



**INCAA**  
INSTITUTO NACIONAL DE  
CINE Y ARTES AUDIOVISUALES

# IMPORTACIÓN DE SERVICIOS AUDIOVISUALES DIGITALES EN ARGENTINA

—

## Incidencia de las plataformas

Leandro González  
Observatorio Audiovisual INCAA  
Agosto, 2022



**INCAA**  
INSTITUTO NACIONAL DE  
CINE Y ARTES AUDIOVISUALES

OBSERVATORIO AUDIOVISUAL INCAA

---

# **Importación de servicios audiovisuales digitales en la Argentina: incidencia de las plataformas**

## Introducción

---

El Observatorio Audiovisual del INCAA tiene como uno de sus objetivos analizar información que pueda ser de relevancia tanto para la gestión y administración del instituto mismo como para el sector audiovisual nacional. En definitiva, ese es el objetivo principal ya que los datos que sean de utilidad para mejorar el desempeño del INCAA impactan también en el desarrollo de nuestra industria audiovisual.

El volumen de información es enorme; el INCAA mismo dispone de una gran cantidad de datos que todavía no han sido procesados o analizados. Esto último no es resultado de falta de interés o fallas de gestión, sino de que esos recursos no han sido valorados —en muchos casos ni por el sector público ni el privado— como insumos para la toma de decisiones o para medir resultados o cambios en las políticas o modos de producción. Por otra parte, simultáneamente, el sector productivo y el mercado de consumos audiovisuales genera una masa descomunal de datos que en gran medida son inaccesibles para su estudio porque, simplemente, sólo están disponibles, como corresponde, para las empresas que los producen y utilizan para direccionar sus acciones comerciales, o porque para extraerlos, ordenarlos y determinarlos se requeriría de estudios específicos complejos y, por tanto, costosos.

Desde el Observatorio Audiovisual hemos tratado de ordenar parte de esa información en algunos casos procesando datos accesibles —informe sobre equidad de género en la industria audiovisual, distribución federal del fondo de fomento, análisis de la ejecución presupuestaria del INCAA en tanto impacto a la producción—, en otro, produciendo documentos que describan y permitan comprender la dimensión y alcances de la industria audiovisual —por ejemplo, el informe de impacto económico y tributario que resultó ser un importante recurso argumentativo a favor de las asignaciones específicas impositivas para la cultura en el debate legislativo en curso—.

En este caso, el informe que presentamos, elaborado por Leandro González, integrante del equipo de este observatorio, describe y dimensiona el volumen de egresos por importación de servicios digitales audiovisuales, lo que consideramos un dato clave para evaluar, debatir y diseñar las políticas de regulación y fomento hacia las plataformas audiovisuales digitales, analizando y comparando escenarios y antecedentes internacionales. Estos datos están, en su mayoría, publicados por otros organismos del estado responsables de relevar datos estadísticos —INDEC, AFIP, SINCA—, de todos modos, creemos que poner foco en ellos, retomarlos y publicarlos, luego del análisis, permite ampliar el campo de discusión y, como dijimos antes, poner en valor información que con anterioridad no era puesta en consideración.

Esperamos darle continuidad a este tipo de análisis para encontrar tendencias o cambios significativos, mantener actualizados los datos y publicarlos para que, en una permanente interacción, sean el sector público y privado los que nos indiquen qué estudios, informes o datos sean valiosos para el crecimiento y mejora de nuestra industria audiovisual.

**Julio Bertolotti**  
**Subgerente**  
**Observatorio Audiovisual INCAA**

# Importación de servicios audiovisuales digitales en la Argentina: incidencia de las plataformas

---

El comercio internacional de servicios viene creciendo en todo el mundo, impulsado fuertemente por la transformación digital (UNCTAD, 2021). En particular, los servicios basados en conocimiento (SBC) muestran un peso creciente en los flujos comerciales entre las naciones (Lachman y López, 2022). En ese marco, los servicios audiovisuales tienen un lugar relevante.

El propósito de este informe consiste en dimensionar la importancia de las plataformas de streaming audiovisual en la Argentina, conceptualizadas de modo genérico como servicios digitales de video a demanda (VOD). Dado que la mayoría de estos servicios son de origen internacional, los pagos (sea por suscripción o transaccional) a las firmas que los proveen son registrados en el Sistema de Cuentas Nacionales<sup>1</sup> como una importación. De todo ello también se sigue que, además de tener implicancias culturales, las plataformas impactan directamente en la balanza comercial con un saldo deficitario.

