

CANAL 13 SpA

**ANÁLISIS RAZONADO
DE LOS ESTADOS FINANCIEROS**

Al 30 de Junio 2020 y 2019 (no auditados) y al 31 de Diciembre 2019 (auditados)



1.- ANÁLISIS DEL ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

Los principales componentes de los activos, pasivos y patrimonio de Canal 13 SpA al 30 de Junio de 2020 y al 31 de diciembre de 2019 son los siguientes:

	30-06-2020 M\$	31-12-2019 M\$
Activos		
Activos corrientes	26.463.967	24.988.920
Propiedades, plantas y equipos	22.234.973	25.572.732
Otros activos no corrientes	29.864.854	37.731.284
Total Activos	78.563.794	88.292.936
Pasivos y Patrimonio		
Pasivos corrientes	31.741.040	28.835.534
Pasivos no corrientes	26.663.714	35.820.886
Total Pasivos	58.404.754	64.656.420
Pasivos atribuible a los propietarios de la controladora	20.159.040	23.636.516
Participaciones no controladora	-	-
Total Patrimonio	20.159.040	23.636.516
Total Pasivos y Patrimonio	78.563.794	88.292.936

1.1 Indicadores de Actividad

			30-06-2020	31-12-2019
Inversiones	<i>Propiedades, planta y equipo (1)</i>	<i>M\$</i>	1.378.492	1.405.661
Rotación de Inventario	$\frac{\text{Costo de ventas}}{\text{Inventario total promedio (2)}}$	<i>Veces</i>	3,63	4,66
Permanencia de Inventario	$\frac{\text{Inventario total promedio (2)}}{\text{Costo de ventas}}$	<i>X (N días a la fecha)</i>	49,54	77,25

- (1) Inversión en propiedades, planta y equipos corresponde a compra de propiedades, planta y equipos presentadas en la Nota 11 (b) y (c) de los estados financieros individuales Canal 13 SpA.
- (2) Canal 13 SpA tiene como política contable presentar sus programas producidos, derechos deportivos, licencias y material fílmico en el rubro “*películas y series contratadas y programas producidos*” de los otros activos no financieros corrientes y no corrientes (Nota 7), 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.

1.2 Indicadores de Liquidez

			30-06-2020	31-12-2019
Liquidez Corrientes	$\frac{\text{Activos corrientes}}{\text{Pasivos corrientes}}$	Veces	0,83	0,87
Razón Ácida	$\frac{\text{Activos corrientes} (-) \text{Inventario corriente (1)}}{\text{Pasivos Corrientes}}$	Veces	0,62	0,74

- (1) El inventario corriente está compuesto por los programas producidos por Canal 13 SpA 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 7)

1.3 Indicadores de Endeudamiento

			30-06-2020	31-12-2019
Razón de Endeudamiento	$\frac{\text{Pasivos totales}}{\text{Patrimonio}}$	Veces	2,90	2,74
Proporción Deuda Corriente	$\frac{\text{Pasivos financieros corrientes}}{\text{Pasivos financieros totales}}$	%	18,54	19,52
Proporción Deuda No Corriente	$\frac{\text{Pasivos financieros no corrientes}}{\text{Pasivos financieros totales}}$	%	81,46	80,48
Cobertura de Intereses	$\frac{\text{Resultado antes de impuestos e intereses (1)}}{\text{Intereses pagados (2)}}$	Veces	n/a	n/a

- (1.1) 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 devengados y pagados.
- (2) Los intereses pagados en el período se presentan en la Nota 24 de los estados financieros Canal 13 SpA.

2.- ANÁLISIS DE LOS ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES

Los principales componentes de los Estados de Resultados para los períodos terminados el 30 de junio de 2020 y 30 de junio de 2019 son los siguientes:

