



¡Mamá, en todos los canales se ve la misma imagen!...

CONTRIBUYENTES  
Por RESPETO

Asociación de Contribuyentes del Perú

Ay, hijito, con tanto pirata la señal es tan débil que el cable solo nos sirve para tender ropa...

## COSTO Y BENEFICIO N°08

Boletín editado por Contribuyentes Por RESPETO - Asociación de Contribuyentes del Perú

# INTRODUCCIÓN

Hoy en día más de 2 millones 700 mil hogares en el Perú tiene televisión pagada. Pero es muy probable que hoy día, la mitad de esos usuarios sea informal o tenga una conexión informal. Es decir, más de 1 millón 300 mil hogares no pagarían lo que realmente deberían pagar por el servicio.

Es común escuchar a nuestras autoridades pregonar la expansión de los servicios de telecomunicaciones en el país, pero pocas veces las escuchamos preguntarse por la informalidad que forma parte de esta expansión. ¿Solo importa la mayor penetración del servicio, y no importa cómo?

**Contribuyentes Por Respeto** dedica su **Boletín Costo y Beneficio N° 8** al ¿cómo? y al ¿por qué?: ¿Cómo viene creciendo la penetración de la televisión de paga en el Perú?, ¿por qué nuestros niveles de cobertura y penetración aún son bajos comparados con otros países de la región?, ¿por qué nuestros precios por acceder a este servicio aún están entre los más caros de la región?

Hay un común denominador a la respuesta a estas preguntas: La Informalidad. La informalidad no es la única variable explicativa, pero sí una de las más importantes al momento de entender las razones por las que nuestro servicio de televisión de paga dista mucho del óptimo de acceso (en cobertura y precio) que quisiéramos.

A través de análisis estadísticos y econométricos, **Contribuyentes Por Respeto** indaga y encuentra que la informalidad afecta directamente la expansión del servicio formal de televisión pagada (los informales quitan mercado a los formales) y, con ello, también afecta indirectamente la disponibilidad de este servicio para un mayor número de personas y a un menor precio.

Dada esta realidad, también efectuamos propuestas de mejora regulatoria, de fiscalización, de sensibilización y educación, y de adaptación para los propios operadores de cable, que permitan hacer frente a un problema creciente y que puede poner en riesgo el futuro del servicio en el país.

Si una moraleja nos puede dejar este estudio es que los "roba-cables" no solamente roban cable e ingresos a los operadores, y tributos al fisco, sino principalmente la oportunidad de acceder al servicio a los propios usuarios formales.

## EN ESTE NÚMERO

TELEVISIÓN PAGA:  
INFORMALIDAD QUE REDUCE  
EL ACCESO SERVICIO 3

Diagnóstico 3

Los Piratas 3

Más es menos: El problema de  
la informalidad 5

A mayor Informalidad, menor  
cobertura 6

La experiencia de los  
países vecinos 9

Recomendaciones 10

**CONTRIBUYENTES  
Por RESPETO**

Asociación de Contribuyentes del Perú

**Año 3, N°08 - Agosto 2014**

Boletín editado por la Asociación  
de Contribuyentes del Perú  
Contribuyentes Por Respeto

Editor  
Andrés Calderón L.

Director Ejecutivo  
Fernando Cáceres F.

Investigadores  
Andrés Gatty  
Julio Morales

Diagramación  
MagooBTL

# TELEVISIÓN PAGA: INFORMALIDAD QUE REDUCE EL ACCESO AL SERVICIO

## I. Diagnóstico

### Más cobertura, pero también más informales

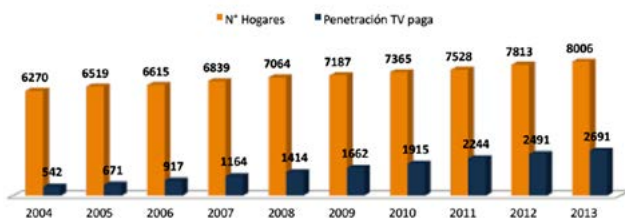
El servicio de televisión de paga, como se sabe, es un servicio público de telecomunicaciones que permite a las personas acceder a señales televisivas a través de un determinado pago que se realiza a las compañías operadoras del servicio (por ejemplo, televisión por cable o televisión paga satelital). Este pago, a su vez, permite retribuir el pago que estas compañías realizan a los titulares de los contenidos televisivos que se incluyen en su programación o parrilla, esto es, a las compañías programadoras o productores (nacionales o internacionales) de estos contenidos.

La televisión de paga permite el acceso a las personas a un gran número de contenidos. La televisión además de fomentar la identidad nacional (algo que se podría pregonar principalmente de las señales locales de televisión abierta), permite a las personas acceder a noticias nacionales e internacionales, brindar cultura y educación a las personas, entretenimiento y, finalmente, es un mecanismo de expresión e identificación de las personas.

Como un efecto natural del crecimiento económico del país, la televisión de paga se ha ido expandiendo en el Perú. Hay un número mayor de operadores de televisión de paga que llegan a un mayor número de localidades. La mayor oferta y demanda del servicio también tiene un efecto natural en la mayor diversidad y número de las ofertas de programación de las compañías operadoras.

El gráfico 1 pone en perspectiva la cantidad de hogares en el Perú y la evolución de la penetración de tv paga, entendida esta como el número de hogares que cuentan con este servicio. Este gráfico muestra pues un incremento sostenido de la penetración del servicio.

