

# COOPERATIVAS Y PYMES DE TELECOMUNICACIONES Y TV PAGA DE ARGENTINA FRENTE A LA CONVERGENCIA. CONQUISTAS, LIMITACIONES Y PERSPECTIVAS

Ezequiel Alexander Rivero

## Resumen

En las márgenes del mercado concentrado de las telecomunicaciones y la TV paga en Argentina, se conformó un sector periférico integrado por cientos de cooperativas y pymes, la mayor parte de las cuales prestan servicios en localidades de baja densidad poblacional y escaso atractivo comercial para las empresas tradicionales. En general estos actores manejan volúmenes de capital acotados y concentran porciones marginales del mercado y de los ingresos a nivel nacional. Aunque operan en condiciones de profunda asimetría en relación a los grandes *players*, han logrado generar un fuerte arraigo territorial, y muchas de estas organizaciones son actores relevantes a nivel local. El proceso de convergencia y reconversión tecnológica en curso demanda que realicen inversiones permanentes de grandes sumas de capital, al tiempo que los expone a una mayor competencia. En este escenario, y tras consolidarse en la prestación de banda ancha y televisión paga, los actores periféricos reclaman participar del negocio de la telefonía móvil, el último eslabón hacia la convergencia plena de servicios. Sin embargo, las características del mercado de las telecomunicaciones, concentrado y excluyente, sumado a las decisiones gubernamentales más favorables a los grandes jugadores del sector, alertan sobre la posibilidad de una introducción aún más subordinada en el entorno convergente.

Palabras clave: cooperativas; políticas de comunicación; pymes; telecomunicaciones; TV paga.

## **ARGENTINIAN COOPERATIVES AND SMES OF TELECOMMUNICATIONS AND PAY TV FACING THE CONVERGENCE. ACHIEVEMENTS, LIMITATIONS AND PERSPECTIVES.**

### **Abstract**

On the margins of the concentrated telecommunications and pay TV market in Argentina, a peripheral sector was formed, consisting of hundreds of cooperatives and SMEs, most of which provide services in low populated areas with low commercial attractiveness for traditional companies. In general, these actors manage limited volumes of capital and concentrate marginal portions of the market at the national level. Although they operate in conditions of deep asymmetry in relation to the big players, they have managed to generate strong territorial roots, and many of these organizations are relevant actors at the local level. The ongoing technological convergence demands these operators to make permanent investments of large sums of capital, while exposing them to a greater competition. In this scenario, and after being consolidated in the provision of broadband and pay television, the peripheral actors claim to participate in the business of mobile telephony, the last step towards the full convergence of services. However, the characteristics of the telecommunications market, concentrated and exclusive, coupled with government decisions more favorable to the larger players, alert the possibility of an even more subordinate introduction in the convergent environment.

**Key words:** communication policies; cooperatives; pay TV; SMEs; telecommunications.

## **Introducción**

Este trabajo se propone caracterizar al sector periférico de las telecomunicaciones y la TV paga en Argentina, conformado por cientos de cooperativas y pymes, en el marco del actual proceso de convergencia tecnológica en curso, que los desafía en relación a sus posibilidades de realizar fuertes inversiones y competir en un segmento de mercado que tiende naturalmente a la concentración y exclusión de actores. Para esto se realiza una descripción general de la situación de este sector con el objetivo de reconocer sus antecedentes, su actualidad, y analizar sus perspectivas de desarrollo futuro. A estos fines se recurre al análisis de la legislación vigente, informes de gestión de organizaciones intermedias, registros de intervenciones públicas de referentes del sector cooperativo y pyme, bases de datos e informes de consultoría.

En un primer momento se presentan algunas claves de lectura en relación a la convergencia digital, su impacto en el sector periférico de las telecomunicaciones y la TV paga, junto al contexto explicativo que da cuenta de un escenario político actual donde los actores de gobierno aparecen más permeables a las demandas de los jugadores preponderantes. En el segundo apartado se describe y presentan indicadores de la concentración en el mercado en el país. Luego, se caracteriza a los que denominamos actores periféricos del mercado -cooperativas y pymes- en relación a su

número, servicios que prestan y ubicación geográfica. En el cuarto apartado se desarrolla el proyecto del sector periférico para ingresar en el mercado de la telefonía móvil, dando cuenta de sus antecedentes, posibilidades y limitaciones. Finalmente, se presentan algunas conclusiones donde se retoma la idea de la existencia de un escenario desnivelado en el que los actores periféricos enfrentan la convergencia en un momento de afianzamiento de los grupos concentrados, por lo que resulta clave el sentido que tome la intervención estatal a través de las políticas públicas.

### **1. El sector periférico de telecomunicaciones y TV paga frente a la convergencia de servicios.**

La prestación de servicios de telecomunicaciones y conectividad está íntimamente ligada a la infraestructura, cuyo despliegue y mantenimiento depende de la inversión de cuantiosas sumas de capital, por lo que se concentra habitualmente en algunas pocas empresas nacionales e internacionales con gran capacidad económica. De esta forma, la provisión de servicios de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y TV paga suele ser terreno de grandes empresas privadas que dejan poco margen al desarrollo de actores de menor tamaño.

En este punto, el caso argentino es particular en la medida que cuenta con un amplio sector de telecomunicaciones y televisión por suscripción periférico, conformado por cientos de cooperativas y pequeñas empresas, que, en su mayoría, prestan servicios en áreas de baja densidad poblacional y limitado atractivo económico para los operadores tradicionales. Los actores locales asumen un papel central en la provisión de acceso en regiones distantes de los grandes centros urbanos y entre poblaciones dispersas en medio de la vasta extensión territorial.

No obstante, la asimetría existente entre los grandes *players* y los del sector periférico no permite hablar de una situación de competencia efectiva en ese mercado. Por el contrario, estos actores periféricos se insertan en un mapa concentrado y excluyente, con altas barreras de ingreso, como resultado de controles antimonopólicos deficientes a lo largo de los años por parte de la agencia de Defensa de la Competencia, y actos de concentración por la vía de fusiones y adquisiciones realizados por las principales empresas, habitualmente con el aval incondicional del actor estatal (Baladron y Rivero, 2016).

Recién a partir de los cambios regulatorios que se realizaron entre 2005 y 2009 se dio lugar a una competencia incipiente por los servicios convergentes que tuvo lugar en localidades de baja densidad poblacional entre las cooperativas -muchas de las cuales prestan servicios triple play- y empresas de cable de distinto tamaño (Aizenberg y del Valle, 2014). La ley 26.522 de 2009 autorizó el ingreso a TV paga al sector sin fines de lucro pero no a las *telcos*. Las principales empresas de las telecomunicaciones fueron habilitadas años más tarde, por la ley Argentina Digital sancionada en 2014.

