el segmento socioeconómico ABC mantiene la preferencia.

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

B) LA COMPETENCIA

Actualmente, Canal 13 compite principalmente en el mercado de la televisión abierta, el mayor segmento dentro del mercado de la publicidad. Los participantes más relevantes en este mercado son los siguientes:

Televisión Nacional de Chile (TVN): Opera desde 1969 siendo una empresa autónoma del

Estado que tiene emisiones en todo el territorio nacional y debe autofinanciarse.

Mega: Fundado en 1990. Adquirió su licencia para operar en una licitación pública del extinto Canal 9 estatal. Actualmente es controlado por el Grupo Bethia, quien adquirió la compañía al Grupo Claro en 2012.

Chilevisión (CHV): Fundado en 1959 bajo el patrocinio institucional de la Universidad de Chile. Es en la actualidad parte del conglomerado de medios estadounidense Time Warner, que adquirió el canal a Bancard el año 2010.

Red: Fundado en 1990. Perteneció al Grupo Alva-visión, grupo de medios mexicano.

UCV Televisión (UCV-TV): Es la más antigua red de televisión de Chile y la única con cobertura nacional que se emite desde fuera de Santiago. Perteneció a la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.

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.

C) PARTICIPACIÓN RELATIVA Y EVOLUCIÓN

La principal medida utilizada en la industria para cuantificar los niveles de audiencia (generales y por segmento) 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. 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 grupo socioeconómico y grupos etarios, los que son de utilidad para anunciantes con necesidades de comunicación más específicas. De acuerdo con TimeIbope, 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

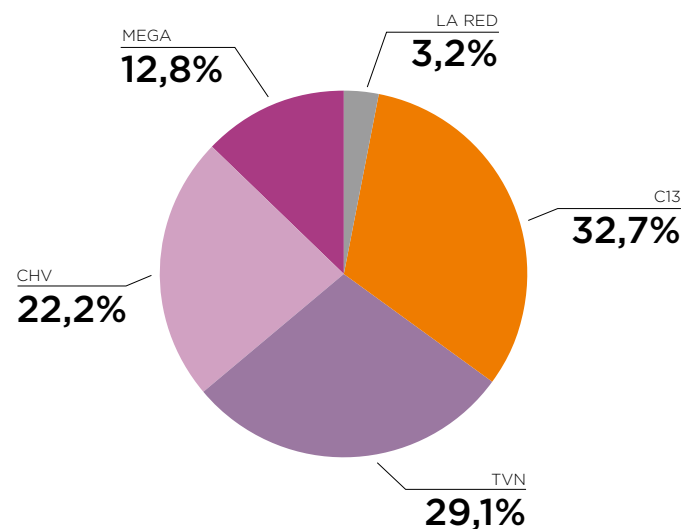
EVOLUCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN DE INGRESOS DE LOS 5 PRINCIPALES CANALES

(%)

GRÁFICO 7



ACUMULADO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2012



FUENTE: ELABORACIÓN CANAL 13 CON INFORMACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS DE LAS COMPAÑÍAS.

NOTA: SE CONSIDERAN LOS INGRESOS DE EXPLOTACIÓN DE LOS CINCO CANALES DE TELEVISIÓN ABIERTA CON MAYORES INGRESOS, SEGÚN LOS RESPECTIVOS ESTADOS FINANCIEROS.

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.

Canal 13 ha sido históricamente uno de los canales de televisión más relevantes y efectivos en la captación masiva de audiencias en el país. Durante 2012, Canal 13 obtuvo la mayor participación de audiencia en el segmento *rating* hogar, alcanzando un 27%. (Gráfico 6)

En términos de participación en la inversión publicitaria de televisión abierta, históricamente Canal 13 junto a TVN han liderado la industria. La reciente recuperación de audiencia iniciada por Canal 13 durante el año 2011 y posteriormente consolidada durante el año 2012, llevó al canal a ser el líder de la industria, superando el 32% del total de la inversión publicitaria en televisión abierta. (Gráfico 7)

El indicador más utilizado por la industria

para medir la creación de valor es el “factor comercial” (también llamado *bonus factor* o *power ratio*). El factor comercial es el cociente entre la participación sobre el total de inversión publicitaria y la participación de audiencia del *rating* hogar o comercial. 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. Es importante destacar que los ingresos considerados para el cálculo de este factor son los ingresos de explotación totales de cada canal de televisión, los que son obtenidos de los respectivos Estados Financieros. Dado que los referidos ingresos totales pueden incluir ingresos de otros negocios, este indicador debe ser considerado como la mejor aproximación posible.

Entre los principales elementos que pueden generar un factor comercial 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 tanto mayor potencial de

recaudación, ii) mayor composición de *rating prime time* versus *off prime* y iii) capacidades comerciales de excelencia.

Históricamente Canal 13 ha tenido un factor comercial elevado. A partir del año 2009 este indicador sostuvo una caída importante, llegando incluso a niveles cercanos a 1 pero mejorando sustancialmente en el 2012, situándose en 1,21. (Gráfico 8)

D) TENDENCIAS GENERALES DE LA INDUSTRIA

La industria de la televisión constituye un mercado dinámico y en permanente cambio, por lo que la capacidad de adaptación y flexibilidad ante los cambios constituyen una ventaja importante.

La Televisión Digital:

La televisión digital abarca un amplio abanico de tecnología a lo largo todo el proceso productivo de la televisión, que pasa desde la tecnología analógica para la producción y

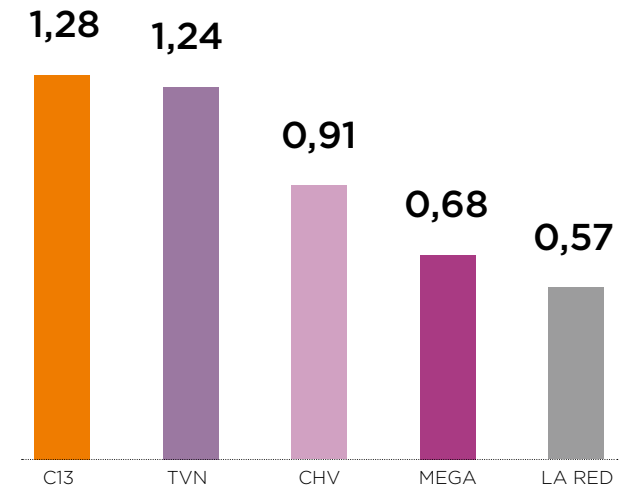
EVOLUCIÓN DEL FACTOR COMERCIAL

(% INVERSIÓN PUBLICITARIA / % DE PARTICIPACIÓN DE AUDIENCIA SEGÚN RATING HOGAR)

GRÁFICO 8



PROMEDIO HISTÓRICO 2005 - 2012



FUENTE: ELABORACIÓN CANAL 13 CON INFORMACIÓN DE TIMEBOPE Y ESTADOS FINANCIEROS DE LAS COMPAÑÍAS.

NOTA: PARTICIPACIÓN DE INGRESOS CONSIDERA LOS INGRESOS DE EXPLOTACIÓN DE LOS 5 CANALES DE TELEVISIÓN ABIERTA CON MAYORES INGRESOS, SEGÚN LOS RESPECTIVOS ESTADOS FINANCIEROS.

transmisión de contenido a tecnología de codificación digital. Este proceso constituye un avance tecnológico para la industria sólo comparable con el paso de la televisión en blanco y negro a la televisión en color.

Este proceso comenzó con la digitalización de las transmisiones por satélite y el cable, la digitalización del proceso de producción, la digitalización de los aparatos reproductivos (televisores LCD, LED, etc.), y ahora se ha volcado hacia digitalizar el servicio de libre recepción a través del nuevo estándar de Televisión Digital Terrestre (TDT), cuyo proyecto de ley está siendo discutido en el Congreso.

Uno de los beneficios del cambio de la señal analógica a digital lo constituirá la habilidad para aumentar el número de programas transmitidos dentro del mismo ancho de banda de radiofrecuencia. El espectro radioeléctrico disponible para las telecomunicaciones es un bien finito, limitando la cantidad de canales de televisión que se pueden transmitir

simultáneamente. La señal digital es capaz de transmitir aproximadamente cuatro canales, utilizando el mismo ancho de banda que un canal analógico tradicional. Alternativamente, es capaz de transmitir menos canales, pero de mayor calidad de imagen y sonido. Lo anterior, posibilitaría el desarrollo de la televisión no sólo a nivel masivo, sino también de nichos con propuestas de valor adecuadas para distintos segmentos. Adicionalmente resulta posible transmitir, por ejemplo, canales en alta definición (HD) y en formato "16:9" en lugar de "4:3", aproximándose al formato utilizado en producciones cinematográficas. El sonido que acompaña la señal se puede recibir en estéreo, con sistema envolvente y múltiples idiomas. A esto se suma la posibilidad de transmitir información adicional, como subtítulos y calendarios programáticos, entre otros.

Otra ventaja de la televisión digital es que eliminará la vulnerabilidad a interferencias con canales adyacentes. Esto, conocido como

ineficiencia interbanda, genera que existan frecuencias que no se puedan utilizar de forma de no generar problemas a las frecuencias adyacentes, haciendo menos eficiente el espectro.

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 su posterior modificación a través de la Ley N° 19.131 de 1992;
- 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, del Ministerio de Transporte y Telecomu-

nicaciones, que contiene el “Plan de Radiodifusión Televisiva”;

- Resolución Exenta N° 420 de fecha 29 de Septiembre de 1989, del Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones, que aprueba Instructivo relativo a las Solicitudes de Radiodifusión Televisiva;
- 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; y
- Normas generales y especiales dictadas por el CNTV.

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 aflictiva. El plazo de duración de las concesiones es por un máximo de 25 años.

Una vez recibida la solicitud de llamado a concurso público, el CNTV remite a la Subsecretaría de Telecomunicaciones (la “Subtel”) para la elaboración de las bases técnicas del concurso. Una vez efectuadas las bases técnicas, el CNTV llamará a concurso con a lo menos 180 días de anticipación al vencimiento del plazo de vigencia de la concesión, debiendo publicarse en el Diario Oficial las Bases de Licitación en a lo menos en tres oportunidades,

entre las cuales mediará no menos de tres ni más de cinco días hábiles.

Los proyectos presentados por los concursantes serán recibidos e ingresados por el CNTV y posteriormente remitidos a la Subtel, la cual dará revisión a cada uno de ellos, dentro de un plazo de 30 días, emitiendo un informe técnico para cada uno de los proyectos con las observaciones pertinentes. El CNTV remitirá a cada peticionaria un oficio indicando los reparos correspondientes a los requisitos formales y técnicos de carácter legal y reglamentario. Las peticionarias tienen, a su vez, 15 días para responder los reparos a los proyectos presentados y remitir la documentación pertinente al CNTV, el cual a su vez la enviará a la Subtel, para la evaluación final de cada proyecto.

La Subtel, finalmente, realizará la evaluación final de todos los proyectos que se presentaron en el respectivo concurso público, entregando los resultados con un puntaje porcentual para cada proyecto con las observaciones correspondientes. Con la información proporcionada por la Subtel, el CNTV adjudicará la concesión y publicará en extracto.

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. Tal llamado deberá hacerse con no menos de 180 días de anterioridad al vencimiento de la vigencia de la concesión de radiodifusión televisiva.

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, 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. Una vez que se transfieran las concesiones, en conformidad al artículo 3° transitorio de la Ley N° 19.131, las concesiones que tenían el carácter de indefinida pasarán a tener una duración de 25 años, por cuanto establece las concesiones vigentes a la fecha de publicación de esta Ley, salvo en lo relativo a la duración de la concesión en que se aplicaran las siguientes normas de excepción: *“2.- Se regirán por la ley vigente a la fecha de su transferencia, las concesiones que se hubieren adquirido por acto entre vivos”*.

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. 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 supervigi-

lancia 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 treinta 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 nuestro país. 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 admi-

nistrativo, constituyéndose una especie de monopolio legal a favor de los cuatro operadores.

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

El antedicho monopolio 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 ésta 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 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 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 lici-

tarse 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 éstas 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 éstas, es dable destacar que las resoluciones de la Subtel no siempre tienen el mismo objeto, variando entre instalación y operación de estaciones repetidoras y estacio-

nes transmisoras y comunicación de cambio o reserva de frecuencias. En este sentido, no contienen la misma mención de elementos técnicos, resultando por tanto difícil configurar las características de cada concesión.

Respecto de Canal 13, las concesiones amparadas bajo la Ley N° 17.377 son un total de 49.

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 68 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 83 por una duración de 25 años.

E) MODIFICACIONES AL MARCO REGULATORIO

Actualmente se encuentra en tramitación en el Congreso Nacional el proyecto de ley sobre Televisión Digital, que busca la implementación en nuestro país 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 el “Proyecto”. Las modificaciones referidas se refieren principalmente a: (i) definición del ámbito de las funciones y atribuciones del CNTV; (ii) determinar 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.

Asimismo, por medio del Proyecto 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 RADIO-DIFUSIÓN 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 un servicio especial denominado “servicios de radiodifusión de mínima cobertura” (“MC”) que sólo pueden perseguir finalidades culturales o comunitarias, o ambas a la vez, estándoles 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 Transporte 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 RADIO-DIFUSIÓN 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 concesionarios las personas jurídicas de derecho público o privado, constituidas en Chile, con domicilio en 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 3 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 la obras e instalaciones de ésta hayan sido autorizadas y hayan transcurrido a lo menos dos años desde que se haya iniciado el servicio.

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 2012, Canal 13 es titular de seis concesiones de radiodifusión sonora de libre recepción.

E) PROCESO DE ADQUISICIÓN DE CONCESIONES DE RADIODIFUSIÓN SONORA DE COMUNICACIONES HORIZONTE LIMITADA:

Debe señalarse que en el proceso de adquisición por parte de Canal 13 de las concesiones de radiodifusión sonora de propiedad de Comunicaciones Horizonte Limitada, con fecha 7 de marzo de 2012, se solicitó a la FNE la emisión de un informe relativo al inciso segundo del artículo 38 de la Ley N° 19.733, respecto de

la transferencia de las concesiones de radiodifusión sonora de radio Horizonte y Oasis.

A continuación, el día 5 de abril de 2012, la FNE informó desfavorablemente la solicitud de informe de la Ley 19.733 sobre las Libertades de Opinión e Información y Ejercicio del Periodismo (“Ley de Prensa”), procediendo a comunicar los fundamentos de su decisión al Tribunal de Defensa de la Libre Competencia y presentando una consulta de conformidad a lo dispuesto en el citado artículo 38 inciso 2° de la Ley de Prensa en relación con el artículo 31 del Decreto Ley N° 211 sobre Normas para la Defensa de la Libre Competencia.

En cumplimiento de lo anterior, con fecha 27 de septiembre de 2012, el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia, mediante la Resolución N° 41, resolvió declarar que la operación consultada por la FNE no infringe las normas contenidas en el mencionado Decreto Ley. Sin embargo, dentro de las condiciones o exigencias necesarias para la autorización de la operación, se estableció como condición cuarta: “Separación de los negocios de radio y televisión. Estructurar y mantener los negocios de radio-

difusión sonora y televisiva en empresas legalmente independientes y separadas, aún cuando se encuentren relacionadas. Para ello, dentro del plazo de un mes contado desde que quede firme esta Resolución, se deberán iniciar los trámites pertinentes ante la Subtel y la FNE”.

En cumplimiento de lo anterior, con fecha 12 de noviembre de 2012, Canal 13 presentó ante la Subtel una solicitud de autorización previa de cambio de titularidad de sus concesiones de radiodifusión sonora, con el objeto de transferirlas a la sociedad Radiodifusión SpA. Cabe señalar que Radiodifusión SpA es una sociedad por acciones, de acuerdo a 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 Acharan Toledo. Al 31 de diciembre de 2012, el único accionista de Radiodifusión SpA es el Canal.

3. MARCO REGULATORIO APLICABLE A INTERNET Y TELEVISIÓN POR CABLE.

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

INFORMACIÓN RELEVANTE

Señalamos a continuación los hechos relevantes que tienen o pueden tener en el futuro, influencia o efecto en el desenvolvimiento de el o los negocios de la Compañía, ocurridos durante los últimos 12 meses:

- Con fecha 12 de marzo de 2012 dejó su cargo el Director de Nuevos Negocios, don Marcelo Vásquez Rico.
- Mediante declaración suscrita por los representantes legales de la Compañía por escritura pública de fecha 20 de marzo de 2012, se redujo el capital social y el número de acciones a aquellas efectivamente suscritas y pagadas, esto es, un capital de 42.340.775.000 pesos dividido en 4.234.077.462 acciones. Un extracto de dicha escritura fue inscrita en el Registro de Comercio de Santiago al margen de la inscripción social con fecha 23 de abril del año 2012.
- Con fecha 22 de marzo de 2012, se han inscrito en el Registro de Accionistas de la Compañía los siguientes traspasos de acciones: (i) Traspaso de 1.397.245.562 acciones que fueron

transferidas de PUC a Inversiones Canal 13 SpA, y (ii) Traspaso de 2.836.831.900 acciones que fueron transferidas de Inversiones TV Medios Limitada a Inversiones Canal 13 SpA.

- Con fecha 27 de julio de 2012, el Presidente del Directorio, don René Cortázar Sanz, presentó su renuncia a su cargo, la que fue aceptada por Directorio de la misma fecha.

- Con fecha 17 de agosto de 2012, la Junta de Accionistas renovó completamente el Directorio, designando como Directores a los señores Andrónico Luksic Craig, Rodrigo Terré Fontbona, Martín Rodríguez Guiraldes, Alberto Arenas de Mesa, Fabio Valdés Correa, Nicolas Eyzaguirre Guzman, Marcelo Von Chrismar Werth, Patricio Donoso Ibáñez, Silvia Pellegrini Ripamonti, Rodrigo Álvarez Zenteno y Alejandro Jadrecic Marinovic.

- Con fecha 31 de agosto de 2012, el Directorio en sesión ordinaria eligió por unanimidad como nuevo presidente ejecutivo del Directorio y de la Compañía a don Nicolás Eyzaguirre Guzmán,

quien aceptó el cargo en la misma sesión.

- Con fecha 1 de octubre de 2012, asumió el cargo de Director de Nuevos Negocios don Julián Herman Rodríguez.

- Con fecha 14 de diciembre de 2012, doña Patricia Muñoz Antonin dejó el cargo de Gerente de Recursos Humanos de la Compañía. Don Julián Herman Rodríguez asumió en forma interina el cargo.

- Con fecha 19 de diciembre de 2012, por escritura pública otorgada ante la notario señora María Gloria Acharán Toledo los accionistas acordaron la transformación de la Compañía en una sociedad anónima cerrada, denominada “Canal 13 S.A.”

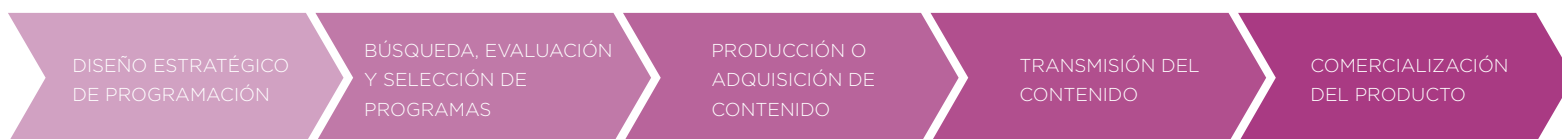
- Con fecha 20 de diciembre de 2012, la Pontificia Universidad Católica de Chile e Inversiones TV Medios Limitada adquirieron cada una de Inversiones Canal 13 SpA 20 acciones emitidas por la Compañía.

- Con fecha 28 de diciembre de 2012, mediante

Junta Extraordinaria de Accionistas de la Compañía, se acordó (i) disminuir el número de acciones a 311.703.873 acciones nominativas, de una sola serie, sin valor nominal; (ii) aumentar su capital a la suma de \$62.340.774.620, (iii) transformar la Compañía en una sociedad anónima abierta, acordando su registro y el de sus acciones en el Registro de Valores de la SVS; y (iv) modificar los estatutos de la Compañía, fijando un nuevo texto refundido.

DESCRIPCIÓN DE LOS NEGOCIOS

CUADRO 1



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.

Para lograr este objetivo, es fundamental 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 de la audiencia y los estándares editoriales y de rentabilidad.

Canal 13 ha estructurado e implementado procesos formales que no sólo buscan lograr una efectiva metodología analítica en la evaluación global de cada proyecto en relación al contenido y su capacidad de atraer audiencia, sino que también tienen un efecto positivo en su potencial desempeño financiero.

Estos procesos son claramente un factor diferenciador en una industria en la que tradicionalmente han primado modelos de gestión y toma de decisiones basados en la “intuición”

de un experto, lo que se ha traducido en alta volatilidad en los niveles de audiencia a lo largo de toda la industria.

LA CADENA DE VALOR DE CANAL 13 (Cuadro 1)

DISEÑO ESTRATÉGICO DE PROGRAMACIÓN:

- Comprensión de la estructura de consumo, dimensionamiento de la demanda por parte de los anunciantes y sus características y estimación potencial del valor en cada horario o bloque.
- Estructuración de la programación a través de un mix de productos que aseguren maximizar el valor de la Compañía para un nivel asociado de recursos, claros lineamientos editoriales y una rentabilidad esperada.

BÚSQUEDA, EVALUACIÓN Y SELECCIÓN DE PROGRAMAS:

- Obtención de las mejores ideas, conceptos, formatos y programas disponibles, en el mercado local e internacional.
- Potenciamiento del éxito de los potenciales programas a través de análisis metodológicos estructurados y efectivos.

• Identificación, anticipación e integración de nuevos temas y tendencias de consumo masivo en los productos.

PRODUCCIÓN O ADQUISICIÓN DE CONTENIDO:

- Contratación y gestión de los talentos y los servicios de producción internos y externos que aseguren los encargos programáticos aprobados.
- Compra del material en base a las necesidades de programación.

TRANSMISIÓN DEL CONTENIDO:

- Aseguramiento de la emisión y transmisión continua del contenido de la señal de Canal 13 y sus estaciones de radio con la calidad definida en las geográficas y las plataformas establecidas.

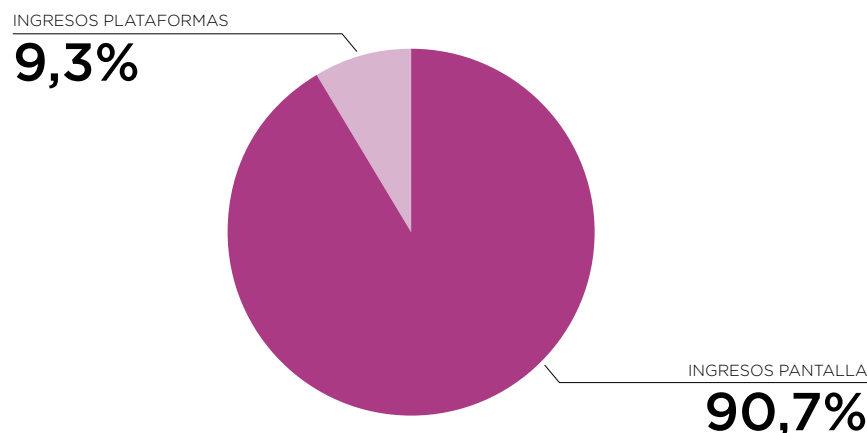
COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO:

- Maximización de la recaudación de los ingresos asociados a las audiencias producidas por Canal 13 en todas sus plataformas y sus estaciones de radio.
- Identificación de nuevas tendencias en la demanda de televisión y otras plataformas.

COMPOSICIÓN DE LOS INGRESOS DE EXPLOTACIÓN

(% 2012)

GRÁFICO 9



FUENTE: CANAL 13.

ÁREAS DE NEGOCIO

El principal foco de Canal 13 es la captura de audiencias masivas a través de la televisión abierta. Adicionalmente, desde hace algunos años ha iniciado un proceso de diversificación de sus ingresos a través de un crecimiento en negocios más segmentados como radio, televisión de pago, venta de contenido y otros proyectos, en conjunto denominados “Plataformas”.

