

Tras la controversia de usuarios, Netflix eliminó el cobro extra por compartir cuenta

19 octubre, 2022



Implicaba un costo de 219 pesos más impuestos por cada hogar o “casa” extra.

Netflix anunció que se elimina la función que pedía “Agregar una casa” por un monto extra para aquellos suscriptores que quisieran compartir su cuenta con amigos o familiares, luego de numerosas críticas de usuarios e influencers.

Así se comunicó en el blog de la compañía, en el que sin embargo se detalló que el año próximo se aplicará una nueva función similar que ya está operativa desde marzo en Chile, Perú y Costa Rica, que aborda la cuestión de las cuentas compartidas pero de una manera más sencilla para el usuario.

“Luego de escuchar los comentarios de los consumidores, decidimos discontinuar las funciones de ‘Agregar una casa’ en Argentina, El Salvador, Guatemala, Honduras y República Dominicana”, se explicó, en referencia a la función que había sido introducida el pasado 22 de agosto y que en el país implicaba un costo de 219 pesos más impuestos por cada hogar o “casa” extra.

“En cambio, nos enfocaremos en facilitar que las personas que comparten una cuenta puedan transferir su perfil al iniciar su propia membresía, y que todos los miembros puedan administrar sus dispositivos y crear subcuentas (‘miembro extra’) de forma sencilla, si quieren pagar por familiares o amigos. Estas funciones empezarán a estar disponibles a inicios de 2023”, agregaron.

En rigor, “Miembro extra” no es una función demasiado diferente a la de “Agregar una casa”, aunque el gigante del streaming encontró que sus funcionalidades tuvieron más aceptación en los territorios en los que se testeaba. Una especificación que hace más sencillo su uso es que permite crear una subcuenta con un perfil independiente, con acceso individual de usuario y contraseña, y recomendaciones personalizadas.

Por el momento no fue anunciada la fecha en que comenzará a regir la nueva función; mientras tanto, aquellos suscriptores de Argentina y otros países que pagaban por una “casa extra” dejarán de abonar el costo adicional por compartir la cuenta.

El cambio en la postura histórica de Netflix sobre este tema apunta a recuperar iniciativa en una época de encarnizada competencia y claras señales de desaceleración en el crecimiento de la masa de suscriptores en el sector.

Por eso, entre otras medidas, apunta a cobrar a aquellos usuarios que hasta ahora veían la plataforma usando la clave de un conocido. En abril pasado se graficó a cuánto asciende

ese público objetivo, cuando se informó que de los más de 220 millones de hogares que pagan por Netflix el servicio era “compartido con más de 100 millones de hogares adicionales”.

Es decir, que 1 de cada 3 hogares en los que se ven series y películas de la N roja no pagan por el servicio.

Netflix

Otra medida relevante es la incorporación de plan más económico con publicidades, que implementará con soporte de Microsoft desde el 3 de noviembre próximo en Estados Unidos y por un valor de casi 7 dólares, aunque por ahora eso no está en consideración para Argentina.

“Agradecemos el interés en el plan básico con anuncios. Lo estamos lanzando en 12 países y no estará disponible en Argentina. A medida que aprendemos y mejoramos el plan Básico con anuncios, decidiremos si lo lanzamos en más países. En Argentina los consumidores pueden elegir entre nuestros tres planes disponibles”, respondieron desde la empresa ante una consulta de Télam.

En tanto, la compañía de Los Gatos, California, también dio a conocer esta tarde sus nuevos números de suscriptores, luego de que durante la primera mitad del año -y por primera vez en su existencia- perdiera más de un millón de clientes netos.

A pesar del histórico descenso, Netflix anunció que durante el tercer trimestre del 2022 sumó casi dos millones y medio de usuarios nuevos a su servicio, y alcanzó un total que supera los 223 millones, con una proyección de contar con cuatro millones y medio más para los últimos tres meses del año.

Según la información trascendida a la prensa internacional, la región que mejores cifras reportó en este período fue la de Asia-Pacífico, con 1,4 millones, seguida por la de EMEA (por la abreviatura en inglés de Europa, Medio Oriente y África),

que convocó a 570.000 suscriptores. Por su parte, América Latina incorporó 310.000 clientes, y en último lugar quedó la franja de Estados Unidos y Canadá, con 100.000 nuevos usuarios.

La aparente inversión de la curva también tuvo su reflejo en las ganancias de la plataforma, que con sus casi 8 mil millones de dólares de recaudación representan un incremento de cerca de 6 puntos en sus ingresos interanuales.

Fuente: [MiTelefe](#)