

Oferta desempaquetada y a la carta vs Oferta Empaquetada: balance internacional del mercado de TV Paga y propuestas para el caso peruano

Carlos Ramos Navarro*

Gerencia de Políticas Regulatorias y Competencia

Subgerencia de Evaluación y Políticas de Competencia | OSIPTEL

Resumen

El presente documento tiene como objetivo evaluar la posible implementación de una “oferta a la carta” en el mercado de TV Paga sobre la base de la experiencia internacional, con la finalidad de reducir la brecha entre tarifas formales e informales. Al no observarse que la implementación de una “oferta a la carta” haya afectado negativamente el desarrollo del mercado de TV Paga en los países en los cuales se llevó a cabo (Uruguay, Chile, Canadá e India); y, considerando que, en promedio, el 92% de los usuarios peruanos que accedieron a la TV Paga en 2015 se encontraron pagando por un 77% de contenido que no consumían; estaría surgiendo una oportunidad para que los operadores de TV Paga puedan reducir precios y aumentar la penetración del servicio a través de una oferta comercial desempaquetada y “a la carta”.

© 2016 OSIPTEL. Derechos reservados.

Palabras clave: Piratería, Canales a la carta, Oferta Comercial, Estrategia de Precios.

<http://www.osiptel.gob.pe>

* Se agradece la colaboración de Claudia Barriga por sus aportes en la elaboración de este informe. Asimismo, se agradece a Sergio Cifuentes por sus valiosos comentarios. Las opiniones vertidas en él son de responsabilidad exclusiva de los autores y no reflejan necesariamente la posición del OSIPTEL hasta la emisión de la respectiva posición oficial, de ser el caso. Remitir comentarios y sugerencias a: cramos@osiptel.gob.pe



Contenido

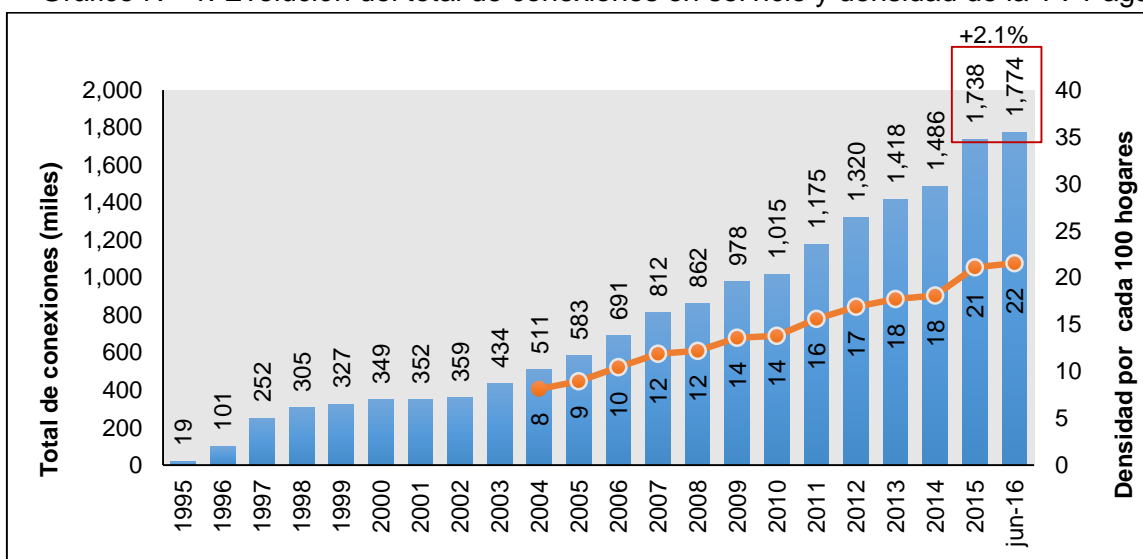
1. Introducción	2
2. Informalidad en el mercado de TV Paga	9
2.1 Efectos de la Informalidad	9
3. Experiencia Internacional	11
3.1 Mercados de TV Paga regulados	11
3.1.1 Canadá	11
a. Marco Regulatorio	11
b. Oferta Comercial	14
c. Consecuencias de la medida regulatoria	18
3.1.2 India	19
a. Marco Regulatorio	19
b. Oferta Comercial	20
3.2 Mercados de TV Paga no regulados	21
3.2.1 Estados Unidos	21
3.2.2 Uruguay	24
3.2.3 Chile	26
4. Experiencia Nacional	28
4.1 Oferta Comercial	28
4.2 Preferencias de los hogares sobre la TV Paga	31
5. Conclusiones	37



1. Introducción

En los últimos 20 años, las conexiones en servicio dentro del mercado de Televisión de Paga en Perú (en adelante TV Paga) han presentado un aumento continuo, con una tasa de crecimiento de aproximadamente 2.1% y una densidad que se incrementó de 20 a 21 hogares por cada 100 hogares al segundo trimestre de 2016 (ver Gráfico N° 1). Lo anterior mostraría la existencia de una demanda en ascenso por parte de los hogares para con este servicio.

Gráfico N° 1: Evolución del total de conexiones en servicio y densidad de la TV Paga



Fuente: Empresas operadoras

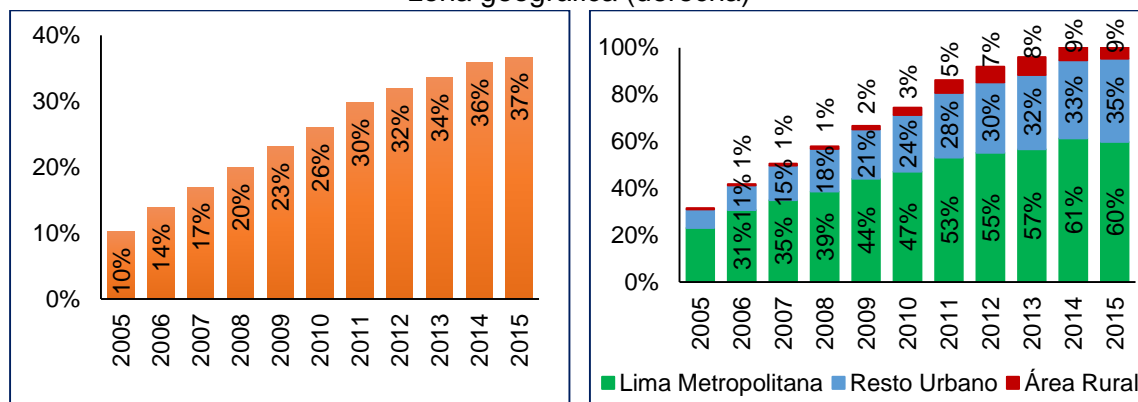
Elaboración: OSIPTEL

Cabe señalar, que el crecimiento observado anteriormente, estuvo acompañado de un cambio tecnológico que permitió a los operadores de TV Paga ofrecer, adicional al servicio alámbrico, el servicio a través de conexiones inalámbricas. Lo anterior permitió una mayor cobertura del servicio y el lanzamiento de planes prepago para el acceso de los hogares con menores recursos.

De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas e Informática (en adelante INEI), al 2015¹ los hogares a nivel nacional que acceden a TV Paga representan menos del 40%, a pesar de haber crecido de forma continua durante los últimos 20 años. Lima Metropolitana representa el área geográfica donde los hogares presentan el mayor nivel de acceso (60%), seguida del Resto Urbano (35%) y el Área Rural (9%) (ver Gráfico N° 2).

¹ Mayor información ver el boletín "Tecnologías de la Información" para el período septiembre – diciembre 2015. Disponible en <https://goo.gl/ULb7dd>

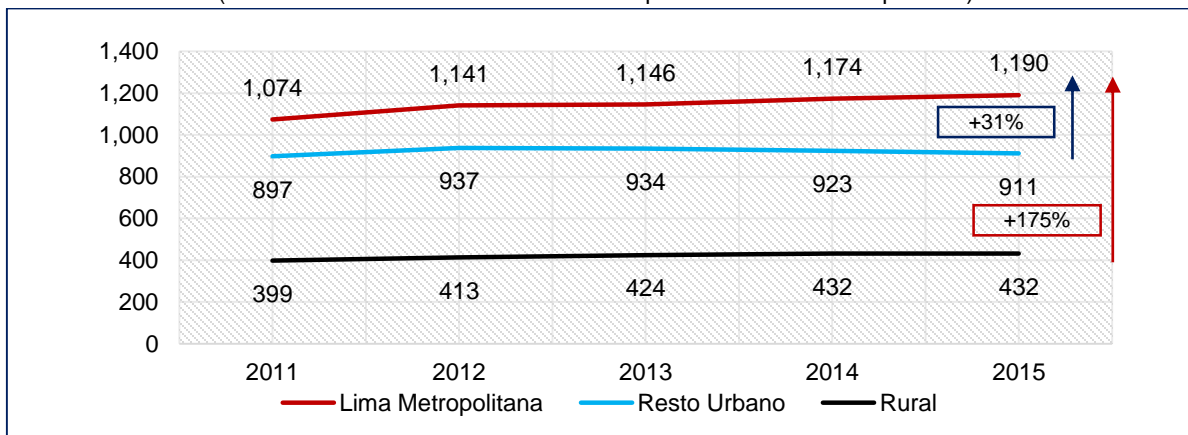
Gráfico N° 2: Evolución acceso al servicio de TV Paga a nivel nacional (izquierda) y por zona geográfica (derecha)



Fuente: INEI Elaboración: OSIPTEL

Respecto a los hogares que acceden al servicio de TV Paga, la concentración geográfica en Lima se explicaría por la mayor capacidad de gasto que presentan los hogares en esta área, como se aprecia en el Gráfico N° 3, ya que la baja tasa de penetración del servicio evidencia la existencia de una gran demanda potencial, la cual podría ser atendida en función de las estrategias que implementen las empresas de ofrecen la TV Paga.

Gráfico N° 3: Evolución del ingreso real promedio per cápita mensual por área geográfica (Nuevos soles constantes base=2015 a precios de Lima Metropolitana)

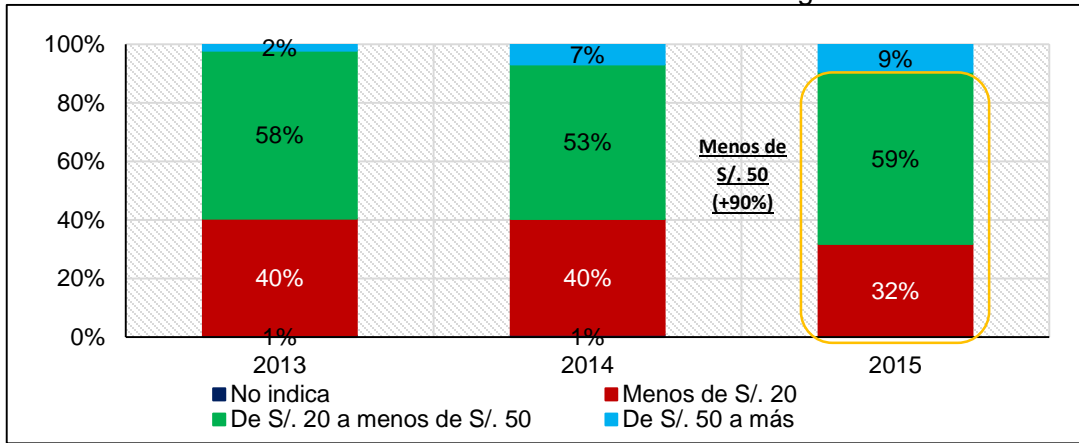


Fuente: INEI Elaboración: OSIPTEL

Respecto a los hogares que no acceden al servicio de TV Paga, la Encuesta Residencial de Servicios de Telecomunicaciones (en adelante ERESTEL) señaló que, al 2015, la principal razón (35.9%) para no contratar el servicio son las "altas tarifas". Así la mayoría de los hogares (91%) estaría dispuesto a pagar menos de S/. 50 por el servicio (ver Gráfico N° 4). Cabe señalar, que la proporción de hogares dispuestos a pagar más de S/. 50 por el servicio se habría incrementado en 5 puntos porcentuales en el período 2013-2015, lo cual favorecería a la reducción del mercado informal.



Gráfico N° 4: Hogares que no tienen TV Paga: Disposición a Pagar por Renta Mensual de Servicio de Televisión de Paga

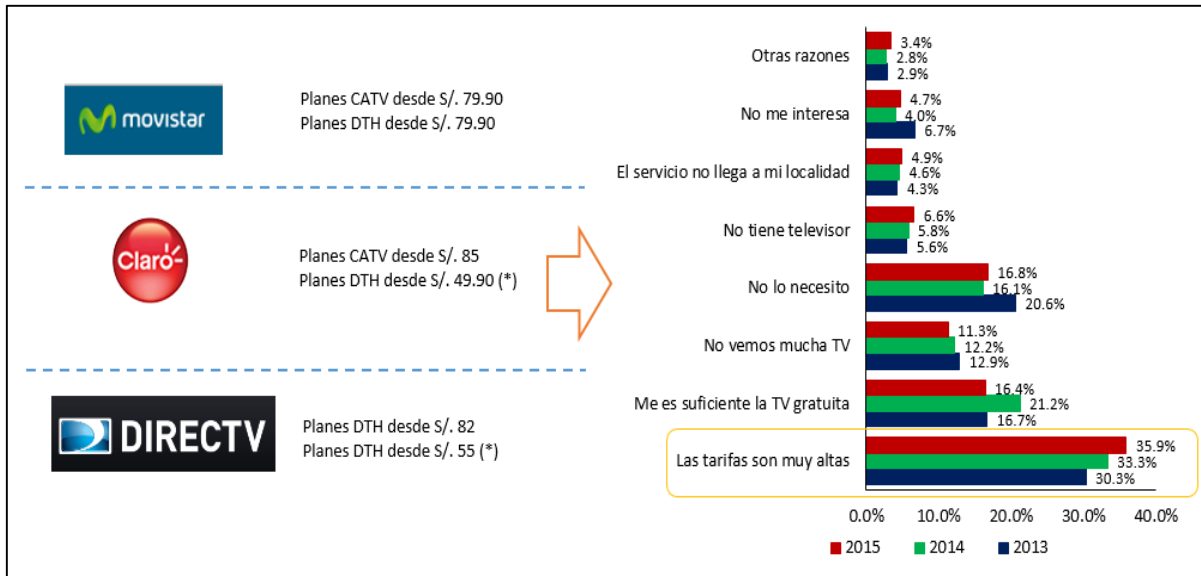


Fuente: ERESTEL

Elaboración: OSIPTEL

La baja disposición a pagar de los hogares por el servicio de TV Paga se contradice con las tarifas de los planes ofrecidos por las principales empresas que operan a nivel nacional (Movistar, DIRECTV y Claro) como se puede ver en el Gráfico N° 5. Es en este segmento de hogares con menor disposición a pagar donde operan las empresas informales que ofrecen la TV Paga a tarifas inferiores a las tarifas mínimas ofertadas por los principales operadores a nivel nacional.