	30-06-2020 M\$	30-06-2019 M\$	Variación M\$	Variación %
Ingresos Actividades ordinarias	39.266.617	37.785.257	1.481.360	3,92%
Costo de ventas	(36.606.122)	(34.792.224)	(1.813.898)	(5,21%)
Gastos de administración	(5.217.229)	(6.733.149)	1.515.920	22,51%
Resultado Operacional	(2.556.734)	(3.740.116)	1.183.382	31,64%
Ingresos financieros	56.845	72.610	(15.765)	(21,71%)
Costos financieros	(646.214)	(589.955)	(56.259)	(9,54%)
Otros ingresos (egresos) no operacionales netos (1)	(330.848)	(604.261)	273.413	45,25%
Resultado no operacional	(920.217)	(1.121.606)	201.389	17,96%
Ganancias (pérdida) antes de impuestos	(3.476.951)	(4.861.722)	1.384.771	28,48%
Gastos por impuestos a las ganancias	(525)	(5.026)	4.501	89,55%
Ganancias (pérdida) operaciones continuadas	(3.477.476)	(4.866.748)	1.389.272	28,55%
Ganancias (pérdida) de op.discontinuas netas de impuesto	-	-	-	0,00%
Ganancia (pérdida)	(3.477.476)	(4.866.748)	1.389.272	28,55%
Depreciación y amortización	(862.366)	(1.109.959)	247.593	22,31%
RAIIDA (2)	(1.694.367)	(2.630.157)	935.790	35,58%

- (1) Otros ingresos no operacionales netos consideran las cuentas "Otros ingresos, egresos", "Diferencia de cambio 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.

(2.1) Ingresos de actividades ordinarias

El principal ingreso de Canal 13 SpA lo constituye la venta de espacios publicitarios en televisión abierta, los negocios de televisión de pago (los canales 13C y RECTV), las ventas de contenido a clientes nacionales y extranjeros, la generación de nuevos negocios, los servicios a terceros de producción y de telecomunicaciones y los ingresos provenientes de la compra y venta y arrendamiento de inmuebles. Los ingresos de actividades ordinarias fueron \$39.267.- millones al 30 de junio de 2020, lo que representa un aumento de un 3,92% con respecto al ingreso del primer semestre del año 2019 cuando alcanzaron a \$37.785.- millones.

Si bien es cierto los ingresos totales muestran un aumento en relación a mismo periodo del año del año anterior, esto se explica por los ingresos proveniente de la venta de Propiedades plantas y equipos. No obstante, producto de la crisis sanitaria Covid-19, los ingresos por venta de publicidad experimentaron una baja de un 25,5%, en comparación a igual periodo del año pasado.

Indicadores Televisión Abierta e Internet

		01-01-2020 30-06-2020	01-01-2019 30-06-2019	Variación	%
Televisión abierta comercial					
Rating Comercial Horario Prime (1)	%	4,26	4,34	(0,08)	(1,84%)
Internet					
Navegadores únicos (2)	Promedio mensual	30.074.945	26.686.655	3.388.290	12,70%

- (1) El rating comercial horario prime representa el porcentaje de hogares que sintonizaron en promedio cada minuto de duración del programa o canal. Los hogares medidos corresponden a los segmentos ABC mujeres y hombres entre 25 y 64 años, en horarios de L-V de 20:00 a 00.30 hrs y S-D de 21:00 a 00:30 hrs. **Fuente:** *Timelbope*.
- (2) Navegadores únicos corresponde al promedio anual de los meses de ambos periodos de navegadores distintos que se conectaron a los sitios web **13.cl**, **T13.cl** para cada período. **Fuente:** *Digital Analytix de Comscore*.

		01-01-2020 30-06-2020	01-01-2019 30-06-2019	Variación	%
Cable					
Rating en miles de personas (1)		5,40	5,40	-	0,00%

Otros Indicadores

- (1) Miles de personas promedio total día. **Fuente:** *Timelbope*.

2.2 Costo de venta

Los costos de venta aumentaron desde \$34.792.- millones al 30 de junio de 2019 a \$36.606.- millones a nivel individual por el año 2020, lo que implica un aumento de 5,21%. Este costo se explica principalmente por el registro de deterioro de programas, series y películas y además, por programas de realización propia. 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 SpA. registró una pérdida no operacional a nivel individual al 30 de junio de 2020 de \$920.- millones, cifra inferior a la pérdida obtenida durante similar periodo de 2019 a y que alcanzó a los \$1.122.- millones explicado principalmente por mayores costos financieros, menores ingresos financieros relacionados con depósitos a plazo y una disminución en la pérdida por unidades de reajuste

2.4 Ganancia (Pérdida)

La pérdida al 30 de junio de 2020 fue de \$3.477 millones, cifra menor a la pérdida del año 2019, que alcanzó los \$4.867.- millones, se explica principalmente por la disminución muy importante de los Gastos de Administración y Ventas y una pérdida no operacional menor a la del año anterior.