**Gráfico 1**  
**Penetración TV Paga, 2004-2013 (en miles)**

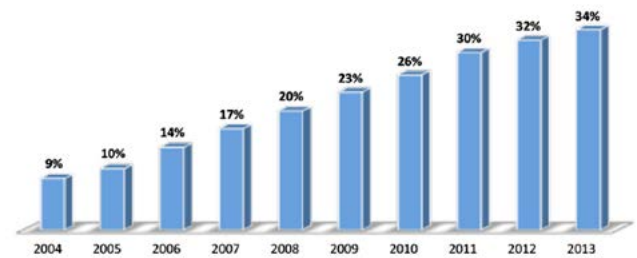


Fuente: INEI, OSIPTEL

Elaboración: Contribuyentes Por Respeto

El porcentaje de penetración –entendido como el número de hogares que cuentan con televisión paga respecto del total de hogares en el país– ha ido creciendo sostenidamente año tras año. Así, mientras en el 2004 teníamos un porcentaje de penetración del 9%, al 2013 ya el 34% de la población contaba con el servicio.

**Gráfico 2**  
**Penetración TV Paga, 2004-2013 (en porcentajes)**



Fuente: INEI, OSIPTEL

Elaboración: Contribuyentes Por Respeto

El crecimiento de la penetración de la TV paga en el Perú podría parecer auspicioso si es que no se tiene en consideración la dimensión completa de este servicio y para ello es necesario tener en consideración también a la TV de paga "informal", es decir, aquella que no es provista por operadores que cumplen con el ordenamiento legal.

### Los Piratas

#### ¿Quiénes son los Informales?

La "piratería de señales" puede englobar una serie de actividades ilícitas que tienen por objeto la obtención o recepción de señales televisivas por las cuales no se paga (total o parcialmente). Puede consistir desde una acción individual de un usuario que no paga a la compañía de televisión por cable por la conexión que recibe hasta la retransmisión que una empresa informal realiza de las señales televisivas encriptadas que una compañía operadora distribuye solo a quienes pagan por ellas.

- Una modalidad típica de piratería consiste en el "robo de cable". Se realiza mediante la conexión de splitter (divisores de señal) en el cableado utilizado por las empresas para brindar sus servicios de televisión de paga. En este caso, es necesario pinchar los cables o romper trabas de seguridad.

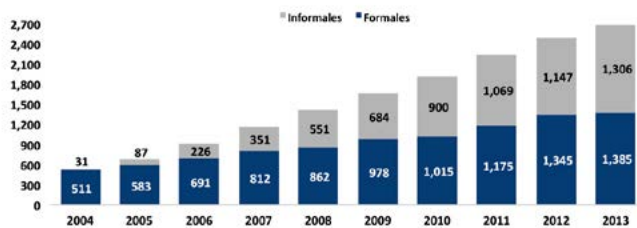
Esta modalidad es generalmente usada a menor escala, o de manera individual, aunque existen empresas informales especialmente dedicadas a dichas labores. Tiene una mayor difusión en aquellas localidades con poca presencia de operadores formales, en los que resulta más difícil monitorear las conexiones individuales de las personas y el "robo de cable".

- Una modalidad que viene proliferándose en el mercado peruano y en Latinoamérica en general consiste en la utilización de equipos receptores Free to Air (FTA) y antenas satelitales, los cuales son sistemas de recepción satelital con los que se pueden ver canales satelitales en señal abierta legalmente. Sin embargo, es posible que estos equipos FTA puedan ser alterados para lograr capacidad técnica para decodificar señales satelitales codificadas mediante la utilización de un software que emula el sistema de acceso condicional del proveedor de TV paga. Una variación de la modalidad anterior se produce cuando estos equipos son alterados para permitir entradas USB que permiten grabar los contenidos captados. En ambos casos, la manipulación y venta de estos equipos se realiza con el objetivo de evitar el pago que haría un abonado a una operadora de TV paga por estas señales codificadas.

- Asociada a la modalidad anterior, existen casos de piratería de señales mediante la utilización de los mismos equipos decodificadores de la empresa operadora. Existen dos variaciones: En la primera de ellas se adquiere normalmente el servicio para tener acceso a los equipos que entrega la operadora durante la instalación, para posteriormente dar de baja al servicio y manipular físicamente el interior del equipo para hacer que los decodificadores dejen de responder a los comandos de los controladores, con lo cual se mantiene el servicio de tv paga como si se estuviera pagando normalmente. En esta modalidad se han detectado también casos de robos de los decodificadores para venderlos, previamente manipulados, con el mismo fin. En la segunda variante, se adquieren los servicios para obtener los equipos decodificadores (en un mercado negro, pues estos equipos decodificadores son robados) y se alteran o manipulan las tarjetas de acceso para contar con el servicio sin pagar.

De 31,000 usuarios o conexiones informales en el país en el 2004 se ha pasado a 1 millón 300 mil usuarios en el 2013. En términos porcentuales, la informalidad representaba el 5.7% de las conexiones totales hacia el 2004, mientras que para el 2013 representaba ya el 48.5% de las conexiones totales. Es decir, casi la mitad de las conexiones totales de televisión paga en el Perú son informales. Casi uno de cada dos peruanos "roba cable" en el Perú.

