01

Ventajas competitivas en el sector audiovisual español

Dr. Juan Pablo Artero

Dra. Mercedes Medina

Dr. Alfonso Sánchez-Taberner

Facultad de Comunicación. Universidad de Navarra.

Resumen

Este artículo investiga los principales cambios competitivos en el mercado de la televisión en España durante los últimos quince años: tanto las innovaciones tecnológicas como un nuevo marco legal han fomentado la aparición de más canales y la fragmentación de las audiencias. En este nuevo contexto, algunas estrategias son particularmente eficientes: la protección de las marcas; la búsqueda de economías de escala; integraciones verticales "ascendentes" y "descendentes". Las empresas de televisión han seguido algunas de esas tendencias para aumentar sus opciones en el mercado.

Abstract

The main aim of this paper is to analyse the main competitive changes in the Spanish TV media landscape during the last 15 years: both innovative technologies and a new legal framework have fostered the launching of more channels and the fragmentation of audiences. In this new context, some strategies are more efficient: the protection of brand's values; the searching for economies of scale; vertical integration. In order to increase their market share, TV companies have followed some of those trends.

Palabras clave / Key words

Empresas de televisión. Ventajas competitivas. Mercado audiovisual español.
Television companies. Competitive advantages. Spanish audiovisual market.