Este análisis contempla la importación de servicios audiovisuales del sector hogares a partir de datos del INDEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos), que comenzó a desarrollar una metodología de estimación específica a partir de la reforma tributaria de 2017 (Ley 27.430). En los Anexos puede consultarse tanto la metodología empleada como la normativa que la sustenta.

---

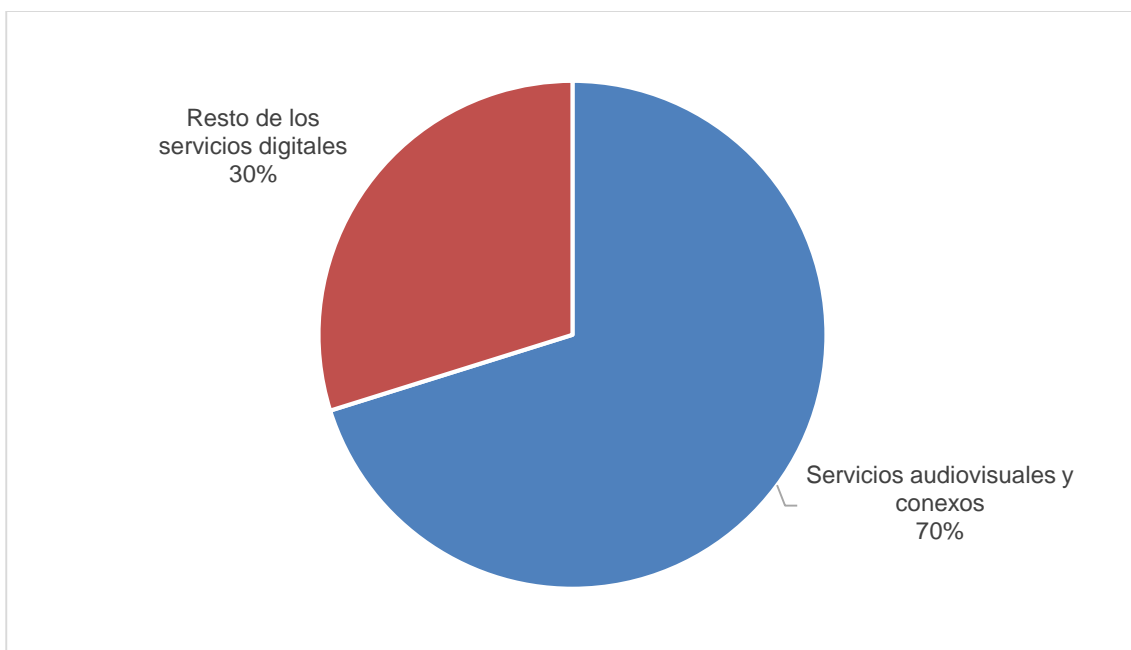
<sup>1</sup> El Sistema de Cuentas Nacionales (SCN) hace referencia al marco conceptual y contable que ordena y garantiza la consistencia de las cuentas nacionales (cuyo propósito es medir la actividad económica), y favorece la comparación internacional (INDEC, 2020).

## ANÁLISIS

La estimación del INDEC presenta datos desagregados por año y trimestre, concepto, país de origen de los servicios y monto en dólares. Los servicios audiovisuales digitales están conceptualizados como “Servicios audiovisuales y conexos” —en adelante, “servicios audiovisuales”— y los datos disponibles contemplan el periodo 2016-2021.

Un primer dato que permite dimensionar la importancia de los servicios audiovisuales es que representan el 70% del total (USD 2.565.828.723) de los servicios digitales importados por el sector hogares en dicho periodo.

