



MEMORIA ANUAL
2014

ÍNDICE

CARTA DE LA PRESIDENTA

1 GOBIERNO CORPORATIVO

DIRECTORIO / EQUIPO EJECUTIVO

2 CANAL 13 EN 2014

NUESTRA HISTORIA / CANAL 13 / TELEVISIÓN DE PAGO / RADIO / MEDIOS DIGITALES

3 GESTIÓN

4 INFORMACIÓN DE LA COMPAÑÍA

5 ESTADOS FINANCIEROS

04

06

12

98

106

140

CARTA DE LA PRESIDENTA

La televisión chilena cambió. Decir esto no es ninguna novedad. Llevamos mucho tiempo preparándonos para un cambio profundo en la manera de ver, de pensar, de sentir y exponernos a la televisión. En muchos seminarios, en muchos encuentros, en muchos informes nos hemos imaginado esta transformación. Este año ya no es algo que se aloje en nuestra imaginación o se ubique en el futuro, es parte de nuestra realidad.

En 2014 empezamos a vivir plenamente en un canal que no sólo se sintoniza, sino que también se baja de la red, se twitteea, se facebookea, se escucha en la radio. Una televisión que es más difícil de medir, de predecir, que necesita de una programación más diversa, que no conoce descanso, que tiene que entregar a una audiencia más despierta que nunca un flujo sin fin de información, de datos, de enlaces y links.

Construir identidad en ese escenario en que nadie es lo que era, ni nada permanece mucho tiempo, ha sido un desafío complejo que ha requerido de nuestra creatividad, de nuestra audacia, de nuestra humildad también. Lo que ayer sintonizó plenamente con la audiencia, hoy no lo hace. Por otra parte, comprender un país que vertiginosamente cambia al ritmo de la tecnología no ha simplificado nuestra tarea.

A los 55 años hemos tenido que aprender a hablar otro idioma, en línea con este nuevo mundo. Es por eso que Canal 13 se plantea hoy como un medio multiplataforma, con presencia en televisión abierta, medios digitales, televisión de pago y radios, lo que le permite proveer una amplia oferta de productos y contenidos, no sólo a nivel nacional, sino también a nivel internacional. Esta oferta diversificada a través de distintas plataformas que se interrelacionan nos permite también satisfacer la demanda de distintos grupos de interés.

A quién le hablamos y cómo lo hacemos han sido las preguntas que nos hemos hecho en 2014. La interrogante que ha atravesado a toda la industria, nos ha obligado a replantear lo que somos y lo que seremos: un

canal en que se puede confiar. Un canal que sabe informar. Un canal que sabe acompañar. Es lo que hizo, por ejemplo, la serie “Los 80”, que logró que la familia chilena se viera a través de los ojos de los Herrera, pero también nos hizo reencontrarnos con una década relevante de nuestra historia reciente. Gracias a su cuidada realización y la interpretación de un elenco de excepción, la serie alcanzó un estatus inédito en la televisión chilena. Sin duda que eso nos llenó de orgullo en 2014.

También vibramos con el Mundial de Fútbol, un evento que tuvo a todo Chile colgado de un travesaño que hizo historia. Para transmitir esos minutos de emoción inédita sumamos el esfuerzo de todo Canal 13, a través de todas sus áreas y plataformas. Un hito que nos enseñó una valiosa forma de trabajar, uniendo no sólo voluntades, sino capacidades, conocimientos, técnicas y lenguajes. El trabajo planificado y en equipo nos permitió tener una parrilla coherente y sinérgica que dio a Canal 13 el triunfo en todas las transmisiones de los partidos y tuvo una oferta programática diversa e inclusiva.

La capacidad de hacer producciones de calidad y el profundo conocimiento de las audiencias quedaron nuevamente reflejados en “MasterChef”, producción que renovó el formato reality cuando todos pensaban que estaba llegando a su fin. Este fue un programa realizado bajo los más altos estándares de producción y que reinstaló en el horario prime la fortaleza de las historias reales de personajes comunes y corrientes.

Demostramos también que la cultura ocupa un lugar importante en las preferencias del público. Hace dos años, Canal 13 comenzó a ampliar su parrilla cultural, por lo que no hubo que hacer esfuerzos adicionales para cumplir con la nueva norma que se comenzó a aplicar en 2014. Lo hemos hecho desde lo que sabemos hacer y desde lo que conocemos mejor: los sabores y tradiciones, desde el conocimiento de un país que hace de la diversidad, más que un deseo, su destino.

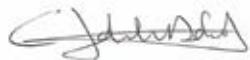
Lo que sucede en el país y en el mundo nos interesa, y nos importa. Por eso

nos proyectamos como una plataforma informativa de primer nivel para Chile.

Ha sido un año donde muchas cosas pasaron -y nos pasaron- que requirieron no sólo informar a tiempo, sino dar una perspectiva que pueda ayudar a la audiencia a situarse ante los hechos, debatir, conversar, interactuar con nuestras distintas pantallas. La Dirección de Prensa entregó este año las mejores coberturas especiales para toda suerte de acontecimientos y eventos. No nos conformamos con transmitir, nos dedicamos a explicar, a dar claves y entrar en la noticia para que ésta tenga sentido y no sea un desfile de datos. Usamos con mayor riqueza y rigor todos los recursos infográficos, audiovisuales y narrativos, lo que nos devolvió al sitio de un canal pensante, que se dirige a un país que sabe y quiere cada vez más entender y hacerse una opinión propia de los acontecimientos.

Las pérdidas obtenidas en 2014 son una señal de alarma. Y una clara señal para todo el canal del largo camino que todavía nos queda por recorrer. En este año de ajustes para la industria, nuestros ingresos bajaron 14% hasta \$73.303 millones, lo que sumado a un alza de 15% en los costos, generaron pérdidas por \$19.952 millones en el ejercicio.

La televisión chilena cambió. No hay duda. La industria de la televisión cambió en Chile. Tenemos que hacer un esfuerzo cada vez más grande para poder sintonizar con nuestras audiencias, hacer televisión de calidad y a menores costos. Estoy segura de que este ejercicio nos ha permitido sentar bases para afrontar un 2015 con mejores oportunidades y resultados. Pero será un año de duro trabajo.



Carolina García de la Huerta Aguirre

Presidenta Directorio Canal 13



GOBI
DIREC
TTEC/

GOBIERNO CORPORATIVO

1

DIRECTORIO

EQUIPO EJECUTIVO

DIRECTORIO

Canal 13 es administrado por un Directorio compuesto por 11 miembros titulares reelegibles. El Directorio tiene un período de tres años, al final del cual se renueva totalmente, pudiendo sus miembros ser reelegidos indefinidamente. Al cierre del ejercicio no existe un comité formal de directores ni directores suplentes.

Al 31 de diciembre de 2014, los directores de Canal 13 S.A. son los siguientes:



CAROLINA GARCÍA DE LA HUERTA A.
PRESIDENTA

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



RENÉ CORTÁZAR S.
VICEPRESIDENTE

Ingeniero Comercial de la Pontificia Universidad Católica de Chile y Doctor en Economía del Massachusetts Institute of Technology (MIT). Ex Ministro del Trabajo y Previsión Social, ex Ministro de Transportes y Telecomunicaciones, ex Presidente del Directorio de Canal 13 y ex Director Ejecutivo de TVN.



RODRIGO ÁLVAREZ Z.
DIRECTOR

Abogado de la Pontificia Universidad Católica de Chile. 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. Es profesor de las cátedras de Derecho Comercial y Derecho Tributario en la Pontificia Universidad Católica y en otras universidades.



MARÍA SOLEDAD ALVEAR V.
DIRECTORA

Abogado de la Universidad de Chile. Fue Ministra Directora del Servicio Nacional de la Mujer, Ministra de Justicia y Ministra de Relaciones Exteriores. Fue Senadora por Santiago Oriente y hoy es Directora de Fundación Paz Ciudadana y Consultor Internacional.



PATRICIO DONOSO I.
DIRECTOR

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



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 Presidente de la Comisión Nacional de Energía. Ha sido director de empresas de telecomunicaciones, electricidad y servicios sanitarios, y ha desempeñado funciones públicas y privadas en Chile y el extranjero.



RODRIGO JORDÁN F.
DIRECTOR

Ingeniero Civil de Industrias de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Encabeza la Comisión para la Medición de la Pobreza y panel Casen 2013, y es Vicepresidente de la Fundación para la Superación de la Pobreza. Fue Director de Teleduc entre 1990 y 1994 y Director Ejecutivo de Canal 13 entre 1998 y 2000.



SILVIA PELLEGRINI R.
DIRECTORA

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



RODRIGO TERRÉ F.
DIRECTOR

Ingeniero Civil Industrial de la Universidad de Chile. Presidente de Inversiones Consolidadas S.A., Agrícola Cerrito S.A., Inversiones Salta S.A. y Gerente General de Las Margaritas S.A. Presidente de Transacciones e Inversiones Arizona S.A., Director de Empresas Lipigas S.A., Director suplente de Aguas Andinas S.A., Director de Fundación Amparo y Justicia y Director de Fundación Educacional Oportunidad. Ex Presidente y Director Ejecutivo de Canal 13.



FABIO VALDÉS C.
DIRECTOR

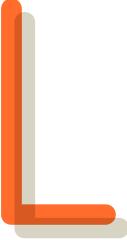
Ingeniero Comercial de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Vicepresidente de Clínica Santa María, Vicepresidente de Clínica Dávila y Director de Empresas Penta. Ex Director de Sonda, Ex Presidente de Icare, ex Vicepresidente de la Asociación de Isapres, ex Director de la Sociedad Nacional de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



MARCELO VON CHRISMAR W.
DIRECTOR

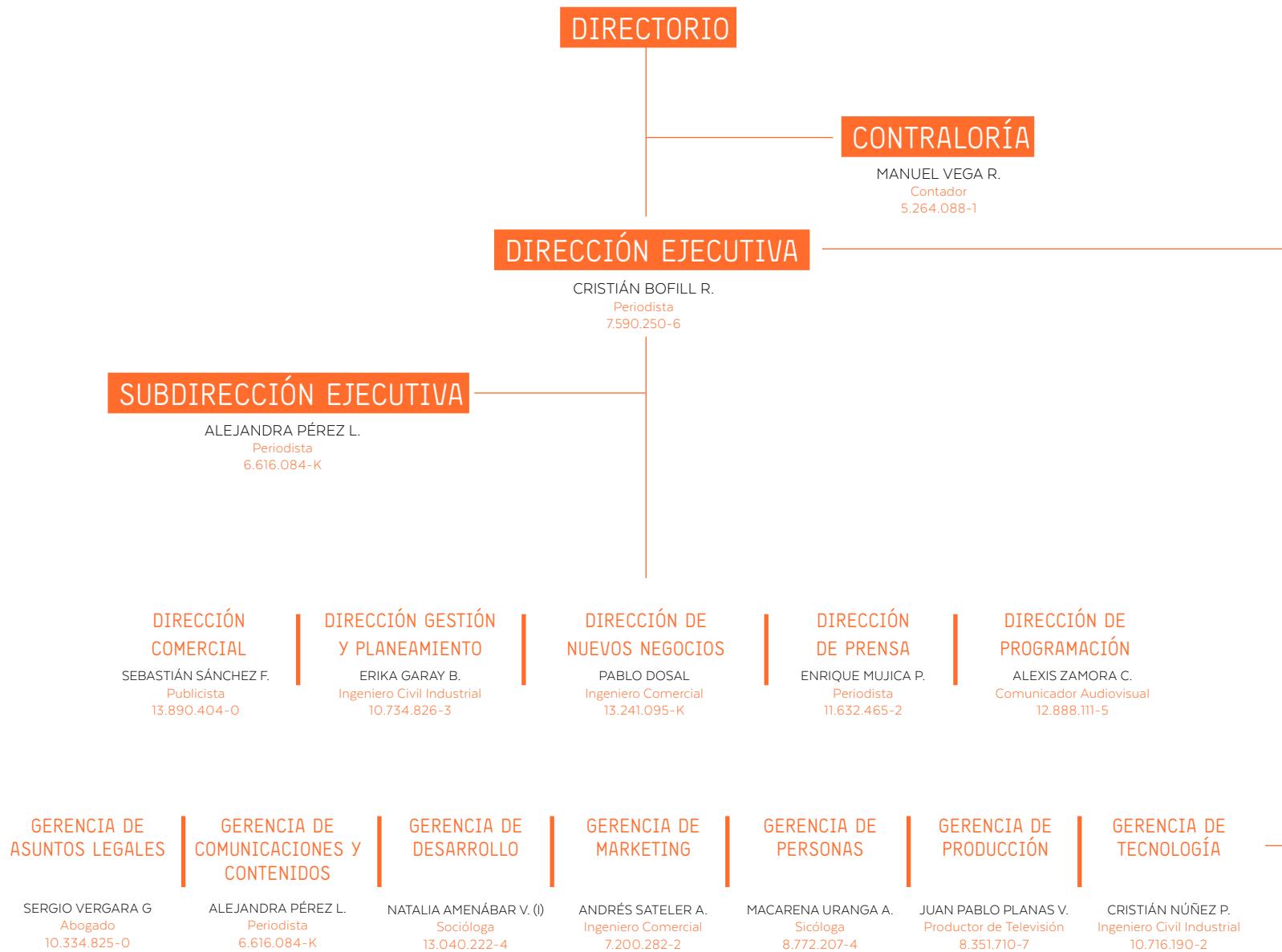
Ingeniero Civil de Industrias de la Pontificia Universidad Católica de Chile y Doctor Ingeniero Industrial en la Universidad Politécnica de Madrid. Director de Dictuc S.A. y miembro del Consejo Nacional de Innovación para la Competitividad. Ex Rector Duoc UC y ex Director Ejecutivo de Canal 13.

EQUIPO EJECUTIVO

La estructura ejecutiva interna de Canal 13 está liderada por el Gerente General, que también es denominado Director Ejecutivo y responde ante el Directorio.

La Compañía está compuesta por 12 gerencias que reportan al Director Ejecutivo, cinco de las cuales históricamente se han denominado direcciones.

El departamento de Contraloría, en tanto, depende del Directorio y 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.



RAINFOREST
TRAIL
INTERVIEW

CANAL 13 EN 2014

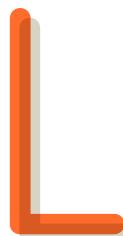
CANAL 13

TELEVISIÓN DE PAGO

RADIOS

MEDIOS DIGITALES

NUESTRA HISTORIA



os 55 años de historia de Canal 13 fueron posibles, en un inicio, gracias a la creatividad y empeño de un grupo de estudiantes, académicos y trabajadores de la Pontificia Universidad Católica que el 21 de agosto de 1959 iniciaron las transmisiones de la estación. Ellos dieron el puntapié inicial a un trabajo que llevaría al canal a crear una conexión significativa con el país y a convertirse en parte indispensable del día a día de los chilenos.

Los hitos tempranos de Canal 13 fueron liderados por la cobertura del Mundial de Fútbol de 1962, el primer esfuerzo de cobertura deportiva de gran envergadura. Además, la estación marcó un hito en la historia televisiva local al crear el primer Departamento de Prensa, lo que abrió una ventana para que la audiencia pudiera ser parte de momentos históricos del país a través de su pantalla.

Con el paso de los años, Canal 13 siempre mantuvo su búsqueda por mantener vigente su conexión con la audiencia, y por eso constantemente cultivó nuevas formas de relacionarse con ella. Así llegó el color y apuestas diversas que lograron identificar y convocar de manera masiva al público de todas las edades, como “Sábado Gigante”, “La Madrastra” y “Teletrece”.

El proyecto de hacer televisión de Canal 13 se ha mantenido al día con los cambios a nivel mundial. Se transformó en una Sociedad Anónima, incorporó un nuevo socio principal y pasó de tener su expresión en sólo una pantalla a ser un proyecto multifacético, a la vanguardia tecnológica y con múltiples maneras de acceder a los contenidos. En la actualidad el grupo de medios que conforma Canal 13 provee contenidos a distintas audiencias, a través de múltiples plataformas que se retroalimentan entre sí, para que el público pueda acceder a los contenidos que quieren, cuando quieran.



1959

EL 21 DE AGOSTO
NACE CANAL 13.

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



1962

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



1963

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



1978

SIEMPRE A LA VANGUARDIA EN MATERIA TÉCNICA, ESTE AÑO CANAL 13 EMPIEZA LAS TRANSMISIONES EN COLORES.



1990

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



1970

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



1983

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



1993

CANAL 13 LOGRA COBERTURA NACIONAL COMPLETA.

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



1999

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



2006

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



2003

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



2009

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



2010

Se inicia un proceso de reorganización que incluye la constitución de UTV SpA –hoy Canal 13 S.A.– y el empresario Andrónico Luksic, actual controlador del canal, ingresa a su administración y propiedad.



2013

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



2012

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



2014

- Canal 13 inaugura dos nuevas señales. En marzo debutó REC TV, canal para la televisión de pago que programa lo mejor de sus clásicos. Y en agosto comienza sus transmisiones la nueva señal internacional 13i.

TV

HITOS 2014

ASÍ SE PRODUCE
EN EL 13

DISTINCIIONES

TWITTER

ÁREAS

“2014 FUE UN AÑO MUY DESAFIANTE PARA LA INDUSTRIA Y PARA CANAL 13, DE INTENSA COMPETENCIA Y BÚSQUEDA CONSTANTE DE CONEXIÓN CON NUESTRAS AUDIENCIAS. A TRAVÉS DE UNA PARRILLA PROGRAMÁTICA DIVERSA E INCLUSIVA, ENTREGAMOS A LOS CHILENOS ENTRETENCIÓN DE CALIDAD, INFORMACIÓN RELEVANTE Y CONTENIDOS VALIOSOS. ESTA MIRADA, CENTRADA EN EL PÚBLICO, NOS HA PERMITIDO IR INTEGRANDO LAS PLATAFORMAS DE CANAL 13 PARA BRINDAR ESTA OFERTA DE FORMA FLEXIBLE Y SIMPLE, PROCURANDO SER UN APORTE Y BUSCANDO SATISFACER LAS NUEVAS NECESIDADES DE CONSUMO DE CONTENIDOS EN UN MUNDO DIGITAL E INTERCONECTADO”.

Cristián Bofill,
Director Ejecutivo de Canal 13 S.A.

COBERTURA MUNDIAL 2014

Un despliegue de clase mundial, a la altura de las circunstancias que lo ameritaban. El escenario era competitivo y el desafío grande, pero Deportes 13 demostró que estaba para grandes cosas durante el último Mundial de Fútbol, y gracias a una cobertura cercana, completa, rigurosa y, por sobre todas las cosas, profesional y comprometida, el área logró posicionar a Canal 13 como líder indiscutido de sintonía durante Brasil 2014. Así, la estación se convirtió en el principal destino para una audiencia que quería enterarse de todos los pormenores de la multitudinaria cita.

En las cifras, la cobertura realizada por el equipo del canal –que acumula más de 10 años de experiencia- logró 14,8 puntos de rating promedio, superando por cinco puntos a su competencia e imponiéndose en cada uno de los encuentros televisados.

El despliegue realizado por D13 para llevar a los espectadores la más completa experiencia del evento fue inédito. Se emitieron 43 de los 64 partidos que tuvo la Copa del Mundo, 24 de ellos transmitidos en directo desde los respectivos estadios. Además, Canal 13 tuvo presencia en 11 de las 12 sedes mundialistas. Para poder cumplir con el desafío, se montó un moderno estudio de televisión de 50 m² en el International Broadcasting Center (IBC) y, para traer la señal a Chile, se dispuso de un satélite con conexión permanente que recibía las emisiones en directo desde Belo Horizonte, Cuiabá, São Paulo y Río de Janeiro.

Gracias al profundo compromiso de los más de 60 profesionales que se trasladaron a Brasil, Canal 13 pudo acompañar e informar a la audiencia que seguía con fervor el destino de “la Roja” y sus jugadores. Aunque D13 lideró la tarea, el éxito de la empresa también contó con la colaboración de todo el canal. Prensa, Matinal y el área de Entretenimiento, entre otros, pusieron de su parte para que los espectadores recibieran un producto con los más

altos estándares de calidad en los partidos y en las distintas facetas de la cita. Todo para lograr que el Mundial de Fútbol se convirtiera en un hito no sólo en las canchas, sino que también en la pantalla.

“FUIMOS CAPACES DE COMUNICAR TODA LA EMOCIÓN DE UNA COMPETENCIA COMO ÉSTA, CON UNA TRANSMISIÓN HISTÓRICA Y DE ALTA CALIDAD. DESDE EL PERSONAL TÉCNICO QUE HACÍA POSIBLE ESTAS COMPLEJAS TRANSMISIONES HASTA LOS COMUNICADORES QUE TENÍAN LA RESPONSABILIDAD DE SALIR EN CÁMARA”.

Marco Antonio Cumsille,
Productor Ejecutivo de Deportes 13.





MULTIPLATAFORMA: UNA REALIDAD DURANTE BRASIL 2014

Durante la cobertura mundialista, las múltiples plataformas en las que Canal 13 está presente jugaron un papel muy relevante. 13.cl, con sus más de seis millones de visitantes únicos, fue determinante en ampliar el alcance de los contenidos del Mundial. Transmisiones en vivo por streaming, información exclusiva, datos oficiales en tiempo real y hasta una aplicación móvil para no perderse los detalles de la cita futbolística fueron parte de una oferta variada y disponible siempre y en todo lugar para el público. Junto con ello, el trabajo en redes sociales marcó un importante punto de crecimiento de las cuentas de Canal 13, que tuvo hitos de viralización de contenidos que permitieron incrementar en más de 100 mil seguidores la página de Facebook oficial sólo en el período.

“LA EMISIÓN (REALIZADA POR CANAL 13 DEL PARTIDO CHILE-AUSTRALIA) MARCÓ UN ‘GOLPE’ NOTICIOSO SOBRE SU COMPETENCIA CON LA ENTREVISTA CONCEDIDA POR LA PRESIDENTA MICHELLE BACHELET AL PERIODISTA ALDO SCHIAPPACASSE, MINUTOS DESPUÉS DE CONCLUIDO EL LANCE DEPORTIVO”.

La Tercera.
13 de junio de 2014



LOS 80

D

urante siete años, Canal 13 fue la casa televisiva de los Herrera, una familia que presentó una historia rica, con personajes complejos, que lograron conectar de manera profunda con la audiencia. En “Los 80”, protagonizada por el entrañable matrimonio de Juan (Daniel Muñoz) y Ana (Tamara Acosta), se vieron reflejadas crisis económicas, políticas, cambios en la industria y el comercio, la consolidación de la mujer en el mundo laboral, el dolor de la pérdida de un ser querido, el enfrentamiento, la traición y la dignidad en un país dividido. Eso y más, anclado en la temática más amplia de todas y que cruzó, con todas sus variantes, los 77 episodios realizados: cómo se vive el amor dentro de una familia.

“Los 80” no fue ni pretendió ser un documento histórico. Gran parte de su esencia está en un guión que tuvo la voluntad de retratar las circunstancias cotidianas de una familia promedio, con rigor e investigación, con emociones y empatía. Con esa impronta, una cuidada realización y excelentes interpretaciones de un elenco de excepción, la serie alcanzó un estatus inédito en la televisión chilena. Los críticos la aplaudieron en cada ciclo; la industria la tomó como un referente de televisión de calidad; el público la premió con su sintonía y la transformó en un espejo de sus alegrías, dolores, frustraciones y vivencias.

Con el correr de las temporadas, se fue haciendo evidente que “Los 80” era un fenómeno difícil de replicar. Sus imágenes, textos y ambientes lograron conectar de manera profunda con el público, para conmoverlo y hacerlo reflexionar acerca de su propia realidad e historia.

“Después de mucho tiempo de estar fuera de la pantalla, la gente se sintió reflejada e identificada con la serie. Nosotros siempre tratamos de hacer que el público fuera respetado como audiencia, en su inteligencia. Pusimos al chileno común y corriente como protagonista de una gran historia y eso la gente lo respetó”, resume Rodrigo Cuevas, guionista de la producción a lo largo de sus siete años.

“LA SERIE TENÍA UN GRAN GANCHO: MOSTRABA UNA ÉPOCA DE CHILE MUY IMPORTANTE COMO FONDO, PERO A MEDIDA QUE TRANSCURRÍA NOS FUIMOS ENAMORANDO DE LA FAMILIA HERRERA. FUIMOS VIENDO CÓMO CRECÍA Y NOS SENTIMOS PARTE DE ESTE GRUPO, UNA FAMILIA MUY REPRESENTATIVA DE LA CLASE MEDIA CHILENA”.

León Errázuriz,
Productor Ejecutivo de “Los 80”.







TEMPORADA FINAL

El matrimonio de Juan y Ana, sumando hijos, yernos y nueras, nietos y amigos, se reúne para celebrar las Bodas de Oro. Ese fue el cierre perfecto para un viaje que duró siete temporadas.

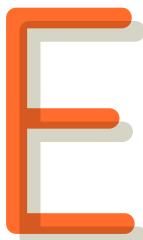


“‘LOS 80’ ES MUCHO MÁS QUE EL DEBATE SOBRE EL EPISODIO FINAL. ES LA CONFIRMACIÓN DE QUE LA TELEVISIÓN ABIERTA PUEDE PRODUCIR SERIES DE CALIDAD, QUE ES CAPAZ DE GENERAR IDENTIDAD Y DE RESUCITAR LA TRADICIÓN DE REUNIR, COMO EN DÉCADAS PASADAS, A LA FAMILIA CHILENA FRENTE AL TELEVISOR”.

El Mercurio.
23 de diciembre de 2014



MASTERCHEF



sa alquimia que permite conectar con la audiencia de manera única nuevamente se vio en el área de reality show en 2014. En octubre, el potente formato británico de competencia de cocina "MasterChef" logró establecer una sintonía fina con los espectadores gracias a un casting de excelencia y una adaptación de la licencia de primer nivel, realizados por un equipo experimentado en estas labores y que siempre ha sabido reinventarse.

El área liderada por Sergio Nakasone, responsable de más de una década de éxitos con el formato reality show, puso su reconocido sello a la realización del programa que fue conducido por Diana Bolocco. Un gran aporte para el éxito del espacio vino de la mano de un jurado integrado por tres reputados chefs, quienes fueron los encargados de evaluar a los participantes y enseñarles el rigor de la cocina. Christopher Carpentier (Chile), Yann Yvin (Francia) y Ennio Carota (Italia) destacaron por la pasión y el rigor de sus opiniones.

A ellos se sumó un heterogéneo grupo de participantes, elegidos a través de un cuidado y exitoso casting. La selección instaló personajes memorables como Eliana, una abuelita de 85 años que compitió a la par con sus compañeros; Rodrigo, un profesor de historia amante de la cocina y de sus alumnos; Ignacio, un carismático y talentoso recolector de basura, y la ganadora, la joven decoradora Daniela, que superó todas las instancias para convertirse en la mejor. Todos ellos ayudaron a demostrar que la autenticidad y las historias honestas carentes de afectación permiten conectar de manera real con la audiencia.

"MasterChef" también fue un éxito en redes sociales. Gracias a un trabajo dedicado de parte del equipo, en cada una de las emisiones el programa logró ser trending topic mundial en Twitter.

“HACER BUENA TELEVISIÓN SE TRATA DE CONTAR HISTORIAS. POR ESO, PARA NOSOTROS LO MÁS IMPORTANTE ES EL CASTING. TRATAMOS DE ENCONTRAR PARTICIPANTES QUE REFLEJARAN HISTORIAS DE CHILE A TRAVÉS DE LA COCINA”.

Sergio Nakasone,
Director General del Área de Reality.









“‘MASTERCHEF’ ES LA CONFIRMACIÓN DEL SUEÑO QUE LOS REALITIES PROPUSIERON CUANDO TOMARON POR ASALTO LA CULTURA CHILENA HACE MÁS DE 10 AÑOS: TODAS LAS VIDAS PUEDEN APARECER EN LA TELEVISIÓN, TODAS LAS VIDAS PUEDEN SER CONTADAS COMO UNA ÉPICA POSIBLE”.

La Tercera.
16 de noviembre de 2014



CULTURA 13

Una propuesta de televisión cultural significativa, entretenida, dominada por los contenidos propios y, sobre todo, que lograra identificar a las audiencias. Esa fue la apuesta de Canal 13 en 2014 y donde “Sábado de reportajes” fue fundamental.

Funcionando como un contenedor para los distintos programas culturales del canal, el espacio consolidó una audiencia fiel que la premió con buenos resultados de sintonía para sus espacios, quienes compartían una importante característica: ser de elaboración propia. Así, “Lugares que hablan”, “La gran capital” y, recientemente, “Yo estuve ahí” abrieron una ventana para que el público se conectara con distintas ciudades y pueblos de Chile, con sus habitantes y tradiciones. Mientras que “Recomiendo Chile”, que celebró siete temporadas al aire, siguió realizando su viaje a la gastronomía local, rescatando recetas y destacando su valor cultural.

“Sábado de reportajes” también se convirtió en una nueva vitrina para programas de la señal 13C, como “Cultura salvaje”, “Cultura sagrada” y “Namasté”. Se trata de espacios que trasladaron a la audiencia a lugares y tradiciones mucho más allá de nuestras fronteras y que dotaron a la pantalla de diversidad.

Aunque este año marcó un cambio en materia de televisión y cultura, ya que entró en vigencia la nueva ley de TV digital terrestre -que exige un mínimo de cuatro horas de programación de este tipo a los canales-, para Canal 13 el desafío siguió siendo el mismo: aportar a la identidad social y cultural de los chilenos a través de programas de calidad. Esto, porque desde antes de que entrara en vigencia la norma, la estación superaba esa meta, promediando más de cuatro horas semanales de contenidos culturales en 2014.

A partir de octubre se sumaron dos horas más de cultura en horario prime, los viernes, con “Planeta 13”, una franja horaria que permitió tener espacios como “Juegos mentales”, “Cultura milenaria” y “Sin reservas”, de Anthony Bourdain,

que vinieron a aportar aun más variedad a la oferta nocturna del canal.

El trabajo realizado por Canal 13 en el ámbito de la Cultura fue reconocido. Así, “Lugares que hablan” recibió la distinción del Servicio Nacional de Turismo (Sernatur) por su aporte a la difusión de Chile. Esto gracias a un formato que le da espacio a la gente de ciudades, pueblos y localidades que contribuyen a construir la identidad de los lugares en que viven.

“Recomiendo Chile” también fue destacado y logró tres importantes reconocimientos. El Premio TV Gramma a Mejor Espacio Cultural; el Premio Copihue de Oro como Mejor Programa Cultural y el Premio Fotech-Terra como Mejor Programa Misceláneo.

“BUSCAMOS IDENTIFICARNOS CON EL PÚBLICO, LLEVANDO CONTENIDOS QUE NOS ABREN A MUNDOS DENTRO DE NUESTRO PAÍS Y MÁS ALLÁ DE NUESTRAS FRONTERAS. LA SINTONÍA Y LOS COMENTARIOS A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES NOS INDICAN QUE EL PÚBLICO VALORA Y SE ENTRETIENE DESCUBRIENDO NUESTRA IDENTIDAD, COSTUMBRES, LUGARES Y PERSONAJES QUE HABLAN DE UN CHILE DIVERSO”.

Rossana Bontempi,
Editora Periodística de Contenidos Culturales.





“CON LOS CAMBIOS QUE CANAL 13 LE DIO A ESTA FRANJA (CULTURAL) HA SABIDO GANARSE A LA AUDIENCIA. EL RENOVADO ‘SÁBADO DE REPORTAJES’ PROMEDIA, DESDE SU DEBUT, EL 12 DE ABRIL A LA FECHA, 7,3 PUNTOS DE RATING”.

La Tercera.
13 de junio de 2014



ASÍ SE PRODUCE EN EL 13













DISTINCIones 2014

- **PREMIO ALTazor** en la categoría Mejor Guión de Televisión para Nona Fernández, Marcelo Leonart, Ximena Carrera, Simón Soto y Anneke Munita, por “Secretos en el jardín”
- **PREMIO APES** en la categoría Mejor Cobertura del Mundial, para Deportes 13
- **PREMIO APES** en la categoría Mejor Aporte a la TV, para “Mi nombre es”
- **PREMIO APES** en la categoría Mejor Entrevistadora en Informativos, para Constanza Santa María
- **PREMIO APES** en la categoría Mejor Labor Periodística en Prensa Matinal, para Leonel Castillo
- **PREMIO APES** en la categoría Mejor Conducción de Matinal, para Tonka Tomicic
- **PREMIO APES** en la categoría Mejor Estelar de Conducción, para Mario Kreutzberger
- **PREMIO APES** en la categoría Mejor Actuación, para Roberto Farias por “Secretos en el jardín”
- **PREMIO APES** en la categoría Mejor Actuación Complementaria, para Alejandro Goic por “Secretos en el jardín”
- **PREMIO APES** en la categoría Mejor Actuación Complementaria, para Cristián Campos por “Secretos en el jardín”
- **PREMIO TV GRAMA** en la categoría Mejor Animador de TV, para Martín Cárcamo
- **PREMIO TV GRAMA** en la categoría Mejor Actor Nacional de TV, para Daniel Muñoz
- **PREMIO TV GRAMA** en la categoría Mejor Serie Nacional, para “Los 80”
- **PREMIO TV GRAMA** en la categoría Mejor Programa Periodístico, para “En su propia trampa”
- **PREMIO TV GRAMA** en la categoría Mejor Espacio de Difusión Cultural, para “Recomiendo Chile”
- **PREMIO TV GRAMA** en la categoría Mejor Programa de Concurso, para “Mi nombre es”
- **PREMIO TV GRAMA** en la categoría Mejor Matinal, para “Bienvenidos”
- **PREMIO TV GRAMA** en la categoría Mejor Panelista Hombre, para Francisco Saavedra
- **PREMIO TV GRAMA** en la categoría Mejor Comentarista o Relator Deportivo, para Claudio Palma
- **PREMIO COPIHUE DE ORO** en la categoría Mejor Opinólogo, para Francisco Saavedra
- **PREMIO COPIHUE DE ORO** en la categoría Mejor Programa Estelar, para “Mi Nombre Es”
- **PREMIO COPIHUE DE ORO** en la categoría Mejor Programa Periodístico, para “En su propia trampa”
- **PREMIO COPIHUE DE ORO** en la categoría Mejor Programa Cultural, para “Recomiendo Chile”
- **PREMIO COPIHUE DE ORO** en la categoría Mejor Serie o Teleserie, para “Los 80”

“Lugares que hablan”, “Los 80”, “Secretos en el jardín”, “Mi nombre es” son algunos de los programas que este año fueron distinguidos no sólo por el público, sino también por la crítica y por servicios del Estado, que destacaron desde la calidad de la producción hasta el aporte de los programas a la vida de los chilenos. A ellos se suman los reconocimientos que recibieron, también, animadores, actores, periodistas y diversos rostros del canal.

- **PREMIO COPIHUE DE ORO** en la categoría Mejor Modelo o Reina del Copihue, para Jhendelyn Núñez
- **PREMIO FOTECH-TERRA** en la categoría Mejor Programa Periodístico o de Análisis, para “Contacto”
- **PREMIO FOTECH-TERRA** en la categoría Mejor Matinal, para “Bienvenidos”
- **PREMIO FOTECH-TERRA** en la categoría Mejor Programa Misceláneo, para “Recomiendo Chile”
- **PREMIO FOTECH-TERRA** en la categoría Mejor Programa de Concursos, para “Mi nombre es”
- **PREMIO FOTECH-TERRA** en la categoría Mejor Teleserie, para “Soltera otra vez 2”
- **PREMIO FOTECH-TERRA** en la categoría Mejor Actriz Secundaria de Teleserie, para Lorena Bosch por “Soltera otra vez 2”
- **PREMIO FOTECH-TERRA** en la categoría Mejor Actor Secundario de Teleserie, para Luis Gnecco por “Soltera otra vez 2”
- **PREMIO FOTECH-TERRA** en la categoría Mejor Guión de Teleserie, para Jonathan Cuchacovich y equipo por “Las Vegas”
- **PREMIO FOTECH-TERRA** en la categoría Mejor Dirección de Teleserie, para Herval Abreu y Enrique Bravo por “Soltera otra vez 2”
- **PREMIO FOTECH-TERRA** en la categoría Mejor Serie, para “Los 80”
- **PREMIO FOTECH-TERRA** en la categoría Mejor Actriz de Serie, para Tamara Acosta por “Los 80”
- **PREMIO FOTECH-TERRA** en la categoría Mejor Actor de Serie, para Daniel Muñoz por “Los 80”
- **PREMIO FOTECH-TERRA** en la categoría Mejor Guión de Serie, para Rodrigo Cuevas y equipo por “Los 80”
- **PREMIO FOTECH-TERRA** en la categoría Mejor Dirección de Serie, para Rodrigo Bazáes por “Los 80”
- **PREMIO FUNDACIÓN QUÉ VEO** a la trayectoria en la categoría Programa de Televisión a “Mi Nombre Es”.
- **PREMIO SERNATUR** por su aporte al turismo en la categoría Difusión, para “Lugares que hablan”
- **PREMIO EFFIE DE PUBLICIDAD** en la categoría Medios de Comunicación para Canal 13 por la campaña del Mundial de Brasil 2014
- **PREMIO EFFIE DE PUBLICIDAD** en la categoría Ideas de Medios para Canal 13 por la campaña “Soltera otra vez 2” – Nordic

“2014 FUE UN AÑO DESAFIANTE, MUY COMPETITIVO, EN EL QUE TUVIMOS UNA PROPUESTA VARIADA PARA NUESTRAS AUDIENCIAS. BUSCAMOS ENTREGAR PROGRAMAS DE CALIDAD QUE FUERAN UN APORTE PARA EL PÚBLICO, CON FORMATOS NOVEDOSOS, ADAPTACIONES HECHAS CON GRAN RIGOR Y CLÁSICOS QUE MARCARON HITOS. BUSCAMOS ENTRETENER, INFORMAR, ACOMPAÑAR Y ENTREGAR CONTENIDOS IMPORTANTES, CON LA MIRADA QUE ES NUESTRO SELLO Y LA TRADICIÓN DE 55 AÑOS DE HISTORIA”.

Alexis Zamora,
Director de Programación.



ASÍ NOS VIERON EN TWITTER

MasterChef

@gaete_ximena: #MasterChefChile buenísimo MasterChef me gusta. Gente común y corriente con mucho talentooo. Viendo MasterChef me dio hambre ñam ñam!

@dreyesriveros: #MasterChefChile Vamos Ignacio!!! sólo en las primeras imágenes se ve técnica y amor por la cocina.

@luchojanobello: @MasterChefChile q buen programa no me lo pierdo... lo mejor los comentarios de yann..jajajaj saludos master chef!

