

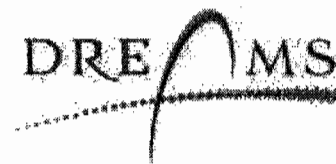


MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

ESTADOS FINANCIEROS

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2011 y 31 de diciembre de 2010.





MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

INDICE

INFORME DE LOS AUDITORES INDEPENDIENTES

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA CLASIFICADO	1
ESTADO DE RESULTADOS POR FUNCION	3
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES	4
ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO METODO INDIRECTO.....	5
ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO.....	6
NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS.....	8
Nota 1.- Información general.	8
Nota 2.- Resumen de las principales políticas contables.....	9
Nota 3.- Estimaciones, juicios y criterios de la administración.	18
Nota 4.- Cambios contables.	18
Nota 5.- Transición a las normas internacionales de información financiera	18
Nota 6.- Políticas de gestión de riesgos.....	20
Nota 7.- Información financiera por segmentos.....	21
Nota 8.- Efectivo y equivalentes al efectivo.....	21
Nota 9.- Otros activos y pasivos no financieros.....	22
Nota 10.- Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	23
Nota 11.- Cuentas por cobrar y pagar a entidades relacionadas.....	24
Nota 12.- Inventarios.....	27
Nota 13.- Activos y pasivos por impuestos corrientes	28
Nota 14.- Propiedades, planta y equipos	28

MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

Nota 15.- Impuesto a las ganancias e impuestos diferidos.....	29
Nota 16.- Otros pasivos financieros	31
Nota 17.- Patrimonio.....	31
Nota 18.- Utilidad liquida atribuible	32
Nota 19.- Ganancias por acción	32
Nota 20.- Composición de resultados relevantes (resultados por naturaleza).....	32
Nota 21.- Resultado por unidades de reajuste	33
Nota 22.- Provisiones, activos y pasivos contingentes.....	33
Nota 23- Sanciones.....	33
Nota 24- Medio Ambiente.....	34
Nota 25.- Hechos posteriores.	34



INFORME DE LOS AUDITORES INDEPENDIENTES

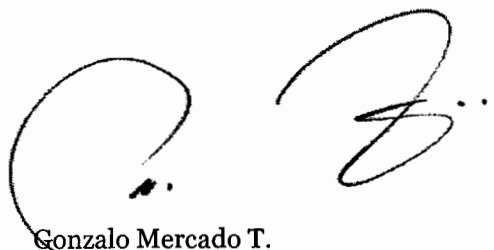
Santiago, 29 de marzo de 2012

Señores Accionistas y Directores
Marketing y Negocios S.A.

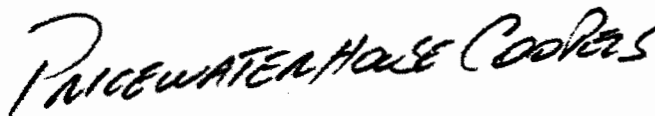
Hemos efectuado una auditoría a los estados de situación financiera de Marketing y Negocios S.A. al 31 de diciembre de 2011 y 2010 y a los correspondientes estados de resultados integrales, de cambios en el patrimonio y de flujos de efectivo por el año terminado el 31 de diciembre de 2011 y por el periodo comprendido entre el 7 de junio y el 31 de diciembre de 2010. La preparación de dichos estados financieros (que incluyen sus correspondientes notas), es responsabilidad de la Administración de Marketing y Negocios S.A. Nuestra responsabilidad consiste en expresar una opinión sobre estos estados financieros basada en las auditorías que efectuamos.

Nuestras auditorías fueron efectuadas 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 de que los estados financieros están exentos de representaciones incorrectas significativas. Una auditoría comprende el examen, a base de pruebas, de evidencias que respaldan los montos e informaciones revelados en los estados financieros. Una auditoría también comprende una evaluación de los principios de contabilidad utilizados y de las estimaciones significativas hechas por la Administración de la Compañía, así como una evaluación de la presentación general de los estados financieros. Consideramos que nuestras auditorías constituyen una base razonable para fundamentar nuestra opinión.

En nuestra opinión, los mencionados estados financieros presentan razonablemente en todos sus aspectos significativos, la situación financiera de Marketing y Negocios S.A. al 31 de diciembre de 2011 y 2010, los resultados integrales de sus operaciones y los flujos de efectivo por el año terminado el 31 de diciembre de 2011 y por el periodo de comprendido entre el 7 de junio y el 31 de diciembre de 2010, de acuerdo con Normas Internacionales de Información Financiera.



Gonzalo Mercado T.
RUT: 11.222.898-5



MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA CLASIFICADO

Al 31 de diciembre de 2011 y 2010
(Expresado en miles de pesos chilenos)

Activos	Nota	Al 31 de diciembre de 2011 M\$	Al 31 de diciembre de 2010 M\$
Activos corrientes			
Efectivo y equivalente al efectivo	8	99.813	990
Otros activos no financieros, corrientes	9	20.123	-
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, corriente	10	23.428	-
Inventarios	12	11.738	-
Activos por impuestos corrientes	13	1.774	-
Total de activos corrientes distintos de los activos o grupos de activos clasificados como mantenidos para la venta		156.876	990
Activos no corrientes o grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta		-	-
Total de activos no corrientes o grupos de activos clasificados como mantenidos para la venta		-	-
Activos corrientes totales		156.876	990
Activos no corrientes			
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas, no corriente	11	73.784	-
Propiedades, plantas y equipos	14	2.175	-
Activos por impuestos diferidos	15	11.532	170
Total activos no corrientes		87.491	170
Total activos		244.367	1.160

Las notas adjuntas números 1 y 25 forman parte integral de estos estados financieros.

MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

ESTADODE SITUACION FINANCIERA CLASIFICADO

Al 31 de diciembre de 2011 y 2010
(Expresado en miles de pesos chilenos)

		Al 31 de diciembre de 2011 M\$	Al 31 de diciembre de 2010 M\$
Patrimonio y pasivos			
Pasivos			
Pasivos corrientes			
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	16	51.445	991
Otros pasivos no financieros, corrientes	9	713	-
Pasivos corrientes totales		52.158	991
Pasivos no corrientes			
Cuentas por pagar a entidades relacionadas, no corriente	11	266.916	-
Total pasivos no corrientes		266.916	-
Total pasivos		319.074	991
Patrimonio			
Capital emitido	17	1.001	1.001
Ganancias (pérdidas) acumuladas	17	(75.697)	(821)
Otras reservas	17	(11)	(11)
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora		(74.707)	169
Participaciones no controladoras		-	-
Patrimonio total		(74.707)	169
Total patrimonio y pasivos		244.367	1.160

Las notas adjuntas números 1 y 25 forman parte integral de estos estados financieros.

MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

ESTADO DE RESULTADOS POR FUNCION

Por el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2011 y el período comprendido entre el 7 de junio y el 31 de diciembre de 2010
(Expresado en miles de pesos chilenos)

		2011	2010
		M\$	M\$
Ingresos de actividades ordinarias	20	158.358	-
Costo de ventas	20	(242.833)	-
Ganancia bruta		(84.475)	-
Gastos de administración	20	(1.906)	-
Otros gastos, por función	20	(137)	(991)
Costos financieros	20	(161)	-
Resultado por unidades de reajuste	21	441	-
Ganancia (pérdida) antes del impuesto		(86.238)	(991)
Gasto por impuesto a las ganancias	15	11.362	170
Ganancia (pérdida) procedente de operaciones continuadas		(74.876)	(821)
Ganancia (pérdida) procedente de operaciones discontinuadas		-	-
Ganancia (pérdida)		(74.876)	(821)
Ganancia (pérdida), atribuible a			
Ganancia (pérdida), atribuible a los propietarios de la controladora	19	(74.876)	(821)
Ganancia (pérdida), atribuible a participaciones no controladoras		-	-
Ganancia (pérdida)		(74.876)	(821)
Ganancias por acción			
Ganancia por acción básica			
Ganancia (pérdida) por acción básica en operaciones continuadas	19	(74.876)	(0,821)
Ganancia (pérdidas) por acción básica en operaciones discontinuadas		-	-
Ganancia (pérdida) por acción básica		(74.876)	(0,821)
Ganancias por acción diluidas			
Ganancias (pérdida) diluida por acción procedente de operaciones continuadas		-	-
Ganancias (pérdida) diluida por acción procedentes de operaciones discontinuadas		-	-
Ganancias (pérdida) diluida por acción		-	-

Las notas adjuntas números 1 y 25 forman parte integral de estos estados financieros.

MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES

Por el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2011 y el período comprendido entre
el 7 de junio y el 31 de diciembre de 2010
(Expresado en miles de pesos chilenos)

	2011	2010
	M\$	M\$
Estado del resultado integral		
Ganancia (pérdida)	(74.876)	(821)
Resultado antes de impuesto a las ganancias	(74.876)	(821)
Impuesto a las ganancias relacionado con componentes de otro resultado integral	-	-
Resultado integral total	(74.876)	(821)
Resultado integral atribuible a		
Resultado integral atribuible a los propietarios de la controladora	(74.876)	(821)
Resultado integral atribuible a participaciones no controladoras	-	-
Resultado integral total	(74.876)	(821)

Las notas adjuntas números 1 y 25 forman parte integral de estos estados financieros.

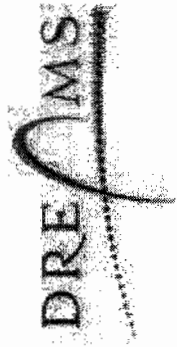
MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

ESTADODE FLUJO DE EFECTIVO METODO INDIRECTO

Por el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2011 y el periodo comprendido entre el 7 de junio y el 31 de diciembre de 2010
(Expresado en miles de pesos chilenos)

	2011 MS	2010 MS
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de operación		
Ganancia (pérdida)	(74.876)	(821)
Ajustes por conciliación de ganancias (pérdidas)		
Ajustes por gasto por impuestos a las ganancias	(11.357)	(170)
Ajustes por disminuciones (incrementos) en los inventarios	(11.738)	-
Ajustes por disminuciones (incrementos) en cuentas por cobrar de origen comercial	(122.542)	-
Ajustes por incrementos (disminuciones) en cuentas por pagar de origen comercial	343.438	991
Ajustes por incrementos (disminuciones) en otras cuentas por pagar derivadas de las actividades de operación	(1.774)	-
Ajustes por aumento (disminución) neta de Impuesto al Valor Agregado y otros similares pagados	(20.153)	-
Total de ajustes por conciliación de ganancias (pérdidas)	175.874	821
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de operación	100.998	-
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de inversión		
Compras de propiedades, planta y equipo	(2.175)	-
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión	(2.175)	-
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de financiación		
Importes procedentes de la emisión de acciones	-	990
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación	-	990
Incremento neto (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio	98.823	990
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	-	-
Incremento (disminución) neto de efectivo y equivalentes al efectivo	98.823	990
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio	990	-
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio	99.813	990

Las notas adjuntas números 1 y 25 forman parte integral de estos estados financieros.



MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

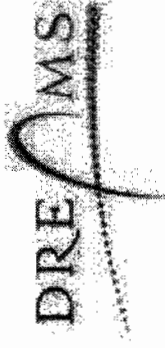
ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO

Al 31 de diciembre de 2011 y 2010
(Expresado en miles de pesos chilenos)

31 de diciembre de 2011

	Capital emitido	Otras reservas	Ganancias (pérdidas) acumuladas	Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	Participaciones no controladoras	Patrimonio total
Saldo inicial período actual 01/01/2011	1.001	(11)	(821)	169	-	169
Incremento (disminución) por cambios en políticas contables	-	-	-	-	-	-
Incremento (disminución) por correcciones de errores	-	-	-	-	-	-
Saldo inicial re expresado	1.001	(11)	(821)	169	-	169
Cambios en patrimonio						
Resultado Integral						
Ganancia (pérdida)			(74.876)	(74.876)	-	(74.876)
Otro resultado integral		-	-	-	-	-
Resultado integral Total	-	-	(74.876)	(74.876)	-	(74.876)
Total de cambios en patrimonio	-	-	(74.876)	(74.876)	-	(74.876)
Saldo final Período actual 31/12/2011	1.001	(11)	(75.697)	(74.707)	-	(74.707)

Las notas adjuntas números 1 y 25 forman parte integral de estos estados financieros .



MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

ESTADO DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO NETO
Al 31 de diciembre de 2011 y 2010
(Expresado en miles de pesos chilenos)

31 de diciembre de 2010

	Capital emitido	Otras reservas	Ganancias (pérdidas) acumuladas	Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	Participaciones no controladoras	Patrimonio total
Saldo inicial período anterior 01/01/2010	-	-	-	-	-	-
Incremento (disminución) por cambios en políticas contables	-	-	-	-	-	-
Incremento (disminución) por correcciones de errores	-	-	-	-	-	-
Saldo inicial re expresado	-	-	-	-	-	-
Cambios en patrimonio	-	-	-	-	-	-
Resultado Integral						
Ganancia (pérdida)			(821)	(821)	-	(821)
Otro resultado integral		-	-	-	-	-
Resultado integral Total			(821)	(821)	-	(821)
Emisión de patrimonio	990			990		990
Dividendos			-	-	-	-
Incremento (disminución) por otras aportaciones de los propietarios	-	-	-	-	-	-
Incremento (disminución) por transferencias y otros cambios	11	(11)	-	-	-	-
Total de cambios en patrimonio	1.001	(11)	(821)	169	-	169
Saldo final período anterior 31/12/2010	1.001	(11)	(821)	169	-	169

Las notas adjuntas números 1 y 25 forman parte integral de estos estados financieros .

MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS

Correspondientes a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2011 y 2010

Nota 1.- Información general.

Marketing y Negocios S.A. Rut: 76.120.306-1, en adelante la sociedad, es una sociedad anónima cerrada con domicilio en Avenida Andres Bello 2777, Oficina 704 Santiago.

La Sociedad se constituyo mediante escritura pública, de fecha 7 de junio de 2010, bajo el nombre de "Marketing y Negocios S.A.". El objeto de la sociedad es realizar servicios de agencia de negocios para empresas relacionadas con el turismo, entretenimiento, hotelería, casino de juegos y otras actividades comerciales. Además de asesorías de marketing y promociones. La constitución rol a fojas 673 vta. N°591 del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Puerto Montt del año 2010.

1.1.- Capital social y propiedad.

Al 31 de diciembre de 2011 el capital social asciende a M\$ 1.001, dividido en 1.000 acciones, sin valor nominal, todas de una misma serie.

Al 31 de diciembre de 2011, la estructura de propiedad de Marketing y Negocios S.A. está conformada por los siguientes accionistas:

RUT	Accionista	Acciones		% Participación Capital suscrito	
		31-dic-2011	31-dic-2010	31-dic-2011	31-dic-2010
76.033.514-2	Dreams S.A.	990	990	99%	99%
76.039.388-6	Casinos del Sur Spa.	10	10	1%	1%
Total		1.000	1.000	100,0000%	100,0000%

1.2.- Directorio y administración.

Marketing y Negocios S.A. es administrado por un Directorio compuesto por cinco directores titulares, los que son elegidos por un periodo de tres años.

MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

El actual Directorio fue elegido en la Junta de Accionistas celebrada el día 29 de abril de 2011 y está compuesto por los señores:

Nombre	RUT	Cargo
Claudio Félix Fischer Llop	7.378.806-4	Presidente
Cristián Celis Morgan	9.499.241-9	Director
Humberto José Fischer Llop	6.687.633-0	Director
Juan Luis Ovalle Larraín	7.031.556-4	Director
Ricardo Zabala Hevia	6.675.489-8	Director

Nota 2.- Resumen de las principales políticas contables.