Para Canal 13, profundizar esta diversificación de sus ingresos es una estrategia directamente ligada con su desarrollo y consolidación como conglomerado de medios, estrategia compartida por varios de los actores internacionales más representativos de la industria de medios. De los ingresos de explotación de Canal 13 el año 2012, los ingresos de televisión e internet, que internamente la Compañía denomina “Pantalla”, representan el 90,7% y Plataformas el restante 9,3%. (Gráfico 9)

NEGOCIOS DE PANTALLA

Canal 13 históricamente ha ofrecido a sus clientes productos atractivos reflejados en audiencias masivas con importantes participa-

ciones de audiencia en el horario *prime*. Esto significa para la Compañía disponer de productos comerciales con atributos “únicos”, capaces de generar significativas economías de escala en los ingresos, lo que representa una ventaja competitiva para Canal 13. (Gráfico 10) Desde principios del año 2011, con la incorporación de una nueva administración y la implantación de una nueva metodología de trabajo basada en el cumplimiento riguroso de procedimientos claves, Canal 13 ha logrado mejorar su *rating* hogar anual, alcanzando los 8,8 puntos, aún algo por debajo de su promedio histórico de 9,1 puntos del período 2000 a 2012. (Gráfico 11)

El efecto positivo de esta nueva metodología se ve claramente reflejado en la creciente participación de programas de Canal 13 en los 10 programas más vistos de cada año entre 2010 y 2012 (Cuadro 2). Además, la mejoría del nivel de *rating* de Canal 13 ha permitido una importante recuperación en los ingresos que, asociado a un control de costos efectivo, posibilitó en los dos últimos años mejoras importantes en los resultados de la Compañía.

NEGOCIOS DE PLATAFORMAS

RADIOS:

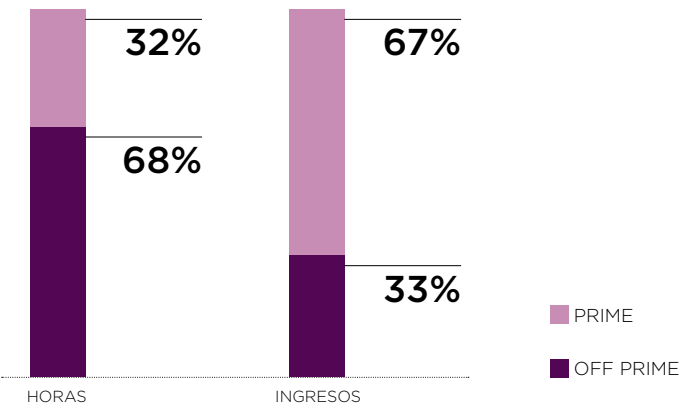
Al 31 de diciembre de 2012, Canal 13 opera dos radios, Radio Play FM y Radio Sonar. Radio Play FM se lanzó al mercado en el año 2005, y su segmento objetivo definido son las mujeres de 25 a 44 años de edad, de los grupos socioeconómicos C1 y C2. A través de una atractiva propuesta musical, Radio Play FM consigue posicionarse en el primer lugar en su segmento objetivo durante los últimos años, con significativa ventaja sobre su competidor más próximo. (Gráfico 12)

Sonar es la segunda radio diseñada por el equipo de radios de Canal 13 y lanzada al mercado a mediados del 2009. Con un foco en el segmento hombres de 20 a 44 años de edad de los grupos socioeconómicos C1 y C2, ha experimentado un importante crecimiento pasando de un 6% a 11% de participación de audiencia en un período de menos de cuatro años de existencia.

Radio Sonar ocupa actualmente el segundo lugar de sintonía, siendo Radio Futuro el líder del segmento y que está presente en el mercado desde mediados del año 1995. (Gráfico 13)

COMPOSICIÓN DE HORAS E INGRESOS DE
CANAL 13 POR BLOQUE HORARIO (% 2012)

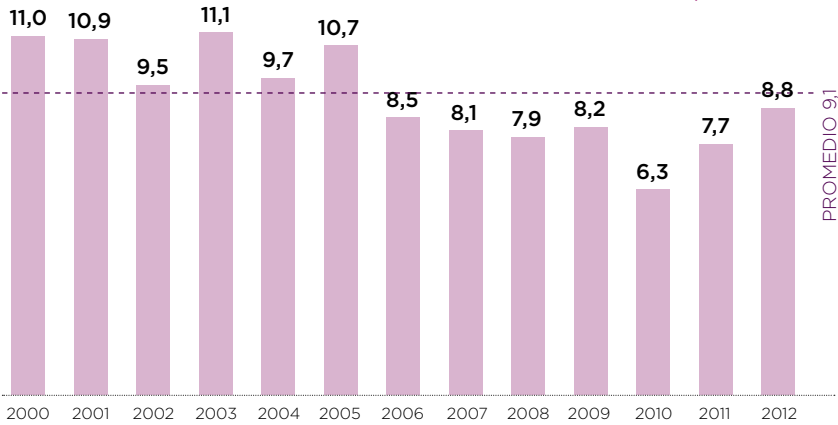
GRÁFICO 10



FUENTE: ELABORACIÓN CANAL 13 CON INFORMACIÓN DE TIMEIBOPE Y PROPIA.
NOTA: DEFINICIÓN DE LOS BLOQUES HORARIOS PARA ESTE ANÁLISIS; 1) OFF-PRIME LUNES A VIERNES 6 A 20 HORAS Y SÁBADO A DOMINGO DE 6 A 21 HORAS. 2) PRIME LUNES A VIERNES A PARTIR DE LAS 20 HORAS Y SÁBADO Y DOMINGO A PARTIR DE 21 HORAS HASTA FIN DE TRANSMISIÓN.

EVOLUCIÓN DEL RATING HOGAR
PROMEDIO DE CANAL 13 (PUNTOS)

GRÁFICO 11



FUENTE: ELABORACIÓN CANAL 13 CON INFORMACIÓN DE TIMEIBOPE.

PROMEDIO
9,1

LOS DIEZ PROGRAMAS MÁS VISTOS EN 2010, 2011 Y 2012 - RATING HOGAR

CUADRO 2

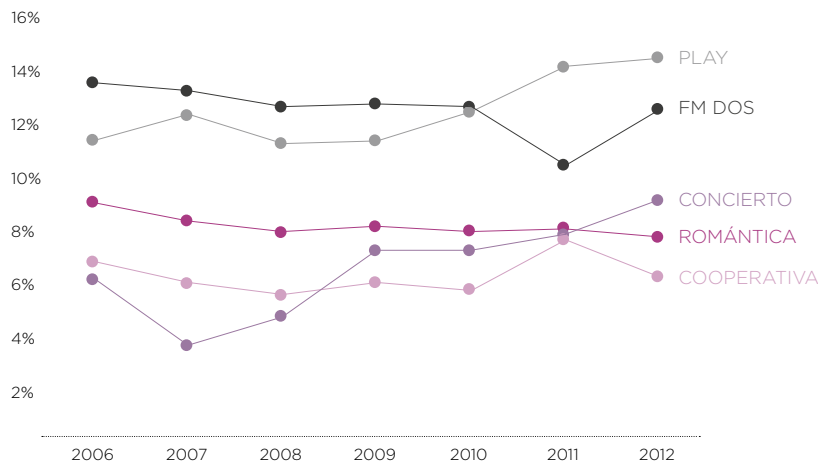
2010			2011			2012		
PROGRAMA	CANAL	RATING	PROGRAMA	CANAL	RATING	PROGRAMA	CANAL	RATING
Talento chileno	CHV	28,7	Los 80 más que una moda	C13	29,9	Soltera otra vez	C13	26,8
Los 80 más que una moda	C13	27,0	En su propia trampa	C13	27,5	Mundos opuestos	C13	26,2
Fiebre de baile	CHV	24,8	Talento chileno	CHV	25,4	Los 80 más que una moda	C13	25,9
En la mira	CHV	20,8	Mi nombre es	C13	24,7	En su propia trampa	C13	25,6
Halcón y camaleón	TVN	20,4	Perla tan real como tú	C13	21,6	Pareja perfecta	C13	22,7
40 y tantos	TVN	20,2	El laberinto de Alicia	TVN	19,7	Vértigo	C13	22,1
Kramer (especial)	TVN	19,3	Coliseo romano	MEGA	19,4	Atrapa los millones	C13	21,1
Conde Vrolok	TVN	19,3	Primer plano	CHV	18,6	Pobre rico	TVN	20,9
El club de la comedia	CHV	18,6	En la mira	CHV	18,5	Mi nombre es VIP	C13	20,7
Martín Rivas	TVN	18,2	Aquí mando yo	TVN	18,4	Separados	TVN	19,6
1/10			4/10			8/10		

FUENTE: TIMEIBOPE.
NOTA: SE EXCLUYEN MICROPROGRAMAS, EVENTOS Y LICITACIONES (FESTIVALES Y FÚTBOL) Y SE INCLUYEN PROGRAMAS DENTRO DE UNA MISMA MARCA (FINALES DE REALITY SHOWS, O PROGRAMAS ESPECIALES ASOCIADOS A OTROS, ETC.).

PARTICIPACIÓN DE AUDIENCIA - RADIO PLAY FM

(%)

GRÁFICO 12



FUENTE: IPSOS.

NOTA: CONSIDERA MUJERES DE LOS SEGMENTOS SOCIOECONÓMICOS C1 Y C2 DE 25 A 44 AÑOS DE EDAD.

PARTICIPACIÓN DE AUDIENCIA - RADIO SONAR

(%)

GRÁFICO 13



FUENTE: IPSOS.

NOTA: CONSIDERA HOMBRES DE LOS SEGMENTOS SOCIOECONÓMICOS C1 Y C2 DE 20 A 44 AÑOS DE EDAD.

TELEVISIÓN DE PAGO:

También se destaca dentro de las Plataformas el desempeño del canal de televisión de pago de Canal 13 conocido como 13C. Presente en las principales plataformas de televisión de pago de Chile, 13C es reconocido como un canal de calidad y creciente prestigio, lo que se refleja en el incremento sostenido de su nivel de audiencia durante los últimos años. (Gráfico 14)

CLIENTES

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 en el proceso de negociación y compra de publicidad.

Los principales clientes de Canal 13 participan en industrias como retail, consumo masivo, telecomunicaciones, banca, y servicios. Durante 2012, ningún cliente de Canal 13 concentró, en forma individual, el 10% o más de los ingresos de la Compañía.

PROVEEDORES

Durante 2012, un 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 en su mayoría es su creador y desarrollador. Por tal razón, la Empresa 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. A modo de ejemplo, de los costos de producción totales para el año 2012, aproximadamente sólo el 9% corresponden a derechos de transmisión de eventos deportivos, licencias para producir formatos de terceros y licencias para exhibir películas. (Cuadro 3)

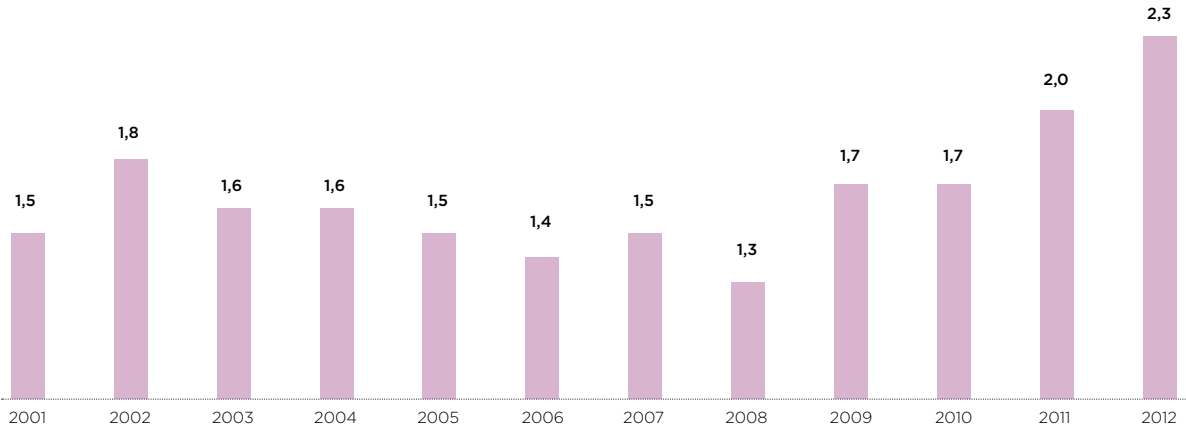
2. Medidas adoptadas para resguardar la propiedad intelectual:

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 del Departamento Jurídico y de la Gerencia de Marketing se reúne semanalmente para tomar las decisiones respecto de nuevas inscripciones, renovaciones y oposiciones.

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DEL CANAL 13C

(MILES DE PERSONAS POR HORA PROMEDIO)

GRÁFICO 14



2,3
MILES DE PERSONAS

FUENTE: ELABORACIÓN CANAL 13 CON INFORMACIÓN DE TIMEIBOPE.

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. Asimismo, la Compañía es socio 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 de terceros países.

CONCESIONES

En el siguiente cuadro se individualizan las concesiones de radiodifusión televisiva de Canal 13: **(Cuadro 4)**

3. Monto destinado a investigación:

Los montos destinados a mediciones de audiencia y estudios de mercados durante los años 2011 y 2012 correspondieron a \$559.965.147 y \$727.188.961, respectivamente.

CUADRO 3

COMPañÍA	TIPO DE MATERIAL	FECHA DE CADUCIDAD
A&E Television Networks, LLC (AENT International)	Series - documentales	17-04-2013
Andrés Wood Producciones	Largometrajes	14-11-2016
ANFP	Derechos TV Abierta amistosos selección sub 20	21-06-2013
BBC Worldwide Americas, Inc	Series - documentales	03-11-2013
Buena Vista International, Inc	Largometrajes y series	31-12-2015
CBS Studios, Inc	Series policiales	30-06-2014
CBS Studios, Inc	Series policiales	30-11-2015
Classic Media Distribution Limited	Series infantiles	18-12-2014
Discovery Communications, LLC	Series - documentales	31-12-2013
Dori Media International GmbH	Formato teleserie “Ciega a citas”	30-07-2016
Endemol Chile S.A.	Formato: “Love in the wild”	26-03-2014
Endemol Chile S.A.	Formato: “Atrapa el millón”	30-04-2013
Fremantlemedia Limited	Formato: “Mi nombre es VIP”	31-07-2013
Fremantlemedia Limited	Formato: “Don’t stop me now”	30-12-2013
Fremantlemedia Limited	Serie juvenil	30-06-2015
Full Play Group S.A.	Copa América 2015 y Torneos Juveniles	31-12-2015
Full Play Group S.A.	Amistosos sudamericanos y partidos otras selecciones	31-12-2015
Globo	Teleseries	31-06-2014
MGM/UA Telecommunications	Largometrajes	30-04-2015
OTI, A.C.	Mundial FIFA 2014 y otros torneos FIFA	15-06-2015
Paramount Picture Global	Largometrajes	31-12-2018
Producciones Aplapac Limitada	Largometraje	02-08-2021
National Geographic Television International	Series - documentales	18-03-2013
Rovio Entertainment Ltd.	Serie infantil	08-06-2014
Television Federeal S.A. - Telefe	Formato: “El hombre de tu vida”	14-11-2015
Twentieth Century Fox International Television	Largometrajes	31-12-2019
Twentieth Century Fox International Television	Series	31-12-2018

CUADRO 4

CUADRO RESUMEN CONCESIONES TELEVISIÓN ABIERTA

ESTACIÓN	FECHA CONCESIÓN	DOCUMENTO CONCESIÓN	OBSERVACIONES	PLAZO
ARICA	21-09-1988	G3 - 34974 / 673	SUBTEL	Indefinido
COLCHANE	26-12-1997	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
PACHICA	02-01-2003	Contrato CNTV 23.12.02	CNTV 13 bis.	25 años
SURIRE	23-11-2009	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
HUARA	26-12-1997	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
POZO ALMONTE	01-09-1998	Resolución N° 25	CNTV	25 años
IQUIQUE	14-07-1988	G3 - 33677 / 482	SUBTEL	Indefinido
OLLAGÜE	13-09-1999	Resolución N° 10	CNTV	25 años
QUILLAGUA	Subtel: 18-04-95	Contrato CNTV 12.94	CNTV 13 bis.	25 años
TOCOPILLA	19-07-1993	Resolución N° 43	CNTV	25 años
MARÍA ELENA/PEDRO DE VALDIVIA	15-09-1989	R1 - 33883 / 970	SUBTEL	Indefinido
CALAMA	30-08-1989	R1 - 33640 / 427	SUBTEL	Indefinido
SAN PEDRO DE ATACAMA	Subtel: 18-04-95	Contrato CNTV 12.94	CNTV 13 bis.	25 años
ANTOFAGASTA	13-05-1988	G3 - 32744 / 330	SUBTEL	Indefinido
TALTAL	20-01-1995	Resolución N° 20	CNTV	25 años
CHAÑARAL	24-01-1995	Resolución N° 21	CNTV	25 años
EL SALVADOR	09-09-1992	Resolución N° 77	CNTV	25 años
EL SALADO	19-06-1995	Resolución N° 72	CNTV	25 años
FLAMENCO	13-09-1999	Resolución N° 11	CNTV	25 años
INCA DE ORO	Subtel: 18-04-95	Contrato CNTV 12.94	CNTV 13 bis.	25 años
CALDERA	06-07-1998	Resolución N° 18	CNTV	25 años
COPIAPÓ	02-02-1989	G3 - 30471 / 77	SUBTEL	Indefinido
LOS LOROS	06-10-1998	Resolución N° 39	CNTV	25 años
HUASCO	10-04-2002	Resolución N°5	CNTV	25 años
VALLENAR	06-03-1991	Resolución N° 13	CNTV	Indefinido
DOMEYKO	16-02-2001	Resolución N° 03	CNTV	25 años
CARRIZALILLO	13/09/1999	Resolución N° 12	CNTV	25 años
LA HIGUERA	17-11-1998	Resolución N° 44	CNTV	25 años
LA SERENA / COQUIMBO	01-09-1987	G2 - 32978 / 204	SUBTEL	Indefinido
EL PERAL (ex LOS QUILES)	06-12-2010	Resolución N° 239	CNTV 13 bis.	25 años
VICUÑA	24-07-1989	R1 - 33029 / 766	SUBTEL	Indefinido
MONTEGRANDE	02-04-1998	Resolución N° 8	CNTV	25 años
ANDACOLLO	24-07-1989	R1 - 33029 / 766	SUBTEL	Indefinido
TONGOY / PUERTO ALDEA	26-12-2000	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
EL CHAÑAR	20-12-2006	Contrato CNTV 20.12.06	CNTV 13 bis.	25 años
EL SERÓN	05-12-2008	Res.CNTV N°145-01.12.08	CNTV 13 bis.	25 años
TULAHUÉN	05-12-2008	Res.CNTV N°145-01.12.08	CNTV 13 bis.	25 años
OVALLE	12-09-1989	R1 - 33844 / 986	SUBTEL	Indefinido
PELADEROS	06-12-2010	Resolución N° 239	CNTV 13 bis.	25 años
MONTE PATRIA	01-09-1995	Resolución N° 81	CNTV	25 años
EL MAITÉN	05-08-2004	Oficio Ord. N° 390	CNTV 13 bis.	25 años
PUNITAQUI	08-10-1997	Resolución N° 23	CNTV	25 años

CUADRO RESUMEN CONCESIONES TELEVISIÓN ABIERTA

ESTACIÓN	FECHA CONCESIÓN	DOCUMENTO CONCESIÓN	OBSERVACIONES	PLAZO
SAN MARCOS	06-12-2010	Resolución N° 239	CNTV 13 bis.	25 años
EL DIVISADERO	02-09-2004	Oficio Ord. N° 442	CNTV 13 bis.	25 años
MANQUEHUA	14-12-2007	Resolución N° 153	CNTV 13 bis.	25 años
LA LIGUA DE COGOTÍ	10-12-2001	Resolución N° 21	CNTV	25 años
LA ISLA	17-12-1998	Resoluc. Exenta N° 211	CNTV 13 bis.	25 años
EL SORUCO	04-01-2006	Oficio Ord. N° 14	CNTV 13 bis.	25 años
COMBARBALÁ	08-10-1997	Resolución N° 24	CNTV	25 años
RAMADILLA	02-01-2003	Contrato CNTV 23.12.02	CNTV 13 bis.	25 años
CANELA	26-12-1997	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
LOS POZOS	06-12-2010	Resolución N° 239	CNTV 13 bis.	25 años
SANTA VIRGINIA	17-12-1998	Resoluc. Exenta N° 211	CNTV 13 bis.	25 años
HUENTELAUQUÉN	21-12-1999	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
TUNGA SUR - TUNGA NORTE	17-12-1998	Resoluc. Exenta N° 211	CNTV 13 bis.	25 años
VALLE HERMOSO	06-12-2010	Resolución N° 239	CNTV 13 bis.	25 años
ILLAPEL	05-03-1992	Resolución N° 44	CNTV	Indefinido
HUINTIL	27-09-2012	Subtel Ord. N° 7527/C	CNTV 13 bis.	25 años
SAN AGUSTÍN	17-12-1998	Resoluc. Exenta N° 211	CNTV 13 bis.	25 años
SALAMANCA	27-04-1998	Resolución N° 15	CNTV	25 años
LOS VILOS	21-10-1992	R1 - 34731 / 2122	SUBTEL	Indefinido
CHELLEPÍN	06-10-1998	Resolución N° 38	CNTV	25 años
EL ARRAYÁN	06-12-2010	Resolución N° 239	CNTV 13 bis.	25 años
CUNCUMÉN	21-12-1999	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
CAIMANES	26-12-2010	Contrato CNTV 26.12.00	CNTV 13 bis.	25 años
PETORCA	06-03-1995	Resolución N° 40	CNTV	25 años
LA LIGUA	19-05-1989	AC-2: 32024 / 234	SUBTEL	Indefinido
ALICAHUE	02-04-1998	Resolución N° 12	CNTV	25 años
CABILDO	19-05-1989	AC-2: 32024 / 234	SUBTEL	Indefinido
PAPUDO / ZAPALLAR	19-07-1993	Resolución N° 44	CNTV	25 años
LA CALERA	02-04-1998	Resolución N° 10	CNTV	25 años
PANQUEHUE	05-06-2002	Resolución N°8	CNTV	25 años
LLAY-LLAY	04-10-1999	Resolución N° 022	CNTV	25 años
RÍO COLORADO	02-04-1998	Resolución N° 6	CNTV	25 años
LOS ANDES / SAN FELIPE	07-01-1992	R1 - 30073 / 2	SUBTEL	Indefinido
SALADILLO I	19-02-1985	30629 / FI - N° 40	SUBTEL	Indefinido
SALADILLO II	19-05-1989	AC-2: 32024 / 234	SUBTEL	Indefinido
VALPARAÍSO / VIÑA DEL MAR	19-10-1992	R1 - 34692 / 2120	SUBTEL	Indefinido
LAGUNA VERDE	Subtel: 18-04-95	Contrato CNTV 12.94	CNTV 13 bis.	25 años
CASABLANCA	18-05-2001	Resoución N° 16	CNTV	25 años
ALGARROBO	08-06-1997	Resolución N° 17	CNTV	25 años
SAN ANTONIO	14-07-1987	G2 - 32264 / 166	SUBTEL	Indefinido
ISLA ROBINSON CRUSOE	02-04-1998	Resolución N° 11	CNTV	25 años
TILTIL	30-01-2001	Resolución N° 04	CNTV	25 años