@itodark: Yann Yvin, Ennio Carota y Chris Carpentier, jurado del Master Chef Chile // El primer combo lo pegó Canal 13... #fb

Los 80

@PilarMoreira: FUIMOS TODOS FAMILIA. Gracias #Los80 x la mejor producción chilena q he visto y emocionarnos con la historia de Los Herrera, nuestra historia.

@Dbraxes: Recién veo el final de #Los80 no puedo evitar llorar!!! Gran trabajo!

@CaritoMeza: Lo diré tarde pero lo diré: me lloré el final como cabra chica, gran trabajo... hasta siempre #Los80

@AndreaDemone: gracias @canal13 por hacer felices mis días con tan tremenda serie como fue #Los80 te extrañaremos familia Herrera hermoso final.

@Amesol1332: Vi las 7 temporadas de #Los80. Excelente final con toda la familia unida... Tendré que vivir el duelo. Hasta siempre!!!



Mundial

@MarioMancillaB: Felicitaciones @canal13 por tremenda cobertura del #Mundial2014 y emocionante transmisión de Palma y Aldo, por lejos “el” canal del Mundial.

@ASRodriguezH: Muy buen y entretenido Mundial. Gran cobertura y transmisión de Canal 13. Justo Campeón y un Chile excelente y aguerrido.

@Pibanez80: Buenas duplas, @AldoRomuloS y Palma; Valenzuela y Guarcello ; @eugeniofigueroa y @sostienemanolo. En este Mundial me quedo en @canal13.

@vsolaro: @canal13 Gracias Por Una Gran Transmisión del Mundial Brasil2014. Gracias Equipo Deportes13 Por Su Gran Trabajo. Sigan Así Siempre Grande 13.

Cultura

@MateYFlamenco: Felicitaciones @RecomiendoChile por su #CopihueDeOro 2014 @mikelzulueta el mejor chef del programa. El más completo. Carismático a moriiir.

@franmad: @PANCHOSAAVEDRA seco! Me encanta Sábado de Reportajes contigo! Lugares hermosos, #LugaresQueHablan.

@lealbravo: sábado por la tarde, leños, fuego, café, Sábado de Reportajes, Lugares que hablan! que panorama señores!!!

@ThuActiva: #sabado de reportajes hola muy buen programa.. una consulta: me pueden dar la receta de tarta de castañas porfavor... saludos de Cerrillos.

DIRECCIÓN DE PRENSA



onsolidar un estilo de hacer periodismo que privilegia las noticias y temas relevantes para la sociedad, las informaciones políticas y que realiza las mejores coberturas especiales para los grandes eventos que ocurren en el país, fue el objetivo que se propuso y cumplió el Departamento de Prensa durante 2014.

Los grandes hitos informativos que se vivieron durante 2014 dieron amplia oportunidad para demostrar el compromiso por esta apuesta. Todo realizado con el despliegue de los mayores esfuerzos periodísticos -gráficos, narrativos, audiovisuales, textuales-, con el objetivo de que las audiencias, a través de las distintas plataformas, logren comprender los fenómenos que hay detrás de las noticias. Ya a fines de enero se desplegó una gran cobertura para el fallo de la Corte Internacional de Justicia de La Haya por la demanda marítima impuesta por Perú. Gracias a un equipo que trabajó en conjunto realizando una destacada puesta en escena, tanto técnica como en términos de contenidos, los espectadores pudieron seguir cada detalle de la noticia, con un sello de rigurosidad y profesionalismo. Todo, tanto desde La Haya, Lima, La Paz y, por supuesto, Santiago.

Luego, en abril, el Departamento de Prensa demostró que, además de informar cabalmente durante los grandes acontecimientos, también puede mantener a las audiencias conectadas en los momentos más complejos. Esto, cuando el equipo del área se trasladó a cubrir el terremoto de 8,2 grados en la escala de Richter que afectó el norte del país, donde dieron cuenta de todas las aristas de la situación que se estaba viviendo.

Dos semanas después, nuevamente fue necesario realizar un gran despliegue en regiones. Esta vez en Valparaíso, donde un incendio consumió casi tres mil viviendas, dejó 12 mil damnificados y causó 15 muertes. Bajo complejas condiciones, los profesionales de prensa se encargaron de dar una cobertura completa, detallada y comprometida.

Durante parte importante de los meses de junio y julio la noticia se trasladó a Brasil, para seguir los detalles de la Copa Mundial de Fútbol 2014 de la FIFA. Una gran operación de todo Canal 13 permitió al Departamento de Prensa aportar con una amplia cobertura periodística, que abordó las diversas aristas de este gran acontecimiento. Los conductores de Tele13 Ramón Ulloa y Constanza Santa María fueron hasta Brasil y se sumaron a un gran equipo que recogió en terreno todos los temas y noticias relevantes que generó el Mundial. Este trabajo coordinado permitió a los informativos de Canal 13 ser líderes en sintonía durante todo el evento, con una oferta de contenidos de alto nivel, que aportaron una mirada amplia, relevante y enriquecedora del Mundial.

“BUSCAMOS QUE LAS NOTICIAS TENGAN UNA MIRADA RIGUROSA, PERO A SU VEZ SEAN CONTENIDOS MASIVOS, QUE ENRIQUEZCAN LA EXPERIENCIA DE QUIENES VEN NUESTROS INFORMATIVOS. ESE ES NUESTRO SELLO DE IDENTIDAD, NUESTRA MANERA DE ACERCAR ESOS TEMAS A NUESTRAS AUDIENCIAS”.

Enrique Mujica,
Director de Prensa.







DEPORTES 13



El mundo futbolístico tuvo su mayor evento en el Mundial de Fútbol de Brasil, y Canal 13 su más amplio despliegue y cobertura en la misma cita. Pero D13 estuvo activo durante todo el año, entregando difusión a otros hitos deportivos dignos de destacar.

Así, el equipo del área deportiva cubrió durante gran parte de 2014 todos los detalles de uno de los eventos más importantes del atletismo mundial, la “Diamond League”. 32 disciplinas en 14 fechas distintas fueron las que se pudieron apreciar gracias al trabajo de D13, abriendo una ventana para que la audiencia pudiera ver en acción a los atletas más importantes del mundo.

El trabajo del área no se detiene. Por eso, paralelamente a los pormenores del Mundial de Fútbol, D13 comenzó a preparar lo que será el trabajo como canal oficial de la Copa América Chile 2015. Así, en noviembre, en la Quinta Vergara, se realizó el sorteo para este campeonato continental, en un evento al que asistieron las máximas autoridades de la Confederación Sudamericana de Fútbol. Animado por Tonka Tomicic y Martín Cárcamo, fue transmitido a todo el mundo y dio inicio simbólico al torneo, el más antiguo de selecciones en el mundo, y que se podrá ver el próximo año por las pantallas de Canal 13.

En 2014, D13 también incursionó en formatos no estrictamente deportivos. Dentro de eso, previo al Mundial, el área realizó el programa “Échale la culpa a Río”. En él, Aldo Schiappacasse y Claudio Palma buscaron mostrar facetas distintas de Brasil, explorando su gastronomía, lugares emblemáticos y personajes interesantes.

Otro factor importante este año fue el aumento de las sinergias con el Departamento de Prensa. Esto se vio reflejado en una propuesta deportiva más integral y alineada, lo que quedó de manifiesto durante la cobertura de Brasil 2014. También hubo trabajo en conjunto con “Bienvenidos”, donde se dio a conocer la opción ganadora de la votación para bautizar a la mascota de la Copa América.

“EL CANAL HA TENIDO LA SABIDURÍA DE MANTENER POR MÁS DE UNA DÉCADA UN EQUIPO DE PROFESIONALES COMPENETRADOS Y AMANTES DEL DEPORTE, CUYO COMPROMISO POR LA INFORMACIÓN DE CALIDAD SE TRANSMITE A TRAVÉS DE LA PANTALLA. POR ELLO, LA GENTE ELIGE LAS PANTALLAS DE CANAL 13; PARA VER Y VIVIR LAS EMOCIONES DEL DEPORTE”.

Marco Antonio Cumsille,
Productor Ejecutivo Deportes 13.



COPA AMÉRICA

CHILE 2023







BIENVENIDOS



ntretención e información, combinados con una permanente capacidad para reinventarse. Esos son los pilares que construyen la oferta matinal de "Bienvenidos" y que les permitió mantener puestos de avanzada en la sintonía matinal, a pesar de la renovada competencia.

Esto, gracias a que su equipo ha construido su impronta en base a dos fortalezas: una gran capacidad de conectarse con la audiencia y un compromiso total con el trabajo que realiza.

En la cercanía con el público la punta de lanza son los animadores del espacio, Tonka Tomicic y Martín Cárcamo. Con una gran capacidad para empatizar con quienes están en sus hogares, ambos conducen este espacio de forma cálida y sencilla, permitiendo una conexión muy relevante con los espectadores.

La capacidad de estar con su audiencia en todas las circunstancias quedó subrayada este año en los esfuerzos del matinal para ayudar a los afectados luego del incendio de Valparaíso y el terremoto en el Norte Grande del país. Esta labor, que unió a televidentes y auspiciadores con quienes sufrieron debido a estas tragedias, fue posible gracias al trabajo de un equipo con vocación y compromiso, que comprende a cabalidad la importancia del rol que juega un matinal día a día, y más aún en momentos como esos.

En 2014, "Bienvenidos" puso foco en mejorar la relación con sus audiencias en redes sociales. La incorporación de estos medios y su vinculación con el contenido del programa ha tomado fuerza, enriqueciendo la experiencia del público con material exclusivo, datos e información complementaria. Algunas de las secciones del matinal que utilizaron mucho este recurso, y con buenos resultados, fueron el "Horóscopo de Pedro Engel", "Directo al Corazón" y el "Doctor TV", que contaron con participación directa de los telespectadores.

"EN 'BIENVENIDOS' TENEMOS UN EQUIPO ESPECIAL QUE ESTÁ SIEMPRE DISPONIBLE, SIEMPRE DISPUESTO A HACER UN PROGRAMA QUE TENGA VALOR PARA NUESTRO PÚBLICO, QUE SEA ÚTIL, ENTRETENIDO Y ACOMPAÑE".

Jacqueline Cepeda,
Productora General de "Bienvenidos".

"2014 FUE UN AÑO CON MUCHA COMPETENCIA. POR ELLO TUVIMOS QUE ESFORZARNOS MÁS PARA TENER UNA OFERTA MÁS VARIADA, FLEXIBLE Y ATENTA A LO QUE EL PÚBLICO REQUIERE. PARA ELLO, EL EQUIPO CON QUE CONTAMOS FUE VITAL. PORQUE TENEMOS UN GRAN EQUIPO, QUE ENTREGA TODO, DÍA A DÍA".

Pablo Manríquez,
Director de "Bienvenidos".



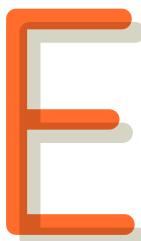
“EN UN AÑO PARTICULARMENTE COMPLEJO COMO 2014, ‘BIENVENIDOS’ MANTUVO SU ESENCIA Y SUMÓ CONTENIDOS ATRACTIVOS Y RELEVANTES PARA EL PÚBLICO. EN ESTAS CUATRO TEMPORADAS, NUESTRO EQUIPO SE HA HECHO MÁS SENSIBLE A ADVERTIR LAS NECESIDADES DE UNA AUDIENCIA INQUIETA, QUE ESTÁ EN UNA PERMANENTE BÚSQUEDA Y MUY EXIGENTE. PARA ELLO ES ESENCIAL UN EQUIPO QUE SABE REINVENTARSE A DIARIO Y MIRAR A LOS OJOS Y AL CORAZÓN DE QUIENES NOS SINTONIZAN CADA DÍA”.

Carolina Román,
Editora “Bienvenidos”.





ÁREA DE CONTENIDOS DE REALIDAD



n 2014, el Área de Contenidos de Realidad volvió a apostar por programas innovadores, que estuvieron en pantalla a lo largo de todo el año, mostrando distintas facetas de la sociedad actual. Así, “El Gran Truco” mezcló conceptos de la ficción con telerrealidad para un formato que buscaba influir de manera positiva en las vidas de personas comunes. Mediante un gran despliegue técnico, mucho ingenio y con la ayuda de especialistas, el programa se convirtió en un novedoso giro para el género.

La cuarta temporada de “En su propia trampa” incorporó temas más complejos y relevantes para los chilenos, como la pedofilia y el abuso de menores por internet. Estos temas tuvieron una buena acogida por parte del público y generaron conversaciones necesarias a nivel social. El espacio conducido por Emilio Sutherland tuvo que redoblar sus esfuerzos para no ser detectado por los delincuentes que exponían. El equipo, una vez más, desplegó todo su talento investigativo para conectar a la ciudadanía con sus problemáticas reales.

Hacia finales de año, el área fue más allá y se propuso investigar cómo operan y quiénes son los líderes de algunas de las bandas criminales más peligrosas del país. Gracias a un trabajo minucioso y dedicado en conjunto con Carabineros de Chile, “Bandas criminales, los más buscados”, abrió una ventana a un mundo que hasta ahora no había sido reflejado en pantalla de manera tan detallada y sorprendente. Todo en un formato que mezcló lo cinematográfico con técnicas clásicas del género docu-reality, basado en un gran trabajo investigativo.

“LA BUENA TELEVISIÓN SE NUTRE DE HISTORIAS. NOSOTROS BUSCAMOS RELATAR ESAS HISTORIAS TRANSVERSALES QUE DEJEN UN MENSAJE EN LA AUDIENCIA. ESO NOS HA PERMITIDO ACERCARNOS AL PÚBLICO QUE, FINALMENTE, SE VE REFLEJADO CON LO QUE DESARROLLAMOS EN PANTALLA”.

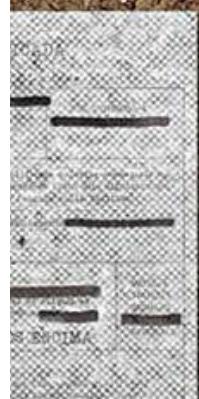
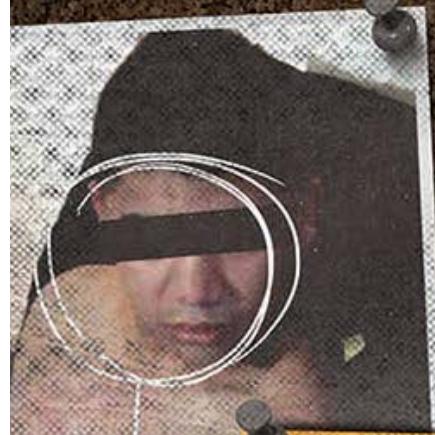
Rodrigo Leiva,
Productor Ejecutivo del Área de Contenidos de Realidad.





BANDAS CRIMINALES

LOS MÁS BUSCADOS



Sofia

ÁREA REALITY

En 2014, el área Reality no dejó de lado su característica búsqueda de innovación y nuevas maneras de conectar con la audiencia. En el primer semestre, optaron por un formato propio, “Generaciones cruzadas”. Un programa centrado en la lucha generacional entre padres e hijos con una dinámica donde ambos equipos se enfrentaban semana a semana en competencias de habilidad, destreza y fuerza, entre otras. El espacio consiguió una gran repercusión en las redes sociales, siendo recurrentemente tendencia nacional y mundial en Twitter y generando una interesante experiencia digital que enriqueció la manera en que el público seguía la historia.

El segundo semestre dio paso a una nueva apuesta, “MasterChef”. El programa, basado en la popular licencia británica del mismo nombre, fue un éxito de sintonía y abrió nuevas dimensiones al género reality en el país, gracias a un formato de talentos que tuvo como telón de fondo la cocina.

Esto pone de manifiesto la importancia de contar con equipos dúctiles, que sean capaces de enfrentarse a los diferentes formatos y contenidos de manera creativa y que puedan traspasar toda su capacidad y experiencia para realizar buena televisión, de calidad y relevante.

“LA TELEVISIÓN ES CADA VEZ MÁS COMPLEJA Y UNO DEBE TENER LA CAPACIDAD DE REINVENTARSE, INDEPENDIENTEMENTE DEL FORMATO DE PROGRAMA QUE SE ESTÁ HACIENDO. UN EQUIPO QUE TRABAJA CON ÉXITO BAJO DIFERENTES FORMATOS ES UN VALOR AGREGADO MUY RELEVANTE”.

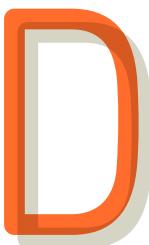
Sergio Nakasone,
Director General del Área de Reality.







ÁREA DE ENTRETENCIÓN



e la mano de un equipo con amplia experiencia en la realización de estelares y producciones, en 2014 el Área de Entretenimiento ofreció a la audiencia formatos creativos y una espectacular puesta en escena, como es el sello de Canal 13.

El año partió con los últimos capítulos del ciclo de “Vértigo” iniciado en 2013. Con la conducción de la afiatada dupla de Martín Cárcamo y Diana Bolocco, y la participación de Yerko Puchento en un rol de termómetro social y observador crítico de la realidad, “Vértigo” fue un recurrente trending topic en Twitter y un ejemplo en participación de la audiencia.

El reconocimiento del Copihue de Oro por quinto año consecutivo, que entrega por votación popular el diario La Cuarta, demuestra que “Mi nombre es” volvió a reunir a la familia y consolidó la imitación como un arte. Con un equipo de producción afiatado y conformado por fanáticos y apasionados de la música, el espacio muestra a participantes con conmovedoras historias de vida que cada semana tienen en el escenario la oportunidad que habían esperado. Camilo Sesto, Amy Winehouse, José José, Eddie Vedder, Miguel Bosé, entre otros, entregaron memorables interpretaciones. Fueron cientos de historias cruzadas por la música que “Mi nombre es” supo rescatar y poner en escena con talento, guiados por Álvaro Véliz y Claudia Miranda como profesores, y un jurado icónico con José Alfredo Fuentes, Nicole y Leo Caprile.

El Área de Entretenimiento también acompañó a los televidentes llevándoles el lado B del Mundial de Fútbol de Brasil mientras la selección chilena ilusionaba a todo el país. “La movida del Mundial” apostó por revisar lo más destacado de la competencia en un formato más cercano, logrando incorporar contenidos que entretuvieron a los más “futboleros” y a los no tan aficionados.

En un espacio de conversación y análisis de la actualidad, en tanto,

Eduardo Fuentes condujo “Buenas Noches”, donde se trataron los temas de contingencia con una mirada actual, condimentada del humor característico de un espacio de entretenimiento, entendiendo que hacer buena televisión requiere comprender e interpretar en pantalla las preocupaciones y deseos de la audiencia.

“ENTENDER Y SABER PONER LAS INQUIETUDES Y ANHELOS DE LOS CHILENOS EN PANTALLA ES FUNDAMENTAL PARA HACER BUENA TELEVISIÓN. LA ENTRETENCIÓN REQUIERE CONECTARSE CON LA AUDIENCIA, TANTO DESDE LA CASA COMO EN LA CALLE”.

Carlos “Caco” Montt,
Productor Ejecutivo del Área de Entretenimiento.



MI NOMBRE ES

Con sólo 23 años, Cristóbal Montecinos fue el ganador de "Mi nombre es, el duelo final", imitando a José José.



**BU
NC**
Edm

**ENAS
OCHEs**
*Co
xudo Freddo*



ÁREA DE FICCIÓN

T

emáticas actuales, con amplia resonancia social y gran potencial de identificación. Ese fue el foco del área de ficción durante 2014, que se vio reflejado en las cinco producciones que puso en pantalla en ese período.

“Secretos en el jardín” fue parte de la oferta para la audiencia en el primer semestre. Esta teleserie nocturna -que fue reconocida y galardonada por la crítica, los telespectadores y la misma industria- se ambientó en la ciudad de Viña del Mar de los años 80, y logró cautivar a sus seguidores gracias un guión intenso y sorprendente, y a las actuaciones sobresalientes de un elenco de alto nivel. Roberto Fariás, Antonia Zegers, Julio Milostich, Blanca Lewin, Cristián Campos, Alejandro Goic y Néstor Cantillana se reunieron para entregar una producción de alta calidad. El guión del equipo, encabezado por Nona Fernández, fue premiado con un Altazor.

También en el primer semestre, “Mamá mechona” trajo la historia de Macarena (Sigrid Alegría), madre de tres hijos y con un matrimonio feliz, quien decide dar un giro a su vida, cumpliendo su sueño de entrar a la universidad a estudiar sicología. La producción marcó el retorno de Canal 13 a las teleseries de las 20 horas y fue instalando diversos tópicos relevantes. La crianza de los hijos versus el desarrollo profesional, las dificultades que deben sortear los jóvenes enfrentados a la educación superior, las falencias de esta misma y temas como el apoyo a la inclusión y la diversidad sexual fueron abordados por los personajes y sus entornos.

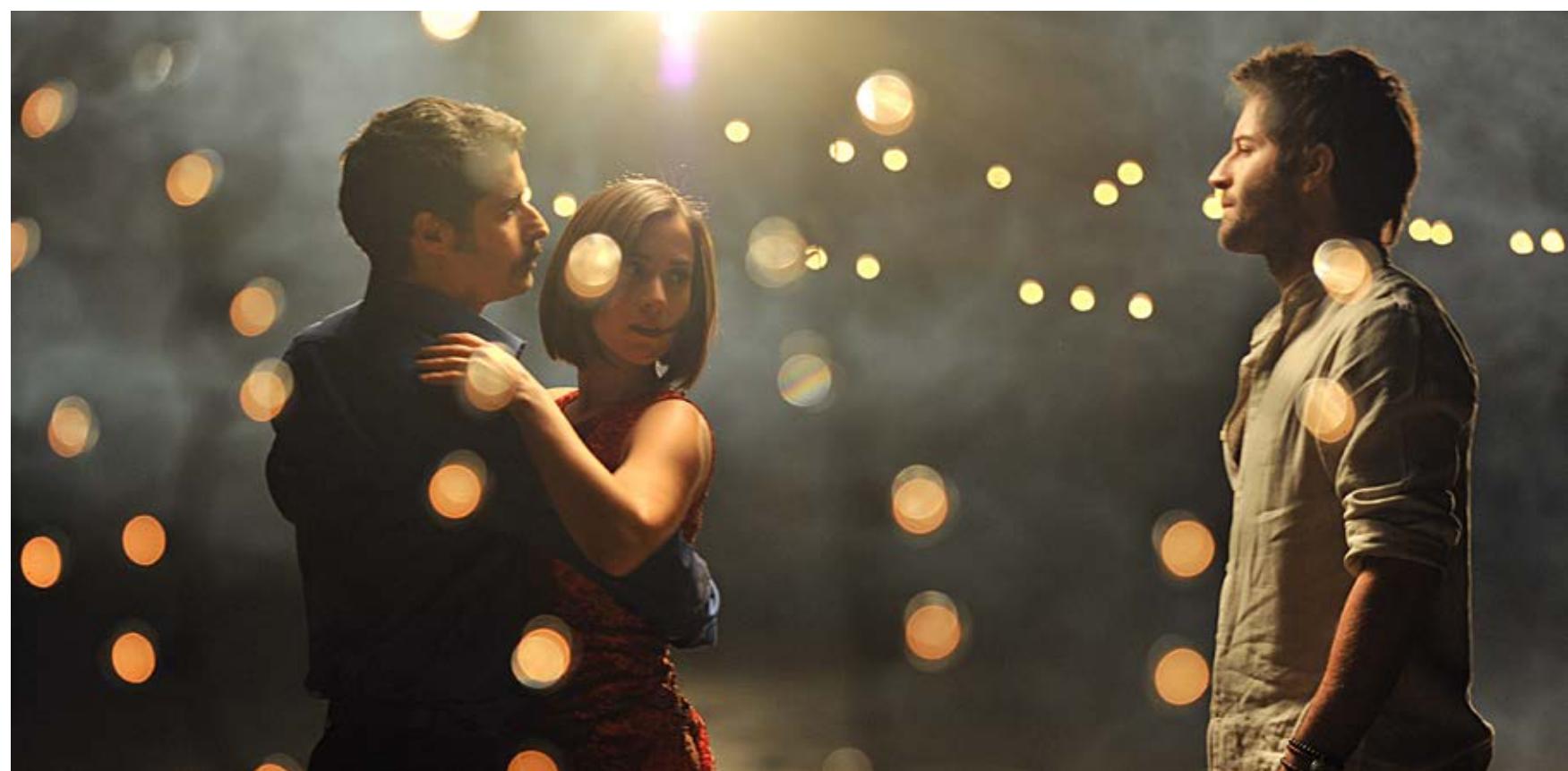
El segundo semestre se estrenó la teleserie “Valió la pena”, otra propuesta para las tardes que propuso temáticas actuales. La trama estaba centrada en la historia de Rosario (Lorena Bosch), una mujer luchadora y exitosa, que de un día para otro debe hacerse cargo de Ema (María Fernanda Martínez),

la hija de su mejor amiga que muere en extrañas circunstancias. El viaje de la protagonista la llevó a reconocer su instinto de maternidad y a conocer el verdadero amor.

En el segundo semestre, la producción nocturna “Chipe libre” apostó por una telenovela diferente, que giraba en torno a Julieta (Fernanda Urrejola) y Gonzalo (Nicolás Poblete), un matrimonio joven que decide congelar su relación de siete años para darse un tiempo. Las historias secundarias propusieron -en clave de comedia- una mirada original, que buscaba instalar temas y conversaciones sobre la sociedad actual y los chilenos de hoy.

En la segunda mitad del año, el área de ficción cerró exitosamente el ciclo de la reconocida serie nacional “Los 80”. La séptima temporada trajo el desenlace de las historias de la familia Herrera, aquellos personajes que se hicieron entrañables y que nos permitieron revivir o conocer un período de la historia de Chile desde la perspectiva de una familia chilena común y corriente. La crítica, por una parte, y los espectadores, por otra, reconocieron la relevancia de esta producción para la televisión chilena, consagrándose como un aporte que ayudó a mejorar la televisión, mostrando que es posible conjugar calidad con masividad.







PROGRAMAS ESPECIALES



n 2014, nuevamente Canal 13 realizó un ciclo de “Las caras de La Moneda”, el programa que tiene como objetivo llevar información contingente y una mirada más amplia sobre los políticos más relevantes ante un cambio de ciclo presidencial. Como siempre fue conducido por Mario Kreutzberger, Don Francisco. En esta ocasión, a pocos días del cambio de mando presidencial del 11 de marzo de 2014, estuvieron en el set de “Las caras de La Moneda” la entonces Presidenta electa Michelle Bachelet y el Presidente saliente, Sebastián Piñera.

En dos capítulos, el animador pudo entrar en la intimidad de ambos políticos, saber de sus facetas menos públicas y colocar temas relevantes sobre la mesa en francos diálogos con cada uno de ellos, sus familiares y sus colaboradores más cercanos.

En el segundo semestre, Don Francisco llevó su tradicional estilo al programa “Estamos invitados”, donde mediante una conversación amena, entretenida y muy personal logró que los televidentes pudieran conocer más de grandes invitados, nacionales e internacionales. Chayanne, Leonor Varela, Stefan Kramer, Pablo Longueira, los diputados Iván Fuentes y Gabriel Boric, el relator deportivo Claudio Palma, entre otros, compartieron sus vivencias con Don Francisco. Pero no sólo tuvieron su espacio figuras públicas. También hubo otros líderes sociales que, pese a no ser conocidos, instalaron conversaciones muy relevantes, como la necesidad de mejorar la educación pública, la lucha por la igualdad ante la ley o la importancia de una sociedad más tolerante e inclusiva.

Con la conducción de Aldo Schiappacasse, “Yo amo los 90” nos invitó a recorrer los grandes sucesos de la década en que nace el Chile que hoy conocemos. A través de entrevistas, material de archivo e imágenes inéditas, repasó las noticias y cambios que marcaron a nuestra sociedad. Este magazine periodístico, realizado por el Departamento de Prensa de

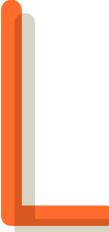
Canal 13, abordó los grandes eventos mediáticos de la época, sin olvidar las costumbres, la cultura popular, la tecnología y el humor que marcaron la agenda y la idiosincrasia local: desde los bailes de Xuxa y el celular de Faúndez, a la música y los grandes logros deportivos.







CAMPAÑAS SOLIDARIAS

La solidaridad ha llegado a ser parte del ADN de Canal 13 y se ha traducido en una conexión histórica con las audiencias en los momentos en que el país atraviesa sus momentos más difíciles. Todo, articulado principalmente a través del programa con el contacto más directo con el público: "Bienvenidos".

En abril de 2014, un terremoto de 8,2 grados en la escala Richter afectó al norte grande de Chile. El equipo del matinal, en conjunto con la organización "Techo-Chile", utilizó las pantallas de Canal 13 para coordinar la ayuda solidaria de la audiencia hacia los afectados por la tragedia. Durante dos días, la campaña logró reunir tanto aportes en dinero como en artículos de primera necesidad, que luego hicieron llegar a quienes los necesitaban.

Días más tarde, cuando un incendio consumió más de 2.900 viviendas en los cerros de Valparaíso y dejó a más de 12 mil personas damnificadas y a 15 fallecidas. "Bienvenidos" nuevamente estuvo presente y junto a "Techo-Chile" coordinaron una campaña a fin de conseguir 1.000 viviendas equipadas, para ayudar a los afectados.

2014 también fue un año de Teletón. Esta campaña, que desde sus inicios ha sido impulsada por los canales de televisión chilenos, tuvo un importante desafío en su vigésima sexta versión, ya que en 2013 no se realizó por las elecciones presidenciales. Realizada a fines de noviembre, la transmisión televisiva nuevamente fue liderada por Mario Kreutzberger, Don Francisco, y los equipos de Canal 13 tuvieron una destacada participación. Más de 200 personas de la estación estuvieron en el programa, de más de 28 horas ininterrumpidas de duración, que confirmó el compromiso de la televisión chilena y de Canal 13 por estar presente en los hitos del país.





SOMOSTON



CANAL 13 SUDMEDIA



n el propósito de expandir las oportunidades de comercialización de los contenidos de Canal 13, 13C y de terceros, en 2014 el área de Ventas Internacionales continuó estudiando los diferentes mercados, tanto a nivel nacional como internacional, para instalar el catálogo de contenidos que maneja el área. En esta línea se incentivó la venta directa con gran énfasis en los contenidos de 13C.

Esto fue posible gracias a la consolidación de la distribuidora internacional Canal 13 SudMedia, a través de la cual se iniciaron procesos de negociación de diversos contenidos, principalmente documentales, que se espera concretar de manera directa en 2015, abriendo nuevas oportunidades para las producciones del canal.

En 2014 la teleserie “Las Vegas” se vendió a la cadena Televen de Venezuela. Además, se potenció la venta de nuevos contenidos, como “Directo al corazón”, a Paraguay, donde se exhibió en uno de los principales matinales del país. A esto se suma la venta de “Mundos opuestos” a China a fin de año, lo que implica una gran oportunidad de explorar un mercado muy atractivo y con un gran potencial de crecimiento. A tres años de su estreno, el formato de reality sigue despertando el interés de distintos mercados internacionales. En este período, también se cerraron opciones para formatos como “Chipe libre” en Francia y “El gran truco” en España.

En materia de contenidos para el mundo digital, durante 2014 se negoció con diversas plataformas de video on demand y OTT como Vivo Play en América y otras que apuntan principalmente al mercado europeo.

Estos esfuerzos fueron complementados por un catálogo digital que permite acceder de manera directa a un índice interactivo, donde basta un solo clic para ver un capítulo de alguna de nuestras producciones, lo que permite optimizar la exhibición de contenidos y aumentar el alcance de ellos.

“GRACIAS A LA CONSOLIDACIÓN DE CANAL 13 SUDMEDIA COMO DISTRIBUIDORA INTERNACIONAL DEL CANAL, CONSEGUIMOS POTENCIAR LA VENTA DIRECTA DE CONTENIDOS, TANTO DE CANAL 13, 13C Y TERCEROS, REAFIRMANDO ASÍ NUESTRA MARCA AL PRESENTARNOS COMO UNA ALTERNATIVA DE CALIDAD PARA LOS PROGRAMADORES”.

Marina del Canto,
Gerente de Ventas Internacionales.



TELEVISIÓN DE PAGO

13C

Con una mirada hacia la diversidad y las nuevas tendencias, 13C es una señal cultural que se ha consolidado en el tiempo y que aporta a su audiencia con programas que se centran en cuatro ejes: Cultura, Tendencia, Viajes y Vida Saludable.

Con esta acertada mezcla ha pasado de ser un espacio más en el cable a una verdadera fábrica de contenidos. Muestra de ello son los más de 42 programas estrenados en 2014. "Terruá", "Cocinando Sudamérica", "Cultura Milenaria", "Inteligencia Colectiva", "Tecnociencia", entre otros, forman parte de una parrilla valorada y reconocida en el país y en el extranjero.

La diversidad y calidad de estos contenidos han permitido a 13C encabezar el rating en el segundo semestre de 2014 entre los canales de cable chilenos y ubicarse segundo entre los canales culturales, superando a cadenas internacionales como Fox Life, NatGeo, Discovery Channel, Discovery Health, Animal Planet y Gourmet.

A su vez, la amplia gama de contenidos ha permitido que 13C entregue semanalmente 15 horas de su programación a la señal online de 13.cl y venda espacios a otras plataformas e incluso al extranjero. Además, la señal internacional ha incorporado programas para su emisión. Una opción que la señal abierta también practica cada fin de semana y que permite mantener una sinergia en la transmisión de contenidos, aprovechando los espacios propios que ha desarrollado 13C.

REC TV 13C 13i

"CONTAMOS CON UNA MARCA MUY BIEN POSICIONADA, PRODUCCIÓN CULTURAL DE CALIDAD Y UN AUMENTO SOSTENIDO DE NUESTRA AUDIENCIA, FACTORES QUE NOS PERMITEN COMPETIR DE IGUAL A IGUAL CON LOS REFERENTES DE LA INDUSTRIA Y APOSTAR POR CONTENIDOS PROPIOS, ACERCANDO A LA AUDIENCIA A ESPACIOS QUE NO HABÍAN EXPERIMENTADO".

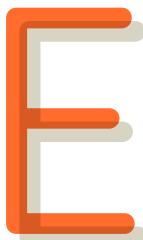
Claudio Gárate,
Productor Ejecutivo 13C.







RECTV y 13i



n 2014, dos nuevas señales se incorporaron a la multiplataforma de Canal 13. La primera de ellas fue RECTV, que debutó el primer día de abril en la parrilla de la operadora de televisión de pago Movistar. Esta nueva señal emite sólo clásicos de la programación de Canal 13. Cinco teleseries diarias, programas de entretenimiento y producciones nacionales de gran éxito vuelven a sorprender, a emocionar y a hacer reír.

“Machos”, “Papi Ricky”, “Primera Dama”, “Don Amor” y “Las Vega’s” fueron las primeras teleseries en la propuesta de RECTV. Junto a la ficción, la programación considera a estelares históricos de Canal 13, como “Viva el lunes”, “Martes 13” y “Vértigo”, el programa familiar “Venga conmigo”, el espacio de humor “Medio mundo”, el docurreality “En su propia trampa”, además de películas nacionales. Todo el material de audio y video ha sido remasterizado.

En agosto, fue el turno de 13i. La señal internacional de Canal 13 permite a los chilenos que viven en el exterior estar más conectados con nuestro país y a los extranjeros, poder conocernos un poco más. La nueva frecuencia se puede ver por satélite en calidad HD a través de cableoperadores en toda América y por internet mediante el sistema de suscripciones, con lo cual busca llegar a la mayor cantidad de personas.

La parrilla de 13i tiene 10 horas diarias de programas en vivo, con contenidos como “Teletrece”, el matinal “Bienvenidos”, telenovelas y series reconocidas, estelares de gran éxito y programas de temáticas locales que muestran las tradiciones, costumbres y paisajes de nuestra tierra.

Estas nuevas señales son posibles gracias al respaldo de Canal 13 y sus 55 años de historia, que ha construido una marca de gran prestigio a nivel local e internacional, entregando programación innovadora y de calidad.



RADIOS

2

014 marcó el inicio del crecimiento multiplataforma de los productos de 13 Radios.

Ya establecidas las cuatro señales FM, el paso siguiente consistió en desarrollar decididamente las plataformas digitales de cada medio, las que fueron lanzadas progresivamente hasta fin de año. Sitios web con tecnología de punta, dispositivos móviles para abordar el consumo cada vez más asociado a los smartphones, entre otros, fueron avances relevantes que buscan poner a 13 Radios en el foco del futuro del medio radial: esto es, el consumo multiplataforma, la interactividad y la imagen.

En cuanto al desempeño de los productos FM, 2014 marcó una estabilidad en el liderazgo de Play FM; un exitoso cambio de dial de Sonar FM, inédito en la radiofonía chilena, que le significó mejorar su concesión sin perder audiencia en ese riesgoso traslado de frecuencia, y la confirmación de la nueva Oasis como una radio que llegó a renovar el segmento Adulto.

Pero quizás la decisión programática más estructural de 2014 fue la de, por primera vez, generar un proyecto realmente multiplataforma junto a Canal 13 y a la marca insigne del canal: Teletrece. La frecuencia de Top FM dio paso al proyecto Teletrece Radio, que comenzó a trabajarse a fines de 2014, para ver la luz en abril de 2015.

SONAR

PLAY FM

OASIS

ZONTE

TOP FM



Vive hoy tu lado Oasis



OASIS
102.1 FM

TU PAUSA



Play
100.9 FM



sonar
105.3 FM

EL MUNDO
DE HOY | ESTA EN TU
RADIO

WWW.SONARFM.CL

MEDIOS DIGITALES

El año 2014, Medios Digitales siguió avanzando en su plan de convertirse en la expresión web de Canal 13 en todas las plataformas digitales, como una manera de satisfacer a la audiencia y facilitarle la forma en que accede a los diversos contenidos.

El Mundial de Brasil fue el punto más alto. La transmisión vía streaming de los partidos le permitió a 13.cl superar los seis millones de visitas en el período, lo que es un nuevo récord para el sitio. Sólo el partido de Alemania contra Brasil tuvo un peak de 135 mil visitantes concurrentes, todo un hito en las transmisiones web en Chile.

El Mundial nos mostró además, cómo ha avanzado el consumo de TV en smartphones. Por lo mismo, Medios Digitales siguió avanzando en su propuesta móvil como una forma de acercarse cada vez más -y a tiempo- a las costumbres de consumo de las audiencias. Eso ha permitido a 13.cl crecer tanto en móviles -en 2014, el 50% del tráfico vino desde este tipo de dispositivos- como en redes sociales. Canal 13 suma 1.300.000 fans en Facebook y 1.300.000 seguidores en Twitter.

