

Bullard Falla Ezcurra +



UNIVERSIDAD
DEL PACÍFICO

MOOT Libre
2016 Competencia

PERITAJE ECONÓMICO

Con la colaboración de:



APOYO
CONSULTORIA

PERITAJE ECONÓMICO

**Análisis de costos en los paquetes promocionales de TV paga e internet fijo
ofrecidos por BEFTEL**

INFORME FINAL

Elaborado por:



Abril, 2016

Este informe ha sido preparado para colaborar en el desarrollo del MOOT 2016 de libre competencia, organizado por el estudio Bullard Falla Ezcurra y la Universidad del Pacífico. La opinión presentada en este informe no representa la opinión de APOYO Consultoría respecto del tema en cuestión, ni debe ser considerada de tal manera que limite la opinión de APOYO Consultoría en casos futuros.

Antecedentes

En el año 2015, la empresa BEFTEL inició una campaña de re-afiliación, dirigida a usuarios que habían migrado en el servicio de TV paga desde 2012. Ofreció cuatro planes promocionales alternativos que empaquetaban los servicios de TV paga e internet fijo a precios bastante atractivos para el mercado.

Por otro lado, la empresa REDFLIX, que ingresó al mercado de Meridiana en el año 2011, decidió hacer un estudio de mercado en 2015 para evaluar su *performance* en los últimos años. Este estudio arrojó que los usuarios de REDFLIX que contrataban el servicio de internet fijo de BEFTEL, habían experimentado graves fallas en la velocidad del servicio; a diferencia de aquellos que tenían internet fijo de otros operadores, como BRAVO.

A partir de lo anterior, REDFLIX decidió denunciar a BEFTEL por un presunto abuso de posición de dominio que estaría afectando la competencia en el servicio de contenido audiovisual¹. De igual manera, anunció que denunciaría a REGUTEL, regulador de telecomunicaciones del país, por haber aprobado los paquetes promocionales ofrecidos por BEFTEL.

En este contexto, la empresa BEFTEL ha contratado a APOYO Consultoría para elaborar un análisis de costos de los paquetes promocionales de TV paga e internet fijo ofrecidos por BEFTEL.

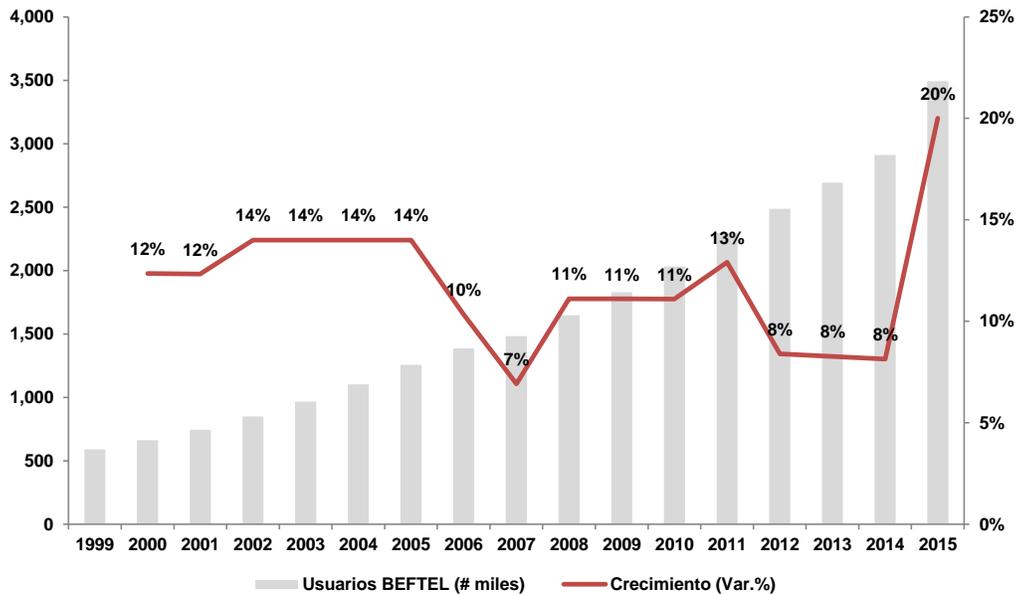
1. Introducción

BEFTEL es una empresa que, desde su ingreso al mercado en 1999, ha mostrado un crecimiento sostenido en número de usuarios de TV paga (ver Gráfico 1) y, en línea con ello, de sus utilidades. Sin embargo, a partir del año 2006, con la entrada de nuevos jugadores al mercado de TV paga (BRAVO, SAT TV) y la introducción de plataformas OTT² TV en el país (REDFLIX), dicho crecimiento se desaceleró.