CUADRO RESUMEN CONCESIONES TELEVISIÓN ABIERTA

ESTACIÓN	FECHA CONCESIÓN	DOCUMENTO CONCESIÓN	OBSERVACIONES	PLAZO
SANTIAGO	29-04-1988	G3 - 32495 / 299	SUBTEL	Indefinido
LAS VERTIENTES	10-02-1993	Resolución N° 12	CNTV	25 años
SAN JOSÉ DE MAIPO	19-05-1989	AC-2: 32024 / 234	SUBTEL	Indefinido
MELIPILLA	31-03-1995	Resolución N° 59	CNTV	25 años
EL MELOCOTÓN/SAN ALFONSO	04-10-1999	Resolución N° 023	CNTV	25 años
EL INGENIO / SAN GABRIEL	09-11-1999	Resolución N° 28	CNTV	25 años
PUPUYA	21-12-1999	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
RANCAGUA	15-04-1991	Resolución N° 24	CNTV	Indefinido
VILLA ALHUÉ	26-12-2000	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
SEWELL	19-05-1989	AC-2: 32024 / 234	SUBTEL	Indefinido
TUNCA	21-12-2001	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
PICHILEMU	01-09-1995	Resolución N° 82	CNTV	25 años
SAN FERNANDO	05-07-1984	32485 / FI - N° 595	SUBTEL	Indefinido
PAREDONES	02-01-2003	Contrato CNTV 23.12.02	CNTV 13 bis.	25 años
VICHUQUÉN	19-05-1989	AC-2: 32024 / 234	SUBTEL	Indefinido
CUREPTO / LICANTÉN	02-02-1989	G3 - 30470 / 78	SUBTEL	Indefinido
CONSTITUCIÓN	04-07-1985	32179 / FL - 180	SUBTEL	Indefinido
TALCA	08-03-1984	30730 / FI - N° 276	SUBTEL	Indefinido
CHANCO	Subtel: 18-04-95	Contrato CNTV 12.94	CNTV 13 bis.	25 años
LOS RABONES	26-12-2000	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
CAUQUENES	04-07-1985	32179 / FL - 180	SUBTEL	Indefinido
COBQUECURA	23-06-1988	G3 - 33342 / 421	SUBTEL	Indefinido
CHILLÁN	08-03-1984	30730 / FI - N° 276	SUBTEL	Indefinido
BASE NAVAL TALCAHUANO	19-05-1989	AC-2: 32024 / 234	SUBTEL	Indefinido
CONCEPCIÓN	07-01-1982	30021	SUBTEL	Indefinido
ANTUCO	21-12-1999	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
LEBU	25-08-1987	G2 - 32847 / 193	SUBTEL	Indefinido
CAÑETE	02-04-1997	Resolución N° 09	CNTV	25 años
QUIDICO	04-01-2006	Oficio Ord. N° 14	CNTV 13 bis.	25 años
TIRÚA	02-04-1998 y 17-05-06	ORD. N° 434- 24.05.06	CNTV	25 años
ANGOL / MULCHÉN	29-08-1985	32873 / FL 268	SUBTEL	Indefinido
PURÉN / LOS SAUCES	22-09-1989	R1 - 33947 / 1005	SUBTEL	Indefinido
VICTORIA	18-04-1989	R1 - 31469 / 355	SUBTEL	Indefinido
REIGOLIL	23-11-2009	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
LUMACO / CAPITÁN PASTENE	30-01-2001	Resolución N° 02	CNTV	25 años
TRAIGUÉN	21-04-1987	G2 / 31190 / 111	SUBTEL	Indefinido
TROYO	26-12-1997	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
GALVARINO	20-06-1988	G3 - 33250 / 422	SUBTEL	Indefinido
MALALCAHUELLO	05-08-2004	Oficio Ord. N° 390	CNTV 13 bis.	25 años
MANZANAR	23-11-2009	Contrato 2009	CNTV 13 bis.	25 años
LONQUIMAY	27-10-1997	Resolución N° 25	CNTV	25 años

CUADRO RESUMEN CONCESIONES TELEVISIÓN ABIERTA

ESTACIÓN	FECHA CONCESIÓN	DOCUMENTO CONCESIÓN	OBSERVACIONES	PLAZO
PEDREGOSO	06-10-1998	Resolución N° 37	CNTV	25 años
LAUTARO	21-04-1987	G2 / 31190 / 111	SUBTEL	Indefinido
SIERRA NEVADA	21-12-2001	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
TEMUCO	21-08-1985	32752 / FL - 272	SUBTEL	Indefinido
PUERTO SAAVEDRA	10-02-1993	Resolución N° 14	CNTV	25 años
ICALMA	06-10-1998	Resoluc. Exenta N° 147	CNTV 13 bis.	25 años
MELIPEUCO	27-11-1995	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
PUERTO DOMÍNGUEZ	26-12-1997	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
CABURGUA	13-12-2007	Resolución N° 153	CNTV 13 bis.	25 años
VILLARRICA	21-04-1987	G2 / 31190 / 111	SUBTEL	Indefinido
LONCOCHE	20-09-1999	Resolución N° 20	CNTV	25 años
CATRIPULLI	23-11-2009	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
CURARREHUE	06-10-1998	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
LA FRONTERA	27-09-2012	Subtel Ord. N° 7528/C	CNTV 13 bis.	25 años
MAITE	02-10-2012	Subtel Ord. N° 7598/C	CNTV 13 bis.	25 años
PUESCO	27-09-2012	Subtel Ord. N° 7523/C	CNTV 13 bis.	25 años
MALALCO	27-09-2012	Subtel Ord N° 7525/C	CNTV 13 bis.	25 años
QUEULE	21-12-2001	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
LICANRAY	02-04-1998	Resolución N° 7	CNTV	25 años
MEHUÍN	26-12-1997	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
MALALHUE / MELEFQUÉN	26-12-2000	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
PANGUIPULLI	02-02-1989	G3 / 30472 / 76	SUBTEL	Indefinido
LIQUIÑE	06-10-1998	Resoluc. Exenta N° 147	CNTV 13 bis.	25 años
VALDIVIA	17-11-1986	G / 33624 / 329	SUBTEL	Indefinido
CHOSHUENCO	05-08-2004	Oficio Ord. N° 390	CNTV 13 bis.	25 años
NELTUME	26-12-1997	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
CORRAL (Litoral Comuna Valdivia)	13-03-2000	Resolución N° 4	CNTV	25 años
LOS LAGOS	12-01-1989	G3 / 30147 / 03	SUBTEL	Indefinido
PUERTO FUY	21-12-2001	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
PAILLACO	Subtel: 18-04-95	Contrato CNTV 12.94	CNTV 13 bis.	25 años
LAGO RANCO	10-02-1993	Resolución N° 13	CNTV	25 años
BAHÍA MANSA / MAICOLPUÉ	21-12-1999	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
PUAUCHO	04-01-2006	Oficio Ord. N° 14	CNTV 13 bis.	25 años
OSORNO	04-11-1986	G / 33479 / 321	SUBTEL	Indefinido
HUEYUSCA	02-09-2004	Oficio Ord. N° 442	CNTV 13 bis.	25 años
PUERTO OCTAY	13-12-2007	Resolución N° 153	CNTV 13 bis.	25 años
PUERTO MONTT	20-10-1986	G2 / 33239 / 335	SUBTEL	Indefinido
COCHAMÓ / PUELO	21-12-1999	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
ANCUD	13-05-1988	G3 / 32744 / 330	SUBTEL	Indefinido
RÍO NEGRO-HORNOPIRÉN	30-12-1996	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
CASTRO	28-09-1987	G2 / 33283 / 223	SUBTEL	Indefinido

CUADRO RESUMEN CONCESIONES TELEVISIÓN ABIERTA

ESTACIÓN	FECHA CONCESIÓN	DOCUMENTO CONCESIÓN	OBSERVACIONES	PLAZO
SANTA BARBARA	23-11-2009	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
QUEILEN	20-12-2006	Contrato CNTV 20.12.06	CNTV 13 bis.	25 años
CHAITÉN	02-04-1998	Resolución N° 9	CNTV	25 años
QUELLÓN	02-02-1989	G3 / 30473 / 75	SUBTEL	Indefinido
FUTALEUFÚ	13-05-1997	Resolución N° 15	CNTV	25 años
VILLA SANTA LUCÍA	30-12-1996	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
PALENA	13-05-1992	Resolución N° 14	CNTV	25 años
RAÚL MARÍN BALMACEDA	20-12-2006	Contrato CNTV 20.12.06	CNTV 13 bis.	25 años
MELINKA	13-09-1999	Resolución N° 14	CNTV	25 años
LA JUNTA	30-12-1996	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
LAGO VERDE	03-11-1998	Resolucion N° 43	CNTV	25 años
PUERTO GALA	26-12-2000	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
PUYUHUAPI	30-12-1996	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
PUERTO CISNES	29-11-2000	Resolución N° 20	CNTV	25 años
PUERTO AGUIRRE	14-12-2007	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
VILLA MAÑIHUALES	30-12-1996	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
ÑIREHUAO	02-09-2004	Oficio Ord. N° 442	CNTV 13 bis.	25 años
PUERTO AYSÉN	04-05-1995	Resolución N° 62	CNTV	25 años
COYHAIQUE	18-01-1996	Resolución N° 03 (Ch6)	CNTV	25 años
BALMACEDA	30-12-1996	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
VILLA CERRO CASTILLO	13-09-1999	Resolución N° 15	CNTV	25 años
PUERTO ING. IBÁÑEZ	03-12-1998	Resolución N° 48	CNTV	25 años
BAHÍA MURTA	06-10-1999	Resolución N° 13	CNTV	25 años
CHILE CHICO	07-04-1998	Resolución N° 14	CNTV	25 años
MALLÍN GRANDE	06-10-1998	Resolución N° 36	CNTV	25 años
PUERTO GUADAL	17-11-1998	Resolución N° 45	CNTV	25 años
PUERTO BERTRAND	06-12-2010	Resolución N° 239	CNTV 13 bis.	25 años
COCHRANE	30-12-1996	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
VILLA O'HIGGINS	08-10-1997	Resolución N° 22	CNTV	25 años
PUERTO EDÉN	30-12-1996	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años
CERRO CASTILLO	27-10-1998	Resolución N° 40	CNTV	25 años
PUNTA ARENAS	28-07-1989	R1 / 33108 / 765	SUBTEL	Indefinido
PUERTO WILLIAMS	01-09-1998	Resolución N° 24	CNTV	25 años
BASE ANTÁRTICA E. FREI M.	13-09-1999	Resolución N° 16	CNTV	25 años

Por su parte, las concesiones de radiodifusión sonora de propiedad de Canal 13 S.A. al 31 de diciembre de 2012 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 105.7 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 Fre-

cuencia 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 Valparaíso, 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

PROPIEDADES, PLANTAS Y EQUIPOS.

El principal inmueble de Canal 13 se encuentra ubicada en Inés Matte Urrejola 0848, comuna de Providencia. Las instalaciones tienen una superficie útil de 38.851 m² e incluyen las oficinas de administración y los estudios donde la Compañía genera su programación. En la calle Alcalde Dávalos se encuentran otras propiedades en las cuales están ubicadas las oficinas y estudios de las estaciones de radio, el sindicato y el centro médico de la Compañía. Entre los equipos 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\$31.214.415 compuesta por Edificios y Terrenos por M\$17.564.191, Equipos Técnicos por M\$11.285.233, Instalaciones por M\$593.983, Vehículos por M\$116.313 y Otros Activos por M\$1.654.595.

FILIALES Y COLIGADAS

1. 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 2012 y durante todo el 2012, el único accionista de Radiodifusión SpA es Canal 13, quien tiene el 100% de las acciones emitidas.

2. CAPITAL SUSCRITO Y PAGADO DE RADIODIFUSIÓN

El capital suscrito asciende a la suma de \$116.754.134 dividido en 36.301 acciones sin valor nominal, completamente suscritas y pagadas por Canal 13.

3. 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 constituida.

Durante el período 2012, Radiodifusión centró la mayor parte de sus operaciones en prestar a Canal 13 la asesoría de producción y programación de sus proyectos radiales.

4. IDENTIFICACIÓN DE LOS DIRECTORES, GERENTES Y EJECUTIVOS PRINCIPALES

PRESIDENTE DEL DIRECTORIO:

BELMAR TORRES, DAVID ARNALDO
RUT 9.788.568-0

DIRECTORES:

TERRÉ FONTBONA, RODRIGO
RUT 9.011.344-5

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 PROGRAMACIÓN:

POLGATI ROJAS, GABRIEL
RUT 10.265.206-1

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

El Director Ejecutivo de Canal 13, don David Belmar Torres, es director de Radiodifusión. El directorio lo completan Rodrigo Terré Fontbona y Marcelo Von Chrismar Werth, ambos también directores de Canal 13.

6. DESCRIPCIÓN DE LAS RELACIONES COMERCIALES CON RADIODIFUSIÓN

Radiodifusión se desempeñó durante el período como un proveedor de Canal 13, prestando el servicio de producción de contenidos radiales para las frecuencias Play y Sonar.

El valor patrimonial proporcional de Radiodifusión representa, al 31 de diciembre 2012, el 0,16% de los activos de Canal 13, y la inversión en activos de Radiodifusión en Canal 13 representa un 1,53%.

7. CUADRO ESQUEMÁTICO DE LAS RELACIONES DE PROPIEDAD ENTRE LA MATRIZ Y LA FILIAL



POLÍTICAS DE LA COMPAÑÍA

POLÍTICAS DE INVERSIÓN Y
FINANCIAMIENTO | FACTORES DE RIESGO |
INFORMACIÓN ADICIONAL

POLÍTICAS DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

1. POLÍTICA DE INVERSIÓN

Canal 13 basa su desarrollo en el negocio de la televisión en áreas donde su experiencia y base instalada le permitan generar valor de manera significativa. Por ello, su política de inversión busca mantener la capacidad operativa de la Compañía y su filial de acuerdo con las regulaciones, incorporando adecuados niveles de tecnología existentes en la industria de manera de aumentar sus estándares de calidad y disminuir costos de operación, y por otro lado, se orienta 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.

2. POLÍTICA DE FINANCIAMIENTO

La política de financiamiento de Canal 13 es financiar los proyectos propios y de sus filiales mediante 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 y/o con el público, además con aportes de capital de sus accionistas, 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, el plan financiero de largo plazo, las proyecciones financieras y comerciales, así como el costo de la deuda.

3. PLANES DE INVERSIÓN

La Compañía tiene un plan de inversiones aprobado para el año 2013 que considera un monto de \$8.660 millones y que comprende proyectos en las áreas técnicas de televisión, infraestructura e informática.

FACTORES DE RIESGO

La Compañía, sus activos y la industria publicitaria donde ésta desarrolla sus negocios, se encuentran expuestos a una serie de riesgos y contingencias que eventualmente pueden ocasionar un efecto negativo en la solvencia de la Compañía, su posición de mercado o situación financiera, y que deben ser considerados al momento de tomar una decisión de inversión. A continuación, se describen los riesgos y contingencias más relevantes, sin perjuicio de que puedan existir riesgos y contingencias adicionales que igualmente podrían afectar negativamente el negocio y los resultados operacionales de la Compañía.

A) RIESGOS ASOCIADOS A CICLOS ECONÓMICOS

La actividad de la industria publicitaria está correlacionada con los ciclos económicos del país. La inversión publicitaria que los avisadores, empresas comercializadoras de productos y servicios que requieren publicitar su oferta destinan anualmente a estos fines, depende en gran medida del nivel de actividad en sus negocios. Éste, a su vez, depende en la mayoría de los casos de la situación general de la economía,

y entre otros, de la evolución del consumo y el empleo. Por ello, al igual que cualquier compañía en el sector, el resultado financiero futuro de la Compañía estará sujeto al ciclo económico que se desarrolle en el país. No obstante, como se indicó precedentemente, los ingresos de la televisión abierta presentan menor sensibilidad respecto de variaciones en el ciclo económico que otros medios de comunicación.

B) ESTACIONALIDAD

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

C) RIESGO DE COMPETENCIA

La proliferación de nuevas tecnologías y medios, tales como el cable, internet y otras plataformas digitales, entre otros, ha incremen-

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

D) RIESGOS RELACIONADOS AL DESARROLLO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS.

La evolución de la tecnología obliga a los canales a ajustar sus estándares de calidad y adaptarse a las demandas de la audiencia.

Adopciones tardías o inadecuadas pueden generar deterioro de sus resultados financieros y de sus propuestas comerciales. La evolución de la tecnología también puede obligar a la Compañía a dedicar recursos financieros y de gestión significativos a su implementación, como es el caso de la introducción de la televisión digital.

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

E) RIESGO COMERCIAL

Los ingresos de los canales de televisión y las estaciones de radio dependen en gran medida del rating logrado. Este rating se sustenta principalmente en la calidad de la programación y como ésta se ajusta a las preferencias y necesidades de la audiencia. Dado que los programas cuentan con un ciclo de vida limitado

y que las preferencias de la audiencia están en constante evolución, existe un riesgo asociado a que futuras propuestas programáticas no logren mantener los niveles de rating históricos de Canal 13, afectando negativamente su desempeño financiero.

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

F) RIESGO DE PÉRDIDA DE PERSONAL CLAVE

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

G) 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 de la veracidad e imparcialidad de la información entregada. Esta credibilidad se construye de manera gradual a través de la consistencia en la veracidad de la información y su línea editorial.

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

H) RIESGO OPERACIONAL

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

La Compañía además procura mantener procedimientos operacionales de excelen-

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

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

la Compañía y sus trabajadores vence el 31 de diciembre de 2014.

I) RIESGO REGULATORIO

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

Al 31 de diciembre de 2012, la Compañía cuenta con 200 concesiones para la

emisión de señal televisiva análoga y seis para emisión de señal de radio FM. Estas concesiones tienen duraciones variadas y en algunos casos indefinidas. Si bien se espera que estas se renueven, existe un riesgo de perder esta concesión en el caso de grave incumplimiento de las condiciones impuestas por la autoridad. Hay que tener presente que en el procedimiento de renovación de una concesión y/o permiso, la sociedad concesionaria titular tendrá derecho preferente para su asignación, siempre que iguale la mejor propuesta técnica que asegure una óptima transmisión, según el caso. En el Congreso Nacional se encuentra actualmente en discusión legislativa una nueva ley de televisión digital terrestre, que puede establecer modificaciones a las reglas que rigen actualmente el sistema de concesiones de televisión, en especial en cuanto a sus condiciones de utilización, duración y renovación, estándar de cumplimiento, entre otros.

J) RIESGOS DE LITIGIO, SANCIONES Y MULTAS

Canal 13 desarrolla su actividad en un ámbito público con amplia audiencia. Al ser un me-

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

Los canales de televisión están sujetos a la supervisión del CNTV, quien debe velar por su correcto funcionamiento, contando con su supervigilancia y fiscalización en cuanto al contenido de las emisiones que a través de ellos se efectúen, en conformidad con la ley y las normas que dicte el propio CNTV. Se entenderá por “correcto funcionamiento” de los servicios de televisión el permanente respeto,

a través de su programación, a los valores morales y culturales propios de la nación chilena; a la dignidad de las personas; a la protección de la familia; al pluralismo; a la democracia; a la paz; a la protección del medio ambiente, y a la formación espiritual e intelectual de la niñez y la juventud dentro de dicho marco valórico. La infracción de la Ley y de estas normas conlleva en algunos casos amonestaciones, multas, sanciones temporales e incluso podría tener lugar la caducidad de la concesión en el caso de infracciones gravísimas y reiteradas.

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

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

INFORMACIÓN ADICIONAL

1. UTILIDAD DISTRIBUIBLE

Durante el ejercicio 2010 y 2011 no existieron utilidades distribuibles, ascendiendo las pérdidas a M\$ -2.484.461. Durante el año 2012, existieron utilidades por M\$ 7.484.844 y utilidades distribuibles de M\$ 5.300.383. No hay otros conceptos que depuren la utilidad del distribuible. Tampoco existieron repartos de dividendos durante el 2012, 2011 ni 2010.

2. POLÍTICA DE DIVIDENDOS

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

3. TRANSACCIONES DE ACCIONES

Durante el ejercicio 2012 no existieron compraventas de acciones de la Compañía efectuadas por el presidente, directores, gerente

general o ejecutivos principales. Si existieron movimientos entre los accionistas principales, de acuerdo al siguiente detalle:

Con fecha 22 de marzo de 2012 se inscribieron en el Registro de Accionistas de la Compañía los siguientes traspasos de acciones:

- i) Traspaso de 1.397.245.562 acciones que fueron transferidas de Pontificia Universidad Católica de Chile a Inversiones Canal 13 SpA, y
- ii) Traspaso de 2.836.831.900 acciones que fueron transferidas de Inversiones TV-Medios Limitada a Inversiones Canal 13 SpA.

Con fecha 20 de diciembre se inscribieron en el referido registro dos nuevos traspasos:

- i) Traspaso de 20 acciones que fueron transferidas de Inversiones Canal 13 SpA a Pontificia Universidad Católica de Chile, y
- (ii) Traspaso de 20 acciones que fueron transferidas de Inversiones Canal 13 SpA a Inversiones TV-Medios Limitada.

Debido a que hasta el fin del año 2012, 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.

4. INFORMACIÓN SOBRE HECHOS RELEVANTES O ESENCIALES

Debido a que hasta el fin del año 2012, las acciones de la Compañía no están inscritas en el Registro de Valores de la Superintendencia de Valores y Seguros, no existieron hechos esenciales o relevantes divulgados por la entidad durante el período anual.

INFORMACIÓN FINANCIERA

INFORMES FINANCIEROS |
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

INFORMES FINANCIEROS



KPMG Auditores Consultores Ltda. Teléfono +52 (2) 27981000
Av. Isidora Goyenechea 3520, Piso 2 Fax +52 (2) 27981001
Las Condes, Santiago, Chile www.kpmg.cl

INFORME DE LOS AUDITORES INDEPENDIENTES

Señores Accionistas y Directores de Canal 13
S.A. (ex Canal 13 SPA):

INFORME SOBRE LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

Hemos efectuado una auditoría a los estados financieros consolidados adjuntos de Canal 13 S.A. (Ex Canal 13 SPA) y subsidiarias, que comprenden los estados consolidados de situación financiera al 31 de diciembre de 2012 y 2011 y los correspondientes estados consolidados de resultados integrales, de cambios en el patrimonio y de flujos de efectivo por los años terminados en esas fechas 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 con Normas Internacionales de Información Financiera. Esta responsabilidad incluye el diseño, implementación y mantención 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 expre-

sar una opinión sobre estos estados financieros consolidados sobre la 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 objetivo 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 objetivo 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 la auditoría que hemos obtenido es suficiente y apropiada para proporcionarnos una base para nuestra opinión de auditoría.

OPINIÓN

En nuestra opinión, los mencionados estados financieros consolidados presentan razonablemente, en todos sus aspectos significativos, la situación financiera de Canal 13 S.A. (Ex Canal 13 SPA) y afiliada al 31 de diciembre de 2012 y 2011 y los resultados de sus operaciones y los flujos de efectivo por los años terminados en esas fechas de acuerdo con Normas Internacionales de Información Financiera.

LUIS INOSTROZA C.

KPMG Ltda.

Santiago, 31 de mayo de 2013

SVS ESTADOS CONSOLIDADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA CLASIFICADO

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

ACTIVOS	NOTAS	31-12-2012	31-12-2011
ACTIVOS CORRIENTES			
Efectivo y equivalentes al efectivo	17	5.749.950	2.092.043
Otros activos financieros, corrientes			0
Otros activos no financieros, corrientes	18	5.366.861	4.755.560
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, corrientes	16	28.070.683	20.583.416
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas, corrientes	30	20.441	106.221
Inventarios		0	0
Activos biológicos, corrientes		0	0
Activos por impuestos, corrientes		0	0
Total de activos corrientes distintos de los activos o grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta o como mantenidos para distribuir a los propietarios		39.207.935	27.537.240
Activos no corrientes o grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta		0	0
Activos no corrientes o grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para distribuir a los propietarios		0	0
Activos no corrientes o grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta o como mantenidos para distribuir a los propietarios		0	0
Activos corrientes totales		39.207.935	27.537.240
ACTIVOS NO CORRIENTES			
Otros activos financieros, no corrientes		0	0
Otros activos no financieros, no corrientes	18	2.729.587	1.315.506
Gastos anticipados		0	0
Derechos por cobrar, no corrientes		0	0
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas, no corrientes		0	0
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación		0	0
Activos intangibles distintos de la plusvalía	13	16.577.628	11.699.948
Plusvalía		0	0
Propiedades, planta y equipo	12	31.214.415	30.235.116
Activos biológicos, no corrientes		0	0
Propiedad de inversión		0	0
Activos por impuestos diferidos	15	5.263.705	3.363.127
Total de activos no corrientes		55.785.335	46.613.697
Total de activos		94.993.270	74.150.937

NOTA: Las notas adjuntas forman parte integral de estos estados financieros consolidados.

