

Kippel⁰¹

EMPRESA

Netflix sube la apuesta por España y sale a la caza de nuevos responsables para el país

La compañía estadounidense ya ha abierto las primeras posiciones que se encargarán, específicamente, del desarrollo del negocio de Netflix en el mercado español. De momento, los futuros responsables trabajarán desde Ámsterdam.

18 MAY 2017 — 05:00

POR AMELIA PIJUÁN



Netflix da las primeras pistas sobre su estrategia en el mercado español. La compañía estadounidense, cuya plataforma de contenido en *streaming* aterrizó en el país en 2015, ha empezado a definir su apuesta por España con la publicación de nuevas posiciones específicas para su negocio en el país.

En concreto, **Netflix** está buscando un responsable de contenidos originales y un perfil *senior* que lidere el área de marketing, según puede comprobarse en su página web. En ambos casos, el mercado a cubrir será el español, aunque los futuros trabajadores llevarán a cabo sus tareas desde Ámsterdam, sede central de **Netflix** en Europa, Oriente Medio y África.

La búsqueda de un responsable para la división de contenido original de **Netflix** en España se mantiene en línea con los últimos movimientos de la compañía. Recientemente, el grupo ha dado el pistoletazo de salida a su primera serie española, llamada *Las chicas del cable*, y ya ha anunciado su

1/2

<https://www.kippel01.com/empresa/netflix-sube-la-apuesta-por-espana-y-sale-a-la-caza-de-nuevos-responsables-para-el-pais.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Kippel⁰¹

EMPRESA

intención de producir su segunda serie en el país a lo largo de este año.

Netflix ha dado sus primeros pasos en el cine español con la producción de *Siete años*

Por otro lado, **Netflix** ha dado sus primeros pasos en el cine español con la producción de *Siete años* y actualmente trabaja en el lanzamiento de *Fe de etarras*, una película de Borja Cobeaga. Por otra parte, la empresa estadounidense ha adelantado que no cierra la puerta a producir en España otro tipo de formatos audiovisuales como, por ejemplo, documentales.

La segunda posición enfocada en España que ha abierto **Netflix** tendrá, como objetivo primordial, ayudar a la empresa a “crecer” en el país, según indica la oferta laboral. El futuro encargado de marketing, además, también pondrá el foco en el lanzamiento de campañas para estimular el área de contenidos originales de **Netflix** en España.

Netflix anunció la creación de 400 puestos de trabajo en Ámsterdam

La creación de cargos específicos para el mercado español se mantiene en línea con las últimas novedades de **Netflix**, que a principios de mayo anunció la creación de 400 puestos de trabajo en su nuevo centro de servicio al cliente europeo, ubicado en Ámsterdam.

Por otro lado, la compañía que capitanea **Reed Hastings** ha asegurado que a lo largo de este año invertirá hasta 6.000 millones de dólares en la adquisición y producción de contenido original. “Tenemos un compromiso a largo plazo en la producción de contenido original en España, no depende del éxito de *Las chicas del cable*”, aseguró en su día **Erik Barmack**, vicepresidente internacional de contenido original de **Netflix**.

Mientras **Netflix** empieza a definir su estrategia de expansión en el mercado español, sus competidores se han puesto las pilas. **HBO**, por ejemplo, ya ha armado su estructura societaria en España y ha instalado sus oficinas en el centro de Madrid. **Movistar+**, por su parte, anunció una inyección de cerca de 100 millones euros en el lanzamiento de catorce producciones propias para plantar cara a sus rivales estadounidenses.

Según los últimos datos disponibles, **Netflix** concluyó el primer trimestre del ejercicio 2017 con un beneficio neto de 178 millones de dólares (167,3 millones de euros), multiplicando por seis sus ganancias en relación al mismo periodo del año anterior.

En cuanto a su facturación, la empresa registró unas ventas de 2.637 millones de dólares (2.479,9 millones de euros), un 34,7% más en relación al año pasado. A nivel de usuarios, **Netflix cerró el trimestre con 98,75 millones de suscriptores**, de los cuales 94,36 millones son de pago.

2/2

<https://www.kippel01.com/empresa/netflix-sube-la-apuesta-por-espana-y-sale-a-la-caza-de-nuevos-responsables-para-el-pais.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.