2.5 Resultado antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización

El resultado antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización (R.A.I.I.D.A.) al 30 de junio de 2020 fue de (\$1.694.-) millones a nivel individual, lo que se compara favorablemente con los (\$2.630.-) millones registrados durante el primer semestre del año 2019. La variación se origina principalmente por menores Gastos de Administración y Ventas.

3.- INDICADORES DE RENTABILIDAD

			30-06-2020	31-12-2019
Rentabilidad patrimonial	$\frac{\text{Ganancias o (Pérdida)}}{\text{Patrimonio promedio}}$	%	(15,88%)	(23,97%)
Rendimiento de activos Operacionales	$\frac{\text{Resultado operacional (1)}}{\text{Total activo operacional promedio (2)}}$	%	(4,36%)	(12,83%)
Rentabilidad del activo	$\frac{\text{Ganancias o (Pérdida)}}{\text{Activo promedio}}$	%	(4,17%)	(6,36%)
Ganancia o (Pérdida) Por acción	$\frac{\text{Ganancias o (Pérdida)}}{\text{Total acciones suscritas y pagadas}}$	\$	(6,88)	(12,86)

(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 (junio 2020 y diciembre 2019).

Activos operacionales se definen como el total de los activos menos los instrumentos derivados, activos por impuestos corrientes y activos por impuestos diferidos:

	30-06-2020 M\$	31-12-2019 M\$
Total activos	78.563.794	88.292.936
<i>Menos:</i>		
Otros activos financieros, corrientes	54.995	47.382
Activos por impuestos, corrientes	-	-
Activos por impuesto diferido	24.691.465	24.691.465
Total activo no operacionales	24.746.460	24.738.847
Total activos operacionales	53.817.334	63.554.089

	30-06-2020 M\$	31-12-2019 M\$
Activo operacional promedio	58.685.712	75.304.979

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

	30-06-2020 M\$	30-06-2019 M\$
Flujos netos procedentes:		
Actividades de operación	(6.117.600)	(6.685.459)
Actividades de inversión	15.784.216	(1.051.196)
Actividades de Financiación	(10.156.086)	5.552.184
Total flujos efectivos netos	(489.470)	(2.184.471)
Efectivo y equivalente al efectivo al principio	580.110	2.375.030
Efectivo final del período	90.640	190.559

Al 30 de junio de 2020 el flujo operacional alcanzó un déficit de (\$6.118) millones lo que representó una disminución respecto a la cifra presentada al 30 de junio de 2019 donde alcanzó a (\$6.685) millones, motivado principalmente por menores pagos a proveedores, a empleados y otros pagos de operación.

Los flujos por actividades de inversión para el primer semestre del año 2020 a nivel neto, fueron mayores a los realizados durante el mismo período del año 2019, incidido principalmente por importes procedentes de la venta de propiedades y reembolsos junto a menores pagos por compras de propiedades y equipos, en línea con el programa de inversiones establecido para el año 2020.

El flujo proveniente de actividades de financiamiento al 30 de junio del 2020 ascendió a (10.156) millones, mientras que durante el mismo período del año anterior alcanzó los \$5.552 millones, lo cual es explicado principalmente por pagos de préstamos de empresas relacionadas y de terceros.

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 SpA, 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 SpA 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”. 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.

Respecto a la participación de audiencia, una medida de participación relativa, que corresponde al rating de un determinado canal de televisión, sobre el total de rating de un universo de canales determinado, Canal 13 SpA obtuvo una participación promedio de audiencia según rating hogar de 22,76% para el primer semestre del año 2020 y de 20,8% en similar período de 2019.

7.- ANÁLISIS DE RIESGO DE MERCADO

7.1 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, 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.

7.2 Riesgo Financiero

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

7.2.1 Riesgo de Crédito

El riesgo de crédito es el riesgo de pérdida financiera que enfrenta la Sociedad si un cliente o contraparte en un instrumento financiero no cumple con sus obligaciones contractuales, 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.