A continuación se describen las principales políticas contables adoptadas para la preparación de los presentes estados financieros, las cuales han sido aplicadas de manera uniforme en los ejercicios presentados.

2.1.- Responsabilidad de la información.

La información contenida en estos estados financieros es responsabilidad de la Administración de Marketing y Negocios S.A., quienes manifiestan expresamente que se han aplicado en su totalidad los principios y criterios incluidos en las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF).

Los presentes estados financieros han sido aprobados por el directorio de Marketing y Negocios S.A. el 29 de marzo de 2012.

2.2.- Bases de preparación de los estados financieros.

Los presentes estados financieros de Marketing y Negocios S.A. corresponden al ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2011 y han sido preparados de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) y sus interpretaciones emitidas por el International Accounting Standards Board (en adelante "IASB") vigentes al 31 de diciembre de 2011 y representan la adopción integral, explícita y sin reservas de las referidas normas internacionales.

Los estados de situación financiera al 31 de diciembre y de resultados, de patrimonio neto y de flujos de efectivo por el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2010, que se incluyen para efectos comparativos, también han sido preparados de acuerdo a las NIIF, siendo los principios y criterios contables aplicados consistentes con los utilizados en el 2011.

Los estados financieros de Marketing y Negocios S.A. por el año terminado al 31 de diciembre de 2010, aprobados por el Directorio el 22 de junio de 2011 fueron preparados de acuerdo a los Principios Contables Generalmente Aceptados en Chile (PCGA Chile), los cuales fueron considerados como los principios contables previos, tal como es definido en la NIIF 1, antes de la preparación de los estados finan-

MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

cieros de apertura NIIF y de los estados financieros al 31 de diciembre de 2010. Los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados en Chile difieren en ciertos aspectos de las NIIF.

2.3.- Ejercicio cubierto por los estados financieros.

Los presentes estados financieros cubren los siguientes ejercicios:

- Estado de situación financiera clasificado al 31 de diciembre de 2011 y 2010.
- Estado de resultados por función por el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2011 y el periodo comprendido entre el 7 de junio y el 31 de diciembre de 2010.
- Estado de flujos de efectivo por el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2011 y el periodo comprendido entre el 7 de junio y el 31 de diciembre de 2010.
- Estado de cambios en el patrimonio neto por el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2011 y el periodo comprendido entre el 7 de junio y el 31 de diciembre de 2010.

2.4.- Nuevas normas e interpretaciones emitidas y no vigentes.

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

Nuevas normativas, enmiendas, modificaciones e interpretaciones obligatorias desde el 1 de enero de 2011 pero que actualmente no son relevantes para la sociedad (podrán serlo en transacciones futuras).

Mejoras y modificaciones	Contenido	Aplicación obligatoria para ejercicios iniciados a partir de
IAS 24 (revisada)	Revelación de partes relacionadas	01-ene-11
IFRIC 14	Pagos anticipados de obligaciones de tener un nivel de financiamiento mínimo	01-ene-11
IFRS 7	Revelación de instrumentos financieros	01-ene-11
IFRIC 13	Programas de fidelización de clientes	01-ene-11

Nuevas normas, interpretaciones y enmiendas emitidas, no vigentes para el ejercicio 2011, para las cuales no se ha efectuado adopción anticipada de las mismas.

MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

Normas y modificaciones	Contenido	Aplicación obligatoria para ejercicios iniciados a partir de
IAS 19 (revisada)	Beneficios a los empleados	01-ene-13
IFRS 9	Instrumentos financieros	01-ene-15
IAS 27	Estados financieros separados	01-ene-13
IFRS 10	Estados financieros consolidados	01-ene-13
IFRS 11	Acuerdos conjuntos	01-ene-13
IFRS 12	Revelaciones de participaciones en otras entidades	01-ene-13
IFRS 13	Medición del valor razonable	01-ene-13
IAS 1	Presentación de estados financieros	01-jul-12
IAS 12	Impuesto a las ganancias	01-ene-12
IAS 28	Inversiones en asociadas y joint ventures	01-ene-13

2.5.- Segmentos operativos.

La NIIF 8 exige que las entidades adopten "el enfoque de la Administración" al revelar información sobre el resultado de sus segmentos operativos. La sociedad no presenta información financiera por segmentos, debido a que su giro principal es la prestación de servicios de administración de marketing a empresas relacionadas.

2.6.- Moneda de presentación y moneda funcional.

Los estados financieros son presentados en pesos chilenos, que es la moneda funcional de la Sociedad y de la matriz Dream S.A.

Las transacciones en moneda distintas a la moneda funcional se convierten al tipo de cambio vigente a la fecha de la transacción.

2.7.- Bases de conversión.

Moneda extranjera es aquella diferente de la moneda funcional de una entidad. Las transacciones en monedas extranjeras son inicialmente registradas al tipo de cambio de la moneda funcional de la entidad a la fecha de transacción. Los activos y pasivos monetarios denominados en moneda extranjera son traducidos al tipo de cambio de la moneda funcional a la fecha de cierre del estado de situación financiera. Todas las diferencias de esta traducción son llevadas al rubro diferencia de cambios en el estado de resultado por función.

Los activos y pasivos expresados en moneda extranjera o unidades de reajustes, han sido convertidos a pesos chilenos según el siguiente detalle:

	31-dic-2011	31-dic-2010	01-ene-2010
Dólar Estadounidense (USD)	519,20	468,01	507,10
Unidad de Fomento (UF)	22.294,03	21.455,55	20.942,88

MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

2.8.- Efectivo y equivalentes al efectivo.

La Sociedad considera como efectivo y equivalente al efectivo, los saldos de efectivo mantenidos en caja y en cuentas corrientes bancarias, los sobregiros bancarios, los depósitos a plazo en bancos e instituciones financieras y otras inversiones financieras de gran liquidez, con un vencimiento original que no exceda los 90 días desde la fecha de colocación y cuyo riesgo de cambio en su valor es poco significativo, ya que éstas forman parte habitual de los excedentes de caja y que se utilizan en las operaciones corrientes de la sociedad.

Estado de flujos de efectivo.

El estado de flujos de efectivo recoge los movimientos de caja realizados durante los ejercicios. Los flujos de efectivo son las entradas y salidas de dinero en efectivo y de activos financieros equivalente, entendiendo por éstos las inversiones a corto plazo de gran liquidez y bajo riesgo de pérdidas en su valor.

Para efectos de presentación, el estado de flujos de efectivo se clasifica en las siguientes actividades:

- Actividades de operación: Son las actividades que constituyen la principal fuente de ingresos ordinarios del grupo, así como otras actividades que no pueden ser calificadas como de inversión o financiación.
- Actividades de inversión: Son las actividades relacionadas con la adquisición, enajenación o disposición por otros medios de activos no corrientes y otras inversiones no incluidas en el efectivo y su equivalente.
- Actividades de financiación: Son las actividades que producen variación en el tamaño y composición del patrimonio neto y de los pasivos de carácter financiero.

2.9.- Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes.

Corresponden a activos surgidos de operaciones de venta de los productos y/o servicios que comercializa la Sociedad directamente con sus clientes, sin intención de negociar la cuenta por cobrar y, además, no están dentro de las siguientes categorías:

- Aquellas en las cuales se tiene la intención de vender inmediatamente o en un futuro próximo y que son mantenidas para su comercialización.
- Aquellas designadas en su reconocimiento inicial como disponibles para la venta.
- Los que no permitan al tenedor la recuperación sustancial de toda la inversión inicial, por circunstancias diferentes a su deterioro crediticio, que serán clasificados como disponible para la venta.

MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

Estos activos se reconocen a su valor de cobro que es el valor de venta o de factura, posteriormente de les descuenta la provisión por pérdidas de deterioro del valor.

Se establece una provisión para pérdidas por deterioro según análisis de riesgo de recuperabilidad, provisionando el 100% de los saldos con morosidad relevante.

