



Fondo de Fomento Audiovisual:

—
estimación de ingresos a partir de
eventuales aportes de las plataformas de
streaming

Leandro González
Observatorio Audiovisual
Octubre, 2021



—

Fondo de Fomento Audiovisual: estimación de ingresos a partir de eventuales aportes de las plataformas de streaming



Introducción

El propósito de este informe es estimar los ingresos que recibiría el Fondo de Fomento del INCAA de aprobarse una norma que incluya a las plataformas de streaming audiovisual dentro de los tributos con afectación específica. A continuación, se presenta un ejercicio basado en datos públicos y privados, y tomando como parámetro principal el despliegue de Netflix en nuestro país.

En primer lugar, se dimensionará la presencia de la plataforma Netflix en la Argentina a partir de la cantidad de abonados y de su facturación. Luego, se aplicarán variables económicas de la Argentina (dólar y esquema tributario) para calcular el volumen de ingresos que eventualmente irían al Fondo de Fomento del INCAA.

Hay tres formas principales de dimensionar la penetración de las plataformas en la población nacional:

- teniendo acceso privilegiado a los datos de las plataformas, que son privados y que las empresas sólo publican de manera acotada.
- por medio de una encuesta de audiencias, es decir, indagando desde el consumo en lugar de hacerlo desde la oferta. Algunas consultoras privadas realizan este tipo de estudios permanentemente. También el Estado: la última Encuesta Nacional de Consumos Culturales (INDEC-SINCA, 2017) arrojó que el 25,4% de los encuestados mira contenidos audiovisuales a través de “Netflix u otras plataformas y aplicaciones”¹. Es esperable que se obtenga un dato más preciso y con preguntas más específicas en 2022, cuando se presenten los resultados de una nueva edición de la ENCC. Por otro lado, la Encuesta Permanente de Hogares (INDEC) sería otro instrumento que en el futuro podría relevar el dato.

¹ SINCA, ENCC 2017, “Frecuencia de consumo de contenidos audiovisuales por soporte o vía de visualización”.
<https://back.sinca.gob.ar/download.aspx?id=2457>



- analizando la recaudación de AFIP (Administración Federal de Ingresos Públicos) en concepto de IVA a los servicios digitales. En este caso habría que hacer una estimación dado que, por razones de confidencialidad, AFIP no ofrece datos desagregados por cada servicio, ni tampoco los tiene desagregados por tipo o rubro de servicios (audiovisual, videojuegos, música, editorial, etc.).

Se realizarán estimaciones combinando datos de distintas fuentes: datos de población y hogares del INDEC, datos de abonados de Netflix para Latinoamérica y datos de consultoras sobre la penetración de ésta y otras plataformas en la Argentina. Por otro lado, y a fin de complejizar el ejercicio, se trabajará con dos unidades de análisis distintas: (i) los abonados, definidos como individuos que pagan por servicios de streaming y (ii) los hogares², entendidos como unidades socioeconómicas que comparten ingresos y gastos.

Una última aclaración importante es que, dado que el objetivo consiste en estimar montos de ingresos hipotéticos, el ejercicio debe necesariamente tomar un porcentaje como referencia. En este caso, el porcentaje es el 10% de la facturación anual de las plataformas en concepto de abonados en Argentina³, tomando como base lo que la “Ley de Cine”⁴ estipula respecto a la venta de entradas en salas cinematográficas. Se trata de un porcentaje de mínima basado en la extrapolación de lo establecido por dicha ley, pero debería considerarse —tal como está sucediendo en otros países como Francia (en el Anexo se incluye una síntesis de los aspectos más relevantes)— la posibilidad de imponer un porcentaje mayor que vaya al financiamiento de producción de contenidos locales destinados a incrementar su presencia y prominencia en la oferta de las plataformas.