Canal 13 SpA no toma seguros de crédito para administrar el riesgo de incobrabilidad de sus clientes.

Para el caso de efectivo y efectivo equivalente, Canal 13 SpA 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 SpA 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 financiamiento de empresa relacionada.

La política de liquidez que mantiene Canal 13 SpA 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.

7.2.3 Riesgo Mercado

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

7.2.3.ii Riesgo de Tasa de Interés

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

Las obligaciones de corto plazo de Canal 13 SpA 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 SpA.

7.2.3.iii 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 SpA está expuesto. Canal 13 SpA está expuesto 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 trimestre final de cada año.

7.3.3 Riesgo de Competencia

El mercado en el cual opera Canal 13 SpA 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 SpA siempre este en búsqueda de nuevos talentos y tecnologías en aras de entregar una televisión útil tanto desde el punto de vista de la entretención como informativa, en un mercado altamente competitivo resulta clave la creatividad y estrategia de programación la cual tiene que estar en línea con los intereses y gustos de nuestra audiencia objetivo, la que a su vez debe alinearse con los intereses de nuestros clientes contratantes de avisaje publicitario. Esto, tiene un impacto directo en los retornos de Canal 13 SpA.

La proliferación de nuevas tecnologías y medios en los que es posible incorporar avisaje publicitario, 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 y espacios publicitarios) pudiera disminuir la cuota del mercado publicitario del que goza la televisión abierta, reduciendo el tamaño del mercado en el que participa la Compañía, lo que de hecho ha ocurrido en los últimos años.

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 digital terrestre en el país, transmitiendo la señal HD actualmente en las 18 ciudades principales del país, incluyendo la totalidad de las capitales regionales.

7.3.5 Riesgo Comercial

Los ingresos de los canales de televisión 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 y de los avisadores. 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 SpA.

Para mitigar este riesgo Canal 13 SpA está permanentemente desarrollando internamente nuevos talentos, y cuenta con profesionales bien preparados para ir asumiendo nuevas responsabilidades.

7.3.7 Riesgo Reputacional y de Imagen Corporativa

Una porción importante del contenido ofrecido por la señal de Canal 13 SpA. 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 SpA. 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 SpA., quién 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 SpA. 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 SpA. 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 SpA cuenta con respaldo para su equipamiento de mayor criticidad, y además cuenta con redundancia de los mismos. Además, cuenta con un respaldo del archivo histórico fuera de las instalaciones del edificio principal del canal, como también de un sistema de Disaster Recovery ubicado en las instalaciones de la Planta Transmisora del San Cristobal, capaz de tomar la emisión del canal en caso de una emergencia profunda.

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 SpA Cabe mencionar que el actual convenio colectivo suscrito entre la Compañía y sus trabajadores tiene como fecha de vencimiento el 31 de diciembre de 2020.

7.3.9 Riesgo Regulatorio

Regulación General

Canal 13 SpA 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 33, numeral 4 las causales de caducidad de las concesiones de radiodifusión televisiva de libre recepción.

Regulación Televisión Digital

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

Inicialmente el plazo para el apagón analógico había sido establecido para el mes de Abril del 2020. La nueva fecha para el apagón analógico se modificó para abril del 2024 mediante Decreto Supremo, que junto con la prórroga fijó un nuevo plan de despliegue que contempla una serie de acciones con hitos de cobertura digital que deben ser ejecutadas por los canales de la televisión chilena.

7.3.10 Riesgos de Litigio, Sanciones y Multas

Canal 13 SpA 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. Como tal, Canal 13 SpA tiene una responsabilidad por el contenido de los programas que emite mediante radiodifusión televisiva 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 SpA 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 SpA está expuesto a riesgos legales de carácter contractual, laboral, comercial, entre otros.

7.3.11 Crisis sanitarias COVID-19

Producto de la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19, así como las medidas de confinamiento decretado por la autoridad, se ha generado una merma importante en la capacidad productiva del país. Esta situación ha impactado fuertemente en el consumo, provocando a su vez que las empresas no obtengan los recursos presupuestados necesarios para desarrollar actividades de marketing, impactando por consiguiente la actividad publicitaria que comenzó a mediados de marzo. Actualmente se encuentra en vigencia un plan de control de costos que ha permitido

mantener un margen bruto positivo.