Las redes sociales han llevado a la gente lo que la pantalla les entrega y más. Contenidos especiales para cada uno de los programas enriquecen la oferta.

Desde Medios Digitales enfrentan el desafío de seguir creciendo y siendo una real alternativa, apuntando a dos claves: una audiencia crítica y la velocidad de los avances tecnológicos.



Más en 13.cl



18:14 Vie 23.05.14

Santiago 10° / 25°

Riesgo UV



ACcede o REGISTRATE en nuestra comunidad

TELETRECE

DEPORTES13

ESPECTÁCULOS

PROGRAMAS

EN VIVO

TB HAZ TU
DENUNCIA

Revive el momento
Andrés lo hizo oficial ¡Él y Macarena están separados!
No aguantó más, reunió a sus hijos y les contó la verdad

Jhendelyn sobre Bruno "Nunca fue un pololeo"
Magdalena aceptó el juego de Hernán
El impresionante disparo al ángulo de "Carlitos" Tevez
Andrés lo hizo oficial ¡Él y Macarena están separados!

CONCURSO
#FAMILIABILIZVAPAP Bilz Pap

¡GAN A UNO DE LOS 3 LED 50" INTERNET TV 3D! SONY.

PARTICIPA AQUÍ ▶



+ COPA MUNDIAL EN 13.cl

LOS +

LO MÁS VISTO

LO MÁS VOTADO

LO MÁS RECIENTE



NOTICIAS CALENDARIO HISTORIA GALERÍAS



Holanda: hinchas ven más favoritos a Chile que a su país



Universidad de Chile pierde a Juan Rodrigo Rojas



Universidad de Chile pierde a Juan Rodrigo Rojas



Universidad de Chile pierde a Juan Rodrigo Rojas



RESOLUCIÓN

Consejo de Ética
de los Medios

TELETRECE

NACIONAL

INTERNACIONAL

SOCIEDAD

REPORTEROS

GESTIÓN
PLANEACIÓN
PERSONAL

3

GESTIÓN

GESTIÓN COMERCIAL

GESTIÓN Y PLANEAMIENTO

GESTIÓN DE PERSONAS

GESTIÓN COMERCIAL

Un objetivo permanente de la Dirección Comercial es el desarrollo de relaciones con los clientes. La base de la relación comercial de largo plazo que ha seguido cultivando el área es la credibilidad lograda con los actores de la industria, gracias a la confianza que se ha podido consolidar con ellos. La creatividad e innovación de un equipo comercial profesional y proactivo, es lo que permitió desarrollar nuevas oportunidades publicitarias, respondiendo a la necesidad de alcance y diferenciación que persiguen los avisadores hoy.

En el escenario complejo, competitivo y dinámico en el que la industria televisiva está inmersa, las plataformas de Canal 13 juegan un rol relevante en la búsqueda de impacto, alcance y amplificación de las marcas.

El alto nivel de audiencia que alcanzaron programas emblemáticos, como la premiada serie “Los 80”, en su última temporada, o la transmisión del Mundial de Fútbol, a cargo del equipo D13, se tradujeron en importantes ingresos comerciales. Sumado a lo anterior, “MasterChef”, el exitoso formato gastronómico para chefs principiantes, alcanzó uno de los mejores resultados del año. Por último, la cultura jugó un rol importante esta temporada a través de los espacios “Sábado de Reportajes” y “Planeta 13”.

“LA CONFIANZA Y CREDIBILIDAD QUE LOGRAMOS CON LOS ACTORES DE LA INDUSTRIA PUBLICITARIA SON LA BASE PARA UNA RELACIÓN COMERCIAL DE LARGO PLAZO”.

Sebastián Sánchez,
Director Comercial.

MasterChef

Nova

SUPER
POLLO



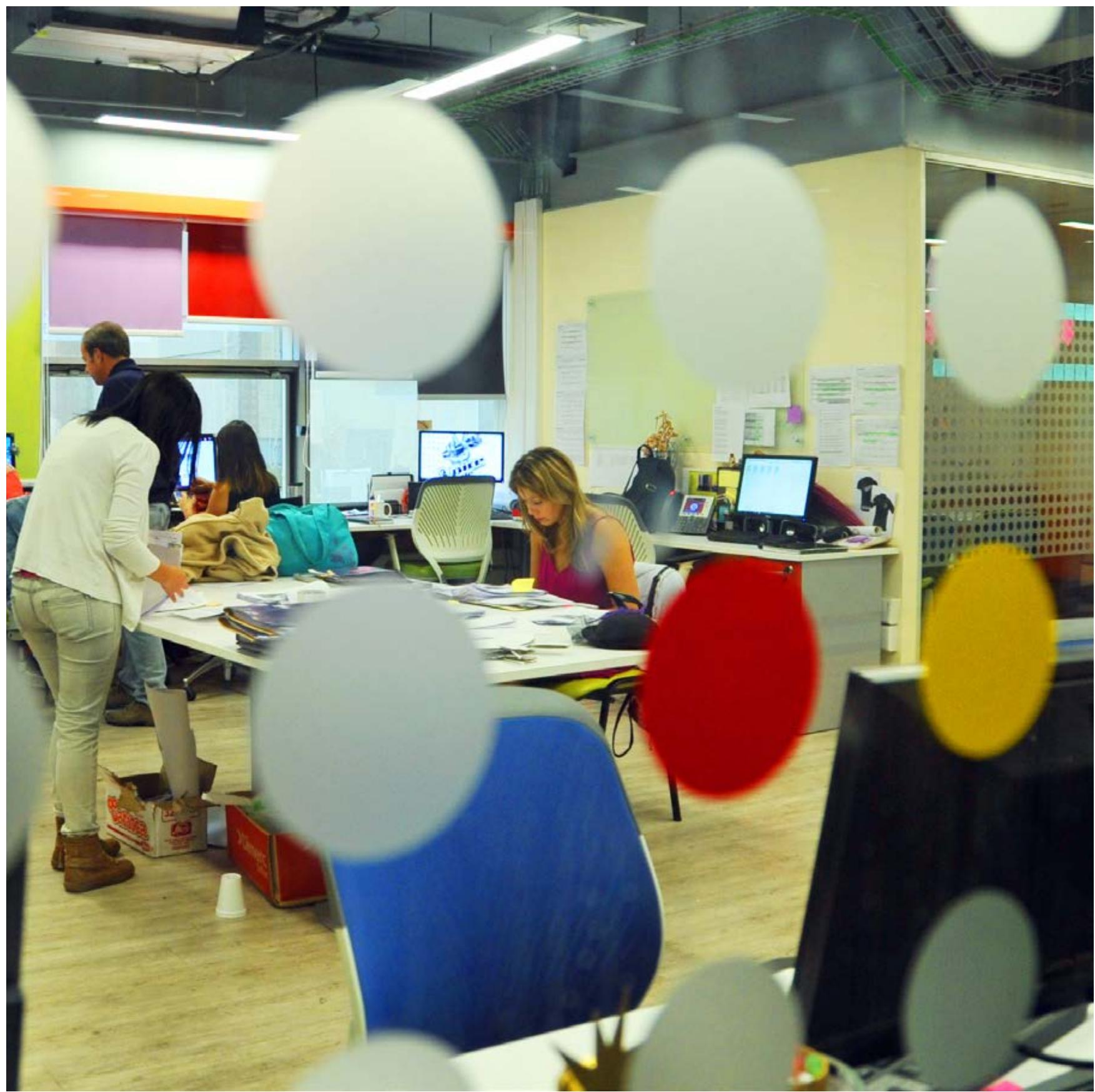
GESTIÓN Y PLANEAMIENTO



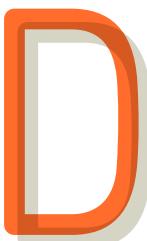
urante 2014 la Dirección de Gestión y Planeamiento reorganizó su estructura, con el objetivo de aumentar la eficiencia operativa de la Compañía, mejorando los procesos y perfeccionando los sistemas de control sobre la operación para todo el canal.

En relación al área de Infraestructura y Servicios, se concluyó el proyecto de normalización eléctrica iniciado a fines de 2012, realizado en conjunto con el área de Tecnología y ejecutado con cero costo/falla para las operaciones de la Compañía.

En este período se siguió desarrollando el plan de remodelación de espacios en donde varias áreas del canal vieron mejorados sus lugares de trabajo. Este plan implicó la estandarización en los sistemas eléctricos y el cableado estructurado y la modernización de los sistemas de clima.



GESTIÓN DE PERSONAS



urante 2014, la Gerencia de Personas desarrolló importantes proyectos para seguir en el camino de consolidarse como un aliado estratégico del negocio. En este continuo desafío de asegurar las condiciones que nos permitan contar con una cultura de alto desempeño, capaz de atraer, retener y potenciar a los mejores talentos para crear valor en el canal, es que se implementó el primer Programa de Liderazgo, que tuvo como principal propósito entregar herramientas y guías a quienes tienen personas y proyectos a cargo, certificando a un total de 120 líderes.

Con el fin de seguir potenciando las habilidades y calidad de trabajo transversalmente en los colaboradores, se realizaron más de 13 mil horas de capacitación en las que participaron 708 personas. Fueron en total casi 300 actividades de distintas categorías formativas, tanto para entrenamiento específico para los cargos, como de conocimientos transversales y otras instancias de carácter recreativo.

Además, en línea con contar con una base sólida de descripciones de cargo, nació Proyecto Somos, que tuvo como objetivo describir 62 cargos clave de primera y segunda línea, lo cual ha guiado nuestro quehacer y principalmente a quiénes necesitamos para hacerlo.

En continuidad con las diversas iniciativas de la gerencia, que incluye celebraciones tradicionales, como la Fiesta Aniversario, Campeonato de Fútbolito, Fiestas Patrias, Navidad y conmemoración de días especiales, se ha puesto un muy especial foco en la Calidad de Vida Laboral. Y para contribuir a este pilar fundamental de la Gestión de Personas, se han desarrollado en los últimos años llamados para generar conciencia acerca del autocuidado, dando paso a establecer octubre como el “Mes de la Salud”, en el que destaca su feria, que convoca a más de 40 empresas que acompañan este objetivo.

Por otro lado, con el fin de generar mayor comunióñ y establecer relaciones de calidad entre las personas, se han implementado novedosas campañas que han motivado la participación espontánea de un gran

porcentaje de colaboradores, tal como el llamado a decorar las oficinas en Fiestas Patrias, entre otros.

En el ámbito de la seguridad, todo el equipo de Iluminación (39 colaboradores) participó del curso “Trabajos en Altura”, que contó con una certificación de carácter internacional. Por su parte, para dar cumplimiento a la ley vigente establecida en el Código del Trabajo se actualizó y difundió el Reglamento Interno de Orden, Higiene y Seguridad.

El continuo trabajo de prevención se refleja en la mejora en diversos índices asociados a estas materias. La tasa de accidentabilidad se redujo 2% en el año; los días perdidos cayeron 9,37% y los ingresos de accidentes laborales bajaron 14,29% en el período.

Además, se realizó a fines de año una exitosa Negociación Colectiva, donde su resultado –tras un gran trabajo en conjunto con el Sindicato de Trabajadores- asegura, por sobre todas las cosas, el bienestar de las personas.

“NUESTRO PROPÓSITO COMO GERENCIA ES CONSTRUIR UN AMBIENTE DE CONFIANZA, DONDE EXISTAN EMPODERAMIENTO EN TODOS LOS NIVELES, COLABORACIÓN EN LOS EQUIPOS LOCALES Y APERTURA PARA LA CREATIVIDAD, PARA DAR NUESTROS PUNTOS DE VISTA Y ESCUCHAR EL DE LOS DEMÁS”.

Macarena Uranga,
Gerente de Personas.





4

INFORMACIÓN DE LA COMPAÑÍA

IDENTIFICACIÓN DE LA COMPAÑÍA

Nombre o razón social:

Canal 13 S.A. (“Canal 13”, el “Canal” o la “Compañía”)

Nombre de fantasía:

Canal 13

R.U.T.:

76.115.132-0

Tipo de identidad:

Sociedad anónima

Número inscripción en el registro de valores:

1111

Fecha inscripción en el registro de valores:

25 octubre 2013

Domicilio legal:

Inés Matte Urrejola 0848, Providencia, Santiago

Teléfono:

(56 2) 2 2514000

Fax: (56 2)

2 2632040

E-mail:

consultas@13.cl

Sitio web:

www.13.cl

CONSTITUCIÓN

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

A la fecha, la Compañía ha sido modificada en varias oportunidades, correspondiendo el último texto refundido de sus estatutos a aquella modificación acordada mediante Junta Extraordinaria de Accionistas de fecha 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.

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

DESCRIPCIÓN DE LA INDUSTRIA

Canal 13 desarrolla su actividad en la industria de los medios de comunicación, siendo su principal línea de negocios la televisión abierta, lo que 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.

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

como retail, consumo masivo, telecomunicaciones, banca y servicios.

La inversión publicitaria en Chile alcanzó un total de \$704.451 millones en el año 2013, según la Asociación Chilena de Agencias de Publicidad (ACHAP), y según estimaciones de Canal 13, el mercado se mantuvo relativamente estable durante el año 2014. A pesar de la introducción de nuevas y variadas formas de entretenimiento y medios de comunicación, la industria de la televisión abierta ha logrado seguir siendo el principal receptor de inversión publicitaria, concentrando el 42,7% del total de la inversión en publicidad en Chile durante el año 2013, de acuerdo con cifras de la ACHAP (cuadro 1).

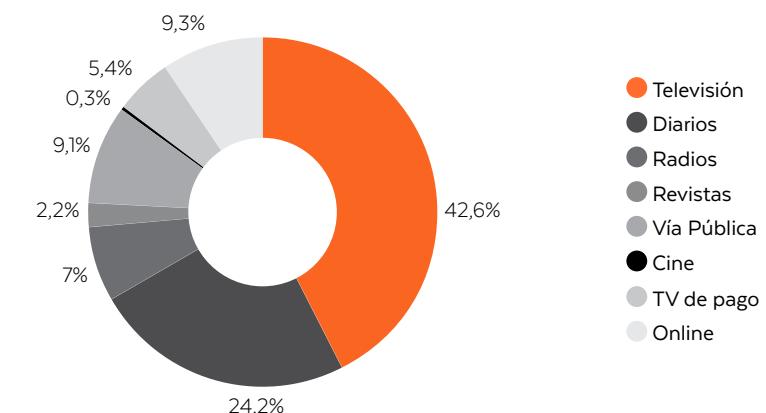
Adicionalmente, de acuerdo a cifras de la ACHAP, en Chile la inversión publicitaria per cápita durante el año 2013 alcanzó los US\$81,1, que es la cifra más alta de los últimos diez años (Cuadro 2). En mercados más desarrollados como Estados Unidos supera los US\$400⁽¹⁾.

Las principales causas de aumentos en la inversión publicitaria incluyen el crecimiento económico a nivel país y aumentos en la demanda por parte de los avisadores. La penetración de la inversión publicitaria -medida como porcentaje del Producto Interno Bruto (PIB)- refleja el nivel relativo de este indicador. Según estudios de la agencia de medios internacional ZenithOptimedia⁽²⁾, en el año 2013 el gasto en publicidad como porcentaje del PIB de países desarrollados como Estados Unidos fue de 1,0%, Japón 0,9%, Reino Unido 0,8% y Alemania 0,7%, mientras que en Chile fue de sólo 0,5% (cuadro 3). Al mismo tiempo, en países como Argentina y Brasil, que al igual que Chile van camino al desarrollo y tienen niveles de PIB per cápita similares al de Chile, la penetración de la inversión publicitaria fue de 1,0% y 0,7%, respectivamente.

INDUSTRIA DE LA TELEVISIÓN

Desde los comienzos de las primeras transmisiones televisivas experimentales a finales de los años cuarenta, y luego de la masificación de ésta en

CUADRO 1 | INVERSIÓN PUBLICITARIA EN CHILE (% AÑO 2013)



Fuente: ACHAP. "Inversión Publicitaria 2013".

CUADRO 2 | INVERSIÓN PUBLICITARIA PER CÁPITA EN CHILE (DÓLARES POR HABITANTE)



Fuente: ACHAP. "Inversión Publicitaria 2013".

⁽¹⁾ACHAP. "Inversión Publicitaria 2013".

⁽²⁾ZenithOptimedia. "Advertising Expenditure Forecasts", septiembre 2014.

las décadas posteriores, la televisión se ha posicionado como el medio de información y entretenimiento más importante, tanto para los consumidores como para los avisadores. Esta condición se ha mantenido intacta a pesar de la proliferación en los últimos años de otros medios tecnológicos como el computador personal, internet y los teléfonos inteligentes.

Según el estudio de ZenithOptimedia⁽³⁾, a nivel latinoamericano la televisión (abierta más tv paga) es y seguirá siendo el medio de comunicación más importante, representando el 62,3% de la inversión publicitaria total realizada en la región durante 2013. Según las estimaciones del estudio, dicho porcentaje alcanzará 61,3% en el año 2016. Por su parte, internet está creciendo en importancia. El año 2013 su participación fue de 6,1%, mientras que se espera que hacia 2016 su participación de mercado alcance un 8,9%. Las radios representaron el 6,2% del total de la inversión en publicidad en el año 2013, esperándose que representen 5,6% en el año 2016.

De acuerdo a encuestas realizadas por el Consejo Nacional de Televisión (CNTV), la televisión es la principal fuente de información de los chilenos, por sobre otros medios como diarios, radios e internet. (Cuadro 4) Adicionalmente, el consumo de televisión de las personas se ha mantenido relativamente estable en los últimos años. Como ejemplo de lo anterior, en Chile entre los años 2001 y 2013, el consumo de televisión abierta ha variado entre aproximadamente dos horas y media y tres horas al dfa. (Cuadro 5)

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

CUADRO 3 | INVERSIÓN PUBLICITARIA COMO % DEL PIB (% AÑO 2013)



Fuente: ZenithOptimedia. "Advertising Expenditure Forecasts", informe septiembre 2014.

CUADRO 4 | MEDIOS UTILIZADOS CON FINES INFORMATIVOS (% DE RESPUESTAS AFIRMATIVAS, AÑO 2014)



Fuente: CNTV. "VIII Encuesta Nacional de Televisión", 2014.
Nota: Distribución de respuestas a la pregunta, "¿Podría decirme los medios que utiliza para informarse sobre lo que está pasando en Chile?".

⁽³⁾ZenithOptimedia. "Advertising Expenditure Forecasts", septiembre 2014.

ESTRUCTURA DEL NEGOCIO

El negocio de la televisión en Chile se puede separar en dos grandes áreas: la producción del contenido y la distribución del mismo a la audiencia. Respecto de la distribución, el modelo de mayor antigüedad y penetración es la televisión abierta. Ésta se basa en la transmisión de contenidos utilizando el espectro de radiofrecuencia. Por otro lado, la televisión de pago efectúa la transmisión de los contenidos por medio de amplias redes de transmisión (cable) o utilizando antenas satelitales.

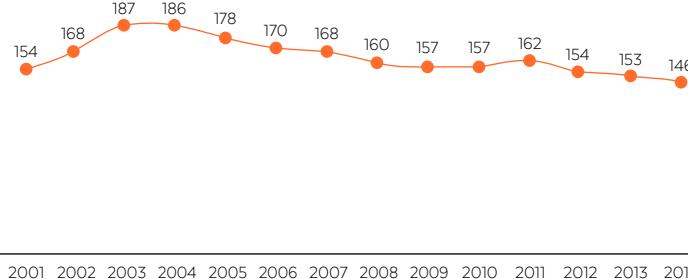
En el modelo de la televisión abierta, la recepción de contenido es gratuita para la audiencia, siendo el motor generador de ingresos el avisaje o publicidad. Por tanto, los ingresos dependen principalmente de la capacidad de los canales de generar o comprar contenido atractivo, para lograr el mayor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

En el caso de la televisión de pago, como se mencionó anteriormente, la principal fuente de ingresos es un cargo por servicio a los clientes, siendo el ingreso por avisaje algo secundario. La televisión de pago no tiene el alcance masivo simultáneo que tiene la televisión abierta, sino que está más enfocada en segmentos. Los mayores costos de la televisión de pago son los costos asociados a la distribución de la señal televisiva, siendo otro costo relevante el pago por contenido generado por terceros.

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

El consumo de televisión abierta por parte de las audiencias se divide en forma agregada en dos bloques horarios caracterizados principalmente por el nivel absoluto de personas viendo televisión. El horario prime se caracteriza por tener alto nivel de encendido de televisores y, por lo tanto, una mayor

CUADRO 5 | CONSUMO DE TELEVISIÓN ABIERTA EN CHILE (MINUTOS POR DÍA)



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

Fuente: Time Ibope / Tv Data Presenter

Informe: Gerencia de Desarrollo de Canal 13.

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

inversión publicitaria. El horario off prime se caracteriza por tener bajo nivel de encendido de televisores y, por lo tanto, una menor inversión publicitaria. Dada la importancia para los avisadores de maximizar los contactos con personas a través de su publicidad, el horario de mayor encendido de televisores es donde se observa la competencia programática más dinámica y con los mayores presupuestos de producción por hora. En línea con lo anterior, la inversión publicitaria también es mayor en este horario. Como ejemplo de esto, en el caso de Canal 13, el horario prime representa sólo un 27% de las horas de transmisión, pero un 59,4% de los ingresos (cuadro 6).

En el horario prime la demanda se focaliza mayormente en mujeres y hombres de 25 a 64 años de edad, pertenecientes al segmento socioeconómico ABC, mientras que en el horario off prime la demanda se focaliza

en mujeres, y el segmento socioeconómico D gana importancia, aun cuando el segmento socioeconómico ABC mantiene la preferencia.

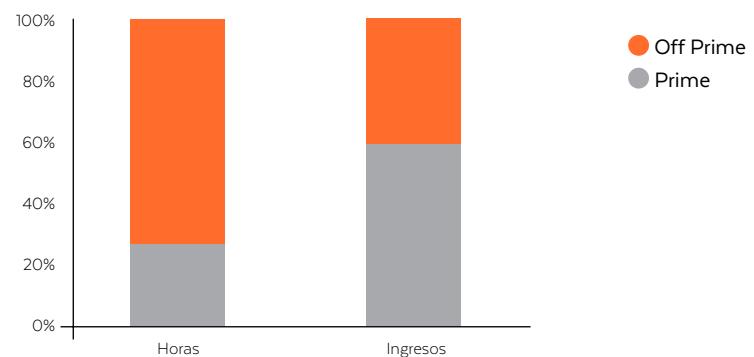
La entidad encargada de llevar a cabo mediciones y estimaciones de audiencia se llama Timelbope, y ésta establece que el 61,3% del universo de los hogares considerados en su muestra pertenece al grupo ABC (incluye C1, C2 y C3) y 38,7% al D. El grupo E no es considerado en la medición.

LA COMPETENCIA

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

- 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.
- Chilevisión (CHV): Fundado en 1959 bajo el patrocinio institucional de la Universidad de Chile. En la actualidad es parte del conglomerado de medios estadounidense Time Warner, que adquirió el canal a Bancard el año 2010.
- 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.
- La Red: Fundado en 1990. Pertenece al Grupo Albavisión, grupo de medios mexicano.
- UCV Televisión (UCV-TV): Fundado en 1957. Es la más antigua red de televisión de Chile y la única con cobertura nacional que se emite desde fuera de Santiago. Pertenece a la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.
- Telecanal: Es uno de los canales más nuevos del país. Inició sus operaciones

CUADRO 6 | COMPOSICIÓN DE HORAS E INGRESOS DE CANAL 13 POR BLOQUE HORARIO (%), 2014



Fuente: Canal 13.

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

en 2005 tras adquirir la licencia de operación de Rock & Pop TV.

PARTICIPACIÓN RELATIVA Y EVOLUCIÓN

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

Los indicadores de audiencia más utilizados por los canales de televisión abierta son el “rating hogar” y el “rating comercial”, este último definido como el grupo de hombres y mujeres de 25 a 64 años de edad del segmento

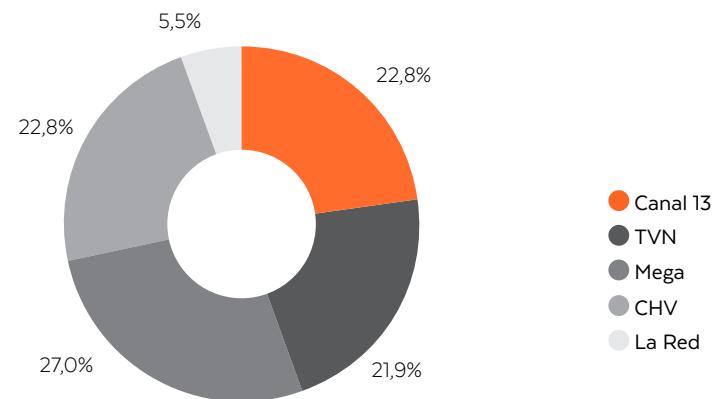
socioeconómico ABC. La metodología de medición permite principalmente segmentar por género, grupo socioeconómico y grupo etario, los que son de utilidad para anunciantes con necesidades de comunicación más específicas. De acuerdo con el criterio de medición, un punto de rating corresponde a que el 1% del grupo objetivo ha sido espectador medio del evento estudiado. La cantidad de hogares o individuos que represente cada punto de rating depende del tamaño del universo que se considere.

Otra métrica utilizada corresponde a la participación de audiencia, una medida de participación relativa que corresponde al rating de un determinado canal de televisión, sobre el total de rating de un determinado universo de canales (cuadro 7).

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

El indicador más utilizado por la industria para medir la creación de valor es el “factor comercial” (también llamado “bonus factor” o “power ratio”). El factor comercial es el cociente entre la participación sobre el total de inversión publicitaria y la participación de audiencia del rating Hogar. Si un canal presenta un factor comercial mayor a 1, el canal recauda, en términos relativos, mayores ingresos por cada punto de rating que genera. Entre los principales elementos que pueden generar que un factor comercial sea mayor a 1 se destacan: i) niveles de audiencia masivos y superiores a la competencia, lo que genera un bien de perfil único y, por lo tanto, mayor potencial de recaudación, ii) mejor desempeño de rating en targets

CUADRO 7 | PARTICIPACIÓN DE AUDIENCIA SEGÚN RATING HOGAR (%) AÑO 2014



Periodo: Enero - diciembre 2014 / Lunes a Domingo / Cada canal en su horario
Target: Total Hogar.

Se consideran los cinco principales canales de televisión abierta.

Fuente: Time Ibope / TV Data Presenter.

Informe: Gerencia de Desarrollo de Canal 13.

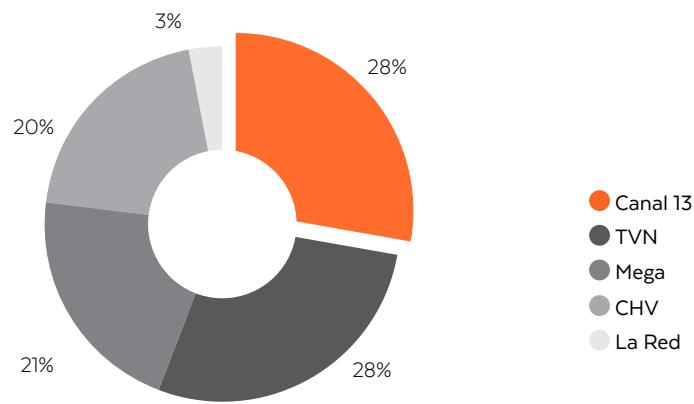
comerciales, lo que genera un producto más atractivo comercialmente y iii) capacidades comerciales de excelencia.

Históricamente Canal 13 ha tenido un factor comercial elevado. En el año 2013, el factor comercial del Canal se situó en 1,15, y en 2014 fue de 1,18 (cuadro 9).

TENDENCIAS GENERALES DE LA INDUSTRIA

La industria del entretenimiento en general y específicamente la de la televisión abierta se ha visto afectada por fuertes cambios tecnológicos en los últimos años, especialmente en cuanto a la distribución de contenidos y

CUADRO 8 | PARTICIPACIÓN DE INGRESOS (% AÑO 2014)



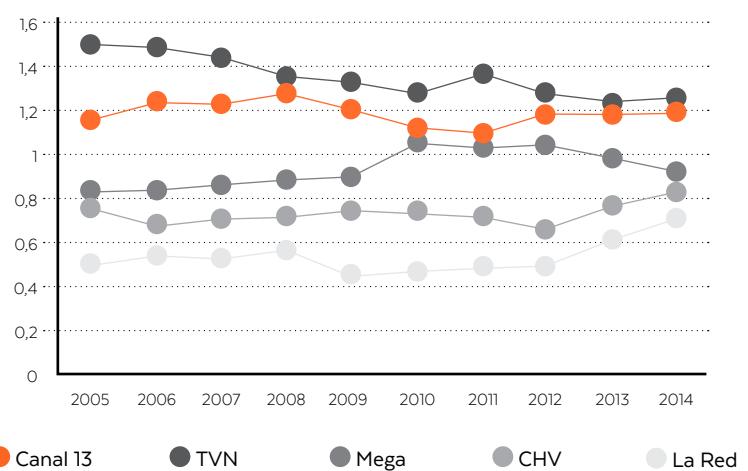
Fuente: Estados financieros de las respectivas compañías.

Nota: Participación de ingresos considera los ingresos de explotación de los cinco principales canales de televisión abierta.

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

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

CUADRO 9 | EVOLUCIÓN DEL FACTOR COMERCIAL (% INVERSIÓN PUBLICITARIA / % PARTICIPACIÓN DE AUDIENCIA SEGÚN RATING HOGAR)



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

Nota: Participación de los ingresos considera los ingresos de explotación de los cinco principales canales de televisión abierta.

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

LA TELEVISIÓN DIGITAL

Uno de los cambios más relevantes dentro de la industria de la televisión abierta es el traspaso desde la tecnología analógica para la producción y transmisión de contenido a tecnología digital.

La televisión digital abarca un amplio abanico de tecnología a lo largo de todo el proceso productivo de la televisión, que va desde la captura, ingestión, edición, emisión y posterior transmisión de los contenidos en un formato digital. Este proceso constituye un avance tecnológico sin precedente 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 y la digitalización de los aparatos receptores (televisores LCD, LED, etc.), y ahora se ha volcado a digitalizar la etapa de transmisión del servicio de libre recepción (gratuita), a través del nuevo estándar de Televisión Digital Terrestre (TDT).

Uno de los beneficios del cambio de la señal analógica a digital lo constituye la posibilidad de aumentar el número de programas transmitidos, como también la mejora de la calidad de los formatos de éstos, dentro del mismo ancho de banda de radiofrecuencia de 6 MHz. Lo anterior, posibilitará transmitir, por ejemplo, canales en alta definición (HD) y en formato “16:9”, en lugar del tradicional “4:3”, aproximándose al formato blu-ray. 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 a dispositivos móviles, como también información adicional, como subtítulos y guía de programas, entre otros.

Con fecha 29 de mayo de 2014, y después de cinco años de discusión

parlamentaria, se publicó en el Diario Oficial la ley que introduce la televisión digital terrestre (Ley N° 20.750). Esta ley, entre otras modificaciones, establece un plazo de cinco años para la digitalización de la totalidad de las estaciones analógicas, incrementa de una a cuatro horas semanales de cultura, crea un nuevo régimen concesional, aumenta las multas por incumplimiento de la normativa y reconoce el derecho de retransmisión consentida. Para el comienzo de la digitalización de las transmisiones de los canales aún resta la definición de la normativa técnica y la entrega de las concesiones de televisión digital.

INDUSTRIA DE LAS RADIOS

La radiodifusión sonora, un medio que se ha caracterizado por su rol comunicador de gran alcance, ha participado activamente de los cambios tecnológicos experimentados por los medios de comunicación, y se ha visto fortalecido últimamente mediante la transmisión online en internet, además de otras características interesantes como la descarga de podcasts y la publicidad online.

Actualmente, la propiedad de las radios en Chile está distribuida en empresas de magnitudes diversas y principalmente radicadas en Santiago. Además de Canal 13 con sus cinco radios -Play, Sonar, Oasis, Top y Horizonte.cl- los principales actores son: Grupo GLR, con 11 radios, Grupo Copesa-Dial, con seis radios, y Grupo Bezanilla, con tres radios.

ACTIVIDADES Y NEGOCIOS

DESCRIPCIÓN GENERAL

Canal 13 es una empresa dedicada a imaginar y desarrollar experiencias de entretenimiento e información atractivas para las audiencias, valiosas

para los anunciantes y capaces de generar un rendimiento económico sustentable acorde con las expectativas de sus accionistas. Durante sus 54 años de historia, su principal foco ha sido la captura de audiencias masivas a través de la televisión abierta. Adicionalmente, durante las últimas dos décadas, el canal ha llevado a cabo un proceso de diversificación de sus ingresos, a través de un crecimiento en negocios más segmentados, como radio, televisión de pago y medios digitales, además de ventas de contenido y otros proyectos.

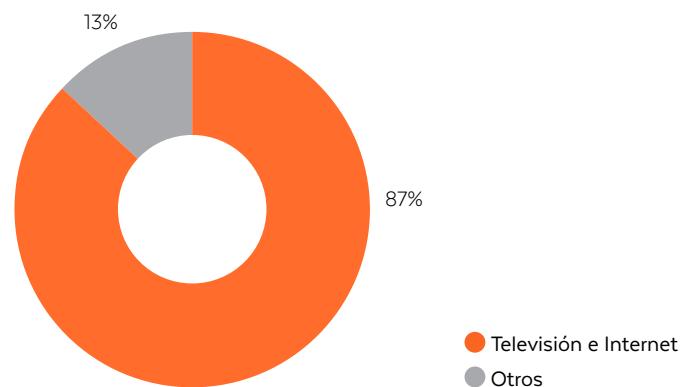
Los principales ingresos de Canal 13 los constituye la venta de publicidad en los medios de televisión abierta, internet, radios y televisión de pago. Hoy Canal 13 separa sus negocios de acuerdo a dos segmentos, Pantalla y Plataformas. El segmento Pantalla incluye el negocio de televisión abierta y el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

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

Asimismo, para lograr sus objetivos de entregar programación de calidad para sus audiencias y de crear valor para sus accionistas, es fundamental para el canal desarrollar una estrategia de programación que permita conectar con las audiencias definidas como objetivo en cada horario, a través de productos televisivos y de radio que satisfagan las necesidades de la audiencia y los estándares editoriales y de rentabilidad.

TELEVISIÓN ABIERTA

CUADRO 10 | COMPOSICIÓN DE LOS INGRESOS DE EXPLOTACIÓN DE CANAL 13 (% AÑO 2014)



Fuente: Canal 13.

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 2013, ningún cliente de Canal 13 concentró, en forma individual, el 10% o más de los ingresos de la Compañía.

PROVEEDORES

Durante 2014, ningún proveedor de Canal 13 representó, en forma individual, al menos el 10% del total de compras.

CONCESIONES, PATENTES Y OTROS DERECHOS

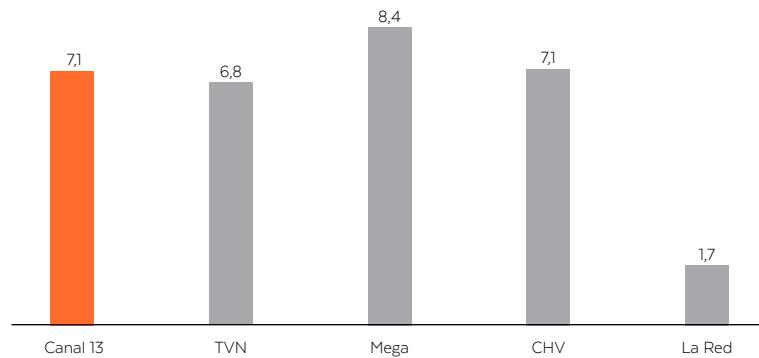
1. Grado en el cual la Compañía depende de una patente, derechos, know-how, etc.:

Canal 13 es en esencia un comunicador de contenido audiovisual del cual en su mayoría es su creador y desarrollador. Por tal razón, la Compañía lleva adelante todos los procesos necesarios para proteger su contenido dentro del marco que ofrece la ley. Si bien existen también proveedores de contenido, tanto locales como internacionales, es decir, creadores de licencias y formatos, Canal 13 desarrolla una estrategia poco intensiva en el uso de este tipo de activos, privilegiando la creación propia. A modo de ejemplo, de los costos de producción totales para el año 2014, aproximadamente sólo el 12% corresponden a derechos de transmisión de eventos deportivos, licencias para producir formatos de terceros y licencias para exhibir películas.

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 &

CUADRO 11 | RATING HOGAR PROMEDIO ANUAL (PUNTOS, AÑO 2014)



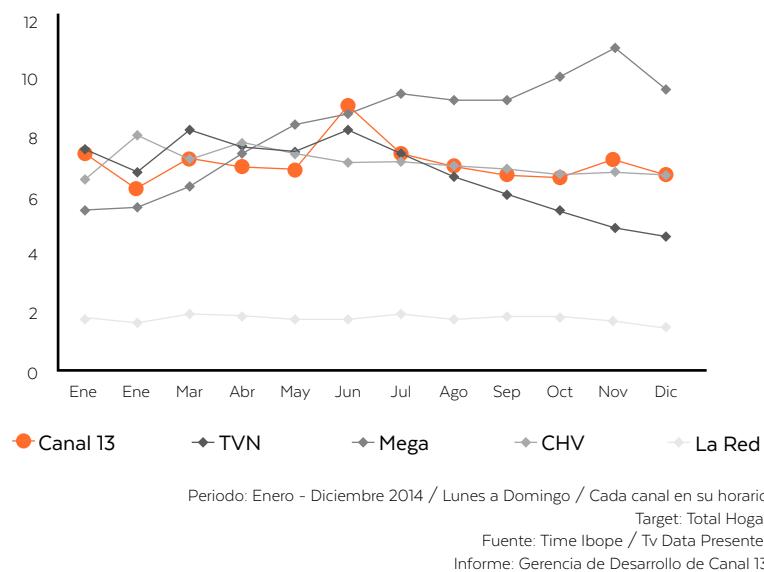
Fuente: Timelbope.

Nota: Se consideran los cinco principales canales de televisión abierta. Rating hogar promedio de enero a diciembre 2014, de lunes a domingo; cada canal en su horario.

Krahn, y un Comité de Canal 13 compuesto por integrantes de la Gerencia de Asuntos Legales y de la Gerencia de Marketing se reúne semanalmente para tomar las decisiones respecto de nuevas inscripciones, renovaciones y oposiciones.