² El INDEC define al hogar como “Grupo de personas (emparentadas o no emparentadas entre sí) que comparten la misma vivienda, las que se asocian para proveer en común a sus necesidades alimenticias o de otra índole vital. Comprende también los hogares unipersonales”. Fuente: <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Institucional-Indec-Glosario>

³ En rigor, es el 47,62% del IVA (21%) que ya se tributa con cada abono.

⁴ Ley de Fomento de la Actividad Cinematográfica Nacional N° 17.741 y sus modificatorias, <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/65000-69999/69320/texact.htm>

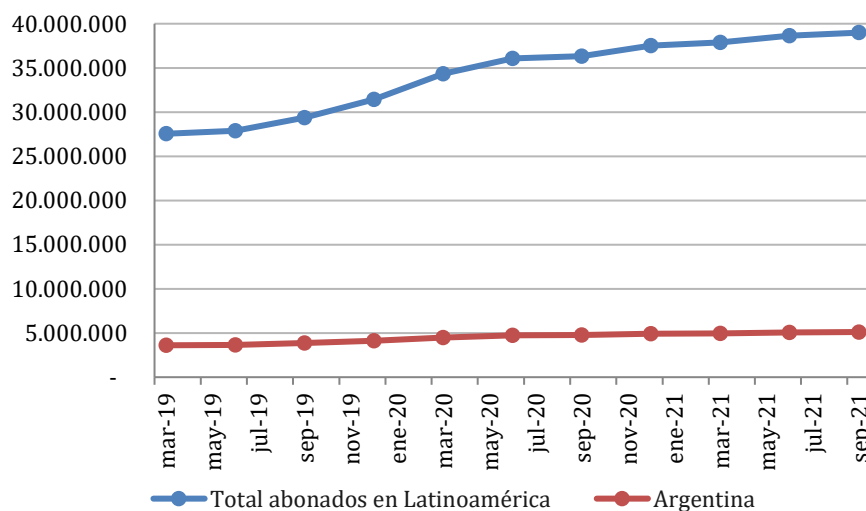
Estimación del mercado de Netflix en Argentina

En febrero de 2020, el CEO de Netflix estuvo en Buenos Aires y —entre otras cuestiones— dijo que Argentina era el décimo mercado mundial para la plataforma, con un total de 4,5 millones de abonados. Tomando ese dato como referencia y aplicando el coeficiente de crecimiento en Latinoamérica, podemos actualizar la cifra a octubre de 2021 (último reporte de Netflix).

- Primer paso: esos 4,5 millones representaban en ese entonces al 13% de los abonados totales de la plataforma en Latinoamérica (datos declarados en bolsa⁵).
- Segundo paso: aplicamos el porcentaje para el resto de los periodos: a octubre de 2021, el 13% de los abonados de Latinoamérica serían 5.112.361: esos serían los que tiene Netflix en la Argentina en la actualidad.

El otro dato relevante que informa Netflix en sus reportes cuatrimestrales es la recaudación promedio por suscriptor (en dólares). En Latinoamérica, a octubre de 2021 ese monto es de USD\$7,86.

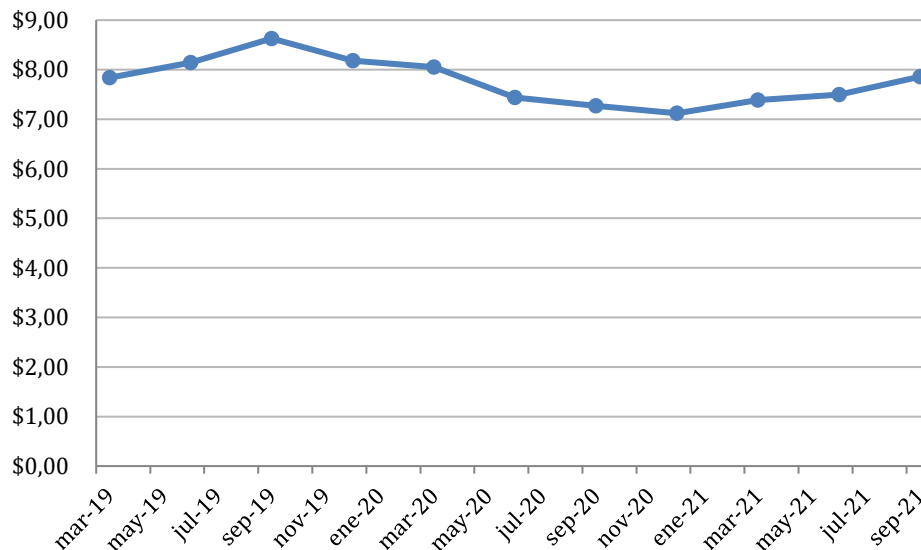
Abonados a Netflix en Latinoamérica y estimación para Argentina