Esta norma definió como “servicio público en competencia” al uso y acceso a las redes de telecomunicaciones, lo que permitía al Estado regular sobre el acceso y uso de las redes de telecomunicaciones entre licenciatarios, y fijar tarifas por razones de interés público (art. 48). Como indica Califano (2017: 48) esto se debía “al objetivo de que los actores más pequeños del sector que quisieran brindar servicios de conectividad de calidad, en especial en localidades del interior del país, no pagasen un costo desproporcionado por el alquiler de las redes a los operadores mayoristas”. No obstante el decreto 267/16 derogó este aspecto de la ley, junto a otras previsiones referidas a la promoción de los actores más pequeños y el despliegue de redes regionales. Por su parte, el decreto 1340/16, postergó el ingreso de las empresas telefónicas al mercado de la TV paga hasta enero de 2018 y lo circunscribe a las principales zonas urbanas del país, protegiendo de alguna manera a los operadores más chicos, que en general prestan servicios en zonas de menor densidad poblacional.

Concomitantemente al proceso de concentración de la propiedad -que asignó a los actores periféricos una posición marginal y subsidiaria-, tiene lugar el actual proceso de convergencia de servicios. Este hecho representa una amenaza adicional para los actores periféricos, entre otros motivos, porque implica la continua inversión de grandes sumas de capital. Como explica Monje (2017):

La convergencia como cualquier proceso de introducción de innovaciones define centros y periferias. En el sector infocomunicacional los procesos convergentes -sean estos regulatorios, tecnológicos, de actores o de servicios- en general tienen lugar sobre la base de asimetrías preexistentes lo cual implica -de no mediar intervenciones estatales- sólo la supervivencia de algunos agentes económicos en un mercado que naturalmente tiende a la concentración y la exclusión (Monje, et. al., 2017: 200).

Aunque no existe una definición unívoca de convergencia, en general el término refiere a la posibilidad de que los mismos servicios, contenidos y aplicaciones sean provistos sobre diferentes redes, puedan ser transportados por una misma red o accedidos desde una misma terminal. Más ampliamente, “es un proceso en curso que incorpora dimensiones políticas, sociales, económicas y tecnológicas (...), lo cual impacta en la permanente movilidad de intereses de actores que no son necesariamente conciliables” (Becerra, 2016). Al respecto, Bizberge (2017) se refiere al “discurso de la convergencia”, como un mecanismo para desalojar al interés público como preocupación central de las políticas. La investigadora analiza que esto es evidente “en el desplazamiento de valores asociados al bienestar social hacia criterios económicos y tecnológicos que, como consecuencia generan una tendencia a la cuantificación y supuesta despolitización del proceso de elaboración e implementación de políticas públicas” (2017: 32).

Asimismo, la convergencia, y los procesos asociados a ella como la digitalización y la reconversión tecnológica e introducción de innovaciones y nuevos servicios, “no se salda o estabiliza con el simple acceso a una determinada tecnología” (Monje et. al, 2017: 203); por el contrario, requiere la inversión continua de cuantiosas sumas de capital que, en general, las organizaciones info-comunicacionales periféricas no están en condiciones de afrontar por sí mismas.

Por esta razón resulta decisiva la dirección que tome la intervención estatal, en el sentido de habilitar el ingreso y fomentar la participación de nuevos oferentes y una mayor competencia, o facilitar el afianzamiento de los actores establecidos y permitir una mayor concentración de mercado. En Argentina, durante décadas el Estado adoptó roles contradictorios, particularmente hacia las organizaciones del sector cooperativo. Como analiza Monje, en determinados momentos se constituye como un actor que “habilita y otorga posibilidades, y en otros, (...) como un rival o un juez que no garantiza equidad”, lo que describe una relación ambivalente que oscila entre el fomento y la persecución (Monje, et. al, 2017: 229).

Hasta diciembre de 2015 el Estado nacional había implementado una batería de políticas con repercusiones positivas sobre el sector audiovisual sin fines de lucro. A la sanción de la ley 26.522 que lo reconoce plenamente y fija la creación de mecanismos de fomento específicos, se sumó el llamado a licitación para frecuencias de radio y TV y el despliegue de la Televisión

Digital Terrestre. A su vez, el Estado encaró el desarrollo de infraestructura de conectividad, en particular el tendido de una extensa red troncal de fibra óptica en todo el país (Red Federal de Fibra Óptica), con el objetivo de convertirse en *carrier* mayorista y mejorar los costos y calidad de acceso entre los proveedores de servicios de conectividad que prestan servicios a escala local y regional.

A partir de diciembre de 2015 y con el argumento de adecuar las normas al avance tecnológico y la convergencia digital, el gobierno modificó aspectos centrales de las leyes de Servicios de Comunicación Audiovisual (26.522) y Argentina Digital (27.078), sobre todo aquellos que fijaban límites al tratamiento mercantil de la comunicación, lo que, en la práctica, sirvió para liberalizar la actividad y re-regularla en favor de los actores privados comerciales más grandes, generando las condiciones para una mayor concentración de la propiedad. Al mismo tiempo, se concentró la autoridad política del sector bajo el poder Ejecutivo, para lo cual se dinamitó completamente la arquitectura institucional de regulación y control preexistente, limitando o eliminando la participación de la sociedad civil y de un amplio grupo de partes interesadas<sup>1</sup>.

Con una lógica inversa a la plasmada en la ley 26.522 que suponía que limitando los niveles de concentración en la propiedad se podría incrementar la diversidad de actores en el sistema, los cambios que introduce el actual Gobierno Nacional eliminan los obstáculos legales y permiten, entre otras cosas, que los grandes jugadores del sector de la radiodifusión y la televisión paga puedan absorber a medianas y pequeñas empresas locales agudizando aún más la concentración ya existente en el sector.

Esta intervención, realizada mayormente por la vía de decretos presidenciales, -algunos de necesidad y urgencia-, fue presentada como una instancia transitoria que daría lugar a la elaboración de un nuevo proyecto de ley que sería tratado en el Congreso. A estos fines, el gobierno conformó en abril de 2016 una Comisión de especialistas a la que encomendó la consulta a distintos actores y la redacción de un anteproyecto de Ley de Comunicaciones

---

1- Para una lectura más detallada sobre los cambios introducidos por la gestión de Cambiemos en las políticas de medios y de telecomunicaciones, ver: Monje, D.; Rivero, E. y Zanotti, J.M. (2016) “Nuevas disputas por el Derecho a la Comunicación en Argentina: el giro a la derecha a partir de diciembre de 2015”. En Sierra, F. y Vallejo, R.E. (eds.) *Derecho a la comunicación. Procesos regulatorios y Democracia en América Latina y Ecuador*. Ediciones CIESPAL.

que unificaría las normas anteriores, pero tras numerosas actividades de consulta pública, la Comisión se desactivó y el proyecto oficial aún se desconoce.

