



MADE IN SPAIN: LAS PLATAFORMAS Y LOS CONTENIDOS PRODUCIDOS EN ESPAÑA

El análisis de la presencia de los contenidos españoles en los servicios de vídeo bajo demanda por suscripción (SVOD) es fundamental para comprender cómo nuestras producciones se posicionan en un mercado dominado por grandes plataformas internacionales. Este fenómeno no solo afecta la visibilidad y el acceso a las obras españolas, sino que también tiene implicaciones culturales y económicas significativas

por Jordi Casanova



El informe Obra española en servicios de vídeo bajo demanda por suscripción: disponibilidad y prominencia – Edición 2024, realizado por Luis A. Albornoz, M.^a Trinidad García Leiva y Pedro Gallo, del Grupo de Investigación Diversidad Audiovisual de la Universidad Carlos III de Madrid, ofrece un estudio exhaustivo sobre este tema y cuenta con el apoyo del Instituto Universita-

rio del Cine Español de la UC3M. Se presentó en la 8ª edición de Conecta Fiction & Entertainment.

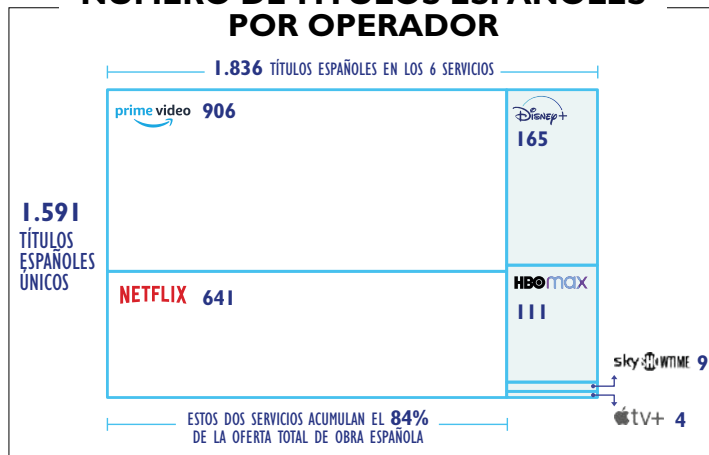
Su objetivo principal es analizar la disponibilidad y prominencia de las producciones españolas en seis servicios estadounidenses de SVOD ofrecidos en España: Netflix, Prime Video, HBO Max, Apple TV+, Disney+ y SkyShowtime. Este análisis se enmarca en el proyecto de investigación Diversidad y servicios audiovisuales bajo demanda por suscripción, financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades y la Agencia Estatal de Investigación.

Hemos hablado con uno de los autores del informe, Luis A. Albornoz, director del Grupo de Investigación Diversidad Audiovisual. «Este es el tercero que realizamos. Su objetivo ha sido siempre responder a tres preguntas fundamentales: cuánta obra española hay en estos servicios de vídeo bajo demanda, qué tipo de obras están disponibles y cuáles son sus características, y por último, cuáles son los mecanismos de prominencia que utilizan los servicios para destacar la presencia de obras españolas», comenta.

La presencia y promoción de contenidos «locales», como las producciones españolas, son aspectos que requieren un análisis detallado para valorar su visibilidad y el acceso a estas obras dentro de una oferta globalizada.

La metodología empleada para este informe incluye un

NÚMERO DE TÍTULOS ESPAÑOLES POR OPERADOR



trabajo de campo realizado en enero de 2024, donde se recopilaron datos sobre la cantidad y características de las obras españolas disponibles en los catálogos de los servicios mencionados. Además, se evaluaron los mecanismos utilizados por estos servicios para destacar y promover dichas obras. Este análisis se realizó a través de la observación directa de las interfaces de usuario de los ser-

vicios de SVOD, así como de entrevistas con expertos de la industria y un estudio comparativo de las estrategias de promoción empleadas.

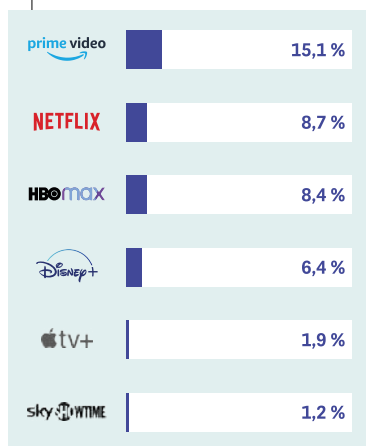
PRINCIPALES HALLAZGOS

El informe revela que los seis servicios de SVOD analizados incluyen un total de 1.591 títulos españoles únicos en sus catálogos. Este número representa un incremento de 185 obras en comparación con el año anterior. Prime Video y Netflix son los principales contribuyentes, con 906 y 641 títulos respectivamente, acumulando el 84% de la oferta total de obra española en los servicios analizados.

Su proporción varía significativamente, desde Prime Video (15% de su catálogo); Netflix y HBO Max (aproximadamente 8%); Disney+ (6%) y SkyShowtime y Apple TV+: con aproximadamente el 1%.

