

Movistar+ decide hacer frente a su competencia para seguir siendo líder en la televisión de pago online

La operadora española apuesta por las series de producción propia y la emisión en 4K y pretende diferenciarse así del resto de canales

Durante la presentación de la serie "La Peste", su primer contenido de producción propia, Luis Miguel Gilpérez, presidente de Telefónica España, ha recalcado que ni Netflix ni HBO juegan en la misma división que Movistar+.

El panorama de televisión a la carta en España se ha puesto más interesante que nunca. HBO, Netflix, Amazon Prime Video y Movistar+ se disputan su reinado, y las producciones de contenido propio parecen jugar un papel importante para conseguirlo.

Lejos quedan ya los tiempos en los que Movistar+ disfrutaba de una destacada hegemonía en cuanto a televisión a la carta. Sin embargo, la llegada de Netflix, HBO o Amazon Prime Video han obligado a la televisión de Telefónica a despertar del letargo y combatir a la competencia con sus mismas armas.

Aprovechando la grabación de su primera iniciativa de producción de ficción propia "La Peste", Luis Miguel Gilpérez, Presidente de Telefónica España, se ha marcado nuevos objetivos para 2017 y 2018. Entre ellos, cuatro series propias en 2017 y seis más en 2018. Todas ellas con un presupuesto elevado. En el caso de La Peste, 10 millones de euros. "Para nosotros la televisión es un servicio más a los que ya ofrecíamos antes" declara.

En la presentación de la serie, Luis Miguel Gilpérez no ha podido eludir las comparaciones entre Movistar+ y OTTs como Netflix o HBO. Su respuesta ha sido clara: "No tenemos nada que ver con Netflix. Lo que nosotros ofrecemos es un servicio mucho más amplio. Para nosotros, la televisión es la guinda al resto de productos que ofrecemos (fibra y teléfono) y que ha llevado a Telefónica a ser considerada la empresa de telecomunicaciones más importante en España. También nos hace completamente diferentes tener todo el fútbol y el baloncesto."

La idea de lanzarse a la producción de contenido propio grabado en España, es la estrategia de Movistar+ para no depender exclusivamente de terceros. Aunque anunciaron que seguirían incorporando el mejor contenido, su intención es fomentar la creación de contenido propio que luego pueda ser exportado fuera de España.

En este terreno, Netflix y HBO cuentan con excelentes títulos dentro de su cartelera. Narcos o House of Cards para la primera, y Juego de Tronos o Westworld para la segunda (por nombrar sólo a los más recientes) han supuesto el aliciente necesario para ganar un importante número de seguidores en España. De esta manera, parece que el contenido propio y de calidad es capaz de decidir una batalla en la guerra por hacerse con el liderazgo de la televisión de pago online.

Apuestas para el futuro: todo en 4K y mejores recomendaciones

Las cuatro nuevas series propias que Movistar+ emitirá en 2017 serán en 4K, a excepción de la primera temporada de "La Peste". Además, Movistar+ también está trabajando en un sistema de recomendación que, a diferencia del resto de OTTs, no se centra únicamente en las visualizaciones previas que haya hecho el consumidor. La operadora española hará uso de los datos de cada cliente que dispone como compañía de telecomunicaciones. Por ejemplo, podrá saber que un usuario ha estado en Roma y recomendarle contenido relacionado con la ciudad y la cultura.

Gilpérez también ha dejado claro que, al menos en un corto periodo de tiempo, sólo los clientes de Telefónica podrán disfrutar de Movistar+, y que no se comercializará de manera aislada para aportar mayor exclusividad a sus clientes actuales.

El contenido de este comunicado fue publicado primero en la web de Hipertextual

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Telecomunicaciones](#) [Televisión y Radio](#) [E-Commerce](#) [Innovación Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>