En este contexto, las modificaciones introducidas a partir de diciembre de 2015 se volvieron permanentes y sus efectos sobre la estructura del mercado fueron profundos. Una mirada al marco regulatorio del sector de las comunicaciones en la actualidad devuelve una imagen fragmentada, compuesta por dos leyes nacionales intervenidas por una maraña creciente de decretos -algunos contradictorios entre sí- y otras disposiciones de menor jerarquía, algunas emanadas de un Ministerio de Comunicaciones creado en 2015 y ya extinto, y otras del Ente Nacional de Comunicaciones (ENaCom), agencia que reemplazó a las AFSCA y AFTIC<sup>2</sup>, repitiendo en su directorio un esquema de integración política, sin selección según idoneidad profesional y con dependencia directa del poder Ejecutivo.

Al momento de presentar las actuales políticas, sus promotores construyeron una estrategia narrativa según la cual la convergencia tecnológica y la liberalización de los mercados serían los ejes ordenadores, en la búsqueda de un interés general. No obstante, transcurridos dos años de gestión, la narrativa contrasta con el resultado de las políticas que se orientaron más a favorecer negocios puntuales (pro-business), que a fomentar condiciones adecuadas de competencia (pro-mercado) para generar inversiones y beneficiar a los usuarios (Fontanals, 2017).

A esta situación se suma la reexclusivización de las transmisiones del fútbol de primera división, que, tras la disolución del programa Fútbol para Todos, volvió a manos privadas. Este dato es fundamental y representa una amenaza para los operadores de TV paga cooperativos y pymes, que en el pasado fueron objeto de prácticas predatorias por parte de los dueños de los derechos de transmisión, al excluirlos o elevar las barreras económicas de acceso a esos contenidos, inviabilizando sus negocios y poniendo en riesgo su supervivencia.

En cuanto al lugar de los actores periféricos en este nuevo escenario, la actual conducción del Estado Nacional, por un lado, proyecta diálogo y acercamiento mediante promesas y decisiones del organismo regulador en principio favorables, y concomitantemente, practica una política de

---

2- Autoridades de aplicación y control creadas por las leyes de Servicios de Comunicación Audiovisual (2009) y Argentina Digital (2014), respectivamente.

dilaciones, desfinanciación y falta de atención a sus demandas. Como indica Martín Becerra:

El Estado en su etapa macrista tiene por vocación ejercer la representación directa de los intereses industriales más pesados en cada actividad, ser una correa de transmisión directa y sin mediaciones. Es por ello que la brújula oficial no registra siquiera la existencia de otros actores (PyMes, cooperativas, sector público no gubernamental, movimiento comunitario) y queda descolocado ante sus demandas (Becerra, 2017).

Diversos actores del sector periférico plantean una agenda regulatoria específica<sup>3</sup>, en la que se demanda, entre otros puntos, el diseño de reglas de regulación asimétricas que contemplen las diferencias de escala entre los grandes *players* y los actores locales, introduciendo, por ejemplo, zonas de exclusión y cuotas de mercado en localidades donde presten sus servicios operadores pequeños y medianos. Y al mismo tiempo, habilitarles el ingreso a nuevos servicios para poder rentabilizar mejor las inversiones.

## **2. El mercado de la telefonía móvil, banda ancha y TV paga en la Argentina: concentración y recursos de poder**

La estructura actual del mercado de la conectividad a internet, la telefonía móvil y la televisión por suscripción es el resultado de una larga y sinuosa historia de tensiones políticas y económicas que tuvieron lugar a lo largo de décadas entre un amplio abanico de actores; entre ellos, el Estado y las principales empresas del sector. Algunas de las decisiones gubernamentales tomadas a partir del inicio de la liberalización del sector en los años 90, formalmente buscaron conducir hacia una apertura y competencia efectiva. Sin embargo, las fuerzas del mercado acabaron por imponerse originando un sector con altas barreras de entrada y crecientes niveles de concentración<sup>4</sup>.

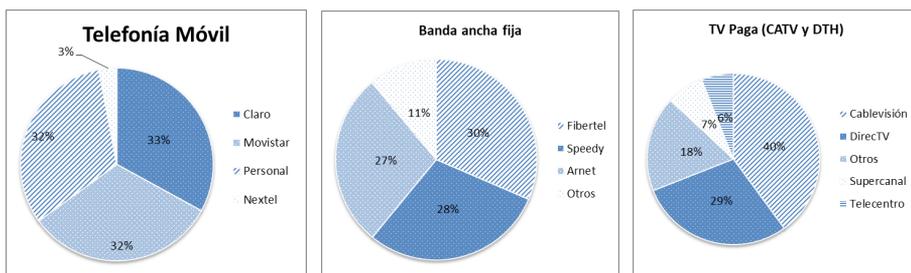
3- Ver el documento con las propuestas de regulación presentado por Colsecon ante la Comisión Redactora de la Ley de Comunicaciones durante las rondas de consulta que se realizaron en 2016. Disponible el 3/11/2017 en <http://bit.ly/2y02C5V>

4- Para una lectura más profunda sobre este tema se recomiendan los textos de Fontanals (2013 y 2015) listados en las referencias de este artículo, y la serie del mismo autor Historia de las Telecomunicaciones en Argentina, que publica la Revista Fibra.

La ausencia o limitaciones en la competencia tuvieron como resultado menos incentivos para la inversión y el mejoramiento de los servicios; menor incentivo para la innovación; mayor poder de las empresas como formadoras de precios en los distintos eslabones de la cadena de valor; el surgimiento de prácticas anticompetitivas; la degradación en la calidad de los servicios y mayores costos para los usuarios finales. A esto se suma el surgimiento de asimetrías regionales que repercuten en la disponibilidad, calidad y asequibilidad de los servicios en aquellas zonas de menor atractivo económico para los actores tradicionales<sup>5</sup>.

En la actualidad el mercado de la TV paga y banda ancha fija en la Argentina se caracteriza por una gran dispersión de oferentes, y al mismo tiempo, por una marcada concentración de los usuarios y los ingresos en manos de unos pocos jugadores. La telefonía móvil, por su parte, es un mercado aún más cerrado donde tres *telcos* ofrecen sus servicios y controlan el mercado en todo el país.

**Gráfico 1: Concentración en el mercado de telecomunicaciones y TV paga**



Fuente: elaboración propia sobre datos de las empresas y estimaciones de mercado.

5- A 2016 existían 7,2 millones de accesos a banda ancha (16,5% de la población). La mitad de las viviendas del país tenían acceso a internet fija, pero se observaban fuertes asimetrías entre las distintas provincias, con cifras que van del 40% de penetración en la CABA, al 4% y 6% en provincias como Catamarca, Jujuy o Formosa. Existían 63 millones líneas móviles (146% de penetración), la mayoría de ellas prepagas, aunque la cifra de las efectivamente en uso sería sensiblemente menor. La telefonía móvil era el servicio TIC más extendido del país en millones de usuarios y alcance geográfico (ENACOM, 2016). La TV por suscripción alcanzaba los 9,2 millones de accesos (más del 80% de los hogares) (LAMAC, 2017).