¹ Conformado por TV paga y OTT TV (contenido audiovisual vía internet)

² *Over the top content* (OTT) se refiere a la difusión de audio, video u otras formas de media a través de la plataforma de internet.

Gráfico 1: Evolución de número de usuarios de TV paga de BEFTEL
(miles de usuarios, var. %)



Fuente: BEFTEL
Elaboración: APOYO Consultoría

Una reacción comercial estratégica ante dicha desaceleración de mercado, que se acentuó en 2012 tras la entrada de REDFLIX (en 2011), fue crear paquetes promocionales como parte de una campaña de re-afiliación dirigida a usuarios que habían dado de baja a su servicio de TV paga. El resultado fue que el número de usuarios de TV paga de BEFTEL creció 20% en 2015, 6 puntos porcentuales por encima de máximos históricos.

Una de las razones del éxito de la campaña fue la agresividad de los precios promocionales, en comparación a los precios de mercado por alternativas equivalentes (ver Tabla 1)³.

³ Ver Anexo 1 para mayor detalle.

Tabla 1: Benchmark de precios de paquetes de TV paga e internet fijo ofrecidos por BEFTEL con alternativas equivalentes (E.)

	BEFTEL	BRAVO (A)	BRAVO (B)	BRAVO +SAT- TV	BRAVO +REDFLIX	BEFTEL +REDFLIX
Premium Summer Pack	199	199	199	199	199	199
Sin empaquetamiento	298	319	259	299	185	204
Standard Summer Pack	139	139	139	139	139	139
Sin empaquetamiento	218	219	219	209	145	154
Regular A Summer Pack	120	120	120	120	120	120
Sin empaquetamiento	208	234	174	214	100	114
Regular B Summer Pack	99	99	99	99	99	99
Sin empaquetamiento	178	174	174	164	100	114

Nota: Bravo (A) asume que los "super plus" escogen la opción más cara de Bravo y Bravo (B) asume que escogen la opción más barata.

Fuente: Empresas del sector

Elaboración: APOYO Consultoría

La comparación revela que los precios de los paquetes promocionales ofrecidos por BEFTEL se encuentran entre 50 y 120 Espadas Meridianas por debajo de las alternativas de mercado equivalentes, salvo cuando se comparan con el *mix* internet fijo (provisto por BRAVO o BEFTEL) y REDFLIX, cuyo precio equivalente tiende a estar en línea o por debajo de los precios promocionales de BEFTEL.

Es precisamente esta magnitud de diferencia de precios que genera la necesidad de llevar a cabo un análisis de costos de los paquetes promocionales de TV paga e internet fijo ofrecidos por BEFTEL.

2. Análisis de costos

En relación a los costos, es importante definir la medida de costo relevante. La literatura económica señala varias distintas medidas de costos que pueden ser evaluados, incluyendo el costo medio, costo marginal, costo variable, y costo incremental a largo plazo, entre otros. A la fecha, no ha sido posible contar con la información contable necesaria para estimar los costos de manera precisa. Por ello, provisionalmente, se ha optado por comparar los precios de los paquetes con sus respectivos costos variables y costos medios totales:

- **Costo variable:** para fines de este informe, el costo variable se usa como *proxy* del costo marginal, lo cual es el costo de producir una unidad adicional; es decir, es la variación que experimenta el costo total cuando se altera el nivel de producción en una unidad.⁴
- **Costo medio total:** es el costo promedio de cada unidad producida, resulta de dividir el costo total (suma de costos fijos y variables) entre el total de unidades producidas.

⁴ Varian, Hal (1994) Microeconomía moderna. Un enfoque intermedio. p.361

Sobre la base de los datos de la empresa BEFTEL, se han podido estimar los siguientes costos (ver Tabla 2):

Tabla 2: Costos de BEFTEL en los paquetes promocionales TV paga e internet fijo (E.)