SVS ESTADOS CONSOLIDADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA CLASIFICADO
PATRIMONIO Y PASIVOS

PASIVOS	NOTAS	31-12-2012	31-12-2011
PASIVOS CORRIENTES			
Otros pasivos financieros, corrientes	22	554.861	2.493.583
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar, corrientes	26	22.039.216	17.757.377
Cuentas por pagar a entidades relacionadas, corrientes	30	1.590.115	0
Otras provisiones, corrientes	25	1.280.450	760.287
Pasivos por impuestos, corrientes	19	1.838.125	288.905
Provisiones por beneficios a los empleados, corrientes	23	1.687.412	1.696.782
Ingresos diferidos	24	2.090.522	3.374.992
Total de pasivos corrientes distintos de los pasivos incluidos en grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta		31.080.701	26.371.926
Pasivos incluidos en grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta		0	0
Pasivos corrientes totales		31.080.701	26.371.926
PASIVOS NO CORRIENTES			
Otros pasivos financieros, no corrientes	22	4.464.218	4.180.637
Otras cuentas por pagar, no corrientes	26	8.710.390	1.461.093
Cuentas por pagar a entidades relacionadas, no corrientes		0	0
Otras provisiones, no corrientes		0	0
Pasivo por impuestos diferidos		0	0
Provisiones por beneficios a los empleados, no corrientes	23	4.686.918	2.280.967
Otros pasivos no financieros, no corrientes		0	0
Total de pasivos no corrientes		17.861.526	7.922.697
Total pasivos		48.942.227	34.294.623
PATRIMONIO			
Capital emitido	20	42.340.775	42.340.775
Ganancias (pérdidas) acumuladas	20	3.710.268	-2.484.461
Primas de emisión		0	0
Acciones propias en cartera		0	0
Otras participaciones en el patrimonio		0	0
Otras reservas		0	0
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora		46.051.043	39.856.314
Participaciones no controladoras		0	0
Patrimonio total		46.051.043	39.856.314
Total de patrimonio y pasivos		94.993.270	74.150.937

NOTA: Las notas adjuntas forman parte integral de estos estados financieros consolidados.

SVS ESTADOS CONSOLIDADOS DE RESULTADOS INTEGRALES POR FUNCIÓN

ESTADO DE RESULTADOS

GANANCIA (PÉRDIDA)	NOTAS	01-01-2012 31-12-2012	01-01-2011 31-12-2011
Ingresos de actividades ordinarias	6	87.086.911	64.185.900
Costo de ventas		-67.916.651	-52.723.433
Ganancia bruta		19.170.260	11.462.467
Ganancias que surgen de la baja en cuentas de activos financieros medidos al costo amortizado		0	0
Pérdidas que surgen de la baja en cuentas de activos financieros medidos al costo amortizado		0	0
Otros ingresos, por función	7	85.382	80.470
Costos de distribución		0	0
Gasto de administración	32	-9.092.933	-8.175.436
Otros gastos, por función		0	0
Otras ganancias (pérdidas)	8	0	-76.772
Ingresos financieros		0	0
Costos financieros	10	-865.633	-544.117
Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas y negocios conjuntos que se contabilicen utilizando el método de la participación		0	0
Diferencias de cambio	27	256.730	273.913
Resultados por unidades de reajuste	27	-150.124	-44.710
Ganancias (pérdidas) que surgen de la diferencia entre el valor libro anterior y el valor justo de activos financieros reclasificados medidos a valor razonable		0	0
Ganancia (pérdida), antes de impuestos		9.403.682	2.975.815
Gasto por impuestos a las ganancias	11	-1.618.838	-960.795
Ganancia (pérdida) procedente de operaciones continuadas		7.784.844	2.015.020
Ganancia (pérdida) procedente de operaciones discontinuadas		0	0
Ganancia (pérdida)		7.784.844	2.015.020
GANANCIA ATRIBUIBLE A			
Ganancia (pérdida), atribuibles a los propietarios de la controladora		7.784.844	2.015.020
Ganancia (pérdida), atribuibles a participaciones no controladoras		0	0
Ganancia (pérdida)		7.784.844	2.015.020
GANANCIA POR ACCIÓN BÁSICA			
Ganancia por acción básica en operaciones continuadas	21	36,77	9,52
Ganancia por acción básica	21	36,77	9,52

NOTA: Las notas adjuntas forman parte integral de estos estados financieros consolidados.

SVS ESTADOS CONSOLIDADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO, MÉTODO DIRECTO

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

FLUJOS DE EFECTIVO PROCEDENTES DE (UTILIZADOS EN) ACTIVIDADES DE OPERACIÓN	01-01-2012 / 31-12-2012	01-01-2011 / 31-12-2011
Clases de cobros por actividades de operación		
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	94.875.477	73.703.263
Cobros procedentes de regalías, cuotas, comisiones y otros ingresos de actividades ordinarias	0	0
Cobros procedentes de contratos mantenidos con propósitos de intermediación o para negociar	0	0
Cobros procedentes de primas y prestaciones, anualidades y otros beneficios de pólizas suscritas	0	0
Otros cobros por actividades de operación	0	0
Clases de pagos		
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	-45.002.586	-42.593.898
Pagos procedentes de contratos mantenidos para intermediación o para negociar	0	0
Pagos a y por cuenta de los empleados	-20.185.768	-16.226.091
Pagos por primas y prestaciones, anualidades y otras obligaciones derivadas de las pólizas suscritas	0	0
Otros pagos por actividades de operación	-13.380.422	-8.916.160
Dividendos pagados	0	0
Dividendos recibidos	0	0
Intereses pagados	-452.152	-330.508
Intereses recibidos	0	0
Impuestos a las ganancias reembolsados (pagados)	-1.741.607	-643.880
Otras entradas (salidas) de efectivo	0	0
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de operación	14.112.942	4.992.726
FLUJOS DE EFECTIVO PROCEDENTES DE (UTILIZADOS EN) ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		
Flujos de efectivo procedentes de la pérdida de control de subsidiarias u otros negocios	0	0
Flujos de efectivo utilizados para obtener el control de subsidiarias u otros negocios	0	0
Flujos de efectivo utilizados en la compra de participaciones no controladoras	0	0
Otros cobros por la venta de patrimonio o instrumentos de deuda de otras entidades	0	0
Otros pagos para adquirir patrimonio o instrumentos de deuda de otras entidades	0	0
Otros cobros por la venta de participaciones en negocios conjuntos	0	0
Otros pagos para adquirir participaciones en negocios conjuntos	0	0
Préstamos a entidades relacionadas	0	619.543
Importes procedentes de la venta de propiedades, planta y equipo	0	0
Compras de propiedades, planta y equipo	-5.909.407	-6.051.493
Importes procedentes de ventas de activos intangibles	0	0
Compras de activos intangibles	-169.458	-7.066.653
Importes procedentes de otros activos a largo plazo	0	0
Compras de otros activos a largo plazo	0	0
Importes procedentes de subvenciones del gobierno	0	0
Anticipos de efectivo y préstamos concedidos a terceros	0	0
Cobros procedentes del reembolso de anticipos y préstamos concedidos a terceros	0	0
Pagos derivados de contratos de futuro, a término, de opciones y de permuta financiera	0	0
Pagos a entidades relacionadas	141.332	-4.233.342
Cobros a entidades relacionadas	0	0
Dividendos recibidos	0	0
Intereses recibidos	0	0
Impuestos a las ganancias reembolsados (pagados)	0	0
Otras entradas (salidas) de efectivo	-1.445.263	0
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión	-7.382.796	-16.731.945

NOTA: Las notas adjuntas forman parte integral de estos estados financieros consolidados.

SVS ESTADOS CONSOLIDADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO MÉTODO DIRECTO

ESTADO DE FLUJOS DE EFECTIVO

FLUJOS DE EFECTIVO PROCEDENTES DE (UTILIZADOS EN) ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN	01-01-2012 31-12-2012	01-01-2011 31-12-2011
Importes procedentes de la emisión de acciones	0	8.640.457
Importes procedentes de la emisión de otros instrumentos de patrimonio	0	0
Pagos por adquirir o rescatar las acciones de la entidad	0	0
Pagos por otras participaciones en el patrimonio	0	0
Importes procedentes de préstamos de largo plazo	0	3.789.985
Importes procedentes de préstamos de corto plazo	13.857.174	15.964.071
Total importes procedentes de préstamos	13.857.174	19.754.056
Préstamos de entidades relacionadas	0	0
Pagos de préstamos	-16.033.979	-15.049.663
Pagos de pasivos por arrendamientos financieros	-895.434	-726.575
Pagos de préstamos a entidades relacionadas	0	0
Importes procedentes de subvenciones del gobierno	0	0
Dividendos pagados	0	0
Intereses pagados	0	0
Impuestos a las ganancias reembolsados (pagados)	0	0
Otras entradas (salidas) de efectivo	0	0
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación	-3.072.239	12.618.275
Incremento neto (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio	3.657.907	879.056
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	0	0
Incremento (disminución) neto de efectivo y equivalentes al efectivo	3.657.907	879.056
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período	2.092.043	1.212.987
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período	5.749.950	2.092.043

NOTA: Las notas adjuntas forman parte integral de estos estados financieros consolidados.

ESTADOS CONSOLIDADOS DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO

	CAPITAL EMITIDO	OTRAS RESERVAS VARIAS	OTRAS RESERVAS	GANANCIAS (PÉRDIDAS) ACUMULADAS	PATRIMONIO TOTAL
Saldo Inicial Período Actual 01/01/2012	42.340.775	0	0	-2.484.461	39.856.314
Incremento (disminución) por cambios en políticas contables	0	0	0	0	0
Incremento (disminución) por correcciones de errores	0	0	0	0	0
Saldo Inicial Reexpresado	42.340.775	0	0	-2.484.461	39.856.314
Cambios en patrimonio	0	0	0	0	0
Resultado Integral	0	0	0	0	0
Ganancia (pérdida)	0	0	0	7.784.844	7.784.844
Otro resultado integral	0	0	0	0	0
Resultado integral	0	0	0	7.784.844	7.784.844
Emisión de patrimonio	0	0	0	0	0
Dividendos (Dividendo mínimo Ley 18.046)	0	0	0	-1.590.115	-1.590.115
Incremento (disminución) por otras aportaciones de los propietarios	0	0	0	0	0
Incremento (disminución) por otras distribuciones a los propietarios	0	0	0	0	0
Incremento (disminución) por transferencias y otros cambios	0	0	0	0	0
Incremento (disminución) por transacciones de acciones en cartera	0	0	0	0	0
Incremento (disminución) por cambios en la participación de subsidiarias que no impliquen pérdida de control	0	0	0	0	0
Total de cambios en patrimonio	0	0	0	6.194.729	6.194.729
Saldo final período actual 31/12/2012	42.340.775	0	0	3.710.268	46.051.043

ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO

	CAPITAL EMITIDO	OTRAS RESERVAS VARIAS	OTRAS RESERVAS	GANANCIAS (PÉRDIDAS) ACUMULADAS	PATRIMONIO TOTAL
Saldo Inicial Período Actual 01/01/2011	33.666.665	33.446	0	-4.499.481	29.200.630
Incremento (disminución) por cambios en políticas contables			0		0
Incremento (disminución) por correcciones de errores		0			0
Saldo Inicial Reexpresado	33.666.665	33.446	0	-4.499.481	29.200.630
Cambios en patrimonio					
Resultado Integral					
Ganancia (pérdida)				2.015.020	2.015.020
Otro resultado integral			0		0
Resultado integral		0	0	2.015.020	2.015.020
Emisión de patrimonio					0
Dividendos					0
Incremento (disminución) por otras aportaciones de los propietarios	8.640.664		0		8.640.664
Incremento (disminución) por otras distribuciones a los propietarios			0		0
Incremento (disminución) por transferencias y otros cambios			0		0
Incremento (disminución) por transacciones de acciones en cartera	33.446	-33.446			0
Incremento (disminución) por cambios en la participación de subsidiarias que no impliquen pérdida de control			0		0
Total de cambios en patrimonio	8.674.110	-33.446	0	2.015.020	10.655.684
Saldo final período actual 31/12/2011	42.340.775	0	0	-2.484.461	39.856.314

NOTAS

NOTA 1 ENTIDAD QUE REPORTA

Constitución y Objeto Social

Canal 13 S.A. (en adelante la “Sociedad”) 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 0848, Providencia.

Con fecha 9 de septiembre de 2010 fue constituida la Sociedad, con el nombre “UTV SpA”, mediante escritura pública otorgada ante el notario señor Eduardo Avello Concha. Un extracto de dicha escritura fue inscrito en el Registro de Comercio de Santiago a fojas 49674 Nro. 34585 del año 2010 y publicado en el Diario Oficial del 28 de septiembre de 2010.

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 incorporeales, derechos en sociedades de personas y, en general, en toda clase de valores mobiliarios y títulos de crédito o de inversión.

De acuerdo al artículo N°18 de la Ley 18.838 del 30 de septiembre de 1989, que creó el Consejo Nacional de Televisión, esta Sociedad debe proporcionar a la Superintendencia de Valores y Seguros y al público en general, la misma información legal, económica y financiera a que están obligadas las sociedades anónimas abiertas.

Con fecha 22 de marzo de 2012 se han inscrito en el Registro de Accionistas de la Sociedad los siguientes traspasos de acciones: (i) Traspaso de 1.397.245.562 acciones que fueron transferidas de Pontificia Universidad Católica de Chile a Inversiones Canal 13 SpA, y (ii) Traspaso de 2.836.831.900 acciones que fueron transferidas de Inversiones TV Medios Limitada a Inversiones Canal 13 SpA. Con fecha 20 de diciembre se han inscrito en el referido registro dos nuevos traspasos: (i) Traspaso de 20 acciones que fueron transferidas de Inversiones Canal 13 SpA a Pontificia Universidad Católica de Chile, y (ii) Traspaso de 20 acciones que fueron transferidas de Inversiones Canal 13 SpA a Inversiones TV Medios Limitada.

Con fecha 19 de diciembre de 2012 mediante Junta Extraordinaria reducida en esa misma fecha a escritura pública ante la notario señora María Gloria Acharán Toledo, los accionistas

acordaron la transformación de la Sociedad en una sociedad anónima cerrada, denominada “CANAL 13 S.A.” Con fecha 28 de diciembre mediante Junta Extraordinaria reducida en esa misma fecha a escritura pública ante la misma notario mencionada, los accionistas acordaron la modificación del estatuto en el sentido de adecuarlo a las normas que rigen las sociedades anónimas abiertas; disminuir el número de acciones a 211.703.873, sin disminuir el capital social, mediante el canje de acciones, aumentar el capital social a 62.340.774.620 pesos, mediante la emisión de 100 millones de nuevas acciones de pago que serán ofrecidas en forma preferente a los accionistas, mandatarios al Directorio para proceder a su colocación, e iniciar el proceso de registro de la Sociedad y de las acciones en el registro de valores de la Superintendencia de Valores y Seguros.

Como consecuencia de los traspasos y modificaciones indicados, Inversiones Canal 13 SpA es 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 la Pontificia Universidad Católica de Chile e Inversiones TV Medios Limitada son titulares cada uno de 01 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 SPA”, y 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. A la fecha de emisión de los presentes estados financieros la Subsidiaria mantiene toda su actividad comercial y administrativa con su matriz.

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 sociedad, 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 Sociedad tenía una segunda Subsidiaria,

denominada “Comunicaciones Phillips S.A.”, constituida el 23 de mayo de 1997 mediante escritura pública otorgada ante el notario de Santiago don René Benavente Cash, cuyo extracto fue inscrito a fojas 15026 número 11999 del Registro de Comercio de Santiago de 1997 y publicado en el Diario Oficial el 28 de junio del mismo año. Su domicilio legal era el de la Sociedad. Su objetivo social era explotar, por cuenta propia o ajena, toda clase de negocios relacionados con la radiodifusión, televisión y publicidad; realizar todo tipo de inversiones, tanto en bienes corporales como incorporales, muebles o inmuebles, acciones, valores de todo tipo o naturaleza, de-

rechos, cuotas y en todo tipo de instrumentos financieros o de créditos, su administración, su explotación y la percepción de sus frutos; y participar en todo tipo de sociedades o comunidades, de cualquier tipo o naturaleza. Con fecha 17 de agosto de 2012 la Subsidiaria fue disuelta al haberse reunido todas las acciones en propiedad de la Sociedad por un período ininterrumpido de 10 días, por lo que a la fecha de emisión de los presentes estados financieros la Subsidiaria se encuentra disuelta por fusión impropia con Canal 13 S.A. (Ex Canal13 SpA). Los Activos Netos (Patrimonio) absorbidos alcanzan a M\$ 66.570 y los Activos Totales a M\$ 108.452

NOTA 2 BASES DE PRESENTACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

a) Declaración de conformidad

Los presentes Estados Financieros de la Sociedad y las Subsidiarias han sido preparados de acuerdo con lo establecido por las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), emitidas por el International Accounting Standard Board (IASB), y representan la adopción integral, explícita y sin reservas de las referidas normas internacionales. Los presentes estados financieros consolidados han sido aprobados por los directores con fecha 31 de mayo de 2013.

b) Bases de consolidación

Estos estados financieros consolidados comprenden los estados financieros de la Sociedad y las Subsidiarias, los cuales incluyen los activos y pasivos al 31 de diciembre de 2012 y al 31 de diciembre de 2011 y los resultados y flujos de efectivo por los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2012 y 2011, respectivamente. Los estados financieros de la Subsidiaria son preparados para el mismo año de reporte que la Sociedad, usando políticas

contables consistentes.

La consolidación se ha realizado mediante la aplicación del método de integración global para aquellas sociedades sobre las cuales existe control, ya sea por dominio efectivo o por la existencia de acuerdos con el resto de los accionistas. Todas las transacciones efectuadas entre las sociedades consolidadas han sido eliminadas.

Las Subsidiarias incluidas en la consolidación es la siguiente:

RUT	PAÍS	MONEDA FUNCIONAL	NOMBRE DE LA SOCIEDAD	Porcentaje de Participación					
				AI 31-12-2012			AI 31-12-2011		
				DIRECTO	INDIRECTO	TOTAL	DIRECTO	INDIRECTO	TOTAL
96.810.030-0	Chile	Peso chileno	Radiodifusión SpA	100,00%	0,00%	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%
77.003.250-4	Chile	Peso chileno	Comunicaciones Phillips S.A. (1)	0,00%	0,00%	0,00%	99,00%	1,00%	100,00%

(1) Ver Nota 1 último párrafo, se explica fusión impropia.

c) Período contable

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

- 1) Estados de Situación Financiera al 31 de diciembre de 2012 y 31 diciembre de 2011.
- 2) Estados de Resultados por función por los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2012 y 2011, respectivamente.
- 3) Estados de Flujos de Efectivo, por los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2012 y 2011, respectivamente.
- 4) Estados de Cambios en el Patrimonio al 31 de diciembre 2012 y 31 de diciembre 2011.

d) Base de medición

Los Estados Financieros han sido preparados sobre la base al costo histórico, con excepción de los activos financieros valorizados al valor razonable.

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 las normas internacionales de información financiera (en adelante las “NIIF”) 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 revisiones 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 consolidados, se describe en las siguientes notas:

- Nota 12. Vida útil de propiedad, planta y equipos
- Nota 13. Deterioro de activos Intangibles distintos de la plusvalía
- Nota 15. Activos y pasivos por Impuestos Diferidos
- Nota 16. Deterioro de Deudores Comerciales y otras Cuentas por Cobrar corrientes
- Nota 18. Deterioro de películas y series.
- Nota 23. Medición de obligación por beneficios a los empleados

NOTA 3 POLÍTICAS CONTABLES SIGNIFICATIVAS

Las políticas contables establecidas más adelante han sido aplicadas consistentemente a los Estados Financieros consolidados 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 o unidad de reajuste

utilizando los tipos de cambio 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 de-

nominados en moneda extranjera, se reconocen en el resultado del ejercicio, en la cuenta diferencia de cambio. Las diferencias de cambio originadas por 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 consolidados al 31 de diciembre 2012 y 2011 son:

MONEDA	31.12.2012	31.12.2011
Dólar estadounidense	479,96	519,2
Euro	634,45	672,97
UNIDAD DE FOMENTO		
Unidad de fomento	22.840,75	22.294,03

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 basado en aquellos costos que son directamente atribuidos a la compra del bien, que 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 in-

directos 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 de naturaleza operativa, atribuidos a la construcción.

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

b) Depreciación

La Sociedad deprecia las propiedades, plantas y equipos desde el momento en que los bienes están en condiciones de uso, y 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 de activos similares en uso en otras compañías y en la Sociedad que reporta. Para el caso de las construcciones, muchas de estas 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 del Canal, 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 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:

a.1) 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, en los ejercicios siguientes se efectuarán pruebas de deterioro.

a.2) Licencias y software

Las licencias y software adquiridos a terceros se registran a costo históricos. 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 un porcentaje adecuado de gastos generales.

a.3) Derechos sobre programas, series y películas licenciadas

Corresponde a los derechos de la Sociedad sobre series o películas licenciadas y sobre programas propios, que se exhibirán en período superior a los 12 meses.

Los programas propios y series o películas licenciadas que se exhibirán en el periodo menor a 12 meses desde su adquisición o producción, se clasifican en el rubro Otros Activos No Financieros corrientes.

El costo de Series y Películas se compone de los derechos de exhibición. Estos activos poseen vidas útiles finitas, se cargan a gastos 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.

El costo de programas propios incluye todos los recursos necesarios para la producción y/o compra de contenidos necesarios para su realización. Esto se forma principalmente por remuneraciones, derechos de contenido y formatos, honorarios de artistas, servicios de producción y servicios técnicos, publicidad y promociones, depreciación, arriendos, y otros.

La Sociedad registra las estimaciones por deterioro de manera específica para cada producto o derecho cuando, sobre la base de la información de las audiencias de las primeras emisiones o de la programación de la Sociedad, se determina que el valor neto contable es inferior a su valor realizable.

a.4) Concesiones de servicios radiales y televisivos

Concesiones Televisivas

Corresponde al aporte de la frecuencia televisiva de Canal 13 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 con 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. Estas concesiones son sujetas a pruebas de deterioro en forma anual.

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 capitalizados, sólo 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 lo que se incluyen los realizados para generar internamente plusvalías y marcas, son reconocidos en los resultados cuando son incurridos.

3.4 Otros Activos no Financieros

a) Opción compra activos de radios

En la sesión de Directorio de fecha 12 de enero de 2012 se aprobó la negociación para la adquisición de los activos relevantes de las radios "Oasis" y "Horizonte". Dentro de dichos activos relevantes, se encuentran las concesiones de radiodifusión, razón por la cual fue necesario solicitar autorización a la Subsecretaría de Telecomunicaciones para proceder a la adquisición, lo que se encuentra en trámite al 31 de diciembre de 2012. El costo de este derecho ha

sido reflejado a su costo de adquisición, el cual se transferirá a activos intangibles al momento de perfeccionarse la compra.

b) 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.

c) Derechos sobre series, programas y películas

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 y se exhibirán dentro de los próximos 12 meses. 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 el costo corresponde a remuneraciones, derechos de contenidos y formatos, honorarios y servicios de producción y técnicos, depreciación, arriendo y otros, menos amortizaciones acumuladas y posibles pérdidas por deterioro.

Los activos correspondientes a producciones nacionales y a materiales envasados de series y películas contratadas, los cuales poseen vidas útiles finitas, se cargan a gastos 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 las películas adquiridas, éstas

son reconocidas como otros activos no financieros al momento de su adquisición, una vez que se toma la decisión respecto de qué película se adquirirá se traspassa a activos intangibles siempre que el derecho de exhibición no expire antes de 12 meses desde el momento de su nominación.

La Sociedad registra las estimaciones por deterioro de manera específica para cada producto o derecho cuando, sobre la base a la información de las audiencias de las primeras emisiones o de la programación de la Sociedad, se determina que el valor neto contable es inferior a su valor realizable.

3.5 Instrumentos Financieros

a) Instrumentos financieros no derivados

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

Activos no derivados:

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 con nuestras políticas de riesgo de cartera definidas.

Las cuentas por cobrar se presentan a su valor corriente, sin aplicar procedimientos de descuento a valor presente, debido a que son todas dentro de los plazos normales de crédito del negocio.

Efectivo y equivalentes al 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, 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.

Préstamos y cuentas por cobrar (acreedores comerciales y otras cuentas por cobrar):

Los préstamos y 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.

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 compañía 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. Posterior al reconocimiento inicial, estos pasivos financieros se valorizan al costo amortizado usando el método de interés efectivo.

Instrumentos financieros derivados:

La Sociedad al 31 de diciembre de 2012 y 2011 no mantiene instrumentos financieros derivados.