Gráfico N° 5: Oferta de las principales empresas (junio 2016) y razones para no tener TV Paga



Fuente: Páginas web de las empresas y ERESTEL 2015

Elaboración: OSIPTEL

Nota:

(*) Planes con restricciones respecto al número máximo de decodificadores y al número de canales. En Claro y DIRECTV corresponden a planes prepago.

- Claro cuenta en el Sistema de Información y Registro de Tarifas (SIRT) con planes de TV Paga cuyas tarifas mensuales son de aproximadamente S/. 50 (Básico Lima). No obstante, en comunicaciones con la empresa se nos informó que estos planes ya no se encuentran disponibles para contratar.

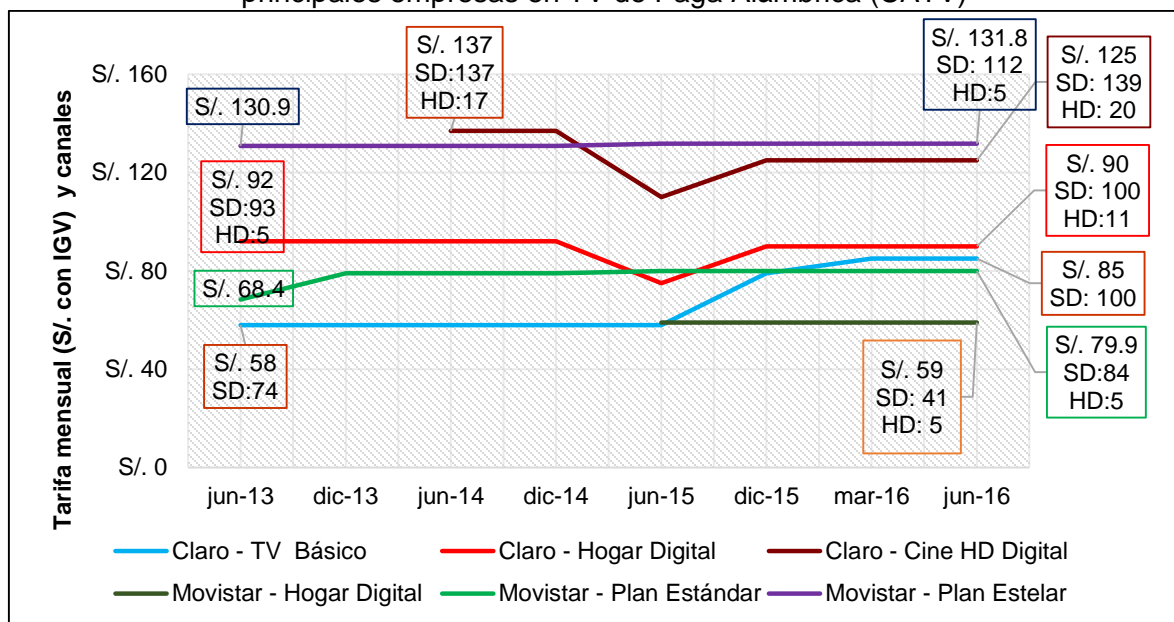


Cabe señalar que, la percepción de los hogares respecto de que las tarifas del servicio de TV de Paga son altas se ha incrementado en 5.6 puntos porcentuales durante el período 2013-2015. Esto producto del incremento que se ha dado en las tarifas de los planes de las principales empresas que brindan este servicio, como se puede ver en el Gráfico N° 6 (TV Paga Alámbrica) y en el Gráfico N° 7 (TV Paga Inalámbrica), y se describe a continuación:

- En el Gráfico N° 6 se puede observar que Claro dejó de comercializar sus planes analógicos Básico Lima (a S/. 55), Básico Chiclayo (a S/. 55) y Básico Puerto Maldonado (a S/. 58) dentro de su oferta de TV Básica. De esta forma la oferta de TV Básico quedó conformada únicamente por el plan Hogar Básico cuya tarifa se incrementó de S/. 79 a S/. 85 (+7.6%) durante el 2015. Lo anterior implicaría que el plan de acceso al servicio de TV Paga de Claro se habría incrementado de planes de S/. 58 a planes de S/. 85 (+46.6%).

Por su parte, Movistar incrementó la tarifa mensual de su plan Estándar de S/. 68.4 a S/. 79 (+15.5%) durante el 2013 y de S/. 79 a S/. 79.9 (+1.1%) durante el 2015.

Gráfico N° 6: Evolución de las tarifas mensuales de acceso para las principales empresas en TV de Paga Alámbrica (CATV)



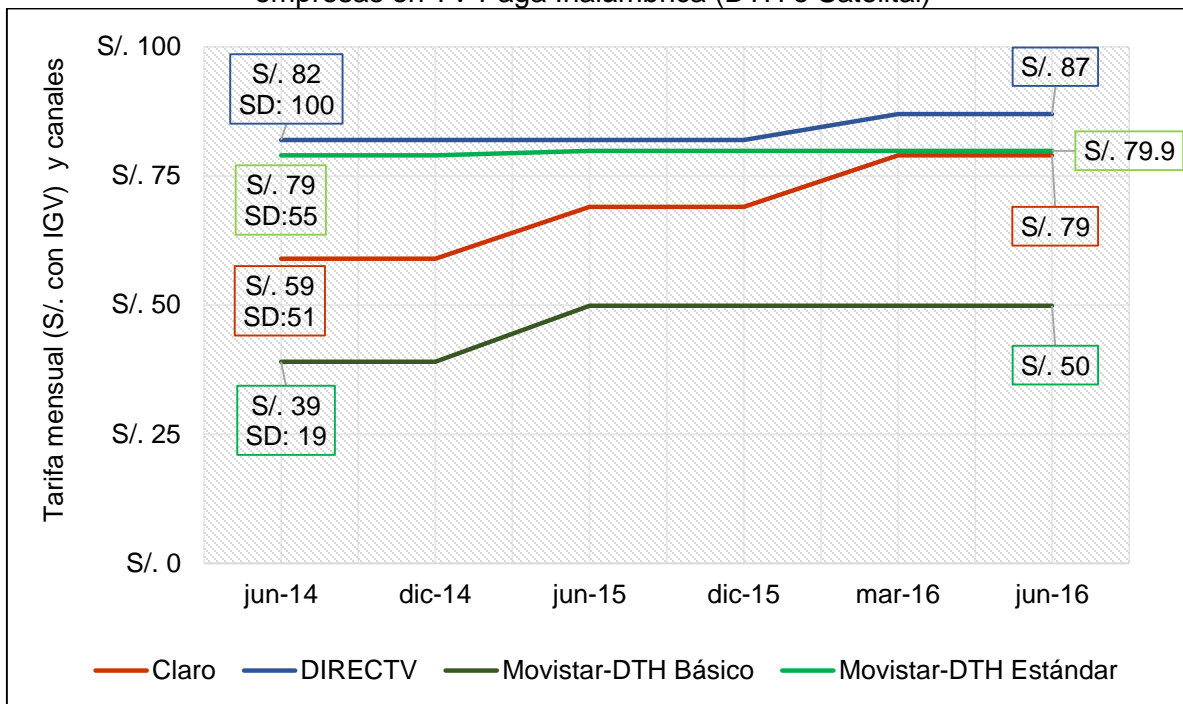
Fuente: Sistema de Información y Registro de Tarifas (SIRT)

Elaboración: OSIPTEL

- En el Gráfico N° 7 se observa que Claro incrementó su plan de menor tarifa mensual de S/. 59 a S/. 79 (+34%), mientras que DIRECTV incrementó su plan “Bronce HD”

de S/. 82 a S/. 87 (+6%). Finalmente, Movistar incrementó la tarifa de su plan “DTH-Básico” de S/. 39 a S/.50 (+28%)².

Gráfico N° 7: Evolución de las tarifas mensuales de acceso para las principales empresas en TV Paga Inalámbrica (DTH o Satelital)



Fuente: SIRT Elaboración: OSIPTEL

En ese sentido, contrariamente a lo que se esperaría que realizaran los operadores para contrarrestar a la informalidad, estos han incrementado sus tarifas básicas. El incremento sostenido en las tarifas del servicio de TV Paga habría incrementado el diferencial o brecha de tarifas existente entre las tarifas del servicio formal y las tarifas del servicio informal. Dado que existe un significativo grupo de hogares con una baja disposición a pagar para los cuales las tarifas son muy altas, el aumento de las mismas habría ocasionado que los hogares que acceden de manera informal al servicio de TV Paga se hayan incrementado considerablemente en los últimos años³.

Adicionalmente, las sanciones o penas disuasivas para los hogares que decidan acceder de manera informal son casi nulas y para los operadores o agentes que decidan ofrecer el servicio de manera informal son poco disuasivas. Asimismo la capacidad de fiscalización

² De acuerdo a la página web institucional de las empresas, este plan no se encontraría disponible para contratar al 2016.

³ Mayor detalle sobre la cuantificación de las conexiones informales dentro del mercado de TV Paga ver <https://goo.gl/ILx2U9>.



de las empresas es limitada y únicamente se reduce a inhabilitar el servicio, el cual puede ser repuesto por los operadores informales sin un alto costo.

Respecto a lo anterior, diversos actores dentro del mercado de TV Paga se han unido dentro de la denominada “Alianza contra la Piratería”⁴ para promover acciones contra la oferta de contenido ilegal. Lo anterior fue reforzado en 2015, cuando la Organización de los Estados Americanos (en adelante OEA), a través de su órgano asesor CITEI, aprobó la Recomendación N° 3841⁵ que sugirió a los 35 estados miembros adoptar medidas en sus respectivos países para impedir la importación, comercialización y uso de equipos receptores satelitales con capacidad de descifrar señales de sistemas de TV satelital por suscripción sin la debida autorización, o que puedan ser modificados para tal fin.

En los últimos años, las principales acciones para abordar la informalidad se han dado a través de medidas destinadas a reducir la oferta informal (reglamentos, prohibiciones, mayores sanciones, mayor grado de fiscalización, entre otros). No obstante, estas medidas por si solas pueden ser poco efectivas o surtir efectos a muy largo plazo⁶ si no van acompañadas de medidas destinadas a incrementar la demanda de los hogares por un servicio formal y la disminución de la demanda por servicios informales.

Respecto a este último punto, han surgido estrategias comerciales a nivel internacional, ya sean impulsadas por el regulador o implementadas por iniciativa de algunas empresas de TV Paga con el objetivo de reducir sus tarifas⁷ y atraer una mayor gama de usuarios. Esta estrategia se basa en el diseño de un “Plan Básico” con un número de canales inferior al de los planes tradicionales o estándar, el cual estará acompañado de una amplia oferta de canales a la carta (oferta denominada *Pick and Pay*) y/o paquetes temáticos, de forma que sea el hogar quien decida los contenidos que desea adquirir en función de sus preferencias. Este esquema se ha denominado “oferta a la carta” u “oferta desempaquetada”.

Estas “ofertas a la carta” difieren del modelo comercial actual, en el cual las empresas de TV Paga ofrecen planes con una gran cantidad de canales establecidos y pocos adicionales, en el cual los hogares no pueden decidir los contenidos que van a adquirir y

⁴ Conformado por un grupo de proveedores de contenido, operadores de TV paga y proveedores de tecnología unidos con el objetivo de combatir en Latinoamérica una forma de piratería conocida en la industria como piratería de FTA (*Free to Air*).

⁵ Disponible en <https://goo.gl/QyxW23>

⁶ Si se considera el alto grado de informalidad y las débiles medidas para fiscalizar este servicio con las que cuenta el estado resulta poco probable que en el corto plazo se reduzca la informalidad en base a medidas que afecten sólo la oferta informal.

⁷ Según la ERESTEL, la tarifa de TV Paga es la principal razón por la cual los hogares no contratan el servicio.



simplemente obtienen un paquete con canales predeterminados, algunos o muchos de los cuales no serían de su interés.

Cabe señalar que este tipo de estrategia, a la par de la actual oferta comercial, podría reducir la brecha de tarifas entre el servicio formal e informal, de forma que se incentive la demanda formal del servicio.

En tal sentido, el presente documento busca analizar la posible implementación de una “oferta a la carta” en el mercado de TV Paga peruano sobre la base de la experiencia internacional, con la finalidad de reducir la brecha entre tarifas formales y tarifas informales; y así incentivar el incremento de la penetración de este servicio. Para efectuar dicha labor, se plantea la siguiente estructura. En la sección 2 se describe brevemente la informalidad dentro del mercado de TV Paga, mientras que en la sección 3 se evalúa la experiencia internacional relacionada a la “oferta a la carta” u “oferta desempaquetada”. En la sección 4 se analiza las características de la oferta nacional respecto a “canales a la carta” y “planes con canales empaquetados” y se presenta las preferencias de los hogares que adquieren los servicios de TV Paga respecto a los contenidos y número de canales que ven con mayor frecuencia. Finalmente, la sección 5 presenta las conclusiones.



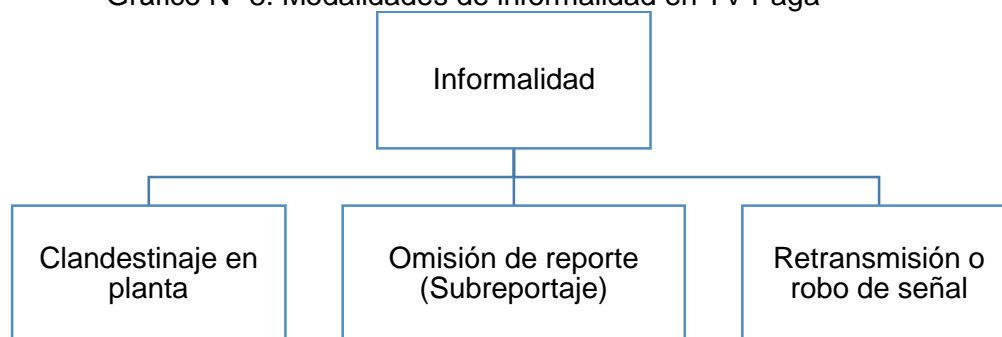
2. Informalidad en el mercado de TV Paga

Un análisis detallado de la informalidad, modalidades y sus efectos sobre el mercado de TV Paga, para el año 2015, se puede encontrar en el informe N° 076-GPRC-2016, el cual acompaña a la Resolución N° 044-2016-CD/OSIPTEL⁸ (“Determinación de Proveedores Importantes dentro del mercado N° 35: Acceso mayorista al servicio de Televisión de Paga”⁹). No obstante, a continuación, se resumirá de forma breve este fenómeno que afecta al mercado de TV Paga.