Respecto de la propiedad intelectual, aunque la ley asegura la protección de las obras audiovisuales desde su creación, sin necesidad de registro, la política de Canal 13 es inscribir en el Departamento de Derechos Intelectuales del Ministerio de Educación los formatos de las obras creadas al interior de Canal 13. 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

CUADRO 12 | RATING HOGAR PROMEDIO MENSUAL (PUNTOS, AÑO 2014)



3. Monto destinado a investigación:

Los montos destinados a mediciones de audiencia y estudios de mercados durante los años 2014 y 2013 correspondieron a \$713.146.889 y \$635.886.194, respectivamente.

CONCESIONES

Las concesiones de radiodifusión televisiva de Canal 13 se individualizan en el Cuadro 24.

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.

CUADRO 13 | RESUMEN CONCESIONES TELEVISIÓN ABIERTA AL 31 DE

DICIEMBRE DE 2014

ESTACIÓN	FECHA CONCESIÓN	DOCUMENTO CONCESIÓN	OBSERVACIONES	PLAZO	CONCESIÓN	PROPIETARIO
ARICA	21-09-88	G3 - 34974 / 673	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
COLCHANE	26-12-97	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
PACHICA	02-01-03	Contrato CNTV 2312.02	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
SURIRE	23-11-09	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
HUARA	26-12-97	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
POZO ALMONTE	01-09-98	Resolución N° 25	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
QUIQUE	14-07-88	G3 - 33677 / 482	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
OLLAGÜE	13-09-99	Resolución N° 10	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
QUILLAGUA	Subtel: 18-04-95	Contrato CNTV 12.94	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
TOCOPILLA	19-07-93	Resolución N° 43	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
MARÍA ELENA/PEDRO DE VALDIVIA	15-09-89	R1 - 33883 / 970	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
CALAMA	30-08-89	R1 - 33640 / 427	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
SAN PEDRO DE ATACAMA	Subtel: 18-04-95	Contrato CNTV 12.94	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
ANTOFAGASTA	13-05-88	G3 - 32744 / 330	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
TALTAL	20-01-95	Resolución N° 20	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
CHAÑARAL	24-01-95	Resolución N° 21	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
EL SALVADOR	09-09-92	Resolución N° 77	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
EL SALADO	19-06-95	Resolución N° 72	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
FLAMENCO	13-09-99	Resolución N° 11	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
INCA DE ORO	Subtel: 18-04-95	Contrato CNTV 12.94	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
CALDERA	06-07-98	Resolución N° 18	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
COPIAPO	02-02-89	G3 - 30471 / 77	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
LOS LOROS	06-10-98	Resolución N° 39	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
HUASCO	10-04-02	Resolución N° 5	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
VALLENAR	06-03-91	Resolución N° 13	CNTV	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
DOMEYKO	16-02-01	Resolución N° 03	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
CARRIZALILLO	13/09/1999	Resolución N° 12	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
LA HIGUERA	17-11-98	Resolución N° 44	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
LA SERENA / COQUIMBO	01-09-87	G2 - 32978 / 204	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
EL PERAL (ex LOS QUILES)	06-12-10	Resolución N° 239	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
VICUÑA	24-07-89	R1 - 33029 / 766	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
HUANTA	02-10-12	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
MONTEGRANDE	02-04-98	Resolución N° 8	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
ANDACOLLO	24-07-89	R1 - 33029 / 766	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
TONGOY / PUERTO ALDEA	26-12-00	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
SAMO ALTO	02-10-12	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	26 años	SI	Canal 13 SpA
EL CHANAR	20-12-06	Contrato CNTV 20.12.06	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
EL SERÓN	05-12-08	Res.CNTV N°145-0112.08	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
TULAHUÉN	05-12-08	Res.CNTV N°145-0112.08	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
OVALLE	12-09-89	R1 - 33844 / 986	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
PELADEROS	06-12-10	Resolución N° 239	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
MONTE PATRÍA	01-09-95	Resolución N° 81	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
EL MAITÁN	05-08-04	Oficio Ord. N° 390	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
PUNTAQUI	08-10-97	Resolución N° 23	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
SAN MARCOS	06-12-10	Resolución N° 239	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
EL DIVISADERO	02-09-04	Oficio Ord. N° 442	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
MANQUEHUA	14-12-07	Resolución N° 153	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
LA LIGUA DE COGOTÍ	10-12-01	Resolución N° 21	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
LA ISLA	17-12-98	Resoluc. Exenta N° 211	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
EL SORUCO	04-01-06	Oficio Ord. N° 14	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
COMBARBALÁ	08-10-97	Resolución N° 24	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
RAMADILLA	02-01-03	Contrato CNTV 2312.02	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
EL DURAZNO	02-10-12	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	26 años	SI	Canal 13 SpA
CANELA	26-12-97	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
LOS POZOS	06-12-10	Resolución N° 239	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
SANTA VIRGINIA	17-12-98	Resoluc. Exenta N° 211	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
HUENTELAQUÉN	21-12-99	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
TUNGA SUR - TUNGA NORTE	17-12-98	Resoluc. Exenta N° 211	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
VALLE HERMOSO	06-12-10	Resolución N° 239	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
ILLAPEL	05-03-92	Resolución N° 44	CNTV	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
HUINIT	27-09-12	Subtel Ord. N° 7527/C	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
SAN AGUSTÍN	17-12-98	Resoluc. Exenta N° 211	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
ALAMANCA	27-04-98	Resolución N° 15	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
QUELÉN	02-10-12	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
LOS VILOS	21-10-92	R1 - 34731 / 2122	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
CHELLEPIN	06-10-98	Resolución N° 38	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
EL ARRAYÁN	06-12-10	Resolución N° 239	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
CUNCUMÉN	21-12-99	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
CAIMANES	20-06-01	Subtel ORD. N° 33000/C	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
PETORCA	06-03-95	Resolución N° 40	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
LA LIGUA	19-05-89	AC-2: 32024 / 234	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
ALICAHUE	02-04-98	Resolución N° 12	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
CABILDO	19-05-89	AC-2: 32024 / 234	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
PAPUDO / ZAPALLAR	19-07-93	Resolución N° 44	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
LA CALERA	02-04-98	Resolución N° 10	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
PANQUEHUE	05-06-02	Resolución N° 8	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
LLAY-LLAY	04-10-99	Resolución N° 022	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
RÍO COLORADO	02-04-98	Resolución N° 6	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA

ESTACIÓN	FECHA CONCESIÓN	DOCUMENTO CONCESIÓN	OBSERVACIONES	PLAZO	CONCESIÓN	PROPIETARIO
LOS ANDES / SAN FELIPE	07-01-92	R1 - 30073 / 2	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
SALADILLO I	19-02-85	30629 / FI - N° 40	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
SALADILLO II	19-05-89	AC-2: 32024 / 234	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
VALPARAÍSO / VIÑA DEL MAR	19-10-92	RI - 34692 / 2120	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
LAGUNA VERDE	Subtel: 18-04-95	Contrato CNTV 12.94	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
CASABLANCA	18-05-97	Resolución N° 16	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
ALGARROBO	08-06-97	Resolución N° 17	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
SAN ANTONIO	14-07-87	G2 - 32264 / 166	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
ISLA ROBINSON CRUSOE	02-04-98	Resolución N° 11	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
TILITIL	30-01-01	Resolución N° 04	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
SANTIAGO	29-04-88	G3 - 32495 / 299	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
LAS VERTIENTES	10-02-93	Resolución N° 12	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
SAN JOSÉ DE MAIPO	19-05-89	AC-2: 32024 / 234	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
MELIPILLA	31-03-95	Resolución N° 59	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
EL MELOCOTÓN/SAN ALFONSO	04-10-99	Resolución N° 023	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
EL INGENIO / SAN GABRIEL	09-11-99	Resolución N° 28	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
PUPUYA	21-12-99	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
RANCAGUA	15-04-91	Resolución N° 24	CNTV	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
VILLA ALHUE	26-12-00	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
SEWELL	19-05-89	AC-2: 32024 / 234	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
TUNCA	21-12-01	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
PICHILEMU	01-09-95	Resolución N° 82	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
SAN FERNANDO	05-07-84	32485 / FI - N° 595	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
PAREDES	02-01-03	Contrato CNTV 23.12.02	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
VICHUQUÉN	19-05-89	AC-2: 32024 / 234	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
CUREPTO / LICANTÉN	02-02-89	G3 - 30470 / 78	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
CONSTITUCIÓN	04-07-85	32179 / FL - 180	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
TALCA	08-03-84	30730 / FI - N° 276	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
CHANCO	Subtel: 18-04-95	Contrato CNTV 12.94	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
LOS RABONES	26-12-00	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
CAUQUENES	04-07-85	32179 / FL - 180	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
COBQUECURA	23-06-98	G3 - 33342 / 421	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
CHILLÁN	08-03-84	30730 / FI - N° 276	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
TALCAHUANO	19-05-89	AC-2 32024/234	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
CONCEPCIÓN	07-01-82	30021	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
ANTUCO	21-12-99	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
LEBU	25-08-87	G2 - 32847 / 193	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
CAÑETE	02-04-97	Resolución N° 09	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
QUIDICO	04-01-06	Oficio Ord. N° 14	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
TIRÚA	02-04-1998 y 17-05-06	ORD. N° 434-24.05.06	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
ANGOL / MULCHÉN	29-08-85	32873 / FL 268	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
PUREN / LOS SAUCES	22-09-89	R1 - 33947 / 1005	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
VICTORIA	18-04-89	R1 - 31469 / 355	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
REIGOLIL	23-11-09	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
LUMACO / CAPITÁN PASTENE	30-01-01	Resolución N° 02	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
TRAIGUÉN	21-04-87	G2 / 3190 / III	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
TROYO	26-12-97	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
GALVARINO	20-06-88	G3 - 33250 / 422	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
MALALCAHUELLA	05-08-04	Oficio Ord. N° 390	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
MANZANAR	23-11-09	Contrato 2009	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
LONGUIMAY	27-10-97	Resolución N° 25	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
PEDREGOSO	06-10-98	Resolución N° 37	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
LAUTARO	21-04-87	G2 / 3190 / 111	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
SIERRA NEVADA	21-12-01	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
TEMUCO	21-09-85	32752 / FL - 272	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
PUERTO SAAVEDRA	10-02-93	Resolución N° 14	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
ICALMA	06-10-98	Resol. Exenta N° 147	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
MELIPEUCO	27-11-95	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
PUERTO DOMÍNGUEZ	26-12-97	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
CABURGUA	13-12-07	Resolución N° 153	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
VILLARRICA	21-04-87	G2 / 3190 / 111	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
LOCONCOHE	20-09-99	Resolución N° 20	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
CATRIPULLI	23-11-09	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
CURARREHUE	06-10-98	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
LA FRONTERA	31-12-12	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	26 años	SI	Canal 13 SpA
MAITE	31-12-12	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	27 años	SI	Canal 13 SpA
PUESCO	31-12-12	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	28 años	SI	Canal 13 SpA
MALALCO	31-12-12	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	29 años	SI	Canal 13 SpA
QUEULE	21-12-01	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
LICANRAY	02-04-98	Resolución N° 7	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
MEHUIÑ	26-12-97	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
MALALHUE / MELEFQUÉN	26-12-00	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
PANGUIPULLI	02-02-89	G3 / 30472 / 76	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
LIQUÍNE	06-10-98	Resol. Exenta N° 147	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
VALDIVIA	17-11-86	G / 33624 / 329	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
CHOSHUENCO	05-08-04	Oficio Ord. N° 390	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
NELTUME	26-12-97	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
CORRAL (Litoral Comuna Valdivia)	13-03-00	Resolución N° 4	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA

ESTACIÓN	FECHA CONCESIÓN	DOCUMENTO CONCESIÓN	OBSERVACIONES	PLAZO	CONCESIÓN	PROPIETARIO
LOS LAGOS	12-01-89	G3 / 30147 / 03	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
PUERTO FUY	21-12-01	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
LAGO RANCO	10-02-93	Resolución N° 13	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
BAHÍA MANSA / MAICOLPUÉ	21-12-99	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
PUAUCHO	04-01-06	Oficio Ord. N° 14	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
OSORNO	04-11-86	G / 33479 / 321	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
HUEYUSCA	02-09-04	Oficio Ord. N° 442	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
PUERTO OCTAY	13-12-07	Resolución N° 153	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
PUERTO MONTT	20-10-86	G2 / 33239 / 335	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
COCHAMÓ / PUELO	21-12-99	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
ANCUD	13-05-88	G3 / 32744 / 330	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
RÍO NEGRO-HORNOPIRÉN	30-12-96	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
CASTRO	28-09-87	G2 / 33283 / 223	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
SANTA BARBARA	23-11-09	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
QUEILEN	20-12-06	Contrato CNTV 2012.06	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
CHAITÉN	02-04-98	Resolución N° 9	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
QUELLÓN	02-02-89	G3 / 30473 / 75	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
FUTALEUFÚ	13-05-97	Resolución N° 15	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
VILLA SANTA LUCÍA	30-12-96	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
PALENA	13-05-92	Resolución N° 14	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
RAÚL MARÍN BALMACEDA	20-12-06	Contrato CNTV 2012.06	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
MELINKA	13-09-99	Resolución N° 14	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
LA JUNTA	30-12-96	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
LAGO VERDE	03-11-98	Resolución N° 43	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
PUERTO GALA	26-12-00	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
PUYUHUAPI	30-12-96	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
PUERTO CISNES	29-11-00	Resolución N° 20	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
PUERTO AGUIRRE	14-12-07	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
VILLA MANIHUALES	30-12-96	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
NIREHUAO	02-09-04	Oficio Ord. N° 442	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
PUERTO AYSEN	04-05-95	Resolución N° 62	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
COYHAIQUE	18-01-96	Resolución N° 03 (Ch6)	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
BALMACEDA	30-12-96	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
VILLA CERRO CASTILLO	13-09-99	Resolución N° 15	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
PUERTO ING. IBÁÑEZ	03-12-98	Resolución N° 48	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
BAHÍA MURTA	06-10-99	Resolución N° 13	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
CHILE CHICO	07-04-98	Resolución N° 14	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
MALLÍN GRANDE	06-10-98	Resolución N° 36	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
PUERTO GUADAL	17-11-98	Resolución N° 45	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
PUERTO BERTRAND	06-12-10	Resolución N° 239	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
COCHRANE	30-12-96	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
VILLA O'HIGGINS	08-10-97	Resolución N° 22	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
PUERTO EDÉN	30-12-96	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
CERRO CASTILLO	27-10-98	Resolución N° 40	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
VILLA PUNTA DELGADA	02-10-12	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
VILLA TEHUECHES	02-10-12	Contrato CNTV	CNTV 13 bis.	25 años	SI	Canal 13 SpA
PUNTA ARENAS	28-07-89	R1 / 33108 / 765	SUBTEL	Indefinido	SI	Canal 13 SpA
PUERTO WILLIAMS	01-09-98	Resolución N° 24	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA
BASE ANTÁRTICA E. FREI M.	13-09-99	Resolución N° 16	CNTV	25 años	SI	Canal 13 SpA

Por su parte, las concesiones de radiodifusión sonora de propiedad de la filial Radiodifusión SpA al 31 de diciembre de 2014 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 Frecuencia Modulada cuya zona de servicio es la ciudad de La Serena, frecuencia 88.9 MHz, señal distintiva QXA-38, que fuera otorgada mediante Decreto (Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones) N° 138 de fecha 29 de mayo de 1991, publicado en el Diario Oficial de fecha 7 de agosto de 1991.
- 7.** Concesión de Radiodifusión Sonora en Frecuencia Modulada cuya zona de servicio es la ciudad de Santiago, frecuencia FM 102.1, señal distintiva XQB-149, que fuera otorgada mediante Decreto (Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones) N° 354 de fecha 24 de septiembre de 1997, publicado en el Diario Oficial de fecha 3 de diciembre de 1997.
- 8.** Concesión de Radiodifusión Sonora en Frecuencia Modulada cuya zona de servicio es la ciudad de Santiago, frecuencia FM 103.3, señal distintiva XQB-044, que fuera otorgada mediante Decreto (Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones) N° 42 de fecha 15 de julio de 1983, publicado en el Diario Oficial de fecha 18 de agosto de 1983.
- 9.** Concesión de Radiodifusión Sonora en Frecuencia Modulada cuya zona de servicio es la ciudad de Concepción, frecuencia FM 89.5, señal distintiva XQC-004, que fuera otorgada mediante Decreto (Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones) N° 26 de fecha 12 de enero de 1976, publicado en el Diario Oficial de fecha 1 de marzo de 1976.
- 10.** Concesión de Radiodifusión Sonora en Frecuencia Modulada cuya zona de servicio es la ciudad de Temuco, frecuencia FM 94.3, señal distintiva XQD-041, que fuera otorgada mediante Decreto (Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones) N° 12 de fecha 10 de marzo de 1983, publicado en el Diario Oficial de fecha 1 de junio de 1983.
- 11.** Concesión de Radiodifusión Sonora en Frecuencia Modulada cuya zona de servicio es la ciudad de Osorno, frecuencia FM 100.3, señal distintiva XQD-127, que fuera otorgada mediante Decreto (Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones) N° 373 de fecha 21 de octubre de 1994, publicado en el Diario Oficial de fecha 24 de diciembre de 1994.

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

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

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

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

El principal inmueble de Canal 13 se encuentra ubicado en Inés Matte Urrejola 0848, comuna de Providencia. En este inmueble están ubicadas las oficinas

administrativas y técnicas con 38.872 m² útiles de áreas de trabajo. Los estudios de grabación son 13 en total y ocupan 7.309 m² en donde la Compañía genera su programación diaria. La Compañía tiene otras propiedades en la misma calle y en la calle Alcalde Dávalos, en las cuales están ubicados otros estudios de producción, las oficinas y estudios de las estaciones de radio, el sindicato y el centro médico de la Compañía. En total, estas instalaciones tienen una superficie útil de 44.216 m². Canal 13 es propietario de las propiedades antes descritas. Adicionalmente, en 2013 la Compañía adquirió, mediante un leasing financiero, un inmueble ubicado en Inés Matte Urrejola 0890, comuna de Providencia, colindante a las instalaciones actuales del Canal. Esta propiedad tiene una superficie de 9.670 m².

Entre los equipos de Canal 13 se encuentran contabilizadas cámaras, equipos de edición, switches, equipos de iluminación, y vehículos utilizados como móviles para la transmisión, entre otros. La cuenta alcanza un total de M\$54.519.029 compuesta por Edificios y Terrenos por M\$26.112.820, Plantas y Equipos por M\$25.552.296, Instalaciones por M\$1.582.032, Vehículos por M\$205.457, Construcciones en Curso por M\$253.980 y Otros Activos por M\$812.444.

POLÍTICAS DE INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

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 es-

trategia de largo plazo definida por el Directorio, que busca compatibilizar un adecuado retorno de la inversión con riesgo moderado.

La política de financiamiento de Canal 13 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 de 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.

PLANES DE INVERSIÓN

La Compañía tiene un plan de inversiones aprobado para el año 2015 que considera un monto de \$3.843 millones y que comprende proyectos en las áreas técnicas de televisión, radio, internet, infraestructura e informática.

MARCO REGULATORIO

1. MARCO REGULATORIO DE LA RADIODIFUSIÓN TELEVISIVA

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

a) Normativa aplicable

Las leyes y normas reglamentarias que constituyen el estatuto jurídico

aplicable que regula la radiodifusión televisiva son las siguientes:

- Ley N° 18.168, General de Telecomunicaciones, de 1982;
- Ley N° 18.838 que crea el CNTV, de 1989, y 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 Telecomunicaciones, 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.

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

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

b1. Adquisición. De conformidad con normativa señalada precedentemente, la autorización para la instalación, operación y explotación del servicio de radiodifusión televisiva requerirá de una concesión otorgada por concurso

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

Para estos efectos, sólo pueden ser concesionarios las personas jurídicas de derecho público o privado, constituidas en Chile, con domicilio dentro del territorio del país. Sus presidentes, directores, gerentes, administradores y representantes legales deberán ser chilenos y no haber sido condenados por delito que merezca pena afflictiva. El plazo de duración de las concesiones es por un máximo de 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 3º 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 supervigilancia de los concesionarios y de políticas institucionales que tiendan a orientar, estimular y regular la actividad de los actores involucrados.

Por otro lado, de acuerdo con la Ley N° 19.733 sobre Libertades de Opinión e Información y Ejercicio del Periodismo, cuando se trate de medios de comunicación social sujetos al sistema de concesión otorgada por el Estado, cualquier hecho o acto relevante relativo a la modificación o cambio

en la propiedad, deberá contar, previo a su perfeccionamiento, con informe de la FNE referido a materias de su competencia, la que deberá emitirlo dentro de los 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 Chile. Por medio de ésta, se entregaron concesiones a los cuatro operadores preexistentes, por tiempo indefinido. Así, se trató de concesiones de carácter legal y no administrativo, 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 2º, 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 esta ley, que modifica sustancialmente el CNTV y el marco regulatorio de las concesiones de radiodifusión televisivas, el derecho de transmitir televisión se extendió a todo aquel que así lo solicite y que cumpla ciertos requisitos legales. De acuerdo a esa Ley, todas las concesiones serían otorgadas por el CNTV y tendrían una duración indefinida. Esto resultaba aplicable tanto para las concesiones de los cuatro titulares existentes a la fecha de su entrada en vigencia, como para las nuevas concesiones que se otorgaron.

Este régimen de duración indefinida cambió en el año 1992 con la

dictación de la Ley N° 19.131, que vino a modificar la Ley N° 18.838. Dicha ley, mantuvo los aspectos primordiales de la anterior legislación, en el sentido que las concesiones pueden ser solicitadas por cualquier persona, pero dispuso que sólo las concesiones vigentes a la fecha de su entrada en vigencia serían de duración indefinida, mientras que las nuevas, sólo se otorgarían por un plazo de 25 años.

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

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

d1. Concesiones amparadas por la Ley N° 17.377: Esta ley, como se dijo, reconoce la calidad de concesionarios a diversas entidades, entre ellas Canal 13, encontrándose estas concesiones respaldadas en distintas autorizaciones técnicas otorgadas por la Subtel. Así, se trata de concesiones cuyo título es la propia Ley, y que fueron otorgadas con el carácter de indefinidas, sin perjuicio de que pueden ser modificadas en aras de la buena administración del espectro radioeléctrico o el derecho de terceros.

Respecto de 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 estaciones 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 89 por una duración de 25 años.

e) Modificaciones al marco regulatorio

El 29 de mayo de 2014 fue publicada en el Diario Oficial la Ley N° 20.750 que permite la introducción de la Televisión Digital Terrestre, que tiene como objeto la implementación en Chile de la TDT, consistente en una nueva técnica de difusión de las señales de televisión que sustituirá, paulatinamente en los próximos años, a la actual televisión analógica, en adelante la “Ley TDT”. Las modificaciones aludidas se refieren principalmente a: (i) definición del ámbito de las funciones y atribuciones del CNTV; (ii) determinación de los aportes que puede recibir el CNTV para el cumplimiento de sus funciones; (iii) otorgamiento de las concesiones y el procedimiento para otorgarlas; (iv) definición de los tipos de concesionarios de servicios de radiodifusión televisiva; (v) fijación del patrimonio del CNTV; y (vi) determinación de las sanciones que pueden aplicar por incumplimiento de su normativa.

Asimismo, por medio de la Ley TDT se busca desarrollar, por parte del CNTV, una política de fomento integral de la televisión educativa, cultural

y comunitaria, debiendo considerar las opiniones de todos los organismos públicos y entidades relevantes.

2. MARCO REGULATORIO APLICABLE A LA RADIODIFUSIÓN SONORA

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

a) Normativa Aplicable

Las leyes y normas reglamentarias que constituyen el estatuto jurídico aplicable que regula la radiodifusión sonora son las siguientes:

- Ley N° 18.168, General de Telecomunicaciones, de 1982;
- Ley N° 19.733 sobre Libertades de Opinión e Información y Ejercicio del Periodismo, de 2001;
- Plan General de Uso del Espectro Radioeléctrico contenido en el Decreto Supremo N° 15 de fecha 24 de marzo de 1983, del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones y sus posteriores modificaciones;
- Decreto Supremo N° 126 del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones de 1997, que contiene el Reglamento de Radiodifusión Sonora;
- Resolución Exenta N° 36 del Ministerio de 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 radiodifusión sonora

b1. Adquisición: De conformidad con normativa señalada precedentemente, la autorización para la instalación, operación y explotación de servicios de radiodifusión sonora requerirá de una concesión otorgada por Decreto Supremo del Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones (“Ministerio”), a través de concursos públicos realizados con tal finalidad. Para estos efectos, sólo pueden ser concesionarias las personas jurídicas de derecho público o privado, constituidas en Chile, con domicilio dentro del territorio del país y cuyos representantes legales sean chilenos.

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

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

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

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

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

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 2014, Canal 13 es titular de 16 concesiones de radiodifusión sonora de libre recepción, y una adicional bajo arrendamiento.

3. MARCO REGULATORIO APPLICABLE A INTERNET Y TELEVISIÓN POR CABLE

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

FILIALES Y COLIGADAS

INDIVIDUALIZACIÓN Y NATURALEZA JURÍDICA

La Compañía tiene una sociedad filial, y no tiene sociedades coligadas. La filial se denomina Radiodifusión SpA (en adelante “Radiodifusión”), es una sociedad por acciones, de acuerdo con la escritura pública de transformación

otorgada con fecha 22 de diciembre de 2011 en la Cuadragésima Segunda Notaría Pública de Santiago de doña María Gloria Acharán Toledo. Al 31 de diciembre de 2014 y durante todo el 2014, el único accionista de Radiodifusión SpA es Canal 13, quien es propietario del 100% de las acciones emitidas (ver Cuadro 15).

CUADRO 14

NOMBRE	RUT	NÚMERO DE ACCIONES	% PROPIEDAD
Inversiones Canal 13 SpA (a)	76.131.468-8	211.703.871	99,999999%
Inversiones TV-Medios Ltda.	76.111.872-2	1	0,0000005%
Pontificia Universidad Católica de Chile	81.698.900-0	1	0,0000005%
TOTAL		211.703.873	100,0000000%

(a) Son accionistas de la sociedad Inversiones Canal 13 SpA las siguientes personas:
- Inversiones TV-Medios Ltda., con 670 acciones, correspondientes al 67% de las acciones emitidas por dicha sociedad;
- Pontificia Universidad Católica de Chile, con 330 acciones, correspondientes al 33% de las acciones emitidas por dicha sociedad.

CAPITAL SUSCRITO Y PAGADO DE RADIODIFUSIÓN

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

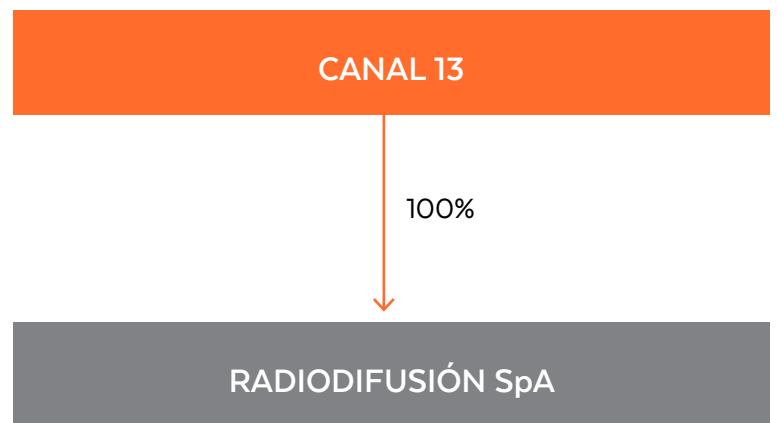
OBJETO SOCIAL

El objeto de Radiodifusión es el siguiente:

1. Explotar concesiones de servicios de telecomunicaciones de libre recepción o de radiodifusión;
2. Realizar asesorías, servicios de operación de equipos, de programación, de producción de programas radiales, y en general todo tipo de servicios en el ámbito de la radiodifusión y telecomunicaciones en general;
3. Para la realización de lo anterior, la sociedad podrá celebrar todo tipo de actos y contratos conducentes a tal fin, sea con instituciones públicas o privadas o de cualquier naturaleza, adquirir, enajenar, tomar y dar en arrendamiento toda clase de bienes. La sociedad puede también constituir y formar parte de cualquier tipo de sociedades, asociaciones o cuentas en participación y formar parte de las ya constituida.

Durante el período 2014, Radiodifusión centró la mayor parte de sus operaciones en operar concesiones de radiodifusión sonora a través de las señales “Play”, “Sonar”, “Oasis” y “Top FM”.

CUADRO 15 | CUADRO ESQUEMÁTICO DE LAS RELACIONES DE PROPIEDAD ENTRE LA MATRIZ Y LA FILIAL



IDENTIFICACIÓN DE LOS DIRECTORES, GERENTES Y EJECUTIVOS PRINCIPALES

PRESIDENTE DEL DIRECTORIO:

Terré Fontbona, Rodrigo
RUT 9.011.344-5

DIRECTORES:

Bofill Rodríguez, Cristián
RUT 9.788.568-0
Von Chrismar Werth, Marcelo Oscar
RUT 5.154.505-2

REPRESENTANTE LEGAL Y GERENTE GENERAL:

Callejón Ortiz, Ximena
RUT 8.483.981-7

DIRECTOR DE DESARROLLO Y ESTRATEGIA:

Polgati Rojas, Gabriel
RUT 10.265.206-1

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

Al 31 de diciembre de 2014, el Director Ejecutivo de Canal 13, don Cristián Bofill Rodríguez, es director de Radiodifusión. El Directorio lo completan Rodrigo Terré Fontbona y Marcelo von Chrismar Werth, ambos también directores de Canal 13.

DESCRIPCIÓN DE LAS RELACIONES COMERCIALES CON RADIODIFUSIÓN

Durante el período 2014 Canal 13 se desempeñó como proveedor de Radiodifusión, prestando servicios comerciales, financieros, contables y legales. Asimismo, durante el período ambas empresas sostuvieron relaciones comerciales a través de un contrato de canje publicitario celebrado bajo condiciones habituales en el mercado.

El valor patrimonial proporcional de Radiodifusión en Canal 13 S.A. es de un 7% para el año 2014. La inversión en Radiodifusión representa, en el total de activos de Canal 13, el 2% para el mismo período.

ESTRUCTURA DE PROPIEDAD

Al 31 de diciembre de 2014, los accionistas de Canal 13 S.A. son los siguientes:

CONTROLADOR

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

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

Por su parte, los accionistas de Inversiones Canal 13 SpA, esto es, Inversiones TV-Medios Limitada y Pontificia Universidad Católica de Chile, han firmado un pacto de accionistas respecto de sus acciones en Inversiones Canal 13 SpA con fecha 19 de noviembre de 2010, el cual ha sido modificado

con fecha 22 de marzo de 2012, 17 de agosto de 2012 y 28 de diciembre de 2012. Dicho pacto dispone entre otras disposiciones que Inversiones TV-Medios Limitada y Pontificia Universidad Católica de Chile se otorgan recíprocamente un derecho de primera oferta en la compra de acciones, exigible en caso que alguno manifieste la intención de vender todo o parte de la propiedad accionaria.

Adicionalmente, el pacto mencionado en el párrafo precedente dispone que la Pontificia Universidad Católica de Chile tendrá la facultad de solicitar la división de Inversiones Canal 13 SpA en los términos y condiciones que se especifican en dicho pacto con lo cual, Inversiones TV-Medios Limitada y la Pontificia Universidad Católica de Chile se obligaron a que en ese caso suscribirán un pacto de accionistas entre Inversiones Canal 13 SpA y aquella sociedad que resulte de la división, el cual contendrá las mismas limitaciones a las transferencias de acciones contenidas en el pacto original. Con todo, cabe tener presente que en caso 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.

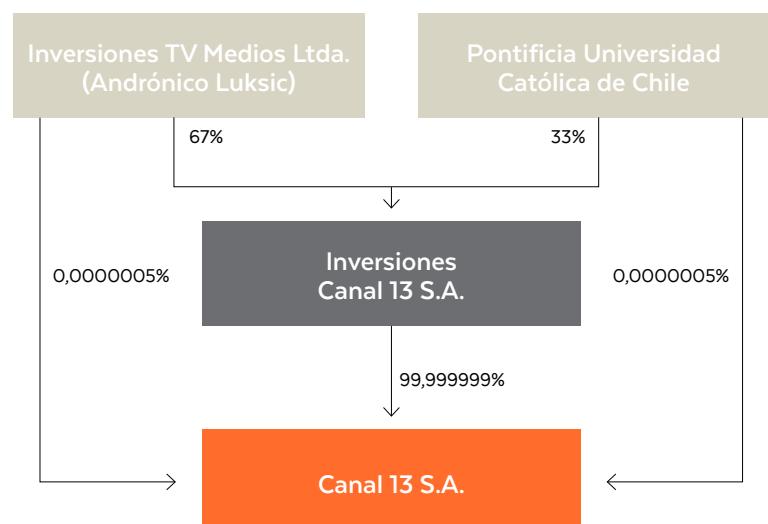
CAMBIOS EN EL PERÍODO

No han existido cambios en el control o en la estructura de propiedad de Canal 13 S.A. durante el año 2014.

TRANSACCIONES DE ACCIONES

Durante el ejercicio 2014 no existieron compraventas de acciones de la Compañía efectuadas por el presidente, directores, gerente general o ejecutivos principales, ni tampoco existieron movimientos entre los accionistas principales. Al 31 de diciembre de 2014 ningún director o ejecutivo de Canal 13 posee acciones de la Compañía.

CUADRO 16



Debido a que hasta el fin del año 2014, 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.

UTILIDAD DISTRIBUIBLE Y DIVIDENDOS PAGADOS

Durante el ejercicio 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. Durante el año 2013 existieron utilidades por M\$7.191.825 y se repartieron dividendos por M\$3.030.303 (\$14,31 por acción) imputables a las utilidades del año 2012.

Durante el ejercicio 2014 se registró una pérdida por M\$19.952.925, no existiendo utilidades distribuibles. En el período se repartieron dividendos por M\$3.030.333. (\$14,31 pesos por acción) imputables a las utilidades 2013.

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.

ADMINISTRACIÓN Y PERSONAL

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 el Cuadro 23.

CUADRO 17 | REMUNERACIONES DE LOS DIRECTORES

DIETAS Y HONORARIOS	Fecha Ingreso	Monto Bruto 2014 \$	Monto Bruto 2013 \$
ALVAREZ ZENTENO, RODRIGO	17 de agosto de 2012	14.366.106	14.676.765
ALVEAR VALENZUELA, SOLEDAD	30 de abril de 2014	8.390.707	
ARENAS DE MESA, ALBERTO	19 de noviembre de 2010		4.166.666
CORTÁZAR SANZ, RENÉ	5 de abril de 2013	15.933.551	10.232.321
DONOSO IBÁÑEZ, PATRICIO	9 de septiembre de 2010	15.262.015	14.676.765
EYZAGUIRRE GUZMÁN, NICOLÁS	17 de agosto de 2012		127.867.039
GARCÍA DE LA HUERTA AGUIRRE, CAROLINA	30 de agosto de 2013	30.572.126	9.273.869
JADRESIC MARINOVIC, ALEJANDRO	17 de agosto de 2012	15.709.772	14.676.765
JORDÁN FUCHS, RODRIGO HERNÁN	30 de agosto de 2013	13.588.285	5.141.847
LUKSIC CRAIG, ANDRÓNICO	19 de noviembre de 2010		2.499.999
PELLEGRINI RIPAMONTI, SILVIA	19 de noviembre de 2010	15.376.173	14.676.765
RODRÍGUEZ GUIRALDES, MARTÍN	19 de noviembre de 2010	5.879.489	14.076.256
TERRÉ FONTBONA, RODRIGO	19 de noviembre de 2010, primer período y 8 de abril de 2014, segundo período	39.427.383	69.694.501
VALDÉS CORREA, FABIO	19 de noviembre de 2010	15.371.898	14.676.765
VON CHRISMAR WERTH, MARCELO	19 de noviembre de 2010	14.586.593	13.121.799
TOTAL GENERAL		204.464.098	329.458.122

Hitos relevantes 2014-2013

- 31 de enero de 2014. Renunció al cargo de director el señor Rodrigo Terré Fontbona. Se nombra como presidente del directorio a doña Carolina García de la Huerta Aguirre.
- 8 de abril de 2014. Nombramiento de Rodrigo Terré Fontbona como director reemplazante para la posición que se encuentra vacante.
- 30 de abril de 2014. Se incorpora como directora a doña Soledad Alvear Valenzuela, quien reemplazará a Martín Rodríguez Guiraldes.
- Adicionalmente, el director Rodrigo Terré Fontbona recibió un total de \$76.601.224 por asesoría a la Compañía en el período 2014.
- Don Alberto Arenas de Mesa (RUT 8.718.414-5; ingeniero comercial) dejó de ser director de la Compañía el 12 de abril de 2013.
- Don René Cortázar fue director y presidente de la Compañía desde el año 2010 hasta el 17 de agosto de 2012.
- Don Nicolás Eyzaguirre Guzmán (RUT 5.894.609-5; ingeniero comercial) dejó de ser director de la Compañía el 26 de agosto de 2013.
- Don Andrónico Luksic Craig (RUT 6.062.786-K; empresario) dejó de ser director de la Compañía el 5 de abril de 2013.
- Respecto de la filial Radiodifusión SpA, sus directores no reciben remuneración por sus funciones.
- No existe comité de Directores.

