

Alfonso Nieto  
Francisco Iglesias

# La Empresa Informativa

*Ariel Comunicación*

2.<sup>a</sup> EDICIÓN  
*actualizada*

Diseño cubierta: Nacho Soriano

1.ª edición: abril 1993

2.ª edición: septiembre 2000

© 1993 y 2000: Alfonso Nieto y Francisco Iglesias

Derechos exclusivos de edición en español  
reservados para todo el mundo:

© 1993 y 2000: Editorial Ariel, S. A.

Provença, 260 - 08008 Barcelona

ISBN: 84-344-1282-9

Depósito legal: B. 39.689 - 2000

Impreso en España

Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño de la cubierta, puede ser reproducida, almacenada o transmitida en manera alguna ni por ningún medio, ya sea eléctrico, químico, mecánico, óptico, de grabación o de fotocopia, sin permiso previo del editor.

Prólogo de los autores .....	7
------------------------------	---

PARTE PRIMERA

EMPRESA Y EMPRESARIO: FUNDAMENTACIÓN

<b>I. Fundamentos de la empresa</b> .....	11
1. Persona y trabajo .....	11
2. Fundamentación social de la empresa .....	12
3. Fundamentación jurídica de la empresa .....	13
4. Fundamentación económica .....	14
5. Concepto de empresa .....	15
6. Empresa e información .....	17
7. El trabajo de informar .....	18
<b>II. Empresario individual. Empresario social</b> .....	19
8. Del comerciante al empresario .....	19
9. Concepto de empresario .....	20
10. Clasificación .....	22
11. Caracteres .....	23
12. Empresario e información .....	24
<b>III. Sociedades mercantiles</b> .....	27
13. Empresa y sociedad mercantil .....	27
14. Sociedad Colectiva .....	29
15. Sociedad en Comandita .....	31
16. Sociedad en Comandita por Acciones .....	32
17. Sociedad de Responsabilidad Limitada .....	33
<b>IV. Sociedad Anónima</b> .....	39
18. Concepto. Caracteres .....	39
19. Fundación .....	40
20. Capital social .....	41
21. Acciones. Obligaciones .....	43
22. Gobierno y administración. Junta general. Administradores .....	46
23. Modificación de estatutos y de capital social .....	49

24. Transformación. Fusión. Escisión. Disolución. Liquidación .....	51
25. Sociedad Cooperativa .....	53
<b>V. Derechos y obligaciones del empresario .....</b>	<b>57</b>
26. Principales derechos .....	57
27. Obligaciones en el mercado .....	59
28. Obligaciones contables .....	61
<b>VI. Perspectiva histórica .....</b>	<b>63</b>
29. Información e historia .....	63
30. Orígenes de la empresa de prensa .....	64
31. Causas que determinan su configuración como empresa .....	65
32. Evolución de la empresa de prensa .....	66
33. Orígenes de la empresa de radio .....	68
34. Orígenes de la empresa de televisión .....	70
35. Publicidad e historia de la empresa informativa .....	71
<b>VII. Caracteres empresariales de la información .....</b>	<b>75</b>
36. Información y comercio .....	75
37. Comercio de la información .....	76
38. Información, bien económico .....	78
39. Industria de la comunicación .....	79
40. Economía de la información .....	82
41. Era de la información y economía de mercado .....	83
<b>VIII. Concepto de empresa informativa .....</b>	<b>85</b>
42. Alcance del concepto .....	85
43. Diversidad de formulaciones .....	86
44. Objeto de la empresa informativa .....	87
45. Elementos .....	88
46. Concepto .....	90
47. Idea empresarial de informar .....	90
<b>IX. Clasificación .....</b>	<b>93</b>
48. Significado .....	93
49. Criterios .....	93
50. Según los modos informativos .....	94
51. Según los medios de comunicación .....	94
52. Empresas directamente informativas .....	96
53. Empresas informativas auxiliares .....	96
<b>X. Finalidades .....</b>	<b>97</b>
54. Poder de informar .....	97
55. Manifestaciones .....	99
56. Configuración comercial .....	101
57. Configuración asociativa .....	102
58. Configuración solidaria .....	103