La informalidad hace referencia a una actividad económica que se encuentra fuera del marco legal y normativo¹⁰, de tal forma que las actividades que se desarrollan dentro de éste quedan exentas de cargas tributarias e incumplen las normas legales.

Respecto a las modalidades de informalidad, en el Gráfico N° 8 se pueden observar las principales modalidades existentes dentro del mercado de TV Paga, las cuales permiten a los operadores informales no incurrir en una porción de los costos de operación formal.

Gráfico N° 8: Modalidades de informalidad en TV Paga



Fuente: Operadores de TV Paga

Elaboración: OSIPTEL

2.1 Efectos de la Informalidad

Los principales efectos de la informalidad se describen a continuación:

Clandestinaje en planta – genera pérdidas a los operadores formales debido a que los hogares se conectan de forma ilegal a la red de algún operador y por lo tanto éstos dejan de percibir ingresos por estas conexiones.

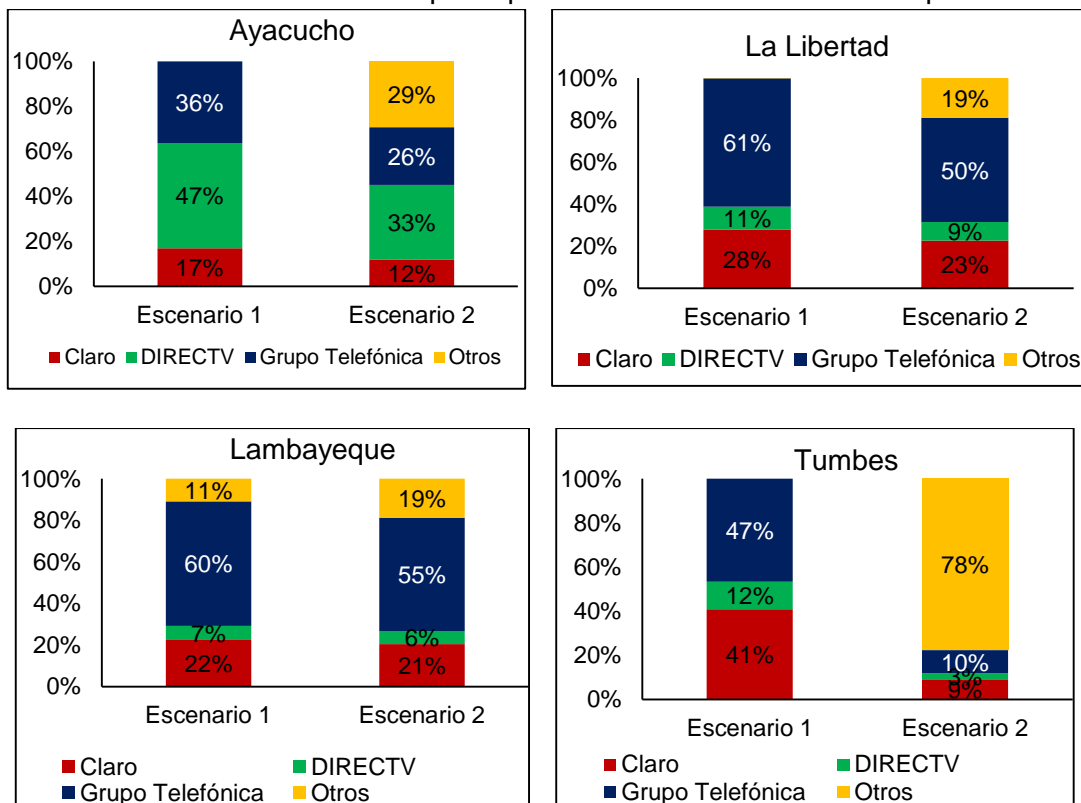
⁸ Publicado en el Diario Oficial El Peruano el día miércoles 20 de abril de 2016.

⁹ Disponible en el siguiente enlace <https://goo.gl/4Qqdnd>

¹⁰ “Causas y consecuencias de la informalidad en el Perú”. Norman Loayza. Pág. 44. Banco Central de Reserva del Perú. Disponible en el siguiente enlace <http://goo.gl/kM4dNc>.

Omisión de reporte (Subreportaje) - distorsiona los indicadores de mercado dado que no se pueden identificar de forma clara las cuotas de mercado de las empresas. Esto puede generar una sobreestimación de la concentración y de las participaciones de mercado de las empresas que reportan de manera formal, afectando también los análisis de mercado del regulador, que no cuenta con una perspectiva completa del funcionamiento del mercado.

Gráfico N° 9: Muestra de participaciones de mercado con subreporte



Fuente: Empresas operadoras

Elaboración: OSIPTEL

Nota:

- Escenario I: empresas de TV Paga como aquellas que tienen concesión (aproximadamente 516 concesiones).
- Escenario II Empresas de TV Paga que fueron notificadas por el OSIPTEL a través de carta C.916-GG.GPRC/2015 (aproximadamente 300 empresas).

Retransmisión o robo de señal - Esta modalidad puede ser realizada por operadores informales con o sin concesión e implica transmitir dentro de su parrilla de canales la señal de otro operador sin pagar al titular de esta señal los derechos correspondientes.

Las empresas que utilizan las señales de algún programador sin autorización se ahorran costos asociados al contenido, lo que les permite establecer una menor tarifa mensual por su servicio.



3. Experiencia Internacional

A nivel internacional diversos países vienen discutiendo e implementando medidas destinadas a reducir la tarifa de acceso al servicio de TV de Paga debido al incremento que han experimentado las tarifas del servicio y la cantidad, cada vez mayor, de canales ofertados que no necesariamente los hogares consideran relevantes al momento de contratar el servicio.

Lo anterior genera que un menor número de hogares pueda contratar el servicio o que opten por OTT TV, en aquellos países donde los servicios de Internet presenten alta penetración. Ante esto, algunas medidas implementadas están relacionadas con el desempaquetamiento de los canales ofrecidos en los paquetes de TV de Paga o lo que se conoce como “canales a la carta” (oferta *Pick and Pay*).

A continuación se presenta una recopilación de las experiencias de distintos países que ya sea a raíz de alguna medida regulatoria (mercados de TV Paga regulados) específica o por iniciativa de los operadores (mercados de TV Paga no regulados) presentan algún tipo de desagregación en su oferta de canales en el servicio de TV de Paga.

3.1 Mercados de TV Paga regulados

3.1.1 Canadá

a. Marco Regulatorio

A través de una medida regulatoria, en 2016 la TV de Paga cambió su modelo para la prestación del servicio, pasando de un esquema de “paquetes con canales empaquetados” a un esquema de “oferta con canales a la carta”. Dicha disposición surgió de la iniciativa denominada “Let’s Talk TV”¹¹ formulada por la Comisión de Radio, Televisión y Telecomunicaciones (en adelante, CRTC).

A través de esta iniciativa, los participantes (usuarios) indicaron que los paquetes básicos de TV de Paga se habían vuelto costosos y con una cantidad de canales muy amplia.

¹¹ Esta iniciativa, promovida desde principios de 2013, invitaba a los usuarios de TV de Paga a discutir sobre ideas para mejorar dicho servicio. Al respecto, la Comisión de Radio, Televisión y Telecomunicaciones Canadiense (CRTC) señaló: “(...) un objetivo importante de esta política es proveer a los canadienses con ‘un mundo de oportunidades’. Esto incluye la habilidad de crear su propia proposición de valor basada en los servicios de TV que quieren recibir y por los cuales pagar”. Traducción libre de: “(...) a key aim of this policy is to provide Canadians with “a world of choice.” This includes the ability to create their own value proposition based on the TV services they want to receive and pay for”. Para mayor información ver el documento “A World of Choice” de la CRTC en: <http://www.crtc.gc.ca/eng/archive/2015/2015-96.pdf>.



Algunos indicaron su deseo de contar con un menor número de canales a un menor precio por paquete, mientras que otros señalaron que no se encontraban satisfechos con contratar paquetes costosos para acceder a los canales que desearan. Por otro lado, casi dos tercios (65%) de los participantes indicaron que preferirían un servicio básico con las menores tarifas posibles.

Por su parte, los operadores de TV de Paga, se opusieron a la propuesta de un paquete básico de canales, pues señalaron que ello no les permitiría cubrir sus costos fijos y que limitaría su capacidad de empaquetar canales.

Luego de evaluar ambos puntos de vista la CRTC puso en discusión los siguientes aspectos relacionados al mercado de TV Paga:

- La creación de un Paquete Básico de TV Paga que incluya únicamente estaciones canadienses locales, servicios educativos y cuya tarifa de venta se encuentre entre los C\$ 30 (US\$ 22.9), C\$ 40 (US\$ 30.6) o C\$ 50 (US\$ 38.2).
- La comercialización de canales a la carta a través de la modalidad conocida como “*Pick and Pay*” por parte de las empresas para que los canadienses puedan adquirir los contenidos que prefieran de forma discrecional.
- La comercialización por parte de las empresas de TV Paga de paquetes temáticos de forma que los abonados puedan construir sus propios paquetes personalizados.
- Las empresas de TV Paga ofrecen dentro de sus paquetes una preponderancia de canales canadienses sobre canales no canadienses.
- Mantener el acceso a los canales de televisión en su lengua oficial para los canadienses que viven en comunidades oficiales de idiomas minoritarios.
- Otros aspectos relacionados al servicio de TV Paga¹².

De lo señalado anteriormente, destaca la iniciativa relacionada a la comercialización de un denominado Paquete Básico o *skinny basic* (en adelante Paquete Básico) cuya tarifa sería inferior a la tarifa de los paquetes que se encontraban vigentes en el mercado (paquetes

¹² Se consideraron alrededor de 29 aspectos o problemas relacionado con la provisión del servicio de TV Paga. Mayor detalle ver <http://goo.gl/B7BRsq>.



con canales empaquetados, en adelante *Paquetes Tradicionales*) y que incluiría una determinada cantidad de canales básicos. Un alto porcentaje de los participantes que se encontraron a favor del *Paquete Básico* indicaron que estos se habían vuelto muy costosos e incluían canales que no eran de su interés. En ese sentido, los usuarios manifestaron que les gustaría pagar únicamente por los canales que realmente deseen ver. Por su parte, los operadores indicaron que, en caso se aplicara este tipo de oferta, las tarifas del servicio se elevarían considerando que los costos fijos se compartirían entre menos usuarios (aquellos que mantuvieran el servicio de canales empaquetados).

En marzo de 2015, la CRTC determinó que los operadores debían presentar un *Paquete Básico* a un precio bajo y que los canales debían estar disponibles para ser contratados de forma individual, para lo cual se estableció un periodo en el cual los operadores debían ajustarse a estas nuevas regulaciones¹³. El regulador estableció las características que debía presentar este paquete comercializado por los operadores, siendo las principales las siguientes:

- A marzo de 2016, todos los operadores deben ofrecer un *Paquete Básico* cuya tarifa mensual no debe superar los C\$ 25 (aproximadamente US\$ 19.1), sin incluir costos de decodificadores y/o instalación¹⁴. Del mismo modo, los operadores deben ofrecer canales de forma individual o en pequeños paquetes de entre 5 y 10 canales¹⁵.
- El *Paquete Básico* debe contar como mínimo con 20 canales con contenido local o regional, con la opción de agregar canales de EE.UU si el operador desea¹⁶.
- En aquellas regiones donde existan menos de 10 estaciones locales y regionales, los operadores están autorizados para incluir en su paquete básico hasta un máximo de 10 estaciones de otras regiones de Canadá.
- Existe un grupo de canales de EE.UU que se encuentran libres en el aire y que a febrero de 2016 se encuentran disponibles en los paquetes comercializados. Por lo

¹³ Se ponderó la necesidad de que los usuarios tengan mayores posibilidades de elección con el tiempo de adaptación que necesitarían los operadores para adoptar estas nuevas regulaciones. En base a lo anterior, se otorgaron plazos razonables a los operadores para implementar esta medida, según lo señalado por el regulador de Canadá.

¹⁴ Se llegó a dicho valor luego de observar que los paquetes básicos rondaban los C\$ 40 (US\$ 30.6) y de restarle el precio de los equipos y los servicios discrecionales de mayor valor. Asimismo, se señaló que algunos operadores venían ofreciendo paquetes básicos especiales para retener clientes que rondaban los C\$ 20 (US\$ 19.1) al 2014.

¹⁵ A diciembre de 2016, los operadores del servicio de TV de Pago deben ofrecer todos sus canales comercializados en la modalidad de "canales a la carta".

¹⁶ La inclusión de canales locales de EE.UU no forma parte del mandato de la CRTC.

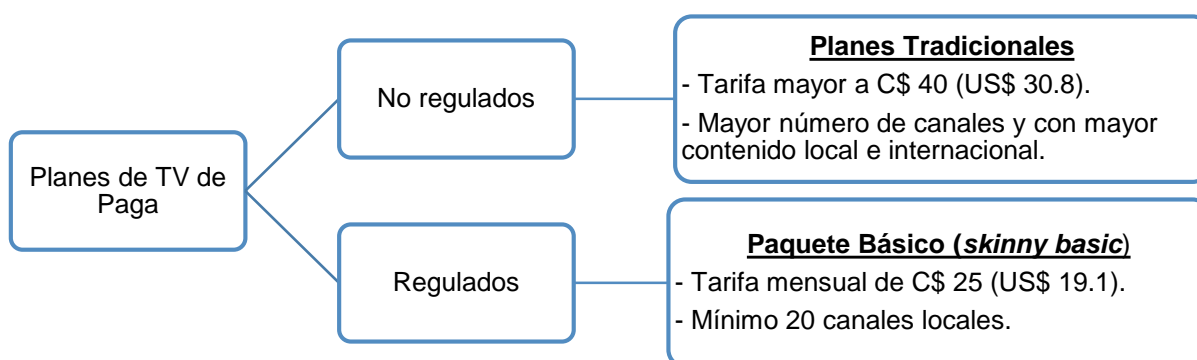


tanto, los operadores deben seguir incluyéndolos en el *Paquete Básico*, puesto que son señales que los hogares de Canadá se han acostumbrado a ver.

b. Oferta Comercial

A junio de 2016, los paquetes de la oferta comercial de TV de Paga en Canadá se dividen en dos tipos como se puede observar en el Gráfico N° 10. Al respecto, el *Paquete Básico* vigente desde marzo de 2016, según lo establecido por la CRTC, sería el único paquete sujeto a regulación.

Gráfico N° 10: Oferta Comercial de TV de Paga (Canadá)



Elaboración: OSIPTEL

En el Cuadro N° 1 se observa que, a mayo de 2016, el *Paquete Básico* se encuentra disponible para contratar en los principales operadores de TV de Paga, lo cual ha permitido acceder a una tarifa más baja por el servicio. Cabe señalar que en promedio la diferencia de tarifas entre el *Paquete Básico* y el paquete inmediato superior sería de, aproximadamente, US\$ 14¹⁷.

