



# No sólo TVN: Canal 13 y Chilevisión también registraron pérdidas al primer semestre

**La excepción** entre los grandes canales de televisión abierta fue Megavisión, que reportó un alza de 166% en sus utilidades en enero-junio de este año.

MAXIMILIANO VILLENA

Ruido levantaron las abultadas pérdidas reportadas por TVN durante el primer semestre. La señal estatal informó que en los primeros seis meses registró un resultado negativo de \$10.882 millones, que constituye un fuerte aumento respecto de las pérdidas por \$2.392 millones que informó en el mismo período del año anterior. Sin embargo, entre los grandes canales de televisión abiertos no es el único que mostró cifras rojas en su última línea.

Así, según sus estados financieros reportados a la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), Canal 13 también profundizó sus pérdidas en enero-junio, las que pasaron de \$4.265 millones en el primer semestre de 2023, a \$4.849 millones este año. La mayor merma se produjo a pesar de que los ingresos por actividades ordinarias subieron 12,29%, a \$36.869 millones, pero en paralelo los costos de ventas crecieron 13,9% y los gastos de administración aumentaron 3,48%, a \$7 mil millones, lo que dejó el resultado operacional con un saldo negativo de \$3.128 millones.

En su análisis razonado, la señal privada explicó que los ingresos publicitarios alcanzaron a \$27.582 millones en los primeros seis meses, lo que representó un incremento de 8,3% con respecto al ingreso del mismo período de 2023, impulsando con esto los ingresos por actividades ordinarias.

“Este aumento se explica principalmente por los ingresos provenientes de la producción de los programas de *reality* Tierra Brava y Ganar o Servir”, dijo la firma. Pero fueron estos mismos programas los que provocaron la expansión de los gastos: respecto de los costos de ventas, el incremento se debió a “la producción de programas de mayor costo como Tierra Brava y Ganar o Servir que no tiene comparable en el período anterior, enmarcado en la estrategia que busca aumentar los niveles de audiencia. 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”, precisó.



En el caso de la otra señal privada, Chilevisión, pasó de ganancias a pérdidas, también debido a la producción de nuevos programas. Así, la empresa pasó de ganancias por \$3.038 millones en el primer semestre de 2023, a pérdidas por \$3.858 millones en la primera parte de 2024.

Los ingresos cayeron desde los \$32.449 millones a \$30.856 millones. En su análisis razonado, detalló que “el ingreso correspondiente a actividades ordinarias disminuyó en \$1.593 millones, lo que representa una disminución de un 4,91%, motivado por una disminución de los ingresos del área de nuevos negocios”.

En tanto, los costos de venta se dispararon 22%, a \$26.937 millones. Según la firma, “la mayor variación se observa en la producción nacional propia y Otros costos de producción”.

## MEGA AL ALZA

Contrario a lo anterior, el caso de Megavisión marca la diferencia. Según sus estados financieros, la firma obtuvo una ganancia atribuible a los propietarios de la controladora por \$5.275 millones, muy por sobre los \$1.983 millones reportados en el mismo

período del ejercicio previo, es decir un alza de 2,6 veces.

Los ingresos de actividades ordinarias pasaron de \$45.273 millones a \$49.977 millones. En el detalle, los ingresos por publicidad de televisión e internet bajaron levemente 2,6%, a \$33.711 millones, pero los ingresos por otros negocios crecieron 72%, a \$12.682 millones, mientras que los ingresos propios de subsidiarias pasaron de \$3.271 millones a \$3.583 millones.

Si bien el costo de venta creció de \$33.843 millones a \$34.608 millones, el gasto de administración bajó de \$7.251 millones a \$6.895 millones.

En su análisis razonado, Mega señaló que “comparando los indicadores financieros al 30 de junio de 2023, los ingresos de explotación muestran un aumento del 10,4% explicado por el aumento de ingresos por otros negocios, en línea con el presupuesto planificado y la diversificación de fuentes de ingreso”.

En términos trimestrales, las ganancias también se mostraron al alza, pues pasaron de los \$2.223 millones del segundo cuarto de 2023, a \$3.711 millones del período abril-junio de este año. ●