A las cuentas por cobrar no se les determinan un interés implícito por tratarse de operaciones a plazo menores a 90 días.

2.10.- Inventarios.

Los inventarios están valorizados inicialmente al costo. Posteriormente se valorizan al menor entre el costo y el valor neto realizable.

El costo se determina por el método de costo promedio ponderado (PMP).

El valor neto realizable, es el precio estimado de venta al cierre del ejercicio en el curso ordinario del negocio menos todos los costos de venta.

2.11.- Impuesto a las ganancias e impuestos diferidos.

Marketing y Negocios S.A determina el impuesto a las ganancias sobre la base de la renta líquida imponible calculada de acuerdo con las disposiciones legales contenidas en la Ley sobre Impuesto a la Renta vigente en cada ejercicio.

El gasto por impuesto a las ganancias del ejercicio se determina como el impuesto corriente, que resulta de la aplicación del tipo de gravamen sobre la base de la renta líquida imponible del ejercicio más la variación de los activos y pasivos por impuestos diferidos y créditos fiscales.

Los impuestos diferidos se calculan sobre las diferencias temporarias que surgen entre la base fiscal de los activos y pasivos y sus importes en libros en las cuentas contables.

Se reconocen impuestos diferidos para todas las diferencias temporarias.

Los impuestos diferidos se determinan usando las tasas de impuesto contenidas en leyes aprobadas o a punto de aprobarse en la fecha de cierre del estado de situación financiera y que se espera aplicar cuando el correspondiente activo por impuesto diferido se realice o el pasivo por impuesto diferido se liquide.

Los activos por impuestos diferidos, incluidos aquellos originados por pérdidas tributarias se reconocen únicamente cuando se considera probable que las entidades vayan a disponer de ganancias fiscales futuras suficientes para recuperar las deducciones por diferencias temporarias y hacer efectivos los créditos fiscales.

MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

Para aquellas partidas que se registran con abono o cargo a patrimonio neto, el impuesto diferido asociado, de corresponder, se imputa también al patrimonio.

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

2.12.-Propiedad, planta y equipos.

Los bienes de propiedades, plantas y equipos, son registrados al costo neto de su correspondiente depreciación acumulada y de las pérdidas por deterioro que haya experimentado.

Adicionalmente al precio pagado por la adquisición de cada elemento, también incluyen todos los costos directamente relacionados con la ubicación del activo en el lugar y en las condiciones necesarias para que pueda operar de la forma prevista por la Administración, los costos de ampliación, modernización o mejora que representan un aumento de la productividad, capacidad o eficiencia o un alargamiento de la vida útil.

Los costos de las sustituciones o renovaciones de elementos completos que aumentan la vida útil del bien, o su capacidad económica, se registran como mayor valor de los respectivos bienes, con el consiguiente retiro contable de los elementos sustituidos o renovados.

Los intereses y otros gastos financieros incurridos que son directamente atribuibles a la adquisición o construcción de activos inmovilizados se capitalizan de acuerdo a la NIC 23.

Los gastos periódicos de mantenimiento, conservación y reparación, se registran directamente a resultados como costo del ejercicio en que se incurren.

La Sociedad estima que el valor contable de los activos no supera el valor recuperable de los mismos.

A la fecha de cierre o siempre que haya un indicio de que pueda existir un deterioro en el valor de los activos, se compara el valor recuperable de los mismos con su valor neto contable.

Cualquier registro o reverso de una pérdida de valor, que surja como consecuencia de esta comparación, se registrara en los rubros "Otros gastos por función" u "Otros ingresos por función" del Estado de Resultados.

Depreciación de propiedades, plantas y equipos:

Las propiedades, plantas y equipos, se amortizan desde el momento en que los bienes están en condiciones de uso distribuyendo linealmente el costo de los diferentes elementos que lo componen entre los años de vida útil técnica estimada que constituyen el período en que la sociedad espera utilizarlos.

MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

La vida útil de los bienes de propiedad, planta y equipos que son utilizadas para propósitos del cálculo de la depreciación ha sido determinada en base a estudios técnicos. Estos se utilizan para las nuevas adquisiciones o construcciones de bienes de propiedades, plantas y equipos, o cuando existen indicios que la vida útil de estos bienes debe ser cambiada. Los estudios consideran algunos factores para la determinación de la vida útil de ciertos bienes entre los cuales están: capacidad operativa actual y futura y criterios consecuentes a cada tipo de bien de acuerdo a su uso, ubicación y estado funcional.

La vida útil de los elementos de propiedad, planta y equipo y su valor residual, de corresponderse revisan anualmente y, si procede, se ajusta en forma prospectiva.

Los beneficios o pérdidas que surgen en ventas o retiros de bienes de propiedades, plantas y equipos se reconocen como resultados del ejercicio y se calculan como la diferencia entre el valor de venta y el valor neto contable del activo.

2.13.- Otros activos no financieros.

En este rubro se incluyen principalmente impuestos por recuperar no relacionados al impuesto a las ganancias y otros activos corrientes y no corrientes que no califican como activos financieros, netos de deterioro.

2.14.- Deterioro del valor de los activos no financieros.

A la fecha de cierre de cada ejercicio, se evalúa si existe algún indicio de que algún activo hubiera sufrido pérdidas por deterioro. En caso de que exista algún indicio se realizará una estimación del monto recuperable de dicho activo para determinar, en su caso, el monto del deterioro. Si se trata de activos identificables que no generan flujos de caja de forma independiente, se estima la recuperabilidad de la unidad generadora de efectivo (UGE) a la que pertenece el activo, entendiendo como tal el menor grupo identificable de activos que genera entradas de efectivo independiente.

El monto recuperable es el mayor valor entre el valor de mercado menos el costo necesario para su venta y el valor en uso, entendiendo por este último, el valor actual de los flujos de caja futuros estimados. Para el cálculo del valor de recuperación de las Propiedad, Planta y Equipos y del activo intangible, el valor en uso es el criterio utilizado por la sociedad en prácticamente la totalidad de los casos.

En el caso de que el monto recuperable sea inferior al valor neto en libros del activo, se registra la correspondiente provisión por pérdida de deterioro por la diferencia con cargo al Estado de Resultados.

Las pérdidas por deterioro reconocidas en un activo en ejercicios anteriores son revertidas cuando se produce un cambio en las estimaciones sobre su monto recuperable, aumentando el valor del activo con abono a resultados con el límite del valor en libros que el activo hubiera tenido de no haberse realizado el ajuste contable.

Los activos no financieros que hubieran sufrido una pérdida por deterioro se someten a revisiones una vez al año, por si se hubieran producido reversos de la pérdida.

MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

2.15.- Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar.

En este rubro se registran los saldos por pagar a proveedores y las otras cuentas por pagar, estos son reconocidos a su valor nominal ya que su plazo medio de pago es reducido y no existe diferencia material con su valor razonable.

2.16.- Otros pasivos no financieros, corrientes y no corrientes.

Se incluyen dentro de este rubro las obligaciones que no clasifican como pasivos financieros o cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar, como retenciones en favor de terceros.

2.17.- Capital emitido.

El capital social está dividido en 1.000 acciones, sin valor nominal, todas de una misma serie.

Los costos incrementales directamente atribuibles a la emisión de nuevas acciones se presentan en el patrimonio neto como una deducción, neta de impuestos, de los ingresos obtenidos.

2.18.- Ganancias por acción

El beneficio neto por acción básico se calcula tomando la utilidad o pérdida del ejercicio, atribuibles a los accionistas ordinarios de la sociedad dominante (el “numerador”), y el promedio ponderado del número de acciones ordinarias en circulación durante el ejercicio (el “denominador”).

La Compañía no ha realizado ningún tipo de operación de potencial efecto diluido que suponga un beneficio por acción diluido diferente del beneficio básico por acción.