**Gráfico 3: Conexiones formales e informales en TV paga en el Perú - Periodo 2004 -2013 (en miles)**

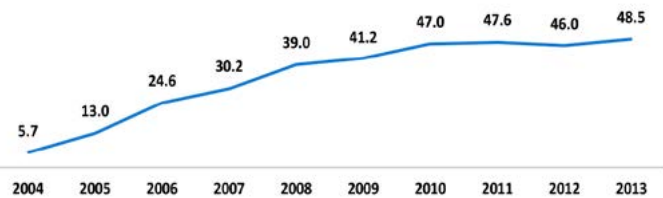


Fuente: INEI, OSIPTEL

Elaboración: Contribuyentes Por Respeto

- **Nota:** El número de informales calculados es la diferencia entre los datos registrados por el INEI (total de hogares que cuentan con tv de paga) y los datos registrados por OSIPTEL (total de conexiones reportadas por las empresas). La diferencia precisamente reflejaría el total de conexiones atendidas por empresas informales o personas que utilizan el servicio sin pagarlo. Se incluyen conexiones a través de cualquier tipo de tecnología (coaxial y satelital).

**Gráfico 4**  
**Informalidad en TV Paga en el - Perú Periodo 2004 - 2013**  
(Porcentaje del total de la cobertura)



Fuente: INEI, OSIPTEL

Elaboración: Contribuyentes Por Respeto

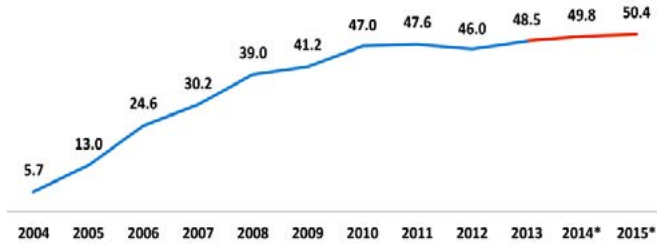
- **Nota:** Para el cálculo de la penetración total se considera las respuestas dadas por la población a la ENAHO, mientras para el número de suscriptores formales se toma en cuenta la información disponible en OSIPTEL, la cual recaba información de los operadores de TV paga a nivel nacional. Al calcular las conexiones informales como residuo de estas dos variables, si los operadores de cable formales no reportan o sub-reportan a los abonados formales, entonces se puede producir una sobre-estimación de la informalidad.

Así, mientras el crecimiento de las conexiones formales en el periodo 2004-2013 ha sido de 171%, el de las conexiones informales en el mismo periodo fue de 4,112.9%. La tasa de crecimiento promedio anual de las conexiones formales en el periodo 2004-2013 fue de 10.5%, mientras que el de las conexiones informales fue de 45.4%. En resumen, si bien es cierto que la TV paga ha venido creciendo sostenidamente, esto se debe en mayor medida al crecimiento de las conexiones informales que han venido aumentando a niveles muy superiores al de las conexiones formales.

Si se hace una proyección del fenómeno de la informalidad de la TV paga en el Perú, manteniendo las tasas actuales de crecimiento, este año se tendría un 49.8% de conexiones informales respecto del total de hogares con TV paga, y al próximo año (2015), el número de conexiones informales ya superaría al de formales: 50.4% (informales) versus 49.6% (formales). Es decir, para el 2015, el Perú sería un país mayoritariamente informal en el servicio de televisión pagada.

### Gráfico 5 Informalidad en TV Paga en el Perú, 2004 - 2015

(Porcentaje del total de la cobertura)



Fuente: INEI, OSIPTEL

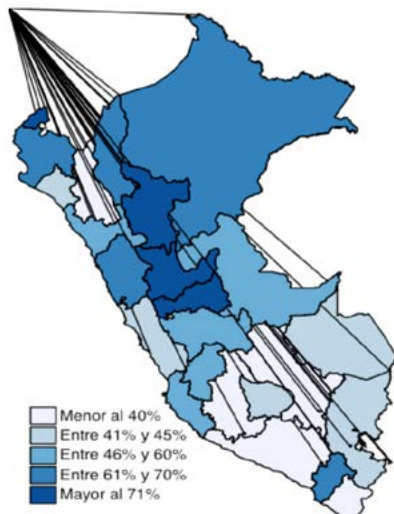
Elaboración: Contribuyentes Por Respeto

- **Nota:** El periodo 2014-2015 corresponde a la tasas de piratería de TV-paga proyectada por CpR.

La informalidad en algunas ciudades, incluso, se encuentra en niveles superiores. Ciudades como Tumbes, San Martín, Pasco y Huánuco ostentan niveles de informalidad que superan el 71% del total de conexiones.

### Gráfico 6 Tasa de informalidad por regiones, 2013

(Porcentaje del total de la cobertura)



Fuente: INEI, OSIPTEL

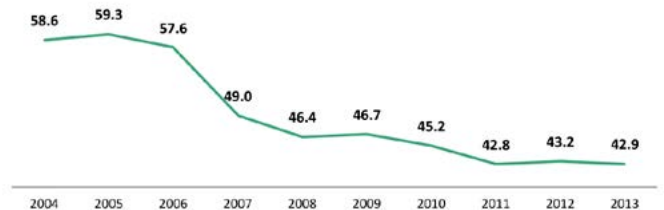
Elaboración: Contribuyentes Por Respeto

- **Nota:** Los resultados de informalidad en las regiones corresponde a la diferencia entre los datos publicados por el INEI en el 2013 respecto al número de usuarios registrados en las regiones según Osipitel.