3.6 Inventarios

La Sociedad no tiene saldos en este rubro al 31 de diciembre 2012 y 2011.

3.7 Pagos anticipados

Los pagos anticipados corresponden a seguros vigentes, arriendos, derechos publicitarios entre otros y se reconocen con método lineal y sobre base devengada, respectivamente, los que se encuentran reconocidos en otros activos no financieros.

3.8 Deterioro del valor de los activos

a) Activos financieros

Un activo financiero es evaluado en cada fecha de balance para determinar si existen indicios externos o internos 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.

Productos de las características de los contratos y acuerdos de exhibición de publicidad (muchas veces con periodos de conciliación de exhibición de hasta 180 días), 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, para determinar si existe algún indicio externo o interno de deterioro. Si existen tales indicios, entonces se estima el valor recuperable del activo.

En el caso de los activos intangibles que posean vidas útiles indefinidas o que aún no se encuentren disponibles para ser usados, los valores recuperables se estiman en cada fecha de balance.

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

Para determinar el valor contable 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.

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 servicios con una parte del 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, 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 semestralmente 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 usando el método lineal en el período promedio hasta que los beneficios sean entregados. En la medida en que los beneficios sean otorgados en forma inmediata, el gasto es reconocido inmediatamente en resultados.

La Sociedad reconoce todas las ganancias y pérdidas actuariales que surgen de los planes de beneficios definidos en otro resultado integral y todos los gastos relacionados con los planes de beneficios definidos en los gastos de personal en resultados.

b) Beneficios a los Empleados Corto Plazo

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 Provisiones

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 Ordinarios

Ingresos por servicios y publicidad exhibida.

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

Para estos efectos se considera 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, el que se traspasa a resultados en la medida en que la publicidad es exhibida.

Los ingresos por venta de derechos de contenido 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.

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.

Todos los costos por préstamos o financiamientos son reconocidos en resultados usando el método de interés efectivo.

3.13 Impuestos a las ganancias, 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, pasivos y su base tributaria generan los saldos de impuestos diferidos de activo 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 objeto de comprobar que se mantienen vigentes, efectuándose las oportunas correcciones a los mismos de acuerdo con el resultado del citado análisis.

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.

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, arriendos, y 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, 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

Un número de nuevas normas, interpretaciones y modificaciones a las normas no son aún efectivas para el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2012 y no han sido aplicadas al preparar estos estados financieros consolidados.

a) Nuevas IFRS próximas a entrar en vigencia:

IFRS	FECHA VIGENCIA	CONTENIDO
NIIF 9, Instrumentos financieros.	1 de enero de 2015	Nuevos requerimientos de clasificación y medición de activos sobre la base del modelo de negocios.
NIIF 10, Estados financieros consolidados	1 de enero de 2013	Nuevas clarificaciones y nuevos parámetros para la definición de control.
NIIF 11, Acuerdos conjuntos	1 de enero de 2013	Redefine el concepto de control conjunto.
NIIF 12, Revelaciones de participaciones en otras entidades	1 de enero de 2013	Exige ciertas revelaciones que permitan evaluar la naturaleza de las participaciones en otras entidades y los riesgos asociados.
NIIF 13, Medición del valor razonable	1 de enero de 2013	Establece en una única norma un marco para la medición del valor razonable de activos y pasivos e incorpora nuevos conceptos y aclaraciones para su medición. Requiere información a revelar por las entidades sobre las mediciones del valor razonable de activos y pasivos.
NIC 27 (2011) , Estados financieros separados	1 de enero de 2013	De acuerdo con NIIF 10, la NIC 27 se refiere sólo a los estados financieros separados.
NIC 28 (2011), Inversiones en asociadas y negocios conjuntos	1 de enero de 2013	Se modifica por efecto de la NIIF 10 y NIIF 11.

b) Enmiendas próximas a entrar en vigencia:

IFRS	FECHA VIGENCIA	CONTENIDO
NIC 19, Beneficios a los empleados	1 de enero de 2013	Elimina el método del corredor.
NIC 32, Instrumentos financieros, presentación	1 de enero de 2014	Aclaración de requisitos para la compensación de activos y pasivos financieros (de acuerdo a NIIF 9).
NIIF 7, Instrumentos financieros	1 de enero de 2013	Exposición de compensación de activos y pasivos financieros.
NIC 16, Propiedades, planta y equipo (*)	1 de enero de 2013	Aclara que piezas de repuestos y el equipo auxiliar que cumplen con la definición de propiedad, planta y equipo no son inventarios.
NIC 34, Información financiera intermedia	1 de enero de 2013	Aclara concepto de activos y pasivos por segmentos para alinear con IFRS 8.

(*) La administración ha decidido adoptar anticipadamente esta indicación a contar de los presentes estados financieros.

c) Nuevas interpretaciones próximas a entrar en vigencia:

IFRS	FECHA VIGENCIA	CONTENIDO
CINIIF 20, Costos de desbroche en la fase de producción de una mina de superficie (cielo abierto).	1 de enero de 2013	Se refiere a los costos de desmonte activos para minera a tajo abierto.

Esta nueva interpretación no tiene impacto en los Estados Financieros de la Sociedad, dado que no registra este tipo de transacciones.

La Administración de la Sociedad estima que la adopción de las Normas y Enmiendas antes descritas, no tienen un impacto signi-

ficativo en los Estados Financieros consolidados de Canal 13 S.A. y subsidiarias.

Ninguna de éstas se espera que tengan un efecto significativo sobre los Estados Financieros consolidados de la sociedad, excepto por IFRS 9 de instrumentos Financieros, la cual

será obligatoria para los estados financieros de la sociedad a partir del año 2013 y que se espera que tenga impacto en la clasificación y medición de los activos financieros. El efecto de este impacto no ha sido determinado.

NOTA 4 ADMINISTRACIÓN DE RIESGO FINANCIERO

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

En esta nota se presenta información respecto de la exposición de la sociedad a cada uno de los riesgos mencionados, 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 su afiliada, con el objetivo de minimizar potenciales efectos adversos.

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

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

Riesgo de crédito

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

Dicho riesgo es bajo dado que los clientes que

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

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.

Riesgo de liquidez

El riesgo de liquidez para la Sociedad y su Subsidiaria se encuentra presente en la capacidad de responder a los compromisos y obligaciones con terceros.

Los recursos necesarios para cumplir con dichos compromisos provienen de la actividad comercial y los excedentes de caja.

La política de liquidez que mantiene la empresa 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 año por M\$6.000.000 aproximadamente en distintas instituciones financieras, las cuales al 31 de diciembre de 2012 no se encuentran utilizadas.

Riesgo de mercado

Riesgo de tipo de cambio

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

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

Riesgo de tasa de interés

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

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

Para el caso de contratos en *leasing* estos están nominados en Unidades de Fomento a tasa de interés fijas y cuotas iguales y sucesivas, por lo que el valor de sus vencimientos sólo variará por las fluctuaciones del valor de la Unidad de Fomento. Debido a que son contratos a firme, la Sociedad administra el riesgo intentando en lo posible y dependiendo del tipo de activo, tomar este tipo de contratos a un plazo máximo de 36 meses, con el fin de no exponerse a contratos con una tasa alta a períodos largos.

En el caso de las obligaciones financieras de largo plazo, éstas corresponden a un préstamo otorgado por el Banco Security a una tasa variable, sin embargo, dada la estructura de este préstamo, el impacto que podría tener una variación de las tasas sobre los gastos financieros no es significativo. Esta deuda ha sido contratada con condiciones de salida favorables a la Sociedad.

La Administración ha conformado un perfil de deuda mixto que le permita mitigar los impactos cíclicos de la economía, mantiene un porcentaje razonable de la deuda a tasa fija y variable.

Riesgo de inflación

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

Otros riesgos no financieros:

Riesgos regulatorios

La televisión digital terrestre junto con representar el cambio tecnológico más relevante en la industria en los últimos 30 años, posibilitando la transmisión en HD y para dispositivos móviles, también se traducirá en modificaciones del marco regulatorio, como consecuencia del proyecto de ley en discusión en el Congreso Nacional.

Este proyecto de ley, cuyo objetivo es introducir la televisión digital terrestre en nuestro país, trata, entre otros temas, los siguientes:

- Modificación del régimen concesional, definiendo concesiones con plazo definido en 20 años y condiciones de renovación.

- Modelo de negocios y relación con los proveedores de televisión de pago.

- Plazos de digitalización y apagón de la televisión analógica.

Después de más de cuatro años de discusión, tanto en Comisiones de la Cámara de Diputados como en el Senado, este proyecto se encuentra en la actualidad en proceso de votación en la Sala de este último. Una vez finalizada esta etapa, restaría el tercer y último trámite constitucional, que comprende la constitución de una Comisión Mixta, compuesta por diputados y senadores.

Por lo anterior, es probable que esta ley se promulgue en el corto plazo, lo que permitirá el lanzamiento oficial de televisión digital terrestre, y por tanto la obligación de digitalizar toda la red de televisión analógica de Canal 13, con las inversiones técnicas que ello conlleva.

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.

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 dis-

tinguen los siguientes segmentos: “Televisión Abierta e Internet y Otros Explotación”.

Los factores que han servido para identificar cada segmento se relacionan con el contenido que se exhibe en cada segmento de mercado.

Cada uno de los segmentos definidos, genera ingresos y gastos, sobre los cuales se cuenta con información diferenciada, la que es exa-

minada 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 2012 y 2011 es la siguiente:

INFORMACIÓN GENERAL SOBRE RESULTADOS, ACTIVOS Y PASIVOS AL 31.12.2012 EN M\$	DESCRIPCIÓN DEL SEGMENTO				
	Televisión Abierta e Internet	Otros Explotación	Sin Asignar	Eliminaciones	Total
Ingresos de las actividades ordinarias	79.027.047	8.768.038	0	-708.174	87.086.911
Costos de actividades ordinarias	-59.465.259	-4.786.054	-4.373.512	708.174	-67.916.651
Ganancia (Pérdida) Bruta	19.561.788	3.981.984	-4.373.512	0	19.170.260
Gastos de Administración	0	0	-9.092.933	0	-9.092.933
Ganancia (Pérdida) Operacional	19.561.788	3.981.984	-13.466.445	0	10.077.327
Otros ingresos, por función	0	0	85.382	0	85.382
Otras ganancias (pérdidas)	0	0	0	0	0
Gastos por Intereses	0	0	-865.633	0	-865.633
Diferencia de cambio y resultados por unidades de reajustes	0	0	106.606	0	106.606
Gastos (Ingreso) sobre impuesto a la renta	0	0	-1.618.838	0	-1.618.838
Ganancia (Pérdida) Total	19.561.788	3.981.984	-15.758.928	0	7.784.844
Activos	0	0	94.993.270	0	94.993.270
Activos deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, corrientes	25.086.104	2.331.240	653.339	0	28.070.683
Pasivos	0	0	48.942.227	0	48.942.227
Pasivos ingresos diferidos	1.747.435	343.087		0	2.090.522
Patrimonio	0	0	46.051.043	0	46.051.043
Patrimonio y pasivos	0	0	94.993.270	0	94.993.270
Flujo de efectivo de actividades de operación	0	0	14.112.942	0	14.112.942
Flujo de efectivo de actividades de inversión	0	0	-7.382.796	0	-7.382.796
Flujo de efectivo de actividades de financiación	0	0	-3.072.239	0	-3.072.239

Los costos de actividades ordinarias sin asignar están compuestos por la depreciación de activos y la amortización de intangibles, según nota 12 y 13, respectivamente.

INFORMACIÓN GENERAL SOBRE RESULTADOS, ACTIVOS Y PASIVOS AL 31.12.2011 EN M\$	DESCRIPCIÓN DEL SEGMENTO				
	Televisión Abierta e Internet	Otros Explotación	Sin Asignar	Eliminaciones	Total
Ingresos de las actividades ordinarias	57.842.111	6.343.789	0	0	64.185.900
Otras partidas significativas de ingresos (gastos)	-47.058.433	-3.080.366	-2.584.634	0	-52.723.433
Ganancia (Pérdida) del Segmento (Ebitda)	10.783.678	3.263.423	-2.584.634	0	11.462.467
Gastos de administración y finanzas	0	0	-8.175.436	0	-8.175.436
Ganancia (Pérdida) Operacional	10.783.678	3.263.423	-10.760.070	0	3.287.031
Otros ingresos, por función	0	0	80.470	0	80.470
Otras ganancias (pérdidas)	0	0	-76.772	0	-76.772
Gastos por intereses	0	0	-544.117	0	-544.117
Diferencia de cambio y resultados por unidades de reajustes	0	0	229.203	0	229.203
Gastos (ingreso) sobre impuesto a la renta	0	0	-960.795	0	-960.795
Ganancia (Pérdida) Total	10.783.678	3.263.423	-12.032.081	0	2.015.020
Activos	0	0	74.150.937	0	74.150.937
Activos corrientes deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	18.247.737	1.889.123	446.556	0	20.583.416
Pasivos	0	0	34.294.623	0	34.294.623
Pasivos corrientes ingresos diferidos	2.893.695	481.297	0	0	3.374.992
Patrimonio	0	0	39.856.314	0	39.856.314
Patrimonio y Pasivos	0	0	74.150.937	0	74.150.937
Flujo de efectivo de actividades de operación	0	0	4.992.726	0	4.992.726
Flujo de efectivo de actividades de inversión	0	0	-16.731.945	0	-16.731.945
Flujo de efectivo de actividades de financiación	0	0	12.618.275	0	12.618.275

Los costos de actividades ordinarias sin asignar están compuestos por la depreciación de activos y la amortización de intangibles, según nota 12 y 13, respectivamente.

Los ejercicios 2012 y 2011 no se han visto afectados por discontinuación de algún tipo de operaciones.

El segmento "Televisión abierta e Internet" está representado por la publicidad exhibida a través de la pantalla 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 2, en términos de los ingresos que genera, no es posible realizarlo del punto de vista de costos, ya que la programación es 100% la misma en internet respecto de la señal abierta.

El segmento "Otros Explotación" está representado por la publicidad exhibida a través de las señales Canal 13 Cable y 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.

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

En la asignación de ingresos y gastos a cada segmento de negocios, se consideran las correlaciones que existen entre sí y con activos y pasivos, no dando lugar a asignaciones asimétricas.

Las actividades antes descritas se desarrollan principalmente en Chile.

Flujos de segmentos:
La Administración lleva un control de segmentos por resultado, pero no por flujo.
Los costos pagados de remuneraciones, derechos y servicios de terceros, se aplican a segmentos, según criterios de costeo contable.
Estos costos no se distribuyen por segmento

en flujo de caja, ya que en muchos casos son servicios que se aplican a más de uno de éstos.
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 14 muestra información para clientes nacionales y extranjeros.

NOTA 6 INGRESOS ORDINARIOS

El detalle de los ingresos ordinarios para los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2012 y al 31 de diciembre de 2011, son los siguientes:

INGRESOS EN MILES DE PESOS	01-01-2012 31-12-2012	01-01-2011 31-12-2011
Ingresos televisión abierta e internet	79.027.047	57.842.111
Ingresos otros explotación	8.059.864	6.343.789
Total	87.086.911	64.185.900

NOTA 7 OTROS INGRESOS

El detalle de los otros ingresos por los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2012 y al 31 de diciembre de 2011, son los siguientes:

OTROS INGRESOS EN MILES DE PESOS	01-01-2012 31-12-2012	01-01-2011 31-12-2011
Utilidad en venta de activo fijo	17.978	0
Ingresos Consejo Nacional de Televisión	40.409	75.913
Descuentos obtenidos	15.188	0
Créditos por compra de activo fijo	11.807	4.557
Total	85.382	80.470

NOTA 8 OTRAS PÉRDIDAS

El detalle de las otras pérdidas por los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2012 y al 31 de diciembre de 2011, son los siguientes:

OTROS GASTOS EN MILES DE PESOS	01-01-2012 31-12-2012	01-01-2011 31-12-2011
Deterioro de activo fijo	0	-76.772
Total	0	-76.772

NOTA 9 GASTOS DEL PERSONAL

Los gastos del personal por los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2012 y al 31 de diciembre de 2011, son los siguientes:

GASTOS DEL PERSONAL EN MILES DE PESOS	01-01-2012 31-12-2012	01-01-2011 31-12-2011
Sueldos y salarios	20.309.396	17.154.919
Contribuciones previsionales obligatorios	533.523	455.877
Ganancias y pérdidas actuariales	2.009.243	1.788.192
Costo del servicio por planes de beneficios definidos	351.404	149.507
Beneficios convenidos con el personal	743.485	1.055.813
Total	23.947.051	20.604.308

El número de empleados al 31 de diciembre de 2012 y 2011 son 1.198 y 1.004, respectivamente.

NOTA 10 COSTOS FINANCIEROS

El detalle de los gastos financieros por los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2012 y al 31 de diciembre de 2011, son los siguientes:

COSTOS FINANCIEROS RECONOCIDOS EN RESULTADO EN MILES DE PESOS	01-01-2012 31-12-2012	01-01-2011 31-12-2011
Intereses préstamos bancarios	-223.577	-76.510
Intereses factoring	-25.442	0
Intereses por leasing	-56.967	-15.505
Intereses línea de crédito	-203.133	-253.998
Costo financiero por tasa de descuento deuda a largo plazo	-17.393	-6.189
Costo financiero de cálculo actuarial (ver Nota 23)	-339.121	-191.915
Total	-865.633	-544.117

Todas las operaciones de *factoring* corresponden a la modalidad de *factoring* con responsabilidad.

La sociedad no ha participado de contratos de *confirming* como tampoco en operaciones de *factoring* sin responsabilidad durante los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2012 y 2011, respectivamente.

NOTA 11 GASTOS POR IMPUESTOS A LAS GANANCIAS

El detalle de gastos por impuestos a las ganancias por los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2012 y 2011 son los siguientes:

GASTO POR IMPUESTO A LAS GANANCIAS EN MILES DE PESOS	01-01-2012 31-12-2012	01-01-2011 31-12-2011
Gasto por impuesto a las ganancias		
Ejercicio corriente	-3.441.210	-1.064.111
Ajuste por períodos anteriores	-78.206	0
	-3.519.416	-1.064.111
Gasto por impuesto diferido		
Origen y reversión de diferencias temporales	1.758.035	96.694
Diferencia en cambio de tasa por impuesto diferido	142.543	6.622
	1.900.578	103.316
Gasto por impuesto a las ganancias de operaciones continuas	-1.618.838	-960.795
Total gasto por impuesto a las ganancias	-1.618.838	-960.795

CONCILIACIÓN DE LA TASA IMPOSITIVA EFECTIVA EN MILES DE PESOS		01-01-2012 31-12-2012		01-01-2011 31-12-2011
Utilidad del período antes de impuestos		9.403.682		2.975.815
Total gasto por impuesto a las ganancias		-1.618.838		-960.795
Utilidad del ejercicio		7.784.844		2.015.020
Impuesto a las ganancias aplicando la tasa impositiva local	20,0%	-1.880.736	20,0%	-595.163
Diferencias permanentes	17,4%	-1.638.680	14,9%	-444.838
Origen y reversión de diferencias temporales	-18,7%	1.758.035	-2,4%	72.784
Diferencia por cambio de tasa por impuestos diferidos	-1,5%	142.543	-0,2%	6.422
	17,2%	-1.618.838	32,3%	-960.795

Con fecha 27 de septiembre de 2012, fue publicada en el Diario Oficial la Ley N° 20.630, que perfecciona la legislación tributaria chilena con el objetivo de financiar la reforma educa-

cional. Entre otras modificaciones, esta ley establece un incremento en la tasa del Impuesto de Primera Categoría, pasando desde un 18,5% a un 20% a partir del año comercial 2012.

NOTA 12 PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO

El detalle de las propiedades, plantas y equipos al 31 de diciembre de 2012 y 31 de diciembre de 2011, es el siguiente:

NIC 16.- Reconciliación de cambios en propiedades, Plantas y Equipos por clases - Costo atribuido

	CONSTRUCCIÓN EN CURSO	TERRENOS	EDIFICIOS	PLANTA Y EQUIPOS	INTALACIONES FIJOS Y ACCESORIOS	VEHÍCULOS DE MOTOR	OTRAS PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO	TOTAL PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO
Saldo inicial al 1 de enero de 2012	1.824.582	5.831.823	11.357.887	10.760.483	963.603	280.206	2.152.716	33.171.300
Adquisiciones pagadas	2.827.727	0	1.246.352	358.155	0	0	867.353	5.299.587
Adquisiciones con crédito	0	0	0	0	0	0	0	0
Traspaso de proyectos	67.640	0	0	0	0	0	-67.640	0
Deterioro de activos	0	0	0	0	0	0	0	0
Ventas	0	0	0	0	-1.205	-25.661	0	-26.866
Saldo final al 31 de diciembre de 2012	4.719.949	5.831.823	12.604.239	11.118.638	962.398	254.545	2.952.429	38.444.021

NIC 16.- Reconciliación de depreciación y pérdidas por deterioro

	CONSTRUCCIÓN EN CURSO	TERRENOS	EDIFICIOS	PLANTA Y EQUIPOS	INTALACIONES FIJOS Y ACCESORIOS	VEHÍCULOS DE MOTOR	OTRAS PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO	TOTAL PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO
Saldo inicial al 1 de enero de 2012	0	0	-214.907	-1.904.067	-199.078	-79.343	-538.789	-2.936.184
Gastos por depreciación	-89.973		-362.985	-2.559.314	-463.316	-63.886	-758.945	-4.298.419
Traspaso de proyectos			-293.979		293.979			0
Deterioro de activos								0
Ventas						4.997		4.997
Saldo final al 31 de diciembre de 2012	-89.973	0	-871.871	-4.463.381	-368.415	-138.232	-1.297.734	-7.229.606

NIC 16.- Valores en libros totales (valores netos)

	CONSTRUCCIÓN EN CURSO	TERRENOS	EDIFICIOS	PLANTA Y EQUIPOS	INTALACIONES FIJOS Y ACCESORIOS	VEHÍCULOS DE MOTOR	OTRAS PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO	PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO NETO
Saldo inicial al 1 de enero de 2012	1.824.582	5.831.823	11.142.980	8.856.416	764.525	200.863	1.613.927	30.235.116
Saldo final al 31 de diciembre de 2012	4.629.976	5.831.823	11.732.368	6.655.257	593.983	116.313	1.654.695	31.214.415

NIC 16.- Reconciliación de cambios en propiedades, Plantas y Equipos por clases - Costo atribuido.

	CONSTRUCCIÓN EN CURSO	TERRENOS	EDIFICIOS	PLANTA Y EQUIPOS	INTALACIONES FIJOS Y ACCESORIOS	VEHÍCULOS DE MOTOR	OTRAS PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO	TOTAL PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO
Saldo inicial al 1 de enero de 2011	2.030.008	5.763.952	10.586.548	6.781.047	962.398	250.179	626.207	27.000.339
Adquisiciones pagadas	2.043.956	67.871	771.339	1.806.826	1.205	30.027	1.330.269	6.051.493
Adquisiciones con crédito						0	196.240	196.240
Traspaso de proyectos	-2.249.382			2.249.382				0
Deterioro de activos				-122.448				-122.448
Ventas								0
Saldo final al 31 de diciembre de 2011	1.824.582	5.831.823	11.357.887	10.714.807	963.603	280.206	2.152.716	33.125.624

NIC 16.- Reconciliación de depreciación y pérdidas por deterioro

	CONSTRUCCIÓN EN CURSO	TERRENOS	EDIFICIOS	PLANTA Y EQUIPOS	INTALACIONES FIJOS Y ACCESORIOS	VEHÍCULOS DE MOTOR	OTRAS PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO	TOTAL PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO
Saldo inicial al 1 de enero de 2011	0	0	-36.843	-239.212	-28.725	-10.783	-35.987	-351.550
Gastos por depreciación			-178.064	-1.664.855	-170.353	-68.560	-502.802	-2.584.634
Traspaso de proyectos								
Deterioro de activos				45.676				45.676
Ventas								0
Saldo final al 31 de diciembre de 2011	0	0	-214.907	-1.858.391	-199.078	-79.343	-538.789	-2.890.508

NIC 16.- Valores en libros totales (valores netos)

	CONSTRUCCIÓN EN CURSO	TERRENOS	EDIFICIOS	PLANTA Y EQUIPOS	INTALACIONES FIJOS Y ACCESORIOS	VEHÍCULOS DE MOTOR	OTRAS PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO	PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO NETO
Saldo inicial al 1 de enero de 2011	2.030.008	5.763.952	10.549.705	6.541.835	933.673	239.396	590.220	26.648.789
Saldo final al 31 de diciembre de 2011	1.824.582	5.831.823	11.142.980	8.856.416	764.525	200.863	1.613.927	30.235.116

a) Pérdida por deterioro

Al 31 de diciembre de 2011, la Sociedad reconoció un ajuste por deterioro físico de equipos por M\$76.772. (Valor Activo M\$122.448 menos Depreciación Acumulada M\$45.676) Al 31 de diciembre de 2012 no efectuó ajustes por deterioro de valor de sus activos.

b) Planta y maquinaria en arrendamiento

La Sociedad al 31 de diciembre de 2012 y 31 de diciembre de 2011, no posee plantas y maquinarias en arrendamiento.

c) Depreciación del ejercicio

La Sociedad, al 31 de diciembre de 2012 y 31 de

diciembre de 2011, clasificó la depreciación de propiedades, plantas y equipos dentro de la línea costo de venta, cuyos montos son \$4.298.419 en diciembre 2012 y \$2.584.634 en diciembre 2011.

d) Garantías

La Sociedad, al 31 de diciembre de 2012 y el 31 de diciembre de 2011, no tiene propiedades, plantas y equipos sobre los cuales existen garantías.