2.19.- Distribución de dividendos

Los dividendos a pagar a los accionistas de Marketing y Negocios S.A se reconocen como un pasivo en los Estados Financieros en el ejercicio en que son declarados y aprobados por los accionistas o cuando se configura la obligación correspondiente en función de las disposiciones legales vigentes o las políticas de distribución establecidas por la Junta de Accionistas de la sociedad.

2.20.- Utilidad líquida distribuable

Se entiende por Utilidad líquida distribuable, aquella utilidad atribuible a los tenedores de instrumentos de participación en el patrimonio neto de la Controladora, considerada para el cálculo del dividendo mínimo obligatorio y adicional. Esta utilidad deberá estar depurada de todos aquellos ajustes que la Administración de la compañía estime necesarios de efectuar, para así determinar una base de utilidad realizada a ser distribuida.

En ese sentido, la Sociedad podrá deducir o agregar las variaciones relevantes del valor razonable de los activos y pasivos que no estén realizados. Estos valores razonables deberán ser reintegrados al cálculo de la Utilidad líquida distribuable en el ejercicio que tales variaciones se realicen.

MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

La política respecto de los criterios a utilizar en la determinación de la utilidad líquida distribuable, deberá ser aprobada por el Directorio. La política adoptada para la determinación de la Utilidad líquida distribuable deberá ser aplicada en forma consistente. En caso que la Sociedad justificadamente requiera una variación en la mencionada política, esta deberá ser informada a la Superintendencia de Valores y Seguros tan pronto el Directorio opte por la decisión.

Al 31 de diciembre de 2011 y 2010, dadas las características de las operaciones de la Sociedad, como también de su activos y pasivos, no se incluyen ajustes por variaciones en valores justos u otros conceptos en la determinación de la utilidad líquida distribuable, razón por la cual esta última es equivalente a la utilidad del ejercicio.

2.21.- Clasificación de saldos en corrientes y no corrientes

En el estado de situación financiera los saldos se clasifican en función de sus vencimientos, como corrientes los con vencimiento igual o inferior a doce meses contados desde la fecha de cierre de los estados financieros y como no corrientes los mayores a ese ejercicio.

2.22.- Medio ambiente

En el caso de existir pasivos ambientales, se registran sobre la base de la interpretación actual de leyes y reglamentos ambientales, cuando sea probable que una obligación actual se produzca y el importe de dicha responsabilidad se pueda calcular de forma fiable.

2.23.- Reconocimiento de ingresos

a.- Ingresos ordinarios

Los ingresos ordinarios incluyen el valor razonable de las contraprestaciones recibidas o a recibir por la venta de bienes y servicios en el curso ordinario de las actividades de la sociedad. Los ingresos ordinarios se presentan netos del impuesto a las ventas, devoluciones, rebajas y descuentos (en caso de existir).

Marketing y Negocios S.A. reconoce los ingresos cuando el valor de los mismos se puede valorar con fiabilidad, es probable que los beneficios económicos futuros vayan a fluir a la entidad y se cumplen las condiciones específicas para cada una de las actividades del grupo, tal y como se describen a continuación:

Intereses:

Los ingresos por intereses se reconocen usando el método del tipo de la tasa interés efectiva.

MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

Servicios:

Los ingresos ordinarios procedentes de ventas de servicios, se registran cuando dicho servicio ha sido prestado. Un servicio se considera como prestado al momento de ser recepcionado conforme por el cliente.

Nota 3.- Estimaciones, juicios y criterios de la administración.

En los estados financieros de Marketing y Negocios S.A se han utilizado juicios y estimaciones realizadas por la Administración para cuantificar algunos de los activos, pasivos, ingresos, gastos y compromisos que figuran registrados en ellas. Básicamente, estas estimaciones se refieren a:

- La vida útil de los bienes de propiedad, planta y equipos e intangibles y su valor residual,
- Las pérdidas por deterioro de determinados activos, incluyendo las cuentas por cobrar a clientes.
- Las provisiones por compromisos adquiridos con terceros y los pasivos contingentes.
- Las provisiones que cubren las distintas variables que afectan a los productos en existencia.

A pesar de que estas estimaciones se han realizado en función de la mejor información disponible en la fecha de formulación de estos estados financieros, es posible que acontecimientos que puedan tener lugar en el futuro obliguen a modificarlas (al alza o a la baja) en próximos ejercicios, lo que se haría de forma prospectiva, reconociendo los efectos del cambio de estimaciones en los correspondientes estados financieros futuros.

Nota 4.- Cambios contables.

Al 31 de diciembre de 2011, la sociedad no ha efectuados cambios contables respecto al ejercicio anterior.

Nota 5.- Transición a las normas internacionales de información financiera

5.1.- Base de transición a la NIIF

Los estados de situación financiera de Marketing y Negocios S.A por el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2011 son los primeros estados financieros de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF). Marketing y Negocios S.A ha aplicado la NIIF 1 al preparar sus estados de situación financiera.

La fecha de transición de Marketing y Negocios S.A es el 7 de junio de 2010 (Constitución de la sociedad) fecha en la cual ha preparado sus estados de situación financiera de apertura bajo NIIF. La fecha de adopción de Marketing y Negocios S.A. de las NIIF es el 1 de enero de 2011.

MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

De acuerdo a la NIIF 1, para elaborar los estados financieros antes mencionados, se han aplicado todas las excepciones obligatorias y algunas de las exenciones optativas a la aplicación retroactiva de las NIIF, las cuales se detallan a continuación:

Propiedades, plantas y equipos:

La Sociedad utilizó la exención de aplicar el valor histórico como costo atribuido para medir sus activos, tomando estos como costo a la fecha de transición.

5.2.- Conciliación entre NIIF y principios de contabilidad generalmente aceptados en Chile.

Las conciliaciones presentadas a continuación muestran la cuantificación del impacto de la transición a las NIIF de Marketing y Negocios S.A. La conciliación proporciona el impacto de la transición con los siguientes detalles:

5.2.1.- Conciliación del patrimonio neto desde Principios Contables Generalmente Aceptados en Chile a Normas Internacionales de Información Financiera al 31 de diciembre de 2010.

	Patrimonio Total
	M\$
Patrimonio neto PCGA Chile	169
Efecto de Transición a las NIIF	-
Patrimonio neto NIIF	169

5.2.2.- Conciliación del Resultado del ejercicio desde Principios Contables Generalmente Aceptados en Chile a Normas Internacionales de Información Financiera al 31 de diciembre de 2010.

	Resultado Total
	M\$
Resultado PCGA Chile	(765)
Corrección monetaria	(56)
Efecto de Transición a las NIIF	(56)
Resultado NIIF	(821)

MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

5.3.- Explicación de los efectos de transición a las NIIF.

Corrección monetaria:

Al 31 de diciembre de 2010, se procedió a reversar la corrección monetaria del Resultado del ejercicio, lo cual generó un cargo neto en el resultado de M\$56.

Nota 6.- Políticas de gestión de riesgos

Marketing y Negocios S.A. está expuesta exclusivamente a riesgos asociados a las actividades de los clientes a los que presta sus servicios, todos ellos asociados al conglomerado de DREAM S.A. sociedad matriz a la que reporta. En consecuencia la política de gestión de riesgos de la Compañía está alineada a las políticas generales de riesgo de la sociedad matriz, las que persiguen eliminar, atenuar o contener la incertidumbre que puede generar el ambiente económico y comercial en que desarrollan sus actividades las sociedades coligadas.

1. Riesgo de mercado:

En lo particular, los riesgos propios se relacionan con la aplicación de las estrategias de crecimiento comercial y de los planes de fidelización que administra y gestiona para las sociedades coligadas así como de las asesorías comerciales que les brinda, lo que exige un continuo monitoreo de las oportunidades y adversidades que pueden producirse en la industria relacionada con el turismo, la entretención, hotelería, restaurantes y casinos de juego.