El Gráfico 7, por otra parte, muestra una reducción en el gasto promedio que tiene las familias por la "televisión paga". Esta información es tomada de las encuestas que realiza el INEI, por lo que incluye el gasto que realizan tanto usuarios formales como informales. Este indicador es coherente con el crecimiento de la informalidad. El hecho de que el gasto promedio haya descendido en el periodo 2004-2013 se debe a que cada vez más usuarios son informales (con respecto al total de usuarios) y estos pagan una cuota menor (o no pagan) por su servicio de tv por cable. Este mayor número de usuarios informales fuerzan a la baja el promedio, sin que ello refleje necesariamente un menor gasto de la base total de usuarios. Como se explica más adelante, el menor pago que realizan los usuarios informales se traduce en un mayor pago de los usuarios formales, o por lo menos, un mayor pago respecto a lo que podrían pagar.

### Gráfico 7 Gasto promedio mensual en TV Paga en el Perú - Periodo 2004 - 2013

(en S/. constantes del 2012)



Fuente: INEI

Elaboración: Contribuyentes Por Respeto

- **Nota:** Estimado con la información de gasto mensual en TV paga por hogar según la ENAHO de varios años.

### Más es menos: El problema de la informalidad

El fenómeno de la informalidad que abarca a muchos sectores de la economía peruana (libros, películas, minería, educación, deporte) es más nocivo de lo que se aprecia y se torna especialmente evidentemente en sectores de economías de escala y ámbito como el de la televisión de paga.

En industrias de red, el mayor número de usuarios es positivo tanto para los ofertantes como para los usuarios. Mientras una red tenga más usuarios, los costos unitarios y los costos medios de cada operador decrecen, pues la mayor inversión en costos se dan en la infraestructura necesaria para atender una determinada localidad. Así, por ejemplo, una operadora de televisión paga

invertirá en cableado, antenas, personal de instalación, puntos de venta, atención técnica y demás costos asociados a la provisión del servicio para una determinada localidad. Estos costos se reparten en el pago que realizan los usuarios. A medida que pueda atender a mayores usuarios, el costo para cada uno de ellos se reduce, pues se divide entre un mayor número. Esto, lógicamente, trae dos efectos: 1) A mayor número de usuarios pagantes, el pago individual se reduce. 2) A mayor número de usuarios con disponibilidad de pago, es más probable que una empresa operadora expanda su servicio a dicha localidad.

En línea con lo explicado previamente, los costos de las operadoras también están determinados por los montos que pagan a los programadores y productores de contenido. Estos normalmente cobran una tarifa por el número de abonados que tienen una compañía de tv paga. Evidentemente, a mayor número de abonados, el pago por cada uno de ellos se ve reducido (descuento por volumen). En cambio, con un universo menor de usuarios pagantes, los programadores y productores de contenidos televisivos perciben un menor ingreso, con lo que el costo total del servicio a los usuarios finales se encarece. Se produce el mismo efecto de una industria de red: A mayor número, menor es el costo individual, y se producen más incentivos para que la oferta sea más diversa (más programadores tendrán incentivos a contratar con las operadoras de televisión paga).

La informalidad es una forma de competencia desleal, puesto que las compañías de tv paga tienen que competir con una ofer-

ta informal, con empresas o personas que proveen el servicio sin pagar por su contenido. En otras palabras, las empresas formales pagan más de lo que pagan las informales, por lo que sus márgenes de ganancia se reducen. A la larga, esto puede generar un desincentivo a la expansión e incluso a la permanencia en el mercado.

Finalmente, la informalidad equivale a una menor recaudación de ingresos para el Fisco. Los proveedores informales no reportan esos ingresos por la venta de señales piratas, por lo que no pagan los tributos correspondientes y, en muchos, casos ni siquiera los derechos de concesión ni aportes regulatorios por ingresos. Del mismo modo, cuando las empresas (formales o informales) no reportan el número real de abonados con los que cuentan (sub-reportaje) también evaden el pago de estos tributos y derechos.

En resumen, a más informalidad, hay menos accesibilidad del servicio para los usuarios formales.

### A mayor informalidad, menor cobertura

A efectos de corroborar la hipótesis que, sobre la base de información estadística, hace presumir la relación entre mayor informalidad y menor cobertura del servicio de televisión paga (y consecuente mayor gasto para los usuarios formales), se realizó un ejercicio econométrico, cuyos resultados se exponen a continuación.

**Tabla 1: Factores que explican a la demanda formal de la población por TV paga\***

Variable dependiente: Porcentaje de la población formal con tv-paga

	<b>Pool</b>	<b>Efectos Aleatorios</b>	<b>Efectos Fijos</b>
<b>Informalidad</b>	-0.156*** (0.030)	-0.253*** (0.030)	-0.286*** (0.032)
<b>Teléfono en el hogar</b>	-0.009 (0.031)	0.009 (0.039)	-0.051 (0.068)
<b>Internet en el hogar</b>	0.449*** (0.036)	0.518*** (0.036)	0.542*** (0.041)
<b>Número de competidores</b>	0.352*** (0.067)	0.238*** (0.070)	0.198*** (0.076)
<b>Gastos mensuales TV paga</b>	-0.007 (0.016)	-0.017 (0.016)	-0.017 (0.018)
<b>Ingresos del hogar</b>	7.549*** (0.903)	6.666*** (1.035)	6.711*** (1.186)
<b>Constante</b>	-71.027*** (8.421)	-61.145*** (9.781)	-60.242*** (11.236)
<b>Number of observations</b>	<b>240</b>	<b>240</b>	<b>240</b>
<b>R2</b>	<b>0.810</b>		<b>0.684</b>