Existen en el mercado cinco grupos económicos principales que concentran la distribución de televisión por suscripción, el servicio de telefonía móvil y la conectividad fija: Grupo Clarín (Cablevisión; Fibertel y Nextel); Telefónica (Speedy y Movistar); Telecom (Arnet y Personal); América Móvil (Claro) y DirecTV. Las pymes y cooperativas en general integran el rubro “otros” y su participación es marginal a nivel nacional, aunque en algunos mercados locales alcanzan cuotas significativas.

De acuerdo con un relevamiento realizado por Aizenberg y del Valle para Revista Fibra, el 96% de los operadores de TV paga son empresas que operan a escala local, en su mayoría cooperativas y pymes. Sin embargo, estas empresas representan apenas el 12% de la facturación, mientras que los tres principales actores del sector que operan a escala regional y nacional (Cablevisión, Supercanal y Telecentro) concentran el 80% de los ingresos. En el caso de la telefonía se observa un escenario todavía más concentrado ya que menos del 1% de las empresas, especialmente Telefónica y Telecom, concentran el 90% de las líneas fijas. Este último dato referido a un negocio en declive como la telefonía básica, es muestra del alcance de la infraestructura de red que poseen los principales actores incumbentes (Aizenberg y del Valle, 2014).

Para profundizar todavía más el panorama, durante la segunda mitad de 2017 los directorios de Telecom y Cablevisión aprobaron la fusión de ambas empresas, en lo que, de contar con aval gubernamental, daría nacimiento a la mayor empresa de telecomunicaciones de la Argentina y una de las más grandes de Latinoamérica. El nuevo gigante alcanzaría posición dominante en casi todos los segmentos de mercado, especialmente en el servicio de internet fijo. En algunas regiones del país, como la provincia de Córdoba, donde sus redes se superponen, la naciente empresa concentraría el 95% de la oferta de banda ancha fija, constituyendo un virtual monopolio.

Al cierre de este trabajo las autoridades del ENaCom admitían públicamente que no habría objeciones a la fusión, y que la operación quedaría bajo escrutinio de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (CNDC), un ente que depende de la Secretaría de Comercio del Ministerio de Producción, y por lo tanto, sus dictámenes –que por otra parte no son vinculantes-, han estado históricamente influenciados por los lineamientos políticos emanados del Poder Ejecutivo (Fontanals, 2017)

En los últimos años, además de su poderío económico, otro de los recursos de las empresas dominantes del sector, es su capacidad para ubicar a sus

propios ejecutivos en cargos públicos clave, donde permanecen pese a ser señalados por posibles conflictos de interés. Por ejemplo, el actual secretario de Regulación de ENaCOM, Oscar González, era hasta antes de asumir, apoderado legal de una empresa de servicios satelitales que ahora compete con la nacional ARSAT; el subsecretario de Planeamiento de la Secretaría de Tecnologías de la Información, Hugo Miguel, era director de Tesacom Panamá, filial de la firma argentina Tesacom, dedicada también a los servicios satelitales y de telecomunicaciones.

### **3. La vida de los otros. El mercado pyme y cooperativo de telecomunicaciones y TV paga en Argentina.**

El sector de la Economía Social y Solidaria (ESS) en su conjunto genera el 10% del PBI nacional (Mirad, 2012), y más de 650 mil pymes suman el 99,6% de las unidades económicas del país, aportan casi el 70% del empleo y el 50% de las ventas (datos de Sepyme en Convergencia, 2015). Sin embargo, pese a su importancia para la economía nacional, durante años han sido actores marginales o directamente excluidos del sector de la radiodifusión y los servicios TIC.

Dentro del gran paraguas del sector de la ESS y pyme conviven una amplia variedad de proyectos distintos, con actividades, tamaños y resultados diversos y desiguales. En el caso del sector de telecomunicaciones y TV paga la diversidad interna responde, entre otros factores, al tipo de servicios que prestan y el tamaño del mercado en el que operan. Conviven por ejemplo pequeñas cooperativas con 500 socios o menos, junto a otras con sede en ciudades intermedias o grandes que alcanzan la suficiente espalda financiera como para ser actores competitivos a escala local e incluso regional.

Dimensionar y caracterizar con exactitud al sector cooperativo y pyme de telecomunicaciones en relación a la cantidad de actores, áreas geográficas que cubren y tipos de servicios que prestan, resulta una tarea dificultosa, en parte porque muchos de ellos están en vías de formalización y por lo tanto operan sin licencias, y en menor medida, por la falta de continuidad de algunos proyectos. Además, varias reparticiones estatales con incumbencia en la materia han producido y publicado informaciones sobre el sector, pero en muchos casos fueron discontinuadas en medio de sucesivos reordenamientos en la estructura de estas instituciones (SeCom, CNC, AFSCA, AFTIC,

ENaCom), dificultando el seguimiento de series históricas que permitan comprender la evolución. No obstante, algunas cifras consolidadas por las organizaciones intermedias que las nuclean permiten una aproximación.

Existen unas 388 cooperativas con licencias de telecomunicaciones. Unas 250 prestan servicios de TV paga, más de 200 ofrecen banda ancha, y la mayoría también incluye telefonía fija. En total contarían con unos 250 mil abonados en 20 provincias (Convergencia, 2015).

Según cifras del Instituto Nacional de Asociativismo y Economía Social (INAES), unas 111 cooperativas nacieron íntegramente telefónicas para dar servicios en zonas desatendidas por los operadores incumbentes. Las demás se abocaron a la prestación de servicios públicos como electricidad y agua potable, y en algunos casos, sumaron servicios de telecomunicaciones y TV paga (Convergencia, 2015).

Por otra parte, habría unas 670 pymes ofreciendo TV paga, que en conjunto superan los 500 mil abonados. Del total se estima que unas 400 son además prestadoras de conectividad a internet (Convergencia, 2015). Según el estudio “Mercado Argentino de TV Paga 2012-2017” realizado por Convergencia Research, existen en el país 61 organizaciones que ofrecen servicios triple play ya sea de forma híbrida (múltiples facturas y redes) o pura (una factura y una misma red para los tres servicios), casi la mitad de las cuales eran cooperativas (Convergencia, 2013b).