Marketing y Negocios S.A., genera altos estándares de calidad en sus servicios, como así también utiliza tecnología de punta para retroalimentar sus acciones de marketing, logrando la mejor adaptación al sensibilizar sus planes directamente con la satisfacción oportuna de los clientes finales. Sin embargo, el desarrollo de Marketing y Negocios S.A., se puede ver afectado por los riesgos de los ciclos económicos de nuestro país, lo cual puede incidir en el ingreso de las personas, el nivel de desempleo y la confianza sobre el futuro económico, impactando la asistencia a los lugares de entretención y el gasto por persona destinado a estos fines, lo que podría tener impacto en los ingresos de la Compañía.

2. Riesgos financieros:

El principal riesgo que enfrenta la compañía en este ámbito es el riesgo de liquidez, el que está relacionado con la posibilidad de tener dificultades para la obtención de fondos destinados a dar oportuno cumplimiento a sus compromisos de gastos, costos e inversiones.

Los fondos necesarios para hacer frente a estas salidas de flujo de efectivo se obtienen de los recursos propios generados por la actividad ordinaria de servicios que presta la sociedad, flujos que provienen de las sociedades coligadas, lo que atenúa considerablemente el riesgo. Adicionalmente, la compañía actúa generalmente, solicitando la anticipación de flujos para el otorgamiento de sus servicios.-

MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

La compañía no enfrenta riesgos de tasas de interés, por no tener deudas en el mercado financiero, no enfrenta riesgos por inflación, por no tener pasivos asociados o indexados a la Unidad de Fomento, no enfrenta asimismo riesgos de tipo de cambio ni riesgos de crédito.

3. Riesgos regulatorios:

La compañía no enfrenta grandes riesgos regulatorios en consideración a ser una sociedad anónima cerrada, sujeta solo a las disposiciones y leyes de carácter general que regulan las actividades económicas y comerciales. Sin embargo en consideración a que sus principales clientes son sociedades reguladas por la ley N°19.995 y su normativa, sobre casinos de juego, debe vigilar constantemente, que ninguna de las actividades que genere para ellos, vulnere de manera directa o indirecta la legislación vigente a ese respecto.

4. Riesgos de fuerza mayor:

Aun cuando la compañía no posee activos relevantes y generalmente no interactúa directamente con los clientes finales, eventuales daños causados por hechos de la naturaleza, accidentes, protestas, actos mal intencionados u otros eventos de fuerza mayor, podrían perjudicar a las personas, impedir o afectar la operación de una o más unidades de negocio, con el consiguiente efecto adverso en la situación financiera. La Compañía a este respecto, es especialmente cuidadosa y transparente en la aplicación de los procedimientos que emplea y en el cuidado y protección de la información que posee.

Nota 7.- Información financiera por segmentos

La sociedad no presenta información por segmentos, debido a que su giro principal es la prestación de servicios administración de marketing a empresas relacionadas.

Nota 8.- Efectivo y equivalentes al efectivo

El Efectivo y equivalentes al efectivo corresponde a los saldos de dinero mantenidos en caja, cuentas corrientes bancarias, depósitos a plazo y Otras inversiones financieras con vencimiento a menos de 90 días, en los términos descritos en la NIC 7.

La composición del Efectivo y Equivalente al Efectivo al 31 de diciembre de 2011 y 31 de diciembre de 2010 es el siguiente:

	31-dic-2011	31-dic-2010
Clases de efectivo y equivalentes al efectivo	MS	MS
Saldos en bancos	99.813	990
Total efectivo y equivalentes al efectivo	99.813	990

MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

La composición del efectivo y equivalente al efectivo por moneda de origen al 31 de diciembre de 2011 y 31 de diciembre de 2010 es el siguiente:

Clases de efectivo y equivalentes al efectivo	31-dic-2011	31-dic-2010
	M\$	M\$
Pesos Chilenos	99.813	990
Total Efectivo y Equivalentes al Efectivo	99.813	990

Nota 9.- Otros activos y pasivos no financieros

Al 31 de diciembre de 2011, y 31 de diciembre de 2010, la Sociedad incluye dentro de estos rubros lo siguiente:

9.1.- Activos no financieros corrientes y no corrientes.

	31-dic-2011	31-dic-2010
	M\$	M\$
Corrientes		
IVA crédito fiscal	20.123	-
Total Corrientes	20.123	-

9.2.- Pasivos no financieros corrientes

	31-dic-2011	31-dic-2010
	M\$	M\$
Corrientes		
Pagos provisionales mensuales (PPM) por pagar	593	-
Retenciones de impuestos	120	-
Total corrientes	713	-

MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

Nota 10.- Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar

La composición de este rubro es la siguiente:

	31-dic-2011 M\$	31-dic-2010 M\$
Otras cuentas por cobrar	23.428	
Deterioro	-	-
Total neto	23.428	-
Resumen		
Total Bruto	23.428	
Deterioro	-	-
Total Neto	23.428	-

Los plazos de vencimiento de los deudores y otras cuentas por cobrar son los siguientes:

Deudores Comerciales y otras cuentas por cobrar corriente	31-dic-2011 M\$	31-dic-2010 M\$
Vencidos		
Vencidos menor a 3 meses		
Vencidos entre 3 y 6 meses		
Vencidos entre 6 y 12 meses		
Vencidos mayor a 12 meses	-	-
Total vencidos	-	-
Por vencer		
Por vencer menor a 3 meses	23.428	-
Total por vencer	23.428	-
Total deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, bruto	23.428	-
Deterioro por Deudas Incobrables	-	-
Total deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, neto	23.428	-

La composición de las otras cuentas por cobrar es la siguiente:

Clase	31-dic-2011 M\$	31-dic-2010 M\$
Anticipo proveedores nacionales	23.428	-
Total bruto	23.428	-
Deterioro por deudas incobrables	-	-
Total neto	23.428	-

MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

La sociedad no otorga ni administra líneas de crédito.

La sociedad no tiene contratado seguro de crédito, ni existen garantías sobre las cuentas por cobrar. Las cuentas por cobrar son activos financieros no derivados con pagos fijos o determinables que no cotizan en un mercado activo y se incluyen en activos corrientes. Las cuentas por cobrar se incluyen en deudores comerciales y otras cuentas por cobrar en el Estado de Situación Financiera.

Las cuentas comerciales a cobrar del negocio, se reconocen al valor de cobro que es el valor de venta o de factura que no difiere de su valor razonable, posteriormente por su costo menos la provisión por pérdidas de deterioro de valor.

La sociedad solo utiliza el método del deterioro y no el castigo directo para un mejor control, de las partidas de cuentas por cobrar.

Las pérdidas por deterioro relativas a créditos dudosos se registran en estado de resultados por función dentro de otros gastos por función.

La compañía entiende por morosidad la falta de puntualidad o inactividad en el cumplimiento de las obligaciones pecuniarias de algún cliente.

Nota 11.- Cuentas por cobrar y pagar a entidades relacionadas

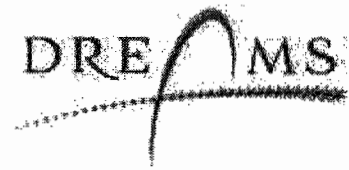
Las transacciones con relacionadas se efectúan en términos y condiciones similares a aquellas ofrecidas a terceros y el producto de tales operaciones es reflejado en las cuentas por cobrar y pagar a entidades relacionadas.

Marketing y Negocios S.A. es controlada por la sociedad Dreams S.A.