CUADRO 18 | PRINCIPALES EJECUTIVOS

Cargo	Nombre	Rut	Profesión	Fecha desde la que desempeña el cargo
Director Ejecutivo	Cristián Bofill R.	7.590.250-6	Periodista	23 de septiembre de 2014
Subdirectora Ejecutiva	Alejandra Pérez L.	6.616.084-k	Periodista	24 de septiembre de 2014
Director Comercial	Sebastián Sánchez F.	13.890.404-0	Publicista	08 de abril de 2014
Directora de Gestión y Planeamiento	Erika Garay B.	10.734.826-3	Ingeniero Civil Industrial	08 de abril de 2014
Director de Nuevos Negocios	Pablo Dosal C.	13.241.095-k	Ingeniero Comercial	08 de abril de 2014
Director de Prensa	Enrique Mujica P.	11.632.465-2	Periodista	24 de septiembre de 2014
Director de Programación	Alexis Zamora C.	12.888.111-5	Comunicador Audiovisual	22 de abril de 2014
Gerente de Asuntos Legales	Sergio Vergara G.	10.334.825-0	Abogado	01 de abril de 2013
Gerente de Comunicaciones	Alejandra Pérez L.	6.616.084-k	Periodista	09 de septiembre de 2010
Gerente de Contenidos y comunicaciones	Alejandra Pérez L.	6.616.084-k	Periodista	08 de abril de 2014
Gerente de Desarrollo (i)	Natalia Amenábar V.	13.040.222-4	Socióloga	01 de octubre de 2014
Gerente de Marketing	Andrés Sateler A.	7.200.282-2	Publicista	24 de noviembre de 2014
Gerente de Personas	Macarena Uranga A.	8.772.207-4	Sicóloga	04 de marzo de 2013
Gerente de Producción	Juan Pablo Planas V.	8.351.710-7	Productor de televisión	28 de octubre de 2013
Gerente de Tecnología	Cristián Núñez P.	10.716.190-2	Ingeniero Civil Industrial	26 de noviembre de 2014

REMUNERACIÓN DE LOS EJECUTIVOS

Los ejecutivos principales de la Compañía recibieron como remuneración u honorarios la suma total de M\$ 2.619.395 y M\$ 2.344.436 al 31 de diciembre de 2014 y 31 de diciembre de 2013, respectivamente. Las indemnizaciones por años de servicio pagadas a los ejecutivos (incluyendo el feriado proporcional) ascendieron a suma de M\$ 112.255 al 31 de diciembre de 2013 y a la suma de M\$ 620.270 al 31 de diciembre de 2014.

No existe ni ha sido acordado un plan de compensación en acciones u

opciones de acciones para ejecutivos o trabajadores. Para los ejecutivos existe un plan de incentivo anual, que consiste en un número determinado de honorarios mensuales calculado de acuerdo a la productividad sobre EBITDA de la Compañía.

HECHOS ESENCIALES

En el año 2014, los siguientes hechos fueron informados en carácter de esenciales a la Superintendencia de Valores y Seguros:

1. Con fecha 31 de enero de 2014 se informó en carácter de Hecho Esencial, que con esa misma fecha la Compañía fue notificada de la renuncia al Directorio del director Rodrigo Terré Fontbona, por lo que corresponderá incluir en los temas a tratar en la próxima Junta Ordinaria de Accionistas la renovación total del Directorio. Para el período intermedio, el Directorio designó a doña Carolina García de la Huerta Aguirre como Presidenta del Directorio. En la misma fecha, el Directorio nombró a don Rodrigo Terré Fontbona como Director Ejecutivo y Gerente General de la Compañía, mientras que don David Belmar Torres deja la gerencia general y fue designado como director de programación de la Compañía.

2. Con fecha 20 de febrero de 2014 se informó con carácter de Hecho Esencial la renuncia de don David Belmar Torres al cargo de director de programación de Canal 13. Dicha renuncia es efectiva desde esa misma fecha. La sub directora de programación, Alejandra Hinojosa Torra, se hizo cargo del área.

3. Con fecha 8 de abril de 2014 se informó con carácter de Hecho Esencial que la Compañía fue notificada de la renuncia del señor Rodrigo Terré Fontbona a su cargo de gerente general y director ejecutivo de la Sociedad. Como consecuencia de dicha renuncia, el Directorio designó en su reemplazo al señor Luis Hernán Browne, quien asumió con esa misma fecha los cargos de gerente general y director ejecutivo de la sociedad. En la misma oportunidad, y encontrándose vacante el cargo de un miembro del Directorio, el Directorio acordó designar, a contar de la misma fecha, al señor Rodrigo Terré Fontbona como director de la sociedad, quien permanecerá en el cargo hasta la próxima Junta Ordinaria de Accionistas, la que tendrá lugar el 30 de abril de 2014.

4. Con fecha 16 de abril de 2014, la Compañía informó, con carácter de Hecho Esencial, el acuerdo adoptado por el Directorio relativo a la celebración de la Junta Ordinaria de Accionistas el día 30 de abril de 2014.

5. Con fecha 30 de abril de 2014 se informó con carácter de Hecho Esencial lo siguiente:

- a) Se aprobó la Memoria razonada acerca de la situación de la sociedad en el último ejercicio, el Balance General, los Estados Financieros y el informe presentado por los auditores externos por el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2013.
- b) Se designó como auditores externos para el año 2014 a la empresa KPMG Auditores Consultores Ltda., previo informe acerca de las alternativas al respecto.
- c) Se acordó repartir dividendos por el monto de \$3.030.303.017.- a un valor de \$14,313.- por acción.
- d) Se renovó el directorio por un nuevo período de tres años, resultando electos doña Carolina García de la Huerta Aguirre, doña Soledad Alvear Valenzuela, doña Silvia Pellegrini Ripamonti, don Rodrigo Álvarez Zenteno, don René Cortázar Sanz, don Patricio Donoso Ibáñez, don Alejandro Jadresic Marinovic, don Rodrigo Jordán Fuchs, don Rodrigo Terré Fontbona, don Fabio Valdés Correa y don Marcelo Von Chrismar Werth.
- e) Se acordó la remuneración de los directores para el año 2014.
- f) Se designó el periódico en que deberán publicarse los avisos de citación a Juntas de Accionistas.
- g) Se informó sobre las operaciones a que se refiere el Titulo XVI de la Ley N° 18.046, y sobre los gastos del directorio en el año 2013.

6. Con fecha 14 de agosto de 2014, la Compañía informó, con carácter de

Hecho Esencial que la Compañía ha sido informada que el señor Juan Barceló Valdés deja la Gerencia de Administración y Finanzas a contar de esa misma fecha. Se ha designado en su reemplazo de manera interina al señor Héctor Santos Marín, quien hasta esa fecha se desempeñaba como Jefe de Operaciones Financieras.

7. Con fecha 23 de septiembre de 2014 se informó, con carácter de Hecho Esencial que la Compañía fue notificada con esa misma fecha de la renuncia de don Luis Hernán Browne Monckeberg a su cargo de gerente general y director ejecutivo. Como consecuencia de dicha renuncia, el Directorio designó en su reemplazo a don Cristian Bofill Rodríguez, quien asume con esa misma fecha los cargos de director ejecutivo y gerente general de la Compañía.

8. Con fecha 26 de septiembre de 2014 se informó con carácter de Hecho Esencial que el 24 de septiembre de 2014 la Compañía designó al señor Enrique Mujica como Director de Prensa, encontrándose dicho cargo vacante como consecuencia de la designación de su anterior titular, el señor Cristian Bofill, como Director Ejecutivo de la Sociedad. A contar de la misma fecha, la señora Alejandra Pérez asumió como Sub Directora Ejecutiva de la Sociedad.

9. Con fecha 11 de diciembre de 2014 se informó con carácter de Hecho Esencial que el 10 de diciembre de 2014, la Compañía designó al señor Ricardo Sanhueza Muñoz como Gerente de Administración y Finanzas, quien desempeña el cargo a contar de la fecha indicada.

INFORMACIÓN RELEVANTE

Señalamos a continuación los hechos relevantes que tienen o pueden tener en el futuro, influencia o efecto en el desenvolvimiento de él o los negocios

de la Compañía, ocurridos durante los últimos 12 meses:

- Con fecha 30 de abril de 2014, la Junta de Accionistas confirmó completamente al Directorio por un nuevo período, designando como Directores a los señores Carolina García de la Huerta Aguirre, Silvia Pellegrini Ripamonti, Soledad Alvear Valenzuela, Rodrigo Álvarez Zenteno, René Cortázar Sanz, Patricio Donoso Ibáñez, Alejandro Jadresic Marinovic, Rodrigo Jordán Fuchs, Rodrigo Terré Fontbona, Fabio Valdés Correa y Marcelo Von Chrismar Werth.



5

ESTADOS FINANCIEROS

INFORME DE LOS AUDITORES INDEPENDIENTES

ESTADOS CONSOLIDADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA

ESTADOS CONSOLIDADOS DE RESULTADOS INTEGRALES POR FUNCIÓN

ESTADOS CONSOLIDADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO, MÉTODO DIRECTO

ESTADOS CONSOLIDADOS DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

ANÁLISIS RAZONADO



KPMG Auditores Consultores Ltda.
Av. Isidora Goyenechea 3520, Piso 2
Las Condes, Santiago, Chile

Teléfono +56 (2) 2798 1000
Fax +56 (2) 2798 1001
www.kpmg.cl

Informe de los Auditores Independientes

Señores Accionistas y Directores
Canal 13 S.A.:

Informe sobre los estados financieros consolidados

Hemos efectuado una auditoría a los estados financieros consolidados adjuntos de Canal 13 S.A. y filial, que comprenden el estado de situación financiera consolidado al 31 de diciembre de 2014 y los correspondientes estados consolidados de resultados integrales, de cambios en el patrimonio y de flujos de efectivo por el año terminado en esa fecha y las correspondientes notas a los estados financieros consolidados.

Responsabilidad de la Administración por los estados financieros consolidados

La Administración es responsable por la preparación y presentación razonable de estos estados financieros consolidados de acuerdo a instrucciones y normas de preparación y presentación de información financiera emitidas por la Superintendencia de Valores y Seguros descritas en Nota 2(a) a los estados financieros consolidados. 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 expresar una opinión sobre estos estados financieros consolidados a base de nuestra auditoría. Efectuamos nuestra auditoría de acuerdo con normas de auditoría generalmente aceptadas en Chile. Tales normas requieren que planifiquemos y realicemos nuestro trabajo con el objeto de lograr un razonable grado de seguridad que los estados financieros consolidados están exentos de representaciones incorrectas significativas.

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

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



Opinión sobre la base regulatoria de contabilización

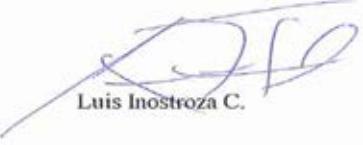
En nuestra opinión, los mencionados estados financieros consolidados presentan razonablemente, en todos sus aspectos significativos, la situación financiera de Canal 13 S.A. y filial al 31 de diciembre de 2014 y los resultados de sus operaciones y los flujos de efectivo por el año terminado en esa fecha, de acuerdo a instrucciones y normas de preparación y presentación de información financiera emitidas por la Superintendencia de Valores y Seguros descritas en Nota 2(a) a los estados financieros consolidados.

Base de contabilización

Tal como se describe en Nota 3.13 a los estados financieros consolidados, en virtud de sus atribuciones la Superintendencia de Valores y Seguros con fecha 17 de octubre de 2014 emitió Oficio Circular N°856 instruyendo a las entidades fiscalizadas, registrar en el ejercicio respectivo contra patrimonio las diferencias en activos y pasivos por concepto de impuestos diferidos que se produzcan como efecto directo del incremento en la tasa de impuestos de primera categoría introducido por la Ley N°20.780, cambiando el marco de preparación y presentación de información financiera adoptado hasta esa fecha, dado que el marco anterior (NIIF) requiere ser adoptado de manera integral, explícita y sin reservas. Al 31 de diciembre de 2014 y por el año terminado en esa fecha la cuantificación del cambio del marco contable también se describen en Nota 14 a los estados financieros consolidados. Nuestra opinión no se modifica respecto de este asunto.

Otros asuntos

Anteriormente, hemos efectuado una auditoría, de acuerdo con normas de auditoría generalmente aceptadas en Chile, a los estados financieros consolidados al 31 de diciembre de 2013 de Canal 13 S.A. y filial adjuntos, y en nuestro informe de fecha 21 de marzo de 2014 expresamos una opinión de auditoría sin modificaciones sobre tales estados financieros consolidados.



Luis Inostroza C.

KPMG Ltda.

Santiago, 27 de marzo de 2015

ESTADOS CONSOLIDADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA

ACTIVOS	NOTAS	31-12-14 M\$	31-12-13 M\$
ACTIVOS CORRIENTES:			
Efectivo y equivalentes al efectivo	6	335.093	1.005.243
Otros activos financieros	7	718.641	113.509
Otros activos no financieros	8	10.673.457	6.564.602
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	9	25.389.112	31.143.304
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas	10	5.435	7.105
Activos por impuestos corrientes	11	4.060.966	1.560.486
ACTIVOS CORRIENTES TOTALES		41.182.704	40.394.249
ACTIVOS NO CORRIENTES:			
Otros activos no financieros	8	18.882.504	22.491.725
Activos intangibles distintos de la plusvalía	12	13.479.712	16.562.860
Propiedades, planta y equipos	13	39.041.822	39.260.388
Activos por impuestos diferidos	14	8.536.239	4.547.810
Total de activos no corrientes		79.940.277	82.862.783
Total de activos		121.122.981	123.257.032

ESTADOS CONSOLIDADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA

PASIVOS	NOTAS	31-12-14 M\$	31-12-13 M\$
PASIVOS CORRIENTES:			
Otros pasivos financieros	15	7.947.389	2.197.793
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar	16	31.006.281	25.796.670
Cuentas por pagar a entidades relacionadas	10	-	2.157.548
Otras provisiones	17	1.736.750	1.184.333
Provisiones por beneficios a los empleados	18	3.545.378	2.394.064
Otros pasivos no financieros	19	1.949.315	2.295.254
Total de pasivos corrientes distintos de los pasivos incluidos en grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta		46.185.113	36.025.662
Pasivos corrientes totales		46.185.113	36.025.662
PASIVOS NO CORRIENTES:			
Otros pasivos financieros	15	21.949.864	13.434.274
Cuentas por pagar	16	13.175.196	15.915.188
Provisiones por beneficios a los empleados	18	5.827.867	5.455.147
Otros pasivos no financieros	19	3.293.251	2.908.590
Total de pasivos no corrientes		44.246.178	37.713.199
Total pasivos		90.431.291	73.738.861
PATRIMONIO:			
Capital emitido	20	42.340.775	42.340.775
Ganancias (pérdidas) acumuladas	20	(11.865.747)	7.304.358
Otras reservas	20	216.662	(126.962)
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora		30.691.690	49.518.171
Patrimonio total		30.691.690	49.518.171
Total de patrimonio y pasivos		121.122.981	123.257.032

ESTADOS CONSOLIDADOS DE RESULTADOS INTEGRALES POR FUNCIÓN

ESTADO DE RESULTADOS	NOTAS	01-01-14 31-12-14 M\$	01-01-13 31-12-13 M\$
GANANCIA (PÉRDIDA):			
Ingresos de actividades ordinarias	21	73.303.477	85.670.066
Costo de ventas		(77.489.842)	(67.347.688)
Ganancia bruta		(4.186.365)	18.322.378
Otros ingresos, por función	22	(4.145.766)	1.511.941
Gasto de administración	29	(12.711.194)	(11.429.703)
Ingresos financieros	24	1.074.922	333.507
Costos financieros	24	(773.590)	(962.029)
Diferencias de cambio	25	(2.271.383)	(364.836)
Resultados por unidades de reajuste	25	(570.969)	(121.269)
Ganancia (pérdida), antes de impuestos		(23.584.345)	7.289.989
Gasto por impuestos a las ganancias	27	3.631.420	(98.164)
Ganancia (pérdida) procedente de operaciones continuadas		(19.952.925)	7.191.825
Ganancia (pérdida)		(19.952.925)	7.191.825
GANANCIA ATRIBUIBLE A:			
Ganancia (pérdida), atribuible a los propietarios de la controladora		(19.952.925)	7.191.825
Ganancia (pérdida)	31	(19.952.925)	7.191.825
GANANCIA (PÉRDIDA) POR ACCIÓN BÁSICA:			
Ganancia (pérdida) por acción básica en operaciones continuadas	31	(94,25)	33,97

ESTADOS CONSOLIDADOS DE RESULTADOS INTEGRALES POR FUNCIÓN

ESTADO DE RESULTADOS	NOTAS	01-01-14 31-12-14 M\$	01-01-13 31-12-13 M\$
Ganancia (pérdida)		(19.952.925)	7.191.825
Componentes de otros resultados integrales antes de impuesto:			
Ganancias (pérdidas) actuariales	18	434.967	(158.703)
Otros componentes de otro resultado integral, antes de impuesto		434.967	(158.703)
IMPUESTOS A LAS GANANCIAS RELACIONADO CON COMPONENTES DE OTRO RESULTADO INTEGRAL:			
Impuesto por ganancias (pérdidas) actuariales		(91.343)	31.741
Otro resultado integral		343.624	(126.962)
Resultado integral total		(19.609.301)	7.064.863

ESTADOS CONSOLIDADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO, MÉTODO DIRECTO

FLUJOS DE EFECTIVO PROCEDENTES DE (UTILIZADOS EN) ACTIVIDADES DE OPERACIÓN:	01-01-14 31-12-14 M\$	01-01-13 31-12-13 M\$
CLASES DE COBROS POR ACTIVIDADES DE OPERACIÓN		
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	94.641.696	101.245.088
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(58.923.926)	(53.687.969)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(26.942.494)	(23.862.669)
Otros pagos por actividades de operación	(13.656.672)	(12.508.506)
Intereses pagados	(836.232)	(301.021)
Impuestos a las ganancias reembolsados (pagados)	(522.977)	(3.943.651)
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de operación	(6.240.605)	6.941.272

FLUJOS DE EFECTIVO PROCEDENTES DE (UTILIZADOS EN) ACTIVIDADES DE INVERSIÓN:		
Préstamos a entidades relacionadas	(77.059)	-
Compras de propiedades, planta y equipo	(4.933.226)	(11.245.574)
Compras de activos intangibles	-	(3.963.769)
Cobros a entidades relacionadas	78.575	13.512
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión	(4.931.710)	(15.195.831)

ESTADOS CONSOLIDADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO, MÉTODO DIRECTO

FLUJOS DE EFECTIVO PROCEDENTES DE (UTILIZADOS EN) ACTIVIDADES DE FINANCIACIÓN:	01-01-14 31-12-14 M\$	01-01-13 31-12-13 M\$
Importes procedentes de préstamos de largo plazo	8.000.000	5.387.909
Importes procedentes de préstamos de corto plazo	25.079.608	9.656.778
Total importes procedentes de préstamos	33.079.608	15.044.687
Pagos de préstamos	(19.114.379)	(8.553.081)
Pagos de pasivos por arrendamientos financieros	(1.158.133)	(876.841)
Dividendos pagados	(3.030.333)	(3.030.303)
Otras entradas (salidas) de efectivo	736.139	956.504
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación	10.512.902	3.540.966
Incremento neto (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio	(659.415)	(4.713.593)
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	(10.735)	(31.114)
Incremento (disminución) neto de efectivo y equivalentes al efectivo	(670.150)	(4.744.707)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período	1.005.243	5.749.950
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período	335.093	1.005.243

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

	CAPITAL EMITIDO	OTRAS RESERVAS VARIAS	TOTAL OTRAS RESERVAS	GANANCIAS (PÉRDIDAS) ACUMULADAS	PATRIMONIO TOTAL
Saldo inicial 01-01-2013	42.340.775	-	-	3.710.268	46.051.043
Incremento (disminución) por cambios en políticas contables	-	-	-	-	-
Incremento (disminución) por correcciones de errores	-	-	-	-	-
Saldo inicial reexpresado	42.340.775	-	-	3.710.268	46.051.043
Cambios en patrimonio	-	-	-	-	-
Resultado Integral	-	-	-	-	-
Ganancia (pérdida)	-	-	-	7.191.825	7.191.825
Otro resultado integral calculo actuarial	-	(126.962)	(126.962)	-	(126.962)
Resultado integral	-	(126.962)	(126.962)	7.191.825	7.064.863
Dividendos	-	-	-	(3.597.735)	(3.597.735)
Total de cambios en patrimonio	-	(126.962)	(126.962)	3.594.090	3.467.128
Saldo final 31-12-2013	42.340.775	(126.962)	(126.962)	7.304.358	49.518.171

NOTAS

NOTA 1

ENTIDAD QUE REPORTA

Constitución y objeto social

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

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

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

Sus accionistas son (i) Inversiones Canal 13 S.p.A titular de 211.703.871 acciones de la Sociedad, las que representan un 99,99% de las acciones emitidas, suscritas y pagadas con derecho a voto en que se encuentra dividido su capital social, y (ii) la Pontificia Universidad Católica de Chile y (iii) Inversiones TV-Medios Limitada titulares cada uno de 1 acción, equivalentes en total al 0,01% de las acciones emitidas, suscritas y pagadas con derecho a voto.

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

de las acciones emitidas, suscritas y pagadas con derecho a voto en que se encuentra dividido su capital social.

NOTA 2

BASES DE PRESENTACIÓN DE LOS ESTADOS FINANCIEROS

(a) Declaración de conformidad

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

contabilizarse en el ejercicio respectivo contra patrimonio.", cambiando, en consecuencia, el marco de preparación y presentación de información financiera adoptado hasta la fecha anterior a la emisión de dicho OC, dado que las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) requieren ser adoptadas de manera integral, explícita y sin reservas. Los estados financieros consolidados han sido preparados sobre la base del costo histórico. Los presentes estados financieros fueron aprobados por el directorio con fecha 27 de marzo de 2015.

(b) Bases de consolidación y combinación de negocios

Estos Estados Financieros Consolidados comprenden los estados financieros de la Sociedad y la Subsidiaria, los cuales incluyen los activos y pasivos al 31 de diciembre de 2014 y al 31 de diciembre de 2013, los resultados por los períodos transcurridos al 31 de diciembre de 2014 y 2013 respectivamente, flujos de efectivo y cambios en el patrimonio por los períodos terminados al 31 de diciembre de 2014 y 2013 respectivamente. Los estados financieros de la Subsidiaria son preparados para el mismo período 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.

La subsidiaria incluida en la consolidación es la siguiente:

PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN									
RUT	País	Moneda Funcional	Nombre de la Sociedad	Al 31-12-2014			Al 31-12-2013		
				Directo	Indirecto	Total	Directo	Indirecto	Total
96.810.030-0	Chile	Peso Chileno	Radiodifusión S.p.A.	100,00%	0,00%	100,00%	100,00%	0,00%	100,00%

Las combinaciones de negocios son contabilizadas utilizando el método de adquisición a la fecha de adquisición, es decir, la fecha en la que se transfiere el control a la Sociedad. El control es el poder de dirigir las políticas financieras y de operación de una entidad con el fin de obtener beneficios de sus actividades.

La Sociedad valoriza la minusvalía a la fecha de adquisición como:

- El valor razonable de la contraprestación transferida;
- El monto reconocido de cualquier participación no controladora en la empresa adquirida; más
- Si la combinación de negocios es realizada por etapas, el valor razonable de las participaciones existentes en el patrimonio de la adquirida;
- Menos el monto reconocido neto (en general, el valor razonable) de los activos adquiridos identificables y los pasivos asumidos identificables.

Cuando el exceso es negativo, una ganancia en venta en condiciones ventajosas se reconoce de inmediato en el resultado del ejercicio.

(c) Período contable

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

- Estados de Situación Financiera al 31 de diciembre de 2014 y al 31 de diciembre de 2013.
- Estados de Resultados Integrales por función por los períodos transcurridos al 31 de diciembre de 2014 y 2013 respectivamente.
- Estado de Otros Resultados Integrales por Función por los períodos transcurridos al 31 de diciembre de 2014 y 2013 respectivamente.
- Estado de Flujos de Efectivo por los períodos de seis meses transcurridos al 31 de diciembre de 2014 y 2013 respectivamente.
- Estado de Cambios en el Patrimonio: por los períodos terminados al 31 de diciembre 2014 y 2013.

(d) Bases de medición

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

(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 modificaciones de las estimaciones contables son reconocidas en el ejercicio en que la estimación es revisada y en cualquier ejercicio futuro en que se vea afectada. La información sobre juicios en la aplicación de políticas contables que tienen el efecto más importante sobre el monto reconocido en los Estados Financieros, se describe en las siguientes notas:

- Nota 8. Deterioro de programas, películas y series.
- Nota 9 y 31. Deterioro de deudores comerciales y otras cuentas por cobrar.
- Nota 12. Deterioro de Activos Intangibles de vida útil indefinida.
- Nota 13. Vida útil de propiedades, planta y equipos.
- Nota 14. Activos y pasivos por impuestos diferidos.
- Nota 18. Medición de obligación por beneficios a los empleados.

(g) Cambios contables

De acuerdo a los nuevos requerimientos de NIC 19, a partir del 1 de enero de 2013 la Sociedad reconoce todas las ganancias y pérdidas actuariales que surgen de los planes de beneficios definidos en otros resultados integrales, en patrimonio, y todos los gastos relacionados con los planes de beneficios definidos en los gastos de personal, en resultados integrales. En el período comprendido entre el 1 de enero y 31 de diciembre de 2014 no existieron cambios significativos que afecten los presentes estados financieros.

(h) Comparación de la información

La información contenida en los presentes estados financieros correspondientes al año 2013 se presenta única y exclusivamente para efectos comparativos con la información relativa al período terminado el 31 de diciembre de 2014.

NOTA 3

POLÍTICAS CONTABLES SIGNIFICATIVAS

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

3.1 TRANSACCIONES EN MONEDA EXTRANJERA Y UNIDADES REAJUSTABLES

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

En cada fecha de cierre contable, las cuentas de activos y pasivos monetarios denominadas en moneda extranjera y unidades reajustables, son convertidas al tipo de cambio vigente de la respectiva moneda o unidad de reajuste. Las diferencias de cambio originadas, tanto en la liquidación de operaciones en moneda extranjera como en la valorización de los activos y pasivos monetarios denominados en moneda extranjera, se reconocen en el resultado del ejercicio, en la cuenta diferencia de cambio.

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

Los tipos de cambio de las monedas extranjeras y unidades reajustables utilizadas por la Sociedad en la preparación de los Estados Financieros al 31 de diciembre 2014 y al 31 de diciembre de 2013 son:

MONEDA	31-12-2014	31-12-2013
Dólar estadounidense	606,75	524,61
Unidad de fomento	24.627,10	23.309,56

3.2 PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPOS

(a) Reconocimiento y medición

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

El costo de la propiedad, planta y equipos está compuesto de aquellos costos que son directamente atribuidos a la compra del bien. Estos costos incluyen costos externos e internos formados por los costos de mano de obra directa que han sido utilizados para la instalación, los consumos de materiales de bodega y también la aplicación de costos indirectos que fueron imprescindibles para adquirir el activo y dejarlo disponible para su uso.

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

(a) Reconocimiento y medición, continuación

Las ganancias y pérdidas de la venta de una partida de propiedades, planta

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

(b) Depreciación

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

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

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

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

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

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

3.3 ACTIVOS INTANGIBLES

(a) Activos intangibles distintos de la plusvalía

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

(i) Patentes y marcas registradas:

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

(ii) Licencias y software:

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

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

(iii) Concesiones de servicios televisivos y radiales:

Concesiones televisivas

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

(a) Activos intangibles distintos de la plusvalía, continuación

(iii) Concesiones de servicios televisivos y radiales, continuación:

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 cumplen las características para su capitalización.

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

(b) Desembolsos posteriores

Los desembolsos posteriores son activados solo cuando se tiene la seguridad que aumentarán los beneficios económicos futuros, relacionados con el activo específico por el cual se generaron los desembolsos. Todos los otros desembolsos, en los que se incluyen aquellos desembolsos realizados para generar internamente plusvalías y marcas, son reconocidos en los resultados cuando son incurridos.

3.4 INSTRUMENTOS FINANCIEROS

(a) Instrumentos financieros no derivados

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

(i) 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 a políticas de riesgo de cartera definidas por la Sociedad.

(a) Instrumentos financieros no derivados, continuación

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.

(ii) Efectivo:

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

(iii) Cuentas por cobrar (deudores comerciales y otras cuentas por cobrar):
Las partidas por cobrar son activos financieros con pagos fijos o determinables que no se cotizan en un mercado activo. Inicialmente se reconocen al valor razonable más cualquier costo de transacción atribuible directamente. Posterior al reconocimiento inicial se valorizan al costo amortizado utilizando el método de interés efectivo, menos las pérdidas del deterioro.

(iv) Pasivos financieros no derivados:

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

La Sociedad tiene los siguientes pasivos financieros no derivados: préstamos o créditos, acreedores comerciales y cuentas por pagar.

Estos pasivos financieros mantenidos son reconocidos inicialmente a su valor razonable más cualquier costo de transacción directamente atribuible.

(b) Instrumentos financieros derivados

Los contratos de derivados mantenidos por Canal 13 S.A. al 31 de diciembre de 2014 y 31 de diciembre 2013 corresponden a operaciones contratadas con el fin de cubrir el riesgo de tipo de cambio, que tienen como objetivo eliminar o reducir significativamente estos riesgos en las operaciones subyacentes que son objeto de cobertura. El tratamiento contable de estos instrumentos es de inversión con cambios en resultados, debido a que Canal 13 no tiene una política de cobertura de acuerdo a la NIC 39, párrafo 88.

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

3.5 INVENTARIOS

La Sociedad no tiene saldos en este rubro al 31 de diciembre 2014 y 31 de diciembre 2013.

La Sociedad tiene como política presentar las películas, series y programas en el rubro “Otros activos no financieros (corriente y no corriente)”, ya que por las características del negocio, la Sociedad no tiene como finalidad

vender estos activos, siendo éstos sólo un medio para generar sus ingresos.

3.6 OTROS ACTIVOS NO FINANCIEROS

(a) Arriendos anticipados

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

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

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

Corresponden a los derechos de la Sociedad sobre las series, programas y películas contratadas o producidas y que se encuentran pendientes de exhibir al cierre de cada período. Estos activos se encuentran valorizados al costo de adquisición, basado en los términos de cada uno de sus contratos. Para el caso de programas producidos internamente, el costo corresponde a remuneraciones, derechos de contenidos y formatos, honorarios, servicios de producción y técnicos, uso de equipos, arriendo y otros, menos amortizaciones acumuladas y posibles pérdidas por deterioro.

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

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

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

- En base a la información de las audiencias de las primeras emisiones de la programación se evidencian indicadores de deterioro de la Sociedad, o
- Experiencias pasadas para programas similares indican que existirá deterioro.

Cuando no hay experiencia pasada reciente se utiliza el criterio de los profesionales más experimentados del Canal para definir si la inversión se recuperará. Dichas estimaciones se basan en los horarios, rating estimado y competencia, entre otros.

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

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

3.7 PAGOS ANTICIPADOS

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

3.8 DETERIORO DEL VALOR DE LOS ACTIVOS

(a) Activos financieros

Los activos financieros son evaluados en cada fecha de balance para determinar 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.

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

(b) Activos no financieros

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

El cálculo es realizado periódicamente por un actuario calificado usando el método de la unidad de crédito proyectado. Cuando el cálculo genera un beneficio para la Sociedad, el activo reconocido se limita al total neto de cualquier costo por servicio anterior no reconocido y al valor presente de cualquier devolución futura proveniente del plan o de reducciones en futuras contribuciones al plan. A fin de calcular el valor presente de los beneficios económicos, se debe considerar cualquier requerimiento de financiamiento mínimo que sea aplicable a cualquier plan de la Sociedad. Un beneficio económico está disponible para la Sociedad si es realizable en la duración del plan, o a la liquidación de las obligaciones del plan. Cuando se mejoran los beneficios de un plan, la porción del beneficio mejorado que tiene relación con servicios pasados realizados por empleados es reconocida en resultados 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.

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

planes de beneficios definidos en los gastos de personal en resultados integrales.

(b) Beneficios a los empleados, corrientes

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

3.10 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 de devengado, es decir, al perfeccionarse el derecho a percibir una retribución.

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

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

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

Los ingresos por servicios de producción o alquiler de bienes muebles o inmuebles son reflejados en el período en que se da el servicio.

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

3.12 COSTOS FINANCIEROS

Los costos financieros pueden estar compuestos por intereses de préstamos o financiamientos, pérdidas por deterioro reconocidas en los activos

financieros y pérdidas en instrumentos de cobertura que son reconocidas en resultados. Adicionalmente se incorpora el costo financiero del cálculo actuarial de la provisión por beneficios post-empleo y el costo financiero por la tasa de descuento de la deuda a largo plazo.

3.13 IMPUESTOS A LAS GANANCIAS Y ACTIVOS Y PASIVOS POR IMPUESTOS DIFERIDOS

El resultado por impuesto a las ganancias del ejercicio, resulta de la aplicación de la tasa de impuesto sobre la base imponible del período, una vez aplicadas las deducciones que tributariamente son aceptadas, más la variación de los activos y pasivos por impuestos diferidos y créditos tributarios, tanto por pérdidas tributarias como por deducciones. El gasto por impuesto a las ganancias es reconocido en resultados excepto en el caso que esté relacionado con partidas reconocidas directamente en el patrimonio, en cuyo caso se reconoce en patrimonio.

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

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

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

Las rebajas que se puedan aplicar al monto determinado como pasivo por impuesto corriente, se imputan en resultados como un abono al rubro impuestos a las ganancias, salvo que existan dudas sobre su realización tributaria, en cuyo caso no se reconocen hasta su materialización efectiva. En cada cierre contable se revisan los impuestos diferidos registrados, tanto activos como pasivos, con el objeto de comprobar que se mantienen vigentes, efectuándose las oportunas correcciones a los mismos de acuerdo con el resultado del citado análisis.

Impuesto a la Renta

El 29 septiembre de 2014, fue promulgada la Ley de Reforma Tributaria, la cual entre otros aspectos, define el régimen tributario por defecto que le aplica

a la sociedad, la tasa de impuesto de primera categoría que por defecto se aplicarán en forma gradual a las empresas entre 2014 y 2018 y permite que las sociedades puedan además optar por uno de los dos regímenes tributarios establecidos como Atribuido o Parcialmente Integrado, quedando afectos a diferentes tasas de impuestos a partir del año 2017.

El régimen Atribuido aplica a los empresarios individuales, empresas individuales de responsabilidad limitada, comunidades y sociedades de personas cuando éstas últimas estén formadas exclusivamente por personas naturales domiciliadas y residentes en Chile; y el régimen Parcialmente Integrado, aplica al resto de los contribuyentes, tales como sociedades anónimas abiertas y cerradas, sociedades por acciones o sociedades de personas cuyos socios no sean exclusivamente personas naturales domiciliadas o residentes en Chile.

Asimismo, la Sociedad podrá optar al cambio de régimen, distinto del régimen por defecto dentro de los tres últimos meses del año comercial anterior (2016), mediante la aprobación de junta extraordinaria de accionistas, con un quórum de a lo menos dos tercios de las acciones emitidas con derecho a voto y se hará efectiva presentando la declaración suscrita por la sociedad, acompañada del acta reducida a escritura pública suscrita por la sociedad. En los casos de Sociedades de personas y sociedades por acciones, Comunidades, empresarios individuales, las empresas individuales de responsabilidad limitada y los contribuyentes del artículo 58, número 1º de la Ley de Impuestos deben adaptar este párrafo conforme a lo indicado en la Carta de Práctica Profesional 04 - 2014 en la Intranet de DPP. La Sociedad deberá mantenerse en el régimen de tributación que les corresponda, durante a lo menos cinco años comerciales consecutivos. Transcurrido dicho período, podrá cambiarse de régimen, debiendo mantener el nuevo régimen a los menos durante cinco años consecutivos.

Impuestos Diferidos

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

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

3.14 COSTO DE VENTAS

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

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

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

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

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

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

3.15 NUEVAS NORMAS E INTERPRETACIONES EMITIDAS

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

a) Nuevos pronunciamientos contables:

Las siguientes nuevas normas e interpretaciones han sido adoptadas en los estados financieros:

La aplicación de estas nuevas Normas Internacionales de Información Financiera no ha tenido impacto significativo en las políticas contables del Grupo y en los montos reportados en estos Estados Financieros Consolidados, sin embargo, podrían afectar la contabilización de futuras transacciones o acuerdos.

b) Las siguientes nuevas Normas, Enmiendas e interpretaciones han sido emitidas pero su fecha de aplicación aún no está vigente:

NUEVAS NIIF Y EN ENMIENDAS	FECHA DE APLICACIÓN OBLIGATORIA
NIC 36, Deterioro de Valor de Activos – Revelación de Valor Recuperable para Activos No Financieros	Períodos anuales iniciados en, o después del 1 de enero de 2014.
NIC 39, Instrumentos Financieros – Reconocimiento y Medición – Novación de Derivados y Continuación de Contabilidad de Cobertura	Períodos anuales iniciados en, o después del 1 de enero de 2014.
NIC 27, Estados Financieros Separados, NIIF 10, Estados Financieros Consolidados y NIIF 12, Revelaciones de Participaciones en Otras Entidades. Todas estas modificaciones aplicables a Entidades de Inversión, estableciendo una excepción de tratamiento contable y eliminando el requerimiento de consolidación.	Períodos anuales iniciados en o después del 1 de enero de 2014.
NIC 32, Instrumentos Financieros – Presentación: La Modificación se centró en cuatro principales áreas: el significado de "actualmente tiene un derecho legal de compensación", la aplicación y liquidación de la realización simultánea, la compensación de los montos de garantías y la unidad de cuenta para la aplicación de los requisitos de compensación.	Períodos anuales iniciados en o después del 1 de Enero de 2014.
Nuevas Interpretaciones	
CINIIF 21, Gravámenes	Períodos anuales iniciados en o después del 1 de Enero de 2014. Se permite adopción anticipada.

La Administración de la Sociedad estima que la futura adopción de las Normas e Interpretaciones antes descritas no tendrá un impacto significativo en los estados financieros consolidados del Grupo. El Grupo no planea adoptar estas normas anticipadamente.

La Administración de la Sociedad estima que la futura adopción de las Normas e Interpretaciones antes descritas no tendrá un impacto significativo en los estados financieros consolidados de la Sociedad.

NUEVAS NIIF	FECHA DE APLICACIÓN OBLIGATORIA
NIIF 9, Instrumentos Financieros	Períodos anuales que comienzan en o después del 1 de enero de 2018. Se permite adopción anticipada.
NIIF 14 Cuentas Regulatorias Diferidas	Períodos anuales que comienzan en o después del 1 de enero de 2016. Se permite adopción anticipada.
NIIF 15 Ingresos de Contratos con Clientes	Períodos anuales que comienzan en o después del 1 de enero de 2017. Se permite adopción anticipada.
Enmiendas a NIIFs	
NIC 19, Beneficios a los empleados – contribuciones de empleados	Períodos anuales iniciados en o después del 1 de julio de 2014 (01 de enero de 2015). Se permite adopción anticipada.
NIIF 11, Acuerdos Conjuntos: Contabilización de Adquisiciones de Participaciones en Operaciones Conjuntas	Períodos anuales que comienzan en o después del 1 de enero de 2016. Se permite adopción anticipada.
NIC 16, Propiedad, Planta y Equipo, y NIC 38, Activos Intangibles: Clarificación de los métodos aceptables de Depreciación y Amortización.	Períodos anuales que comienzan en o después del 1 de enero de 2016. Se permite adopción anticipada.
NIIF 10, Estados Financieros Consolidados, y NIC 28, Inversiones en Asociadas y Negocios Conjuntos: Transferencia o contribución de activos entre un inversionista y su asociada o negocio conjunto.	Períodos anuales que comienzan en o después del 1 de enero de 2016. Se permite adopción anticipada.
NIC 41, Agricultura, y NIC 16, Propiedad, Planta y Equipo: Plantas que producen frutos.	Períodos anuales que comienzan en o después del 1 de enero de 2016. Se permite adopción anticipada.
NIC 27, Estados Financieros Separados, Método del Patrimonio en los Estados Financieros Separados.	Períodos anuales que comienzan en o después del 1 de enero de 2016. Se permite adopción anticipada.