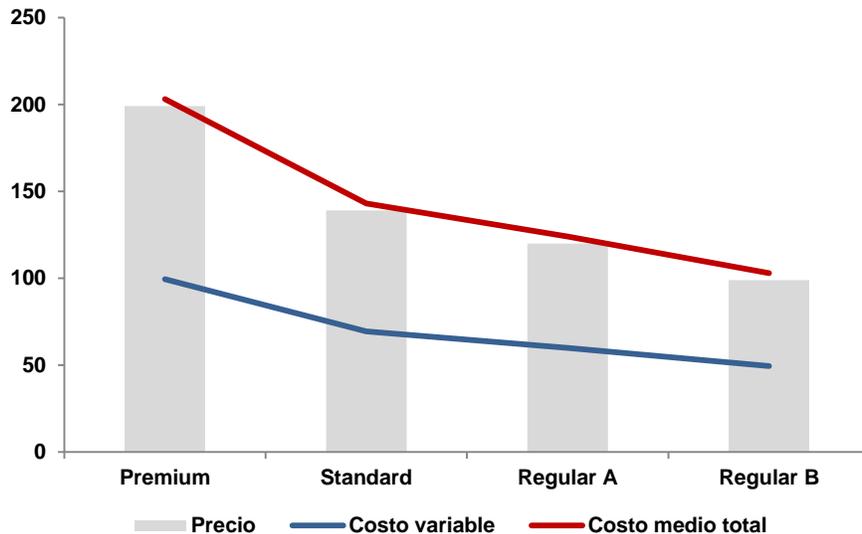
	Premium	Standard	Regular A	Regular B
Costo variable	100	70	60	50
TV paga	45	30	25	20
Internet fijo	55	40	35	30
Costo medio total	203	143	124	103
TV paga	70	55	50	45
Internet fijo	133	88	74	58

Fuente: Estados financieros de BEFTEL
Elaboración: APOYO Consultoría

En el análisis de estados financieros realizado, el costo variable incluye costos específicos al producto, como el gasto en personal implicado en atender ese servicio y los gastos en facturación del mismo. Por otro lado, el costo medio considera gastos de operación de BEFTEL necesarios para proveer el servicio, como gastos de personal administrativo, gastos de ventas, activos fijos, mantenimiento de la red, entre otros.

A continuación, se presenta un resumen de los costos estimados para los paquetes promocionales de BEFTEL en relación a los precios cobrados (ver Gráfico 2):

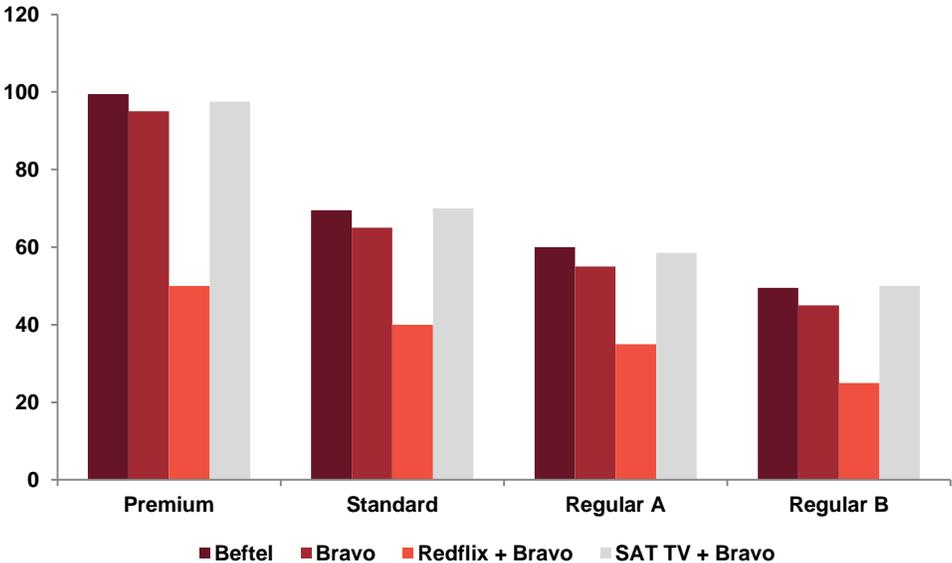
Gráfico 2: Precios vs costos en los paquetes promocionales TV paga e internet fijo (2015)



Fuente: BEFTEL
Elaboración: APOYO Consultoría

Complementariamente, se han comparado los costos variables de BEFTEL con los costos variables del resto de empresas (ver Gráfico 3). A partir de ello, se observa que, en general, los costos variables del mercado son menores; lo cual sería un indicio de que las empresas del mercado podrían estar en condiciones de competir con los precios promocionales de BEFTEL.