11.1.- Cuentas por cobrar a entidades relacionadas, no corriente

La composición del rubro al 31 de Diciembre de 2011 es la siguiente:

RUT	Sociedad	País de origen	Naturaleza de la relación	Tipo de Moneda	31-dic-2011 M\$	31-dic-2010 M\$
96.689.710-4	Casino de Juegos Iquique	Chile	Indirecta	CLP	7.489	-
99.597.790-7	Casino de Juegos Valdivia S.A.	Chile	Indirecta	CLP	30.144	-
99.597.880-6	Casino de Juegos Temuco S.A.	Chile	Indirecta	CLP	21.741	-
99.599.450-K	Casino de Juegos Punta Arenas S.A.	Chile	Indirecta	CLP	14.410	-
Total					73.784	-



MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

11.2.- Cuentas por pagar a entidades relacionadas, no corriente

La composición del rubro al 31 de diciembre de 2011 y 31 de diciembre 2010 es la siguiente:

RUT	Sociedad	País de origen	Naturaleza de la relación	Tipo de Moneda	31-dic-2011 M\$	31-dic-2010 M\$
76.008.627-4	Servicios Gastronómicos y Spa	Chile	Matriz común	CLP	32.046	-
76.008.643-6	Eventos y Convenciones S.A.	Chile	Matriz común	CLP	29.897	-
76.033.514-2	Dreams S.A.	Chile	Matriz	CLP	175.660	-
96.841.280-9	Servicios Hoteleros y Turísticos S.A.	Chile	Matriz común	CLP	8.689	-
96.904.770-5	Plaza Casino S.A.	Chile	Indirecta	CLP	15.053	-
96.838.520-8	Inversiones y Turismo S.A.	Chile	Matriz común	CLP	5.571	-
	Total				266.916	

MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

11.3.- Transacciones entre entidades relacionadas.

A continuación se revelan todas aquellas transacciones significativas con partes relacionadas.

Sociedad	Rut	País	Naturaleza de la	Descripción de la transacción	Moneda	31-12-2011		31-12-2010	
						MS	Efecto en resultado MS	MS	Efecto en resultado MS
Plaza Casino S.A	96.904.770-5	Chile	Indirecta	Servicios de cliente	CLP	38.646	(32.476)	-	-
Casino de Juegos Iquique S.A	96.689.710-4	Chile	Indirecta	Servicios de marketing	CLP	23.593	19.826	-	-
				Servicios de marketing	CLP	4.902	4.119	-	-
				Financiamiento por cobrar	CLP	2.587	-	-	-
Servicios Hoteleros y Turísticos S.A	96.841.280-9	Chile	Indirecta	Servicios de cliente	CLP	8.689	(8.689)	-	-
Dreams S.A	76.033.514-2	Chile	Matriz	Financiamiento por pagar	CLP	175.660	-	-	-
Eventos y Convenciones	76.008.643-6	Chile	Indirecta	Servicios de cliente	CLP	29.897	(25.124)	-	-
Servicios Gastronómicos y spa turísticos S.A.	76.008.627-4	Chile	Indirecta	Servicios de cliente	CLP	32.046	(32.046)	-	-
Inversiones y Turismo S.A.	96.838.520-8	Chile	Matriz Común	Financiamiento por pagar	CLP	5.571	-	-	-
				Asesoría Financiera	CLP	26.753	(26.753)	-	-
Casino de Juegos Punta Arenas S.A	99.599.450-K	Chile	Matriz Común	Servicios de marketing	CLP	11.824	9.936	-	-
				Financiamiento por cobrar	CLP	2.586	-	-	-
Casino de Juegos Valdivia S.A.	99.597.790-7	Chile	Matriz Común	Servicios de marketing	CLP	27.558	23.157	-	-
			Matriz Común	Financiamiento por cobrar	CLP	2.586	-	-	-
Casino de Juegos Temuco S.A.	99.597.880-6	Chile	Matriz Común	Servicios de marketing	CLP	19.155	16.097	-	-
				Financiamiento por cobrar	CLP	2.586	-	-	-

26
 Se de ditta - acordado, a parte
 de p. elvino, antes de su y producido

MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

11.4.- Directorio y Personal Clave

Marketing y Negocios S.A. es administrado por un Directorio compuesto por cinco directores titulares, los que son elegidos por un ejercicio de tres años.

El actual Directorio fue elegido en la Junta de Accionistas celebrada el día 29 de abril de 2011.

Al 31 de diciembre de 2011 y 2010, los Directores de la Sociedad no perciben ni han percibido retribución alguna por concepto de remuneraciones.

Personal clave son aquellas personas que tienen autoridad y responsabilidad para planificar, dirigir y controlar las actividades de la Sociedad, directa o indirectamente.

Al 31 de diciembre de 2011 y 31 de diciembre de 2010, no existen saldos pendientes por cobrar y pagar entre la Sociedad y sus Directores y personal clave.

En los ejercicios cubiertos por estos estados financieros no se efectuaron transacciones entre la Sociedad y sus Directores y personal clave.

Nota 12.- Inventarios

La composición de este rubro es la siguiente:

	31-dic-2011	31-dic-2010
	M\$	M\$
Papelería y material publicitario	11.738	-
Total	11.738	-

Durante el ejercicio 2011 Marketing y Negocios S.A, reconoció como parte del costo de ventas en el estado de resultados la suma de M\$81.033 (M\$0 al 31 de diciembre del 2010) correspondiente al costo de inventarios.

La Sociedad no tiene inventarios otorgados en garantía a la fecha de cierre de cada ejercicio.

Al 31 de diciembre de 2011 y 2010, no se han efectuado provisiones de inventarios, obsoletos o por otra situación.

MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

Nota 13.- Activos y pasivos por impuestos corrientes

La composición de este rubro al 31 de Diciembre de 2011 es el siguiente:

	31-dic-2011	31-dic-2010
	M\$	M\$
Activos		
Pagos provisionales mensuales	1.774	-
Total Corrientes	1.774	-

Nota 14.- Propiedades, planta y equipos

14.1.- Composición del rubro

	31-dic-2011	31-dic-2010
	M\$	M\$
Clases de propiedades, planta y equipo, neto		
Propiedades, planta y equipo, neto		
Maquinarias y equipos, neto	1.518	-
Otras propiedades, planta y equipo, neto	657	-
Total propiedades, planta y equipo, neto	2.175	-
Propiedades, planta y equipo, bruto		
Maquinarias y equipos, bruto	1.910	-
Otras propiedades, planta y equipo, bruto	832	-
Total propiedades, planta y equipo, bruto	2.742	-
Depreciación acumulada y deterioro del valor, propiedades, planta y equipo		
Depreciación acumulada y deterioro de valor, maquinarias y equipos	(392)	-
Depreciación acumulada y deterioro de valor, otras propiedades, planta y equipo	(175)	-
Total depreciación acumulada y deterioro del valor, propiedades, planta y equipo	(567)	-

MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

14.2.- Cuadro de movimientos en propiedades, plantas y equipos

Movimiento año 2011	Terrenos, neto M\$	Construcciones e instalaciones, neto M\$	Maquinarias y equipos, neto M\$	Otras propiedades, planta y equipo, neto M\$	Construcción en curso M\$	Propiedades, plantas y equipos, neto M\$
Saldo inicial al 1 de enero de 2011	-	-	-	-	-	-
Adiciones	-	-	1.910	832	-	2.742
Venta terreno	-	-	-	-	-	-
Gastos por depreciación	-	-	(392)	(175)	-	(567)
Otros incrementos (decrementos)	-	-	-	-	-	-
Total movimientos	-	-	-	-	-	-
Saldo final al 31 de diciembre de 2011	-	-	1.518	657	-	2.175

14.3.- Vidas útiles de propiedad, planta y equipos

Clases	Rangos de Vida útil (años)
Maquinarias y Equipos	3-5
Otras propiedades, planta y equipo	3-7

14.4.- Política de inversiones en propiedades, plantas y equipos.

Marketing y Negocios S.A, mantiene una política de inversión destinada a conservar en buen estado las instalaciones con el objeto de asegurar un servicio de primer nivel acorde con los estándares y regulaciones vigentes.

