

Mega anota fuerte caída en sus ganancias mientras la industria de la televisión no logra dejar las pérdidas

No es sólo TVN: Chilevisión y Canal 13

siguen reportando pérdidas, aunque, a diferencia de la estatal, bajaron en el primer trimestre. Mega vio una fuerte contracción en su última línea, cuyos costos de producción saltaron casi 80% en el inicio de su ciclo con el Festival de Viña. En contraste, Canal 13 se benefició de no tener el evento veraniego.

MAXIMILIANO VILLENA

La mayor parte de los grandes canales de televisión no logra salir de las cifras rojas, pero en el primer trimestre de este año unos exhiben una mejora en sus ingresos y otros, una reducción en sus pérdidas.

Megamedia S.A. es la única compañía del sector que ha reportado ganancias de forma sistemática en los últimos años, pero para el período que va entre enero y marzo de 2025 su última línea se redujo 97%, pasando de \$1.564 millones en 2024 a \$46,5 millones entre enero y marzo de este año.

Los ingresos de la firma de la familia Heller crecieron desde \$21.238 millones a \$28.715 millones: los ingresos por publicidad se expandieron 24,31% a \$18.794 millones, mientras los ingresos por otros negocios saltaron 86,11% a \$8.198 millones.

Sin embargo, sus costos de ventas crecieron 45%, pasando desde \$17.322 millones a \$25.150 millones. El ítem costos de ventas está conformado por derechos de programación envasada, producción externa, producción propia, y depreciación de propiedades planta y equipo.

En ese ítem, el mayor cambio se produjo en costo de producción y otros, que se elevó desde \$9.931 millones a \$17.555 millones, es decir un alza de 76,8% año contra año.

Mega se adjudicó en 2024 la licitación para la transmisión del Festival de Viña del Mar hasta 2028 y este 2025 fue el primer año que

el evento fue transmitido por sus pantallas.

CANAL 13 Y CHILEVISIÓN

Canal 13 reportó una caída en sus ingresos y gastos, pero una mejora su última línea, tras dejar de producir la transmisión del Festival de Viña del Mar.

En sus estados financieros, informó de pérdidas por \$2.794 millones, por debajo de los \$3.258 millones del primer cuarto del 2024.

La mejora se produjo pese a que sus ingresos cayeron 4,38% año contra año, hasta los \$16.595 millones.

En su análisis razonado, la señal televisiva sostuvo que los ingresos publicitarios alcanzaron a \$12.337 millones al 31 de marzo de 2025, un descenso de 5,1% con respecto al ingreso del mismo período de 2024, cuando alcanzaron \$13.000 millones.

"Esta disminución se explica principalmente por la ausencia del Festival de Viña en el primer trimestre 2025", indicó. El mismo efecto benefició su última línea, ya que las menores pérdidas se explican "principalmente por la ausencia del Festival de Viña para en el primer trimestre 2025 y menores gastos de administración".

En el caso de Chilevisión, las pérdidas llegaron a \$1.376 millones durante el período enero marzo, menos que la pérdidas de \$3.956 millones del mismo lapso de 2024.

Sin embargo, los ingresos crecieron de \$13.641 millones a \$16.431 millones, lo que significó un alza de 20,45% año contra año.

En su análisis razonado, expuso que el alza en los ingresos se debió "a mayores niveles de venta de publicidad derivado por fútbol y sublicencia de derechos". Los ingresos por publicidad crecieron desde \$13.086 millones a \$14.280 millones.

"Respecto de la ganancia bruta a marzo de 2025, se muestra un aumento de \$2.644 millones comparado a marzo 2024, debido al aumento en la inversión publicitaria derivado por fútbol y sublicencia de derechos", señaló.

TVN SIN CAMBIOS

En el caso de Televisión Nacional no hubo señales de mejoría, y reportó que en los primeros tres meses del año consolidó pérdidas de \$5.689 millones, similares a los \$5.704 millones del primer cuarto del año previo.

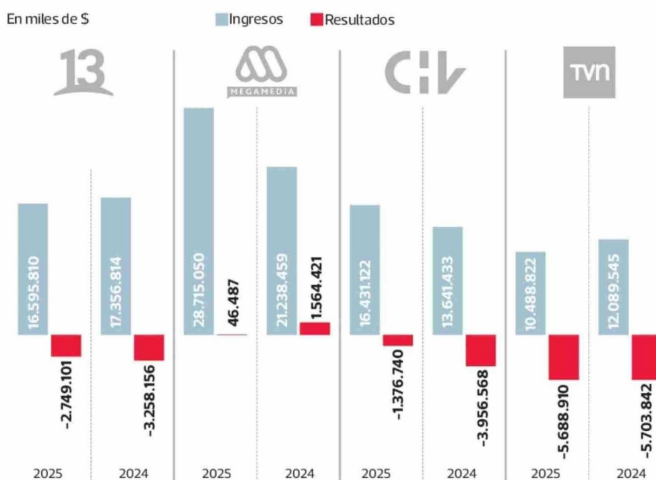
Los ingresos de TVN durante el primer trimestre se redujeron desde los \$12.090 millones a \$10.489 millones, equivalente a una disminución de 13% en relación al mismo lapso del año pasado.

En el desagregado, la señal canal TVN disminuyó sus pérdidas pasando de \$4.987 millones a \$4.773 millones.

Por su parte, la señal cultural de la empresa estatal, NTV, profundizó sus números rojos pasando de \$717 millones a \$916 millones.

Con todo, "más allá del efecto contable, el funcionamiento de NTV no representa una carga económica adicional para la empresa, puesto que cuenta con un presupuesto separado y financiado íntegramente con los fondos de la capitalización autorizada por ley en 2018", explicó la compañía en su análisis razonado.

CANALES DE TELEVISIÓN AL PRIMER TRIMESTRE



FUENTE: CMF

LA TERCERA