<b>XI. Elementos personales .....</b>	<b>59</b>
59. Ámbito de trabajo .....	59
60. Empresa periodística .....	60
61. Peculiaridades en la empresa de prensa .....	61
62. Empresa de radiodifusión .....	62
63. Empresa de televisión .....	63
<b>XII. Destinatarios de la información .....</b>	<b>64</b>
64. Consumo y consumidor de información .....	64
65. Valoración económica: pautas .....	65
66. Relación empresa-destinatario .....	66
67. Destinatarios de prensa .....	67
68. Destinatarios de emisiones radiofónicas .....	68
69. Destinatarios de televisión .....	69
<b>XIII. Anunciantes .....</b>	<b>70</b>
70. Concepto. Caracteres .....	70
71. Clases .....	71
72. Derechos y obligaciones .....	72
<b>XIV. Producto informativo .....</b>	<b>73</b>
73. El servicio del producto informativo .....	73
74. Concepto .....	74
75. Clasificación .....	75
76. Calidad del producto informativo .....	76
77. Valoraciones cuantitativas .....	77
78. Valoraciones cualitativas .....	78
<b>XV. Principios configuradores .....</b>	<b>79</b>
79. Independencia empresarial .....	79
80. Concepto. Transparencia de la empresa .....	80
81. Características .....	81
82. Pautas para su formulación .....	82
83. Aplicaciones .....	83
<b>XVI. Elementos materiales y técnicos .....</b>	<b>84</b>
84. Incidencia de la tecnología de la comunicación .....	84
85. Características según los medios .....	85
86. Elementos económicos y financieros .....	86

## PARTE SEGUNDA

## ORGANIZACIÓN Y RELACIONES COMERCIALES

<b>XVII. Organización y actividad empresarial .....</b>	<b>87</b>
87. Consideraciones previas .....	87
88. Fases de realización de la idea empresarial .....	88



	89. Aplicaciones en la empresa de prensa . . . . .	161
	90. Aplicaciones en la empresa de radio y de televisión . . . . .	163
XVIII.	<b>Sistemas de organización</b> . . . . .	165
	91. Concepto de organización . . . . .	165
	92. Aplicación de principios generales de organización . . . . .	166
	93. Organización y prensa . . . . .	167
	94. Organización y radio . . . . .	169
	95. Organización y televisión . . . . .	170
	96. Participación y empresa informativa . . . . .	174
XIX.	<b>Organización informativa y Estado</b> . . . . .	181
	97. Estado y libertad de empresa informativa . . . . .	181
	98. Prensa . . . . .	183
	99. Radio . . . . .	184
	100. Televisión . . . . .	186
XX.	<b>Difusión informativa</b> . . . . .	189
	101. Concepto . . . . .	189
	102. Elementos . . . . .	190
	103. Significación económica . . . . .	192
	104. Verificación . . . . .	193
XXI.	<b>Difusión por edición</b> . . . . .	195
	105. Conceptos fundamentales . . . . .	195
	106. Tirada. Difusión. Devolución . . . . .	197
	107. Circulación. Distribución . . . . .	199
	108. Penetración. Audiencia . . . . .	199
	109. Índices de lectura. Índices de difusión . . . . .	200
	110. Instituciones de verificación de la difusión . . . . .	201
	111. Sistemas de verificación . . . . .	202
	112. Publicidad y difusión de prensa . . . . .	204
XXII.	<b>Difusión por emisión y por exhibición (Audiencias)</b> . . . . .	207
	113. Conceptos fundamentales . . . . .	207
	114. Audiencias de radio . . . . .	210
	115. Audiencias de televisión . . . . .	211
	116. Audiencias de cine . . . . .	213
	117. Audiencias y publicidad . . . . .	214
XXIII.	<b>Concentración informativa</b> . . . . .	215
	118. Concentración e información . . . . .	215
	119. Concepto . . . . .	216
	120. Clases . . . . .	217
	121. Causas . . . . .	219
	122. Medidas cautelares . . . . .	222
XXIV.	<b>Concepto y características de las relaciones comerciales</b> . . . . .	225
	123. Relación comercial y relación informativa . . . . .	225

	124. Características en la empresa informativa . . . . .	
	125. Clases . . . . .	
	126. Relación comercial y difusión informativa . . . . .	
XXV.	<b>Mercado de la información</b> . . . . .	
	127. Delimitaciones . . . . .	
	128. Concepto . . . . .	
	129. Clasificación . . . . .	
	130. Caracteres . . . . .	
	131. Mercado y publicidad . . . . .	
	132. Mercado e ideas . . . . .	
XXVI.	<b>Marketing informativo</b> . . . . .	
	133. Relación comercial y marketing . . . . .	
	134. Marketing e información . . . . .	
	135. Concepto . . . . .	
	136. Marketing e ideas . . . . .	
	137. Calidad y marketing . . . . .	
XXVII.	<b>Promoción de ventas</b> . . . . .	
	138. Delimitación de conceptos . . . . .	
	139. Sistemas de promoción . . . . .	
	140. Peculiaridades en razón al producto informativo . . . . .	
XXVIII.	<b>Promoción de publicidad</b> . . . . .	
	141. Concepto . . . . .	
	142. Promoción de publicidad en la prensa . . . . .	
	143. Promoción de publicidad en la radio . . . . .	
	144. Promoción de publicidad en la televisión . . . . .	
XXIX.	<b>Distribución informativa</b> . . . . .	
	145. Conceptos de distribución informativa . . . . .	
	146. Elementos de la distribución informativa . . . . .	
	147. Distribución en la prensa . . . . .	
	148. Distribución en radio y televisión . . . . .	
PARTE TERCERA		
ESTRUCTURA ECONÓMICA. ADMINISTRACIÓN		
XXX.	<b>Fundamentos. Características</b> . . . . .	
	149. Fundamentos . . . . .	
	150. Características en la empresa de prensa . . . . .	
	151. Características en las empresas de radio y de televisión . . . . .	
XXXI.	<b>Ingresos y gastos en la empresa de prensa</b> . . . . .	
	152. Ingresos de venta y suscripciones . . . . .	
	153. Ingresos de publicidad y varios . . . . .	

