
AMORTIZACIÓN EN PLATAFORMAS DE STREAMING: EL CASO NETFLIX

JUAN F. RODRÍGUEZ¹

Fecha de recepción: 01 de febrero de 2021

Fecha de aprobación: 04 de abril de 2021

ark:/s27188507/1ewt1gij5

Resumen

El presente trabajo analiza el tratamiento contable que Netflix realiza sobre su activo de contenido audiovisual, ya sea bajo el formato de licencia, o contenido original producido por ellos. A partir de ahí discute desde la contabilidad de gestión la validez de los criterios utilizados, sobre todo puntualizando errores en cuanto al concepto de contribución marginal y la variabilidad de los factores, y luego se analiza desde la Teoría General del Costo el factor de contenido audiovisual como un bien de consumo diferido.

Se concluye que, a pesar de utilizar normas de contabilidad financiera, los conceptos aplicados por Netflix para la amortización de su contenido son aceptables desde la contabilidad de gestión, y se enmarca teóricamente los mismos dentro de la Teoría General del Costo, específicamente en el análisis de bienes de capital.

Palabras clave: plataformas digitales, bienes de capital, amortización.

JEL: M410.

¹ Especialista en Costos y Gestión; MBA; Contador Público. Universidad de la República. Uruguay. juanf.rodriguez@ccee.edu.uy

AMORTIZATION IN STREAMING PLATFORMS: THE NETFLIX CASE

Abstract

This paper analyzes the accounting treatment that Netflix applies to audiovisual content, either under the license format, or original content produced by them. From that, management accounting discusses the validity of the criteria used, especially the concept of marginal contribution and the variability of the factors, and then the audiovisual content as capital good is analyzed from the General Cost Theory.

It is concluded that, despite using financial accounting standards, the concepts applied by Netflix for the amortization of its content are acceptable for the management accounting and specifically the General Theory of Cost.

Keywords: digital platforms, capital goods, amortization.

JEL: M410.

AMORTIZAÇÃO EM PLATAFORMAS DE STREAMING: O CASO NETFLIX

Resumo

Este trabalho analisa o tratamento contábil que a Netflix realiza sobre seu ativo de conteúdo audiovisual, seja no formato de licença, seja no conteúdo original por ela produzido. A partir daí, discute-se a validade dos critérios utilizados a partir da contabilidade gerencial, principalmente apontando erros quanto ao conceito de contribuição marginal e da variabilidade dos fatores, e então o fator de conteúdo audiovisual é analisado a partir da Teoria Geral dos Custos como um artigo ou serviço de consumo diferido.

Conclui-se que, apesar de usar as normas da contabilidade financeira, os conceitos aplicados pela Netflix para amortização do seu conteúdo são aceitáveis na contabilidade gerencial, e se enquadram teoricamente na Teoria Geral do Custo, especificamente na análise de bens de capital.

Palavras-chave: plataformas digitais, bens de capital, amortização.

JEL: M410,

AMORTISSEMENT DES PLATES-FORMES DE STREAMING: LE CAS NETFLIX

Résumé

Ce travail analyse le traitement comptable que Netflix réalise sur son contenu audiovisuel actif, soit sous le format d'une licence, o continu original, produit par eux mêmes. Sur cette base, le document discute depuis la comptabilité de gestion la validité des critères utilisés, surtout en insistant sur des erreurs en ce qui concerne le concept de contribution marginale et la variabilité des facteurs, pour ensuite analyser depuis la Théorie Générale du Coût, le facteur de contenu audiovisuel comme un bien de consommation différée.

Pour conclure que, malgré l'utilisation de normes de comptabilité financière, les concepts appliqués par Netflix pour l'amortissement de son contenu sont acceptables depuis la comptabilité de gestion, et ceux-ci sont théoriquement les mêmes que ceux de la Théorie Générale du Coût, spécifiquement en ce qui concerne l'analyse des biens de capital.

Mots clés: plates-formes digitales, biens de capital, amortissement.

JEL: M410

1. Introducción

En los últimos años el mundo ha sido atravesado por una serie de transformaciones tecnológicas que van más allá de simples cambios en los modos de producción, generando una realidad muy diferente a la que conocíamos 20 años atrás.