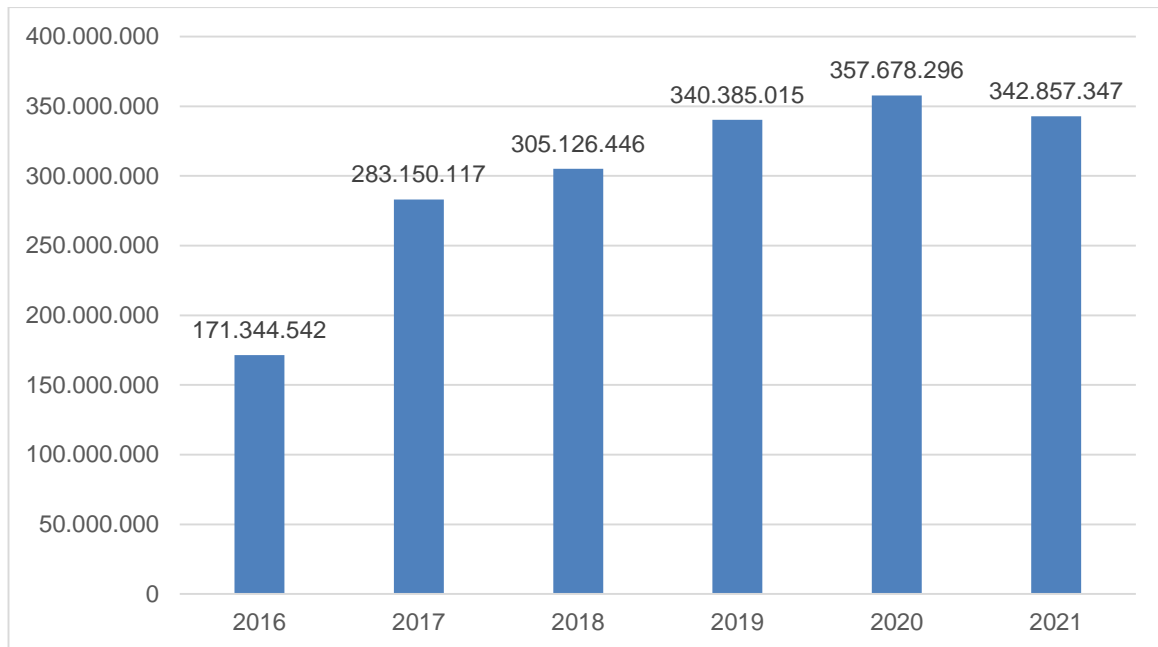
**Gráfico 1. Participación de los servicios audiovisuales y conexos en el total de los servicios digitales, acumulado 2016-2021**



Fuente: INDEC

El volumen de egresos por importación es de un promedio anual de USD 300.090.294. La tendencia muestra un crecimiento constante entre 2016 y 2020, seguido por una leve caída en el último año. Más adelante se abordará este aspecto en detalle.

**Gráfico 2. Importación anual de servicios audiovisuales digitales**



Fuente: INDEC

Hasta 2018 fueron sólo tres los países de origen de los servicios: Estados Unidos, Suecia y Francia. En 2019 se sumó Brasil; en 2020 Países Bajos, Reino Unido y Alemania; y en 2021 Canadá, España y Suiza. No obstante, dos países concentran prácticamente la totalidad de lo importado.

Los servicios digitales son importados fundamentalmente de Estados Unidos, que representa el 88% de lo importado en todo el periodo. Además, Estados Unidos amplió su cuota de mercado, dado que pasó del 87% en 2016 al 93% en 2021. El segundo país en importancia es Suecia, con un 12% del total, con una cuota de mercado oscilante que alcanza su menor porcentaje (7%) en 2021. El resto de los países tiene una participación poco significativa, con Francia en tercer lugar (0,46%).

**Cuadro 1. Importación de servicios audiovisuales y conexos, en dólares y por país de origen**

<b>Año</b>	<b>Estados Unidos</b>	<b>Suecia</b>	<b>Francia</b>	<b>Resto</b>	<b>Total</b>
2016	148.906.249	20.188.617	2.249.676	0	171.344.542
2017	236.578.538	42.950.805	3.620.774	0	283.150.117
2018	263.348.951	39.501.107	2.276.388	0	305.126.446
2019	291.766.406	48.319.769	298.837	3	340.385.015
2020	323.061.726	34.435.869	157.919	22.782	357.678.296
2021	316.343.118	26.260.224	173.156	80.849	342.857.347
<b>Total</b>	<b>1.674.429.736</b>	<b>218.863.030</b>	<b>8.824.316</b>	<b>310.055</b>	<b>1.902.427.138</b>
Porcentaje	88%	12%	0,46%	0%	100%