⁵ Fuente: <https://ir.netflix.net/ir-overview/profile/default.aspx>, Netflix Third Quarter 2021 Earnings Interview



Ingresos por abonado de Netflix en Latinoamérica (USD)



Estimación de nuevos ingresos al Fondo de Fomento del INCAA

A partir de esos datos y en función de indicadores económicos de la Argentina (dólar y tributación), a continuación se presenta el monto de dinero que recibiría el Fondo de Fomento Audiovisual (FFA) de aprobarse una norma que redirija al INCAA una parte de lo que la AFIP, desde la reforma tributaria de 2017, recauda por la imposición del IVA a los servicios digitales. Esta estimación plantea que del total de lo recaudado por el IVA (21% de la facturación), el 47,62% se destine al Fondo de Fomento, es decir, que el 10% del total de la facturación de la plataforma se direccionaría a ese fondo del INCAA.⁶

⁶ Existe un proyecto de Ley con estado parlamentario (Expediente 5396-D-2019, presentado el 4/12/2019 por el diputado Daniel Lipovetzky) que plantea derivar al Fondo de Fomento del INCAA una parte del IVA que AFIP recauda por suscripción a plataformas digitales.

Fuente: <https://www.diputados.gov.ar/proyectos/proyecto.jsp?exp=5396-D-2019>. No obstante, hay dos antecedentes a dicho proyecto, que a efectos prácticos tendrían el mismo resultado:



Tal como puede observarse, el monto total sería superior a los \$4.500 millones.

Estimaciones a partir de los abonados a Netflix en Argentina

Abonados	5.112.361
Facturación estimada en dólares	\$ 482.197.890
Facturación estimada en pesos	\$ 50.572.914.653
21% IVA a servicios digitales	\$ 10.620.312.077
10% (47,62% del IVA) destinado al FFA (\$)	\$ 5.057.392.611
10% (47,62% del IVA) destinado al FFA (USD)	\$ 48.220.753

Es importante señalar que estos cálculos fueron hechos a partir del dólar oficial (Tipo de Cambio Minorista) al 19/10/2021, cotizando a \$104,88 (Fuente: BCRA). En este cálculo no se incluyen los siguientes impuestos que paga el abonado:

- Impuesto PAÍS: alícuota aplicada al dólar de los Servicios Digitales (lo recaudado se destina a ANSES, INSSJP y a obras de vivienda social, infraestructura económica y fomento del turismo)
- Cargo adelanto del impuesto a las ganancias

No obstante, a pesar de no incluirse en los ingresos al Fondo de Fomento INCAA, estos cargos forman parte del impacto económico y tributario del sector audiovisual.

En 2016, la por entonces diputada Liliana Mazure presentó un proyecto (expediente 1502-D-2016) para modificar los artículos 21 y 73 de la Ley de Cine (N° 17.741),

<https://www.diputados.gob.ar/proyectos/proyecto.jsp?exp=1502-D-2016>

En 2017, el por entonces diputado Julio Raffo presentó otro proyecto (expediente 6103-D-2017) para agregar un inciso al artículo 21 de la misma Ley.