Se habla de capitalismo de plataformas (Srnicsek, 2018), sociedad de plataformas (Van Dijk, 2018), o capitalismo digital (Pace, 2018); aunque no hay un consenso en la forma de nombrarlo, todos coinciden en que estamos ante cambios importantes.

En términos tecnológicos, “las plataformas son proveedores de software, hardware y servicios que ayudan a codificar actividades sociales en una arquitectura computacional” (Van Dijk, 2018); particularmente las plataformas de productos son aquellas “que generan ganancias mediante el uso de otras plataformas para transformar un bien tradicional en un servicio y cobrar por ellos un alquiler o una tasa de suscripción” (Srnicsek, 2018).

Dentro de este grupo de empresas, existen plataformas de *streaming* como Netflix, Disney+ o Amazon Prime, que son plataformas globales de distribución de contenido. Películas y series compiten por la atención (Wu, 2020) y por el dinero de los espectadores. Netflix es la principal plataforma de *streaming* de video a nivel global con más de 200 millones de suscriptores

y ha sido la pionera tanto en tecnología como en la búsqueda de innovación del negocio.

Desde que comenzó a funcionar con el modelo de streaming (luego de años alquilando DVD a través de su sitio web), Netflix funcionó como una verdadera videoteca *online* al poner a disposición las temporadas completas de las series (algo que parecía estar en contra del propio formato por entrega), provocando que la audiencia se pudiera dar un atracón (*binge watching*) con un capítulo tras otro sin importar la hora o el lugar, todo a solo un clic. En la década pasada, cuando Netflix pasó de ser un distribuidor *online* de contenidos de terceros a producir sus propias series y películas, todos observaron sus pasos con recelo, aunque sin imaginar el mundo que emergería al traspasar esa puerta. El poder de estar en las computadoras, televisiones y en los dispositivos móviles de cada usuario convierte a esta nueva forma de producción y consumo en algo realmente poderoso.

En 2017 el sitio web Nasdaq, de la segunda bolsa más grande de Estado Unidos, titulaba un informe sobre Netflix, compañía que cotiza en esa bolsa (NASDAQ: NFLX), con el siguiente título: “El margen de contribución en expansión de Netflix es la evidencia de un negocio excepcional”².

La lectura de ese artículo, más la información pública de Netflix en su sitio web para inversores y sus estados contables públicos, son el germen para investigar sobre el concepto de margen de contribución utilizado, así como entender el concepto aplicado de amortización en el contenido audiovisual, con el objetivo de tener un acercamiento al funcionamiento de este fenómeno. El objetivo general del trabajo es describir la forma de amortizar el contenido audiovisual por parte de Netflix y discutir la validez o no del mismo desde la Contabilidad de Gestión y desde la Teoría General del Costo.

Para el logro del objetivo general se deberán responder los siguientes objetivos específicos:

- descripción del margen de contribución de Netflix según sus balances,
- descripción de los factores incluidos en ese cálculo,
- análisis de la variabilidad de dichos factores,
- descripción de la política de amortización de contenido de Netflix,
- análisis de la política de amortización desde la Contabilidad de Gestión,
- y en análisis conceptual de los activos de contenido audiovisual (bienes de consumo diferido) desde la Teoría General del Costo.

La metodología se basa en el análisis de toda la documentación pública disponible de Netflix, sus balances públicos y auditados que por normativa de la bolsa de valores en la que cotizan están disponibles *online*, así como

2 <https://www.nasdaq.com/articles/netflixs-expanding-contribution-margin-evidence-exceptional-business-2017-11-14>.

la información pública que suministran a sus inversores a través de su sitio web: Perfil a largo plazo, Principales preguntas para inversores, Descripción general de la contabilidad, Ganancias trimestrales, Estados financieros, Informes anuales y Presentaciones SEC; así como un documento específico sobre Contabilidad de contenido.

Además, se ha realizado una extensa revisión de la bibliografía existente para el análisis del sector y de la temática poder contextualizar las características del sector, así como un análisis de la bibliografía de la Teoría General del Costo como herramientas de análisis del caso.

2. Netflix y su política de amortización de “activos de contenido audiovisual”

Netflix es una empresa dedicada a la distribución de contenidos audiovisuales, es una plataforma over-the-top (OTT) con un servicio *on demand* de videos que están almacenados y disponibles para que cada usuario pueda visualizarlo a través de tecnología *streaming* en su dispositivo.

