

# **IV.-ECONOMIA DE LA EMPRESA DE TV PRIVADA**

**4.1. Naturaleza económica, modelos y situación internacional.**

**4.2. La TV privada en España: marco legal y evolución económica.**

**4.3. Las empresas de televisión privada y abierta en España: Antena 3 TV y Telecinco**

# La Televisión comercial: dinámica económica

- **\*Produce audiencia para su venta a los anunciantes (“paquetes de espectadores”) (Dallas Smythe)**
- **\*”Continuidad audiovisual entregada a domicilio” (Paracuellos)**
- **\*Venta de espacios concretos: tiempo, atención**
- **\*Cliente final: la publicidad:**  
**\_Objetivo: no maximización de audiencias, sino “fidelización” de las máximas audiencias**
- **\*Y máxima rentabilidad por espectador (máximos consumidores de TV-segmentos de mayor capacidad adquisitiva)**

# **La Televisión comercial: problemas estructurales**

- **La oferta domina sobre la demanda (ignorancia del valor del programa, oferta previa, resultados a posteriori)**
- **Incertidumbre elevada de audiencias (factores intra y extra-televisivos)**
- **Recurso imprevisible (crisis de la publicidad)**
- **Inflación de costes (enfermedad de Baumol)**
- **Difícil proporción costes-beneficios**
- **Ciclo financiero largo y costoso (intermediarios)**
- **\*Baja remuneración de la producción**
- **\*Despilfarro de recursos (programas)**
- **\*Baja tasa de rentabilidad/ espectador**

# La TV comercial:

## Problemas por competencia creciente

- **En los gastos:**
  - Inflación general de costes de producción
  - Aumento de derechos deportivos
  - Aumento caché estrellas
  - Necesidades de capital
- **En los ingresos:**
  - Progresiva división de la audiencia (más competencia)
- **Descenso y competencia en tarifas publicitarias (descuentos, primas, *rappels*)**
- **Incierto crecimiento publicitario**
- **Problemas de un mercado maduro: saturación de ingresos, crecimiento costes, nuevos competidores,**

# TV Privada Internacional

- **U.S.A.: Oligopolio prolongado (ABC,NBC,CBS)**
- **PBS: tardía aparición y peso marginal (3 %)**
- **Y nuevas *networks*: Fox,UPN,WB,Pax**
- **Pero descenso en audiencias: 3 cadenas: 90% (1980)>**
- ***7 networks: 47 % share (2005)***
- **Pese al peso en la publicidad : 43,7 % inversión en TV**
- **Latinoamérica: Privatización temprana y nueva (89-93)**
- **Cuasi monopolio en grandes países (O´Globo,Televisa)**
- **TV Pública marginal: 10 % de media**

## **TV Privada abierta: U.E.**

- **72 % de media de ingresos (28 % pago)**
- **Canales dominantes en publicidad :**
  - Mediaset :63 % (42 aud) -ITV:58 % (28)
  - TF1:53 % (33) -RTL:45 % (23)
- **Clara hegemonía de una sola empresa (Mediaset:Italia, TF1:Francia, ITV:R.Unido)**
- **Con procesos de concentración crecientes:**  
**Mediaset (Berlusconi) -Granada+Carlton (ITV)**

# Televisión comercial: costes-ingresos

- **\*COSTES:**
  - -Programas: (30-50%)
  - -7.300-8.500 horas/año (4-5.000 nuevas)
  - -Costes de personal (variables según modelo)
  - -Costes de difusión
  - -Costes de promoción
  - De intermediación
- **\*INGRESOS:**
  - Publicidad convencional
  - Publicidad no conv.
  - Venta de programas o derechos
  - *Merchandising*
  - Televta-Teletexto
  - *Telesoftware-BusinessTV*
  - Señales para TV de pago

# **España: regulación de la TV privada**

- **1987: Ley de Ordenación Telecomunicaciones: servicios de difusión (punto a masa): gestión directa o indirecta**
- **1988: Ley TV Privada: -Serv. Público- Tres concesiones por 10 años -Objeto social exclusivo- Acciones nominativas -No más 25 % -No acciones en más de una concesión -No más 25 % extranjero (salvo U.E.)**
- **Modificaciones legales: -1996: libre objeto social -1999: no más 45 % acciones -2003: libre accionariado**
- **2005: Ley de Medidas urgentes: Canal + en abierto, 1 nuevo canal analógico. Compatible propiedad analógica + digital**



# Nueva regulación TV Privada (2009-10)

- **Servicios económicos de “interés general”**
- **Licencias por 15 años**
- **Renovación automática**
- **Concentración: No más 27 % share (12 meses)**
- **No más dos múltiples (8 programas)**
- **No menos 3 operadores estatales**
- **Arriendo y libre compra-venta (a dos años)**
- **No subarriendo**

## Definiciones LGA (2010)

***\*Prestador del servicio de comunicación audiovisual: La persona física o jurídica que tiene el control efectivo, esto es, la dirección editorial, sobre la selección de los programas y contenidos y su organización en un canal o en un catálogo de programas \*También el arrendatario de una licencia de comunicación audiovisual***