Fuente: INDEC

Es importante tener en cuenta algunas cuestiones. En primer lugar, los datos incluyen plataformas de streaming de música y sonido: de hecho, eso explica la presencia destacada de Suecia como país de exportación, dado que el servicio de Spotify es de dicho origen. En segundo lugar, la clasificación del INDEC excluye de la categoría “servicios audiovisuales y conexos”

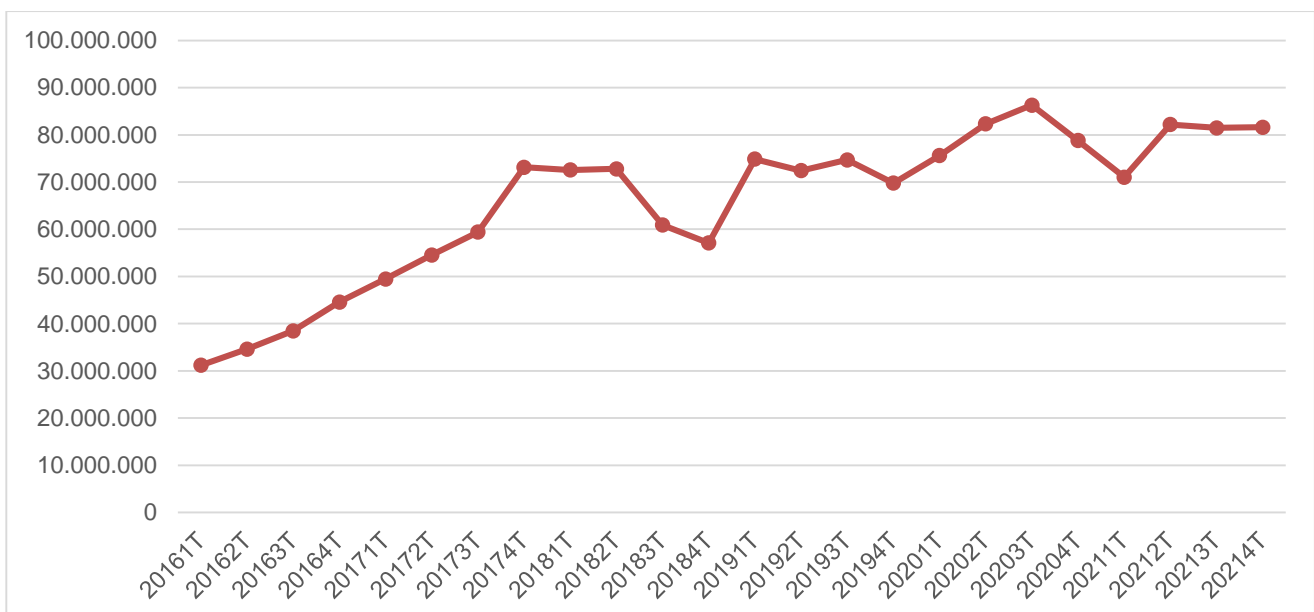


algunos servicios que forman parte de un paquete mayor, como sucede con Amazon Prime Video (que es parte de Amazon Prime). Esto quiere decir que, en lo que respecta específicamente al tema de interés de este informe, la estimación por un lado sobreestima la importancia de los servicios de streaming audiovisual y por el otro los subestima.

Por ese motivo, a continuación se analizarán los datos de importación de servicios audiovisuales digitales de Estados Unidos, país de procedencia de la mayoría de los servicios dominantes. Como se afirmó anteriormente, este país representa el 88% del total de lo importado. Los datos serán analizados con periodicidad trimestral para mayor detalle.

El gráfico muestra un marcado crecimiento hasta mediados de 2017, momento en el que la curva se estabiliza y —a excepción de una leve caída a fines de 2018— se mantiene hasta fines de 2019 en la línea de los setenta millones de dólares. Es interesante observar que con la irrupción de la pandemia del Covid-19, en el segundo y tercer trimestre de 2020, se produce el pico máximo de la demanda de este tipo de servicios. A excepción de una caída a principios de 2021, el final de la curva se estabiliza levemente por encima de los ochenta millones de dólares.