El modelo comercial de Netflix consiste en obtener ingresos de las suscripciones mensuales de los miembros. Los miembros pueden ver tantas series de televisión y películas como quieran, en cualquier momento, en cualquier lugar y en cualquier pantalla conectada a internet. Los miembros pueden reproducir, pausar y reanudar la visualización, todo sin comerciales. Netflix adquiere licencias sobre contenido y produce contenido original para ponerlo a disposición de sus miembros.

Básicamente, el usuario se conecta a internet a través de su proveedor de red y accede con su usuario y contraseña a la plataforma de Netflix. Por cada usuario que entra, Netflix tiene una configuración personalizada; es la interfaz de usuario, disponible en cualquier dispositivo utilizado para navegar y reproducir videos: puede ser una aplicación en el iPhone, un sitio web desde el ordenador de escritorio o incluso una aplicación en una Smart TV.

Todo lo que ocurre antes de empezar a ver una serie o película sucede en el servidor *backend* (lo que incluye cosas como preparar todo el nuevo video entrante y gestionar las solicitudes de todas las aplicaciones, sitios web, televisores y otros dispositivos); lo que sucede después de presionar play es gestionado por Open Connect (la eficiente red de distribución de contenidos a nivel global).

Entregar a sus miembros ese contenido audiovisual se basa en una impresionante estructura; sin embargo, el mayor factor de costo es el propio contenido, con una inversión que ha crecido año a año tanto en contenido propio como en licencia de contenidos de terceros.

Tabla 1. Inversión y amortización de contenido de Netflix

Año	Inversión en contenido	Amortización de contenido
2015	4.500.000.000	3.400.000.000
2016	7.000.000.000	4.800.000.000
2017	9.000.000.000	6.197.817.000
2018	13.000.000.000	7.532.088.000
2019	14.000.000.000	9.216.247.000
2020	13.500.000.000	10.807.000.000

Fuente: elaboración propia.

En 2017 Netflix explicaba su estrategia en su documento disponible en su sitio web para inversores “Long-Term View”, en el que se podía leer:

Nuestra estructura de **margen de contribución** de EE. UU. se establece principalmente de arriba hacia abajo. Para un período futuro determinado, estimamos los ingresos y decidimos cuánto queremos gastar y cuánto margen queremos en ese período. Las presiones competitivas en la licitación de contenido nos llevarían a tener un poco menos de contenido del que tendríamos de otra manera, en lugar de gastar de más³.

Explica Yardin (2010) que el costeo variable interpreta que el precio de venta tiene sólo dos componentes: el costo variable unitario y la contribución marginal unitaria.

3 “Our US contribution margin structure is set mostly top down. For any given future period, we estimate revenue, and decide what we want to spend, and how much margin we want in that period. Competitive pressures in bidding for content would lead us to have slightly less content than we would otherwise, rather than overspending”. La traducción es propia y las negritas no están en el original. Esta definición ya no se encuentra disponible en el sitio de Netflix para inversores, siendo cambiado por la siguiente: “Our operating margin structure is set mostly top down. For any given future period, we estimate revenue, and decide what we want to spend, and how much margin we want in that period. Competitive pressures in bidding for content would lead us to have slightly less content than we would otherwise, rather than overspending. The same is true for our marketing budget. The output variable is membership growth that those spending choices influence”.

O sea, que la contribución marginal unitaria es la diferencia entre el precio de venta unitario y el costo variable unitario y la contribución marginal total es la diferencia entre los ingresos por ventas y los costos variables totales.

Además, los costos variables son “aquellos cuya cuantía total varían conforme a cambios en el volumen real de actividad, siguiendo el mismo sentido de dichos cambios” según IAPUCo en Yardín (2010), y aclara que un costo “debe ser considerado variable cuando la causa de la modificación de su magnitud reside en el cambio de nivel de actividad”.

Si analizamos el *Reporte anual 2017* (Netflix, 2017) vemos que define la contribución marginal (utilidad de contribución) como “los ingresos menos el costo de los ingresos y los gastos de marketing incurridos por el segmento”.