No existen restricciones de titularidad sobre las propiedades plantas y equipos, ni se han colocado éstas como garantía de cumplimiento de obligaciones de la compañía ni de obligaciones de terceros.

e) Costos de desmantelamiento, retiro y/o rehabilitación

La Sociedad no tiene obligaciones contractuales o legales que le exijan constituir provisiones por desmantelamiento, retiro y/o rehabilitación de activos de larga vida.

La Sociedad no tiene políticas de estimación de costos de desmantelamiento.

f) Otros

La Sociedad, al 31 de diciembre de 2012 y 2011, no posee activos temporalmente fuera de servicio. Los activos totalmente depreciados y en uso esporádico alcanzan a M\$15 al 31 de diciembre 2012 y 31 diciembre de 2011.

NOTA 13 ACTIVOS INTANGIBLES DISTINTOS DE LA PLUSVALÍA

El detalle de los activos intangibles por los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2012 y 31 de diciembre de 2011 es el siguiente:

ACTIVOS INTANGIBLES EN MILES DE PESOS	LICENCIAS Y SOFTWARE	PATENTES Y MARCAS REGISTRADAS	CONCESIÓN DE SERVICIOS (1)	PELÍCULAS, SERIES PROGRAMAS	TOTAL
Saldo al 1 de enero de 2011	187.793	100.000	0	2.540.786	2.828.579
Adquisiciones	0	0	7.041.594	0	7.041.594
Traspaso desde otros activos no financieros	0	0	0	3.307.077	3.307.077
Amortización del período	0	0	0	0	0
Deterioro	0	0	0	-1.477.302	-1.477.302
Saldo al 31 de diciembre de 2011	187.793	100.000	7.041.594	4.370.561	11.699.948
Saldo al 1 de enero de 2012	187.793	100.000	7.041.594	4.370.561	11.699.948
Adquisiciones	0	0	0	0	0
Traspaso desde otros activos no financieros	0	0	0	6.614.415	6.614.415
Amortización del período	-75.093	0	0	0	-75.093
Deterioro	0	0	0	-1.661.642	-1.661.642
Saldo al 31 de diciembre de 2012	112.700	100.000	7.041.594	9.323.334	16.577.628

(1) En relación a lo expuesto en el cuadro anterior, las concesiones de servicios que corresponden a derechos de transmisión radiales en frecuencia modulada, la vida útil de estos activos es de carácter indefinida, debido a que no existe un límite predecible para el período sobre el activo se espera que genere flujos de efectivo para la entidad.

INTANGIBLES EN MILES DE PESOS	PELÍCULAS Y SERIES	PROGRAMAS	TOTAL PROGRAMAS PELÍCULAS Y SERIES
Saldo al 1 de enero 2011	1.587.302	953.484	2.540.786
Adquisiciones	0	0	0
Traspaso desde otros activos no financieros	1.255.398	2.051.679	3.307.077
Amortización del período	0	0	0
Deterioro	-271.950	-1.205.352	-1.477.302
Saldo al 31 de diciembre 2011	2.570.750	1.799.811	4.370.561
Saldo al 1 de enero 2012	2.570.750	1.799.811	4.370.561
Adquisiciones	0	0	0
Traspaso desde otros activos no financieros	3.434.236	3.180.179	6.614.415
Amortización del período	0	0	0
Deterioro	-1.221.122	-440.520	-1.661.642
Saldo al 31 de diciembre 2012	4.783.864	4.539.470	9.323.334

Durante el ejercicio 2011 la sociedad adquirió las concesiones radiales de radios Play (mediante adquisición de Comunicaciones Phillips Ltda.) y las concesiones televisivas aportadas por la Pontificia Universidad Católica, según nota 20.

Los factores relevantes a considerar son los siguientes:

a) Existe evidencia basada en la experiencia de que se renovarán los derechos de concesio-

nes 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.

Las políticas de este rubro se encuentran explicadas en el punto 3.3.-

NOTA 14 INSTRUMENTOS FINANCIEROS

La administración de riesgos de activos y pasivos financieros se encuentra en nota 4.

a) Exposición al riesgo de Crédito.

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

EN MILES DE PESOS	VALOR EN LIBROS 31-12-2012	VALOR EN LIBROS 31-12-2011
Efectivo y equivalente de efectivo	5.749.950	2.092.043
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	28.070.683	20.583.416
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas, corrientes	20.441	106.221
Total	33.841.074	22.781.680

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

EN MILES DE PESOS	VALOR EN LIBROS 31-12-2012	VALOR EN LIBROS 31-12-2011
Nacional	28.005.310	20.557.065
Extranjeros	65.373	26.351
Total	28.070.683	20.583.416

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

EN MILES DE PESOS	VALOR EN LIBROS 31-12-2012	VALOR EN LIBROS 31-12-2011
Televisión Abierta e Internet	25.254.705	18.043.980
Otros Explotación	2.138.342	1.929.505
Cuentas por cobrar al personal	453.916	384.570
Deudores varios	223.720	225.361
Total	28.070.683	20.583.416

Pérdidas por deterioro.
La antigüedad de las partidas por cobrar es la siguiente:

EN MILES DE PESOS	VALOR EN LIBROS 31-12-2012	VALOR EN LIBROS 31-12-2011
Vigentes	16.770.536	11.574.364
0 - 30	7.664.015	6.142.803
31 - 180	3.882.466	2.999.202
181 - 1 año	310.892	1.112.710
Total	28.627.909	21.829.079
Deterioro	-557.226	-1.245.663
Total	28.070.683	20.583.416

Asignación por Segmento del Deterioro:

EN MILES DE PESOS	VALOR EN LIBROS 31-12-2012	VALOR EN LIBROS 31-12-2011
Televisión Abierta e Internet	513.586	1.160.816
Otros Explotación	43.640	84.847
Sin asignar	0	0
Total	557.226	1.245.663

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

EN MILES DE PESOS	VALOR EN LIBROS 31-12-2012	VALOR EN LIBROS 31-12-2011
Balance inicial	1.245.663	2.356.496
Castigo de clientes	-688.437	-1.110.833
Balance al cierre del período	557.226	1.245.663

Basados en índices históricos de mora, la Sociedad cree que no es necesario una nueva provisión por deterioro con respecto a las cuentas comerciales por cobrar que están en esta situación.

El deterioro de los activos se encuentra deducido de los deudores comerciales, otras cuentas por cobrar corrientes y derechos por cobrar no 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.

La administración considera que los montos deteriorados en mora por más de 180 días aún son recuperables cuando se evalúa caso a caso, ya que usualmente pueden identificarse clientes con características distintas al portafolio general de clientes.

b) Riesgo de liquidez

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

Al 31 de diciembre de 2012 en miles de pesos

PASIVOS FINANCIEROS, CORRIENTES Y NO CORRIENTES	VALOR EN LIBROS	FLUJO DE EFECTIVO CON- TRACTUALES	HASTA 90 DÍAS	MÁS 90 DÍAS MENOS 1 AÑO	MÁS 1 AÑO MENOS DE 3 AÑOS	MÁS 3 AÑOS MENOS 5 AÑOS	MÁS DE 5 AÑOS
Banco Security	3.882.928	5.620.098	70.000	210.000	560.000	1.179.071	3.601.027
Obligaciones por leasing	1.136.151	1.202.246	151.133	450.399	600.714	0	0
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar	30.749.607	35.540.322	9.224.882	16.067.569	8.710.390	0	0
Cuentas por pagar a empresas relacionadas	1.590.115	1.590.115	0	1.590.115	0	0	0
Total	37.358.801	43.952.781	9.446.015	18.318.083	9.871.104	1.179.071	3.601.027

Al 31 de diciembre de 2011 en miles de pesos

PASIVOS FINANCIEROS, CORRIENTES Y NO CORRIENTES	VALOR EN LIBROS	FLUJO DE EFECTIVO CON- TRACTUALES	HASTA 90 DÍAS	MÁS 90 DÍAS MENOS 1 AÑO	MÁS 1 AÑO MENOS DE 3 AÑOS	MÁS 3 AÑOS MENOS 5 AÑOS	MÁS DE 5 AÑOS
Banco Security	3.789.985	5.758.873	68.325	204.973	819.894	1.150.849	3.514.832
Obligaciones por leasing	727.070	786.031	63.031	239.093	483.907	0	0
Otros pasivos financieros corrientes	2.157.165	2.157.165	2.157.165	0	0	0	0
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar (corriente)	19.218.470	19.197.808	5.765.541	11.971.174	1.461.093	0	0
Total	25.892.690	27.899.877	8.054.062	12.415.240	2.764.894	1.150.849	3.514.832

c) Riesgo de tasa de interés

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

Los contratos de leasing están nominados en Unidades de Fomento a tasa de interés fijas y cuotas iguales y sucesivas, por lo que el valor de sus vencimientos sólo variará por las fluctuaciones del valor de la Unidad de Fomento.

En el caso de las obligaciones financieras de

largo plazo, éstas corresponden a un préstamo otorgado por el Banco Security a una tasa variable, sin embargo, dada la estructura de este préstamo el impacto que podría tener sobre los gastos financieros una variación de las tasas no es significativo.

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

d) Riesgo de moneda

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

Las posiciones en moneda extranjera se presentan a continuación:

EN MILES DE PESOS	31-12-2012		31-12-2011	
	M\$	USD (a)	M\$	Total USD (a)
Activos corrientes	5.235.638	10.908.488	3.980.341	7.666.296
Total activos	5.235.638	10.908.488	3.980.341	7.666.296
Pasivos corrientes	-8.101.872	-16.880.306	-3.119.101	-6.007.513
Pasivos no corrientes	-8.710.390	-18.148.157	-6.736.593	-12.974.948
Total pasivos	-16.812.262	-35.028.463	-9.855.694	-18.982.461
Exposición neta	-11.576.624	-24.119.975	-5.875.353	-11.316.165

(a) El tipo de cambio utilizado al 31 de diciembre de 2012 y 31 diciembre de 2011 es US\$479,96 y US\$519,20, respectivamente.

Análisis de sensibilidad
En lo que se refiere al riesgo de moneda, se asume una variación de +- 5% en el precio observado del dólar para las condiciones ac-

tuales del mercado. Con todas las demás variables constantes consideramos que los impactos serían como sigue:

EN MILES DE PESOS	2012		2011	
	Resultados	Patrimonio	Resultados	Patrimonio
5% de incremento en tipo de cambio	-578.831	-578.831	-293.768	-293.768
5% de disminución en tipo de cambio	578.831	578.831	293.768	293.768

e) Riesgo de inflación

La posición con riesgo de inflación al 31 de diciembre de 2012 y 2011 es como sigue:

	2012		2011	
	M\$	UF	M\$	UF
Banco Security	3.882.928	170.000	3.789.985	170.000
Leasing	1.136.151	49.742,28	727.070	32.612,77

Análisis de inflación

En lo que se refiere al riesgo de inflación, se asume una variación de +- 1% en el Índice de Precios al Consumidor para las condiciones

actuales del mercado. Con todas las demás variables constantes consideramos que los impactos serían como sigue:

EN MILES DE PESOS	2012		2011	
	Resultados	Patrimonio	Resultados	Patrimonio
1% de incremento en IPC	-50.191	-50.191	-45.171	-45.171
1% de disminución en IPC	50.191	50.191	45.171	45.171

f) **Valores razonables**

Los valores razonables de los activos y pasivos financieros, junto con los valores en libros mostrados en el estado de situación financiera son los siguientes:

EN MILES DE PESOS	VALOR EN LIBROS 31-12-2012	VALOR RAZONABLE 31-12-2012	VALOR EN LIBROS 31-12-2011	VALOR RAZONABLE 31-12-2011
Efectivo y equivalentes al efectivo	5.749.950	5.749.950	2.092.043	2.092.043
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar (corrientes)	28.070.683	28.070.683	20.583.416	20.583.416
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas	20.441	20.441	106.221	106.221
Préstamos bancarios no garantizados, corrientes	-554.861	-554.861	-2.493.583	-2.493.583
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar (corrientes)	-22.039.216	-22.039.216	-17.757.377	-17.757.377
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar (no corrientes)	-8.710.390	-8.710.390	-1.461.093	-1.461.093
Cuentas por pagar a entidades relacionadas	-1.590.115	-1.590.115	0	0
Préstamos bancarios no garantizados, no corrientes	-4.464.218	-4.464.218	-4.180.637	-4.180.637

Los valores razonables para estos ítems han sido definidos como sus valores libros, ya que son en promedio menores a 75 días.

NOTA 15 ACTIVOS Y PASIVOS POR IMPUESTOS DIFERIDOS

El origen de los impuestos diferidos registra-
dos al 31 de diciembre de 2012 y 31 diciembre
de 2011 es el siguiente:

EN MILES DE PESOS	31-12-2012			31-12-2011		
	Activos	Pasivos	Neto	Activos	Pasivos	Neto
Planes de beneficios a empleados	1.652.905	0	1.652.905	1.020.887	0	1.020.887
Publicidad anticipada	366.220	0	366.220	303.198	0	303.198
Otras provisiones corrientes	3.650.443	0	3.650.443	2.345.522	0	2.345.522
Otros activos no financieros corrientes	0	-405.863	-405.863	0	-306.480	-306.480
Total	5.669.568	-405.863	5.263.705	3.669.607	-306.480	3.363.127

Movimientos en saldos de impuestos diferi-
dos durante el año.

ACTIVOS EN MILES DE PESOS	31-12-2012	31-12-2011	EFFECTO EN RESULTADOS
			31-12-2012
Planes de beneficios a empleados	1.652.905	1.020.887	632.018
Publicidad anticipada	366.220	303.198	63.022
Otras provisiones corrientes	3.650.443	2.345.522	1.304.921
Total	5.669.568	3.669.607	1.999.961

PASIVOS EN MILES DE PESOS	31-12-2012	31-12-2011	EFFECTO EN RESULTADOS
			31-12-2012
Otros activos no financieros corrientes	-405.863	-306.480	-99.383
Total	-405.863	-306.480	-99.383

Total	5.263.705	3.363.127	1.900.578
-------	-----------	-----------	-----------

NOTA 16 DEUDORES COMERCIALES Y OTRAS CUENTAS POR COBRAR

La composición del rubro al 31 de diciembre de 2012 y 31 de diciembre de 2011 es la siguiente:

a) Corrientes

EN MILES DE PESOS	VALOR EN LIBROS 31-12-2012	VALOR EN LIBROS 31-12-2011
Clientes nacionales	26.847.113	19.931.542
Documentos en cartera	545.934	41.943
Cuentas corrientes del personal	453.916	384.570
Otras cuentas por cobrar	223.720	225.361
Total	28.070.683	20.583.416

Las partidas por cobrar a la fecha del balance por región geográfica son:

EN MILES DE PESOS	VALOR EN LIBROS 31-12-2012	VALOR EN LIBROS 31-12-2011
Nacional	28.005.310	20.557.065
Extranjeros	65.373	26.351
Total	28.070.683	20.583.416

Las partidas por cobrar por segmento a la fecha del balance son:

EN MILES DE PESOS	VALOR EN LIBROS 31-12-2012	VALOR EN LIBROS 31-12-2011
Televisión Abierta e Internet	25.254.705	18.043.980
Otros Explotación	2.138.342	1.929.505
Cuentas por cobrar al personal	453.916	384.570
Deudores varios	223.720	225.361
Total	28.070.683	20.583.416

Pérdidas por deterioro.
La antigüedad de las partidas por cobrar es la siguiente:

EN MILES DE PESOS	VALOR EN LIBROS 31-12-2012	VALOR EN LIBROS 31-12-2011
Vigentes	16.770.536	11.574.364
0 - 30	7.664.015	6.142.803
31 - 180	3.882.466	2.999.202
181 - 1 año	310.892	1.112.710
Total	28.627.909	21.829.079
Deterioro	-557.226	-1.245.663
Total	28.070.683	20.583.416

Asignación por segmento del deterioro:

EN MILES DE PESOS	VALOR EN LIBROS 31-12-2012	VALOR EN LIBROS 31-12-2011
Televisión Abierta e Internet	513.586	1.160.816
Otros Explotación	43.640	84.847
Sin asignar	0	0
Total	557.226	1.245.663

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

EN MILES DE PESOS	VALOR EN LIBROS 31-12-2012	VALOR EN LIBROS 31-12-2011
Balance inicial	1.245.663	2.356.496
Castigo de clientes	-688.437	-1.110.833
Balance al cierre del período	557.226	1.245.663

Basados en índices históricos de mora, la Sociedad cree que no es necesario una nueva provisión por deterioro con respecto a las cuentas comerciales por cobrar que están en esta situación.

El deterioro de los activos se encuentra deducido de los deudores comerciales, otras cuentas por cobrar corrientes y derechos por cobrar no corrientes, para cubrir contingencias en la recuperación de dichos activos. El criterio adoptado para el cálculo de dicho de-

terio considera como base de cálculo la antigüedad de los saldos, según las directrices entregadas por la administración.

La administración considera que los montos deteriorados en mora por más de 180 días aún son recuperables cuando se evalúa caso a caso, ya que usualmente pueden identificarse clientes con características distintas al portafolio general de clientes.

b) No corriente

La Sociedad no tiene saldo en este rubro al 31 de diciembre de 2012 ni al 31 de diciembre de 2011.

NOTA 17 EFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFECTIVO

La composición de las partidas que integran el saldo de efectivo y equivalentes de efectivo al 31 de diciembre de 2012 y 31 de diciembre de 2011 es la siguiente:

EN MILES DE PESOS	31-12-2012	31-12-2011
Efectivo en caja	68.411	47.219
Saldos en bancos	3.681.539	2.044.824
Depósitos a plazo	2.000.000	0
Total	5.749.950	2.092.043

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.

Depósitos a plazo corresponde a un Fondo

Mutuo de renta fija de corto plazo, de liquidez inmediata del Banco BCI.

NOTA 18 OTROS ACTIVOS NO FINANCIEROS

Los siguientes conceptos se clasifican en este rubro al 31 de diciembre de 2012 y 31 de diciembre de 2011.

a) Corrientes

EN MILES DE PESOS	31-12-2012	31-12-11
Gastos de publicidad	118.605	129.207
Otros gastos anticipados (incluye arriendos)	338.928	250.614
Películas, series contratadas y producidas (1)	4.909.328	4.375.739
Total	5.366.861	4.755.560

(1) El detalle de las películas, series contratadas y producidas por los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2012 y 31 de diciembre de 2011 son los siguientes:

OTROS ACTIVOS NO FINANCIEROS	PELÍCULAS Y SERIES	PROGRAMAS	PROGRAMAS, PELÍCULAS Y SERIES
Saldo al 1 de enero 2011	842.485	638.064	1.480.549
Adquisiciones	3.127.757	50.520.924	53.648.681
Traspaso a intangibles	-1.255.398	-2.051.679	-3.307.077
Costos de exhibición	-2.219.956	-44.622.798	-46.842.754
Deterioro	-292.235	-311.425	-603.660
Saldo al 31 de diciembre 2011	202.653	4.173.086	4.375.739
Saldo al 1 de enero 2012	202.653	4.173.086	4.375.739
Adquisiciones	9.744.389	62.857.407	72.601.796
Traspaso a intangibles	-3.434.236	-3.180.179	-6.614.415
Costos de exhibición	-4.391.060	-56.074.647	-60.465.707
Deterioro	-254.561	-4.733.524	-4.988.085
Saldo al 31 de diciembre 2012	1.867.185	3.042.143	4.909.328

Corresponde 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.

OTROS ACTIVOS NO FINANCIEROS	PELÍCULAS Y SERIES	PROGRAMAS	PROGRAMAS, PELÍCULAS Y SERIES
Saldo al 1 de enero 2011	0	0	0
Costo de exhibición	-2.219.956	-44.622.798	-46.842.754
Saldo al 31 de diciembre 2011	-2.219.956	-44.622.798	-46.842.754
Saldo al 1 de enero 2012	0	0	0
Costo de exhibición	-4.391.060	-56.074.647	-60.465.707
Saldo al 31 de diciembre 2012	-4.391.060	-56.074.647	-60.465.707

El costo de programas propios incluye todos los recursos necesarios para la producción y/o compra de contenidos necesarios para su realización. Esto se forma principalmente por remuneraciones, derechos de contenido y formatos, honorarios de artistas, servicios de producción

y servicios técnicos, publicidad y promociones, depreciación, arriendos, y otros.
El costo de series y películas se compone de los derechos de exhibición más su respectivo impuesto.

b) No Corrientes

EN MILES DE PESOS	31-12-2012	31-12-2011
Opción compra activos de radios (1)	1.415.184	0
Arriendos anticipados (2)	1.314.403	1.315.506
Total	2.729.587	1.315.506

(1) En la sesión de Directorio de fecha 12 de enero de 2012, se aprobó la negociación para la adquisición de los activos relevantes de las radios "Oasis" y "Horizonte". Dentro de dichos activos relevantes, se encuentran las concesiones de radiodifusión, razón por la cual fue necesario solicitar autorización a la Subsecretaría de Telecomunicaciones para proceder a la adquisición, lo que se encuentra en trámite. El valor pagado corresponde a un anticipo por la provisión futura de las concesiones señaladas.

(2) 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 transferido 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.

NOTA 19 PASIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES

Cuentas por pagar por impuestos corrientes

EN MILES DE PESOS	31-12-2012	31-12-2011
Impuesto a la renta	3.441.210	1.040.000
Pagos provisionales mensuales	-1.603.085	-664.291
Impuesto a la renta por recuperar	0	-86.804
Total	1.838.125	288.905

NOTA 20 CAPITAL Y RESERVAS

a) Capital y número de acciones

Al 31 de diciembre de 2012, 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.

Al 31 de diciembre de 2011, el capital suscrito y pagado asciende a M\$42.340.775 representado por 4.234.077.462 acciones, totalmente suscritas y pagadas.

Durante el año 2011 se realizaron cuatro movimientos en el capital social por un to-

tal de M\$8.674.110, los cuales se describen a continuación:

- Con fecha 28 de marzo de 2011 el accionista pagó acciones suscritas y no pagadas por un total de M\$7.140.664 equivalentes a 714.066.345 acciones.
- Con fecha 24 de junio de 2011 el accionista acordó un aumento de capital por M\$ 7.160.225 equivalentes a 716.022.538 acciones, de los cuales el accionista suscribió y pagó la cantidad de M\$1.500.000 equivalentes a 150.000.000 acciones. En la misma escritura, en forma previa, el accionista aumentó el capital social en

M\$ 33.446 producto de la revalorización del capital propio, mediante la emisión de 3.344.617 acciones liberadas de pago.

- Con fecha 1 de septiembre de 2011 el capital social se redujo de pleno derecho por haber vencido el plazo para suscribir y pagar la cantidad de M\$5.660.225 equivalentes a 566.022.538 acciones no suscritas ni pagadas, a la suma de M\$42.340.775 representado por 4.234.077.462 acciones, totalmente suscritas y pagadas.