«Este aumento en la disponibilidad de contenido español refleja un interés creciente por parte de las plataformas en diversificar su oferta»

PROPORCIÓN DE OBRA ESPAÑOLA CON RESPECTO AL CATÁLOGO DE CADA SERVICIO



OBRAS ESPAÑOLAS DISPONIBLES

Empresa propietaria / Prestataria del servicio	Lanzamiento en España	Servicio	Títulos españoles disponibles, 2022-2023		Títulos disponibles, 2024		
			Enero 2022	Enero 2023	Nº títulos españoles	Nº total títulos*	% obra española respecto al total
Netflix Inc. / Netflix International B.V.	20.10.2015	NETFLIX	333	575	641	7.381	8,68%
Amazon, Inc. / Amazon Digital Germany GmbH	14.12.2016	prime video	636	751	906	6.014	15,06%
Warner Bros Discovery, Inc. / HBO Nordic AB	20.10.2015	HBOmax	178	196	112	1.318	8,42%
Apple Inc. / Apple Distribution International	28.11.2016 (Inicialmente HBO España)	apple tv+	1	3	4	209	1,91%
The Walt Disney Co. / The Walt Disney Company (Benelux) B.V.	01.11.2019	Disney+	65	116	165	2.585	6,38%
Comcast Corporation y Paramount Global / SkyShowtime Ltd.	28.02.2023	sky SHOWTIME	-	-	9	764	1,18%

Fuente: *JustWatch y trabajo de campo propio.

y atender las preferencias del público de nuestro país», afirma Luis A. Albornoz. Sin embargo, la presencia de obras españolas sigue siendo una fracción del catálogo total de estas plataformas, lo

que indica un margen considerable para aumentar su visibilidad y accesibilidad. La mayoría de los servicios han implementado mecanismos para destacar las producciones locales y euro-

peas. Prime Video, Netflix y HBO Max tienen secciones dedicadas a cine y series españolas, tanto en sus páginas de inicio como en las barras de navegación. Por otro lado, Apple TV+ es una excepción notable, ya que no presenta secciones específicas para el contenido español en su interfaz principal. La prominencia de las obras españolas se mide no solo por su presencia en los catálogos, sino también por la forma en que estas se presentan al usuario. Prime Video y Netflix lideran con estrategias efectivas para resaltar el contenido español. El informe también destaca que las coproducciones internacionales representan una parte significativa de la oferta española, con 380 títulos incluidos en el total. Este aspecto subraya la importancia de la colaboración transnacional en la industria audiovisual. «Estas coproducciones permiten a las obras españolas acceder a mayores recursos financieros y técnicos, así como a una distribución más amplia, lo que beneficia tanto a los creadores como al público», nos cuenta Albornoz. Las coproducciones pueden ayudar a las obras españolas a ganar reconocimiento en mercados extranjeros, aumentando su prestigio y atractivo global. Este contenido, «promueve la diversidad cultural y ofrece a las audiencias internacionales una visión de la cultura y sociedad de nuestro país. Además, el acceso global a

TIPOS DE OBRAS ESPAÑOLAS DISPONIBLES

Servicio	Películas			Series			Otros*
	FICCIÓN	ANIMACIÓN	DOCUMENTAL	FICCIÓN	ANIMACIÓN	DOCUMENTAL	
NETFLIX	397	25	69	82	4	17	47
prime video	524	18	82	108	44	58	72
HBOmax	59	0	4	22	2	16	8
apple tv+	0	1	0	1	1	0	1
Disney+	127	1	1	32	1	1	2
sky SHOWTIME	2	0	0	7	0	0	0

Fuente: elaboración propia.

Nota: *Realities, cortometrajes, monólogos de comedia, entre otros

DÉCADAS DE PRODUCCIÓN DE LAS OBRAS ESPAÑOLAS*

Servicio	1950	1960	1970	1980	1990	2000	2010	2020-2023
NETFLIX	1	1	3	14	40	87	310	185
prime video	5	24	18	28	47	162	411	211
HBOmax	2	2	2	6	13	10	25	51
apple tv+	0	0	0	0	0	0	0	4
Disney+	0	0	0	1	42	44	62	16
sky SHOWTIME	0	0	0	0	0	0	2	7

Fuente: elaboración propia.

Nota: *En el caso de las series, se consideró el año de producción de la última temporada disponible.

estas producciones permite a los creadores españoles llegar a una audiencia mucho más amplia, abriendo nuevas oportunidades en la industria audiovisual», prosigue Albormoz. En ese sentido, «España ofrece facilidades para la producción audiovisual con costos inferiores a mercados como el británico o el alemán, y una variedad de atractivos escenarios».

Las plataformas contemplan la inversión en contenido español como un valor; pero lo cierto es que están obligadas a ello ya está establecida por ley. «La directiva europea establece que los catálogos en un operador como Max o Netflix tienen que ofrecer al menos un 30% de obra europea. Lo nuevo en la normativa española desde mediados de 2022 es que obliga a estos operadores a destinar una parte de sus ingresos generados en el mercado español a la produc-

ción de contenido europeo, en concreto un 5%», afirma. Prime Video: destaca como la plataforma con la mayor cantidad de obras españolas en su catálogo, con un total de 906 títulos. Esta cifra representa el 15% de su oferta total.