Para que coincida con la definición de contribución marginal los “costos de los ingresos” y los “gastos de marketing” deben comportarse como costos variables, o sea modificarse ante variaciones en el nivel de actividad.

En el reporte anual de Netflix se explica que la amortización de los activos de contenido constituye la gran mayoría del costo de los ingresos. Además, incluye gastos asociados con la adquisición de licencias y producción de contenido audiovisual, los costos de transmisión y otros costos operativos constituyen el resto del costo de los ingresos.

Por simplificación de este trabajo y por carecer de información relevante sobre el resto de esos costos asociaremos a los “costos de los ingresos” a la amortización de los activos de contenido.

El otro componente que se resta a los ingresos para obtener esa utilidad marginal son los gastos de marketing, que se explica en la información contable y que consisten principalmente en gastos de publicidad y ciertos pagos realizados a operadores de red (ISP). O sea que dentro de este costo existen en realidad dos costos independientes, el pago a operadores de red para que le den prioridad (o por lo menos no perjudiquen) los datos enviados por Netflix a la red y los costos de marketing propiamente dichos.

La amortización del contenido, como el pago a los ISP, es un costo variable si lo miramos de la visualización (no desde una suscripción adicional) porque por cada visualización adicional se puede entender que existirá más flujo de datos y depreciación del contenido. Sin embargo, existe una correlación segura entre el aumento de la cantidad de suscriptores y el aumento de visualizaciones.

El caso del gasto en publicidad se acota a un porcentaje de esos ingresos, así que por más que no sea en si un costo variable se transforma en variable con respecto a los ingresos (suscripciones) pero no por el nivel de actividad (visualizaciones).

En la visión a largo plazo de Netflix, se dice que se decide cuánto gastar en función de la estimación de los ingresos, pareciera que la variable ingresos es independiente de los costos necesarios para generar esos ingresos, por lo

que al no tener los costos una correlación con el cambio de nivel de actividad, estos nunca podrían ser variables. Ahora es cierto que los ingresos de Netflix tienen una correlación positiva con el nivel de visualizaciones, ya que es de suponer que cuantos más suscriptores, mayor cantidad de visualización y distribución de contenidos, pero podría llegar a existir un caso teórico en el que no fuese así con suscriptores que no hicieran uso de la membresía. O sea, que los costos variables como los de distribución de contenido claramente son variables ante el nivel de actividad, pero los costos de marketing (en función de ingresos) pueden no tener una correlación lineal con el nivel de actividad, aunque es probable que ante una mayor difusión de los contenidos exista un mayor nivel de actividad debido al aumento de suscriptores.

Por lo tanto, tomar estos factores como variables para calcular el margen de contribución es discutible, pero puede llegar a aceptarse, pero la pregunta más importante para este trabajo es si la amortización de contenido audiovisual puede ser variable.

3. La amortización de “activos de contenido” desde la contabilidad de gestión

Netflix (2018) explica en su presentación sobre su política contable de amortización de contenidos que aplican dos normas de contabilidad. Desde que lanzaron la transmisión a través de *streaming* en 2007, han utilizado la norma FASB: ASC 920 (Radiodifusión), porque Netflix inició el servicio de transmisión sólo con contenido que licenciaba (sin contenido propio), y a partir de 2016 también aplican la norma FASB: ASC 926 (Películas) para contenido original que produce Netflix y del que posee la propiedad intelectual.

Bajo ASC 920, se deben cumplir los siguientes tres criterios para que el contenido que se licencia califique para el reconocimiento de activos:

- El costo de cada título es conocido o razonablemente determinable.
- Se recibió el título (archivo fuente).
- El título está disponible para mostrarse por primera vez.

Se usa la ASC 926 para activos producidos. Para el contenido original propio, se capitalizan los costos asociados con la producción, incluyendo costo de desarrollo, costos directos y gastos generales de producción.

La metodología de amortización para ambos casos utiliza los siguientes criterios:

- El programa de amortización del contenido se basa en patrones de visualización históricos y estimados y se revisa trimestralmente
- Los activos de contenido se amortizan por el período menor de estos tres criterios: la disponibilidad del título, el período estimado bajo la

modalidad del punto anterior (o sea la cantidad de visualizaciones) o 10 años.