Estos actores se nuclean en torno a una serie de organizaciones intermedias que coordinan y articulan acciones conjuntas, y prestan servicios a sus asociados. Entre las más representativas se encuentra la Cámara Argentina de Internet (CABASE) fundada en 1989, que reúne a empresas proveedoras de servicios de acceso a internet, soluciones de datacenter y contenidos online; la Cooperativa de Provisión y Comercialización de Servicios Comunitarios de Radiodifusión (COLSECOR), creada en 1995, reúne a 200 organizaciones audiovisuales en 17 provincias; la Cámara Argentina de Cableoperadores PyMES (CACPY) creada en 2011 agrupa a 137 cableros que operan en 1000 localidades y atienden a 300.000 abonados en el interior del país; la Cámara de Cooperativas de Telecomunicaciones (CATEL), desde 2008 integra a empresas del sector en seis provincias; la Cámara Argentina de Telefonía IP (CATIP) desde 2007 agrupa a empresas de telefonía fija, móvil e internet. A estas cámaras empresarias se suman la Federación de Cooperativas de Telecomunicaciones (FECOTEL) creada en 1965 y la Federación de Cooperativas del Servicio Telefónico de la Zona Sur (FECOSUR).

En cuanto a la distribución geográfica, las cooperativas y pymes se encuentran concentradas especialmente en las provincias de Buenos Aires, Santa Fe y Córdoba.

**Tabla 1: Cooperativas y pymes por provincias**

Buenos Aires	223
Santa Fe	218
Córdoba	185
Entre Ríos	56
La Pampa	53
Salta	26
Resto del país	25

Fuente: Convergencia, en base a datos de Fecotel, Cacpy e Intercable (octubre 2016)

Una ventaja fundamental de las empresas cooperativas es que, salvo aquellas que fueron fundadas específicamente para ofrecer servicios de telecomunicaciones, la mayoría mantiene algún vínculo preexistente con los usuarios finales, a partir de la prestación de servicios públicos como energía eléctrica o agua potable. Este hecho, además de las ventajas que representa en relación a la mayor cercanía y nivel de conocimiento de sus usuarios, les permite conformar paquetes de servicios.

A su vez, las cooperativas son una forma organizativa valorada entre amplios sectores de la población. Según un estudio realizado por el Instituto de Investigaciones Gino Germani (UBA) y el Centro de Estudios para el Desarrollo de la Economía Social en América Latina (Cedesal)<sup>6</sup>, el 78% piensa que la expansión de las cooperativas es buena para el país, y el 86% considera que el Estado debe apoyar su formación y desarrollo. Por el contrario, según cifras de la Secretaria de Comercio de la Nación, Telecom, Telefónica, Cablevisión y Telecentro -las cuatro principales empresas de telecomunicaciones-, encabezan el ranking de demandas realizadas por los usuarios ante Defensa del Consumidor<sup>7</sup>.

6- Ver resumen de la Encuesta realizada por el Instituto Gino Germani y el Cedesal en <https://goo.gl/7SLknr>

7- Ver Habrá mediadores para los reclamos contra las telefónicas. 08/06/2016. Diario La Nación. Disponible en <https://goo.gl/dXDY1x>

En materia de reconversión tecnológica, las cooperativas y pymes tienen la ventaja de poseer redes locales o regionales con una arquitectura menos compleja que los operadores incumbentes. Esto, combinado a los costos decrecientes de la fibra óptica, les permite dar el salto tecnológico del cobre a la fibra, por ejemplo, con mayor velocidad. Sin embargo, la necesidad de inversiones permanentes aparecía como un obstáculo para estas organizaciones de capital limitado y dificultades para acceder a créditos blandos a largo plazo.

Asimismo, el sector debe enfrentar numerosas amenazas y desafíos a partir de los cambios que se observan en la estructura del mercado. Al afianzamiento de los grandes operadores que en el corto plazo podrán brindar todos los servicios (el Grupo Clarín ingresa a la telefonía móvil a partir de la compra de Nextel y las telcos darán TV por suscripción en las grandes ciudades), se suma la necesidad de realizar inversiones continuas y extender sus redes de fibra óptica para ser competitivos en prestaciones convergentes; el desafío de ofrecer soluciones Over-the-top (OTT) como complemento a las suscripciones de TV cable y la producción de contenidos locales.

Esto sucede además en un momento en que el mercado de la TV paga parece haber alcanzado la madurez, y comienza a dar signos de contracción, ante lo cual el sector pyme y cooperativo demanda participar del negocio de la movilidad que, aunque también maduro y saturado, exhibe altas tasas de rentabilidad y mejores proyecciones de futuro.

El ingreso a telefonía móvil, no obstante, implica superar obstáculos políticos referidos a la falta de determinación de las autoridades de turno para facilitar el ingreso de nuevos prestadores; obstáculos económico-financieros, en relación a la obtención de créditos a muy largo plazo para afrontar una cuantiosa inversión de capital; y otros tecnológico-organizativos en relación a la factibilidad de montar una estructura centralizada que permita ganar escala, y al mismo tiempo, articular eficientemente los intereses, necesidades y posibilidades de una gama diversa de actores. Más adelante retomaremos este tema a propósito del proyecto de operador móvil virtual presentado por las cámaras del sector pyme y cooperativo al gobierno argentino.

Durante años, pymes y cooperativas se han consolidado en sus mercados de referencia como prestadores de servicio básico telefónico, banda ancha domiciliaria y televisión por suscripción. No obstante, el caso del lanzamiento de la IPTV por parte de un conjunto de cooperativas del interior del país a

partir del año 2013 reviste especial interés para este trabajo, ya que se trata de una forma de distribución de contenidos ausente hasta ese momento en el mercado local, que fue introducida por un actor periférico como estrategia defensiva ante el avance de la competencia, a partir de una fuerte inversión económica.

### **3.1 Las cooperativas y la llegada de la IPTV a la Argentina**

Tras haber sido excluidas durante décadas del negocio de la radiodifusión, el punto de giro para las cooperativas se dio con las reformas regulatorias que tuvieron lugar entre los años 2005 (ley 26.053) y 2009 (ley 26.522), primero con la modificación del artículo 45 de la antigua ley de Radiodifusión<sup>8</sup>, tras lo cual pudieron acceder formalmente a licencias audiovisuales, aunque con ciertas restricciones, y más tarde, con la sanción de la ley 26.522 que reconoció al sector como un actor de pleno derecho a participar de ese mercado. Aunque algunos actores del sector sostienen que “nos dejaron ingresar al segmento audiovisual cuando la TV paga ya no es negocio” (Convergencia, 2016), a partir de este momento las cooperativas prepararon su ingreso a la IPTV, un área sin antecedentes en el mercado local.

La IPTV es una forma de distribución de señales televisivas basada en el protocolo IP sobre redes dedicadas que replica el modelo de negocio de la televisión de pago. Aunque no introduce novedades en relación a la televisión por cable o satélite convencional, permite mayores usos interactivos a menores costos (Prado, 2017). En varios países de la región está disponible desde hace años –aunque con una penetración marginal–, pero en Argentina era prácticamente inexistente hasta 2013.

Por las altas inversiones que son necesarias para desplegar este tipo de servicio, la punta de lanza fueron algunas de las cooperativas con mayor capacidad económica: en 2013 las cooperativas TelViso (Del Viso, Buenos Aires); Telvgy (Villa Gobernador Gálvez, Santa Fe) y Telpín (Pinamar, Buenos Aires) se asociaron para adquirir de forma conjunta la solución tecnológica y realizaron una inversión de 900 millones de dólares (Convergencia, 2015).