Gráfico 3: Costos variables de los paquetes promocionales TV paga e internet fijo en comparación a los costos equivalentes para las distintas opciones de mercado (2015)



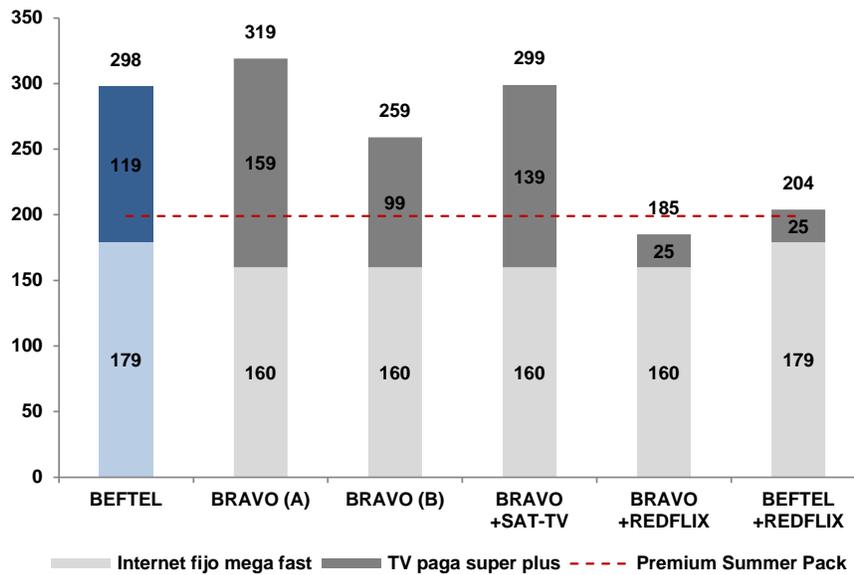
Fuente: Empresas del sector
 Elaboración: APOYO Consultoría

3. Conclusión

Finalmente, cabe mencionar que, dada la restricción de disponibilidad de información, el análisis solo pudo considerar dos tipos de costos (variable y medio). La limitación que esto impone es que los costos tomados en cuenta en el análisis son referenciales. Un análisis más completo será presentado posteriormente, una vez que se cuente con información más completa.

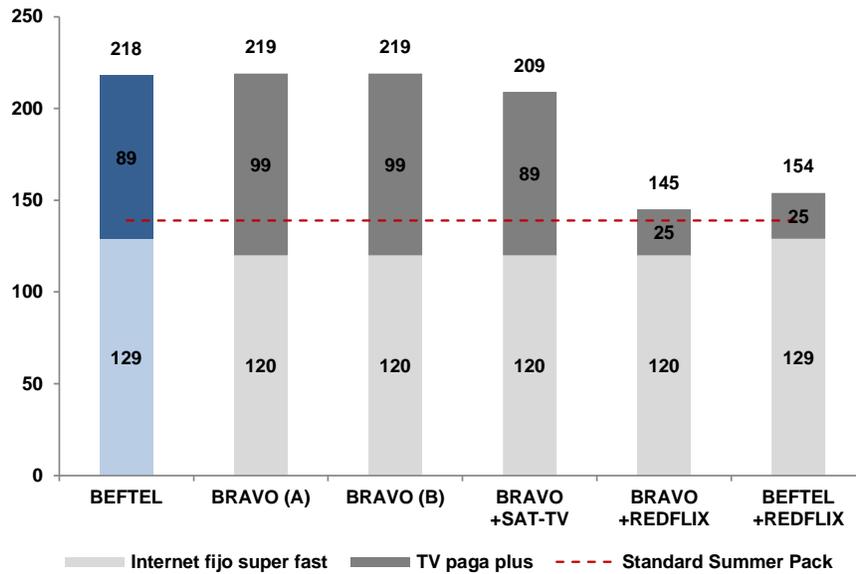
Anexo 1: Benchmark de precios de mercado para alternativas comparables a los paquetes promocionales de TV paga e internet fijo ofrecidos por BEFTEL

Gráfico 4: Benchmark en relación al PREMIUM SUMMER PACK de BEFTEL (E.199)
(E.)