En promedio, Netflix espera que más del 90% de los activos de contenido con licencia o producido sea amortizado dentro de los 4 años posteriores al mes de su primera disponibilidad.

Se procederá a analizar los criterios tomados desde la contabilidad patrimonial siguiendo las normas FASB para contrastarlos con los utilizados por la contabilidad de gestión que se proceden a describir:

En su ya clásico resumen de las causas de las depreciaciones, Yardín (2001) menciona que Mallo Rodríguez señala las tres causas siguientes para las depreciaciones:

1. *Amortización funcional*, cuya causa es la utilización de equipos en tareas productivas.
2. *Amortización física*, cuya causa es el mero transcurso del tiempo.
3. *Amortización por obsolescencia*, cuya causa es la aparición de modelos tecnológicamente más avanzados.

Yardín entiende que esas causas pueden ser resumidas en sólo dos:

1. La intensidad de uso.
2. El transcurso del tiempo, siendo la obsolescencia tecnológica una consecuencia del paso del tiempo y termina concluyendo que “las registraciones de las depreciaciones en la Contabilidad de Gestión deben basarse en la intensidad del uso del bien o en el mero transcurso del tiempo”. En el caso de los criterios utilizados por Netflix, podemos ver que se utiliza un criterio de intensidad en el uso (la cantidad de visualizaciones) y otro por el mero transcurso del tiempo (el período por el cual se posee la licencia de disponibilidad del título o 10 años); aunque la mayoría de las amortizaciones se produce dentro de los 4 años, en este sentido, podemos llegar a la conclusión de que no es incorrecta (por lo menos en un primer nivel formal de análisis) la política de Netflix de amortización de contenido de acuerdo a la contabilidad de gestión, porque lo está haciendo de acuerdo a los criterios más aceptados por la doctrina.

Netflix posee algoritmos de inteligencia artificial y más conocimiento de sus usuarios que nadie, por lo que es probable que pueda realizar estimaciones razonables de la vida útil de su contenido audiovisual por la cantidad de visualizaciones estimadas. Es importante destacar que esa información no es conocida por terceros, por lo que no se puede auditar si la vida del activo es realmente la estimada por Netflix de manera eficaz, la plataforma ni siquiera da a conocer la cantidad de visualizaciones que tiene su contenido disponible.

Si el contenido tuviera una vida útil menor, por la obsolescencia de sus contenidos, en el caso de que en muy poco tiempo dejaran de ser atractivos (es posible que cuatro años para determinados contenidos sea mucho tiempo) esos errores de estimación tendrían una fuerte influencia en la rentabilidad y proyecciones de la empresa. La amortización se basa en una estimación de patrones de visualización a futuro. Si los patrones de visualización reales difieren de estas estimaciones, el patrón y/o período de amortización sería cambiado y podría afectar el momento del reconocimiento de la amortización del contenido. A su vez existen títulos que transforman en clásicos que se siguen visualizando más allá del período inicial e incluso su valor aumenta, como pasa en series como *Friends*. En este caso no sólo se altera la cantidad del componente físico, sino el componente monetario de la amortización.

Según Yardin (2001), los desvíos en las amortizaciones justamente pueden darse por:

1. La modificación del valor de origen del bien sometido a depreciación (resultado por tenencia).
2. El cambio en la expectativa de la vida útil.

Ambas situaciones es probable que acontezcan en la amortización del contenido audiovisual, por lo que estos fenómenos no tan frecuentes, pueden volverse frecuentes en este caso.

Para responder a la pregunta planteada de si el contenido audiovisual puede ser o no un factor variable de costo, se llega a concluir que en el caso en que se amortiza por la intensidad de su uso, claramente es un factor de costo variable, cuantas más visualizaciones, mayor es la cantidad que se debe amortizar, en correlación con el nivel de actividad.

En la Contabilidad de Gestión, se “busca suministrar informaciones para que los usuarios internos de la empresa adopten decisiones acertadas” por lo que se busca “la mejor representación posible de la realidad económica”, explica Yardin (2001), y concluye: “en lo atinente al cálculo de los costos por depreciaciones, en la Contabilidad de Gestión ha de buscarse cuáles son las verdaderas causas de la pérdida de valor de los bienes de uso, con la finalidad de poder establecer, con la mayor aproximación, la magnitud del costo”.