note: \*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \* p<0.1

- **Nota:** El porcentaje de la población con cobertura formal representa la tasa de hogares conectados según el Osipitel sobre el número total de hogares de la región. La variable informalidad mide la tasa de hogares conectados informalmente sobre el total de hogares de la región. Teléfono del hogar e internet del hogar representan la tasa de cobertura de estos servicios. El número de competidores corresponde al total de empresas formales que ofrecen el servicio de TV paga en cada región. Los gastos en tv-paga señalan los gastos en soles pagados mensualmente por las familias, y los ingresos de los hogares representan el ingreso por hogar en logaritmos.

Los resultados más resaltantes de esta regresión son la alta correlación entre la informalidad y la expansión de la cobertura del servicio de televisión paga formal. Un incremento de 3.5% en la informalidad de TV paga, reduce en 1% el avance de la cobertura formal. La informalidad compite con la formalidad, el primero merma mercado al segundo.

En cambio, si ingresara un competidor adicional de TV paga, aumentaría en 19.8% la tasa de la población con cobertura de TV paga. El problema es que la premisa (el ingreso de un nuevo competidor) se dificulta debido a la proliferación de la informalidad.

De acuerdo a este modelo, el gasto mensual en TV paga y el ingreso no juega un rol importante en el avance de la cobertura formal de TV paga. Así, un incremento en el ingreso del hogar de 1% aumentará la tasa de la población con cobertura formal de TV paga en solo 0.067%.

Sin embargo, esta última variable y conclusión requiere una precisión.

Al tratarse de un modelo panel data, en el que se tomó como base la información para las 24 regiones del Perú en el periodo

2004-2013, no se pudo estimar el efecto de los precios sobre la variable de interés, puesto que no había información pública disponible sobre los precios del servicio de televisión paga (formal) en las 24 regiones durante dicho periodo. Debido a que la informalidad creció a tasas muy elevadas durante el periodo, no se podía usar la variable gasto en tv-paga de la ENAHO, ya que esta subestimaría la tarifa real cobrada por los operadores formales. Como se había adelantado, dicha información incluye el precio que pagan (o no pagan) los hogares que adquieren el servicio de manera ilegal.

Por ello, para complementar los primeros hallazgos que demuestran la alta relación entre informalidad y cobertura del servicio, se llevó a cabo un nuevo modelo Probit para hallar los determinantes que explican la probabilidad de tener tv-paga en un hogar, considerando la mejor variable del precio (formal) disponible. Para ello se usaron datos de corte transversal en el periodo 2004. Se tomó como base este año en particular debido a que se puede utilizar adecuadamente el gasto mensual en tv-paga de la ENAHO como variable proxy de las tarifas de tv-paga formal, dado que en dicho año la informalidad fue de tan solo 5.7%. Es decir, el gasto mensual en aquel periodo representaba en gran medida el pago real hacia los proveedores del servicio formales.

Como resultado, se obtuvo que las principales variables que inciden en la probabilidad de que un hogar cuente con el servicio de TV paga formal son los ingresos de los hogares y el precio promedio de TV paga, por el lado de la demanda. El impacto del precio es mayor sobre la probabilidad de tener TV paga que el impacto del ingreso de los hogares, como se verá más adelante.

A continuación, la tabla 2 de elasticidades muestra el efecto de las diversas variables sobre la probabilidad de tener TV paga en el hogar.

Tabla 2: Elasticities after probit

$$y = \text{Pr}(tv\text{paga}) \text{ (predict)}$$

$$= .0144741$$

variable	ey/ex	Std. Err.	z	P> z	[ 95% C.I. ]	X
ingmo2hd	.5254354	.1013	5.19	0.000	.326883 .723987	13863
precio-a	-.6827083	.26629	-2.56	0.010	-1.20464 -.160781	47.4187
televi-r	1.333451	.28382	4.70	0.000	.777168 1.88973	.704806
mieperho	-.0223895	.20169	-0.11	0.912	-.417699 .37292	4.3589
pobre	-.978798	.11213	-8.73	0.000	-1.19857 -.759023	.515959
estrato1	.1513645	.03696	4.10	0.000	.078925 .223804	.105218
estrato2	.1545795	.0208	7.43	0.000	.11381 .195349	.067026
estrato3	.1007076	.01333	7.55	0.000	.074572 .126843	.03768
estrato4	.2728103	.04505	6.06	0.000	.18452 1.13857	.158132

variable	ey/ex	Std. Err.	z	P> z	[ 95% C.I. ]		X
estrato5	.944594	.09897	9.54	0.000	.75062	1.13857	.317915
nbi1	-.127797	.03867	-3.30	0.001	-.203585	-.052009	.105866
nbi2	-.0295444	.04247	-0.70	0.487	-.112788	.053699	.10081
nbi3	-.387598	.12972	-2.99	0.003	-.64184	-.133356	.217109
nbi4	.0146312	.01376	1.06	0.288	-.012341	.041603	.024232

Esta regresión muestra que un aumento de 1% en el ingreso de un hogar aumenta la probabilidad de tener TV paga en 0.53%. Así también, un incremento de 1% en el precio de la TV paga, disminuye la probabilidad de tener TV paga en 0.68%. Es decir, tanto ingreso como precio afectan en gran medida (más del 50%) las probabilidades de tener el servicio.