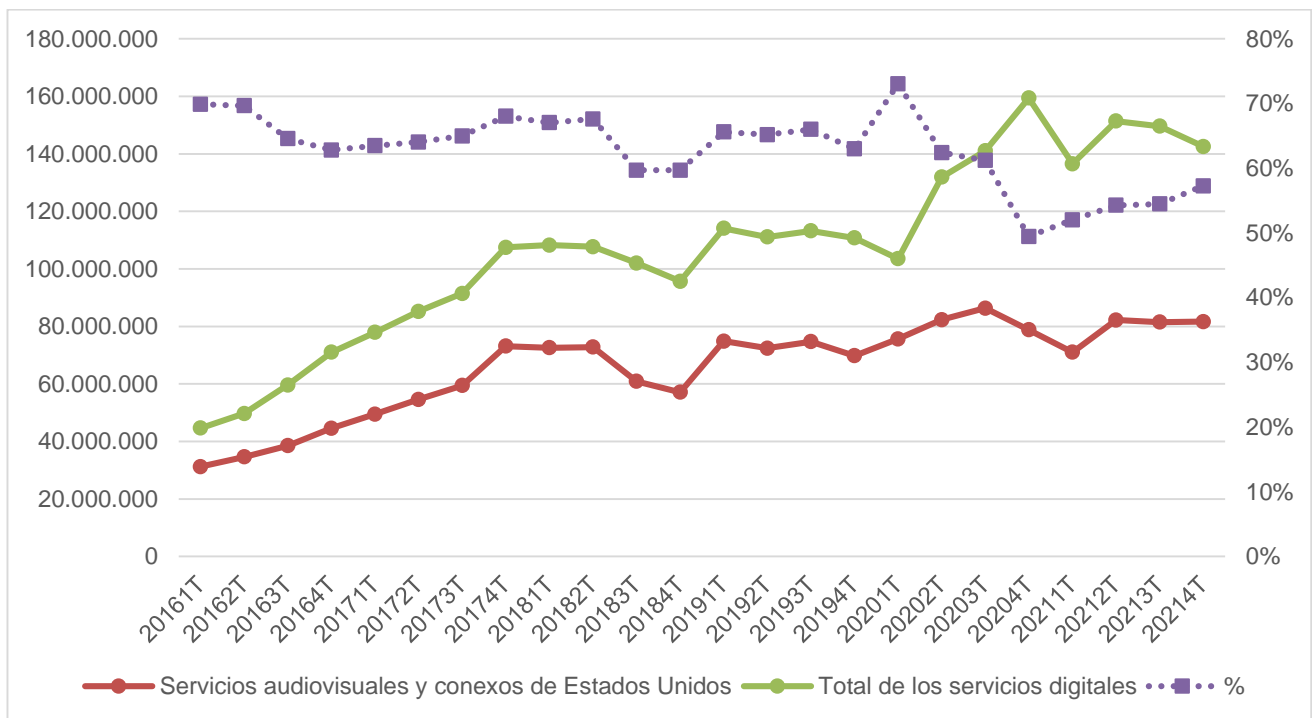
**Gráfico 3. Importación de servicios audiovisuales digitales de Estados Unidos, por trimestre (en dólares)**



Fuente: INDEC

Para dimensionar la magnitud de estos datos, en el siguiente gráfico se compara la evolución del total de los servicios digitales importados (todas las categorías, todos los orígenes) con el detalle para los servicios audiovisuales provenientes de Estados Unidos. La tendencia es similar en ambas variables desde principios de 2016 hasta el tercer trimestre de 2020, periodo en el cual los servicios audiovisuales norteamericanos representan entre el 60 y el 70% del total. No obstante, su peso relativo cae en el resto de la serie, con un mínimo (49%) a fines de 2020 y un crecimiento moderado a lo largo de 2021. Los datos parecen sugerir que, si bien gran parte de la demanda de los hogares está asociada a plataformas audiovisuales, la aceleración de la transformación digital que suscitó la pandemia significó un mayor aumento de la demanda de otro tipo servicios (de publicidad, de información, de telecomunicaciones, informáticos, financieros, entre otros).

**Gráfico 4. Importación de servicios digitales totales, detalle para servicios audiovisuales y conexos de Estados Unidos y participación sobre el total (%), por trimestre (en dólares)**



Fuente: INDEC

Por otro lado, no hay que perder de vista que el conjunto de los servicios referidos en este análisis está lejos de ser delimitado y estable. Frecuentemente emergen nuevos servicios que, desde la perspectiva del INDEC, obligan a realizar un seguimiento y una clasificación constante. En el rubro audiovisual, por ejemplo, Disney+ fue lanzado en Argentina en noviembre de 2020 y HBO Max en junio de 2021. Y la lista se sigue extendiendo.