Cuadro N° 1: Oferta comercial de TV de Paga (vigente a mayo de 2016)

Empresa	Plan Básico (A)			Plan inmediato superior al Básico (B)			Diferencia (B-A)	
	Nombre	Tarifa mensual (US\$)	Número de canales	Nombre	Tarifa mensual (US\$)	Número de canales	Tarifa mensual (US\$)	Número de canales
Shaw	Limited TV	19.3	30	Personal TV	33.12	65	13.86	35
Bell	Starter	19.2	30	Good	38.47	65	19.25	35
ideoTron	BASE HD	19.3	23	SUR MESURE 5	31.58	28	12.32	5
Sasktel	Lite maxTV	19.3	23	Basic maxTV	61.58 (*)	100	42.32	77
Cogeco	Basic Channels	19.3	29	My Mix 10	30.04	39	10.78	10

Fuente: Páginas web de las empresas

Elaboración: OSIPTEL

(*) La tarifa de Sasktel incluye el servicio de Internet + TV Paga. Ambos servicios de deben contratar de forma conjunta, por lo cual en la práctica resulta ser un dúo.

Nota: Tarifa final expresada en dólares americanos, incluye IVA.

¹⁷ No se consideró la tarifa de Sasktel dado que presenta una diferencia entre el paquete básico y el superior inmediato de un poco más del doble.

Por otro lado, en el Cuadro N° 2 se puede apreciar una variedad de canales a la carta disponibles para contratar, los cuales presentan en promedio una tarifa mínima por canal de US\$ 2.3. Asimismo, se observa una variedad de paquetes temáticos que los usuarios de TV de Paga pueden adicionar a su servicio. En tal sentido, la implementación de la medida regulatoria de la CRCT ha incrementado las posibilidades de elección de los consumidores.

Cuadro N° 2: Oferta comercial de TV de Paga (vigente a mayo de 2016)

Empresa	Canales a la carta			Paquetes temáticos		
	Nombre	Tarifa por canal (US\$)	Número de canales	Nombre	Tarifa por paquete (US\$)	Total
Shaw	Todos los canales	2.3	53	Varios paquetes	Desde 3.8	-
Bell	A la carta 1	3.1	84	Varios paquetes	Desde 4.6	-
	A la carta 2	5.4	65			
	A la carta 3	6.2	2			
VideoTron	A la carta 1	2.3	53	Varios paquetes	Desde 2.3	-
	A la carta 2	3.1				
	A la carta 3	3.9				
	A la carta 4	5.4				
	A la carta 5	6.2				
Sasktel	A la carta 1	2.3	-	Varios paquetes	Desde 4.6	-
Cogeco	A la carta 1	2.3	-	Varios paquetes	Desde 4.6	-

Fuente: Páginas web de las empresas

Elaboración: OSIPTEL

Nota: Tarifa en dólares americanos, incluye IVA.

No obstante, algunos de los canales a la carta y/o paquetes temáticos comercializados por los operadores corresponden a canales que no se encuentran disponibles en los *Planes Tradicionales*. Por lo tanto, los usuarios que adquieran el *Paquete Básico* no podrán adquirir, por el momento, algunos canales o paquetes de los planes superiores, sino que podrán adquirir contenido que no se encuentra en estos. Cabe señalar que, a diciembre de 2016, todos los canales se deberían de comercializar a la carta de forma que los abonados puedan contratar cualquier canal individualmente.

Por otro lado, si bien el *Paquete Básico* se encuentra vigente, los operadores de TV de Paga estarían tratando de hacer poco atractivo este paquete para que el consumidor no lo adquiera, a través de las siguientes estrategias:

- Los operadores han incluido canales poco atractivos dado que únicamente se limitan a cumplir lo establecido¹⁸ en la norma reguladora de la CRCT, por lo que si el consumidor le suma una determinada cantidad de paquetes temáticos o canales

¹⁸ Cada operador es libre de incluir los canales locales en base a los criterios establecidos por la CRCT.



a la carta le resultaría más costoso adquirir el Paquete Básico respecto al paquete inmediato superior como se puede ver en el Gráfico N° 11. Sin embargo, si existen pocos canales preferidos por los usuarios, el paquete básico y algunos canales adicionales resultarían menos costosos que los paquetes tradicionales.

Gráfico N° 11: Alternativas de consumo: Tarifas de “Paquetes con canales empaquetados” vs “Paquetes con canales a la carta o temáticos”



Nota: No se considera a Sasktel dado que sus paquetes de TV Paga se deben adquirir de forma conjunta con el servicio de Internet.

Fuente: Páginas web de las empresas

Elaboración: OSIPTEL

- El *Paquete Básico* estaría siendo comercializado por los operadores sin descuentos o promociones sobre sus accesorios (decodificadores) y sobre la instalación del mismo. Esto genera una mayor tarifa mensual respecto a los paquetes tradicionales¹⁹, que sí presentan tarifas promocionales. Por ejemplo, algunos usuarios de Bell han señalado que estarían pagando más por menos²⁰ (mayor tarifa mensual por menor cantidad de canales) si adquieren el paquete en mención.
- El *Paquete Básico* sólo se puede adquirir como monoproducto y no como un servicio multiproducto (a través de un empaquetamiento de servicios –Internet + Telefonía


¹⁹ Los *Paquetes Tradicionales* de los operadores incluyen de forma gratuita una cantidad de decodificadores en señal digital o alta definición o incluyen descuentos en la tarifa de instalación, así como tarifas promocionales durante los primeros meses, mientras que en el *Paquete Básico*, los decodificadores presentan una tarifa que se debe sumar a la tarifa mensual, lo cual en muchos casos está ocasionando que la tarifa mensual de este último paquete sea mayor.

²⁰ Nota de prensa de CBC. Disponible en <http://goo.gl/LOIDU4>




Fija + TV de Paga-). Esto desincentiva que los hogares contraten este paquete dado que si lo adquieren y, adicionalmente, adquieren algún servicio de Internet, la tarifa total por ambos servicios podría llegar a ser mayor o igual a la tarifa a la que se tendría si se contrata el servicio empaquetado entre TV de Paga (con en plan superior al Paquete Básico) + Internet + Telefonía Fija (ver Gráfico N° 12).

Gráfico N° 12: Oferta empaquetada con TV de Paga



Good	Better	Best
<p>Fibe TV</p> <p>The basic channels you expect along with a sample of the most popular specialty channels.</p> <p>720P HD, bravo, discovery, hbo, A&E, CNN</p> <p>View channels</p> <p>Our exclusive Whole Home PVR</p>	<p>Fibe TV</p> <p>The basic channels and most of the popular specialty channels.</p> <p>AMC, 720P HD, CNN, SHOW CASE, food</p> <p>View channels</p> <p>Our exclusive Whole Home PVR</p>	<p>Fibe TV</p> <p>The basic channels and most of the popular specialty channels.</p> <p>AMC, 720P HD, CNN, SHOW CASE, food</p> <p>View channels</p> <p>Our exclusive Whole Home PVR</p>
<p>Fibe Internet</p> <p>Download up to 25 Mbps</p> <p>Upload up to 10 Mbps</p> <p>Monthly usage Unlimited</p>	<p>Fibe Internet</p> <p>Download up to 25 Mbps</p> <p>Upload up to 10 Mbps</p> <p>Monthly usage Unlimited</p>	<p>Fibe Internet</p> <p>Download up to 50 Mbps</p> <p>Upload up to 10 Mbps</p> <p>Monthly usage Unlimited</p>
<p>Home phone</p> <ul style="list-style-type: none"> Unlimited local calling 	<p>Home phone</p> <ul style="list-style-type: none"> Unlimited local calling 	<p>Home phone</p> <ul style="list-style-type: none"> Unlimited local calling Up to 8 calling features Unlimited Canada and U.S. calling
<p>Regular price \$173^{85/mo.}</p> <p>Promo price* \$97^{90/mo.}</p>	<p>Regular price \$199^{85/mo.}</p> <p>Promo price* \$123^{90/mo.}</p>	<p>Regular price \$234^{85/mo.}</p> <p>Promo price* \$148^{90/mo.}</p>



Internet 5 + Personal TV	Internet 15 + Personal TV	Internet 30 + Personal TV
<p>Enjoy remarkably crisp picture and sound with high-definition Personal TV. Get up to 5 Mbps included data plus complimentary access to Shaw Go WiFi, connecting you to your Home Internet plan on the go.</p> <p>Internet 5 > Personal TV ></p> <p>Up to 65 channels including: HISTORY, FOX, A&E, SN, TSN</p> <p>View all ></p> <p>HD Equipment included</p> <p>Save \$31/mo</p> <p>from \$69^{90*}_{MO}</p> <p>Intro offer for 3 months* Regular rate is an additional \$31.10/MO</p> <p>Free installation for online orders*</p> <p>Choose this plan</p> <p>Quick view</p>	<p>Choose Personal TV to experience high-definition picture quality and sound. Combine Internet 15 with complimentary access to thousands of Shaw Go WiFi hotspots, connecting you to your Home Internet plan on the go.</p> <p>Internet 15 > Personal TV ></p> <p>Up to 65 channels including: HISTORY, FOX, A&E, SN, TSN</p> <p>View all ></p> <p>HD Equipment included</p> <p>Save \$36/mo</p> <p>from \$74^{90*}_{MO}</p> <p>Intro offer for 3 months* Regular rate is an additional \$36.10/MO</p> <p>Free installation for online orders*</p> <p>Choose this plan</p> <p>Quick view</p>	<p>2-year ValuePlans include an introductory offer price with shom and CraveTV for 6 months and Gateway HDPVR Equipment for up to 3 TVs. 3 month intro offer available outside of 2-year ValuePlans.</p> <p>Internet 30 > Personal TV ></p> <p>shom_ > CraveTV ></p> <p>Up to 65 channels including: HISTORY, FOX, A&E, SN, TSN</p> <p>View all ></p> <p>Gateway HDPVR Equipment for up to 3 TVs included on a 2-year ValuePlan*</p> <p>Save up to \$51/mo</p> <p>from \$74^{90*}_{MO}</p> <p>Intro offer for 3mo* or 6mo w/2yr ValuePlan* bundle Regular rate is an additional \$51.08/MO</p> <p>Free installation for online orders*</p> <p>Choose this plan</p> <p>Quick view</p>

Fuente: Páginas web de las empresas

Elaboración: OSIPTEL

- El *Paquete Básico* no es ofrecido por los centros de venta y solo se ofrece si el cliente pregunta por el mismo.
- Algunos operadores señalan que para adquirir el *Paquete Básico*, el consumidor debe adquirir un paquete de Internet. Por ejemplo, para adquirir el paquete básico de Bell el usuario debe adquirir el servicio de Internet, lo cual termina elevando la tarifa mensual del servicio²¹. Al respecto, Bell ha señalado, ante las consultas de la CRTC, que su *Paquete Básico* se vende de forma conjunta con el servicio de Internet porque este requiere de una conexión de Internet y por lo tanto se debe habilitar este servicio para ofrecer TV Paga.

Finalmente, como se indicó previamente, a más tardar en diciembre de 2016²², todos los operadores²³ deberán ofrecer todos los canales tanto de forma individual como a través de paquetes (5 a 10 canales) a precios razonables²⁴. Ello solucionará algunos de los problemas que han reportado los usuarios, tales como la inclusión de canales poco atractivos en el paquete básico. Asimismo, se espera que estos cambios generen beneficios a quienes cancelaron su suscripción por los elevados precios (*cord-cutters*), pues estos podrían tener incentivos para volver a contratar el servicio ante el menor precio.

c. Consecuencias de la medida regulatoria

Según lo comentado en notas de prensa relacionadas al sector de TV Paga en Canadá, la entrada en vigencia del *Paquete Básico* no ha logrado reducir la tarifa de acceso al servicio de TV de Paga dado que los operadores han incrementado la tarifa de este paquete a través de la eliminación de promociones y/o descuentos en los componentes necesarios (decodificadores, instalación y demás) para su visualización.

Al respecto, los operadores ofrecen este paquete sin descuentos y/o beneficios sobre sus accesorios (decodificadores) y sobre la instalación, con lo cual, los hogares terminan pagando una tarifa mensual igual o mayor a la de los Paquetes Tradicionales que sí presentan descuentos y/o promociones. Lo anterior se debe a que los operadores no tienen

²¹ A mayo de 2016 no había un pronunciamiento oficial del regulador o de las asociaciones de consumidores.

²² Cabe resaltar que los plazos se determinaron luego de consultar a los operadores sobre sus plazos propuestos y los cambios que serían necesarios para implementar la política del paquete básico y canales más desagregados en torno a paquetes temáticos o a la carta.

²³ Existen excepciones para aquellos operadores de menor tamaño, para los cuales sería costoso administrativa y financieramente cumplir con estas políticas.

²⁴ La norma indica únicamente que los precios deben ser razonables; sin embargo, dado que esta medida aún no ha sido implementada no se conocen los precios a los que se ofrecerán los canales desagregados.



incentivos para vender este paquete y por ende lo encarecer para que los hogares no lo adquieran.

Corresponde evaluar las próximas medidas que serán tomadas por la CRTC, así como la implementación de la obligación de comercializar todos los canales de forma desagregada a partir de diciembre de este año.

3.1.2 India

a. Marco Regulatorio

En el 2010 se emitió, luego de una consulta previa a las partes, la “Orden de Tarifa” de 2010²⁵ (TRAI Notification No: 11-14-2009-B&CS) dictaminada por la Autoridad Reguladora de Telecomunicaciones de la India (en adelante TRAI), la cual entró en vigencia para el mercado de TV Paga desde el 1 de enero de 2011. Esta orden establecía un nuevo marco regulatorio para este servicio a nivel mayorista y a nivel minorista.

Regulación a nivel mayorista

Se establece que todos los operadores a nivel mayorista deben ofrecer sus canales a través de la modalidad “canales a la carta” para la comercialización de los mismos a nivel minorista. Independientemente de lo anterior, los operadores pueden ofrecer paquetes de “canales empaquetados” para su comercialización a nivel minorista.

Regulación a nivel minorista

El nuevo marco regulatorio establece que los operadores que ofrecen el servicio de TV de Paga presentan una oferta comercial con “paquetes de canales a la carta” en cumplimiento de lo señalado en la primera “Orden de Tarifa” de 2010 (TRAI Notification No: 11-14-2009-B&CS), la cual establece lo siguiente:

- Los proveedores del servicio de TV de Paga al por menor deberán ofrecer desde el 1 de enero de 2011, como fecha máxima, una oferta de canales a la carta que incluye el precio máximo a pagar por el abonado.
- Ningún proveedor podrá incrementar el precio mensual del servicio a los nuevos abonados durante los primeros seis meses de adquirido algún paquete.