Al 31 de diciembre de 2010, el capital suscrito y pagado asciende a M\$33.666.665 representado

por 3.366.666.500 acciones, totalmente suscritas y pagadas.

Con fecha 19 de noviembre de 2010 el accionista pagó acciones suscritas y no pagadas por un total de M\$33.665.665 equivalentes a 3.366.566.500 acciones. Dicho aporte se materializó con el traspaso del total de los activos y pasivos que formaban parte del patrimonio de la Corporación de Televisión de la Pontificia Universidad Católica de Chile, a través de la cual la Universidad desarrollaba su negocio de canal de televisión. La Sociedad en su calidad de nueva entidad que se ha hecho cargo del negocio y de la operación del canal de televisión que solía ser desarrollado por la Universidad a través de la referida corporación.

Con fecha 9 de septiembre se constituyó la sociedad con un capital suscrito y pagado de M\$1.000 equivalente a 100.000 acciones.

Con fecha 19 de diciembre de 2012 por escritura pública otorgada ante la notario señora María Gloria Acharán Toledo, los accionistas acordaron la transformación de la sociedad en una sociedad anónima cerrada, denominada “CANAL 13 S.A.”

Durante el año 2012 se realizó un movimiento en el capital social por un total de

M\$20.000.000, descrito a continuación:

· Con fecha 28 de diciembre de 2012 la unanimidad de los accionistas acordó disminuir el número de acciones a 211.703.873, sin disminuir el capital social, mediante el canje de acciones; y a continuación aumentar el capital social a 62.340.774.620 pesos, mediante la emisión de 100 millones de nuevas acciones de pago, las que no han sido suscritas ni pagadas.

Con fecha 22 de marzo de 2012 se han inscrito en el Registro de Accionistas de la Sociedad los siguientes traspasos de acciones: i) Traspaso de 1.397.245.562 acciones que fueron transferidas de Pontificia Universidad Católica de Chile a Inversiones Canal 13 SpA, y ii) Traspaso de 2.836.831.900 acciones que fueron transferidas de Inversiones TV Medios Limitada a Inversiones Canal 13 SpA. Con fecha 20 de diciembre se han inscrito en el referido registro dos nuevos traspasos: (i) Traspaso de 20 acciones que fueron transferidas de Inversiones Canal 13 SpA a Pontificia Universidad Católica de Chile, y (ii) Traspaso de 20 acciones que fueron transferidas de Inversiones Canal 13 SpA a Inversiones TV Medios Limitada.

Como consecuencia de los traspasos y dis-

minución de acciones indicados, Inversiones Canal 13 SpA es 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, la Pontificia Universidad Católica de Chile e Inversiones TV Medios Limitada son titulares cada uno de una acción, equivalentes en total al 0,01% de las acciones emitidas, suscritas y pagadas con derecho a voto, quedando un saldo de 100.000.000 acciones no suscritas ni pagadas.

b) Dividendos

La Sociedad ha provisionado el 30% de las utilidades del ejercicio descontada las pérdidas acumuladas al 31 de diciembre de 2012.

La Sociedad no distribuye dividendos por tener pérdidas acumuladas al 31 de diciembre de 2011.

c) Ganancias (pérdidas) acumuladas

Al 31 de diciembre de 2012 y 31 de diciembre de 2011 el saldo presentado bajo el rubro de patrimonio ganancias (pérdidas) acumuladas, refleja los movimientos de resultado acumulados en el transcurso de los ejercicios mencionados.

GANANCIAS (PÉRDIDAS ACUMULADAS EN MILES DE PESOS)	
Saldo inicial al 1 de enero de 2011	-4.499.481
Utilidad del período	2.015.020
Utilidad acumulada al 31 de diciembre de 2011	-2.484.461
Saldo inicial al 1 de enero de 2012	-2.484.461
Utilidad del período	7.784.844
Dividendo provisorio	-1.590.115
Utilidad acumulada al 31 de diciembre de 2012	3.710.268

d) **Gestión de Capital.**

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

Las necesidades de capital para el financia-

miento 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 del presente año, los recursos gestionados como financiamiento de capital están conformados por un patrimonio acumulado de M\$ 46.051.043 y por pasivos finan-

cieros de M\$ 5.019.079.

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

e) **Otras Reservas Varias**

Corresponde a la Revalorización del Patrimonio Neto al 31 de diciembre de 2010.

NOTA 21 GANANCIAS POR ACCIÓN

El cálculo de la ganancia básica por acción al 31 de diciembre de 2012 y 2011 fue determinado considerando el número de acciones vigentes al 31 de diciembre de 2012 que corresponden a

las acciones vigentes a la fecha de aprobación de estos Estados Financieros por el directorio y de ésta forma se está dando cumplimiento a lo dispuesto por la NIC 33 “ganancias por acción”.

	01-01-2012 31-12-2012	01-01-2011 31-12-2011
Ganancia (pérdida) atribuible a los tenedores de instrumentos de participación en el patrimonio neto de la controladora	7.784.844	2.015.020
Resultado disponible para accionistas comunes, básicos	7.784.844	2.015.020
Promedio ponderado de número de acciones, básico	211.703.873	211.703.873
Ganancia (pérdida) básica por acción	36,67	9,52
Promedio ponderado de número de acciones, diluidas	0	0
Ganancia (pérdida) diluida por acción	36,67	9,52

NOTA 22 OTROS PASIVOS FINANCIEROS

La Sociedad presenta los siguientes saldos en este rubro al 31 de diciembre de 2012 y 31 de diciembre de 2011.

El detalle es el siguiente:

a) Otros Pasivos Financieros Corrientes

31 DE DICIEMBRE DE 2012 EN MILES DE PESOS PASIVOS FINANCIEROS, CORRIENTES	VALOR EN LIBROS
Línea de crédito	0
Obligaciones por leasing	554.861
Total	554.861

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 EFECTIVA	TASA NOMINAL
Banchile Leasing	97.004.000-5	UF	Chile	1.496	4.488	8.976	14.961	Mensual	5,28%	5,35%
Banco Estado Leasing	97.030.000-7	UF	Chile	3.749	11.247	29.991	44.986	Mensual	4,18%	4,10%
Santander Leasing	97.036.000-K	UF	Chile	8.128	24.384	65.023	97.535	Mensual	4,27%	4,19%
Santander Leasing	97.036.000-K	UF	Chile	4.285	12.855	34.281	51.422	Mensual	3,50%	3,45%
BCI Leasing	97.006.000-6	UF	Chile	11.938	35.813	95.500	143.250	Mensual	4,52%	4,46%
BCI Leasing	97.006.000-6	UF	Chile	10.224	30.671	81.789	122.684	Mensual	4,29%	4,22%
BCI Leasing	97.006.000-6	UF	Chile	3.868	11.603	30.941	46.411	Mensual	3,51%	3,46%
BCI Leasing	97.006.000-6	UF	Chile	2.801	8.403	22.408	33.612	Mensual	3,96%	3,88%
		Total		46.488	139.463	368.910	554.861			

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

Todas las obligaciones por *leasing* son de modalidad financiero y se encuentran en

Unidades de Fomento.

Estas operaciones de *leasing* fueron pactadas en cuotas fijas e iguales con pagos mensuales hasta por 36 meses.

31 DE DICIEMBRE DE 2011 EN MILES DE PESOS PASIVOS FINANCIEROS, CORRIENTES	VALOR EN LIBROS
Línea de crédito (1)	2.157.165
Obligaciones por leasing (2)	336.418
Total	2.493.583

(1) La composición de las líneas de crédito adeudadas es la siguiente:

NOMBRE BANCO O INSTITUCIÓN FINANCIERA ACREEDORA			MONEDAS ÍNDICES DE REAJUSTE	
			Dólares	\$ no reajustables
	Pais origen	RUT	31-12-2011	31-12-2011
Línea de crédito Banco Estado	Chile	97.030.000-7	0	584.375
Línea de crédito Banco Santander	Chile	97.036.000-K	0	166.055
Línea de crédito Banco Security	Chile	97.053.000-2	0	779.462
Línea de crédito BCI	Chile	97.006.000-6	0	627.273
Total			0	2.157.165

(2) El detalle de las obligaciones por *leasing* es el siguiente:

31 DE DICIEMBRE DE 2011 EN MILES DE PESOS PASIVOS FINANCIEROS, 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 EFECTIVA	TASA NOMINAL
Banchile Leasing	97.004.000-5	UF	Chile	1.466	4.398	11.729	17.593	Mensual	5,28%	5,35%
Banco Estado Leasing	97.030.000-7	UF	Chile	5.181	15.542	41.445	62.167	Mensual	4,18%	4,10%
Santander Leasing	97.036.000-K	UF	Chile	9.908	29.724	79.264	118.896	Mensual	4,27%	4,19%
Santander Leasing	97.036.000-K	UF	Chile	6.176	18.528	49.409	74.113	Mensual	3,50%	3,45%
BCI Leasing	97.006.000-6	UF	Chile	5.304	15.912	42.433	63.649	Mensual	4,29%	4,22%
		Total		28.035	84.105	224.279	336.418			

b) Otros Pasivos Financieros No Corrientes

31 DE DICIEMBRE DE 2012 EN MILES DE PESOS PASIVOS FINANCIEROS, NO CORRIENTES	VALOR EN LIBROS
Banco Security (1)	3.882.928
Obligaciones por leasing (2)	581.290
Total	4.464.218

(1) Corresponde al crédito en UF obtenido para comprar la concesión de radio Play cuya tasa corresponde a TAB +1% a un plazo de 10 años con amortizaciones a partir del año 2016.

(2) Obligaciones por leasing 2012:

NOMBRE ACREEDOR	RUT	MONEDA	PAÍS ORIGEN	1 A 3 AÑOS M\$	3 A 5 AÑOS M\$	TOTAL NO CORRIEN- TE M\$	TIPO DE AMORTIZA- CIÓN	TASA EFECTIVA	TASA NOMINAL
Banchile Leasing	97.004.000-5	UF	Chile	0	0	0	Mensual	5,28%	5,35%
Banco Estado Leasing	97.030.000-7	UF	Chile	41.237	0	41.237	Mensual	4,18%	4,10%
Santander Leasing	97.036.000-K	UF	Chile	48.767	0	48.767	Mensual	4,27%	4,19%
Santander Leasing	97.036.000-K	UF	Chile	17.141	0	17.141	Mensual	3,50%	3,45%
BCI Leasing	97.006.000-6	UF	Chile	203.785	0	203.785	Mensual	4,52%	4,46%
BCI Leasing	97.006.000-6	UF	Chile	191.803	0	191.803	Mensual	4,29%	4,22%
BCI Leasing	97.006.000-6	UF	Chile	30.941	0	30.941	Mensual	3,51%	3,46%
BCI Leasing	97.006.000-6	UF	Chile	47.616	0	47.616	Mensual	3,96%	3,88%
		Total		581.290	0	581.290			

31 DE DICIEMBRE DE 2011 EN MILES DE PESOS PASIVOS FINANCIEROS, NO CORRIENTES	VALOR EN LIBROS
Banco Security (1)	3.789.985
Obligaciones por leasing (2)	390.652
Total	4.180.637

(1) Corresponde al crédito en UF obtenido para comprar la concesión de radio Play cuya tasa corresponde a TAB +1% a un plazo de 10 años con amortizaciones a partir del año 2016.

(2) Detalle obligaciones por Leasing

31 DE DICIEMBRE DE 2011 EN MILES DE PESOS PASIVOS FINANCIEROS, NO CORRIENTES									
NOMBRE ACREEDOR	RUT	MONEDA	PAÍS ORIGEN	1 A 3 AÑOS M\$	3 A 5 AÑOS M\$	TOTAL NO CORRIEN- TE M\$	TIPO DE AMORTIZA- CIÓN	TASA EFECTIVA	TASA NOMINAL
Banchile Leasing	97.004.000-5	UF	Chile	14.661	0	14.661	Mensual	5,28%	5,35%
Banco Estado Leasing	97.030.000-7	UF	Chile	100.710	0	100.710	Mensual	4,18%	4,10%
Santander Leasing	97.036.000-K	UF	Chile	130.344	0	130.344	Mensual	4,27%	4,19%
Santander Leasing	97.036.000-K	UF	Chile	57.456	0	57.456	Mensual	3,50%	3,45%
BCI Leasing	97.006.000-6	UF	Chile	87.481	0	87.481	Mensual	4,29%	4,22%
		Total		390.652	0	390.652			

NOTA 23 PROVISIÓN POR BENEFICIOS A LOS EMPLEADOS

La Sociedad incluye en este rubro al 31 de diciembre de 2012 y el 31 de diciembre de 2011 lo que se indica a continuación.

El detalle es el siguiente:

a) Corrientes

EN MILES DE PESOS	31-12-2012	31-12-2011
Otros beneficios al personal	155.509	480.000
Vacaciones	1.531.903	1.216.782
Total	1.687.412	1.696.782

El número de empleados al 31 de diciembre de 2012 y 2011 son 1.198 y 1.004, respectivamente.

b) No Corrientes

EN MILES DE PESOS	31-12-2012	31-12-2011
Indemnización años de servicios	6.732.532	4.301.522
Mutuos del personal (1)	-2.045.614	-2.020.555
Total	4.686.918	2.280.967

INDEMNIZACIÓN AÑOS DE SERVICIOS EN MILES DE PESOS	31-12-2012	31-12-2011
Valor inicial de la obligación	4.301.522	5.483.699
Costo de los servicios del ejercicio corriente	351.404	149.507
Costos por intereses	339.121	191.915
Ganancias y pérdidas actuariales	2.009.243	1.788.192
Beneficios pagados en el ejercicio	-268.758	-3.311.791
Obligaciones al final de período	6.732.532	4.301.522
Mutuos del personal (1)	-2.045.614	-2.020.555
Total	4.686.918	2.280.967

(1) 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 porcen-

taje 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 junio de 1987

y noviembre de 1997. El documento denominado Mutuo de Préstamo, contiene la obligación contractual de descontarlo en su totalidad al momento de la desvinculación del funcionario.

La Sociedad de acuerdo a la NIC 19 “Beneficios a los Empleados”, 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.

Supuestos actuariales.
Para el cálculo del valor actuarial de la in-

demnización 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 M 95 H y M 95 M vigentes, emitidas por la Superintendencia de Valores y Seguros.

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

TASAS	31-12-2012	31-12-2011
Tasas de interés de descuento real	5,91%	6,5%
IPC	3,0%	3,0%
Tablas de mortalidad	M-95	M-95
Tasa de rotación anual administrativos	3,5%	4,1%

NOTA 24 INGRESOS DIFERIDOS

La Sociedad presenta bajo este rubro al 31 de diciembre de 2012 y 31 de diciembre de 2011 el monto total de la publicidad facturada y no exhibida al cierre del ejercicio neta de comisiones.

EN MILES DE PESOS	31-12-2012	31-12-2011
Publicidad facturada por exhibir	2.090.522	3.374.992
Total	2.090.522	3.374.992

NOTA 25 OTRAS PROVISIONES

EN MILES DE PESOS	31-12-2012	31-12-2011
Juicios (ver nota 29 Contingencias)	1.280.450	760.287
Total	1.280.450	760.287

NOTA 26 CUENTAS POR PAGAR COMERCIALES Y OTRAS CUENTAS POR PAGAR

La Sociedad presenta en este rubro al 31 de diciembre de 2012 y 31 de diciembre de 2011 lo siguiente:

a) Corrientes

EN MILES DE PESOS	31-12-2012	31-12-2011
Proveedores nacionales	13.064.355	13.539.964
Proveedores extranjeros	5.099.632	1.589.135
Acreedores varios	510.729	486.768
Otras cuentas por pagar	3.364.500	2.141.510
Total	22.039.216	17.757.377

b) No Corrientes

EN MILES DE PESOS	31-12-2012	31-12-2011
Proveedores extranjeros	8.710.390	1.461.093
Total	8.710.390	1.461.093

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

EN MILES DE PESOS	31-12-2012	31-12-2011
Proveedores nacionales	16.939.584	16.168.242
Proveedores extranjeros	13.810.022	3.050.228
Total	30.749.606	19.218.470

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

31-12-2011	31-12-2012
ASOCIACIÓN NACIONAL DE FÚTBOL PROFESIONAL	FULLPLAY GROUP S.A.
TWENTIETH CENTURY FOX INT'L TV.,INC.	TWENTIETH CENTURY FOX INT'L TV.,INC.
BUENA VISTA INTERNACIONAL	BUENA VISTA INTERNACIONAL
TRAFFIC SPORTS INTERNATIONAL INC	APOLO XVIII SOCIEDAD ANÓNIMA
ENDEMOL CHILE S.A.	SISTEMAS INTEGRADOS DE COMUNICACIÓN LTDA.
SOCIEDAD CHILENA DEL DERECHO DE AUTOR	SOCIEDAD CHILENA DEL DERECHO DE AUTOR
CHILECTRA S.A.	ERICK PRODUCCIONES LTDA.
FULLPLAY GROUP S.A.	GLOBO COMUNICACAO E PARTICIPACOES S.A.
GLOBO COMUNICACAO E PARTICIPACOES S.A.	ANDRES WOOD PRODUCCIONES S.A.
O.T.I. A.C.	PARAMOUNT PICTURES GLOBAL

En el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2012 y 2011 los pagos promedios de la Sociedad a las compañías nacionales varían entre 45 y 60 días, y los pagos a las compañías extranjeras dependerán de cada contrato, pagando una cuota al momento de la firma y el saldo hasta 3 años.

NOTA 27 DIFERENCIA DE TIPO DE CAMBIO Y RESULTADOS POR UNIDADES DE REAJUSTE

Las diferencias provienen fundamentalmente en el activo por material filmico no nominado, y en el pasivo por pago a proveedores de material filmico, proveedores por compras de equipo en el extranjero.

DIFERENCIA DE CAMBIO CONCEPTO EN MILES DE PESOS	TIPO MONEDA	ACUMULADO	
		01-01-2012 31-12-2012	01-01-2011 31-12-2011
Efectivo y efectivo equivalente	Dólar	2.943	1.730
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, corrientes	Dólar	-3.429	12.559
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar, corrientes	Dólar	257.216	259.625
Diferencia de cambio		256.730	273.913

RESULTADOS POR UNIDAD DE REAJUSTE	TIPO MONEDA	ACUMULADO	
CONCEPTO EN MILES DE PESOS		01-01-2012 31-12-2012	01-01-2011 31-12-2011
Otros activos no financieros, corrientes	UF	0	4.018
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas, corrientes	UF	43.247	0
Otros pasivos financieros, corrientes	UF	-144.168	0
Pasivos por impuestos, corrientes	UF	-11.617	-5.026
Provisiones por beneficios a los empleados, corrientes	UF	55.356	34.892
Otros pasivos financieros, no corrientes	UF	-92.942	-78.594
Resultados por unidad de reajuste		-150.124	-44.710

NOTA 28 ACTIVO Y PASIVO EN MONEDA EXTRANJERA

Información sobre saldos de activos y pasivos en moneda extranjera.

ACTIVOS	MONEDA EXTRANJERA	31-12-2012	31-12-2011
EN MILES DE PESOS			
Efectivo y equivalente efectivo	Dólares	163.515	115.343
Otros activos no financieros, no corrientes	Dólares	5.072.123	3.864.998
Activo intangible distintos de plusvalía	Dólares		0
Total activos en moneda extranjera		5.235.638	3.980.341

PASIVOS	MONEDA EXTRANJERA	31-12-2012	31-12-2011
EN MILES DE PESOS			
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar, corrientes	Dólares	16.812.261	9.855.694
Total pasivos en moneda extranjera		16.812.261	9.855.694

NOTA 29 CONTINGENCIAS

No existen limitaciones adicionales impuestas a la sociedad relativas a cumplimiento de ratios, ni otras restricciones asociadas.

a) Juicios:

Al 31 de diciembre de 2012 la Sociedad y su Subsidiaria mantienen juicios civiles y labo-

rales en contra de Canal 13 S.A. por un monto total de M\$ 42.011.860 y M\$ 725.358, respectivamente, de los cuales la Administración de la Sociedad ha estimado que M\$ 1.280.450 corresponden a la máxima pérdida posible de acuerdo con la jurisprudencia conocida (al 31 de diciembre de 2011 la estimación de la

máxima pérdida posible fue de M\$ 760.287). Esta estimación podría cambiar si se agregaran antecedentes adicionales a los conocidos a la fecha.

	JUICIOS CIVILES	JUICIOS LABORALES	TOTALES
Saldos al 1 de enero de 2012	148.712	611.574	760.286
Incremento	721.740	650.632	1.372.372
Usos	-7.334	-767.658	-774.992
Reverso	-137.760	60.544	-77.216
Saldos al 31 de diciembre de 2012	725.358	555.092	1.280.450
Saldos al 1 de enero de 2011	148.712	553.288	702.000
Incremento	0	120.000	120.000
Usos	0	-61.714	-61.713
Saldos al 31 de diciembre de 2011	148.712	611.574	760.287

El detalle de los principales juicios es el siguiente:

NOMBRE JUICIO	TRIBUNAL Y ROL	CUANTÍA \$	ABOGADO	ESTADO
Amara Producciones (Verónica Saquel)	Árbitro Sr. Luis Arostegui	\$ 602.000	Pablo Gómez	Pendiente en primera instancia. A diciembre de 2011 se desarrollaba la etapa de discusión. A diciembre de 2012 ya se encuentra toda la prueba rendida, excepto un peritaje. Luego debe dictarse sentencia.
Celedón con Canal 13	29° Juzgado Civil Rol 5301-2011	\$ 595.000	Pablo Gómez	Pendiente en primera instancia. A diciembre de 2011 se encontraba en período de discusión. A diciembre de 2012 esta causa se acumuló a la causa "Coustasse con Canal 13", por petición nuestra, sin que haya avanzado significativamente.
Coustasse	30° Juzgado Civil Rol 794-2011	\$ 485.000	Pablo Gómez	"Pendiente en primera instancia. A diciembre de 2011, esta causa se encontraba en período de discusión. A diciembre de 2012, a esta causa se acumuló la que se indica en el N° 2, por petición nuestra, sin que haya avanzado significativamente.
Gutiérrez	23° Juzgado Civil Rol 4126-2011	\$ 40.000.000	Pablo Gómez	"Pendiente primera instancia. A diciembre de 2011 esta causa se encontraba en período de discusión. A diciembre de 2012 está pendiente un exhorto internacional y un peritaje pedido por nuestra parte, con lo cual el tribunal podría dictar fallo.

Los Juicios detallados representan el 87% del saldo de Otras Provisiones.

b) Restricciones

Al 31 de diciembre de 2012 y 2011 la Sociedad no tiene ningún tipo de restricciones.

NOTA 30 SALDOS Y TRANSACCIONES CON ENTIDADES RELACIONADAS

Los saldos de cuentas por cobrar y por pagar a empresas relacionadas al 31 de diciembre de 2012 y 31 de diciembre de 2011 son los siguientes:

a) Cuentas por cobrar a partes relacionadas

RUT	SOCIEDAD	PAÍS ORIGEN	NATURALEZA RELACIÓN	MONEDA	CORRIENTE 31-12-2012	CORRIENTE 31-12-2011
81.698.900-0	Pontificia Universidad Católica	Chile	Accionista	Pesos	20.441	106.221
Total					20.441	106.221

La controladora de Canal 13 S.A. es Inversiones Canal 13 SpA, rut 76.131.468-8.

b) Cuentas por pagar a partes relacionadas

RUT	SOCIEDAD	PAÍS ORIGEN	NATURALEZA RELACIÓN	MONEDA	CORRIENTE 31-12-2012	CORRIENTE 31-12-2011
76.131.468-8	Inv. Canal 13 SpA	Chile	Accionista	Pesos	1.590.115	0
Total					1.590.115	0

Corresponde a la provisión de dividendos de acuerdo con lo establecido por la Ley 18.046 de Sociedades Anónimas que establece como mínimo un 30% del resultado.

c) Transacciones con partes relacionadas.

RUT	SOCIEDAD	PAÍS ORIGEN	NATURALEZA DE LA RELACIÓN	DESCRIPCION DE LA TRANSACCIÓN	31-12-2012		31-12-2011	
					Monto	Efecto en resultados (cargo/abono)	Monto	Efecto en resultados (cargo/abono)
81.698.900-0	Pontificia Universidad Católica	Chile	Accionista	· Cuentas por pagar	0	0	543.641	0
				· Servicios prestados	0	0	91.229	0
				· Traspasos de fondos	97.518	0	410.522	0
				· Compra frecuencia	0	0	1.500.000	0

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

d) Transacciones con personal clave de la gerencia

La Compañía es administrada por un Directorio compuesto por 11 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 por 10 gerencias, cinco de las cuales históricamente se han denominado direcciones.