Otras variables explican esta relación en un sentido similar. Un incremento en 1% de la probabilidad de ser pobre reduce la probabilidad de tener TV paga en 0.98%, mientras que un incremento en 1% de la probabilidad de tener televisor en casa, aumenta la probabilidad de tener TV-paga en 1.33%.

Finalmente, este modelo también demuestra la relación positiva existente entre cobertura y número de usuarios de la red. Un aumento de 1% en la proporción de hogares en el estrato 1 (de menor población), aumenta la probabilidad de tener TV-paga en 0.15% en ese estrato. A medida que subimos de estrato, a uno de mayor población, esta probabilidad aumenta. Así, un aumento de 1% en la proporción de hogares en el estrato 4, aumenta la probabilidad de tener TV-paga en 0.27% en ese estrato; y un incremento similar en la proporción

de hogares en el estrato 5, aumenta la probabilidad de tener TV-paga en 0.94% en ese estrato.

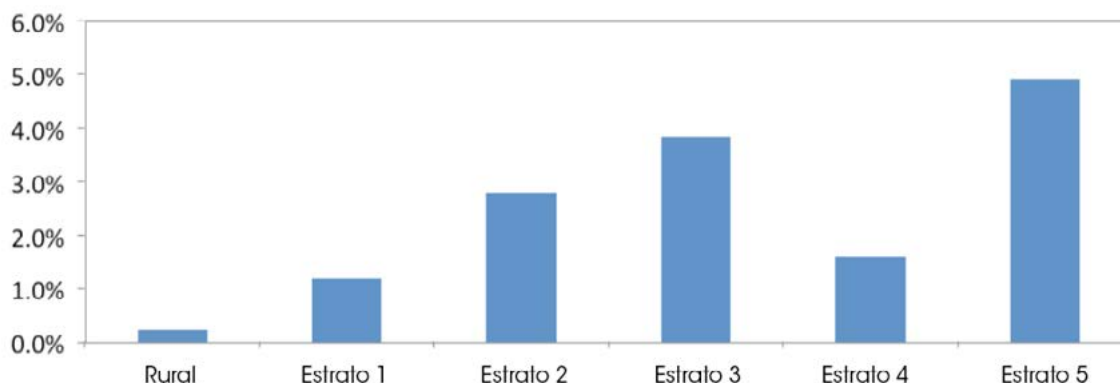
Como se había expuesto previamente, el servicio de televisión de paga presenta economías de escala y ámbito. A mayor número de usuarios pagantes, es más probable que una empresa esté dispuesta a brindar el servicio a dicha localidad y, con ello, también se puede reducir el costo unitario y el precio del servicio.

El gráfico 8 ilustra estos últimos resultados. La probabilidad de tener TV paga en los estratos más poblados aumenta. Las empresas enfrentan mayores incentivos a expandir sus redes donde pueden obtener un mayor beneficio económico (debido a la mayor cantidad de potenciales usuarios) y donde su costo marginal es significativamente más bajo debido a condiciones geográficas, distanciamiento entre hogares, densidad de hogares por espacio geográfico, entre otros.

En zonas rurales, la probabilidad de acceder al servicio por un usuario que aún no posee TV paga es de apenas 0.2%, mientras que en el estrato 5 la probabilidad aumenta a 5%. Es decir, 1 de cada 20 personas en este estrato tendrán TV paga en oposición a 1 de cada 500 en el estrato rural.

Gráfico 8

Probabilidad de acceder al servicio de TV paga de acuerdo al estrato de ubicación del hogar



Fuente:

Elaboración: Contribuyentes Por Respeto



Los modelos desarrollados permiten concluir que las principales variables determinantes en el acceso al servicio de TV paga son: el precio de este servicio, el ingreso de los hogares, y la informalidad en el sector.

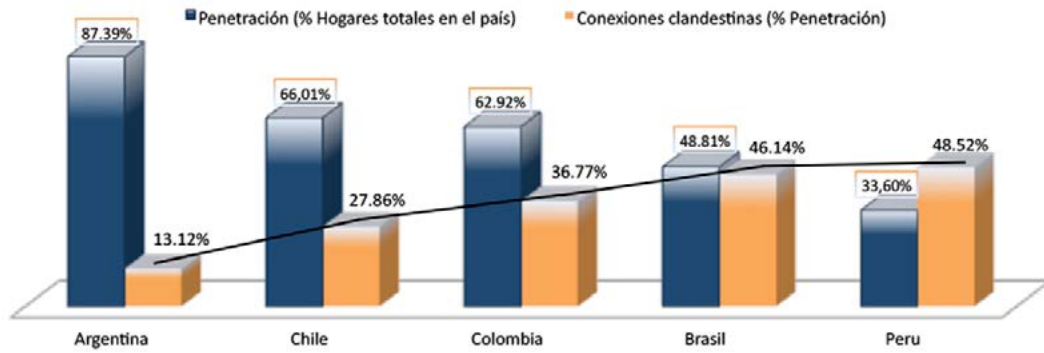
- **Nota:** Los datos para la penetración es una proyección al 2014 elaborada por LAMAC. Las conexiones clandestinas se obtienen restandole las conexiones formales a la penetración total proyectada. La data obtenida por país para las conexiones formales es del 2013.