²⁵ Disponible en <http://goo.gl/kdmi6R>



b. Oferta Comercial

A mayo de 2016, los proveedores de TV de Paga no presentan una oferta básica o un plan regulado. En tal sentido, la libertad comercial les permite establecer las características y tarifas de acceso a sus paquetes. Al respecto, la tarifa mínima promedio para acceder al servicio es de US\$ 2.4, mientras que la tarifa inmediata superior promedio es US\$ 4.

Cuadro N° 3: Paquetes de TV de Paga (vigente a mayo de 2016)

Empresa	Plan de menor tarifa mensual (A)			Plan inmediato superior al de menor tarifa (B)			Diferencia (B-A)	
	Nombre	Tarifa mensual (US\$)	Número de canales	Nombre	Tarifa mensual (US\$)	Canales	Tarifa mensual (US\$)	Número de canales
Hathway	Basic Service Tier	2.3	113	Started	3.7	206	1.4	93
DISH	DISH99	1.5	135	Super Family	4.0	269	2.5	134
TataSky	South Special	3.3	126	Dhamaal Mix	4.0	152	0.7	26
Sun Direct	Telugu Value	3.0	174	Telugu Cinema + Sports	3.7	185	0.7	11
Indigital	MANORANJAN	1.5	113	Crystal	4.9	252	3.5	139
Airtel Digital	South Max Pack	2.8	181	South Value Sports	3.8	196	1.0	15

Fuente: Páginas web de las empresas

Elaboración: OSIPTEL

Nota: Tarifa en dólares americanos, incluye IVA.

Por otro lado, el Cuadro N° 4 muestra la variedad de canales a la carta con los que cuentan los hogares de la India para complementar su servicio. Al respecto, cada proveedor ofrece más de 100 canales a la carta lo cual otorga una amplia variedad y múltiples posibilidades de contratación.

Cuadro N° 4: Canales a la carta y paquetes temáticos (vigente a mayo de 2016)

Empresa	Canales a la carta			Canales temáticos		
	Nombre	Tarifa canal (US\$)	Número de canales	Nombre	Tarifa por paquete (US\$)	Número de canales
Hathway	Varios canales	Desde 0.04	+250	Varios paquetes	Desde 0.74	6
DISH	Varios canales	Desde 0.07	+100	Varios paquetes	Desde 0.37	28
TataSky	Varios canales	Desde 0.06	+100	-	-	-
Indigital	Varios canales	Desde 0.04	+100	Varios paquetes	Desde 0.76	7

Fuente: Páginas web de las empresas

Elaboración: OSIPTEL

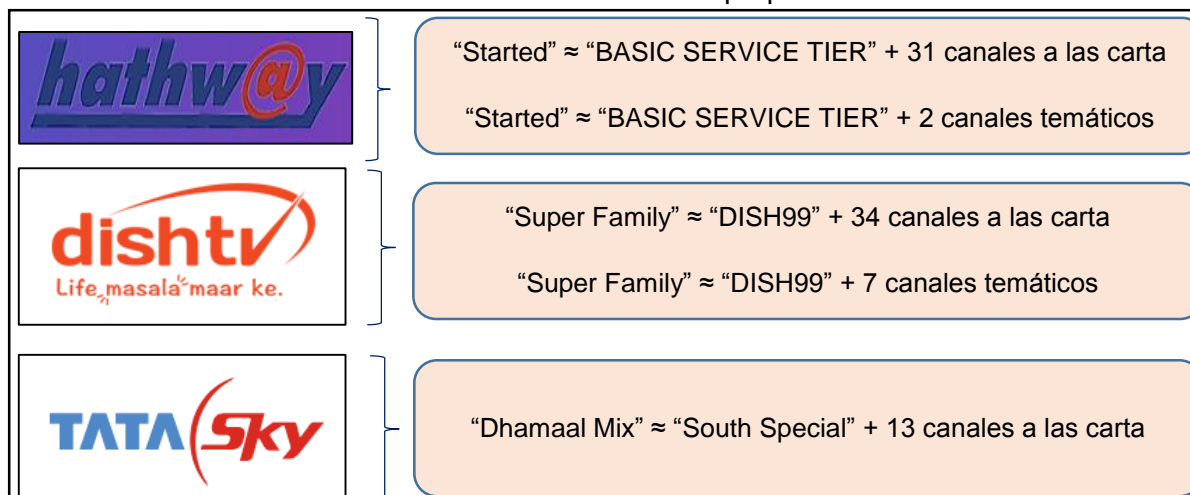
Nota: Tarifa en dólares americanos, incluye IVA.

Respecto a las alternativas de consumo, en el Gráfico N° 13 se puede observar el número de canales a la carta o paquetes temáticos que los usuarios del servicio de TV de Paga podrían agregar a su paquete de menor tarifa mensual para que este les resulte aún más beneficioso (menor tarifa mensual) respecto al plan inmediato superior en términos de tarifa mensual. Así, por ejemplo Hathway ofrece el plan “Started” cuya tarifa mensual es equivalente al plan básico denominado “Basic Service Tier” más 31 canales a la carta o 2 paquetes temáticos.



En tal sentido, aquellos usuarios que tengan pocos canales de su preferencia además de los ofertados en el servicio básico, se ven significativamente beneficiados del desempaquetamiento de canales.

Gráfico N° 13: Alternativas de consumo: Canales empaquetados vs Canales a la carta



Fuente: Páginas web de las empresas

Elaboración: OSIPTEL

En este caso se observa que las tarifas por canal permiten incluir un número significativo de canales. Sin embargo, ello se debe en parte a que no solo el mercado minorista se encuentra regulado, sino que el mercado mayorista también lo está, existiendo la obligación por parte de los programadores de comercializar sus canales de manera desagregada.

A continuación se presentarán experiencias de países que, si bien no cuentan con una regulación que exija a los operadores desagregar contenidos en canales individuales o paquetes temáticos, presentan algún tipo de desagregación en los contenidos ofrecidos por propia iniciativa de los operadores.

3.2 Mercados de TV Paga no regulados

3.2.1 Estados Unidos

En el año 2006, la Federal Communications Commission (en adelante FCC) realizó un estudio que concluía que un grupo de usuarios de TV de Paga se encontraría en una mejor situación si se les ofreciera la posibilidad de elegir canales a la carta.

Posteriormente, en el año 2013, el senador John McCain presentó una propuesta legislativa que planteaba incentivos regulatorios para que tanto los programadores como los operadores de TV de Paga ofrecieran canales a la carta. La justificación para presentar la



iniciativa fue que los precios promedio de un paquete básico se habían incrementado en los últimos años a un nivel superior a la inflación.

Si bien por el momento no existe una obligación de venta de canales a la carta, a partir de abril de 2015, Verizon inició una estrategia de desagregación de canales de TV de Paga denominada “Custom TV” o televisión a medida. No obstante, para años posteriores redujo su menú de planes y contrajo su oferta.

A continuación se detalla la oferta comercial de las principales empresas que ofrecen Televisión de Paga.

Oferta Comercial

A mayo de 2016, no existe una regulación sobre canales desempaquetados dentro del mercado de TV de Paga ni obligación de ofrecer paquetes básicos en EE.UU. No obstante, Xfinity ha lanzado al mercado un paquete denominado “Limited Basic” cuya tarifa se encuentra muy por debajo de los paquetes tradicionales (ver Cuadro N° 5) y a los cuales se les puede agregar canales a la carta y/o paquetes temáticos.

Cuadro N° 5: Paquetes de TV de Paga (vigente a mayo de 2016)

Empresa	Paquete de menor tarifa mensual (A)			Paquete inmediato superior al de menor tarifa mensual (B)			Diferencia (B-A)	
	Nombre	Tarifa (US\$)	Número de canales	Nombre	Tarifa (US\$)	Número de canales	Tarifa (US\$)	Número de canales
Verizon	Custom TV-Essentials	65	78	Preferred HD	75	339	10	261
	Custom TV-Sports&More	65	60	Preferred HD	75	339	10	279
DIRECTV	Select (*)	88	145	Entertainment	98	150	-	-
Xfinity	Limited Basic	15	45	Digital Economic	30	140	15	95

Fuente: Páginas web de las empresas

Elaboración: OSIPTEL

Por otro lado, en el Cuadro N° 6 se puede observar la oferta comercial de canales a la carta comercializada por las principales empresas de TV de Paga. A pesar de haber poca variedad de opciones a la carta, los operadores ofrecen un conjunto de canales para ampliar las posibilidades de elección de los hogares.

Cuadro N° 6: Canales a la carta y paquetes temáticos (vigente a mayo de 2016)

Empresa	Canales a la carta			paquetes temáticos		
	Nombre	Tarifa por canal	Canales	Nombre	Tarifa paquete	paquetes
Verizon	varios canales	Desde US\$ 15	5	varios paquetes	Desde US\$ 3	-
DIRECTV	varios canales	Desde US\$ 14	4	varios paquetes	Desde US\$ 8	-
Xfinity	varios canales	Desde US\$ 5	4	-	-	-

Nota: Algunas canales a la carta presentan una mayor tarifa que los paquetes temáticos dado que los primeros ofrecen contenido audiovisual de alto valor (Showtime, Starz, entre otros), mientras que en los segundos hay PAQUETES temáticos que han incluido canales de poco valor (paquetes que incluyen canales internacionales de vietnam, korea, Camboya entre otros)

Fuente: Páginas web de las empresas

Elaboración: OSIPTEL

El “Limited Basic”, ofrecido por Xfinity, otorga la posibilidad de agregar canales a la carta (canales Premium) de forma que se puede acceder a mayor contenido según las preferencias de cada consumidor. Al respecto, en el Gráfico N° 14 se observa que cada consumidor puede personalizar su servicio de TV de Paga.

Gráfico N° 14: Posibilidad de diseñar tu plan de TV de Paga

Fuente: Página web de la empresa

Elaboración: OSIPTEL

Asimismo, el paquete “Limited Basic” se puede adquirir como monoproducto y como un servicio multiproducto (servicios empaquetados), lo cual otorga incentivos a contratar este servicio dado que se puede contratar conjuntamente con otros servicios como Internet (ver Gráfico N° 15).

Gráfico N° 15: Oferta empaquetada de TV de Paga

Ver las ofertas de XFINITY® TV

Ofertas para nuevos clientes en Washington, DC 20008 | ¿No es tu ubicación? [Cambiar ubicación](#) | ¿Ya eres cliente? [Ve las ofertas](#)

PAQUETE	CANALES	INTERNET	DETALLES	PRECIO
Internet Plus Entérate más	10+ Ver listado de canales	Hasta 25 Mbps de velocidad de descarga	Transmite HBO® en vivo con la XFINITY TV App	\$44 ⁹⁹ /mes los primeros 12 meses Agregar a la cesta <small>Precios y otra información</small>
Internet Pro Plus con HBO® Entérate más	45+ Ver listado de canales	Hasta 75 Mbps de velocidad de descarga	Tarjeta Visa® prepagada de \$50 Disfruta de HBO® con la XFINITY TV App	\$54 ⁹⁹ /mes los primeros 12 meses Agregar a la cesta <small>Precios y otra información</small>
Internet Pro Plus con Showtime® Entérate más	45+ Ver listado de canales	Hasta 75 Mbps de velocidad de descarga	Tarjeta Visa® prepagada de \$50 Showtime® incluido	\$54 ⁹⁹ /mes los primeros 12 meses Agregar a la cesta <small>Precios y otra información</small>

Fuente: Página web de la empresa

Elaboración: OSIPTEL



Por otro lado, al 2015, Verizon ofrecía planes por US\$ 55, un promedio de 35 canales básicos y dos paquetes de canales temáticos (con un promedio de 12 canales por paquete): deportes, entretenimiento, infantil, noticias, entre otros. Asimismo, existía la posibilidad de adquirir paquetes temáticos adicionales por US\$ 10 cada uno. Sin embargo, a marzo de 2016, la empresa ha reducido las opciones para armar paquetes a medida. En tal sentido, sólo existen dos opciones denominadas CUSTOM TV Essentials y CUSTOM TV Sports & More (ambas por un valor de US\$ 65 con una cantidad de canales aproximadamente de 78 y 60, respectivamente).

En conclusión, si bien no existe una regulación respecto al desempaquetamiento de canales o la oferta de un paquete básico como ocurre en Canadá o India, algunos operadores en este mercado ofertan canales a la carta²⁶ (Verizon) o paquete básicos (Xfinity) para poder acceder a una mayor parte de la demanda del mercado.

3.2.2 Uruguay

Al 2016, Uruguay no cuenta con un marco normativo referido a la provisión de canales a la carta o paquetes básicos. No obstante, se observa que algunos operadores han desagregado contenido, ofreciendo paquetes básicos y/o paquetes temáticos. Asimismo, la programación referida al fútbol uruguayo, se encuentra disponible a través del “Canal del Fútbol” en los principales operadores de TV de Paga como un canal adicional²⁷. En tal sentido, los consumidores pueden optar por incluir o no este canal dentro de su paquete.

Oferta Comercial

A mayo de 2016, la empresa operadora de cable TCC presenta una oferta comercial que permite al consumidor adquirir un único paquete básico y diseñar su propio plan de TV de Paga, agregando al paquete básico, cuya tarifa mensual es de US\$ 33.1, uno o más paquetes temáticos²⁸. Lo anterior, le permite al consumidor poder adquirir únicamente aquellos paquetes temáticos que desee contratar, según sus preferencias y/o necesidades (ver Gráfico N° 16 y Gráfico N° 17).

²⁶ Los canales comercializados son: HBO, Showtime, Starz, Cinemax, Epix, Center Ice, League Pass, MBL y Direct Kick.

²⁷ La empresa Tenfield posee los derechos de transmisión del fútbol uruguayo. Esta empresa es una productora audiovisual dedicada a la transmisión de eventos, especialmente deportivos a través del canal VTV Uruguay. Al ser un canal independiente de los operadores de TV Paga, este canal puede ser adquirido por cualquier operador y un usuario debe adquirir dicho canal de forma adicional al paquete contratado por el hogar.

²⁸ TCC ofrece a sus usuarios 6 grupos temáticos (familia, culturales, deportes, películas y series, noticias y adultos). Dentro de cada grupo se puede encontrar pequeñas subdivisiones para que sea más accesible para el usuario. En los grupos temáticos se encuentran canales SD y HD.




Gráfico N° 16: Paquete de TV de Paga

BASICO TCC



70 Señales Plan Básico Digital

+



50 Señales de audio

Disfruta los 2 primeros meses sin costo.

Básico Digital con 70 señales con géneros como deportes, películas, música, culturales, internacionales, noticias, series, variedades, nacionales, señales exclusivas + 50 señales de audio.