A mediados de 2014 estas cooperativas, a las que luego se sumaron

---

8- Mediante esta ley se actualizó la legislación tras el fallo CSJN de 2013 que declaró la inconstitucionalidad del art.45. Estos cambios se lograron luego de una estrategia promovida por actores del sector sin fines de lucro, en particular referentes de Radio La Ranchada de Córdoba.

otras, ya ofrecían el servicio de IPTV. El aspecto diferenciador para lograr capturar una parte del mercado fue el precio: ofrecían abonos hasta 30% más baratos que la competencia. Este hecho afectó la estrategia comercial de los demás actores que operaban en esas mismas plazas, reduciendo a la baja el conjunto de los precios. En algunas localidades de Córdoba y en Santa Rosa en la provincia de La Pampa, ante la competencia de las cooperativas, Cablevisión (Grupo Clarín) debió ofrecer descuentos de hasta el 55% del abono (Convergencia, 2015).

No obstante, la adopción del servicio fue lenta y no fue sencillo alcanzar la masa crítica necesaria para rentabilizar las inversiones. Según datos del mercado, con los lanzamientos de IPTV las cooperativas lograron aumentar su participación en apenas +1% (Convergencia, 2015). Según cifras provistas por Telviso, una de las firmas pioneras en este tipo de servicios, durante el primer año la unidad de negocios IPTV arrojó un déficit de cerca de 2 millones de pesos.

De todas maneras, el ingreso de las cooperativas a IPTV no estuvo motivado en incrementar la facturación, sino que fue un movimiento defensivo ante la amenaza de perder clientes por la incursión de los cableros en el negocio de internet. Como explica el gerente de Telviso, Ariel Fernández Alvarado: “muchas cooperativas empezamos a perder clientes por el paquete que se ofrecía, en el que el cable era un producto costoso e Internet prácticamente se adicionaba por muy poco dinero. Entonces, el que tenía cable, pagando muy poco más tenía Internet” (Racciatti, 2017).

Un aspecto crítico en relación a la rentabilidad de este negocio eran los costos de las señales. Las cooperativas debían pagar los contenidos en relación a la cantidad potencial de abonados del área de cobertura dividida por el número de prestadores de la zona. Es decir, una empresa que recién ingresaba como cuarto jugador a un mercado determinado debía pagar las señales como si ya concentrara el 25% del mercado desde el primer día.

Con todo, el servicio de IPTV y las prestaciones de conectividad que muchas cooperativas y pymes ofrecen desde hace años, son muestra de la capacidad de los actores periféricos para encarar proyectos ambiciosos de innovación tecnológica y mejoramiento de redes, que dependen de grandes inversiones y de la conformación de alianzas estratégicas. Sobre la base de esta experiencia acumulada, el sector se lanzó a su más reciente demanda: la telefonía móvil.

#### **4. Telefonía Móvil, el eslabón pendiente hacia el cuádruple play**

La posibilidad de que el sector pyme y cooperativo ingrese al mercado de la telefonía móvil, la instancia pendiente para ser prestadores cuádruple play, requiere que se integren como Operadores Móviles Virtuales (OMV). Estos operadores “son licenciatarios sin espectro que, con o sin infraestructura, prestan servicios móviles a través del espectro asignado a otros operadores móviles por medio de acuerdos de interconexión” (Baladron y Rossi, 2017).

La generación de nueva infraestructura de red para entrar a un mercado maduro como el de la telefonía no es viable desde un punto de vista económico, por lo que el ingreso de nuevos oferentes depende de su articulación con los operadores de redes ya existentes. Existen dos grandes tipos de operadores OMV: los “Full” poseen infraestructura propia por lo que logran diferenciarse del operador de la red (OMR), y los “Básicos” que en general actúan como agentes revendedores de los servicios del OMR, aunque con marca propia. En cada caso las exigencias de inversión varían y también la diferenciación y rentabilidad del negocio.

La característica del OMV es que necesita para existir conectarse a la infraestructura de los operadores incumbentes que controlan las redes. No obstante, esto no los excluye de poder desarrollar algún tipo de infraestructura propia, especialmente referida al núcleo de la red. Según tipifica el reglamento de OMV del año 2014: “Operador Móvil Virtual con Infraestructura: es aquel que dispone de infraestructura de núcleo de la red de servicios de comunicaciones móviles, tal que le permite cumplir con la totalidad de las funcionalidades del mismo, incluyendo la conmutación y enrutamiento de las comunicaciones. Operador Móvil Virtual Básico: es aquel que no dispone de infraestructura de núcleo de la red de servicios de comunicaciones móviles, pudiendo contar con la infraestructura para la atención de clientes, facturación y mercadeo” (Res. Secretaria de Comunicaciones 68/2014. Art. 4)

La posibilidad de que se conformen este tipo de operadores existe en la regulación argentina desde el año 2000<sup>9</sup>, aunque hasta el momento su participación es marginal. Sin embargo, en varios países los OMV son actores relevantes: en Alemania hay unos 130 operadores de este tipo; 100 en Estados Unidos; 70 en Gran Bretaña y en Holanda unos 50, con participaciones que

9- El decreto 764/2000 incorpora la figura de “revendedor de servicios de telecomunicaciones”.

van del 10 al 30% del mercado. La experiencia de estos países muestra que los operadores incumbentes con sus ofertas genéricas y complejas dejan algún espacio para la aparición de otros oferentes que cubren nichos de mercado con mayor flexibilidad. No obstante, como marca Fontanals, estos actores nunca “sacuden el mercado”, pero sí promueven “un mayor movimiento competitivo, lo que opera fundamentalmente como un límite al poder de mercado de los operadores establecidos” (Fontanals, 2017b).

Algunas de las empresas interesadas en ser OMV en la Argentina son reconocidas firmas de *retail* como Falabella, Carrefour, Frávega, Rodo, Garbarino y Musimundo, que aprovecharían su cartera de clientes para sumar un servicio diferencial. Sin embargo, las cooperativas y pymes cuentan con algunas ventajas comparativas. Por un lado se trata de empresas que poseen experiencia en telecomunicaciones y muchas de ellas prestan actualmente servicios de conectividad y TV paga que podrían paquetizar, y por el otro, poseen redes propias, por lo que, en una segunda instancia de implementación podrían optimizar costos derivando a sus redes fijas parte del tráfico móvil, mecanismo también conocido como *wifi off-loading*.