### La experiencia de los países vecinos

Al revisar la información de la penetración del servicio de TV paga en otros países junto con el porcentaje de informalidad, se constata pues la gran relación entre estas variables, como se ilustra en el gráfico 9.

Aquellos países con un mayor nivel de informalidad poseen una penetración menor que aquellos con menores niveles de informalidad. Así, se puede apreciar que la alta informalidad

**Gráfico 9**  
**Penetración en la suscripción de TV paga y conexiones clandestinas en América Latina (proyección 2014)**



Fuente: LAMAC, Prensario, OSIPTEL - ENAHO Perú, ANTV Colombia, COFETEL México, ANATEL Brasil, CONATEL Venezuela, SUBTEL Chile

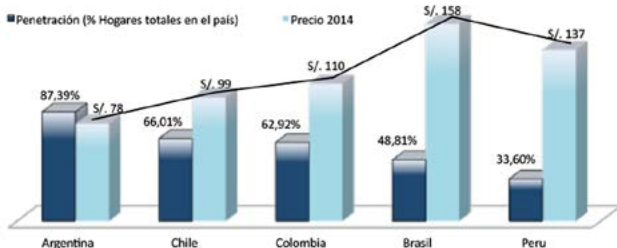
Elaboración: Contribuyentes Por Respeto

reduce los incentivos para que las empresas inviertan en la penetración de TV paga.

El nivel de informalidad en Perú es tres veces superior al de Argentina, mientras que su nivel de cobertura (penetración) es casi 3 veces menor que Argentina.

- **Nota:** Los precios han sido calculados como el promedio de precios del operador de televisión satelital (DirecTV) en los países mencionados. El precio toma en cuenta el efecto del tipo de cambio y el poder de paridad de compra (Los precios están expresados en US\$ internacionales PPP). Los datos para la penetración es una proyección al 2014 elaborada por LAMAC.

**Gráfico 10: Penetración en la suscripción de TV paga y precio promedio en América Latina (2014)**



Fuente: LAMAC, Prensario, OSIPTEL - ENAHO Perú, ANTV Colombia, COFETEL México, ANATEL Brasil, CONATEL Venezuela, SUBTEL Chile, DIRECTTV

Elaboración: Contribuyentes Por Respeto

Tomando en cuenta los precios proyectados a 2014, se aprecia en el gráfico 10 que existe una tendencia a un mayor nivel de precios en aquellos países con una menor penetración en la suscripción de TV paga. Como se había adelantado, presumiblemente esto se produce por economías de escala. A mayor número de usuarios (mayor penetración), los costos unitarios y medios que se trasladan al usuario decrecen. Así, Argentina es el país con mayor nivel de penetración (87.39%) y el menor precio promedio (S/.78), mientras que Perú posee un nivel de penetración de 31.9% y un precio promedio de S/.137.

El incremento en la informalidad también es un incremento en el precio de los usuarios formales.

## II. Recomendaciones

Actualmente, encontramos cuatro frentes que pueden mejorarse para obtener una mayor penetración de Tv-paga en el Perú y una mayor probabilidad de que un peruano promedio obtenga dicho servicio de forma legal, si es que aún no lo tiene:

**Educación.-** La labor de sensibilización y concientización de la población es una labor clave. Este reto debe ser enfrentado y encaminado por parte del sector privado y/o el Gobierno, e idealmente mediante una alianza entre ambos. Si bien los mensajes educativos podrían apelar al respeto a los derechos de autor o a competir lealmente, no creemos que estos sean mensajes muy efectivos, por la magnitud que tiene la informalidad en el país y la ausencia de una identidad colectiva que permita empatizar con la afectación a los titulares de derechos de autor o los concesionarios afectados.

En su lugar, sugerimos apelar al respeto a la propiedad y a los derechos del resto de la población, pues la informalidad como hemos visto perjudica el acceso a este servicio por parte de millones de peruanos que aún no lo pueden disfrutar y *afectan la calidad de aquellos que pagan por un servicio legal de Tv-paga.*

**Precio.-** Según la *Encuesta de Demanda de Servicios de Telecomunicaciones 2012-2013 de OSIPTEL*, hemos podido corroborar uno de nuestros principales hallazgos: los precios son una variable preponderante a la hora de evaluar la posibilidad de tener el servicio de Tv-paga. Según la Encuesta de OSIPTEL, un 52% de la población sin Tv-paga estaría dispuesta a pagar hasta S/. 20, y un 41% adicional entre S/. 21 y S/. 40.

De otro lado, si analizamos la base de datos de dicha encuesta, podremos ver cuáles son las tarifas en común que indicaron un grupo importante de la población. De las 1682 personas que respondieron cuánto es el gasto mensual por Tv-paga, 16 pagaron S/. 10; 49 pagaron S/. 15; 158 pagaron S/. 20; 125 pagaron S/. 25; 161 pagaron S/. 30; 84 pagaron S/. 35; 119 pagaron S/. 40; 99 pagaron S/. 45; 53 pagaron S/. 49; 121 pagaron S/. 50; 103 pagaron S/. 55 y 71 pagaron S/. 60. Estas cifras nos dan un indicio de que ciertas compañías (revendedoras legales o ilegales) podrían estar cobrando en mayor o menor medida estas tarifas debido a la gran cantidad de usuarios que coincidieron en sus respuestas (1159 encuestados de 1682 forman un 69% del total de encuestados). Estas tarifas se encuentran lejos de las tarifas por Tv-paga básica que cobra Movistar en Provincias S/. 74 y en Lima S/. 79. Claro posee tarifas de S/. 55 y S/. 58 en provincias y en Lima respectivamente, en sistema satelital el plan básico costaría S/. 60, mientras DirectTV tiene planes en TV-paga prepago satelital desde S/. 55.