\$1040

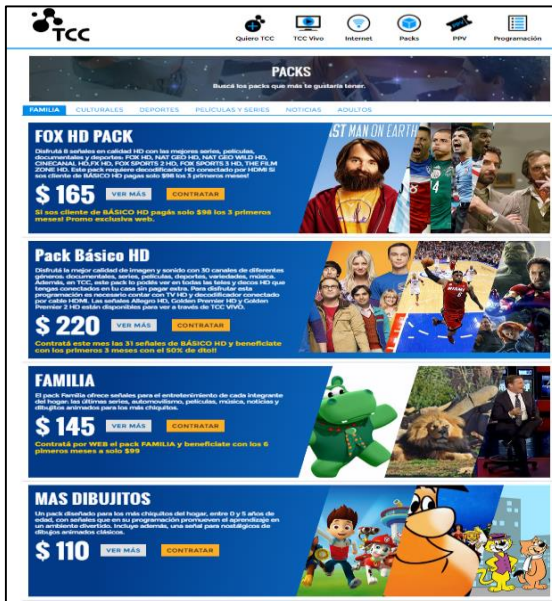
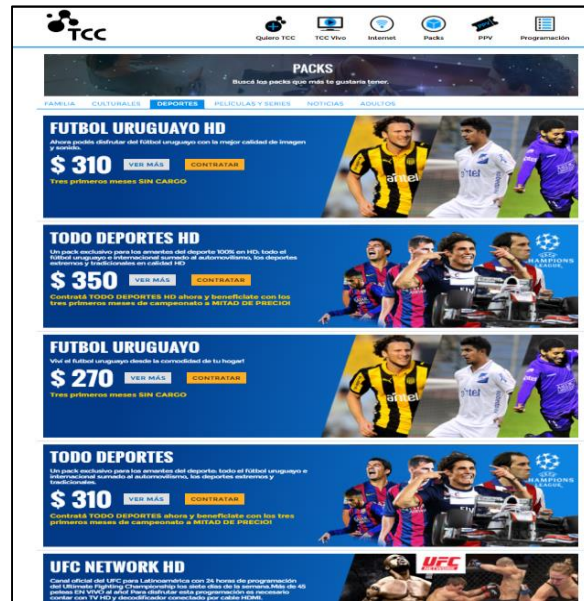
CONTRATAR

POR MES
PRECIO FINAL

Fuente: Páginas web de las empresas

Elaboración: OSIPTEL

Gráfico N° 17: Oferta de TV de Paga

Fuente: Páginas web de las empresas

Elaboración: OSIPTEL

Por su parte, en el Gráfico N° 18 se puede observar que las empresas Nuevo Siglo y DIRECTV ofrecen paquetes temáticos, así como la posibilidad de contratar el “Canal del Fútbol” de forma independiente del paquete contratado. Estos paquetes se comercializan desde los US\$ 7.8 en el caso de Nuevo Siglo y desde US\$ 8.6 en el caso de DIRECTV.



Gráfico N° 18: Oferta de TV de Paga

Nuevo Siglo

DIRECTV

PAQUETES DIGITALES
La oferta más completa de paquetes adicionales con canales de prestigio a tu disposición. Una oferta enorme de entretenimiento.

HBO MAX HD	HBO HD max plus	Con todas las señales de la cadena HBO de este paquete puedes disfrutar de series originales y películas con su audio ori...	\$ 355
PACK KIDS	NICK JR Disney JUNIOR	Diseñado especialmente para bebés y niños de todas las edades. Un paquete que mezcla entretenimiento, diversión, animación y contenido para acompañar a los más chicos en su desarrollo.	\$ 99
MULTIPACK	ESPN2 Syfy Starz Bloomberg	Un paquete con la combinación perfecta de las mejores señales. Apoyando un balance muy completo de programación para toda la familia. La más variada programación: deportes, series, infantiles, internacionales, musicales, animés y contenidos exclusivos.	\$ 189
CAMPEONATO URUGUAYO	T5	Deñal que emite la actividad del campeonato local de fútbol. Los tres partidos más destacados de cada semana. Comentarios y cartas de audio e imágenes digitales.	\$ 270
FÚTBOL PLUS	T5 PFC	Lo más destacado fútbol local y brasileño reunidos en un solo paquete con cartas de audio e imágenes digital.	\$ 415

Fuente: Páginas web de las empresas

Paquetes Premium Deportes

NFL SUNDAY TICKET™ 8 Señales	Lo mejor del fútbol americano de la NFL en canales dedicados.	\$748 MENSUALES
MLB™ 2 Señales	Lo mejor de las Ligas Mayores de Béisbol Americano.	\$327 6 cuotas mensuales (Temporada Completa)
Pack Fútbol 1 Señal	Vivi lo mejor del Fútbol Uruguayo.	\$245 MENSUALES
NBA League Pass 2 Canales	El mejor basquet del mundo con partidos online.	\$478 MENSUALES

Elaboración: OSIPTEL

3.2.3 Chile

Oferta Comercial

El sector de TV de Paga en Chile no cuenta con un marco normativo referido a la provisión de canales a la carta o paquetes básicos. No obstante, a marzo de 2016, algunos operadores de TV de Paga ofrecen canales deportivos (bloque Fox Sports) como parte de su bloques de sus canales Premium (HBO y FOX+ principalmente) de tal forma que los consumidores pueden elegir adquirirlos o no adquirirlos según sus preferencias.

Gráfico N° 19: Oferta de TV de Paga

DIRECTV

VTR

FOX Sports + \$ 8.990 MENSUALES
Nuevo paquete de Fox Sports con 24 horas de deporte al mejor nivel y acceso a Fox Sports Play

Descripción

- Los grandes torneos europeos y sudamericanos
- Copa Sudamericana, Copa Libertadores, fútbol argentino
- Deportes extremos, Fórmula E, NASCAR Rally

Canales (HBO) (FOX) (FOX+)

CDF PREMIUM \$ 6.300 MENSUALES
Lo mejor del fútbol chileno.

Descripción

- Todo el campeonato nacional
- Transmisiones en vivo y directo
- Los mejores comentarios de expertos en fútbol

Canales CDF.

Premium y Adicionales

CDF Premium + HD (2 canales) Mensuales \$10.990	FOX Sports+ (5 canales) Mensuales \$8.990	Super FOX+ (14 canales) Mensuales \$11.990
HBO Max On Demand (11 canales) Mensuales \$7.490	Pack Adulto (5 canales) Mensuales \$7.490	Mini FOX+ (5 canales) Mensuales \$6.990

Movistar

Planes Canales Premium Programación

CDF HD
Sigue cada detalle del fútbol nacional con la completa cobertura de los partidos de Primera A y Primera B.
Incluye Canal HD CDF HD
Incluye Canal Estándar CDF HD
\$9.990/mes Activar

Fox Sports
La emoción de las copas Libertadores y Sudamericana en alta definición.
Incluye Canales HD FOX HD
Incluye Canales Estándar FOX HD
\$8.990/mes Activar

Fuente: Páginas web de las empresas

Claro

Televisión pensada en tu familia Tienes un Plan de TV ¡aumenta tu entretenimiento!

Plan Avanzado
Diviértete con toda la programación que tenemos para ti a un precio increíble.
Por sólo \$23.990 Solicitar

Plan Superior
Deléitate con la más variada programación para llenar de entretenimiento tu televisor.
Por sólo \$28.990 Solicitar

Pack FOX+
Sumérgete en toda la acción, aventura o drama viendo tus películas favoritas.
Por sólo \$5.990 Solicitar

CDF Premium
Emociónate con los mejores eventos deportivos chilenos más importantes del último tiempo.
Por sólo \$6.990 Solicitar

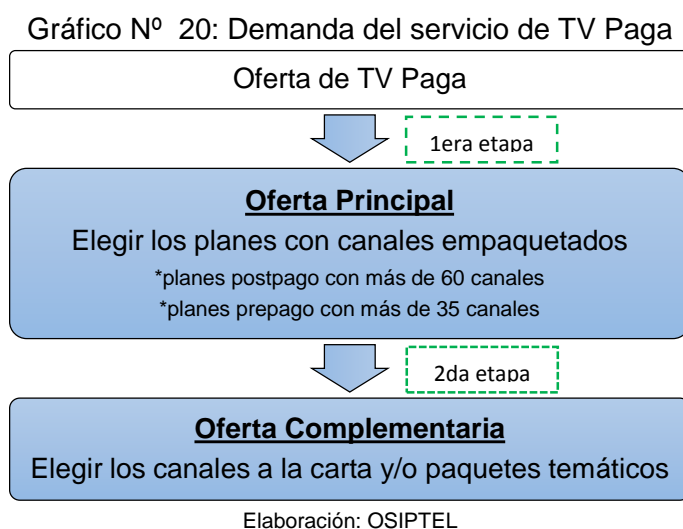
Elaboración: OSIPTEL

En síntesis, la experiencia internacional recopilada muestra que la “oferta de canales a la carta” u “oferta desempaquetada” ya se viene aplicando por obligación regulatoria (Canadá e India) o de manera voluntaria a partir de la oferta comercial (Uruguay, Chile entre otros) sin que esto haya afectado negativamente el desenvolvimiento del mercado de TV de Paga.



4. Experiencia Nacional

A julio de 2016, la oferta comercial de TV Paga estaba compuesta por una oferta principal de planes con canales empaquetados y una oferta complementaria de canales a la carta y/o paquetes temáticos como se puede observar en el Gráfico N° 20. Al respecto, los hogares que adquieren este servicio toman su decisión en dos etapas, primero deciden el plan a adquirir en función de sus preferencias y de la tarifa del plan y posteriormente deciden la adquisición de canales y/o paquetes Premium²⁹ que complementen la oferta principal.



A continuación se desarrollan ambos tipos de ofertas disponibles y posteriormente se evalúa las preferencias de los hogares que contratan el servicio de TV Paga.

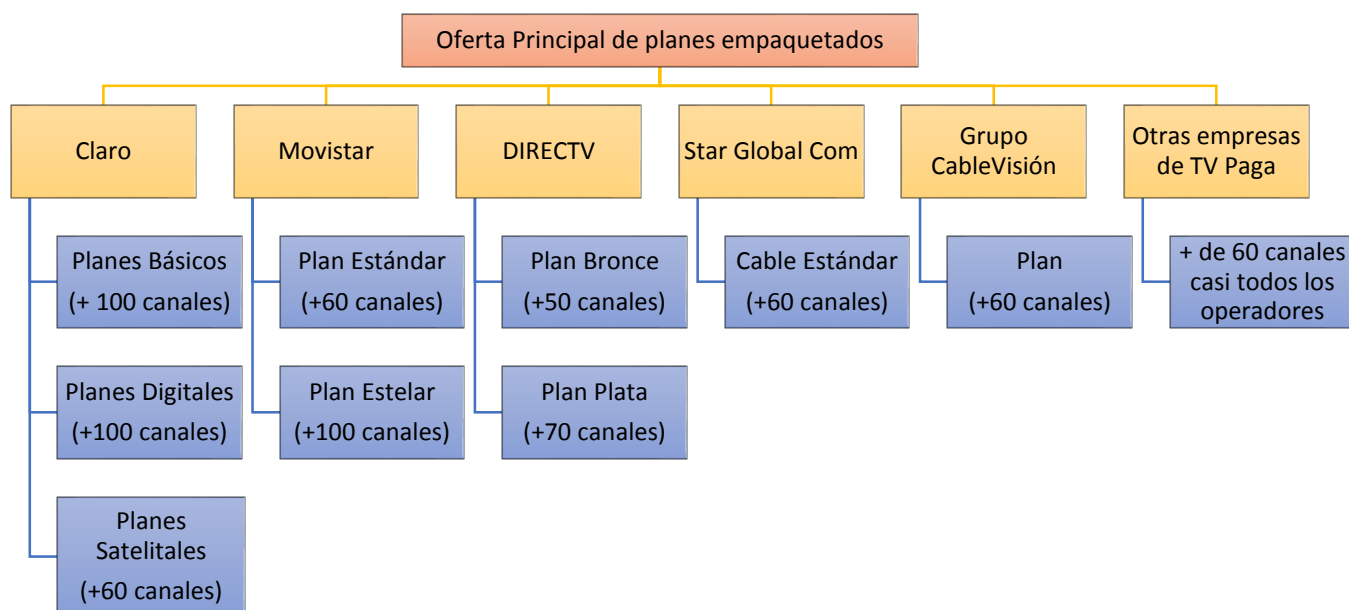
4.1 Oferta Comercial

a. Oferta Comercial Principal

A julio de 2016, el mercado de TV Paga en Perú presentó una oferta comercial basada en planes con canales empaquetados cuya tarifa promedio se encontró entre S/. 50.00 y S/. 220.00 para las conexiones alámbricas y entre S/. 49.00 y S/. 208.00 para las conexiones inalámbricas. Al respecto, los planes incluidos dentro de esta oferta por los diferentes operadores de TV Paga, principalmente planes postpago, ofrecen un mínimo de 60 canales en la mayoría de los casos como se puede apreciar en el Gráfico N° 21.

²⁹ Se denomina canales Premium a aquellos que pueden ser adquiridos pagando un monto mensual adicional a los paquetes ofertados por los operadores de TV Paga. En otras palabras, estos canales no pueden ser adquiridos sin contratar previamente un paquete de canales ofertados por los operadores.

Gráfico N° 21: Muestra de planes postpago y número de canales ofrecidos por las principales empresas



Fuente: Páginas web de las empresas

Elaboración: OSIPTEL

Nota: Se consideran los planes de menor renta mensual dado que estos ofrecen la menor cantidad de canales al usuario.

Este número de canales se ha venido incrementando de forma sostenida en los últimos años³⁰, a la par que se han incrementado las tarifas del servicio. Esto último habría elevado la brecha entre las tarifas del servicio formal y del informal.

Algunas empresas de TV Paga han tratado de compensar los incrementos en las tarifas del servicio con incrementos en el número de canales incluidos (tanto en señal estándar como en alta definición), un mayor número de decodificadores disponibles para contratar o alguna otra característica dentro de los planes como se puede apreciar en el Cuadro N° 7.