La posibilidad de realizar *wifi off-loading* es vital para el éxito económico del plan que los operadores periféricos presentaron al gobierno argentino, que se desarrolla en el apartado siguiente. Esta práctica consiste en derivar (descargar) hacia redes fijas de wifi parte del tráfico de datos que se produce desde dispositivos móviles, algo que en la práctica ya sucede. Según estudios realizados por CATEL, el 80% del tiempo el usuario de telefonía móvil se encuentra fijo en algún lugar y busca cursar su tráfico a través de redes de wifi, dado que los datos móviles ya no son ilimitados. Estiman que en 2020, el 55% del tráfico inalámbrico se realizará desde redes fijas. Desde el sector pyme y cooperativo piensan que esta sería la forma de monetizar el tráfico móvil que actualmente ya soportan sobre sus redes fijas, aún sin compensación económica.

El sector periférico lleva años demandando en diferentes espacios la oportunidad de participar del negocio móvil. La licitación de espectro para servicios 4G que se realizó en 2014 despertó expectativas en relación a la posibilidad de que se reservaran porciones para el sector solidario y las pequeñas empresas, y que se hicieran asignaciones de forma regional. Sin embargo, esto no sucedió y las empresas que resultaron adjudicatarias en

aquella ocasión fueron las grandes *telcos*: Personal, Movistar y Claro<sup>10</sup>. Las empresas de telefonía dominantes puján constantemente para obtener más espectro, “ya que no sólo permite mejorar la calidad del servicio con menos inversiones, sino también acumular este recurso y generar barreras de entrada a otros competidores” (Baladron y Rossi, 2016).

También en 2014 el Estado aprobó un Reglamento de Operadores Móviles Virtuales (Resolución 68/14 SECOM) donde se reconocía a este tipo de prestadores, y fijaba que los operadores de red (OMR) debían presentar ofertas de interconexión de referencia (OIR) viables que permitieran el acceso de nuevos *players* a través de sus redes. Esto generó algunas expectativas en el sector periférico, pero rápidamente objetaron aquel reglamento porque establecía un tope del 5% de la capacidad de las redes para los OMV, y solo les permitía ofrecer Servicios de Comunicaciones Móviles Avanzados (SCMA – 4G). Esto último era visto como una contradicción debido a que en muchos de los lugares donde las cooperativas prestan servicios no hay radiobases de servicio 4G. Finalmente, en 2016, el gobierno modificó este reglamento (Resolución 38/16 MINCOM), amplió la cantidad de espectro disponible para OMV y les permitió ofrecer todos los servicios móviles vigentes. Sin embargo, hasta el cierre de este artículo no se había aprobado ningún registro de OMV cooperativo o pyme.

La desidia del gobierno para impulsar a este tipo de operadores, que permitirían dinamizar el mercado, sumado a la capacidad de resistencia de los grandes *players*, que buscan evitar la aparición de nuevos competidores, explican las demoras en el despegue de este servicio alternativo (Fontanals, 2017b).

En efecto, las ofertas de interconexión de referencia presentadas por dos de las tres *telcos* incumbentes eran vistas como “inviabiles” por los actores interesados. Según analiza Fernández Alvarado de CATEL, en países como México donde América Móvil concentra el 70% del mercado, el segundo actor, Movistar, tiene motivos para impulsar el ingreso de OMVs como una forma de disputarle participación<sup>11</sup>. Sin embargo, en Argentina, donde el mercado se

---

10- Un cuarto operador, Airlink, resultó adjudicatario, pero por falta de pago el gobierno nacional le retiró el espectro licenciado. Ante esto, la empresa interpuso un recurso judicial, por lo que, al cierre de este artículo, esa porción del espectro, ahora en manos de ARSAT, no podía asignarse a ningún uso.

11- La política de las incumbentes en relación a los OMV varía de un mercado a otro. Claro es el mayor OMV de EEUU, pero no se muestra muy de acuerdo con favorecer

divide en tres partes casi idénticas, con el ingreso de nuevos jugadores, todos tienen algo que perder<sup>12</sup>.

#### 4.1 El antecedente “Nuestro”: logros y limitaciones del primer OMV cooperativo

Aunque incipientes, existen algunos antecedentes de OMV cooperativos cuya referencia es útil recuperar. En 2010, Fecosur, una federación de cooperativas de telecomunicaciones firmó un acuerdo con Personal (Telecom) mediante el cual las cooperativas de esa entidad venderían líneas de la telco bajo una marca propia: Nuestro. A su vez, otras cooperativas también suscribieron individualmente acuerdos con Claro para revender sus líneas<sup>13</sup>.

El proyecto “Nuestro” tuvo un comienzo auspicioso, se lanzó en unas 50 localidades y llegó a alcanzar los 30 mil usuarios<sup>14</sup>. Sin embargo, “la falta de capacidad técnica, económica y de desarrollo del producto, complicaron el crecimiento” (Fecosur, 2017). Asimismo, la salida de Telecom Italia, accionista principal de Telecom Argentina en 2013, produjo vaivenes e indefiniciones que afectaron el proyecto. Este hecho ilustra la fuerte dependencia que se produce con los grandes operadores cuando el OMV se limita a ser un agente comercial (OMV básico) que no controla el servicio que revende. Actualmente el servicio se presta en unas 27 localidades (Convergencia, 2015), y el año pasado fue relanzado bajo la marca Nuestro *powered by Personal*.

---

nuevos actores en Argentina; Movistar aloja OMVs en México, Chile, Colombia y España, pero no sigue la misma línea en nuestro país.

12- Presentación de Ariel Fernández Alvarado (CATEL) en Jornadas Colseco. 6-7 de mayo de 2016. Córdoba. Disponible en <https://goo.gl/W4VZK7>

13- En junio de 2017 se conoció que Red Intercable, una asociación que reúne a unas 280 pymes proveedoras de TV cable en 19 provincias, suscribió un convenio de “compartición de espectro e infraestructura” con Cablevisión-Nextel (Grupo Clarín) mediante el cual las empresas de la Red prestarían servicios 4G en distintas localidades. Ver Compartir para ganar en el blog de Enrique Carrier. Recuperado el 3/11/2017 de <https://goo.gl/1w2KUS>

14- Una cifra de participación testimonial si se la compara con el tamaño del mercado móvil que supera los 60 millones de líneas registradas. Las cooperativas que mayor número de clientes lograron hasta el momento son Rio Tercero (1.500), Mar del Plata (1.200) y Villa Gesell (1.100), aunque desde Fecosur admitían que se necesita una masa crítica de 5.000 clientes por cooperativa para hacer rentable el servicio.

Sin embargo, los proyectos de las cámaras que representan al sector van más allá de ser un OMV “básico” que actúe como agente comercial de los OMR. Aunque comprenden que estos actores siempre serán virtuales en lo que refiere al *roaming*, aspiran a poder operar todos los servicios y a hacerlo con infraestructura propia. En esa línea se inscribe el proyecto de Operador Móvil Virtual que cinco cámaras del sector elevaron al gobierno nacional en 2017.