4. Los activos de contenido como bienes de capital

Netflix tiene un proceso productivo que se basa en la distribución de contenido audiovisual a dispositivos *online* tanto en el tiempo como en el espacio. Esto hace que el contenido audiovisual sea parte de ese proceso productivo conjuntamente a la tecnología (software) que utiliza para lograr esa transformación de modo, tiempo y lugar. Se puede entender que el contenido audiovisual es un bien de capital de este proceso productivo.

Cartier (2017) entiende que los bienes de capital son resultado de procesos productivos previos desarrollados por otras unidades de producción, pero no pierden sus características originales por el hecho de ser empleados en los procesos, lo que les confiere la posibilidad de ser usados durante un determinado lapso de tiempo, por eso también se les conoce como bienes durables o bienes de consumo diferido. Esto es así en el caso del contenido audiovisual.

Otra categoría mencionada por Cartier (2017) que puede aplicarse es la “pérdida de potencialidad productiva” de los factores, que se origina en el momento de producción, en el que un factor combinado con los otros recursos se transforma en el resultado productivo pretendido. En el caso de los bienes de capital, estos pierden su potencialidad productiva en forma gradual como consecuencia de su uso por las acciones del proceso productivo, y surge la problemática de delimitar esa pérdida parcial de potencialidad, ese consumo de la energía por las acciones del proceso productivo y del valor de esa pérdida.

Esta pérdida de potencialidad en la doctrina contable tradicional se ha manejado el concepto de amortización o depreciación como se vio con anterioridad en este trabajo y fue analizado.

Cartier (2002) entiende que “resulta imprescindible reconocer la existencia de diferentes categorías de factores más allá de la clásica clasificación por naturaleza”, agregando otras categorías para entender las particularidades de cada factor, como son: el compromiso de adquisición, la divisibilidad, la transferibilidad en el tiempo y la transferibilidad en el espacio.

Los bienes materiales de consumo diferido o bienes de capital pueden ser analizados a través de las categorías antes mencionadas. Para eso es necesario comentar que para los factores externos (o sea que son adquiridos en el mercado de factores) existen tres momentos que definen fases: un momento de adquisición que se refleja en una fase de mercado, un momento de empleo que define una fase de disponibilidad y un momento de producción que produce una fase de combinación.

Por lo tanto, en su momento de adquisición, los bienes de capital por lo general son de libre adquisición, sin embargo, en el momento de empleo nos encontramos que son indivisibles, ya que unidad de mercado, la unidad de disponibilidad y la de empleo no coinciden; y en cuanto a la transferibilidad son transferibles en el tiempo (o almacenables) en sus unidades de disponibilidad, pero no siempre en cuanto a su unidad de empleo, mientras que son en la mayoría de sus casos transferibles en el espacio (Cartier, 2002).

Según Cartier (2006), para que un factor sea variable debe reunir tres condiciones: “a) que en él se pueda verificar un ‘encadenamiento’ de relaciones de eficiencia del tipo ‘marginal’ en todas las acciones que vinculan sus ‘unidades de empleo’ con la producción del objetivo (variable independiente); b) que sea ‘divisible’ (ya sea en forma ‘perfecta’ o en forma ‘parcial’); y c) que

no sea, simultáneamente, de ‘adquisición comprometida’ y ‘no almacenable’”. El primer punto solicita que la correlación positiva debe extenderse hasta, al menos, una de las “unidades elementales” del factor (“unidad de adquisición” o “unidad de disposición”). El segundo que la unidad de empleo coincide con la unidad de disposición y, a su vez, ésta coincide con su unidad de adquisición (perfectamente divisible) o que la unidad de empleo coincide con la unidad de disposición, pero ésta no coincide con su unidad de adquisición (parcialmente divisible). El último punto no necesita aclaración.

A su vez, Cartier (2002) entiende que una “visión desde el factor” permite reconocer los siguientes tipos de costos fijos (la falta de correlación entre los volúmenes de producto obtenido y cantidades de las “unidades elementales” de factores fijos empleados) según las causas generadoras de su “fijeza”: por un lado, por demanda constante; y por otro los costos fijos por restricciones, ya sea de indivisibilidad o por la simultaneidad de adquisición comprometida y no almacenabilidad.