NOTA 4

Administración de riesgo financiero

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

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

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

- Riesgo regulatorios.
- Riesgo de competencia.

En esta nota se presenta información respecto de la exposición de la Sociedad a cada uno de los riesgos mencionados, así como de los objetivos, las políticas y los procedimientos de la Sociedad para medir y administrar

el riesgo y la administración del capital por parte de la Sociedad.

Marco de administración de riesgo

El Directorio es el responsable de establecer la estrategia y el marco general en que se desenvuelve la administración de riesgos de la Sociedad y la Subsidiaria, con el objetivo de minimizar potenciales efectos adversos.

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

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

Riesgo de crédito

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

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

Se suma a esto una política de créditos definida con la cual permanentemente se está evaluando el comportamiento de los clientes y su condición financiera al momento de realizar una nueva venta.

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

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

Para el caso de otros activos financieros, tales como efectivos y equivalentes de efectivo, la Sociedad trabaja con bancos de alto prestigio de la plaza y administra sus excedentes en instrumentos de alta liquidez como fondos mutuos y depósitos de muy corto plazo, los cuales son siempre a tasa fija.

Riesgo de liquidez

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

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

La política de liquidez que mantiene la Sociedad consiste en gestionar eficientemente el capital de trabajo, y para ello se realiza lo siguiente: controlar exhaustivamente la cartera de clientes y colocar los excedentes de caja en instrumentos financieros de tasa fija, que sean líquidos y solventes.

La Sociedad administra sus compromisos con flujos de caja que revisa semanalmente. Con esta herramienta puede administrar los pagos y déficit de capital de trabajo.

Para hacer frente a cualquier imprevisto la Sociedad ha mantenido líneas de crédito pre-aprobadas durante el período por M\$12.500.000 aproximadamente en distintas instituciones financieras. Al 31 de diciembre de 2014, se encuentran utilizadas las líneas de crédito por M\$7.101.289, quedando un saldo disponible de M\$5.398.711.

RIESGO DE MERCADO

(i) Riesgo de tipo de cambio:

El riesgo de tipo de cambio es aquel relacionado a exposiciones en monedas distintas a la moneda funcional. La Sociedad tiene activos y pasivos en moneda extranjera producto de la adquisición de material filmico e

inversiones en equipos. La Sociedad contrata instrumentos derivados con el fin de minimizar la exposición al riesgo de tipo de cambio.

(ii) Riesgo de tasa de interés:

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

Las obligaciones de corto plazo de la Sociedad que están sujetas a riesgo de tasa de interés corresponden a líneas de crédito, cuyas tasas son de mercado al momento que las utiliza.

En el caso de las obligaciones financieras de largo plazo que están sujetas de riesgo de tasa de interés, éstas corresponden a dos préstamos definidos a una tasa variable.

Los préstamos bancarios tienen tasa variable pero con una estructura en la cual el impacto que podría tener una variación de las tasas sobre los gastos financieros no es significativo. Esta deuda ha sido contratada con condiciones de salida favorables a la Sociedad.

(iii) Riesgo de inflación:

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

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

OTROS RIESGOS NO FINANCIEROS

(i) Riesgos regulatorios:

a) Regulación General

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

b) Regulación Televisión Digital

La ley 20.750 fue publicada en el Diario Oficial el pasado 29 de mayo 2014, con inicio de vigencia a contar de la misma fecha mencionada precedentemente,

estableciendo un marco regulatorio para la implementación de la televisión digital terrestre en nuestro país, el cual representa el cambio tecnológico más relevante en la industria en los últimos 30 años, posibilitando, en la práctica, la transmisión en HD (alta definición) y para dispositivos móviles.

En este contexto, junto con el proceso de digitalización, la ley establece un plazo de 5 años para el apagón analógico, a partir de la publicación del Plan de Radiodifusión Televisiva, que aún se encuentra en etapa de elaboración.

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

Otros riesgos no financieros, continuación

- a) Identificación de activos fijos que deben ser depreciados en un plazo de 5 años, los cuales se computarán a contar de la aprobación del Plan de Radiodifusión Televisiva, debido a que no cumplen con las especificaciones técnicas establecidas por esta ley. Dado lo anterior, la compañía deberá realizar inversiones adicionales en activos fijos que cumplan y garanticen una óptima transmisión en HD (alta definición)
- b) Modificación del régimen de vigencia de las concesiones televisivas, estableciendo un plazo definido de 20 años y con régimen de renovación preferente bajo el contexto que el concesionario iguale a la mejor propuesta técnica que garantice una óptima transmisión.

Lo anterior, se encuentra sujeto a revisión por parte de Canal 13 S.A. a la espera de la definición del marco regulatorio técnico, que corresponde al Plan de Radiodifusión Televisiva, cuyas disposiciones podrían ajustar los efectos evaluados a la fecha de emisión de estos estados financieros consolidados.

(ii) Riesgo de competencia:

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

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

NOTA 5

Información financiera por segmentos

La Sociedad posee sistemas de control de gestión, que permiten disponer de información financiera separada con niveles de desagregación para la toma de

decisiones en materia de asignación de recursos y evaluación de desempeño.

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

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

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

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

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

La información relativa a cada uno de los segmentos al 31 de diciembre de 2014, 31 de diciembre de 2013 es la siguiente:

INFORMACIÓN GENERAL SOBRE RESULTADOS, ACTIVOS Y PASIVOS AL 31.12.2014 EN M\$	DESCRIPCIÓN DEL SEGMENTO			
	Televisión e internet	Otros explotación	Eliminaciones	Total
Ingresos de las actividades ordinarias	70.286.395	3.872.554	(855.472)	73.303.477
Costos de actividades ordinarias	(75.376.788)	(2.317.638)	204.584	(77.489.842)
Ganancia (pérdida) del segmento	(5.090.393)	1.554.916	(650.888)	(4.186.365)
Gastos de administración	(12.553.914)	(808.168)	650.888	(12.711.194)
Ganancia (pérdida) operacional	(17.644.307)	746.748	-	(16.897.559)
Otros ingresos (egresos), por función	228.328	(3.074.094)	-	(2.845.766)
Costos financieros, neto	550.296	(248.964)	-	301.332
Diferencia de cambio y resultados por unidades de reajustes	(2.318.094)	(524.258)	-	(2.842.352)
Gastos (ingreso) sobre impuesto a la renta	850.956	1.480.464	-	2.331.420
Ganancia (pérdida) total	(18.332.821)	(1.620.104)	-	(19.952.925)
Activos	104.269.631	16.853.350	-	121.122.981
Activos deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	23.702.028	1.687.084	-	25.389.112
Pasivos	77.560.204	12.871.087	-	90.431.291
Otros pasivos no financieros	5.112.385	130.181	-	5.242.566
Patrimonio	30.691.690	-	-	30.691.690
Patrimonio y pasivos	108.251.894	12.871.087	-	121.122.981
Flujo de efectivo de actividades de operación	(6.339.944)	99.339	-	(6.240.605)
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(5.188.264)	6.554	250.000	(4.931.710)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	10.757.891	5.010	(250.000)	10.512.901

INFORMACIÓN GENERAL SOBRE RESULTADOS, ACTIVOS Y PASIVOS AL 31.12.2013 EN M\$	DESCRIPCIÓN DEL SEGMENTO			
	Televisión e internet	Otros explotación	Eliminaciones	Total
Ingresos de las actividades ordinarias	76.200.503	9.974.499	(504.936)	85.670.066
Costos de actividades ordinarias	(61.756.049)	(5.634.827)	43.188	(67.347.688)
Ganancia (pérdida) del segmento	14.444.454	4.339.672	(461.748)	18.322.378
Gastos de administración	(11.045.503)	(845.948)	461.748	(11.429.703)
Ganancia (pérdida) operacional	3.398.951	3.493.724	-	6.892.675
Otros ingresos, por función	334.832	1.288.909	-	1.623.741
Otras ganancias (pérdidas), netas	(111.800)	-	-	(111.800)
Costos financieros, netos	(228.475)	(400.047)	-	(628.522)
Diferencia de cambio y resultados por unidades de reajustes	(309.976)	(176.129)	-	(486.105)
Gastos (ingreso) sobre impuesto a la renta	(15.115)	(83.049)	-	(98.164)
Ganancia (pérdida) total	3.068.417	4.123.408	-	7.191.825
Activos	106.741.366	16.515.666	-	123.257.032
Activos deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	25.124.875	6.018.429	-	31.143.304
Pasivos	60.922.642	12.816.219	-	73.738.861
Otros pasivos no financieros	2.204.887	2.998.957	-	5.203.844
Patrimonio	49.518.171	-	-	49.518.171
Patrimonio y pasivos	110.440.813	12.816.219	-	123.257.032
Flujo de efectivo de actividades de operación	487.565	6.453.707	-	6.941.272
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(11.232.062)	(3.963.769)	-	(15.195.831)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	3.540.966	-	-	3.540.966

Los ejercicios al 31 de diciembre de 2014 y 2013 no se han visto afectados por discontinuación de algún tipo de operaciones.

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

Las actividades antes descritas se desarrollan principalmente en Chile.

Principales clientes por segmento:

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

Segmentos por área geográfica:

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

NOTA 6

Efectivo y equivalentes al efectivo

La composición de las partidas que integran el saldo de efectivo y equivalentes de efectivo al 31 de diciembre de 2014 y 31 de diciembre 2013 es la siguiente:

	31-12-14 M\$	31-12-13 M\$
Efectivo en caja	72.203	91.630
Saldos en bancos	262.890	913.613
Totales	335.093	1.005.243

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.

NOTA 7

Otros activos financieros, corrientes

La composición del rubro al 31 de diciembre de 2014 y al 31 de diciembre 2013 es la siguiente:

	31-12-14 M\$	31-12-13 M\$
Derechos por forward	12.248.048	1.575.161
Obligaciones por forward	(11.529.407)	(1.461.652)
Totales	718.641	113.509

Efecto contratos forward de moneda para cobertura de flujo de efectivo por efecto de deuda en moneda extranjera los contratos estratificados por vencimiento se presentan a continuación:

2014 OTROS ACTIVOS FINANCIEROS, CORRIENTES	HASTA 90 DÍAS M\$	MÁS 90 DÍAS MENOS DE 180 DÍAS M\$	MÁS DE 180 DÍAS MENOS DE 1 AÑO M\$	TOTAL M\$
Derechos por forward	3.659.837	3.683.917	4.904.293	12.248.047
Obligaciones por forward	(3.458.032)	(3.410.688)	(4.660.686)	(11.529.406)
Totales	201.805	273.229	243.607	718.641

2013 OTROS ACTIVOS FINANCIEROS, CORRIENTES	HASTA 90 DÍAS M\$	MÁS 90 DÍAS MENOS DE 180 DÍAS M\$	MÁS DE 180 DÍAS MENOS DE 1 AÑO M\$	TOTAL M\$
Derechos por forward	1.575.192	-	-	1.575.192
Obligaciones por forward	(1.461.683)	-	-	(1.461.683)
Totales	113.509	-	-	113.509

NOTA 8

Otros activos no financieros

Los siguientes conceptos se clasifican en este rubro al 31 de diciembre de 2014 y 31 de diciembre 2013.

(a) Corrientes

2013 OTROS ACTIVOS FINANCIEROS, CORRIENTES	31-12-14 M\$	31-12-13 M\$
Gastos de publicidad	143.855	91.274
Arriendos anticipados (1)	40.360	41.110
Otros gastos anticipados	168	1.503
Películas y series contratadas y programas producidos (2)	10.489.074	6.430.715
Totales	10.673.457	6.564.602

(1) Corresponde al arriendo de los estacionamientos que fueron construidos por la Pontificia Universidad Católica de Chile en propiedades de la Municipalidad de Providencia. La propiedad fue entregada en usufructo (como intercambio de los costos de construcción) por 50 años y expira el año 2046. Dicho contrato fue trasferido como espejo del contrato de origen con un canon de arriendo mensual, el cual fue pagado en forma anticipada por Canal 13 S.A. El contrato es tratado como un arriendo operativo y se reconoce en resultados bajo el método lineal durante el período de arrendamiento.

(2) Las películas y series contratadas y programas producidos por los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2014 y el 31 de diciembre 2013 se detallan a continuación:

OTROS ACTIVOS NO FINANCIEROS	PELÍCULAS Y SERIES CONTRATADAS	PROGRAMAS PRODUCIDOS	TOTAL PELÍCULAS Y SERIES CONTRATADAS Y PROGRAMAS PRODUCIDOS
Saldo al 1 de enero 2013	1.867.185	3.042.143	4.909.328
Adquisiciones	10.751.179	56.595.241	67.346.420
Traspaso a otros activos no financieros, no corriente	(7.003.073)	(7.796.248)	(14.799.321)
Traspaso desde otros activos no financieros, no corriente	-	1.820.468	1.820.468
Costos de exhibición	(5.315.142)	(47.509.725)	(52.824.867)
Deterioro	-	(21.313)	(21.313)
Saldo al 31 de diciembre 2013	300.149	6.130.566	6.430.715
Saldo al 1 de enero 2014	300.149	6.130.566	6.430.715
Adquisiciones	686.912	54.717.288	55.404.200
Traspaso desde otros activos no financieros, no corriente	5.785.699	179.884	5.965.583
Costos de exhibición	(6.382.575)	(53.323.541)	(59.706.116)
Deterioro	(16.280)	-	(16.280)
Reverso de deterioro	-	2.410.972	2.410.972
Saldo al 31 de diciembre 2014	373.905	10.115.169	10.489.074

Los costos de exhibición de las películas y series contratadas y programas producidos al 31 de diciembre de 2014 y 31 de diciembre de 2013 son M\$59.706.116 y M\$52.824.867 respectivamente.

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

(b) No corrientes

	31-12-14 M\$	31-12-13 M\$
Arriendos anticipados (1)	1.260.398	1.195.903
Gastos anticipados	262.888	-
Películas y series contratadas y programas producidos (2)	17.359.218	21.295.822
Totales	18.882.504	22.491.725

(1) Corresponde al arriendo de los estacionamientos que fueron construidos por la Pontificia Universidad Católica de Chile en propiedades de la Municipalidad de Providencia. La propiedad fue entregada en usufructo (como intercambio de los costos de construcción) por 50 años y expira el año 2046. Dicho contrato fue trasferido como espejo del contrato de origen con un canon de arriendo mensual, el cual fue pagado en forma anticipada por Canal 13 S.A. El contrato es tratado como un arriendo operativo y se reconoce en resultados bajo el método lineal durante el período de arrendamiento.

(2) Las películas y series contratadas y programas producidos por los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2014 y 31 de diciembre de 2013 se detallan a continuación:

OTROS ACTIVOS NO FINANCIEROS	PELÍCULAS Y SERIES CONTRATADAS	PROGRAMAS PRODUCIDOS	TOTAL PELÍCULAS Y SERIES CONTRATADAS Y PROGRAMAS PRODUCIDOS
Saldo al 1 de enero 2013	4.783.864	4.539.470	9.323.334
Traspaso desde otros activos no financieros corrientes	7.003.073	7.796.248	14.799.321
Traspaso a otros activos no financieros corrientes	-	(1.820.469)	(1.820.469)
Deterioro	(131.064)	(1.964.300)	(2.095.364)
Traspaso deterioro a otros activos no financieros corrientes	-	1.089.000	1.089.000
Saldo al 31 de diciembre 2013	11.655.873	9.639.949	21.295.822
Saldo al 1 de enero 2014	11.655.873	9.639.949	21.295.822
Adquisiciones	2.309.496	18.846	2.328.342
Traspaso a otros activos no financieros corrientes	(5.785.699)	(179.884)	(5.965.583)
Deterioro	(126.097)	(173.266)	(299.363)
Saldo al 31 de diciembre 2014	8.053.573	9.305.645	17.359.218

NOTA 9

Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar

La composición del rubro al 31 de diciembre de 2014 y al 31 de diciembre 2013, es la siguiente:

	31-12-14 M\$	31-12-13 M\$
Clientes nacionales	25.003.423	30.581.681
Documentos en cartera	179.665	98.914
Cuentas corrientes del personal	156.435	344.769
Otras cuentas por cobrar	49.589	117.940
Totales	25.389.112	31.143.304

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

	31-12-14 M\$	31-12-13 M\$
Nacional	25.375.524	31.126.637
Extranjeros	13.588	16.667
Totales	25.389.112	31.143.304

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

	31-12-14 M\$	31-12-13 M\$
Televisión abierta e internet	22.459.996	24.662.166
Otros explotación (a)	2.723.092	6.018.429
Cuentas por cobrar al personal	156.435	344.769
Deudores varios	49.589	117.940
Totales	25.389.112	31.143.304

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

(c) Pérdidas por deterioro

La antigüedad de las partidas por cobrar es la siguiente:

	31-12-14 M\$	31-12-13 M\$
Vigentes	20.653.771	17.274.243
0 - 30 días	3.356.317	9.303.577
31 - 180 días	1.312.001	4.956.023
181 días - 1 año	181.951	235.596
Totales	25.504.040	31.769.439
Deterioro	(114.928)	(626.135)
Totales	25.389.112	31.143.304

Asignación por segmento del deterioro:

	31-12-14 M\$	31-12-13 M\$
Televisión abierta e internet	(92.383)	(503.310)
Otros explotación	(22.545)	(122.825)
Totales	(114.928)	(626.135)

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

	31-12-14 M\$	31-12-13 M\$
Balance inicial	(626.135)	(557.226)
Incremento del periodo	(72.689)	(148.214)
Reversos del periodo	583.896	79.305
Balance al cierre del período	(114.928)	(626.135)

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

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

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

NOTA 10

Saldos y transacciones con entidades relacionadas

Los saldos de cuentas por cobrar y por pagar a empresas relacionadas al 31 de diciembre de 2014 y 31 de diciembre 2013 son los siguientes:

(a) Cuentas por cobrar a partes relacionadas

RUT	SOCIEDAD	ORIGEN	RELACIÓN	MONEDA	2014 M\$	2013 M\$
81.698.900-0	Pontificia Universidad Católica	Chile	Accionista	Pesos	5.435	7.105
Totales					5.435	7.105

(b) Cuentas por pagar a partes relacionadas

RUT	SOCIEDAD	ORIGEN	RELACIÓN	MONEDA	2014 M\$	2013 M\$
76.131.468-8	Inv. Canal 13 S.p.A.	Chile	Accionista	Pesos	-	2.157.548
Totales					-	2.157.548

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

mínimo a sus accionistas a lo menos el 30% de las utilidades líquidas de cada ejercicio repartida en una monto fijo por acción.

(b.1) No existen saldos por pagar con empresas relacionadas al 31 de diciembre 2014

(b.2) Las cuentas por pagar corresponden a la provisión de dividendos de acuerdo a lo establecido en artículo N°79 de la Ley 18.046 de Sociedades Anónimas de Chile, la cual señala que salvo acuerdo en contrario adoptado en la junta respectiva, por la unanimidad de las acciones emitidas, las sociedades anónimas están obligadas a distribuir anualmente como dividendo

(c) Transacciones con partes relacionadas

RUT	Sociedad	Naturaleza de la relación	Descripción de la transacción	31.12.2014		31.12.2013	
				Monto Transacción	Efecto Resultado	Monto Transacción	Efecto Resultado
76003431-2	Aguas CCU-Nestlé Chile S.A.	Acc y/o direc. Comunes	Venta de servicios	229.398.453	229.398.453	323.129.024	323.129.024
78105460-7	Alimentos Nutrabien S.A.	Acc y/o direc. Comunes	Venta de servicios	3.639.972	3.639.972	-	-
97004000-5	Banco de Chile	Acc y/o direc. Comunes	Venta de servicios	1.143.160.620	1.143.160.620	675.920.224	675.920.224
88586400-7	Cervecería CCU Chile Ltda.	Acc y/o direc. Comunes	Venta de servicios	1.016.677.428	1.016.677.428	1.452.526.150	1.452.526.150
99586280-8	Compañía Pisquera de Chile S.A.	Acc y/o direc. Comunes	Venta de servicios	236.080.659	236.080.659	472.614.674	472.614.674
99501760-1	Embotelladoras Chilenas Unidas S.A.	Acc y/o direc. Comunes	Venta de servicios	1.418.211.033	1.418.211.033	2.127.942.386	2.127.942.386
92011000-2	ENEX S.A.	Acc y/o direc. Comunes	Venta de servicios	167.803.234	167.803.234	182.482.078	182.482.078
96716200-0	Inversiones El Norte y El Rosal S.A.	Acc y/o direc. Comunes	Venta de servicios	23.025.000	23.025.000	-	-
96689310-9	Transbank S.A.	Acc y/o direc. Comunes	Venta de servicios	466.989.592	466.989.592	1.062.410.728	1.062.410.728
91041000-8	Vía San Pedro S.A.	Acc y/o direc. Comunes	Venta de servicios	121.472.908	121.472.908	283.662.787	283.662.787
81698900-0	PONTIFICIA U.CATOLICA DE CHILE	Acc y/o direc. Comunes	Venta de servicios	76.545.106	76.545.106	222.788.306	222.788.306
72754700-2	FUND. INSTITUTO PROF. DUOC	Acc y/o direc. Comunes	Venta de servicios	178.579.887	178.579.887	213.255.206	213.255.206
81.698.900-0	Pontificia Universidad Católica	Acc y/o direc. Comunes	Traspaso de fondo	13.512	13.512	13.512	13.512
76.131.468-8	Inversiones Canal 13 SpA	Acc y/o direc. Comunes	Dividendo	(3.030.333)	(3.030.303)	(3.030.333)	(3.030.303)

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

(c.1) El pago efectivo de dividendos fue realizado en el mes de mayo 2014 por M\$3.030.333, no obstante, el monto provisionado al 31 de diciembre 2013 fue de M\$2.157.548 lo que generó una disminución en utilidades retenidas durante el 2014 por la suma de M\$872.786.

(d) Transacciones con personal clave de la Gerencia

La Sociedad es administrada por un Directorio compuesto por once miembros reelegibles. El Directorio durará un período de tres años al final del cual deberá renovarse totalmente, pudiendo sus miembros ser reelegidos indefinidamente.

La estructura ejecutiva interna está liderada por el Gerente General, también denominado Director Ejecutivo. La Compañía está compuesta además por 11 gerencias, 5 de las cuales históricamente se han denominado direcciones, todas con dependencia directa del Director Ejecutivo.

Adicionalmente, la Sociedad cuenta con un Departamento de Contraloría, el cual reporta al Directorio.

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	13	2	15
Profesionales y técnicos	761	40	801
Trabajadores	345	2	347
Total general	1.119	44	1.163

1.1 REMUNERACIÓN DEL DIRECTORIO

De acuerdo a lo dispuesto por la junta de accionistas, los directores reciben un honorario o dieta variable según la cantidad de sesiones a las que asistan mensualmente. La dieta percibida por los directores al 31 de diciembre 2014 y 2013 asciende a un monto de M\$204.464 y M\$329.458, respectivamente.

La Sociedad sostuvo relaciones comerciales a valor de mercado con otras sociedades relacionadas (Grupo Quiñenco) con el ex director Andró-nico Luksic Craig. Adicionalmente, el director Marcelo Von Chrismar Werth recibió un total de M\$5.000 y M\$12.000 por asesoría a la Compañía en los períodos terminados al 31 de diciembre de 2014 y 2013.

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

1.2 REMUNERACIÓN DE LOS EJECUTIVOS

Los ejecutivos principales de la Compañía recibieron como remuneración u honorarios la suma total de M\$ 2.619.395 y M\$2.344.436 al 31 de diciembre de 2014 y 31 de diciembre de 2013, respectivamente. Las indemnizaciones por años de servicio pagadas a los ejecutivos (incluyendo el feriado proporcional) ascendieron a suma de M\$112.255 al 31 de diciembre de 2013 y a la suma de M\$ 620.270 al 31 de diciembre de 2014.

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

NOTA 11

(a) Cuentas por cobrar por impuestos corrientes

	31-12-2014	31-12-2013
Impuesto a la renta	-	(1.172.226)
Pagos provisionales mensuales	2.760.966	2.732.712
Sub total	2.760.966	1.560.486
PPUA	1.300.000	-
Totales	4.060.966	1.560.486

NOTA 12**Activos intangibles distintos de la plusvalía**

El detalle de los activos intangibles por los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2014 y al 31 de diciembre 2013 es el siguiente:

Activos intangibles	Software	Marcas registradas	Servicios radiales (*) y televisivos	Total
	M\$	M\$	M\$	M\$
Saldo al 1 de enero de 2013	112.700	100.000	7.041.594	7.254.294
Adquisiciones	200.482	-	-	200.482
Adquisiciones a través de combinación de negocio	-	572.579	8.605.517	9.178.096
Amortización del período	(70.012)	-	-	(70.012)
Saldo al 31 de diciembre de 2013	243.170	672.579	15.647.111	16.562.860
Saldo al 1 de enero de 2014	243.170	672.579	15.647.111	16.562.860
Efecto prueba de deterioro (**)	-	-	(3.074.094)	(3.074.094)
Amortización del período	(9.054)	-	-	(9.054)
Saldo al 30 de junio de 2014	234.116	672.579	12.573.017	13.479.712

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

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

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

Play y Sonar, quedando de esta manera Radiodifusión SpA como titular de todas las concesiones de radiodifusión sonora de la Sociedad.

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

- (a) Presupuesto aprobado por el Directorio para el año 2015 (NIC 36.33 (b)).
- (b) Proyección de 5 años (2015 al 2019), tomando el último año a perpetuidad.
- (c) Al cierre 2014, se puso fin al proyecto Radio TopFM, creando una nueva radio de perfil informativo denominada Tele13Radio (el presupuesto 2015 considera este efecto).
- (d) Se consideró factores de crecimiento asociadas a las unidades de negocio, además del plan de inversiones proyectado para el período bajo análisis.
- (e) Se determinó tasa de costo de capital con parámetros vigentes al 31 de diciembre 2014.

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

NOTA 13**Propiedades, planta y equipos**

El detalle de las propiedades, plantas y equipos al 31 de diciembre de 2014 y al 31 de diciembre 2013, es el siguiente:

(a) 31 de diciembre de 2014**(i) NIC 16: Reconciliación de cambios en propiedades, plantas y equipos por clases valor bruto:**

	CONSTRUCCIÓN EN CURSO	TERRENOS	EDIFICIOS	PLANTA Y EQUIPOS	INSTALACIONES FIJAS Y ACCESORIAS	VEHÍCULOS DE MOTOR	OTRAS PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO	TOTAL PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO
Saldo inicial al 1 de enero de 2014	1.851.772	8.564.498	17.644.445	18.131.825	234.502	223.104	3.214.755	49.864.901
Adquisiciones (*)	3.576.404	4.110.428	-	3.044.351	1.347.530	-	-	12.078.713
Traspaso de proyectos	(5.174.196)	(2.425.153)	(1.781.398)	4.385.482	-	-	(2.017.499)	(7.012.764)
Deterioro de activos	-	-	-	(9.362)	-	-	-	(9.362)
Ventas	-	-	-	-	-	(17.647)	-	(17.647)
Bajas	-	-	-	-	-	-	(384.812)	(384.812)
Saldo final al 31 de diciembre de 2014	253.980	10.249.773	15.863.047	25.552.296	1.582.032	205.457	812.444	54.519.029

(*) De la clasificación adquisiciones al 31 de diciembre 2014 M\$4.110.428 corresponden a la propiedad adquirida a Chilevisión S.A. en el año 2013 los detalles de la operación se encuentran en Nota 13 (g) "Arrendamientos financieros".

(ii) NIC 16: Reconciliación de depreciación y pérdidas por deterioro:

	CONSTRUCCIÓN EN CURSO	TERRENOS	EDIFICIOS	PLANTA Y EQUIPOS	INSTALACIONES FIJAS Y ACCESORIAS	VEHÍCULOS DE MOTOR	OTRAS PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO	TOTAL PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO
Saldo inicial al 1 de enero de 2014	-	-	(1.557.116)	(6.473.210)	(131.590)	(169.615)	(2.272.982)	(10.604.513)
Gastos por depreciación	-	-	(1.061.173)	(3.039.181)	(86.304)	(11.919)	(914.725)	(5.113.302)
Ventas	-	-	-	-	-	7.249	-	7.249
Bajas	-	-	-	-	-	-	233.359	233.359
Saldo final al 31 de diciembre de 2014	-	-	(2.618.289)	(9.512.391)	(217.894)	(174.285)	(2.954.348)	(15.477.207)

(iii) NIC 16: Valores en libros totales:

	CONSTRUCCIÓN EN CURSO	TERRENOS	EDIFICIOS	PLANTA Y EQUIPOS	INSTALACIONES FIJAS Y ACCESORIAS	VEHÍCULOS DE MOTOR	OTRAS PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO	TOTAL PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO
Saldo inicial al 1 de enero de 2014	1.851.772	8.564.498	16.087.329	11.658.615	102.912	53.489	941.773	39.260.388
Saldo final al 31 de diciembre de 2014	253.980	10.249.773	13.244.758	16.039.905	1.364.138	31.172	(2.141.904)	39.041.822

(b) 31 de diciembre de 2013:

(i) NIC 16: Reconciliación de cambios en propiedades, plantas y equipos

por clases valor bruto:

	CONSTRUCCIÓN EN CURSO	TERRENOS	EDIFICIOS	PLANTA Y EQUIPOS	INSTALACIONES FIJAS Y ACCESORIAS	VEHÍCULOS DE MOTOR	OTRAS PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO	TOTAL PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO
Saldo inicial al 1 de enero de 2013	4.719.949	5.831.823	12.604.239	11.118.638	962.398	254.545	2.952.429	38.444.021
Adquisiciones	7.649.732	-	9.362	298.981	-	-	452.012	8.410.087
Adquisiciones con crédito	-	2.425.153	1.685.275	-	-	-	-	4.110.428
Adquisiciones a través de combinación de negocio	-	-	86.761	7.360	-	-	-	94.121
Traspaso de proyectos	(10.028.067)	375.366	3.258.808	6.991.139	(718.737)	721	66.640	(54.130)
Deterioro de activos	-	-	-	-	-	-	-	-
Ventas	-	-	-	(49.816)	-	(19.692)	-	(69.508)
Bajas	(489.842)	(67.844)	-	(234.477)	(9.159)	(12.470)	(256.326)	(1.070.118)
Saldo final al 31 de diciembre de 2013	1.851.772	8.564.498	17.644.445	18.131.825	234.502	223.104	3.214.755	49.864.901

(ii) NIC 16: Reconciliación de depreciación y pérdidas por deterioro:

	CONSTRUCCIÓN EN CURSO	TERRENOS	EDIFICIOS	PLANTA Y EQUIPOS	INSTALACIONES FIJAS Y ACCESORIAS	VEHÍCULOS DE MOTOR	OTRAS PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO	TOTAL PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO
Saldo inicial al 1 de enero de 2013	(89.973)	-	(871.871)	(4.463.381)	(368.415)	(138.232)	(1.297.734)	(7.229.606)
Gastos por depreciación	-	-	(691.305)	(1.669.787)	(151.233)	(53.176)	(1.891.362)	(4.456.863)
Traspaso de proyectos	89.973	-	6.060	(340.042)	298.086	190	(137)	54.130
Deterioro de activos	-	-	-	-	-	-	-	-
Ventas	-	-	-	-	-	10.518	-	10.518
Bajas	-	-	-	-	89.972	11.085	916.251	1.017.308
Saldo final al 31 de diciembre de 2013	-	-	(1.557.116)	(6.473.210)	(131.590)	(169.615)	(2.272.982)	(10.604.513)

(iii) NIC 16: Valores en libros totales:

	CONSTRUCCIÓN EN CURSO	TERRENOS	EDIFICIOS	PLANTA Y EQUIPOS	INSTALACIONES FIJAS Y ACCESORIAS	VEHÍCULOS DE MOTOR	OTRAS PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO	TOTAL PROPIEDADES PLANTA Y EQUIPO
Saldo inicial al 1 de enero de 2013	4.629.976	5.831.823	11.732.368	6.655.257	593.983	116.313	1.654.695	31.214.415
Saldo final al 31 de diciembre de 2013	1.851.772	8.564.498	16.087.329	11.658.615	102.912	53.489	941.773	39.260.388

(a) Pérdida por deterioro

Al 31 de diciembre de 2014 la Sociedad efectuó ajustes por deterioro del valor de sus activos fijos por un monto ascendente a M\$9.362 no siendo así al 31 de diciembre de 2013 donde no se efectuaron ajustes por concepto de deterioro.

(b) Planta y maquinaria en arrendamiento

Al 31 de diciembre de 2014, la Sociedad posee equipos técnicos en arrendamiento, a través de leasing financiero. Los gastos de depreciación se reconocen dentro de los costos de venta.

(c) Depreciación del ejercicio

Al 31 de diciembre de 2014 y al 31 de diciembre de 2013, la Sociedad clasificó la depreciación de propiedades, plantas y equipos dentro de la línea costo de venta, cuyos montos son M\$4.872.695 y M\$4.456.863, respectivamente.

(d) Garantías

Al 31 de diciembre de 2014 y al 31 de diciembre 2013, la Sociedad 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 Sociedad ni de obligaciones de terceros.

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

Cambios tecnológicos pueden implicar costos por cambios de equipos. La Sociedad no tiene políticas de estimación de costos de desmantelamiento.

(f) Otros

Al 31 de diciembre de 2014 y al 31 de diciembre de 2013, la Sociedad no posee activos temporalmente fuera de servicio. Los activos totalmente

depreciados y en uso esporádico alcanzan a M\$16 al 31 de diciembre 2013.

(g) Arrendamientos financieros

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

NOTA 14

Activos y pasivos por impuestos diferidos

El origen de los impuestos diferidos registrados al 31 de diciembre de 2014 y 31 de diciembre de 2013 es el siguiente:

En miles de pesos	2014			2013		
	Activos	Pasivos	Neto	Activos	Pasivos	Neto
Planes de beneficios a empleados	2.924.631	-	2.924.631	1.844.622	-	1.844.622
Publicidad anticipada	454.669	-	454.669	424.964	-	424.964
Ingresos anticipados	740.981	-	740.981	581.718	-	581.718
Provisión juicios	151.403	-	151.403	236.757	-	236.757
Cuentas varias	454.632	-	454.632	-	-	-
Deterioro de películas, series y programas	2.524.761	-	2.524.761	2.458.762	-	2.458.762
Deudores incobrables	26.884	-	26.884	125.227	-	125.227
Bonificación de agencias	574.584	-	574.584	224.250	-	224.250
Provisión de programas	380.251	-	380.251	976.635	-	976.635
Obligaciones por leasing	1.087.864	-	1.087.864	20.711	-	20.711
Gastos anticipados	-	(828.600)	(828.600)	-	(491.393)	(491.393)
Activos por leasing	-	(1.140.873)	(1.140.873)	-	-	-
Activo fijo	1.529.265	-	1.529.265	-	-	-
Concesiones radiales	-	(344.213)	(344.213)	-	(1.854.443)	(1.854.443)
Totales	10.849.925	(2.313.686)	8.536.239	6.893.646	(2.345.836)	4.547.810

Movimientos en saldos de impuestos diferidos durante el año.

Activos	2014 M\$	2013 M\$	Efecto en resultados M\$	Efecto en patrimonio M\$
Planes de beneficios a empleados (**)	2.924.631	1.844.622	643.179	436.830
Publicidad anticipada	454.669	424.964	(8.281)	37.986
Ingresos anticipados	740.981	581.718	86.548	72.715
Provisión por juicios	151.403	236.757	(167.307)	81.953
Cuentas varias	454.632	-	443.504	11.128
Deterioro de películas, series y programas	2.524.761	2.458.762	(262.859)	328.858
Deudores incobrables	26.884	125.227	(108.257)	9.914
Bonificación de agencias	574.584	224.250	350.334	-
Provisión de programas	380.251	976.635	(623.021)	26.637
Activo fijo	1.529.265	-	1.273.834	255.431
Obligaciones por leasing	1.087.864	20.711	814.989	252.164
Totales activos por impuestos diferidos	10.849.925	6.893.646	2.442.663	1.513.616

Pasivos	2014 M\$	2013 M\$	2014	
			Efecto en resultados M\$	Efecto en patrimonio M\$
Gastos anticipados	(828.600)	(491.393)	(283.771)	(53.436)
Activos por leasing	(1.140.873)	-	(898.131)	(242.742)
Concesiones radiales (*)	(344.213)	(1.854.443)	1.163.405	346.825
Totales pasivos por impuestos diferidos	(2.313.686)	(2.345.836)	(18.497)	50.647
Totales	8.536.239	4.547.810	2.424.166	1.564.263

(*) El concepto "Concesiones radiales" proviene de la subsidiaria Radiodifusión S.p.A.

(**) El monto de M\$ 1.564.263 está compuesto por el efecto de cambio de tasas requerido por el oficio circular N° 856 por un monto de 1.655.606 y un efecto de impuesto diferido por pérdida y ganancia actuariales de M\$(91.343).

NOTA 15**Otros pasivos financieros**

La Sociedad presenta los siguientes saldos en este rubro al 31 de diciembre de 2014 y al 31 de diciembre de 2013:

(a) Otros pasivos financieros corrientes

Pasivos financieros, corrientes	31-12-2014 M\$	31-12-2013 M\$
Banco Security (1)	122.948	284.909
Obligaciones por leasing (2)	723.152	776.822
Línea de crédito (3)	7101.289	1.136.062
Totales	7.947.389	2.197.793

Nombre acreedor	RUT	Moneda	País origen	Menos de 1 año M\$	Total corriente M\$
Banco Security (I); (II)	97.053.000-2	UF	Chile	122.948	122.948
Totales				122.948	122.948

(I) Banco Security 2014

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

II. Con fecha 22 de abril de 2013 Radiodifusión S.p.A. suscribió una operación de crédito bancario con el Banco Security por UF 232.000 cuya finalidad era la compra de las Radios Oasis y Horizonte (actual Top FM). Este crédito se estructuró a un plazo de 10 años, con amortización de intereses anuales; amortizaciones de capital iguales y sucesivas a partir del 5º año de UF 23.200 y una cuota final de UF 116.000 el año 10. El capital adeudado devenga un interés con tasa anual igual a TAB + 1,1%, el cual se comenzará a pagar a partir del año 1 de la operación (abril, 2014). Este crédito fue suscrito con aval de Canal 13 S.A. (I) Banco Security 2013:

Nombre acreedor	RUT	Moneda	País origen	Menos de 1 año M\$	Total corriente M\$
Banco Security I	97.053.000-2	UF	Chile	94.000	94.000
Banco Security II	97.053.000-2	UF	Chile	190.909	190.909
Totales				284.909	284.909

I. Con fecha 22 de abril de 2013 Canal 13 S.A efectuó novación de crédito suscrito con el Banco Security con fecha 6 de junio de 2011 por UF 170.000 a Radiodifusión SpA el cual mantiene la misma estructura original, esto es 10 años plazo con amortizaciones anuales, iguales y sucesivas a partir del año 5 de UF 17.000 y una cuota final de UF 85.000 el año 10. El capital adeudado devengará un interés con tasa anual igual a TAB + 1,0%, el cual se comenzará a pagar a partir del año 1 de la operación. Esta novación fue suscrita con aval de Canal 13 S.A. Los M\$94.000 corresponden al período entre el 01 de enero de 2013 y el 21 de abril de 2013, antes de efectuar la novación a Radiodifusión SpA.