<https://www.hcdn.gob.ar/proyectos/proyecto.jsp?exp=6103-D-2017>

Estimación de nuevos ingresos al Fondo de Fomento del INCAA

En este apartado se realizará una estimación diferente: por un lado, en lugar de tomar como unidad de análisis a los individuos, se tomará a la cantidad de hogares; por el otro, ya no se considerará solamente a Netflix sino al total de servicios que se ofrecen en el país.

El punto de partida es la cantidad de hogares en la Argentina: según el INDEC, en el último censo (2010) había 12.171.675 hogares⁷, mientras que estimaciones más actuales (2018) señalan 13,3 millones de hogares⁸. Este último dato será tomado en consideración en adelante.

El dato de cantidad de hogares abonados a plataformas no es relevado por el INDEC, aunque podría pensarse que en el futuro se incluya una pregunta en el formulario de la Encuesta Permanente de Hogares, dado que las plataformas podrían representar un gasto semejante al de otros servicios contemplados allí (telefonía, internet, TV por abono, etc.), tal como puede observarse en el Anexo.

Por lo tanto, se optó por tomar como referencia los datos de la consultora Business Bureau (BB), especializada en estas temáticas. En su Mapa de TV Paga y OTTs⁹, se informa que en la Argentina operan 98 plataformas de contenidos online con diversos modelos de negocio. Los datos revelan que el 54% de los hogares contratan servicios de plataformas OTT, muchos de los cuales también cuenta con servicios de TV paga. En el siguiente cuadro se presentan dichos datos, agregando en una tercera de columna los hogares estimados a partir del dato del INDEC referido anteriormente.

⁷ Fuente: INDEC, <https://www.indec.gov.ar/indec/web/Nivel4-CensoNacional-1-999-Censo-2010>

⁸ Fuente: INDEC, citado en <https://www.lanacion.com.ar/politica/crisis-habitacional-uno-de-cada-tres-hogares-tiene-problemas-de-vivienda-nid2121533/>

⁹ BB, Mapa de TV Paga y OTTs: <https://bb.vision/bb-mapa-tv-paga-otts-2021/>

Servicios contratados por los hogares, 2020 (cuarto cuatrimestre)

Servicios	Porcentaje de hogares	Hogares estimados
TV Paga & OTTs	42%	5.586.000
Solo TV Paga	24%	3.192.000
Fresh Market	23%	3.059.000
Solo OTTs	12%	1.596.000

Fuente: BB

Es decir, ello implicaría que la cantidad de hogares que cuenta con abono a plataformas (54% del total) sería aproximadamente 7.182.000. Y según otros datos de la misma fuente, el mercado de las plataformas se distribuiría del siguiente modo: Netflix aparece en primer lugar con el 26%, luego siguen Flow (11%), Amazon Prime Video (6%), TNT Sports (5%) y HBO Go (4%). Llamativamente, la opción “Otros” —que aglutina a 27 plataformas— tendría el 49% del mercado. La fuente sugiere que los datos no refieren exclusivamente a las plataformas por suscripción (SVOD), lo cual permite inferir que allí se incluyen las plataformas gratuitas (ContAr y Cine.Ar Play), transaccionales (YouTube Premium y el segmento de Cine.Ar Play) o basadas en publicidad (PlutoTV), entre otras. A continuación, se presentan los datos con el agregado de la estimación de hogares: Netflix estaría presente en 1.867.320 hogares argentinos.

Market share de plataformas en Argentina, 2020 (tercer cuatrimestre)

Plataforma	Market share	Hogares estimados
Otros (27 plataformas)	49%	3.519.180
Netflix	26%	1.867.320
Flow	11%	790.020
Amazon Prime Video	6%	430.920
TNT Sports	5%	359.100
HBO Go	4%	287.280

Fuente: BB



No obstante, diversos problemas emanan de estos datos:

- No es posible saber cuántos hogares pagan por un solo servicio o por varios
- Si es cierto que todos esos pagan, no queda claro cuántos otros más acceden sin pagar a través de prácticas extendidas como compartir el usuario y la contraseña (cada abono suele incluir varios perfiles)

Más allá de esas cuestiones, es posible hacer una estimación por hogares, asumiendo que cada hogar con abono tiene exclusivamente un servicio de streaming por el que efectivamente paga. La estimación se hace para los abonados a Netflix y para el total de las plataformas monitoreadas por BB; en todos los casos se tomó como referencia el abono mensual promedio para Latinoamérica de Netflix: USD \$7,86.