154.	Gastos de personal e información .....	288
155.	Gastos de producción .....	290
156.	Gastos de distribución .....	290
157.	Otros gastos .....	292
<b>XXXII.</b>	<b>Ingresos y gastos en la empresa de radio .....</b>	<b>295</b>
158.	Peculiaridad económica de la radio .....	295
159.	Ingresos de publicidad y otros ingresos .....	297
160.	Gastos .....	298
161.	Rentabilidad .....	300
<b>XXXIII.</b>	<b>Ingresos y gastos en la empresa de televisión .....</b>	<b>303</b>
162.	Financiación de las televisiones .....	303
163.	Ingresos de publicidad y otros ingresos .....	304
164.	Gastos .....	307
165.	Rentabilidad .....	308
<b>XXXIV.</b>	<b>Gratuidad e información .....</b>	<b>311</b>
166.	Gratuidad y consumidor de información .....	311
167.	Incidencia de la publicidad .....	312
168.	Prensa gratuita: concepto y caracteres .....	313
169.	Gratuidad en radio y en televisión .....	315
<b>XXXV.</b>	<b>Ayudas del Estado .....</b>	<b>317</b>
170.	Fundamentación .....	317
171.	Modalidades .....	318
172.	Ventajas .....	321
173.	Inconvenientes .....	322
<b>XXXVI.</b>	<b>Programación presupuestaria .....</b>	<b>325</b>
174.	Concepto de presupuesto .....	325
175.	Clases de presupuestos .....	326
176.	Presupuesto de publicidad .....	327
177.	Control presupuestario .....	328
178.	Programa presupuesto <i>base cero</i> .....	331
<b>XXXVII.</b>	<b>Administración contable .....</b>	<b>333</b>
179.	Conceptos fundamentales .....	333
180.	Principios contables .....	342
181.	Balance .....	344
182.	Cuenta de pérdidas y ganancias .....	348
183.	Memoria .....	352
<b>XXXVIII.</b>	<b>Cuentas anuales de empresas informativas .....</b>	<b>353</b>
184.	Características de las cuentas anuales .....	353
185.	Prensa .....	354
186.	Radio .....	359
187.	Televisión .....	360

<b>XXXIX.</b>	<b>Empresa de publicidad .....</b>	<b>188.</b>	Concepto .....
		<b>189.</b>	Actividades publicitarias .....
		<b>190.</b>	Estructura de explotación .....
		<b>191.</b>	Concentración publicitaria .....
<b>XL.</b>	<b>Empresa de cine .....</b>	<b>192.</b>	Industria cinematográfica .....
		<b>193.</b>	Producción .....
		<b>194.</b>	Distribución .....
		<b>195.</b>	Exhibición .....
<b>XLI.</b>	<b>Agencia informativa .....</b>	<b>196.</b>	Concepto .....
		<b>197.</b>	Organización .....
		<b>198.</b>	Estructura económica .....
		<b>199.</b>	Diversificación y especialización .....
<b>XLII.</b>	<b>Empresa editora de libros .....</b>	<b>200.</b>	Concepto .....
		<b>201.</b>	Estructura y organización empresarial .....
		<b>202.</b>	Cálculo editorial .....
<b>XLIII.</b>	<b>Industria videográfica .....</b>	<b>203.</b>	Ámbito de la industria videográfica .....
		<b>204.</b>	Producción .....
		<b>205.</b>	Comercialización .....
<b>XLIV.</b>	<b>Videotexto. Teletexto .....</b>	<b>206.</b>	Videotexto .....
		<b>207.</b>	Teletexto .....
		<b>208.</b>	Notas características .....
		<b>209.</b>	Aspectos económicos .....
<b>XLV.</b>	<b>Empresa de telecomunicación por cable .....</b>	<b>210.</b>	Antecedentes .....
		<b>211.</b>	Caracteres .....
		<b>212.</b>	Comercialización .....
<b>XLVI.</b>	<b>Telecomunicación por satélite .....</b>	<b>213.</b>	Comunicación por satélite .....
		<b>214.</b>	Usos y aplicaciones en las empresas informativas .....
		<b>215.</b>	Aspectos económicos .....

**Bibliografía .....**