Cuadro N° 7: Muestra de planes con incrementos de tarifas y variación en las características de los planes

Plan	Canales en señal estándar	Máximo de decodificadores posibles de contratar	Tarifa mensual (S/)	Fecha de vigencia
Hogar Básico	96 canales	-	79.00	02/04/2015
Hogar Básico	100 canales	-	85.00	01/06/2016

Plan	Canales en señal estándar	Máximo de decodificadores posibles de contratar	Tarifa mensual (S/)	Fecha de vigencia
Oro Lima	+140 canales	3 decodificadores	113.00	14/04/2014
Oro Lima	+140 canales	5 decodificadores	118.00	21/05/2015

Fuente: Sistema de Información y Registros de Tarifas (SIRT) Elaboración: OSIPTEL

³⁰ Mayor detalle ver <http://goo.gl/kgBKlm>

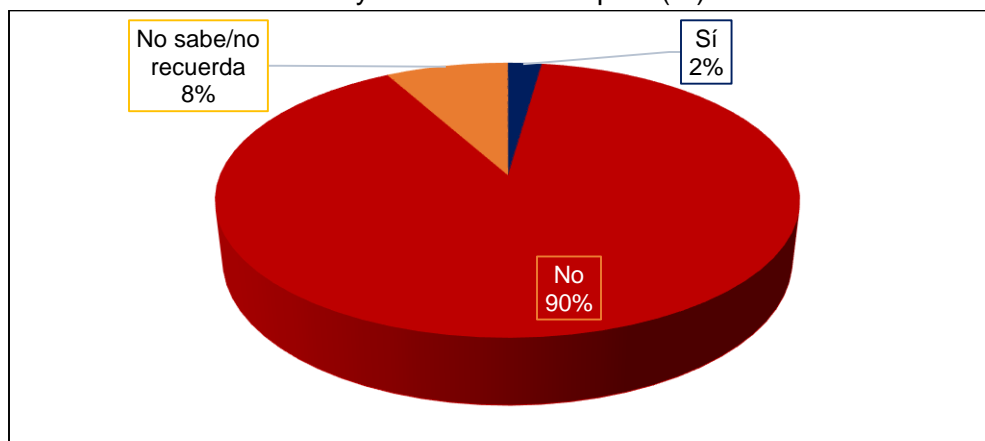
No obstante, como se verá más adelante, los hogares no tendrían una preferencia por un mayor número de canales dado que con la actual cantidad de canales incluidos dentro de los planes estos no alcanzan a ver ni el 25% de la programación ofrecida.

b. Oferta Comercial Complementaria

Una vez que los hogares deciden contratar el servicio de TV Paga, ellos deben decidir si optarán por algún servicio adicional para complementar el suyo. Respecto de la demanda de canales a la carta y/o paquetes temáticos, se puede apreciar en el Gráfico N° 22 que la actual oferta de planes con canales empaquetados no habría generado incentivos para que los hogares complementen su servicio de TV Paga ya que en aproximadamente 8 años³¹ transcurridos desde la comercialización de la oferta complementaria son pocos los hogares que los han adquiridos.

Esto se explicaría en parte a que las tarifas son percibidas como elevadas. Por tanto, aquellos hogares que adquieran canales a la carta y/o paquetes temáticos verían incrementada la tarifa final del servicio, lo cual podría estar desalentando la adquisición de esta oferta complementaria.

Gráfico N° 22: Hogares que contratan canales adicionales aparte de los canales ya incluidos en su plan (%) – 2015 -



Fuente: ERESTEL

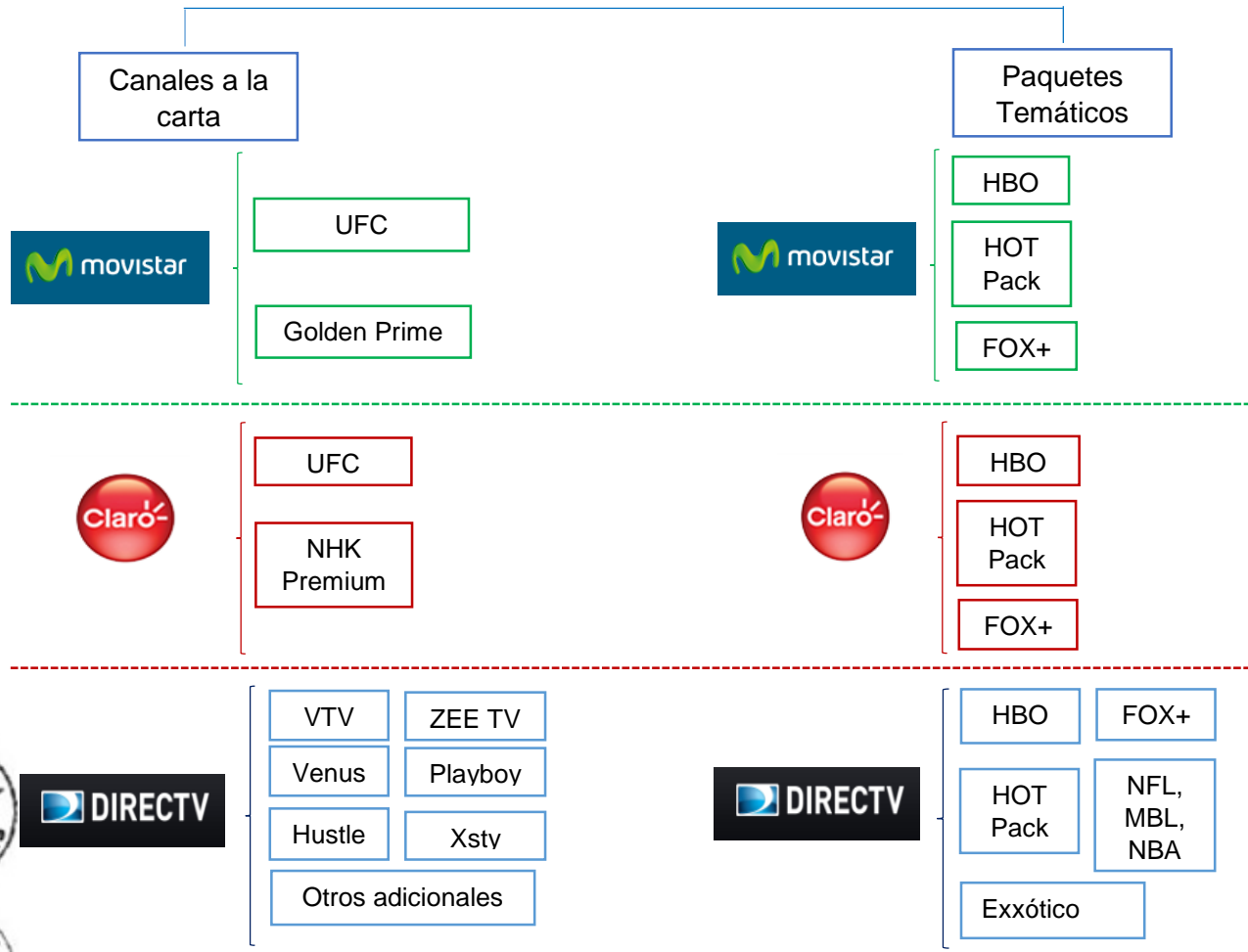
Elaboración: OSIPTEL

Respecto a la oferta complementaria, ésta presenta un limitado número de “canales a la carta” y/o “paquetes temáticos”, como se puede observar en el Gráfico N° 23. Esta se

³¹ Las principales empresas viene ofreciendo canales a la carta y/o paquetes temáticos desde 2008 aproximadamente.

compone principalmente por canales para adultos, los paquetes FOX+ y HBO; y la temporada completa de algún deporte (NFL, NBA LEAGUE PASS, entre otros).

Gráfico N° 23: Oferta complementaria al servicio de TV Paga: “Canales a la carta” y “Paquetes Temáticos” para las principales empresas



Fuente: Páginas web de las empresas

Elaboración: OSIPTEL

4.2 Preferencias de los hogares sobre la TV Paga

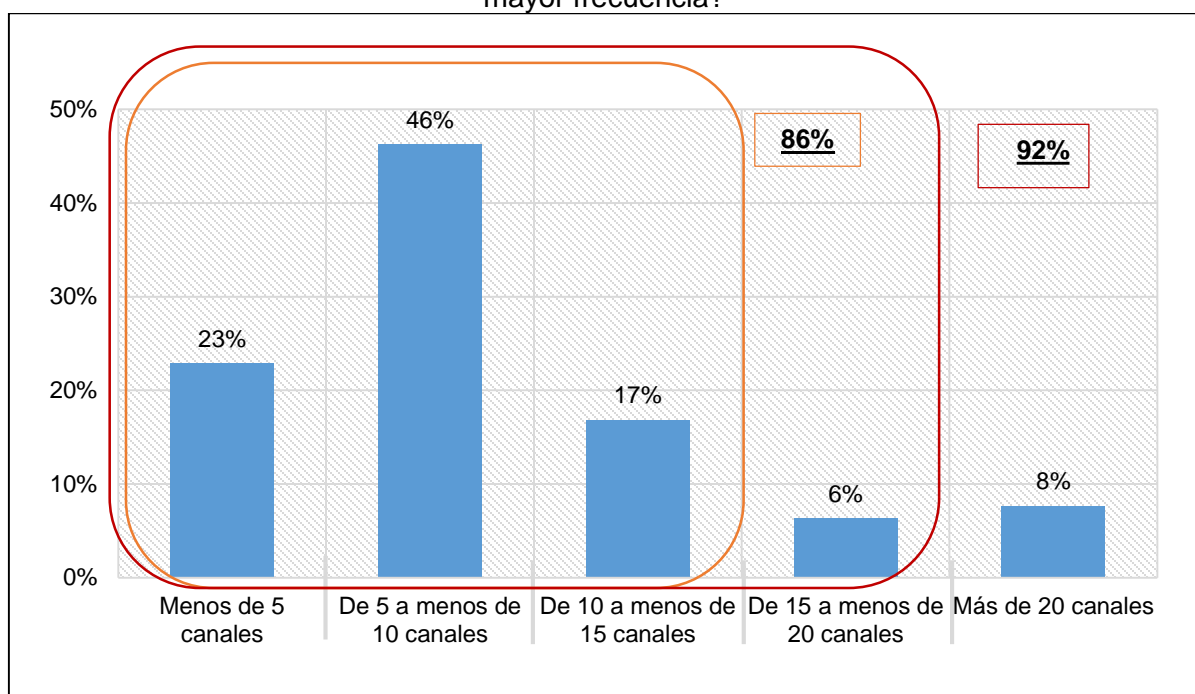
Los hogares que adquieren el servicio de TV Paga cuentan por lo general con una mayor preferencia por un determinado conjunto de canales o contenidos audiovisuales, los cuales pueden estar incluidos o no dentro de los planes ofrecidos por las empresas. No obstante, se pueden encontrar hogares que prefieran todos los contenidos incluidos dentro del plan.

La preferencia por únicamente algunos canales respecto del total ofrecido en los paquetes de TV Paga, fue una razón para que la oferta de canales se regulara en Canadá y para que

existiera una iniciativa de regulación en los Estados Unidos, tal como fue detallado en la sección 3.

Con el objetivo de corroborar si estas mismas preferencias tenían lugar en el mercado peruano se optó por incluir dentro de la ERESTEL algunas preguntas asociadas al desempaquetamiento de los servicios de TV Paga. Según la ERESTEL, al 2015, el 86% de los encuestados señaló que ve con mayor frecuencia menos de 15 canales del total contratado y el 92% señaló que ve con mayor frecuencia menos de 20 canales. Por otro lado, un poco menos del 50% de los hogares declaró tener entre 5 y 9 canales como los que visualiza con mayor frecuencia (ver Gráfico N° 24).

Gráfico N° 24: Hogares con TV Paga ¿Cuántos canales contratados ven con mayor frecuencia?



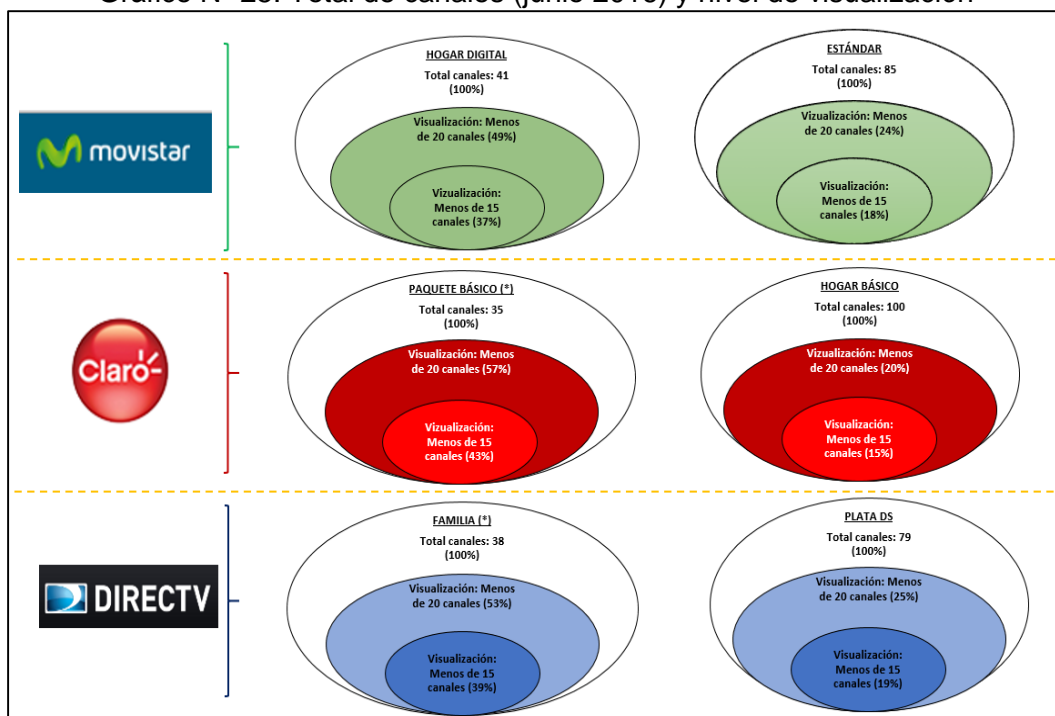
Fuente: ERESTEL

Elaboración: OSIPTEL

Al respecto, en el Gráfico N° 25 se considera el total de canales ofrecidos por las principales empresas dentro de sus planes postpago Estándar (Movistar), Hogar Básico (Claro) y Plata SD (DIRECTV) y el número de canales que los hogares ven con mayor frecuencia. Los hogares que suelen ver menos de 15 canales (86% de los hogares encuestados) sólo verían, en promedio, el 17% del total de canales con los que cuentan en su paquete. Por su parte, los hogares que acostumbran ver menos de 20 canales (92% de los hogares encuestados) sólo verían, en promedio, el 23% del total de canales ofrecidos.



Gráfico N° 25: Total de canales (junio 2016) y nivel de visualización



Fuente: Páginas webs de las empresas y ERETEL

Elaboración: OSIPTEL

Nota:

(*) Planes con restricciones respecto al número máximo de decodificadores y al número de canales. En Claro y DIRECTV corresponden a planes prepago.