Estimaciones a partir de los hogares abonados a Netflix y al total de las plataformas

	Netflix	Total plataformas (BB)
Hogares con abono	1.867.320	7.182.000
Facturación estimada en dólares	\$ 176.125.622	\$ 677.406.240
Facturación estimada en pesos	\$ 18.472.055.277	\$ 71.046.366.451
21% IVA a servicios digitales	\$ 3.879.131.608	\$ 14.919.736.955
10% (47,62% del IVA) destinado al FFA (\$)	\$ 1.847.205.528	\$ 7.104.778.738
10% (47,62% del IVA) destinado al FFA (USD)	\$ 17.612.562	\$ 67.741.979

En caso de una regulación más específica

En la introducción se señaló que las estimaciones se harían tomando como referencia el porcentaje que el Fondo de Fomento del INCAA recibe de las entradas de cine (10%), de acuerdo a la “Ley de cine”. Se advirtió allí que se trataba de un cálculo de mínima.

Ahora bien, hecho ya el ejercicio, resulta sencillo cambiar dicho parámetro y aplicar el 25% que Francia establece en el decreto n° 2021-793, firmado en junio de 2021 y relativo específicamente a los servicios de comunicación audiovisual a demanda (ver Anexo).

Estimaciones a partir de los individuos y hogares abonados, con obligaciones del 25%

	Abonados a Netflix	Hogares (Netflix)	Hogares (total plataformas)
Abonados	5.112.361	1.867.320	7.182.000
Facturación estimada en dólares	\$ 482.197.890	\$ 176.125.622	\$ 677.406.240
Facturación estimada en pesos	\$ 50.572.914.653	\$ 18.472.055.277	\$ 71.046.366.451
21% IVA a servicios digitales	\$ 10.620.312.077	\$ 3.879.131.608	\$ 14.919.736.955
25% destinado a la producción (en pesos)	\$ 12.643.228.663	\$ 4.618.013.819	\$ 17.761.591.613
25% destinado a la producción (en dólares)	\$ 120.549.472	\$ 44.031.406	\$ 169.351.560

En síntesis, si se toman como referencia los individuos abonados a Netflix y los hogares abonados a plataformas (Netflix y el resto), y se aplica el porcentaje estipulado por la nueva regulación francesa al total de la facturación estimada, el monto destinado a la producción de contenidos audiovisuales oscilaría entre los 120 y los 170 millones de dólares por año.

Es importante señalar que, a diferencia del 10% (que ya se cobra y actualmente percibe AFIP), este 25% tomado del modelo regulatorio francés se aplicaría sobre el total de la facturación de las plataformas, lo cual implicaría una mayor inyección de recursos en el sector audiovisual nacional y también impactaría en la balanza comercial, dado que se trata de recursos que las empresas suelen girar a sus casas matrices.

ANEXOS

Anexo 1. Francia. Puntos destacados del decreto n° 2021-793 (22/06/2021)¹⁰:

- **Contribución:** los servicios por suscripción deben destinar una parte proporcional de su facturación neta anual del ejercicio anterior a gastos que contribuyan al desarrollo de la producción de obras cinematográficas y audiovisuales europeas u originales en lengua francesa. Esa parte será al menos del 25% cuando ofrezcan películas en un periodo inferior a doce meses tras su estreno en salas en Francia, o del 20% en los demás casos.
- **Protege a las productoras nacionales.** Evita la apropiación de la propiedad intelectual (IP) sobre los contenidos por parte de las plataformas: eso se desprende de la obligación de financiar producción “independiente” y de fijar la retención de los derechos de explotación por un periodo limitado.
- **Prominencia:** estipula que haya contenidos locales y que además sean visibles en la interfaz, fáciles de acceder y como parte de la experiencia general de los usuarios. Eso es clave para que las plataformas no releguen los contenidos nacionales.
- **Contempla distinto nivel de exigencia según la escala o tamaño de las empresas proveedoras de los servicios.**
- **Reflexividad:** el Consejo Superior del Audiovisual hará revisiones periódicas para actualizar la normativa. Es una característica de la regulación francesa que le permite adaptarse rápidamente a las transformaciones del ecosistema audiovisual.
- **Contempla cuestiones de patrimonio:** las OTT pueden destinar parte de lo facturado a la restauración y preservación de contenidos de valor patrimonial. En la Argentina se podría crear un fondo específico con ese fin e incluso financiar la Cinemateca.
- **Publicidad:** entre las obligaciones de contribuir a la producción local se incluye la posibilidad de invertir en publicidad, patrocinio y televenta de contenidos.
- **Transparencia:** el decreto no es muy específico, pero menciona que el Estado podría acceder a un mayor volumen de datos y que los productores tendrían más datos sobre la

¹⁰ Décret n° 2021-793 du 22 juin 2021 relatif aux services de médias audiovisuels à la demande.
<https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000043688681>



performance de sus obras dentro de las plataformas.

- Contenido nacional y regional: varios artículos refieren no necesariamente a contenidos franceses, pero sí a europeos y hablados en francés.



Anexo 2. Formulario de la Encuesta Permanente de Hogares (INDEC), sección referida a gastos en servicios de comunicación audiovisual y telecomunicaciones

Código (2)	Concepto (ÚLTIMA FACTURA VENCIDA)	Período cubierto	¿Qué cantidad?	¿Cuánto gastó?	¿Cómo pagó?	Ubicación del inmueble
		Anote código (16)		\$ (7)	Anote código (8)	Anote código (11)
PAQUETE DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN						
623307	Internet banda ancha + telefonía fija					
623308	Internet banda ancha + TV cable					
623309	Internet banda ancha + TV cable + telefonía fija					
623310	Internet satelital + TV satelital					
623311	Internet móvil + TV cable + telefonía móvil					
623312	Internet satelital + TV satelital + telefonía móvil					
623313	Internet por cable + telefonía móvil					
SERVICIO DE TELEVISIÓN						
732101	Televisión por cable o satelital					
SERVICIO DE TELÉFONO FIJO						
623101	Servicio de teléfono fijo en el hogar					
623102	Tarjetas para teléfono fijo en el hogar					
OTROS SERVICIOS DE INTERNET Y TRANSMISIÓN CONTINUA (STREAMING)						
623301	Conexión a Internet desde teléfono fijo					
623302	Conexión a Internet por cable					
623303	Conexión a Internet satelital					
623304	Conexión a Internet móvil					
732111	Servicios de transmisión continua de videos, música, películas por Internet (streaming)					
SERVICIO DE TELEFONÍA MÓVIL						
623201	Abono a celular con factura fija					
623202	Abono a celular con factura libre					



Equipo Observatorio Audiovisual INCAA

Subgerente

Julio Bertolotti

Carolina Ciotti

Ana Rosa Cunha da Cruz

Santiago Diehl

Mariano García

Leandro González

Edith Roca

Paula Roel

Guillermo Saura

El Observatorio Audiovisual del INCAA desarrolla líneas de investigación, elabora análisis y produce informes sobre las diferentes áreas que componen la industria audiovisual. Su función es construir y consolidar herramientas de gestión que fortalezcan la planificación, el diseño de políticas dirigidas al sector, la ejecución de acciones y la evaluación de impacto en la toma de decisiones orientadas al desarrollo de la industria audiovisual de Argentina, tanto en el ámbito privado como público.