La medición existente de los servicios audiovisuales digitales sienta un precedente relevante: aunque persistan desafíos conceptuales y metodológicos, el Sistema de Cuentas Nacionales incorpora una herramienta de monitoreo necesaria y útil. Permite dimensionar los flujos de dinero y, eventualmente, aporta argumentos para sustentar proyectos de regulación de los servicios digitales audiovisuales conocidos como plataformas.

## **PALABRAS FINALES**

El informe se propuso dimensionar la importancia de las plataformas de streaming audiovisual en el conjunto de los servicios digitales. Se trata de servicios con características disruptivas, que tienen un peso cada vez mayor en los consumos culturales de las argentinas y los argentinos, y también en la balanza comercial. Por lo tanto, los desafíos que de ello se desprenden son múltiples.

Los datos del INDEC permiten dar cuenta de la dinámica de la importación de estos servicios, con el detalle del impacto de la pandemia del Covid-19. Los resultados muestran que los servicios audiovisuales y conexos representan el 70% de los servicios digitales y que —como era previsible— Estados Unidos es el principal país de origen.

Se señalaron también algunas limitaciones conceptuales y metodológicas desde la óptica de los servicios de streaming audiovisual, como por ejemplo la inclusión (o no) de algunos servicios. Es evidente que sería deseable contar con datos desagregados al nivel de cada empresa para una medición más precisa. No obstante, los datos disponibles son suficientes para dimensionar la importancia de los flujos de dinero asociados a los sistemas de abono y para fundamentar

proyectos de regulación, promoción y desarrollo del sector audiovisual nacional.

Finalmente, cabe señalar que el mercado de plataformas es sumamente dinámico tanto en lo que hace a su modelo económico como al surgimiento de nuevos competidores. Se trata de un mercado en proceso de maduración: todavía es posible esperar la consolidación de los actores de mayor peso, pero también algunos reajustes. Y no hay que perder de vista las transformaciones en la demanda —es decir, en las prácticas de consumo por parte de los usuarios— que puedan incidir en el ecosistema de plataformas. Por ello, será necesario mantener una perspectiva abierta a las transformaciones y monitorear periódicamente su desempeño.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

INCAA (2021). “El sector audiovisual argentino: definiciones, mediciones y desafíos metodológicos”. Observatorio Audiovisual.

INDEC (2020). “Preguntas frecuentes sobre el Sistema de Cuentas Nacionales”. Notas al pie, N° 5. Buenos Aires: INDEC. ISSN 2618-2319.

[https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/economia/preguntas\\_frecuentes\\_cuentas\\_nacionales\\_not\\_a\\_5.pdf](https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/economia/preguntas_frecuentes_cuentas_nacionales_not_a_5.pdf)

INDEC (2019). *Estimación de la importación de servicios digitales en la balanza de pagos de la Argentina*. Documentos de trabajo n° 27. Buenos Aires.

[https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/publicaciones/servicios\\_digitales\\_bdp.pdf](https://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/publicaciones/servicios_digitales_bdp.pdf)

Lachman, J. y López, A. (2022). “Los servicios basados en conocimiento en Argentina. Tendencias, oportunidades y desafíos”. Documento n°34, Ministerio de Desarrollo Productivo.

[https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2021/03/34\\_-\\_sbc\\_en\\_argentina\\_-\\_arg.\\_productiva.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/2021/03/34_-_sbc_en_argentina_-_arg._productiva.pdf)

UNCTAD (2021). *Informe sobre la economía digital 2021*. New York: Naciones Unidas. eISBN: 978-92-1-005827-8 [https://unctad.org/system/files/official-document/der2021\\_es\\_0.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/der2021_es_0.pdf)

## ANEXOS

### **Anexo 1. Sobre la metodología utilizada por el INDEC**

La metodología del ejercicio fue presentada por el INDEC en el documento de trabajo “Estimación de la importación de servicios digitales en la balanza de pagos de la Argentina” (INDEC, 2019). El desagregado de la medición audiovisual fue comentado en el informe “El sector audiovisual argentino: definiciones, mediciones y desafíos metodológicos” (INCAA, 2021) elaborado por el Observatorio Audiovisual del INCAA.

