

# Organización y gestión de la empresa informativa

Cadena de valor. Ingresos y gastos

Introducción

Profesores:

Guadalupe Aguado Guadalupe

Manuel Goyanes

El objetivo de este tema es definir el concepto de cadena de valor para posteriormente aplicarlo a diferentes organizaciones mediáticas.

Inicialmente, se define la cadena de valor como una herramienta conceptual que divide la actividad fundamental de una empresa en categorías que diseñan, producen, promocional y soportan el producto.

La utilidad de la cadena de valor conlleva la mejor comprensión de las competencias fundamentales de una empresa y las actividades en las que puede alcanzar una ventaja competitiva. Por lo tanto, en esta sección se explica como las organizaciones mediáticas pueden obtener una ventaja en costes o diferenciación, mediante la comprensión de sus cadenas de valor.

Una vez definido el concepto de cadena de valor se aplica la herramienta a diferentes organizaciones de medios. Concretamente, se hace una revisión de las cadenas de valor de los periódicos, la televisión y la industria mediática en internet, atendiendo a sus principales ingresos y gastos, así como sus principales operaciones.

Se finaliza el tema describiendo los cuatro procesos transversales y centrales en la cadena de valor de la industria mediática: creación de contenido, entrega de contenido, ventas publicitarias e interacción con el usuario final.

En esta última parte se describen los cuatro procesos centrales en la industria editorial, prensa escrita, televisión y la industria de la música, para finalmente definir y explicar el impacto del sistema o red de valor.