# *Servicios de comunicación audiovisual (LGA)*

- *Aquellos cuya responsabilidad editorial corresponde a un prestador del servicio y cuya principal finalidad es proporcionar, a través de redes de comunicaciones electrónicas, programas y contenidos con objeto de informar, entretener o educar al público en general, así como emitir comunicaciones comerciales*

# *Modalidades del servicio de comunicación audiovisual*

- \*Televisiva: para el visionado simultáneo de programas sobre la base de un horario de programación.*
- \*Televisiva a petición: para el visionado de programas y contenidos en el momento elegido por el espectador y a su propia petición sobre la base de un catálogo de programas seleccionado por el prestador del servicio de comunicación.c*
- \*Televisiva en movilidad o «televisión en movilidad», que se presta para el visionado de programas y contenidos en un dispositivo móvil*

# **TV privadas abiertas : grupos dominantes (1989-2011)**

- **Telecinco:**
- **1989: Gr. Anaya**
- **1990-92: Berlusconi-Once**
- **1994-96: Berlusconi-Kirch**
- **1996: Berlusconi-Kirch-Correo**
- **2002: Berlusconi - Mediaset (Vocento)**
- **Antena 3 TV:**
- **1989-92: Gr. Godó**
- **1992-94: Zeta-Banesto**
- **1994-95: Zeta-BCH**
- **1997-2002 :Telefónica (BSCH- (RTL))**
- **2003: Planeta- Agostini (RTL)**

# **España: Televisión privada abierta (Balance 15 años)**

- **Problemas:**
- **-Grandes cambios de propiedad**
  - Accionistas financieros**
  - Propiedad opaca**
- **-Fuertes pérdidas:**  
**1990-97 ; 2001-2003**
  - Contabilidad “creativa”**
  - Periódicas crisis**
- **-Empleo bajo: 4.109**
- **Logros:**
  - Importantes audiencias (45%)**
  - Tasa superior de publicidad (54 %)**
  - Fuerte facturación**
- **(0,28 % PIB; de 0,96 % Audiovisual)**
- **Beneficios récords (1998-2000, 2003-2005)**

# **Gestevision Telecinco: Historia financiera**

- **1989: Retirada previa de Anaya**
- **1993: Venta de la ONCE-Hegemonía de Fininvest-Mediaset (Berlusconi)**
- **1994: Crisis profunda. Berlusconi, Primer Ministro: anuncia venta**
- **1995-97: M. Carlotti: Plan de Saneamiento. Mediaset Grupo Kirch-Grupo Correo (25 % cada socio)**
- **1999-2004: Quiebra de Kirch (Dresner Bank), Vocento en minoría( 13 %) - Hegemonía total de Mediaset –Berlusconi**
- **\*Salida a Bolsa 2004 (35 %)**
- **Retirada de Vocento (2009).**

# **Antena 3 TV: Historia Financiera**

- **1989-92: Godó + profesionales. Crisis**
- **1990-92: Alianza Zeta- Banesto ( M. Conde)**
- **199-97: Recuperación de mercado, endeudamiento**
- 1997: Compra por Telefónica y BCH-BS**
- **1999-2003: Hegemonía de Telefónica (alianza con Bertelsmann-Pearson (RTL)**
- **2003: Hegemonía Planeta-D´Agostini (Kort Geding, 33.5 %)- \*Salida Bolsa (30-39%).**
- Minorías: BSCH (en venta) -RTL**



# **Las nuevas cadenas generalistas (2005-2006)**

- **Cuatro: (2005):**  
**PRISA, Telefónica,  
Vivendi**  
**Bolsa: 25 %**  
  
**2007: AutoOpa Prisa:  
100 %**

**La Sexta (Marzo 2006)**  
**Grupo AV de Medios de  
Producción: (GAMP:  
60 % : Arbol  
+Mediapro 78  
%, Terrat, Baint)**  
**Televisa: 40 %**

# **Nuevos procesos de concentración: 2009-2011**

**\*2010: Absorción por TV5: Prisa: 17,33 %**

Ampl.Cap: 572,5 ME

**\*2012: Absorción por A3TV: La Sexta: 7+7  
% capital**

Ampliación capital-Hasta 122 ME deuda

**\*Dos Grupos = 90 % Publicidad**

# Los grupos españoles multimedia

©  
E  
n  
r  
i  
q  
u  
e  
  
B  
u  
s  
t  
a  
m  
a  
n  
t  
e

- **PRISA:** \_\_\_\_\_ \*Prensa: El País /5 Días –Pr. Regional
- \*Radio: SER/ A. 3 Radio (5 fórmulas)
- \*TV: Sogecable (Sogepaq,Sogecine)-TV 5 (Cuatro) (17 %)
- \*Satélite: Digital + (Telefónica, TV 5)
- \*Otros: Audiovisual Sport- Gr. Timón-Santillana (Editoriales).
- **PLANETA**⊗Agostini) \_\_\_\_\_ \*Prensa: La Razón
- \*TV: A 3 TV                      \* Radio: Onda Cero
- \*Otros: Planeta -Espasa-Destino (Edición)
- **VOCENTO:** \*Prensa: El Correo-ABC y 12 diarios regionales
- \*Radio: Punto Radio   \*TV: TV5 - Veralia: Punto TV (UNE)- -  
Producción
- \*Otros: TV cable \*Agencias:Colpisa); prensa gratuita.