Por consiguiente, otra recomendación es que las operadoras busquen ofrecer planes más baratos, a fin de poder captar un mayor número de usuarios formales, aunque esto debe darse de la mano con una mayor fiscalización de las cableras informales, pues aun cuando se lancen planes más baratos, las operadoras deben cubrir una serie de costos que no enfrentan las empresas informales, como el pago a los programadores.

**Fiscalización.-** El Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC) debe mejorar los niveles actuales de supervisión y fiscalización de las operadoras de TV paga, para poder combatir las

prácticas informales de estas empresas. Por ejemplo, debería pedírseles enviar al MTC una declaración jurada indicando el nombre de los programadores de señales con quienes tienen contrato vigente cada año, para fiscalizar que no estén transmitiendo señales de manera indebida. De hecho, en la actualidad este tipo de prácticas solo son combatidas a través del Poder Judicial, con la consecuente lentitud propia de este poder del Estado, que no permite desincentivar este tipo de conductas.

Si bien, el Reglamento General de la Ley de Telecomunicaciones habilita la cancelación de la concesión única por la redistribución no autorizada de la programación de otro concesionario, esta sanción rara vez es aplicada (o hecha pública, lo que, por consiguiente, tampoco genera desincentivos a la informalidad) y, en muchos casos, las personas naturales detrás de estas empresas informales simplemente constituyen una nueva empresa y/o utilizan un familiar o un testaferro para obtener una nueva concesión. Por lo tanto, también se recomienda perfeccionar este régimen normativo para incluir sanciones pecuniarias personales sobre las personas naturales que directamente o en representación de personas jurídicas incurrir en este tipo de infracciones, o en todo caso, responsabilidad civil solidaria. Ello deberá ir acompañado necesariamente de una adecuada fiscalización por parte del MTC.

De otro lado, desde hace algunos años vienen comercializándose en nuestro país unos equipos denominados Free to Air (FTA), que en realidad son alterados, y que permiten descifrar señales del satélite y retransmitirlas sin autorización. Esto perjudica tanto al Fisco como a los propietarios de estas señales, y vuelve mucho más lenta la expansión de esta infraestructura, en perjuicio de todos. El Poder Judicial hace pocos meses ha condenado a una persona por vender estos equipos<sup>1</sup> y, sin embargo, la SUNAT no restringe su acceso en aduanas. Por ello, se recomienda a la SUNAT fiscalizar el ingreso al país de los equipos FTA, ya que la venta sin ningún control estaría facilitando e incentivando tanto la oferta como la demanda de estos servicios ilegales.

**Digitalización.-** La digitalización ofrece una serie de beneficios, entre los más importantes podemos destacar un mayor control y minimización de la piratería ya que se manejan señales codificadas, uso eficiente de la banda ancha ya que la señal digital necesita únicamente una cuarta parte de espacio de la señal analógica con lo cual libera espacio para servicios de internet de banda ancha y teléfono, un aumento de la calidad y programación de los servicios de Tv-paga.

México es un ejemplo a seguir, Cablevisión concluyó el proceso de digitalización de su red en el 2006, a través de conexiones encriptadas y constantes actualizaciones de los algoritmos de encriptación, para minimizar los riesgos de infiltraciones no deseadas. Gracias a ello, en la actualidad México solo posee un nivel de informalidad del 20% que equivale a 2.4 millones de usuarios del total de 16.72 millones de usuarios de Tv-paga. Así, de haber sido un problema de primer orden hace algunos años, en la actualidad, es un problema que si bien no está resuelto, no tiene los efectos negativos de años atrás<sup>2</sup>.

Por ello, también se sugiere evaluar la viabilidad de convertir la actual red analógica en una red digital, que permita, entre otros beneficios, un menor nivel de informalidad de la red. (RESPETO.pe)

1. El primer Juzgado Penal de Huamanga, Ayacucho ha condenado a Dino Calderón, titular de "Comercial Electrónica Sosa" en Ayacucho, a 4 años de pena privativa de la libertad y S/. 2,000 de reparación civil por la comisión del delito contra el Patrimonio en la Modalidad de Hurto Agravado (artículo 186 a del Código Penal), al comercializar equipos FTA alterados a terceros, los cuales se usaban para descifrar señales de TV del satélite para retransmitir señales no autorizadas como RPP PLUS TV y Cable Mágico Deportes, entre otras.
2. Ver: [http://www.cablevision.net.mx/pdfs/CABLEVISION\\_Informe\\_Anual\\_2006.pdf](http://www.cablevision.net.mx/pdfs/CABLEVISION_Informe_Anual_2006.pdf) [https://sitioseguro.cablevision.net.mx/contentserver/groups/mercadotecnica/documents/pdf\\_cv001755.pdf](https://sitioseguro.cablevision.net.mx/contentserver/groups/mercadotecnica/documents/pdf_cv001755.pdf)



¡Mamá, en todos los canales se ve la misma imagen!...

Ay, hijito, con tanto pirata la señal es tan débil que el cable solo nos sirve para tender ropa...

**CONTRIBUYENTES**  
**Por RESPETO**  
Asociación de Contribuyentes del Perú