Nota 15.- Impuesto a las ganancias e impuestos diferidos

15.1.- Saldos de impuestos diferidos

Los saldos de impuestos diferidos al 31 de diciembre de 2011 y 31 de diciembre 2010, son los siguientes:

Tipo de Diferencia Temporal	31-dic-2011 M\$	31-dic-2010 M\$
Pérdida Tributaria	11.532	170
Totales	11.532	170

MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

15.2.- Gasto por impuesto a las ganancias por partes corriente y diferida

Impuesto a las ganancias por partes corriente y diferida	31-dic-2011	31-dic-2010
	M\$	M\$
Gasto por impuestos corrientes	-	-
Ajustes al impuesto corriente del período anterior	-	-
Gasto por impuestos corrientes, neto, total	-	-
Pagos provisionales por utilidades absorbidas	-	-
Gasto diferido (Ingreso) por impuestos relativos a la creación y reversión de diferencias temporarias	11.362	170
Gasto por impuestos diferidos, neto, total	11.362	170
Gasto (Ingreso) por impuesto a las ganancias	11.362	170

15.3.- Conciliación del gasto por impuestos utilizando la tasa legal con el gasto por impuestos utilizando la tasa efectiva

Conciliación del gasto por impuestos	31-dic-2011	31-dic-2010
	M\$	M\$
Ganancia (perdida) antes del impuesto	(86.238)	(991)
Gasto por impuestos utilizando la tasa legal	17.247	168
Efecto diferencias permanentes	(5.885)	2
Efecto por cambio tasa de impuesto	-	-
Ajustes al gasto por impuestos utilizando la tasa legal, total	(5.885)	2
Gasto por impuestos utilizando la tasa efectiva	11.362	170

Relación entre el gasto (ingreso) por el impuesto y la ganancia contable:

De acuerdo a lo señalado en NIC N° 12, párrafo N° 81, letra c, la sociedad ha estimado que el método que revela información más significativa para los usuarios de sus estados financieros, es la conciliación numérica entre el gasto (ingreso) por el impuesto y el resultado de multiplicar la ganancia contable por la tasa vigente.

Efectos por aumento transitorio de la tasa impuesto a la renta

Con fecha 31 de julio de 2010, se publicó en el Diario Oficial la Ley Nro. 20.455, denominada “Ley de Reconstrucción” para obtener recursos destinados al financiamiento de la reconstrucción del país. Para este objetivo se estableció un aumento transitorio de las tasas del Impuesto de Primera Categoría para los años calendarios 2011 y 2012.

Para el año 2011, la tasa es de un 20%, para el año 2012 de un 18,5%. El año 2013 se volverá a la tasa permanente establecida en el artículo 20 de la Ley de Renta (17%).

Lo anterior ha afectado tanto a determinación de los impuestos por pagar correspondientes al 31 de diciembre 2011 como a los impuestos diferidos con plazos de reverso en los años 2011 y 2012.

MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

Nota 16.- Otros Pasivos Financieros

Los saldos por pagar a proveedores y las otras cuentas por pagar son reconocidos a su valor nominal ya que su plazo medio de pago es reducido y no existe diferencia material con su valor razonable.

16.1.- Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar:

El detalle de este rubro al 31 de diciembre de 2011 y de 2010 es el siguiente:

	31-dic-11	31-dic-10
	M\$	M\$
Cuentas por pagar de compra y servicios	51.445	991
Total	51.445	991

Nota 17.- Patrimonio

17.1.- Capital suscrito y pagado

Al 31 de diciembre de 2011 el capital social asciende a M\$1.001, dividido en 1.000 acciones suscritas y pagadas, sin valor nominal, todas de una misma serie.

17.2.- Política de dividendos

Los dividendos a pagar a los accionistas de Marketing y Negocios S.A. se reconocen como un pasivo en los Estados Financieros en el ejercicio en que son declarados y aprobados por los accionistas o cuando se configura la obligación correspondiente en función de las disposiciones legales vigentes o las políticas de distribución establecidas por la Junta de Accionistas.

17.3.- Dividendos

Al 31 de diciembre de 2011 y 31 de diciembre de 2010, la sociedad no ha repartido dividendos.

17.4.- Gestión del Capital

La Sociedad gestiona y administra su capital con el propósito de asegurar el normal funcionamiento de sus operaciones y la continuidad del negocio en el largo plazo. También se asegura el financiamiento de nuevas inversiones a fin de mantener un crecimiento sostenido en el tiempo. Además, periódicamente se analiza la estructura de capital acorde con la naturaleza la industria.

MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

Los requerimientos de capital son incorporados en base a las necesidades de financiamiento, manteniendo un nivel de liquidez adecuado y cumpliendo con los resguardos financieros establecidos en los contratos de deuda vigentes. La Sociedad maneja su estructura de capital mitigando los riesgos asociados a condiciones de mercado adversas y recoge las oportunidades que se puedan generar para mejorar la posición de liquidez.

Nota 18.- Utilidad líquida distribuible

Dando cumplimiento a lo estipulado en la Circular N°1945 de la Superintendencia de Valores y Seguros, y de acuerdo a lo señalado en Nota 2.26, se informa que la Sociedad no efectúa ajustes a los resultados del ejercicio para efectos de determinar la utilidad líquida distribuible.

Nota 19.- Ganancias por acción

El beneficio neto por acción básico se calcula tomando la utilidad o pérdida del ejercicio, atribuibles a los accionistas ordinarios de la sociedad dominante (el “numerador”), y el promedio ponderado del número de acciones ordinarias en circulación durante el ejercicio (el “denominador”).

La Compañía no ha realizado ningún tipo de operación de potencial efecto diluido que suponga un beneficio por acción diluido diferente del beneficio básico por acción.

Información sobre Ganancias Básicas por Acción

	31-dic-2011	31-dic-2010
Ganancia Atribuible a los Tenedores de Instrumentos de Participación en el Patrimonio Neto de la Controladora M\$		
Resultado Disponible para Accionistas Comunes, Básico M\$	(74.876)	(821)
Promedio Ponderado de Número de Acciones, Básico	1.000	1.000
Ganancias Básicas por Acción \$	(74,876)	(0,821)

Nota 20.- Composición de resultados relevantes (resultados por naturaleza)

La composición de los resultados relevantes al 31 de diciembre de 2011 y 2010, es la siguiente:

	31-dic-2011 M\$	31-dic-2010 M\$
Ingresos		
Ingresos por servicios administración marketing	158.358	-
Total ingresos	158.358	-

MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

Costos y gastos	31-dic-2011	31-dic-2010
	M\$	M\$
Costos de ventas	(242.833)	-
Mantenciones y gastos generales	(1.339)	-
Depreciaciones	(567)	-
Total costos y gastos	(244.739)	-
Otros resultados relevantes	31-dic-2011	31-dic-2010
	M\$	M\$
Costos financieros	(161)	-
Otros gastos, por función	(137)	-
Resultado por unidad de reajuste	441	-
Total otros resultados relevantes	(143)	-

Nota 21.- Resultado por unidades de reajuste

La composición del rubro al 31 de diciembre de 2011 y 2010 es la siguiente:

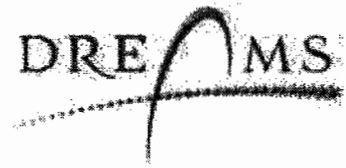
	31-dic-11	31-dic-10
	M\$	M\$
Pasivos en UF	(4)	-
Activos por impuestos corrientes	445	-
Total	441	-

Nota 22.- Provisiones, activos y pasivos contingentes

La sociedad no tiene restricciones, garantías directas e indirectas, compromisos, ni contingencias que informar.

Nota 23- Sanciones

Durante el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2011, los organismos reguladores no cursaron sanciones para Marketing y Negocios S.A., como tampoco para sus ejecutivos y directores.



MARKETING Y NEGOCIOS S.A.

Nota 24.- Medio ambiente.

La Sociedad no ha efectuado desembolsos relacionados con la normativa medio ambiental. Lo anterior, a excepción de todos los estudios y evaluaciones necesarias para llevar a cabo los proyectos que se encuentran en desarrollo, donde éstas forman parte integral de él.

Nota 25.- Hechos posteriores.

La Gerencia no tiene conocimiento de hechos significativos ocurridos entre el 31 de diciembre de 2011 y la fecha de emisión de estos estados financieros que puedan afectarlos.