Al enfrentar a los bienes de capital con estas clasificaciones, tenemos que en el momento de empleo son indivisibles, ya que unidad de mercado, la unidad de disponibilidad y la de empleo no coincide. Por lo que los bienes de capital serían conceptualmente factores sin correlación con los volúmenes de producto obtenido. Si esto fuera de esta manera el contenido audiovisual de Netflix sería un costo fijo con respecto a la cantidad de visualizaciones de las que sean objeto.

Esta afirmación concluyente es revisada por Cartier (2006) tomando en cuenta dos hipótesis:

La primera es que el bien de capital tiene una vida útil definida y es el simple transcurso del tiempo la única causa de pérdida de potencial productivo, ese período de tiempo limitado también condiciona la cantidad total de horas de uso; “esto nos habilitaría a hacer la extensa interpretación” de que el consumo de cada hora de uso es equivalente al consumo de una fracción igual a la *ava* parte de la unidad elemental del bien. Pero esta no es una relación de eficiencia marginal sino una relación del tipo de las llamadas medias. En este caso el contenido audiovisual tiene no una relación directa con la visualización de este, pero puede tener una relación media con la utilización del factor.

La segunda hipótesis es que la vida útil del bien se agota, parcialmente, por el simple transcurso del tiempo y, parcialmente, por la intensidad de uso efectivo en una cantidad acotada de horas de empleo, o sea la potencialidad productiva se agota por dos causas autónomas: transcurso del tiempo e intensidad de uso. En consecuencia, se puede decir que, para la primera fracción virtual del factor, el comportamiento es igual al anterior, mientras que para la segunda fracción virtual del bien (que pierde su potencialidad productiva en función de la intensidad de uso), se podemos interpretar que lo que se pone a disposición de la acción productiva son horas de uso y que

el no empleo actual de horas de uso del bien supone la posibilidad de poder utilizarla en un momento futuro. Esto lo convertiría en un bien parcialmente divisible y por lo tanto en un factor con una fracción virtual de comportamiento variable.

De las diferentes características de estos bienes mencionados por Cartier se entiende que el gran punto para tener en cuenta en este caso es la divisibilidad de los mismos. Los bienes audiovisuales, son bienes artificialmente escasos. Si seguimos las definiciones de Krugman y Wells (2006), los bienes artificialmente escasos son excluyentes, pero no rivales en el consumo. Es excluyente un bien si el oferente de ese bien puede evitar que sea consumido por las personas que no lo pagan. Y un bien es no rival en el consumo, si más de una persona puede consumir la misma unidad del bien al mismo tiempo. O sea que la unidad de adquisición siempre va a ser una unidad (la película o serie), y la unidad de empleo va a ser la visualización, pero al ser un bien no rival, la unidad de disposición es la de una unidad disponible infinita cantidad de veces para ser visualizada. Siguiendo el razonamiento realizado anteriormente, la unidad de empleo coincide con la unidad de disposición, pero ésta no coincide con su unidad de adquisición, pudiendo calificarse de divisible, debido a su característica de no rivalidad.

Si seguimos los criterios de la Teoría General del Costo, podemos ver que el contenido audiovisual cumple con las características de los bienes de capital pero que debido a su característica de no rivalidad es una excepción dentro de los mismos, ya la divisibilidad es cuasi perfecta, siendo totalmente aceptables los criterios tomados por Netflix para amortizar esos contenidos en su contabilidad.

5. Conclusiones

Los contenidos audiovisuales digitales son bienes que abundan en mundo de bits contemporáneo y desde la Contabilidad de Gestión se debe analizar la actualidad y pertinencia de las teorías manejadas hasta hoy y las modificaciones o nuevos rumbos que puede abrir esta realidad a la disciplina.

Netflix es la principal plataforma de *streaming* a nivel global con más de 200 millones de usuario. Con base en Estados Unidos y basado en las normas Financial Accounting Standards Board (FASB) para presentar sus balances que son públicos por cotizar en Nasdaq, Netflix amortiza su contenido audiovisual por el uso del factor (tratamiento variable).

