

# Por la caída de usuarios, Netflix restringe aún más la posibilidad de compartir cuentas

23/05/2023



Netflix anunció el martes que los usuarios en un centenar de países deberán ahora pagar más para compartir sus contraseñas de la plataforma con personas ajenas a su hogar, como parte de su estrategia para diversificar sus ingresos.

La empresa describió su último intento por atraer más suscriptores a su servicio de transmisión de video a medida que su crecimiento se desacelera.

Para combatir el intercambio de contraseñas, Netflix dijo que limitará la audiencia de su programación a las personas que

viven en el mismo hogar. Quienes se suscriban a los planes estándar o premium de Netflix podrán permitir que **otra persona que viva fuera de su hogar use su contraseña** por diferentes adicionales por mes de acuerdo al país –en EEUU, USD 8; en Argentina \$669; \$8.900 en Colombia; \$69 en México, R\$ 12,90 en Brasil-.

Sin proporcionar detalles sobre cómo autentica las identidades o las cuentas de los suscriptores, Netflix aseguró que todas las personas que viven en el mismo hogar aún podrán ver series de televisión y películas “donde sea que estén: en casa, mientras viajan, de vacaciones”.

La medida largamente anticipada, telegrafada por Netflix hace un año, busca poner fin a una práctica que la compañía permitió que pasara sin control durante años mientras su servicio de transmisión atraía a los suscriptores en masa. En ese momento, la gerencia tenía pocos incentivos para arriesgarse a irritar a los clientes al **restringir el uso compartido de contraseñas**.

Mientras Netflix miraba al otro lado, aproximadamente **100 millones de personas en todo el mundo obtenían contraseñas de familiares y amigos** para descargar series de televisión de Netflix como *The Crown* y películas como *All Quiet On The Western Front*. Esas contraseñas se canalizaron a través de los 232,5 millones de suscriptores de pago de Netflix en todo el mundo, que generaron la mayor parte de los 32.000 millones de dólares en ingresos de la empresa el año pasado.

Pero después de un año de crecimiento mediocre de suscriptores que incluyó sus mayores pérdidas de clientes en más de una década, Netflix desplegó esta estrategia. En febrero, comenzó a bloquear a los espectadores que conseguían contraseñas de terceros en **Canadá, Nueva Zelanda, Portugal y España**, siguiendo medidas similares en América Latina.



Mientras Netflix miraba al otro lado, aproximadamente 100 millones de personas en todo el mundo obtenían contraseñas de familiares y amigos para descargar series de televisión y películas (REUTERS/Dado Ruvic/Illustration/File Photo)

Antes de las medidas enérgicas contra el uso compartido de contraseñas, Netflix comenzó a introducir funciones, como **la capacidad de transferir los perfiles configurados en las cuentas de los suscriptores** para facilitar que las personas conserven sus historiales de visualización después de que ya no puedan ver programas de forma gratuita.

El esfuerzo de Netflix para obligar a más espectadores a pagar por el acceso a su programación sigue al lanzamiento de **un plan mensual de USD 7 en EEUU que insertó comerciales en su servicio por primera vez**. Netflix ha obtenido 9 millones de suscriptores adicionales en todo el mundo desde que debutó la opción con publicidad, aunque no todos se inscribieron en el plan de bajo precio.

Si bien el nuevo recargo para los espectadores que viven fuera

de los hogares de los suscriptores es menor que el plan de transmisión básico de Netflix, llega en un momento en que personas de todo el mundo han estado **reduciendo sus gastos discrecionales debido a la alta inflación**. Ese apretón inflacionario, combinado con una mayor competencia de otros servicios de transmisión, es una de las principales razones por las que Netflix ha sufrido una desaceleración en el crecimiento.

El codirector ejecutivo de Netflix, **Greg Peters**, reconoció en enero que la represión contra el intercambio de contraseñas podría generar más cancelaciones de suscriptores.

Las acciones de Netflix cayeron un 2% durante las operaciones de la tarde del martes, pero el precio de las acciones sigue subiendo un 20% en lo que va del año.

*(Con información de AP)*