La estimación del INDEC aborda las importaciones de servicios digitales del sector hogares en la balanza de pagos. Se realiza cruzando el pago de IVA (AFIP) con la empresa receptora (CUIT) y el país de destino del pago informado por intermediarios (en general, las tarjetas de crédito). La clasificación de los servicios es sumamente útil, aunque a los fines de los propósitos de este informe se pierde parte de la especificidad de las plataformas de streaming audiovisual. Tal como se señaló, “servicios audiovisuales y conexos” incluye el servicio de Spotify y excluye a Amazon Prime Video (por ser parte de un paquete más amplio, Amazon Prime, clasificado en “otros servicios personales”). En cambio, otras de las grandes empresas de servicios digitales fueron clasificadas en distintas categorías: por ejemplo, Google Play tiene operaciones tanto en “programas informáticos” como en “servicios audiovisuales y digitales”. La medición se puede realizar a partir de 2018, cuando entró en vigencia la aplicación del IVA a servicios digitales, pero también hay una estimación hacia principios de 2016.

### **Categorías contempladas en la medición del INDEC.**

- Otros servicios empresariales n.i.o.p.
- Otros servicios personales, culturales y recreativos
- Servicios audiovisuales y conexos
- Servicios de información
- Servicios de telecomunicaciones
- Servicios informáticos
- Servicios jurídicos, de contabilidad, de consultoría en administración de empresas y de

relaciones públicas

- Servicios que se cobran explícitamente y otros servicios financieros
- Servicios de publicidad, investigación de mercado y encuestas de opinión pública

## **Anexo 2. Normativa sobre IVA a los servicios digitales**

### **IMPUESTO A LAS GANANCIAS / Ley 27.430 / Modificación<sup>2</sup>**

A continuación, se destaca la definición conceptual de los servicios digitales y, en particular, la forma en que son alcanzados los servicios audiovisuales y conexos:

#### **ARTÍCULO 88.-**

Incorpórase como inciso m) del apartado 21 del inciso e) del artículo 3° de la Ley de Impuesto al Valor Agregado, t.o. 1997 y sus modificaciones, el siguiente:

“m) Los servicios digitales. Se consideran servicios digitales, cualquiera sea el dispositivo utilizado para su descarga, visualización o utilización, aquellos llevados a cabo a través de la red Internet o de cualquier adaptación o aplicación de los protocolos, plataformas o de la tecnología utilizada por Internet u otra red a través de la que se presten servicios equivalentes que, por su naturaleza, estén básicamente automatizados y requieran una intervención humana mínima, comprendiendo, entre otros, los siguientes:

(...)

7. El acceso y/o la descarga a imágenes, texto, información, video, música, juegos —incluyendo los juegos de azar—. Este apartado comprende, entre otros servicios, la descarga de películas y otros contenidos audiovisuales a dispositivos conectados a Internet, la descarga en línea de juegos —incluyendo aquellos con múltiples jugadores conectados de forma remota—, la difusión de música, películas, apuestas o cualquier contenido digital —aunque se realice a través de tecnología de streaming, sin necesidad de descarga a un dispositivo de almacenamiento—, la obtención de jingles, tonos de móviles y música, la visualización de noticias en línea, información sobre el tráfico y pronósticos meteorológicos — incluso a través de prestaciones satelitales—, weblogs y estadísticas de sitios web (...).”

<sup>2</sup> Fuente:

<http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/305000-309999/305262/norma.htm>



## **ADMINISTRACIÓN FEDERAL DE INGRESOS PÚBLICOS (AFIP)**

**Resolución General 4240<sup>3</sup>. Impuesto al Valor Agregado. Ley N° 27.430. Servicios digitales prestados por un sujeto residente o domiciliado en el exterior. Ingreso del gravamen. Formas, plazos y condiciones.**

La resolución detalla y clasifica los prestadores de servicios digitales en dos grandes listados. Esos listados son actualizados y publicados mensualmente en la web de AFIP<sup>4</sup>.

---

<sup>3</sup> <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/310000-314999/310227/norma.htm>

<sup>4</sup> Prestadores de servicios digitales: <https://www.afip.gob.ar/iva/servicios-digitales/prestadores.asp>



## **Equipo Observatorio Audiovisual INCAA**

### **Subgerente**

Julio Bertolotti

Carolina Ciotti

Ana Rosa Cunha da Cruz

Santiago Diehl

Mariano García

Leandro González

Ignacio Landaburu

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.