II. Con fecha 22 de abril de 2013 Radiodifusión SpA suscribió una operación de crédito bancario con el Banco Security por UF 232.000 cuya finalidad era la compra de las Radios Oasis y Horizonte (actual Top FM). Este crédito se estructuró a un plazo de 10 años, con amortizaciones anuales, iguales y sucesivas a partir del 5º año de UF 23.200 y una cuota final de UF 116.000 el año 10. El capital adeudado devenga un interés con tasa anual igual a TAB + 1,1%, el cual se comenzará a pagar a partir del año 1 de la operación. Este crédito fue suscrito con aval de Canal 13 S.A.

(1) Obligaciones por leasing 2014:

Pasivos corrientes	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
Banco Estado Leasing	97.036.000-K	UF	Chile	12.005	24.006	108.028	144.039	Mensual	4,25%	3,59%
BCI Leasing	97.006.000-6	UF	Chile	12.579	25.103	-	37.682	Mensual	4,52%	3,79%
BCI Leasing	97.006.000-6	UF	Chile	11.120	22.241	22.191	55.552	Mensual	4,29%	3,62%
BCI Leasing	97.006.000-6	UF	Chile	2.548	5.096	5.085	12.729	Mensual	3,51%	3,05%
BCI Leasing	97.006.000-6	UF	Chile	39.429	78.858	354.863	473.150	Mensual	3,96%	3,38%
Totales				77.681	155.304	490.167	723.152			

(2) Obligaciones por leasing 2013:

Pasivos corrientes Nombre acreedor	RUT	Moneda	País origen	Hasta 1 mes M\$	1 a 3 meses M\$	3 a 12 meses M\$	Total corriente M\$	Tipo de amortización	Tasa efectiva	Tasa nominal
Santander Leasing	97.036.000-K	UF	Chile	8.089	16.281	24.701	49.071	Mensual	4,27%	3,61%
Santander Leasing	97.036.000-K	UF	Chile	4.308	8.648	4.378	17.334	Mensual	3,50%	3,45%
Santander Leasing	97.036.000-K	UF	Chile	11.759	23.650	84.475	119.884	Mensual	4,25%	3,59%
BCI Leasing	97.006.000-6	UF	Chile	13.168	26.509	122.865	162.542	Mensual	4,52%	4,46%
BCI Leasing	97.006.000-6	UF	Chile	12.268	24.570	104.990	141.828	Mensual	4,29%	4,22%
BCI Leasing	97.006.000-6	UF	Chile	1.982	4.112	26.547	32.641	Mensual	3,51%	3,46%
BCI Leasing	97.006.000-6	UF	Chile	3.807	7.686	19.484	30.977	Mensual	3,96%	3,88%
BCI Leasing	97.006.000-6	UF	Chile	-	-	222.545	222.545	Mensual	3,78%	3,25%
Totales				55.381	111.456	609.985	776.822			

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

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

(3) Línea de crédito 2014:

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

(4) Línea de crédito 2013:

Nombre acreedor	RUT	Moneda	País origen	Monedas índices de reajuste \$ no reajustable	Total valor contable	Tasa nominal mensual
Santander	97.036.000-K	Peso	Chile	420.441	420.441	0,73%
BCI	97.006.000-6	Peso	Chile	552.481	552.481	1,01%
Security	97.053.000-2	Peso	Chile	163.140	163.140	0,76%
Totales				1.136.062	1.136.062	

(b) Otros pasivos financieros no corrientes

Pasivos financieros, no corrientes	31-12-14 M\$	31-12-13 M\$
Banco Security (1)	9.900.094	9.370.443
Banco Santander (2)	8.000.000	-
Obligaciones por leasing (3)	4.049.770	4.063.831
Total	21.949.864	13.434.274

(1); (2) Banco 2014:

Nombre acreedor	Moneda	1 a 3 años		3 a 5 años		5 años o más M\$	Total no corriente M\$	Tipo de amortización	Tasa efectiva	Tasa nominal
		M\$	M\$	M\$	M\$					
Banco Security (a)	UF	837.321	837.321	2.511.965		4.186.607	Anual a partir año 5	TAB + 1%	TAB + 1%	
Banco Security (b)	UF	571.349	1.142.697	3.999.441		5.713.487	Anual a partir año 5	TAB + 1,1%	TAB + 1,1%	
Banco Santander (c)	UF	6.666.667	1.333.333	-		8.000.000	Mensual a partir del mes 13	5,33%	5,20%	
Total		8.075.337	3.313.351	6.511.406		17.900.094				

(1); (2) Banco 2013:

(1); (2) Banco 2013: Nombre acreedor	Moneda	1 a 3 años		3 a 5 años		5 años o más M\$	Total no corriente M\$	Tipo de amortización	Tasa efectiva	Tasa nominal
		M\$	M\$	M\$	M\$					
Banco Security (a)	UF	792.525	792.525	2.377.575		3.962.625	Anual a partir año 5	TAB + 1%	TAB + 1%	
Banco Security (b)	UF	-	1.081.564	4.326.254		5.407.818	Anual a partir año 5	TAB + 1,1%	TAB + 1,1%	
Total		792.525	1.874.089	6.703.829		9.370.443				

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

(b) Con fecha 22 de abril de 2013 Radiodifusión S.p.A. suscribió una operación de crédito bancario con el Banco Security por UF 232.000 cuya finalidad era la compra de las Radios Oasis y Horizonte (actual Top FM). Este crédito se estructuró a un plazo de 10 años, con amortización de intereses anuales; amortizaciones de capital iguales y sucesivas a partir del 5º año de UF 23.200 y una cuota final de UF 116.000 el año 10. El capital adeudado devenga un interés con tasa anual igual a TAB + 1,1%, el cual se comenzará a pagar a partir del año 1 de la operación (abril, 2014). Este crédito fue suscrito con aval de Canal 13 S.A.

(c) Con fecha 17 de Junio de 2014, Canal 13 suscribió un crédito en pesos con Banco Santander por \$8.000.000.000.- a un plazo de 48 meses, de los cuales los 12 primeros corresponde a periodo de gracia en el cual se pagará solo el devengo de intereses y a partir del mes 13 se amortizará capital e intereses. Este préstamo se otorgó en pesos a una tasa fija de 5,2% anual y sin garantías.

(2) Obligaciones por leasing 2014:

Nombre acreedor	RUT	Moneda	País origen	1 a 3 años		3 a 5 años		5 años o más M\$	Total no corriente M\$	Tipo de amortización	Tasa nominal
				M\$	M\$	M\$	M\$				
Banco Estado Leasing	97.036.000-K	UF	Chile	272.047	0	0	0	0	272.047	Mensual	4,25%
BCI Leasing	97.006.000-6	UF	Chile	974.896	974.896	1.827.931		1.827.931	3.777.723	Mensual	3,25%
Totales				1.246.943	974.896	1.827.931		1.827.931	4.049.770		

(3) Obligaciones por leasing 2013:

Nombre acreedor	RUT	Moneda	País origen	1 a 3 años	3 a 5 años	5 años o más	Total no corriente M\$	Tipo de amortización	Tasa nominal
				M\$	M\$	M\$			
BCI Leasing	97.006.000-6	UF	Chile	42.026	-	-	42.026	Mensual	4,52%
BCI Leasing	97.006.000-6	UF	Chile	73.777	-	-	73.777	Mensual	4,29%
BCI Leasing	97.006.000-6	UF	Chile	14.140	-	-	14.140	Mensual	3,51%
BCI Leasing	97.006.000-6	UF	Chile	800.151	861.019	2.272.718	3.933.888	Mensual	3,78%
Totales				930.094	861.019	2.272.718	4.063.831		

NOTA 16

Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar

La Sociedad presenta bajo este rubro al 31 de diciembre de 2014 y 31 de diciembre de 2013 lo siguiente:

(a) Corrientes

	31-12-14 M\$	31-12-13 M\$
Proveedores nacionales	10.058.691	11.750.064
Proveedores extranjeros	15.395.850	7.817.181
Acreedores varios	2.780.101	757.451
Otras cuentas por pagar	2.771.639	5.471.974
Totales	31.006.281	25.796.670

(b) No corrientes

	31-12-14 M\$	31-12-13 M\$
Proveedores extranjeros	13.175.196	15.915.188
Totales	13.175.196	15.915.188

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

	31-12-14 M\$	31-12-13 M\$
Proveedores nacionales	15.610.430	17.979.489
Proveedores extranjeros	28.571.046	23.732.369
Totales	44.181.476	41.711.858

(c) Principales proveedores

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

	31-12-14	31-12-2013
Twentieth Century Fox Int'L Tv.,Inc.	Twentieth Century Fox Int'L Tv.,Inc.	
Datisa S.A.	Fullplay Group S.A.	
Paramount Pictures Global	Manuel Acoria Y Cia. Ltda.	
Globo Comunicacao E Participacoes S.A.	Urrutia Y Armijo Ltda.	
Dtv Haber Ve Gorsel Yayincilik A.S.	Sociedad Chilena del Derecho de Autor	
Telefonica Empresas Chile S.A.	Rios y Cia. Ltda.	
Hbs 2014 Ag	Erick Producciones Ltda.	
Apolo Xviii Sociedad Anonima	Mms Communications Chile S.A.	
Mms Communications Chile S.A.	GCO Distribución y Producciones S.A.	
Manuel Acoria Y Cia. Ltda.	Paramount Pictures Global	

En los períodos terminados al 31 de diciembre de 2014 y al 31 de diciembre de 2013 los pagos promedios de la Sociedad a las compañías nacionales varían entre 45 y 60 días, y los pagos a las compañías extranjeras dependen de cada contrato, pagando una cuota al momento de la firma y el saldo hasta 3 años.

NOTA 17

Provisiones

	31-12-14 M\$	31-12-13 M\$
Juicios (ver Nota 32 Contingencias)	560.750	1.184.333
Pasivo contingente	1.176.000	-
Totales	1.736.750	1.184.333

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

La Sociedad incluye en este rubro al 31 de diciembre de 2014 y al 31 de diciembre de 2013 lo que se indica a continuación.

(a) Corrientes

	31-12-14 M\$	31-12-13 M\$
Provisión reorganización (*)	1.332.287	-
Otros beneficios al personal	87.606	660.025
Vacaciones	2.125.485	1.734.039
Totales	3.545.378	2.394.064

(*) Corresponde a una reestructuración de empleados, cuyo proceso finalizará entre los meses de Marzo y Abril 2015.

(b) No corrientes

	31-12-14 M\$	31-12-13 M\$
Indemnización años de servicios	7.879.694	7.489.071
Mutuos del personal (i)	(2.051.827)	(2.033.924)
Totales	5.827.867	5.455.147

Indemnización años de servicios	31-12-14 M\$	31-12-13 M\$
Valor inicial de la obligación	7.489.071	6.732.532
Costo de los servicios del ejercicio corriente	501.910	370.066
Costo financiero de cálculo actuarial	427.814	360.515
(Ganancias) y pérdidas actuariales	(434.967)	158.703
Beneficios pagados en el ejercicio	(104.134)	(132.745)
Obligaciones al final de período	7.879.694	7.489.071
Mutuos del personal (i)	(2.051.827)	(2.033.924)
Totales	5.827.867	5.455.147

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

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

Supuestos actuariales

Para el cálculo del valor actuarial de la indemnización por años de servicios se usó un esquema proporcional de devengar la obligación durante el ejercicio total de trabajo. La metodología de cálculo corresponde a la “Unidad de Crédito Proyectada” valorizada mediante una simulación de Montecarlo aplicada a un modelo de asignación y cálculo de beneficios.

La tasa y parámetros actuariales considerados son los siguientes:

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

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

Tasas	2014	2013
Tasas de interés de descuento real	1,66%	2,57%
IPC	3,00%	3,00%
Tablas de mortalidad	RV 2009	RV 2009
Tasa de rotación anual de renuncia	8,90%	11,00%

NOTA 19

Otros pasivos no financieros

La Sociedad presenta bajo este rubro al 31 de diciembre de 2014 y 31 de diciembre de 2013 lo siguiente:

(a) Corrientes

Corresponde a la publicidad facturada y no exhibida al cierre del ejercicio neto de comisiones.

	31-12-14 M\$	31-12-13 M\$
Publicidad facturada por exhibir	1.949.315	2.295.254
Totales	1.949.315	2.295.254

(b) No corrientes

	31-12-14 M\$	31-12-13 M\$
Venta de licencia y sublicencia (*)	3.293.251	2.908.590
Totales	3.293.251	2.908.590

(*) Venta de derechos deportivos.

NOTA 20

Capital y reservas

(a) Capital y número de acciones

Al 31 de diciembre de 2014 y, al 31 de diciembre de 2013, el capital suscrito asciende a M\$62.340.775 y el capital pagado asciende a M\$42.340.775 representado por 211.703.873 acciones, totalmente suscritas y pagadas, quedando 100.000.000 de acciones por suscribir.

Durante el año 2013 y al 31 de diciembre de 2014, no se registraron movimientos en el capital social.

(b) Dividendos

Al 31 de diciembre de 2014, la Sociedad ha pagado dividendos por M\$3.030.333 habiendo provisionado M\$2.157.548 correspondiente al 30% de las utilidades del ejercicio 2013. El mayor valor pagado por M\$872.786 fue absorbido por utilidades retenidas al 31 de diciembre 2014.

Con fecha 23 de mayo de 2013 la Sociedad pagó dividendos por M\$3.030.303 que corresponden a las utilidades acumuladas al 31 de diciembre de 2012 de los cuales M\$1.590.115 fueron provisionados, al 31 de diciembre de 2012 y M\$1.440.187 se rebajaron de la ganancia acumulada durante el año 2013.

(c) Ganancias (pérdidas) acumuladas

Al 31 de diciembre de 2014 y 31 de diciembre de 2013 el saldo presentado bajo el rubro de patrimonio ganancias (pérdidas) acumuladas, refleja los movimientos de resultados acumulados en el transcurso de los ejercicios mencionados.

	M\$
Saldo inicial al 1 de enero de 2013	3.710.268
Utilidad del período	7.191.825
Dividendo provisorio	(2.157.548)
Dividendo pagado mayor a lo provisionado	(1.440.187)
Utilidad acumulada al 31 de diciembre de 2013	7.304.358
Utilidad (pérdida) del período	(19.952.925)
Incremento por cambio de tasa impositiva	1.655.606
Dividendo pagado mayor a lo provisionado	(872.786)
Utilidad acumulada al 31 de diciembre de 2014	(11.865.747)

(d) Otras reservas

De acuerdo a los nuevos requerimientos de NIC 19, a partir del 1 de enero de 2013, la Sociedad reconoce todas las ganancias y pérdidas actuariales que surgen de los planes de beneficios definidos en el patrimonio de acuerdo a la NIC 19. El monto total reconocido en patrimonio es M\$216.662 siendo lo correspondiente al periodo enero a diciembre 2014 M\$343.624, monto neto de impuestos diferidos.

e) Gestión de capital

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

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

De acuerdo a los Estados Financieros al 31 de diciembre de 2014, los recursos gestionados como financiamiento de capital están formados por un patrimonio acumulado de M\$30.691.690 y por pasivos financieros de M\$29.897.253.

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

NOTA 21

Ingresos ordinarios

El detalle de los ingresos ordinarios para los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2014 y 2013, es el siguiente:

Ingresos	01-01-2014 31-12-2014 M\$	01-01-2013 31-12-2013 M\$
Ingresos televisión abierta e internet	63.906.342	76.200.503
Ingresos otros explotación	9.397.135	9.469.563
Totales	73.303.477	85.670.066

NOTA 22

Otros ingresos y otros gastos

El detalle de los otros ingresos y otros gastos por los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2014 y 2013, es el siguiente:

Otros ingresos	01-01-2014 31-12-2014 M\$	01-01-2013 31-12-2013 M\$
Indemnizaciones percibidas	-	334.832
Utilidad (pérdida) en venta de equipos	(13.505)	(111.800)
Arriendo bienes raíces	683.010	-
Deterioro concesiones radiales	(3.074.094)	
Otros gastos	(1.741.177)	-
Efecto en combinación de negocios	-	1.288.909
Totales	(4.145.766)	1.511.941

NOTA 23

Gastos del personal

Los gastos del personal por los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2014 y 2013, son los siguientes:

Gastos del personal	01-01-2014 31-12-2014 M\$	01-01-2013 31-12-2013 M\$
Sueldos y salarios	35.669.276	24.613.783
Contribuciones previsionales obligatorios	763.758	654.106
Costo del servicio por planes de beneficios definidos	418.775	370.066
Totales	36.851.809	25.637.955

El número de empleados al 31 de diciembre de 2014 y 2013 es de 1.163 y 1.311 respectivamente.

NOTA 24**Costos financieros**

El detalle de los costos financieros por los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2014 y 2013, es el siguiente:

Costos financieros	01-01-2014 31-12-2014 M\$	01-01-2013 31-12-2013 M\$
--------------------	---------------------------------	---------------------------------

Intereses pagados	(292.118)	(586.066)
Tasa de descuento deuda a largo plazo	(53.658)	(15.448)
Costo financiero del cálculo actuarial	(427.814)	(360.515)
Totales	(773.590)	(962.029)

Ingresos financieros	01-01-2014 31-12-2014 M\$	01-01-2013 31-12-2013 M\$
----------------------	---------------------------------	---------------------------------

Cambio neto en el valor razonable de instrumentos financieros derivados (realizado)	356.280	207.843
Cambio neto en el valor razonable de instrumentos financieros derivados (no realizado)	718.642	113.509
Tasa de descuento deuda a largo plazo	-	970
Intereses por depósitos a plazo	-	11.185
Totales	1.074.922	333.507

NOTA 25**Diferencias 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, derechos deportivos y proveedores de equipos en el extranjero.

Concepto	Tipo de moneda	01-01-2014 31-12-2014 M\$	01-01-2013 31-12-2013 M\$
----------	----------------	---------------------------------	---------------------------------

Efectivo y equivalentes al efectivo	Dólar	20.691	(3.524)
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, no corrientes	Dólar	237.761	246.091
Otros activos no financieros	Dólar	(605.534)	(258.248)
Otros pasivos financieros	Dólar	-	-
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar, corrientes	Dólar	(1.924.301)	(349.155)
Diferencia de cambio		(2.271.383)	(364.836)

Concepto	Tipo de moneda	01-01-2014 31-12-2014 M\$	01-01-2013 31-12-2013 M\$
----------	----------------	---------------------------------	---------------------------------

Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	UF	5.724	(4.482)
Otros pasivos financieros	UF	(684.541)	(196.142)
Activo por impuestos, corrientes	IPC	37.256	31.061
Otros activos no financieros	UF	70.592	-
Provisiones por beneficios a los empleados, corrientes	UF	-	48.294
Resultados por unidad de reajuste		(570.969)	(121.269)

NOTA 26**Activo y pasivo en moneda extranjera**

Información sobre saldos de activos y pasivos en moneda extranjera.

Activos	Moneda extranjera	31-12-2014 M\$	31-12-2013 M\$
Efectivo y equivalentes al efectivo	Dólares	-	24.301
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, corriente	Dólares	645.815	1.138.968
Otros activos no financieros, no corrientes	Dólares	8.293.021	11.278.134
Cuentas por cobrar forward	Dólares	718.642	113.509
Total activos en moneda extranjera		9.657.478	12.554.912

Pasivos	Moneda extranjera	31-12-2014 M\$	31-12-2013 M\$
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar, corriente	Dólares	12.273.482	7.817.181
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar, no corriente	Dólares	18.594.451	15.915.188
Otros pasivos no financieros	Dólares	-	-
Cuentas por pagar forward	Dólares	-	-
Total pasivos en moneda extranjera		30.867.933	23.732.369

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

El detalle de gastos por impuestos a las ganancias por los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2014 y 2013 es el siguiente:

Gasto por impuestos a las ganancias	01-01-2014 31-12-2014 M\$	01-01-2013 31-12-2013 M\$
Gasto por impuestos a las ganancias:		
Ejercicio corriente	1.300.000	(1.172.226)
Ajuste por períodos anteriores	(92.746)	(32.745)
Totales	1.207.254	(1.204.971)
Gasto por impuestos diferidos:		
Origen y reversión de diferencias temporales	2.424.166	1.106.807
Diferencia en cambio de tasa por impuesto diferido	-	-
Totales	2.424.166	1.106.807
Gasto por impuesto a las ganancias de operaciones continuas	3.631.420	(98.164)
Total gasto por impuestos a las ganancias	3.631.420	(98.164)

Conciliación de la tasa impositiva efectiva	31-12-2014 M\$	31-12-2013 M\$
Utilidad del período antes de impuestos	(23.584.345)	7.289.989
Total gasto por impuestos a las ganancias	3.631.420	(98.164)
Utilidad (pérdida) del ejercicio	(19.952.925)	7.191.825
Impuestos a las ganancias aplicando la tasa impositiva local	-21% 4.952.712 (20%)	(1.457.998)
Impuesto a la renta no reconocido por PPUA	-72% (2.600.000)	0% -
Diferencias permanentes	31% 1.124.500	-1385% 1.359.834
Efecto de cambio de tasas reconocidos en resultados	4% 154.208	0% -
Totales	(15%)	3.631.420
		1% (98.164)

NOTA 28**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 29**Gastos de administración**

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

El detalle es el siguiente:

	01-01-2014 31-12-2014 M\$	01-01-2013 31-12-2013 M\$
Remuneraciones y beneficios	9.075.740	7.760.749
Honorarios no artistas	1.138.554	974.561
Publicidad y promociones	719.321	615.713
Servicios básicos	494.718	423.461
Comunicaciones	145.060	124.166
Materiales	191.859	164.224
Viajes y estadía	264.574	226.466
Derechos	238.021	203.737
Arriendos	59.084	50.574
Otros gastos y servicios	384.263	886.052
Totales	12.711.194	11.429.703

NOTA 30**Instrumentos financieros**

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

(a) Exposición al riesgo de crédito

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

	NOTA	VALOR EN LIBROS	
		31-12-2014 M\$	31-12-2013 M\$
Efectivo y equivalente de efectivo	6	335.093	1.005.243
Otros activos financieros, corrientes	7	718.641	113.509
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, corrientes	9	25.389.112	31.143.304
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas, corrientes	10	5.435	7.105
Totales		26.448.281	32.269.161

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

		VALOR EN LIBROS	
		31-12-2014 M\$	31-12-2013 M\$
Nacional		25.375.524	31.126.637
Extranjeros		13.588	16.667
Totales		25.389.112	31.143.304

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

	VALOR EN LIBROS	
	31-12-2014 M\$	31-12-2013 M\$
Televisión abierta e internet	22.459.996	24.662.166
Otros explotación	2.723.092	6.018.429
Cuentas por cobrar al personal	156.435	344.769
Deudores varios	49.589	117.940
Totales	25.389.112	31.143.304

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

	31-12-2014 M\$	31-12-2013 M\$
Balance inicial	(626.135)	(557.226)
Incremento del período	(72.689)	(148.214)
Castigo de clientes	583.896	79.305
Totales	(114.928)	(626.135)

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

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

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

(b) Pérdidas por deterioro

La antigüedad de las partidas por cobrar es la siguiente:

	VALOR EN LIBROS	
	31-12-2014 M\$	31-12-2013 M\$
Vigentes	20.653.771	17.274.243
0 - 30 días	3.356.317	9.303.577
31 - 180 días	1.312.001	4.956.023
181 días - 1 año	181.951	235.596
Totales	25.504.040	31.769.439
Deterioro	(114.928)	(626.135)
Totales	25.389.112	31.143.304

Asignación por segmento del deterioro:

	31-12-2014 M\$	31-12-2013 M\$
Televisión abierta e internet	(92.383)	(503.310)
Otros explotación	(22.545)	(122.825)
Totales	(114.928)	(626.135)

31 de diciembre de 2014:

Pasivos financieros, corrientes y no corrientes	Nota	Valor en libros M\$	Flujo de efectivo contractuales M\$	Hasta 90 días M\$	Más 90 días menos 1 año M\$	Más 1 año menos de 3 años M\$	Más 3 años menos 5 años M\$	Más de 5 años M\$
Banco Security	15	9.900.094	14.709.273	-	301.526	2.370.506	2.941.854	9.095.387
Banco Santander	15	8.000.000	9.705.600	-	-	7.519.467	2.186.133	-
Línea de crédito	15	7.101.289	7.101.289	7.101.289	-	-	-	-
Obligaciones por leasing	15	4.772.922	4.772.922	232.985	490.167	1.246.944	974.896	1.827.930
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar	16	44.181.476	44.181.476	11.512.105	13.920.366	18.749.005	-	-
Totales		73.955.781	80.470.560	18.846.379	14.712.059	29.885.922	6.102.883	10.923.317

31 de diciembre de 2013:

Pasivos financieros, corrientes y no corrientes	Nota	Valor en libros M\$	Flujo de efectivo contractuales M\$	Hasta 90 días M\$	Más 90 días menos 1 año M\$	Más 1 año menos de 3 años M\$	Más 3 años menos 5 años M\$	Más de 5 años M\$
Banco Security	15	9.655.352	14.074.629	-	324.186	1.872.525	2.954.089	8.923.829
Línea de crédito	15	1.136.062	1.136.062	1.136.062	-	-	-	-
Obligaciones por leasing	15	4.840.653	5.616.042	175.008	709.543	1.193.030	1.061.541	2.476.920
Pasivos contratos forwards de divisa	7	1.461.652	1.461.652	1.461.652	-	-	-	-
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar	16	41.711.858	41.643.807	11.876.174	13.852.445	15.991.275	-	-
Cuentas por pagar a entidades relacionadas	10	2.157.548	2.157.548	-	2.157.548	-	-	-
Totales		60.963.125	66.089.740	14.648.896	17.043.722	19.056.830	4.015.630	11.400.749

(d) Riesgo de tasa de interés

Las obligaciones de corto plazo de la Sociedad que están sujetas a riesgo de tasa de interés corresponden a líneas de crédito, cuyas tasas son de mercado al momento que las utiliza.

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

Producto de lo anterior, podemos estimar que un cambio en un 10% en la tasa de interés TAB, ya sea de incremento o disminución, tendría un impacto de alrededor de M\$35.000 en resultado y patrimonio, respectivamente, en el año.

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

(e) Riesgo de moneda

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

Las posiciones en moneda extranjera se presentan a continuación:

	31-12-2014		31-12-13	
	M\$	USD (*)	M\$	USD (*)
Activos corrientes y no corrientes	8.938.836	14.732.322	12.441.403	23.715.528
Total activos	8.938.836	14.732.322	12.441.403	23.715.528
Pasivos corrientes	(12.273.482)	(20.228.236)	(13.852.445)	(26.405.225)
Pasivos no corrientes	(18.594.451)	(30.645.984)	(9.879.924)	(18.832.893)
Total pasivos	(30.867.933)	(50.874.220)	(23.732.369)	(45.238.118)
Exposición neta	(21.929.097)	(36.141.898)	(11.290.966)	(21.522.590)
Cobertura, derechos por forward (activo)	12.248.047	20.186.316	1.575.161	3.002.537
Exposición neta de forward	(9.681.050)	(15.955.582)	(9.715.805)	(18.520.053)

(*) El tipo de cambio utilizado al 31 de diciembre de 2014 y 31 de diciembre 2013 es \$606,75 y \$524,61, respectivamente.

Análisis de sensibilidad

En lo que se refiere al riesgo de moneda, si se asume una variación de +- 5% en el precio observado del dólar para las condiciones actuales del mercado, con todas las demás variables constantes consideramos que los impactos serían como sigue:

	31-12-2014		31-12-13	
	Resultados M\$	Patrimonio M\$	Resultados M\$	Patrimonio M\$
5% de incremento en tipo de cambio	(484.052)	(484.052)	(485.790)	(485.790)
5% de disminución en tipo de cambio	484.052	484.052	485.790	485.790

(f) Riesgo de inflación

La posición con riesgo de inflación al 31 de diciembre de 2014 y al 31 de diciembre 2013 es como sigue:

	2014		2013	
	M\$	UF	M\$	UF
Banco Security	4.186.607	170.000,00	3.962.625	170.000,00
Banco Security	5.713.487	232.000,00	5.368.541	232.000,00
Leasing	4.772.923	193.807,00	5.164.839	221.576,00
Totales	14.673.017	595.807,00	14.496.005	623.576,00

Análisis de sensibilidad 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:

	2014		2013	
	Resultados M\$	Patrimonio M\$	Resultados M\$	Patrimonio M\$
1% de incremento en IPC	146.730	146.730	(144.960)	(144.960)
1% de disminución en IPC	(146.730)	(146.730)	144.960	144.960

(g) Clasificación de instrumentos financieros por naturaleza y categoría

El detalle de los instrumentos financieros de activo y pasivo, clasificados por naturaleza y categoría, al 31 de diciembre de 2014 y 31 de diciembre de 2013 es el siguiente:

	2014		2013	
	Activos financieros medidos al costo amortizado (*) préstamos y partidas por cobrar		Activos financieros a valor razonable con cambios en resultados	
	M\$	M\$	M\$	M\$
Efectivo y equivalentes al efectivo	335.093	-	1.005.243	-
Otros activos financieros, corrientes	-	718.641	-	113.509
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar (corrientes)	25.389.112	-	31.143.304	-
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas (corrientes)	5.435	-	7.105	-
Total corriente	25.729.640	718.641	32.155.652	113.509

	2014		2013	
	Pasivos financieros medidos al costo amortizado (*) otros pasivos financieros		Pasivos financieros medidos al costo amortizado (*) otros pasivos financieros	
	M\$	M\$	M\$	M\$
Préstamos bancarios no garantizados (corrientes)		(7.407.326)		(2.197.793)
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar (corrientes)		(30.220.858)		(25.720.583)
Cuentas por pagar a entidades relacionadas (corrientes)		-		(2.157.548)
Total corriente		(37.628.184)		(30.075.924)
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar (no corrientes)		(13.960.619)		(15.915.188)
Préstamos bancarios no garantizados, (no corrientes)		(21.949.864)		(13.434.274)
Total no corriente		(35.910.483)		(29.349.462)

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

(h) Jerarquías del valor razonable

Los instrumentos financieros medidos a valor razonable corresponden a instrumentos clasificados en el nivel 2, es decir, son valorizados con variables observados en el mercado.

NOTA 31**Ganancias por acción**

El cálculo de la ganancia básica por acción por los períodos de doce meses terminados al 31 de diciembre de 2014 y 2013, fue determinado considerando el número de acciones vigentes al 31 de marzo de 2014 y 2013 que corresponden a las acciones vigentes a la fecha de aprobación de estos Estados Financieros por el Directorio. De esta forma se está dando cumplimiento a lo dispuesto por la NIC 33 “ganancias por acción”.

	01-01-14 31-12-14	01-01-13 31-12-13
Ganancia (pérdida) atribuible a los tenedores de instrumentos de participación en el patrimonio neto de la controladora (M\$)	(19.952.925)	7.191.825
Resultado disponible para accionistas comunes, básicos (M\$)	(19.952.925)	7.191.825
Ganancia (pérdida) básica por acción (\$)	(94,25)	33,97
Promedio ponderado de número de acciones, diluidas	-	-

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

Al 31 de diciembre de 2014 y 31 de diciembre de 2013 La Sociedad y la Subsidiaria mantienen juicios civiles y laborales en su contra por un monto total de M\$46.652.329 y M\$42.425.834, respectivamente. De los cuales se ha estimado que M\$560.750 corresponde a la máxima pérdida probable de acuerdo a la jurisprudencia conocida (al 31 de diciembre 2013 asciende a M\$1.184.333).

Esta estimación podría cambiar si se agregaran antecedentes adicionales a los conocidos a la fecha. El detalle de la estimación mencionada se presenta a continuación:

	Juicios civiles M\$	Juicios laborales M\$	Totales M\$
Saldos al 1 de enero de 2013	725.358	555.092	1.280.450
Incremento	301.142	172.165	473.307
Usos	-	(269.424)	(269.424)
Reverso	(300.000)	-	(300.000)
Saldos al 31 de diciembre de 2013	726.500	457.833	1.184.333
Saldos al 1 de enero de 2014	726.500	457.833	1.184.333
Incremento	297.000	10.000	307.000
Reverso	(500.583)	(430.000)	(930.583)
Saldos al 31 de diciembre de 2014	522.917	37.833	560.750

El detalle de los principales juicios es el siguiente:

Nombre Juicio	Tribunal y Rol	Cuantía (M\$)	Totales M\$
Ideal S.A. contra Canal 13 S.A	22 Juzgado Civil de Santiago Rol N° C-15785-2014	\$43.832.179.729.-	Demanda de indemnización de perjuicios por responsabilidad extra-contractual. La demanda es consecuencia de la emisión del programa Contacto "Alimentos saludables: Gato por liebre"
José M. Gutierrez Silva contra PUC	23º Juzgado Civil Rol 4126-2011	\$ 40.000.000.000	Indemnización de perjuicios. Se trata de una demanda por uso no autorizado de la obra inédita sin la debida autorización. Se trata del guión de la telenovela LOLA.
Deoleo S.A. y Velarde Hermanos S.A. con Canal 13 S.A.	28 Juzgado Civil de Santiago. Rol N° 3069-2014	\$ 4.363.921.000	Demanda de indemnización de perjuicios por responsabilidad extra-contractual. La demanda es consecuencia de la emisión del programa Contacto "Alimentos saludables: Gato por liebre"
Alvaro Celedón González y Leonor Castañeda Simunovic con Canal 13	29º Juzgado Civil Rol 5301-2011	\$ 595.000.000	Indemnización de perjuicios por afectaciones al honor. Se trató de una exhibición del programa "Contacto" (octubre 2007) en donde se trató el tema relativo a venta y comercialización de tiempo compartido y servicios turísticos (H-Network) que serían supuestamente una estafa.
Juan P. Coutasse Mass y Marma McKenzie Tirado con Canal 13	30º Juzgado Civil Rol 794-2011	\$ 485.000.000	Indemnización de perjuicios extracontractual por afectaciones al honor. Se trató de una exhibición del programa "Contacto" (octubre 2007) en donde se exhibió el tema relativo a venta y comercialización de tiempo compartido y servicios turísticos (H-Network) que serían supuestamente una estafa.
Maria Miranda Hernández con Canal 13	18 Juzgado Civil de Santiago Rol N° C-12036-2013	\$ 254.874.585	Indemnización de perjuicios por responsabilidad extracontractual, por afectaciones al honor, la demanda es consecuencia de la exhibición en el programa "Teletrece" de un reportaje denominado "Atrapados en una secta" en el cual según la demandante se le asocio a ella y su congregación a la categoría de secta.

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

(a) Juicios:

El día 20 de agosto de 2013 fue notificada a la Sociedad una medida prejudicial preparatoria de una posible demanda civil, interpuesta por la sociedad Danone Chile S.A. mediante la cual la última solicita la entrega de información relativa a al programa “Contacto” del día 9 de julio de 2013. Luego de un recurso de reposición presentado por la Sociedad, el tribunal limitó la exhibición solicitada sólo a los estudios y metodologías relacionadas con los productos de Danone mencionados en el programa. El día 16 de septiembre se realizó la audiencia de exhibición de los documentos referidos. El 23 de septiembre de 2013 Danone formuló observaciones a los documentos, objetó documentos y solicitó nuevas diligencias, siendo las dos últimas solicitudes rechazadas por el tribunal el 26 de septiembre de 2013. Durante el mes de mayo de 2014 la Sociedad y Danone suscribieron un acuerdo que pone término al proceso y al eventual juicio futuro.

El día 23 de agosto de 2013 fue notificada a la Sociedad una demanda civil de indemnización de perjuicios, interpuesta por la sociedad Cencosud Retail S.A. mediante la cual la última exige la reparación de supuestos perjuicios producidos por el programa “Contacto” del día 9 de julio de 2013, con una cuantía total indeterminada, ya que el demandante se reservó el derecho a determinar el monto en el eventual proceso de ejecución del fallo. La Sociedad presentó una serie de excepciones dilatorias, las que fueron acogidas a tramitación por el tribunal el 16 de septiembre de 2013. Una vez resueltas las citadas excepciones, se procedió a la contestación de la demanda por parte de la Sociedad. Luego se evacuó el trámite procesal de la réplica y duplica por cada parte. Con fecha 28 de enero de 2014 se realizó la audiencia de conciliación, en la cual no fue posible llegar a acuerdo. Durante el mes de junio de 2014 la Sociedad y Cencosud Retail S.A. suscribieron una transacción que pone término al proceso judicial.

El día 29 de abril de 2014 fue notificada a la Sociedad una demanda civil de indemnización de perjuicios, interpuesta por la sociedad Deoleo S.A., productora del aceite Carbonell y el importador y comercializador de la marca en el país, Velarde Hermanos S.A. mediante la cual ambas exigen la reparación de supuestos perjuicios producidos por el programa “Contacto” del día 9 de julio de 2013, con una cuantía total de M\$4.363.921-. La demanda ya fue contestada por la Sociedad. Luego se evacuó el trámite procesal de la réplica y duplica por cada parte. El proceso se encuentra en estado de que el tribunal cite a audiencia de conciliación, lo que aún

no ha ocurrido. En atención a que no se ha iniciado la etapa probatoria, no es posible realizar un análisis de ganancia o pérdida o sugerir una provisión determinada.

Ideal S.A. y otro demanda en juicio ordinario de mayor cuantía iniciada ante el 22º Juzgado Civil de Santiago, en autos Rol N° 15.785-2014. Dicha sociedad demanda el pago de los perjuicios ocasionados por la emisión del programa “Alimentos saludables: Gato por liebre”, exhibido por Canal 13. Sigue que Canal 13 S.A. sea condenado al pago total ascendente a la suma de M\$43.832.180. El proceso se encuentra en estado de citar a las partes a la audiencia de conciliación.