La segunda posición con 641 títulos españoles en su catálogo es para Netflix, lo que representa aproximadamente el 8% de su oferta total. La plataforma ha sido pionera en la promoción de contenido local a través de su programa de producciones originales.

HBO Max, actualmente MAX, también muestra un compromiso con la promoción de contenido español, aunque en menor medida que las dos anteriores. Con aproximadamente el 8% de su catálogo compuesto por obras de nuestro país.

Apple TV+ es la plataforma con la menor proporción de obras españolas en su catá-

logo, representando aproximadamente el 1% de su oferta global.

Finalmente, Disney+ y SkyShowtime tienen una presencia más limitada de contenido español en sus catálogos, con aproximadamente el 6% y el 1% respectivamente.

El estudio concluye que, aunque la presencia de obras españolas en los servicios de SVOD ha crecido, el porcentaje que estas representan en los catálogos totales se ha mantenido relativamente estable debido al aumento paralelo de contenido general. HBO Max es la única excepción, ya que su catálogo ha disminuido en el último año, redistribuyendo parte de sus producciones a SkyShowtime, aunque habrá que ver cómo evolucionan en el futuro.

La diversidad cultural y la promoción de contenido local son aspectos cruciales para el éxito de las plataformas de SVOD de origen americano en mercados específicos. La capacidad de ofrecer una amplia variedad de obras españolas no solo satisface las demandas del público local, sino que también enriquece el catálogo global de estas plataformas. Sin embargo, para maximizar el impacto de las producciones españolas, es esencial que los servicios de SVOD implementen estrategias efectivas de promoción y accesibilidad.

El análisis de la distribución de las obras españolas por tipo revela patrones específicos entre los servicios I→

IDIOMAS ORIGINALES DE LAS OBRAS ESPAÑOLAS

Servicio	Nº de títulos	Castellano y lenguas cooficiales				Otros idiomas	
		Castellano	Catalán	Vasco	Gallego	Inglés	Otros
NETFLIX	641	553	23	7	1	51	6
prime video	906	815	36	4	1	40	10
HBOmax	111	97	3	1	1	7	2
apple tv+	4	0	0	0	0	4	0
Disney+	165	158	0	0	0	7	0
skySHOWTIME	9	8	0	0	0	1	0

Fuente: elaboración propia.

Nota: *Realities, cortometrajes, monólogos de comedia, entre otros

de SVOD. Los largometrajes predominan en Netflix y Prime Video, reflejando una estrategia centrada en ofrecer una amplia gama de películas españolas. Además, las series tienen una presencia significativa en HBO Max y Disney+, servicios que han apostado por incluir estas ficciones en sus catálogos. Por otro lado, los documentales y la animación tienen una menor presencia en comparación con los largometrajes y las series, destacando en servicios como Apple TV+ y SkyShowtime, que aunque tienen catálogos más pequeños, incluyen obras de estos géneros. En cuanto al análisis comparativo por género y año de producción, el drama es el de mayor representación en todos los servicios. La comedia también cuenta con una presencia relevante, especialmente en Netflix y Prime Video. Los documentales, aunque prevalecen menos,

están mejor representados en HBO Max y Apple TV+. En términos de años de producción, las obras recientes (2019-2024) tienen una fuerte presencia, reflejando su alto valor para atraer a la audiencia. Las obras clásicas (antes de 2000) son menos comunes, pero algunas plataformas como Netflix y Prime Video incluyen estos títulos en su oferta. Finalmente, el informe evaluó cómo cada plataforma destaca las obras españolas en su interfaz de usuario. Netflix y Prime Video presentan secciones dedicadas y utiliza algoritmos de recomendación para destacar este contenido. Y Apple TV+ y SkyShowtime no tienen secciones dedicadas prominentes, y la visibilidad de las obras españolas depende más de las búsquedas específicas realizadas por el usuario. Según Alborno, «es probable que aumente la producción de contenido local en

LAS OBRAS DE LOS CATÁLOGOS ESTÁN EN CONSTANTE EVOLUCIÓN ADAPTÁNDOSE AL MERCADO

respuesta a las demandas del mercado y las regulaciones. Los operadores se enfrentarán al desafío de equilibrar la inversión en producción local con la necesidad de mantener un catálogo diversificado y atractivo para una audiencia global. El monitoreo continuo y la adaptación a las tendencias emergentes serán clave para mantenerse competitivos y relevantes», comenta. El informe sugiere aumentar la inversión en producciones locales, mejorar las estrategias de promoción mediante algoritmos avanzados y secciones destacadas, fomentar las coproducciones internacionales, implementar políticas regulatorias favorables en colaboración con los reguladores, y monitorear el consumo de contenido para ajustar las estrategias según las preferencias del público. 