El programa de amortización del contenido utilizado por Netflix se basa en patrones de visualización históricos y estimados y se revisa trimestralmente, por lo que la amortización se realiza principalmente por la cantidad de visualizaciones que tiene cada contenido. En caso de que no lograra amortizarse en el período de la licencia, para contenido de terceros o en 10 años para contenido propio, deberán utilizarse estos plazos como tope de

tiempo. Sin embargo, el 90% del contenido se termina amortizando de la primera forma en menos de 4 años.

Luego de estudiar el tratamiento contable de la amortización de contenido audiovisual de Netflix, se concluye que, a pesar de utilizar normas de contabilidad financiera, los conceptos aplicados por Netflix para la amortización de su contenido son aceptables desde la contabilidad de Gestión y desde la Teoría General del Costo.

Los criterios utilizados por Netflix coinciden con los utilizados por la contabilidad de gestión, que entiende que básicamente la depreciación se puede dar por dos razones: la intensidad de uso y el transcurso del tiempo, ambos contemplados por la plataforma.

En cuanto al análisis realizado desde la teoría general del costo, se coincide en que los activos digitales estudiados tienen en el momento de disponibilidad una divisibilidad cuasi perfecta, siendo totalmente aceptables los criterios tomados por Netflix para amortizar esos contenidos en su contabilidad.

Es importante remarcar la vigencia de los conceptos y sobre todo del punto de vista que realiza Teoría General del Costo sobre todo proceso productivo para profundizar en el análisis de la realidad económica de esos procesos, y en este caso de un tipo de factor que toma nuevas características, mostrándose como una teoría suficientemente compleja en su estructura para dar respuesta a las diferentes casuísticas de la realidad económica.

Referencias bibliográficas

- Asuaga, C. (2013). *A quantificação do consumo cultural. Políticas culturais: informações, territórios e economia criativa*. São Paulo: Itaú Cultural.
- Brites, J. R. (2019). Producción de largometrajes de ficción en Uruguay: Viabilidad económica, una aproximación desde la teoría general del costo. *Revista Digital del Instituto Internacional de Costos*, (14), 32-52.
- Budiño, G. (2011). Gestión de comunidades virtuales. *Quantum: revista de administración, contabilidad y economía*, 6(1), 4-11.
- Cartier, E. (2001). Categorías de Factores productivos. En XXIV Congreso Argentino de Profesores Universitarios de Costos (IAPUCO). Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba.
- Cartier, E. (2002). Apuntes para un replanteo de la teoría de los costos fijos. En XXV Congreso Argentino de Profesores Universitarios de Costos (IAPUCO). Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Cartier, E. (2006). Apuntes para un replanteo de la teoría de los costos variables. En XXIX Congreso Argentino de Profesores Universitarios de Costos. Universidad Nacional de San Luis, San Luis.

- Cartier, E. (2017). *Apuntes para una teoría del costo*. Buenos Aires: La Ley.
- Krugman, P. R. & Wells, R. (2006). *Introducción a la economía. Microeconomía*. Reverté.
- Netflix (2018). Overview of Content Accounting. Enero
- Netflix (2017) Annual Report. https://s22.q4cdn.com/959853165/files/doc_financials/annual_reports/0001065280-18-000069.pdf
- Netflix (2018) Annual Report .https://s22.q4cdn.com/959853165/files/doc_financials/annual_reports/2018/Form-10K_Q418_Filed.pdf
- Netflix (2019) Annual Report. https://s22.q4cdn.com/959853165/files/doc_financials/2019/ar/2019-10-K.pdf
- Rodríguez, J. F. (2018). *Producción de largometrajes en Uruguay: Un análisis desde la Teoría General del Costo* (Tesis de Maestría). Universidad de la República
- Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Caja Negra.
- Van Dijck, J., Poell, T. & De Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.
- Van Dijck, J. (2019). *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI Editores.
- Wu, T. (2020). *Comerciantes de atención: la lucha épica por entrar en nuestra cabeza*. Capitán Swing.
- Yardin, A. (2001). Buscando definir el verdadero significado económico de las depreciaciones. En *Anales del VII Congreso del Instituto Internacional de Costos. II Congreso de la Asociación Española de Contabilidad Directiva*. Universidad de León. España.
- Yardin, A. (2010). *El análisis marginal. La mejor herramienta para la tomar decisiones sobre costos y precios*. Buenos Aires: Ed. Buyatti.