(b) Restricciones:

Al 31 de diciembre de 2014 y 31 de diciembre de 2013 la Sociedad no tiene ningún tipo de restricciones.

NOTA 33**(a) Sanciones pecuniarias del CNTV a Canal 13 durante el año 2013:**

Fecha sanción	Detalle infracción	Sanción
4 de marzo de 2013	Infracción al Artículo N°1 de la Ley N°18.838, por la exhibición de material del programa “ Bienvenidos ” el día 20 de noviembre de 2012, en cuyos segmentos fue vulnerada la dignidad personal de la menor de edad Trinidad Neira Díaz y su madre Pamela Díaz. (Dichos de la doctora María Luisa Cordero).	Multa de 150UTM
11 de julio de 2013	Infracción al Artículo N°1 de la Ley N°18.838, configurada por la producción de información que permite descubrir la identidad de una menor presuntamente abusada, en el programa “ Teletrece ”, emitido el día 18 de marzo de 2013, lo que vulneró la dignidad de la menor de iniciales A.I.N. (reportaje Hijitus de la Aurora).	Multa de 200UTM
13 de noviembre de 2013	Infracción al Artículo N°1 de la Ley N°18.838, mediante la emisión del programa “ Bienvenidos ”, efectuada el día 10 de julio de 2013, en donde fue vulnerada la dignidad personal de don Claudio Vargas, padre de un muchacho fallecido en un accidente en el cerro Manquehue.	Multa de 100UTM

(b) Sanciones pecuniarias del CNTV a Canal 13 durante el año 2014:

Fecha sanción	Detalle infracción	Sanción
23 de enero de 2014	Infracción al artículo 1º de la Ley N° 18.838, configurada por la exhibición del programa “En su propia trampa”, el día 30 de septiembre de 2013 donde fue vulnerada la dignidad personal del menor de iniciales E.L.C. (Esta sanción no ha sido notificada por carta certificada a Canal 13 S.A.)	Multa de 200 UTM
25 de febrero de 2014	Infracción al artículo 1º de la Ley N° 18.838., mediante la emisión del programa “Teletrece a la hora”, efectuada el día 25 de septiembre de 2013 y configurada por la vulneración de la dignidad personal de tres menores, supuestamente abusadas y, con ello, del principio del correcto funcionamiento de los servicios de televisión. Esta multa se encuentra notificada y no pagada, pues Canal 13 S.A. decidió apelar ante la Corte de Apelaciones de Santiago. El recurso de apelación aún no se encuentra fallado. El número de ingreso en Corte es 1225-2014.	Multa de 200 UTM

NOTA 34**Hechos posteriores**

Entre la fecha de cierre de los estados financieros al 31 de diciembre de 2014 y la fecha de emisión del presente informe no se han registrado hechos posteriores.

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA RDF

	2014 M\$	2013 M\$
Activos		
Activos corrientes	2.161.732	1.767.258
Activos no corrientes	11.732.802	14.748.408
Total activos	13.894.534	16.515.666
Pasivos y patrimonio		
Pasivos corrientes	1.737.495	1.624.031
Pasivos no corrientes	10.086.750	11.192.188
Total pasivos	11.824.245	12.816.219
Total patrimonio	2.070.289	3.699.447
Total pasivos y patrimonio	13.894.534	16.515.666
Ingresos de actividades ordinarias	3.872.554	3.820.108
Costo de ventas	-2.317.638	-2.139.738
Ganancia bruta	1.554.916	1.680.370
Ganancia (pérdida) antes de impuestos	-3.109.622	1.547.155
(Gasto) ingreso por impuestos a las ganancias	1.141.012	-83.049
Ganancia (pérdida) del ejercicio	-1.968.610	1.464.106
Resultado integral total	-1.968.610	1.464.106
Flujo de efectivo netos, actividades de operación	99.339	-160.176
Flujo de efectivo netos, actividades de inversión	6.554	-5.218.606
Flujo de efectivo netos, actividades de financiación	5.010	5.296.888
Incremento (disminución) neto en efectivo y efectivo equivalente	110.903	-81.894
Efecto de las variaciones en las tasas de cambio sobre el efectivo y efectivo equivalente	-	-
Efectivo y equivalente al efectivo, saldo inicial	40.568	122.462
Efectivo y equivalente al efectivo, saldo final	151.471	40.568
Saldo inicial patrimonio	3.699.447	164.566
Resultado integral	-1.968.610	1.464.106
Otros cambios en el patrimonio	-	2.070.775
Saldo final patrimonio	2.070.289	3.699.447

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

1 ANÁLISIS DEL ESTADO CONSOLIDADO DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADO

Los principales componentes de los activos, pasivos y patrimonio de Canal 13 S.A. al 31 de diciembre de 2014 y al 31 de diciembre de 2013 son los siguientes:

	31-12-2014 M\$	31-12-2013 M\$
Activos		
Activos corrientes	41.182.704	40.394.249
Propiedades, planta y equipos	39.041.822	39.260.388
Otros activos no corrientes	40.898.455	43.602.395
Total activos	121.122.981	123.257.032
Pasivos y patrimonio		
Pasivos corrientes	46.185.113	36.025.662
Pasivos no corrientes	44.246.178	37.713.199
Total pasivos	90.431.291	73.738.861
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	30.691.690	49.518.171
Participaciones no controladoras	-	-
Patrimonio total	30.691.690	49.518.171
Total pasivos y patrimonio	121.122.981	123.257.032

			31-12-2014	30-12-2013
Inversiones:	Propiedades, planta y equipos (1)	M\$	12.078.713	12.520.515
Rotación de Inventario:	Costo de ventas Inventario total promedio (2)	Veces	2,79	3,21
Permanencia de Inventario:	Inventario total promedio (2) Costo de ventas	x 180 días	64,54	56,07

(1) Inversión en propiedades, planta y equipos corresponde a las adquisiciones de propiedades, planta y equipos presentadas en la Nota 13 a los Estados Financieros.

(2) Canal 13 S.A. tiene como política contable presentar sus programas producidos, derechos deportivos, licencias y material filmico en el rubro “películas y series contratadas y programas producidos” de los otros activos no financieros corrientes y no corrientes (Nota 8), dado que por las características del negocio, no se tiene como finalidad vender estos activos, siendo éstos sólo un medio para generar sus ingresos. El concepto de inventario total promedio se calcula como el promedio entre el saldo inicial y el saldo final de las películas y series contratadas y programas producidos en cada período.

La inversión en propiedades, planta y equipos fue de M\$12.078.713 durante el período anual 2014. Durante el mismo período del año 2013, el monto fue de M\$12.520.515. Durante el período 2014, las inversiones correspondieron principalmente a mejoras de infraestructura y renovación de equipos técnicos, mientras que en el período 2013 las principales inversiones correspondieron a la construcción de estudios y equipamiento para aumentar la capacidad de producción y de generación de contenido HD.

La rotación de inventario disminuyó desde 3,21 veces para el año 2013 a

2,79 veces para el año 2014. Al mismo tiempo, la permanencia de inventario, que refleja los días de costo promedio de venta en stock, aumento desde 56,07 días en el período 2013 a 64,54 días en el período 2014. Estas variaciones se explican porque los costos de venta aumentaron en aproximadamente un 15% en el período 2014, mientras que el inventario promedio aumentó en aproximadamente un 32%. Durante el año 2013 se firmaron contratos nuevos y se renovaron contratos existentes estratégicos de mediano plazo, tales como: de material filmico y derechos deportivos y licencias.

1.2 INDICADORES DE LIQUIDEZ

			31-12-2014	30-12-2013
Liquidez Corriente:	Activos corrientes Pasivos corrientes	Veces	0,89	1,12
Razón Ácida:	Activos corrientes - inventario corriente (I) Pasivos corrientes	Veces	0,66	0,94

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

Películas y series contratadas y programas producidos	Corriente	No corriente	Total
Saldo inicial 1 de enero 2013	6.430.715	21.295.822	27.726.537
Saldo final 31 de diciembre 2014	10.489.074	17.359.218	27.848.292
Promedio	8.459.895	19.327.520	27.787.415

La liquidez corriente disminuyó levemente desde 1,12 veces al 31 de diciembre de 2013 hasta 0,89 veces al 31 de diciembre de 2014, producto de que los activos corrientes disminuyeron en aproximadamente un 1%, mientras que los pasivos corrientes aumentaron en aproximadamente un 20% durante el ejercicio.

La disminución de M\$788.455 en los activos corrientes durante el año 2014, se explica principalmente por una efecto combinado entre: el aumento de M\$4.108.855 en la cuenta “Otros activos no financieros”, la disminución de M\$670.150 en “Efectivo y Efectivo equivalente” y la disminución de

M\$5.754.192 en “Deudores Comerciales” .

El aumento de los pasivos corrientes se explica principalmente por un aumento de M\$5.209.611 en la cuenta “Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar”. Este aumento fue parcialmente compensado por:

- (i) una disminución en la cuenta “Cuentas por pagar a entidades relacionadas” de M\$2.157.548, asociada al pago de dividendos durante el segundo trimestre de 2014;
- (ii) y, una aumento de M\$8.515.590 en la cuenta “Otros pasivos financieros”, principalmente debido al crédito adquirido con Banco Santander en el periodo 2014.

1.3 INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO

			31-12-2014	30-12-2013
Razón de Endeudamiento:	$\frac{\text{Pasivos totales}}{\text{Patrimonio}}$	Veces	2,88	1,49
Proporción Deuda Corriente:	$\frac{\text{Pasivos financieros corrientes}}{\text{Pasivos financieros totales}}$	%	27,02	14,1
Proporción Deuda No Corriente:	$\frac{\text{Pasivos financieros no corrientes}}{\text{Pasivos financieros totales}}$	%	72,98	85,9
Cobertura Intereses:	$\frac{\text{Resultado antes de impuestos e intereses (1)}}{\text{Intereses pagados (2)}}$	Veces	(40,57)	13,44

(1) Para el cálculo del resultado antes de impuestos e intereses, se consideró el resultado antes de impuestos, presentado en el Estado de Resultados, descontados los intereses pagados, presentados en la Nota 24 de los Estados Financieros.

(2) Los intereses pagados en el período se presentan en la Nota 24 de los Estados Financieros.

La razón ácida disminuyó levemente, registrando 0,94 veces al 31 de diciembre de 2013 y 0,66 veces al 31 de diciembre de 2014, debido a que los activos corrientes disminuyeron en aproximadamente un 1,34%, mientras que los pasivos corrientes aumentaron en aproximadamente un 19,55% durante el período.

La razón de endeudamiento aumentó desde 1,49 veces al 31 de diciembre de 2013 a 2,88 veces al 31 de diciembre de 2014. Durante el período el patrimonio disminuyó en aproximadamente un 38%, mientras que los pasivos totales aumentaron en aproximadamente un 22%. El aumento en los pasivos totales se explica por el aumento en los pasivos corrientes explicado más arriba y por un aumento en los pasivos no corrientes, principalmente por un aumento en los otros pasivos financieros no corrientes, debido a que

Canal 13 S.A. suscribió un crédito por M\$8.000.000 al cierre de junio 2014.

La deuda financiera total aumentó durante el período 2014, lo que se explica principalmente por el nuevo crédito que se suscribió durante el período, parcialmente compensado por el pago de las líneas de crédito que estaban en uso al 31 de diciembre de 2013. Al 31 de diciembre de 2014 la deuda financiera no corriente representa un 73,42% de la deuda financiera total, y la deuda financiera corriente representa el restante 26,58%.

La cobertura de intereses disminuyó a (40,57) veces para el mismo período de 2014, debido a la pérdida antes de impuestos e intereses registrada por Canal 13 S.A. en el presente año. El monto de los intereses pagados fue similar en ambos períodos.

2 ANÁLISIS DE LOS ESTADOS CONSOLIDADOS DE RESULTADOS INTEGRALES

Los principales componentes de los Estados de Resultados Integrales para los períodos de doce meses terminados el 31 de diciembre de 2014 y 2013 son los siguientes:

	31-12-14 M\$	31-12-13 M\$	Variación M\$	Variación %
Ingresos de actividades ordinarias	73.303.477	85.670.066	-12.366.589	-14,44%
Costo de ventas	-77.489.842	-67.347.688	-10.142.154	15,06%
Gastos de administración	-12.711.194	-11.429.703	-1.281.491	11,21%
Resultado operacional	-16.897.559	6.892.675	-23.790.234	-345,15%
Ingresos financieros	1.074.922	333.507	741.415	222,31%
Costos financieros	-773.590	-962.029	188.439	-19,59%
Otros ingresos (egresos) no operacionales netos (1)	-5.688.118	1.025.836	-6.713.954	-654,49%
Resultado no operacional	-5.386.786	397.314	-5.784.100	-1455,80%
Ganancia (pérdida) antes de impuestos	-22.284.345	7.289.989	-29.574.334	-405,68%
Gasto por impuestos a las ganancias	2.331.420	-98.164	2.429.584	-2475,03%
Ganancia (pérdida)	-19.952.925	7.191.825	-27.144.750	-377,44%
Depreciación y amortización	-4.881.750	-1.981.130	-2.900.620	146,41%
R.A.I.I.D.A. (2)	-12.015.809	8.873.805	-20.889.614	-235,41%

(1) Otros ingresos no operacionales netos consideran las cuentas “Otros ingresos, por función”, “Otros gastos, por función”, “Diferencia de cambio”, “Otras ganancias (pérdidas)” y “Resultados por unidades de reajuste”.

(2) Para efectos de cálculo del R.A.I.I.D.A. (Resultado Antes de Intereses, Impuestos, Depreciación y Amortización), al resultado operacional se le suman la depreciación y la amortización del ejercicio, presentadas en la Nota 13 y la Nota 12, respectivamente, de los Estados Financieros.

2.2 INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS

	31-12-2014 M\$	31-12-2013 M\$	Variación M\$	Variación %
Ingrosos de actividades ordinarias	73.303.477	85.670.066	(12.366.589)	(14,44)
Ingrosos de Televisión Abierta e Internet	63.906.342	76.200.503	(12.294.161)	(16,13)
Ingrosos de Otros Explotación	9.397.135	9.469.563	(72.428)	(0,76)

Los ingresos de actividades ordinarias fueron M\$73.303.477 para el período 2014, lo que representa una disminución de un 14,44% con respecto al mismo período de 2013, cuando los ingresos alcanzaron M\$85.670.066. El principal ingreso de Canal 13 S.A. lo constituye la venta de espacios publicitarios en televisión abierta y es presentado en el segmento Televisión Abierta e Internet, junto con las ventas de publicidad online. En el período anual 2014 los ingresos de este segmento representan un 87% de los ingresos de explotación totales (88,9% de los ingresos de explotación en el período 2013). Los “ingresos de Otros Explotación” están conformados por los negocios de televisión de pago, radios, venta de contenido, y otros proyectos, que en el período 2014 representaron un 13% de los ingresos de explotación (11,1% de los ingresos de explotación en el período 2013).

2.1.1 Segmento Televisión Abierta e Internet

El segmento de Televisión Abierta e Internet registró ingresos por M\$63.906.342 durante el año 2014, inferior a los M\$76.200.503 registrados para el año 2013, correspondiente a menores ventas de televisión abierta que se relaciona con el menor rating de Canal 13 en el período 2014, con respecto al mismo período del año 2013. El desempeño del negocio internet, se relaciona directamente con los niveles de audiencia de los programas de televisión, lo que iguala la tendencia que se presenta en igual período por ventas de televisión abierta.

Asimismo, si bien aumentaron los navegadores únicos al sitio www.13.cl con respecto al período 2013, el desempeño del negocio internet está directamente relacionado a los niveles de audiencia de los programas de televisión.

INDICADORES TELEVISIÓN ABIERTA E INTERNET

		31-12-2014 M\$	31-12-2013 M\$	Variación M\$	Variación %
TELEVISIÓN ABIERTA					
Rating (1)	%	7,11	8,28	(1,17)	(14,0)
INTERNET					
Navegadores únicos (2)	Promedio mensual	3.657.228	2.869.415	787.813	27,5

(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) Navegadores únicos corresponde al promedio mensual de navegadores distintos que se conectaron al sitio web www.13.cl para cada período. Fuente: Digital Analytix de Comscore.

2.1.2 Segmento Otros Explotación

El segmento Otros Explotación incluye los negocios de televisión de pago (los canales 13C y RECTV) y las radios Play, Sonar, Top y Oasis, así como ventas de contenido a clientes nacionales y extranjeros, la generación de nuevos negocios y los servicios a terceros de producción y de telecomunicaciones. Este segmento generó ingresos por M\$9.397.135 durante 2014.

INDICADORES OTROS EXPLOTACIÓN

		31-12-2014 M\$	31-12-2013 M\$	Variación M\$	Variación %
CABLE					
Rating en miles de personas (1)	%	5,33	4,17	1,2	27,8
RADIOS					
Rating, Radio Play (2) %	Promedio mensual	13,3	14,1	(0,8)	(5,7)
Rating, Radio Sonar (3) %		11,2	12,8	(1,6)	(12,5)
Rating, Radio Oasis (4) %		9,8	8,4	1,4	16,7
Rating, Radio Top (5) %		6,2	4	2,2	55

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

(2) El rating de Radio Play representa la participación de la audiencia para los períodos de enero a diciembre 2014 y 2013, considerando mujeres de los segmentos socioeconómicos ABC1 y C2 de 25 a 44 años de edad. Fuente: Ipsos.

(3) El rating de Radio Sonar representa la participación de la audiencia para los períodos de enero a diciembre 2014 y 2013, considerando hombres de los segmentos socioeconómicos ABC1 y C2 de 20 a 44 años de edad. Fuente: Ipsos.

(4) El rating de Radio Oasis representa la participación de la audiencia para los períodos de enero a diciembre 2014 y 2013, considerando hombres y mujeres de los segmentos socioeconómicos C1 y C2 de 35 a 59 años de edad. Fuente: Ipsos.

(5) El rating de Radio Top representa la participación de la audiencia para los períodos de enero a diciembre 2014 y 2013, considerando hombres y mujeres de los segmentos socioeconómicos ABC1, C2 y C3 de 20 a 44 años de edad. Fuente: Ipsos.

2.2 COSTOS DE VENTA

Los costos de venta aumentaron desde M\$67.347.688 en el período 2013 a M\$77.489.842 en el período 2014, lo que implica un incremento de 15.35%. Este mayor costo se concentra en una apuesta de mayor diversificación de contenido en el horario prime, reflejado principalmente por los costos asociados al Mundial de Brasil 2014 y el efecto de exhibición de telenovelas en horario de las 20 hrs., de producción propia, durante el 2014. Los principales costos de la Compañía incluyen remuneraciones, derechos de transmisión de contenidos y formatos, honorarios de artistas, servicios de producción y servicios técnicos, publicidad y promociones, depreciación, deterioro de programas y arriendos, asociados a la propuesta programática de la Compañía.

2.3 RESULTADO NO OPERACIONAL

Canal 13 S.A. registró una pérdida no operacional por (M\$5.386.786) en 2014, a diferencia de la utilidad no operacional de M\$397.314 registrada en 2013.

La mayor pérdida se debe principalmente a:

- (i) una mayor pérdida por diferencia de cambio de (M\$1.372.110), asociada a las cuentas por pagar a proveedores extranjeros (compra de material filmico);
- (ii) una mayor pérdida por unidades de reajuste por (M\$488.399), asociada a los pasivos financieros denominados en UF y la variación UF acumulada, al 31 de diciembre 2014; y
- (iii) una mayor pérdida por M\$3.074.093, asociada al resultado del Test de Deterioro de las Concesiones Radiales realizado en Diciembre del 2014.

2.4 GANANCIA (PÉRDIDA)

La pérdida en 2014 fue de M\$19.952.925, la que se compara con una ganancia por M\$7.191.825 en 2013. Este resultado se explica principalmente por las variaciones en costos (15%) y por los menores ingresos del período (14%).

2.5 RESULTADO ANTES DE INTERESES, IMPUESTOS, DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

El resultado antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización (R.A.I.I.D.A.) fue de (M\$12.015.809) al 31 de diciembre de 2014, comparado con M\$8.873.805 para el mismo período del año 2013.

3 INDICADORES DE RENTABILIDAD

		31-12-2014	31-12-2013
<u>Ganancia o (pérdida)</u>	%	(49,75)	15,05
Patrimonio promedio			
<u>Resultado operacional (1)</u>	%	(15,02)	6,67
Total activo operacional promedio (2)			
<u>Ganancia o (pérdida)</u>	%	(14,71)	6,59
Activo promedio			
<u>Ganancia o (pérdida)</u>	\$	(94,25)	33,97
Total de acciones suscritas y pagadas			

(1) Resultado operacional se define como: "Ingresos de actividades ordinarias" – "Costos de venta" – "Gastos de administración".

(2) Activo operacional promedio se calcula como el promedio entre el saldo inicial y el saldo final de los activos operacionales de cada período. Activos operacionales se definen como el total de los activos menos los instrumentos derivados, activos por impuestos corrientes y activos por impuestos diferidos.

	31-12-2014 M\$	31-12-2013 M\$	31-12-2012 M\$
Total activos	121.122.981	123.257.032	94.993.270
Menos:			
Otros activos financieros, corrientes (instrumentos derivados)	-	113.509	-
Activos por impuestos, corrientes	4.060.966	1.560.486	-
Activos por impuestos diferidos	8.536.239	4.547.810	5.263.705
Total activos no operacionales	12.597.205	6.221.805	5.263.705
Total activos operacionales	108.525.776	117.035.227	89.729.565
Total activo operacional promedio	112.780.501	103.382.396	

4 ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES COMPONENTES DEL FLUJO DE EFECTIVO

ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO, RESUMIDOS

	31-12-14 M\$	31-12-13 M\$
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en):		
Actividades de operación	(6.240.605)	6.944.686
Actividades de inversión	(4.933.266)	(15.195.831)
Actividades de financiación	10.512.901	3.506.439
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	(10.735)	-
Total flujos de efectivo netos	(670.150)	(4.744.706)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período	1.005.243	5.749.950
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período	335.093	1.005.243

Al 31 de diciembre de 2014, el flujo operacional negativo de M\$6.240.605 corresponde a ingresos por ventas de M\$94.641.696 menos pagos a proveedores por M\$58.923.926, menos pagos a los empleados por (M\$26.942.494), menos otros pagos operacionales por M\$14.021.937 (compuesto por IVA, impuesto único, retenciones, impuesto adicional), menos pagos de intereses por M\$470.967, menos pagos de impuestos a las ganancias por M\$522.977.

El flujo neto negativo de actividades de inversión de M\$4.933.266 en el período 2014, las cuales correspondieron principalmente a compras de equipos técnicos.

El flujo neto de actividades de financiación fue de M\$10.512.901. Los principales componentes son importes procedentes de préstamos de corto plazo por M\$25.079.608, préstamos de largo plazo por M\$8.000.000,

parcialmente compensados por pagos de préstamos por M\$19.114.379. La principal fuente de financiamiento de Canal 13 S.A. durante 2014 fueron, recursos financieros contratados mediante endeudamiento bancario.

El efectivo y equivalente al efectivo muestra una disminución de M\$670.150 durante el período.

5 ANÁLISIS DE LAS DIFERENCIAS ENTRE VALORES LIBROS Y ECONÓMICOS DE LOS PRINCIPALES ACTIVOS

Al cierre de ejercicio, se revisa el valor en libros de los activos no financieros de Canal 13 S.A., para determinar si existe algún indicio externo o interno de deterioro. Si existen tales indicios, entonces se estima el valor recuperable del activo. En el caso de los activos intangibles que posean

vidas útiles indefinidas o que aún no se encuentren disponibles para ser usados, los valores recuperables se estiman en cada fecha de balance. Al cierre de ejercicio, Canal 13 S.A. no dispone de información que pueda dar indicios de menor valor económico en los activos existentes respecto a su valor contable.

6 ANÁLISIS DE LAS VARIACIONES MAS IMPORTANTES OCURRIDAS EN EL MERCADO QUE PARTICIPA, EN LA COMPETENCIA QUE ENFRENTA Y EN SU PARTICIPACION RELATIVA

La principal medida utilizada en la industria para cuantificar los niveles de audiencia (generales y por segmento) de cada programa exhibido es el “rating”. El rating representa, para un grupo definido de hogares o personas, el porcentaje de ese grupo sintonizando un determinado canal. Los indicadores de rating más utilizados por los canales de televisión abierta son el “rating hogar” y el “rating comercial”, este último definido como el grupo de hombres y mujeres de 25 a 64 años de edad del segmento socioeconómico ABC. La metodología de medición permite principalmente segmentar por grupo socioeconómico y grupos etarios, los que son de utilidad para anunciantes con necesidades de comunicación más específicas. Un punto de rating corresponde a que el 1% del grupo objetivo ha sido espectador medio del evento estudiado. La cantidad de hogares o individuos que represente cada punto de rating depende del tamaño del universo que se considere.

Otra métrica utilizada corresponde a la participación de audiencia, una medida de participación relativa, que corresponde al rating de un determinado canal de televisión, sobre el total de rating de un universo de canales determinado. Durante el período anual 2014, Canal 13 obtuvo una participación de audiencia según rating hogar 22,8% (25,9% en 2013).

7 ANÁLISIS DE RIESGO DE MERCADO

7.1 MARCO DE ADMINISTRACIÓN DE RIESGO

El Directorio es responsable de establecer la estrategia y el marco general en que se desenvuelve la administración de riesgos de Canal 13 S.A. y la Subsidiaria, con el objetivo de minimizar potenciales efectos adversos.

Canal 13 S.A., a través de sus normas y procedimientos de administración, busca desarrollar un ambiente de control disciplinado y constructivo en el que todos los empleados entiendan sus roles y obligaciones.

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

7.2 RIESGO FINANCIERO

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

7.2.1 Riesgo de Crédito

El riesgo de crédito es el riesgo de pérdida financiera que enfrenta Canal 13 S.A. si un cliente o contraparte en un instrumento financiero no cumple con sus obligaciones contractuales. Se origina principalmente por las cuentas por cobrar a los clientes. Dicho riesgo es bajo dado que los clientes que contratan servicios publicitarios corresponden a las principales empresas del país, en las cuales la publicidad es un ítem relevante para la promoción de sus productos, con lo cual la tasa de no pago es muy baja. Se suma a esto una política de créditos, con la cual permanentemente se está evaluando el comportamiento de los clientes y su condición financiera al momento de realizar una nueva venta.

Adicionalmente existe un Comité de Crédito que es responsable de supervisar la evolución de los riesgos inherentes a la operación comercial

y financiera de Canal 13 S.A., así como de establecer mecanismos que permitan acotar dichos riesgos.

Canal 13 S.A. no toma seguros de crédito para administrar el riesgo de incobrabilidad de sus clientes.

Para el caso de otros activos financieros tales como efectivo y equivalente a efectivo, Canal 13 S.A. trabaja con bancos de alto prestigio de la plaza y administra sus excedentes en instrumentos de alta liquidez como fondos mutuos y depósitos de muy corto plazo, los cuales son siempre a tasa fija.

7.2.2 Riesgo de Liquidez

El riesgo de liquidez para Canal 13 S.A. y Subsidiaria se encuentra presente en la capacidad de responder a los compromisos y obligaciones con terceros. Los recursos necesarios para cumplir con dichos compromisos provienen de la actividad comercial y los excedentes de caja.

La política de liquidez que mantiene Canal 13 S.A. consiste en gestionar eficientemente el capital de trabajo, y para ello se realiza lo siguiente: controlar exhaustivamente la cartera de clientes y colocar los excedentes de caja en instrumentos financieros de tasa fija, que sean líquidos y solventes.

Canal 13 S.A. 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, Canal 13 S.A. ha mantenido líneas de crédito pre-aprobadas durante el período por M\$12.500.000 aproximadamente en distintas instituciones financieras. Al 31 de diciembre de 2014, el saldo utilizado de líneas de crédito es de M\$7.101.289, quedando un saldo disponible de M\$5.398.711.

7.2.3 Riesgo de Tipo de Cambio

El riesgo de tipo de cambio es aquel relacionado a exposiciones en monedas distintas a la moneda funcional. Canal 13 S.A. tiene activos y pasivos en moneda extranjera producto de la adquisición de material薄膜ico e

inversiones en equipos. Canal 13 S.A. contrata instrumentos derivados con el fin de minimizar la exposición al riesgo de tipo de cambio.

7.2.4 Riesgo de Tasa de Interés

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

Las obligaciones de corto plazo de Canal 13 S.A. que están sujetas a riesgo de tasa de interés corresponden a líneas de crédito, cuyas tasas son de mercado al momento que las utiliza. En el caso de las obligaciones financieras de largo plazo que están sujetas a riesgo de tasa de interés, éstas corresponden a dos préstamos definidos a una tasa variable.

Los préstamos bancarios tienen una tasa variable pero con una estructura en la cual el impacto que podría tener una variación de las tasas sobre los gastos financieros no es significativo. Esta deuda ha sido contratada con condiciones de salida favorables a Canal 13 S.A..

7.2.5 Riesgo de Inflación

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

7.3 RIESGOS NO FINANCIEROS

7.3.1 Riesgos Asociados a Ciclos Económicos

La actividad de la industria publicitaria está correlacionada con los ciclos económicos del país. La inversión publicitaria que los avisadores, empresas comercializadoras de productos y servicios que requieren

publicitar su oferta, destinan anualmente a estos fines, depende en gran medida del nivel de actividad en sus negocios. Éste, a su vez, en la mayoría de los casos depende de la situación general de la economía, y entre otros, de la evolución del consumo y el empleo. Cabe destacar que históricamente los ingresos de la televisión abierta presentan menor sensibilidad respecto de variaciones en el ciclo económico que otros medios de comunicación.

7.3.2 Estacionalidad

La inversión publicitaria es de carácter estacional siguiendo el patrón de consumo de televisión de parte de las audiencias, el que es menor durante los meses de vacaciones y fiestas patrias. Con una expectativa, de mayores ingresos por publicidad en el cuatrimestre final de cada año.

7.3.3 Riesgo de Competencia

El mercado en el cual opera Canal 13 S.A. es muy competitivo, lo cual exige una programación atractiva y dinámica, capaz de adecuarse a los requerimientos de la audiencia y de responder a las acciones de la competencia.

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

La proliferación de nuevas tecnologías y medios, tales como internet y otras plataformas digitales ha incrementado la competencia en la industria. Por ende, existe un riesgo de que un mayor aumento en la competencia (y consecuente aumento en la oferta de medios) pudiera disminuir la cuota del mercado publicitario del que goza la televisión abierta, reduciendo el tamaño del mercado en el que participa la Compañía.

7.3.4 Riesgos Relacionados al Desarrollo de Nuevas Tecnologías

La evolución de la tecnología, obligan a los canales de televisión a ajustar sus estándares de calidad y adaptarse a las demandas de la audiencia. Adopciones tardías o inadecuadas pueden generar deterioro de sus resultados financieros y de sus propuestas comerciales. La evolución de la tecnología también puede obligar a la Compañía a dedicar recursos financieros y de gestión significativos a su implementación.

Para adaptarse y competir de manera efectiva, la Compañía se mantiene a la vanguardia en la implementación de nuevas tecnologías (como la producción digital y streaming por internet) e innovando con productos para estos ámbitos, buscando nuevas oportunidades para capitalizar estas inversiones y diversificando sus fuentes de ingreso. En este ámbito la Compañía ha sido impulsor de la tecnología de la televisión terrestre en el país, transmitiendo la señal HD actualmente en la Región Metropolitana a través de un permiso experimental.

7.3.5 Riesgo Comercial

Los ingresos de los canales de televisión y las estaciones de radio dependen en gran medida del rating logrado. Este rating se sustenta principalmente en la calidad de la programación y cómo ésta se ajusta a las preferencias y necesidades de la audiencia. Dado que los programas cuentan con un ciclo de vida limitado y que las preferencias de la audiencia están en constante evolución, existe un riesgo asociado a que futuras propuestas programáticas no logren mantener los niveles de rating históricos de Canal 13, afectando negativamente su desempeño financiero.

El éxito comercial de la Compañía está asociado a su capacidad creativa y productiva de generar continua y sostenidamente en el tiempo propuestas programáticas atractivas, innovando en contenido, formato y medios, a costos que permitan hacer rentable la programación. En los últimos años, la Compañía ha implementado una serie de procesos que permiten conocer

e identificar las preferencias de su audiencia de manera más efectiva, así como también ha puesto énfasis en la formación de un equipo creativo con amplia experiencia en la industria. La Administración ha puesto también foco en la gestión del ciclo de vida de los programas que se emiten, buscando incorporar flexibilidad en la operación para extender el plazo y rentabilidad de propuestas exitosas y a su vez acotar los costos asociados a propuestas que no obtienen la acogida esperada de la audiencia.

7.3.6 Riesgo de Pérdida de Personal Clave

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

7.3.7 Riesgo Reputacional y de Imagen Corporativa

Una porción importante del contenido ofrecido por la señal de Canal 13 corresponde a noticieros, reportajes y entrega de información de actualidad. La preferencia de un televidente por un canal de televisión depende en parte de la credibilidad que éste perciba respecto a la veracidad e imparcialidad de la información entregada. Esta credibilidad se construye de manera gradual a través de la consistencia en la veracidad de la información y su línea editorial.

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

7.3.8 Riesgo Operacional

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

Canal 13 S.A. además procura mantener procedimientos operacionales de excelencia con el objetivo de minimizar interrupciones en la emisión de su señal, manteniendo un alto estándar técnico de la misma y evitar así que fallas pudieran afectar la percepción del público general respecto a la confiabilidad del producto. Con este fin, se realizan capacitaciones al personal de operación y se busca mantener los equipos actualizados según las tecnologías más modernas (como fue el caso en que Canal 13 fue el primer canal abierto en Chile en digitalizar completamente su generación de contenido), además de realizar mantenciones adecuadas a los equipos críticos. Para asegurar la continuidad del correcto funcionamiento de sus operaciones, Canal 13 cuenta con respaldo eléctrico para su equipamiento de mayor criticidad, y además cuenta con redundancia de los mismos, pero no cuenta con una réplica off-site de dichos equipos.

Desde el ámbito laboral, existe como en todo ámbito productivo en que se depende fuertemente de un equipo humano, un riesgo de conflicto que podría resultar en paros, huelgas u otras interrupciones que alteren la actividad productiva de Canal 13 S.A. Cabe mencionar que el actual convenio colectivo suscrito entre la Compañía y sus trabajadores vence el 31 de diciembre de 2014.

7.3.9 Riesgo Regulatorio

Regulación General

Canal 13 S.A. al igual que todos los canales de televisión chilena se encuentra regulado por la Ley N°18.838 del 29 de septiembre de 1989 que establece

en su artículo 8 letra e las causales de extinción de las concesiones de radiodifusión de libre recepción.

Regulación Televisión Digital

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

En este contexto, junto con el proceso de digitalización, la ley establece un plazo de cinco años para el apagón analógico, a partir de la publicación del Plan de Radiodifusión Televisiva, que aún se encuentra en etapa de elaboración.

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

- Identificación de activos fijos que deben ser depreciados en un plazo de 5 años, los cuales se computarán a contar de la aprobación del Plan de Radiodifusión Televisiva, debido a que no cumplen con las especificaciones técnicas establecidas por esta ley. Dado lo anterior, la compañía deberá realizar inversiones adicionales en activos fijos que cumplan y garanticen una óptima transmisión en HD (alta definición)
- Modificación del régimen de vigencia de las concesiones televisivas, estableciendo un plazo definido de 20 años y con régimen de renovación preferente bajo el contexto que el concesionario iguale a la mejor propuesta técnica que garantice una óptima transmisión.

Lo anterior, se encuentra sujeto a revisión por parte de Canal 13 S.A. a la espera de la definición del marco regulatorio técnico, que corresponde al Plan de Radiodifusión Televisiva, cuyas disposiciones podrían ajustar los efectos evaluados a la fecha de emisión de estos estados financieros consolidados.

7.3.10 Riesgos de Litigio, Sanciones y Multas

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

Los canales de televisión están sujetos a la supervisión del CNTV, quien debe velar por su correcto funcionamiento, contando con su supervigilancia y fiscalización en cuanto al contenido de las emisiones que a través de ellos se efectúen, en conformidad con la ley y las normas que dicte el propio CNTV. Se entenderá por “correcto funcionamiento” de los servicios de televisión el permanente respeto, a través de su programación, a los valores morales y culturales propios de la nación chilena; a la dignidad de las personas; a la protección de la familia; al pluralismo; a la democracia; a la paz; a la protección del medio ambiente, y a la formación espiritual e intelectual de la niñez y la juventud dentro de dicho marco valórico. La infracción de la ley y de estas normas conlleva en algunos casos amonestaciones, multas, sanciones temporales e incluso podría tener lugar la caducidad de la concesión en el caso de infracciones gravísimas y reiteradas.

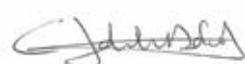
Para mitigar estos riesgos, Canal 13 vela por el cumplimiento ético y profesional de la difusión de información, según la definición de su línea editorial.

Asimismo, y de la misma forma que cualquier actividad empresarial en el país, Canal 13 S.A. está expuesta a riesgos legales de carácter contractual, laboral, comercial, entre otros.

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Los Directores y el Gerente General que suscriben esta memoria por el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2014 declaran bajo juramento que el contenido de ella es veraz conforme a la información que han tenido en su poder. Esta declaración de responsabilidad ha sido suscrita, conforme lo dispone

la Norma de Carácter General N°346, por los directores y por el gerente general de la Compañía, cuyas firmas constan en los ejemplares que se encuentran en poder de la Compañía.



Carolina García de la Huerta Aguirre

Presidenta

RUT: 7.474.129-0



René Cortázar Sanz

Director

RUT: 5.894.548-K



Rodrigo Álvarez Zenteno

Director

RUT: 8.283.133-9



Patricio Donoso Ibáñez

Director

RUT: 6.375.220-7



Soledad Alvear Valenzuela

Director

RUT: 6.282.479-4



Alejandro Jadresic Marinovic

Director

RUT: 7.746.199-K

**Rodrigo Jordán Fuchs**

Director

RUT: 8.012.632-8

**Fabio Valdés Correa**

Director

RUT: 5.169.571-2

**Silvia Pellegrini Ripamonti**

Director

RUT: 5.454.253-4

**Marcelo Von Chrismar Werth**

Director

RUT: 5.154.505-2

**Rodrigo Terré Fontbona**

Director

RUT: 9.011.344-5

**Cristian Bofill Rodríguez**

Gerente General

RUT: 7.590.250-6