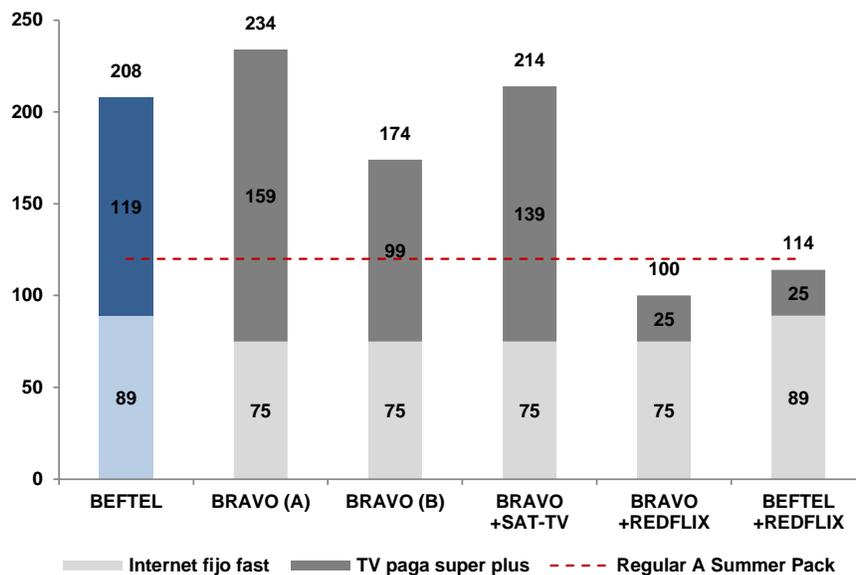
Fuente: Empresas del mercado
Elaboración: APOYO Consultoría

Gráfico 5: Benchmark en relación al STANDARD SUMMER PACK de BEFTEL (E.139)
(E.)



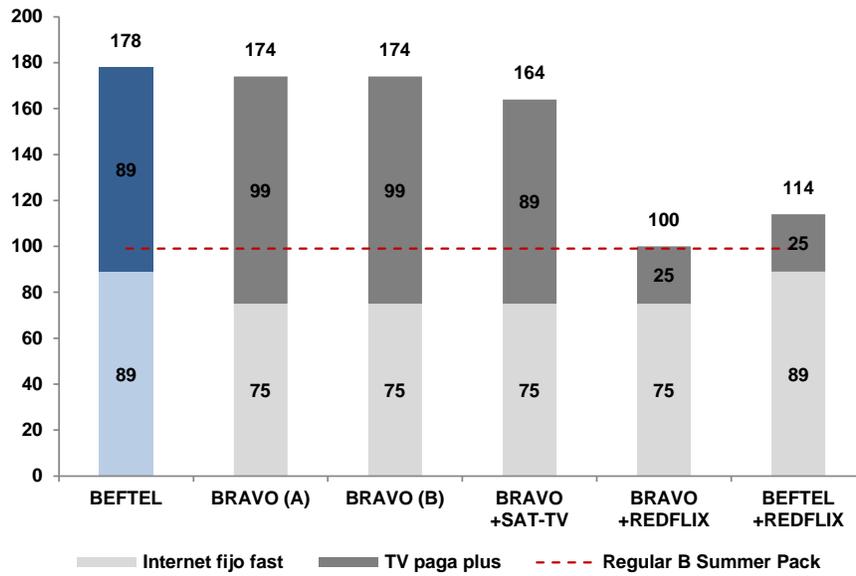
Fuente: Empresas del mercado
Elaboración: APOYO Consultoría

Gráfico 6: Benchmark en relación al REGULAR A SUMMER PACK de BEFTEL (E.120)
(E.)



Fuente: Empresas del mercado
Elaboración: APOYO Consultoría

Gráfico 7: Benchmark en relación al REGULAR B SUMMER PACK de BEFTEL (E.99)
(E.)



Fuente: Empresas del mercado
 Elaboración: APOYO Consultoría