La tasa de visualización de los canales incluidos en los planes no alcanzaría el 25% para el 92% de los hogares que cuentan con el servicio de TV Paga. Es decir, durante el 2015 el 92% los hogares peruanos que contaron con el servicio de TV Paga habrían estado pagando por un 77% de contenido que no visualizan o no desean. Adicionalmente, debe considerarse que dentro de estos canales preferidos por los usuarios podrían encontrarse canales de televisión abierta, a los cuales se puede acceder sin necesidad de contar con un servicio de TV Paga.

El reducido nivel de visualización respecto del total de canales contratados por los hogares de TV Paga explicaría, en parte, por qué los hogares consideran que las tarifas del servicio son muy altas, que es a su vez la principal razón para no contratar el servicio o, en su defecto, para contratarlo de manera informal.

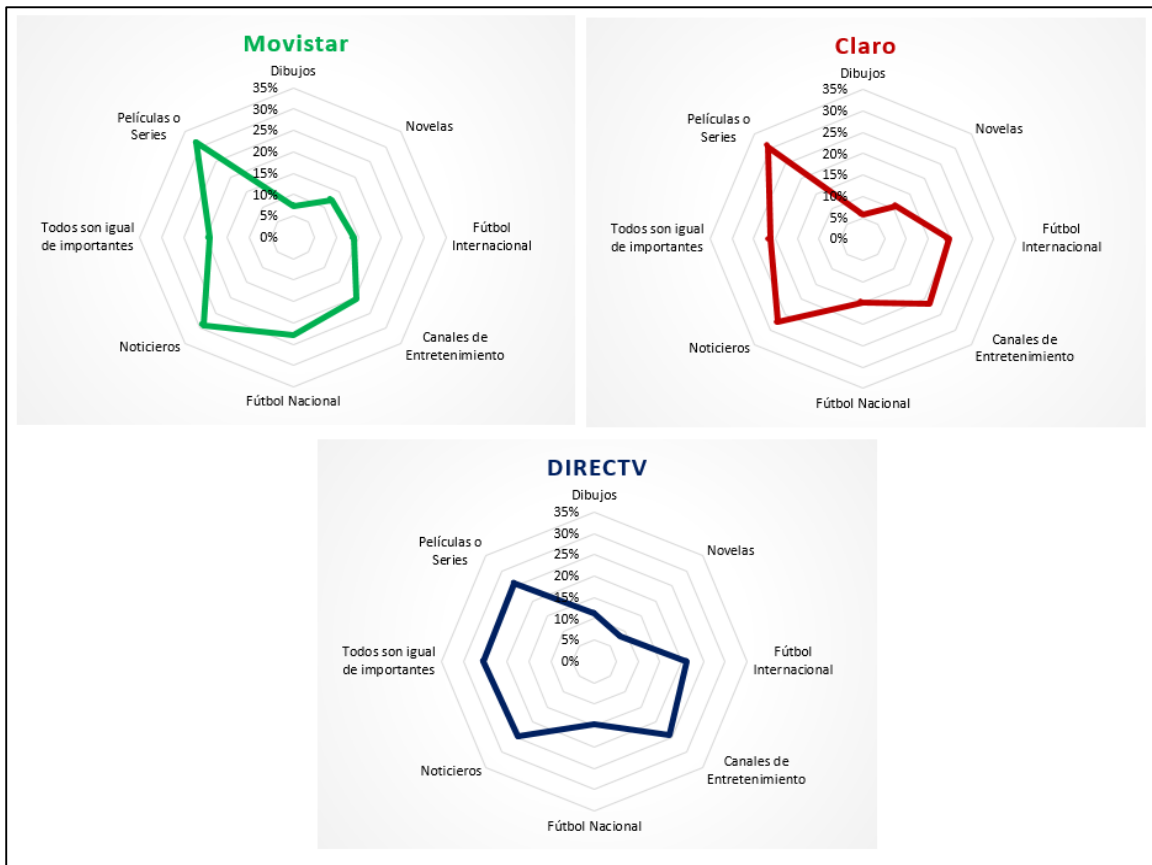
Considerando que existe un segmento importante de hogares que prefieren unos pocos canales y, a su vez, la necesidad de reducir precios para incentivar a que los usuarios accedan a servicios formales de TV Paga, se debería evaluar la posibilidad de implementar un esquema de “canales a la carta” u “oferta desempaquetada” ya sea por decisión propia



de las empresas como una estrategia comercial que incrementaría el número de suscriptores al servicio o por decisión del regulador.

Respecto a las preferencias de los hogares, se puede observar en el Gráfico N° 26 que estos tienen una alta preferencia por un determinado conjunto de contenidos como son “Películas o Series”, “Noticias” y “Fútbol Nacional”.

Gráfico N° 26: Preferencias de los hogares por canales o programación ofrecida por su actual operador, ¿Cuál es el más importante para su hogar? – 2015 -



Fuente: ERESTEL

Elaboración: OSIPTEL

Nota:

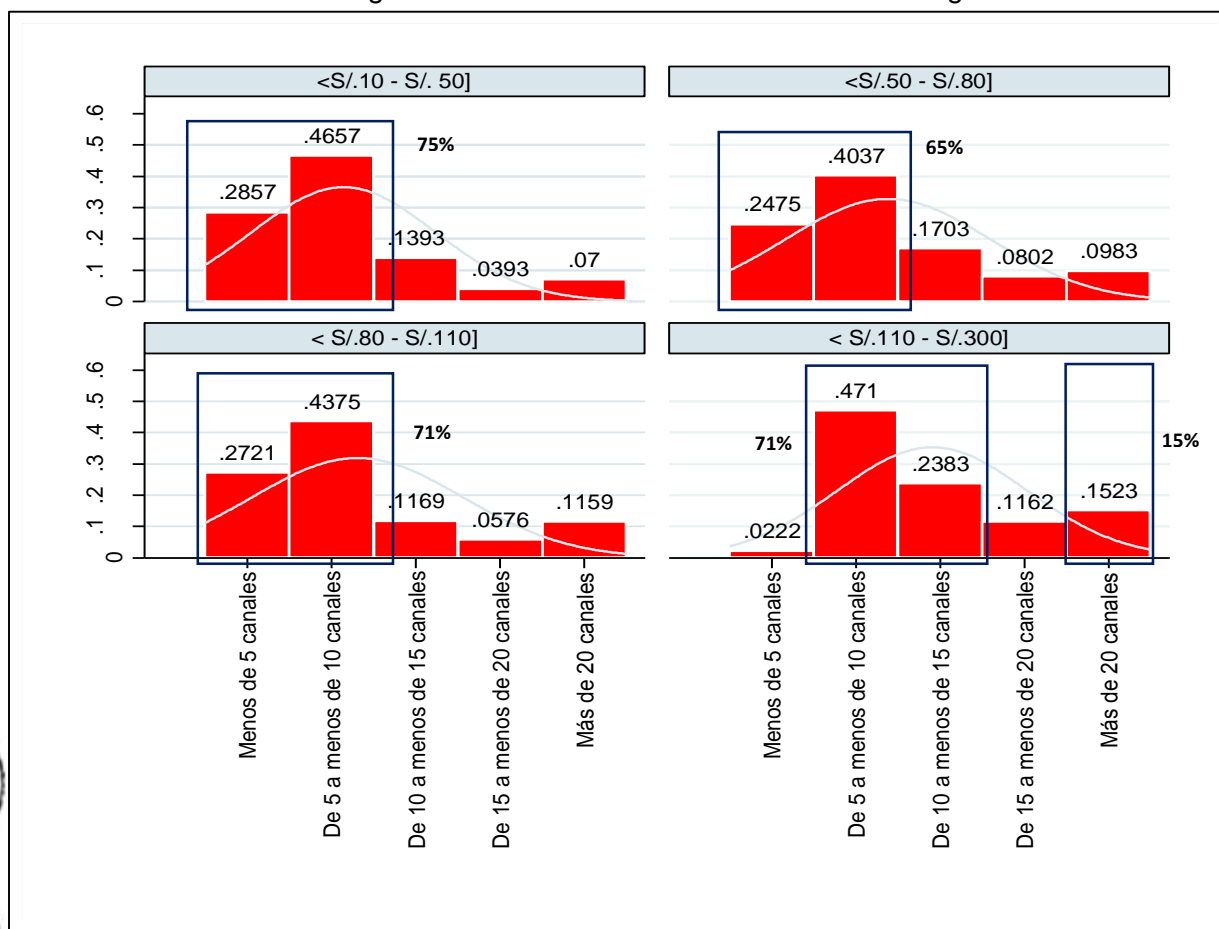
- Las categorías temáticas incluyen el contenido ofrecido por los operadores en señal abierta (América Televisión, Latina Televisión, Andina de Televisión (ATV) entre otros) y no solamente por los operadores de TV Paga. Lo anterior podría estar sobreestimando las preferencias de los usuarios por una determinada categoría.

Del gráfico anterior se puede observar que existiría un grupo de contenidos que son poco valorados por los hogares y que al estar incluidos dentro de los planes ofrecidos por las empresas de TV Paga estarían incrementando la tarifa del servicio. En tal sentido, una “oferta a la carta” permitiría que los hogares con baja disposición a pagar puedan acceder al servicio y complementar el mismo con canales y/o paquetes temáticos si lo consideran necesario.



Respecto al gasto en TV Paga por canales visualizados, en el Gráfico N° 27 se puede apreciar que, en promedio, el 70% de los hogares que gastan menos de S/.110 ve con mayor frecuencia menos de 10 canales y sólo para niveles de gasto mayores a S/. 110 habría un 70% de hogares que ven menos de 15 canales.

Gráfico N° 27: Hogares con TV Paga ¿Cuántos canales contratados ven con mayor frecuencia? Según Nivel de Gasto³² en el servicio de TV Paga – 2015-



Fuente: ERESTEL

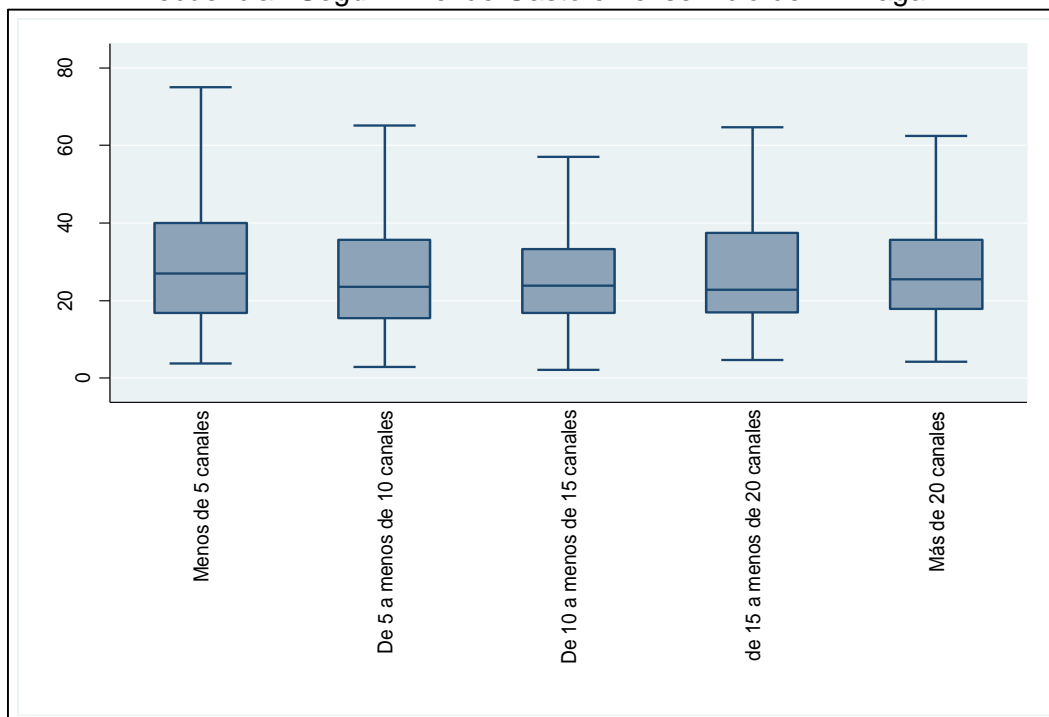
Elaboración: OSIPTEL

Por otro lado, en el Gráfico N° 28 se observa que el gasto en el servicio de TV Paga representa aproximadamente entre el 20% y el 40% del gasto en telecomunicaciones que realizan los hogares. Sin embargo, para los hogares que ven menos de 5 canales este gasto es más alto que para los hogares que ven menos de 10 canales dado que ambos tendrían la misma tarifa pero los hogares del primer grupo estarían haciendo un menor uso de los contenidos que los hogares del segundo grupo. Lo anterior se cumpliría para cada rango de canales visualizados y su rango superior.

³² Se considera los hogares que informaron su nivel de gasto con y sin recibo del servicio.



Gráfico N° 28: Hogares con TV Paga ¿Cuántos canales contratados ven con mayor frecuencia? Según Nivel de Gasto en el servicio de TV Paga



Fuente: ERETEL

Elaboración: OSIPTEL



5. Conclusiones

- No se ha observado que la implementación de una “oferta a la carta” haya afectado negativamente el desarrollo del mercado de TV Paga en los países que los cuales se ha llevado a cabo (Uruguay, Chile, Canadá e India).
- En los países donde se ha implementado este tipo de oferta, ya sea por medidas regulatorias y/o por medidas propias del mercado, se ha implementado un *Paquete Básico*. A partir de este *Paquete Básico* se pueden ir sumando canales a la carta y/o paquetes temáticos.
- La implementación de un *Paquete Básico* a través de medidas regulatorias ha generado una oposición por parte de los operadores de TV Paga. Estos han utilizado estrategias (no incluir ofertas sobre los decodificadores, no ofrecer descuentos en la instalación entre otros) para hacer poco atractiva la adquisición del paquete por parte de los hogares.
- En Perú, al 2015, el promedio de canales ofrecido por las principales empresas de TV Paga (Movistar, DIRECTV y Claro) era de 88 canales. En base a lo anterior y considerando la información de la ERESTEL, al 2015, respecto de visualización de canales por parte de los hogares se tiene lo siguiente:

- El 86% de los hogares que acceden al servicio de TV Paga mira menos de 15 canales lo cual en promedio representa el 17% de los canales incluidos en los paquetes comercializados por las principales empresas.
- El 92% de los hogares que acceden al servicio de TV Paga mira menos de 20 canales, lo cual en promedio representa el 23% de los canales que incluyen los paquetes comercializados por las principales empresas. Es decir, en promedio, el 92% de los usuarios que acceden a la TV Paga se encuentran pagando por un 77% de contenido que no consumen.

- Lo anterior mostraría que existiría un margen para que los operadores de TV Paga puedan reducir precios a través de una oferta comercial que considere un menor número de canales. Esto podría permitir que una mayor parte de los hogares accedan al servicio y abandonen la informalidad, pues la principal razón para no para acceder al servicio de TV Paga son las “altas tarifas”.