Adicionalmente, la Compañía cuenta con

un Departamento Jurídico, el cual está compuesto por tres abogados y un asistente, quienes velan por que todos los actos de la Compañía estén dentro del marco de la ley, normas y reglamentos que rigen la actividad de la Compañía. El Departamento Jurídico reporta al 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	12	2	14
Profesionales y técnicos	803	21	824
Trabajadores	360	0	360
Total general	1.175	23	1.198

1.1 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. La dieta percibida por los directores al 31 de diciembre de 2012 y 2011 asciende a un monto de M\$220.278 y M\$171.388, respectivamente.

La Sociedad sostuvo relaciones comerciales a valor de mercado con otras sociedades relacionadas (Grupo Quiñenco) con el director Andrónico Luksic Craig. Adicionalmente, el director Marcelo Von Christmar Werth recibió un total de 12 millones por asesoría a la Compañía en el período.

Respecto de la Subsidiaria Radiodifusión SpA, sus directores no reciben una remuneración por sus funciones.

Los gastos del Directorio ascienden a M\$2.293, exclusivamente por concepto de viajes. Asimismo, no existen en el período gastos en asesoría del directorio, ni existe comité de directores. Al 31 de diciembre de 2011 no hubo gastos del Directorio.

1.2 Remuneración de los ejecutivos

Los ejecutivos principales de la Compañía recibieron como remuneración u honorarios la suma total de M\$1.645.985 y M\$1.373.366 al 31 de diciembre de 2012 y 2011, respectivamente.

Las indemnizaciones por años de servicio pagadas en total durante el 2012 a los ejecutivos ascendió a la suma de M\$82.923

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 honorarios mensuales calculado de acuerdo con la productividad sobre Ebitda de la Compañía.

NOTA 31 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.

NOTA 32 GASTOS DE ADMINISTRACIÓN

Los gastos de administración o costos de estructura corresponden a todos los desembolsos necesarios para el funcionamiento de la empresa, los cuales no están vinculados de

manera directa con la producción ni con los costos de explotación de los segmentos.
El detalle es el siguiente:

	01-01-2012 31-12-2012	01-01-2011 31-12-2011
Remuneraciones y beneficios	5.822.108	5.280.627
Otros servicios	270.401	514.839
Honorarios no artistas	823.849	796.142
Publicidad y promociones	566.143	650.615
Servicios básicos	477.169	112.497
Comunicaciones	113.606	81.021
Materiales	154.534	130.347
Viajes y estadía	145.824	128.001
Derechos	110.626	30.283
Arriendos	43.814	36.116
Otros costos	564.859	414.947
Total	9.092.933	8.175.436

NOTA 33 SANCIONES

Las sanciones que ha recibido Canal 13 son las siguientes:

SANCIONES PECUNIARIAS DEL CNTV A CANAL 13 DURANTE EL AÑO 2011

FECHA SANCIÓN	DETALLE INFRACCIÓN	SANCIÓN
14 marzo 2011	Infringir los artículos 1º de las Normas Generales sobre Contenidos de las Emisiones de Televisión, mediante la exhibición del programa “Animales” , el 5 de septiembre de 2010, en el cual se muestran imágenes truculentas. -Se exhibe el ataque sufrido por un perro callejero por dos perros pitbull, los que azuzados por sus amos le dieron muerte, hecho registrado por un celular. Se ve la agonía del perro y se escuchan expresiones como mávalo, aniquílalo...	Multa de 120 U.T.M.
14 marzo 2011	Infringir los artículos 1º de las Normas Generales Sobre Contenidos de las Emisiones de Televisión, mediante la exhibición del programa “En Boca de Todos”, “Viva la Mañana”, “Teletarde” y “Telenoche” , los días 8 y 9 de diciembre de 2010, relativos al incendio acaecido el 8 de diciembre 2010 en la Cárcel de San Miguel, donde se muestran imágenes truculentas, sensacionalistas y que vulneran la dignidad de las personas.	Multa de 200 U.T.M.
9 mayo 2011	Infracción del artículo 1º de la Ley del CTNV, mediante la exhibición del programa “Año Cero” , los días 13 y 14 de enero de 2011, donde fue mostrada una secuencia en que los participantes sacrificaron, asaron y comieron “culebras de cola larga”, especie declarada vulnerable y legalmente protegida por ser una especie en peligro de extinción, quebrantando el principio del correcto funcionamiento de los servicios televisivos, en lo que a la protección del medio ambiente se refiere.	Multa de 100 U.T.M.
13 junio 2011	Infracción del artículo 1º de la Ley del CTNV, mediante la exhibición del programa “Año O en Bruto” , el día 5 de enero de 2011, en “horario para todo espectador”, donde se muestra una secuencia inapropiada para menores de edad (garabatos).	Multa de 100 U.T.M.
13 junio 2011	Infracción del artículo 1º de las Normas Sobre Transmisión de Programación Cultural, al no haber transmitido el minutaje mínimo legal semanal de programación cultural, durante la cuarta semana del período febrero-2011.	Multa de 50 U.T.M.
28 junio 2011	Infracción del artículo 1º de la Ley del CTNV, mediante la exhibición del programa “Año O” , los días 7 y 8 de febrero de 2011, donde se muestran secuencias y diálogos inadecuados para menores de edad.	Multa de 85 U.T.M.
1 agosto 2011	Infracción del artículo 1º de la Ley del CTNV, mediante la exhibición del programa “Año O” , los días 30 y 31 de enero de 2011, donde se muestran secuencias y diálogos que vulneran la dignidad de las personas.	Multa de 100 U.T.M.

SANCIONES PECUNIARIAS DEL CNTV A CANAL 13 DURANTE EL AÑO 2012

FECHA SANCIÓN	DETALLE INFRACCIÓN	SANCIÓN
19 marzo 2012	Comunica acuerdo que rechaza descargos y aplica multa a Canal 13 por la exhibición del programa “Mundos Opuestos” el día 16 de febrero de 2012, donde se muestran secuencias e imágenes que vulneran la dignidad personal de la participante Romina Reyes.	Multa de 150 U.T.M.
11 de junio 2012	Se rechazan cargos y se aplica sanción por exhibición del programa “Mundos Opuestos” el día 29 de enero de 2012 en donde se muestran secuencias y diálogos que vulneran la dignidad de las personas (discusión entre Juan Lacassie y Arturo Longton). El fallo indica que habrían diálogos que vulnerarían la dignidad de las personas y se estimó además que se vulneraron las normas contenidas en el “Libro de Orientaciones programáticas de Canal 13” (contradicción con la línea editorial).	Multa de 100 U.T.M.
16 abril 2012	Se rechaza descargos presentados y se aplica sanción a Canal 13 por la exhibición del programa “Teletrece” Red Valparaíso, el día 07 de febrero de 2012, en el cual se atentó en contra de la dignidad personal de los sujetos ahí expuestos, entre los cuales se encontraba un menor de edad. Se exhibió el rostro del detenido menor de edad luego de haber frustrado un robo de un cajero automático (no se utilizó difusor de imágenes) y se le trató como delincuente.	Multa de 40 U.T.M.
19 noviembre 2012	Infracción al artículo 1º de la Ley N° 18.838, por la exhibición de material que permitiría descubrir la identidad de los niños abusados, en el segmento de reportajes del programa “Teletrece” (Sección: Reporteros) “Abusos sexual infantil en Aldeas SOS” emitido el día 18 de junio de 2012, lo que vulneró el derecho de dichos menores a ver convenientemente protegidas su intimidad y su vida privada, con el consiguiente daño a la dignidad de sus personas. Se exhibe el nombre de la tía de los menores, del presunto abusador, del lugar donde ocurrieron los hechos, se dan datos de la carpeta investigativa de la fiscalía (penetración reiterada con desgarró). Si bien no se exhibió la cara ni cuerpo de los menores, pues se usó difusor de imagen y además no se dieron sus nombres se entendió que con todos los datos aportados de la investigación era fácil dar con quienes serían los niños abusados.	Multa de 120 U.T.M.

NOTA 34 HECHOS POSTERIORES

Entre la fecha de cierre de los estados financieros al 31 de diciembre de 2012 y la fecha de emisión del presente informe, se han registrado los siguientes hechos relevantes:

El día 26 de febrero de 2013, la Sociedad requirió a la Superintendencia de Valores y Seguros el registro de la Sociedad y 100 millones de acciones en el Registro de Valores de

dicha entidad, lo que a esta fecha se encuentra en proceso.

El día 18 de marzo de 2013, la Subsidiaria suscribió con Comunicaciones Horizonte Limitada un contrato de compra de 10 concesiones de radiodifusión sonora y activos relacionados al giro, adquisición que se encuentra siendo revisada para su anotación por la Subtel.

El día 30 de mayo de 2013 la Sociedad suscribió con Inversiones Turner International I Limitada una promesa de compraventa sobre un terreno de aproximadamente 9.700 mts2 colindante con el que corresponde al domicilio de la Sociedad. Las partes se otorgaron un plazo de 90 días para la suscripción de la compraventa respectiva.

ANÁLISIS RAZONADO

ANÁLISIS RAZONADO DE LOS ESTADOS FINAN- CIEROS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2012

ANÁLISIS DEL ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO

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

ACTIVOS	31-12-2012 M\$	31-12-2011 M\$
Activos corrientes	39.207.935	27.537.240
Propiedades, planta y equipos	31.214.415	30.235.116
Otros activos no corrientes	24.570.920	16.378.581
Total Activos	94.993.270	74.150.937

PASIVOS Y PATRIMONIO		
Pasivos corrientes	31.080.701	26.371.926
Pasivos no corrientes	17.861.526	7.922.697
Patrimonio atribuibles a los propietarios de la controladora	46.051.043	39.856.314
Participaciones no controladoras	0	0
Patrimonio Total	46.051.043	39.856.314
Total Pasivos y Patrimonio	94.993.270	74.150.937

INDICADORES DE ACTIVIDAD

			2012	2011
Inversiones:	Propiedades, planta y equipo (1)	M\$	5.299.587	6.247.733
Rotación de inventario:	$\frac{\text{Costo de ventas}}{\text{Inventario total promedio (2)}}$	Veces	5,91	8,26
Permanencia de inventario:	$\frac{\text{Inventario total promedio (2)}}{\text{Costo de ventas}}$	x 360 días	60,90	43,59

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

La razón por la cual el inventario en el Estado de Situación Financiera tiene valor o (cero) es que para un canal de televisión, el concepto de inventario está representado por las películas,

series y programas que se encuentran registrados en los otros activos no financieros y los activos intangibles distintos de la plusvalía.

La rotación de inventario disminuyó desde 8,26 veces en 2011 a 5,91 veces en 2012. Al mismo tiempo, la permanencia de inventario, que refleja los días de costo promedio de venta en stock, se incrementó desde 43,59 días en 2011 a 60,90 días en 2012. Estas variaciones se ex-

plican porque durante el año 2012 se firmaron contratos nuevos y se renovaron contratos existentes estratégicos de mediano plazo de material filmico, derechos deportivos y licencias. El inventario total promedio aumentó en M\$5.105.664, un 80% con respecto al período 2011, lo que principalmente se explica por el efecto de estos contratos.

INDICADORES DE LIQUIDEZ

			2012	2011
Liquidez corriente:	$\frac{\text{Activos corrientes}}{\text{Pasivos corrientes}}$	Veces	1,26	1,04
Razón ácida:	$\frac{\text{Activos corrientes - inventario corriente (3)}}{\text{Pasivos corrientes}}$	Veces	1,10	0,88

(1) Inversión en Propiedades, Planta y Equipo corresponde a las adquisiciones de propiedades, planta y equipo presentadas en la Nota 12 a los Estados Financieros.

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

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

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

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

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

INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO

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

La razón de endeudamiento se incrementa desde 0,86 veces al 31 de diciembre de 2011 a 1,06 veces al 31 de diciembre de 2012. Este aumento se explica principalmente por incrementos en las ‘Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar’, corrientes y no corrientes. El incremento de ambas cuentas se explica principalmente por un aumento de deuda con proveedores extranjeros de M\$10.759.794, producto de que Canal 13 firmó una serie de nue-

vos contratos y renovó contratos existentes con sus proveedores de material filmico (películas y series), derechos deportivos y licencias por los próximos tres años.

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

La porción corriente de la deuda financiera varió desde un 37,4% al 31 de diciembre de 2011 a un 11,1% al 31 de diciembre de 2012, producto

del pago de líneas de crédito antes mencionado. Al 31 de diciembre de 2012, la Sociedad no tiene saldo ocupado de líneas de crédito.

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

(1) Para el cálculo del Resultado antes de impuestos e intereses, se consideró la ganancia bruta, descontados los gastos de administración presentados en el Estado de Resultados.
(2) Para el cálculo de los intereses (costos financieros) se consideró la cuenta ‘Costos financieros’ del Estado de Resultados, y se dedujeron las cuentas ‘Costo financiero por cálculo actuarial’ y ‘Costo financiero por tasa de descuento deuda a largo plazo’ reflejadas en la Nota 10 de los Estados Financieros.

ANÁLISIS DE LOS ESTADOS CONSOLIDADOS DE RESULTADOS INTEGRALES

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

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

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

Los ingresos de actividades ordinarias ascendieron a M\$87.086.911 para el año 2012, lo que representa un aumento de un 35,7% con respecto al año 2011, cuando los ingresos alcanzaron M\$64.185.900. El principal ingreso de

Canal 13 S.A. lo constituye la venta de publicidad en Televisión Abierta e Internet, la cual el año 2012 representa un 90,7% de los ingresos de explotación (90,1% de los ingresos de explotación en el año 2011). Los ingresos de Otros Ex-

plotación están conformados por los negocios de 13 Cable, Radios, venta de contenido, y otros proyectos, que en el año 2012 representaron un 9,3% de los ingresos de explotación (9,9% de los ingresos de explotación en el año 2011).

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

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

SEGMENTO TELEVISIÓN ABIERTA E INTERNET

El segmento de Televisión Abierta e Internet registró ingresos por M\$79.027.047 en el año 2012, un aumento de un 36,6% con respecto al año 2011. Este aumento se explica por mayores ventas de los dos negocios que componen este

segmento, las cuales en el caso de Televisión Abierta se atribuyen en gran parte al mejor desempeño de rating que tuvo Canal 13 en el año 2012, principalmente en el horario prime, y a una gestión comercial más eficiente. Las ventas del negocio Internet también au-

mentaron, principalmente asociadas al mejor rendimiento de los programas de televisión, puesto que el desempeño de este negocio está directamente relacionado a los niveles de audiencia de los mismos.

INDICADORES TELEVISIÓN ABIERTA E INTERNET		2012	2011	Variación	Variación %
Televisión Abierta					
Rating (1)	%	8,8	7,7	1,1	14,3
Internet					
Visitantes únicos (2)	Promedio mensual	2.537.302	1.960.524	576.778	29,4

SEGMENTO OTROS EXPLOTACIÓN

Este segmento incluye los negocios de 13 Cable y radio, así como venta de contenido y otros proyectos, y generó ingresos por M\$8.059.864 durante el año 2012, un aumento de 27,1% con respecto al año 2011. Este aumento se explica

por mayores ingresos del negocio de 13 Cable. El negocio de radios, que corresponde a dos radios, Play y Sonar, también registró mayores ingresos en el período con respecto al año 2011, dado su mejor desempeño en materia de audiencias. Los otros ingresos varían de perío-

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

INDICADORES OTROS EXPLOTACIÓN		2012	2011	Variación	Variación %
Cable					
Rating en miles de personas (3)		2,3	2,0	0,3	15,0
Radios					
Rating Radio Play (4)	%	14,3	14,0	0,3	2,3
Rating Radio Sonar (5)	%	11,4	11,1	0,3	3,0

(1) El rating corresponde al rating hogar, que representa el porcentaje de hogares que sintonizaron en promedio cada minuto de duración del programa o canal. Los hogares medidos corresponden a los segmentos ABC1, C2, C3 y D, dejando fuera los hogares del segmento E y de zonas rurales del país. Fuente: Timelbope.
(2) Visitantes únicos corresponde al promedio mensual de navegadores distintos que se conectaron al sitio web www.13.cl para cada período. Fuentes: Certifica y Comscore.
(3) Miles de personas por hora promedio. Fuente: Timelbope.
(4) El rating de Radio Play representa la participación de la audiencia, considerando mujeres de los segmentos socioeconómicos C1 y C2 de 25 a 44 años de edad. Fuente: Ipsos.
(5) El rating de Radio Sonar representa la participación de la audiencia, considerando hombres de los segmentos socioeconómicos C1 y C2 de 20 a 44 años de edad. Fuente: Ipsos.

COSTOS DE VENTA

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

RESULTADO NO OPERACIONAL

El resultado no operacional pasó de (M\$311.216)

en el año 2011 a (M\$673.645) en el año 2012, principalmente debido a mayores costos financieros asociados al financiamiento de la compra de Radio Play en julio del año 2011.

GANANCIA

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

RESULTADO ANTES DE INTERESES, IMPUESTOS, DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

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

INDICADORES DE RENTABILIDAD

			2012	2011
Rentabilidad del patrimonio:	$\frac{\text{Ganancia o (pérdida)}}{\text{Patrimonio promedio}}$	%	18,12	5,84
Rentabilidad de activos operacionales:	$\frac{\text{Resultado operacional (1)}}{\text{Total activo operacional promedio (2)}}$	%	11,95	4,95
Rentabilidad del activo:	$\frac{\text{Ganancia o (pérdida)}}{\text{Activo promedio}}$	%	9,20	3,02
Utilidad por acción (3):	$\frac{\text{Ganancia o (pérdida)}}{\text{Total de acciones suscritas y pagadas}}$	\$	36,77	9,52

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

ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES COMPONENTES DEL FLUJO DE EFECTIVO

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

En el año 2012, el flujo operacional de M\$14.112.942 corresponde a ingresos por publicidad por M\$94.875.477, menos pago a proveedores por (M\$45.002.586), menos pagos a los empleados por (M\$20.185.768), menos otros pagos operacionales por (M\$13.380.422) (compuesto por IVA, impuesto único, retenciones, impuesto adicional), menos pagos de intereses por (M\$452.152), menos pago de impuestos

a las ganancias por (M\$1.741.607).

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

El flujo de financiación por (M\$3.072.239) corresponde a importes procedentes de prés-

tamos de corto plazo por M\$13.857.174, pago de préstamos por (M\$16.033.979) y pago de cuotas de *leasing* por (M\$895.434). Las principales fuentes de financiamiento de la Compañía son los recursos generados por sus operaciones y recursos financieros contratados mediante endeudamiento bancario.

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

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

Al cierre de ejercicio, se revisa el valor en libros de los activos no financieros de la Sociedad, para determinar si existe algún indicio externo o interno de deterioro. Si existen tales indicios, entonces se estima el valor recuperable del activo. En el caso de los activos intangibles que posean vidas útiles indefinidas o que aún no se

encuentren disponibles para ser usados, los valores recuperables se estiman en cada fecha de balance. Al cierre de ejercicio, la Compañía no dispone de información que pueda dar indicios de menor valor económico en los activos existentes respecto de su valor contable.

ANÁLISIS DE LAS VARIACIONES MÁS IMPORTANTES OCURRIDAS EN EL MERCADO QUE PARTICIPA, EN LA COMPETENCIA QUE ENFRENTA Y EN SU PARTICIPACIÓN RELATIVA

La principal medida utilizada en la industria para cuantificar los niveles de audiencia (generales y por segmento) de cada programa exhibido es el “*rating*”. El *rating* representa para un grupo definido de hogares o personas el porcentaje de ese grupo sintonizando un determinado canal. Los indicadores de *rating* más utilizados por los canales de televisión abierta son el *rating* hogar y el *rating* comercial, este último definido como el grupo de hombres y mujeres de 25 a 64 años de edad

del segmento socioeconómico ABC. La metodología de medición permite principalmente segmentar por grupo socioeconómico y grupos etarios, los que son de utilidad para anunciantes con necesidades de comunicación más específicas. Un punto de *rating* corresponde a que el 1% del grupo objetivo ha sido espectador medio del evento estudiado. La cantidad de hogares o individuos que represente cada punto de *rating* depende del tamaño del universo que se considere.

Otra métrica utilizada corresponde al *audience share*, una medida de participación relativa, que corresponde al *rating* de un determinado canal de televisión, sobre el total de *rating* de un universo de canales determinado. Durante 2012, Canal 13 obtuvo el mayor *audience share* en el segmento *rating* hogar, alcanzando un 27% (1) (22,6% en el año 2011). Además, durante el año 2012, Canal 13 fue el líder de la industria, superando el 32% del total de la inversión publicitaria en televisión abierta (23,7% en el año 2011).

ANÁLISIS DE RIESGO DE MERCADO

MARCO DE ADMINISTRACIÓN DE RIESGO

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

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

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

RIESGO FINANCIERO

La Sociedad y la Subsidiaria están expuestas a riesgos relacionados con el uso de instrumentos financieros. A continuación se presenta información respecto de la exposición de la

Sociedad a dichos riesgos, los objetivos, las políticas y los procedimientos de la Sociedad para medir y administrar el riesgo.

· Riesgo de crédito

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

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

La Sociedad ha definido una política de créditos, con la cual permanentemente se está evaluando el comportamiento de los clientes

y su condición financiera al momento de realizar una nueva venta.

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

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

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

· Riesgo de liquidez

El riesgo de liquidez para la Sociedad y su

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

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

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

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

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

· Riesgo de tipo de cambio

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

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

Al 31 de diciembre 2012 las posiciones en dólares estadounidenses son las siguientes: Activos por USD10.908.488 y pasivos por

USD35.028.463, lo que resulta en una exposición neta de USD24.119.975. Al aplicar el tipo de cambio al 31 de diciembre de 2012, de \$479,96/USD, esta cifra alcanza los M\$11.576.624.

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

· Riesgo de tasa de interés

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

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

Para el caso de contratos en *leasing*, éstos están nominados en Unidades de Fomento a tasas de interés fijas y cuotas iguales y sucesivas, por lo que el valor de sus vencimientos sólo variará por las fluctuaciones del valor de la Unidad de Fomento. Debido a que son contratos a firme, la Sociedad administra el riesgo intentando, en lo posible y dependiendo del tipo de activo, tomar este tipo de contratos a un plazo máximo de 36 meses, con el fin de no exponerse a contratos con una tasa alta a períodos largos.

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

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

· Riesgo de inflación

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

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

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

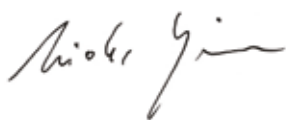
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Los Directores y el Gerente General que suscriben esta memoria por el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2012, declaran bajo juramento que el contenido de ella es veraz conforme a la información que han tenido en su poder.

NICOLÁS EYZAGUIRRE GUZMÁN

Presidente del Directorio

05.894.609-5



RODRIGO ÁLVAREZ ZENTENO

Director

08.283.133-9



RENÉ CORTÁZAR SANZ

Director

05.894.548-k



PATRICIO DONOSO IBÁÑEZ

Director

06.375.220-7



CAROLINA GARCÍA DE LA HUERTA AGUIRRE

Director

07.474.129-0



ALEJANDRO JADRESIC MARINOVIC

Director

07.746.199-K



SILVIA PELLEGRINI RIPAMONTI

Director

05.454.253-4

**MARTÍN RODRÍGUEZ GUIRALDES**

Director

08.547.811-7

**RODRIGO TERRÉ FONTBONA**

Director

09.011.344-5

**FABIO VALDÉS CORREA**

Director

05.169.571-2

**MARCELO VON CHRISMAR WERTH**

Director

05.154.505-2

**DAVID BELMAR TORRES**

Gerente General

09.788.568-0





EDICIÓN Y PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS:
GERENCIA DE COMUNICACIONES CANAL 13
NEXOS COMUNICACIONES

DISEÑO:
DRAFT DISEÑO

FOTOGRAFÍA:
PAMELA CID Y ARCHIVO CANAL 13

IMPRESIÓN:
OGRAMA IMPRESORES