#### 4.2 El proyecto intercámaras de Operador Móvil Virtual

La propuesta presentada al gobierno argentino para que el sector pyme y cooperativo del país se constituya de manera unificada como operador móvil virtual fue elaborada por las organizaciones intermedias que nuclean al sector: CATEL, CATIP y CABASE con el apoyo de CACPY y COLSECOR<sup>15</sup>. Desde un punto de vista técnico la propuesta tiene complejidades que rebasan el campo de interés de las ciencias sociales, pero de modo conceptual se trata de montar una red LTE compartiendo el *core* central entre todas las entidades participantes e instalando sitios para la red de acceso en cada una de las localidades. El *core* se realizaría de manera conjunta, mientras que la infraestructura local queda en manos de cada participante.

El modelo de gestión se basaría en la economía de escala, mediante un esquema centralizado de *pool* de compras que permitiría acceder a mejores precios. Se trata de un modelo similar al que utiliza desde hace años Colsecor para la compra y distribución de señales de cable. Para esto estarían en condiciones de invertir unos USD 500 millones y según estiman lograrían alcanzar a unos 5 millones de usuarios.

El objetivo de máxima es ser un OMV “full” con infraestructura propia. Para eso, solicitan 20 MHz de espectro radioeléctrico repartidos entre bandas bajas (700 y 900) para lograr mayor cobertura y bandas altas (AWS y 2,5GHz) para conseguir mayor capacidad. El proyecto requiere que este recurso se atribuya de manera regional o municipal (la forma convencional en que se licita el espectro radioeléctrico para telefonía móvil es a nivel nacional).

Aunque el proyecto forma parte de la agenda del sector desde hace varios años, cobró impulso recientemente tras una serie de medidas

---

15- Ver la declaración conjunta de las cinco cámaras del sector sobre el proyecto de Operador Móvil Virtual Disponible en <https://goo.gl/YifNim>

gubernamentales. Por un lado el decreto 1340/16 que permite acceder a espectro radioeléctrico en modalidad a demanda, y especialmente, la resolución 1299/17 de ENaCom en la que el ente regulador habilitó la asignación regional y uso compartido de frecuencias<sup>16</sup>. Esto último abrió las puertas a las organizaciones periféricas para demandar ser operadores móviles en sus zonas de cobertura.

En relación a la capacidad económica para afrontar la inversión que demanda el proyecto, aunque admiten que la compra de espectro sumada a la obra civil necesaria y el equipamiento tecnológico alcanza cifras multimillonarias, varias de estas organizaciones ya habrían realizado en el pasado inversiones incluso superiores para costear el despliegue de redes de fibra óptica. No obstante, reconocen que será necesario disponer de créditos a muy largo plazo.

En el sector confían que el negocio móvil es lo suficientemente grande y rentable como para absorber a un nuevo operador y permitir retornos de inversión dentro del primer año de funcionamiento, según el tamaño del mercado local y los servicios que se presten. Según analiza Franco Cecchini, presidente de CATIP, “más allá de los planes de negocio, el olfato de negocios nos dice que queremos estar más cerca de aquéllos a los que les sobra el dinero que de aquéllos que se están empobreciendo”<sup>17</sup>.

Con relación a la factibilidad de la iniciativa, desde el sector admiten que un proyecto de estas características supondrá complejidades dada la diversidad de empresas que componen la iniciativa, que tienen magnitudes, historias y culturas dispares. A su vez, es un desafío diseñar una red centralizada que permita generar escala para optimizar costos y fuerza para negociar infraestructura o acuerdos de *roaming*, pero que a la vez le permita

16- La intención de esta resolución no era facilitar el ingreso de cooperativas y pymes al mercado, sino permitirle a Cablevisión que destine a servicios móviles frecuencias atribuidas previamente a otros usos. Se trababa de las frecuencias de una serie de empresas que el Grupo Clarín adquirió tras la compra de Nextel en 2016, mediante la cual ingresará al sector móvil como el cuarto operador. No obstante, esta posibilidad quedó aplazada luego de la fusión entre Cablevisión y Telecom, controlante de la empresa de telefonía móvil Personal. La fusión cuenta con el aval del ENaCom y, al cierre de este artículo, se encontraba en estudio por parte de la Comisión Nacional de Defensa de la Competencia (CNDC).

17- Presentación de Franco Cecchini, Presidente de la Cámara Argentina de Comunicaciones Convergentes (CATIP) en el encuentro “Internet Day”. 15/05/2017, Buenos Aires. Disponible en [https://youtu.be/feK\\_s9XrvYw](https://youtu.be/feK_s9XrvYw)

a cada miembro individualmente desplegar allí sus negocios a partir de sus particularidades y las del mercado donde opera.

Un activo importante de las pymes y cooperativas es su arraigo territorial y presencia en lugares desatendidos por los prestadores incumbentes. Según Ariel Fernández Alvarado, de CATEL, “la pisada de las cooperativas solamente en el país es 10 veces la pisada del 4G. [Es decir] hay 10 veces más lugares donde hay cooperativas y no hay 4G”<sup>18</sup>, lo que ilustraría el potencial de crecimiento de estos actores en el segmento móvil.

Asimismo, como un condicionante externo, la telefonía móvil es un mercado maduro y largamente dominado por unos pocos actores, donde encontrar espacios de competencia no es sencillo para los periféricos. No obstante, Cecchini ve una ventana de oportunidad y analiza que “si hemos sobrevivido a los grandes oligopolios de los años ‘90s, en este momento en que las tarifas son tan altas y los servicios son tan malos, resulta sencillo competir”<sup>19</sup>.

## **5. A modo de cierre**

Garantizar el acceso universal y de calidad a los servicios de telecomunicaciones y TV paga en un país como la Argentina, que cuenta con una extensa geografía y un mercado altamente concentrado, requiere el fortalecimiento del sector periférico, compuesto por cientos de cooperativas y pequeñas empresas.

La convergencia de redes y servicios en curso enfrenta a estos actores al desafío de encarar cuantiosas inversiones de capital, en un entorno que además los expone a mayores niveles de competencia por el afianzamiento de las grandes empresas ahora habilitadas para expandirse hacia otros mercados. A esto se suma que la autoridad política a cargo del sector, en los últimos años se muestra todavía más permeable a las demandas de los actores preponderantes, adopta la agenda de las grandes empresas, y al hacerlo, produce una maraña regulatoria que genera incertidumbre y dificulta la toma de decisiones empresariales.

---

18- Presentación de Ariel Fernández Alvarado (CATEL) en la Jornada “El rol del cooperativismo en las telecomunicaciones”. 17/04/2016 en Facultad de Ingeniería. Universidad de Palermo, Buenos Aires. Audio disponible en <https://goo.gl/saMWcy>

19- Presentación de Franco Cecchini (CATIP) en el encuentro “Internet Day”. 15/05/2017, Buenos Aires. Disponible en [https://youtu.be/feK\\_s9XrvYw](https://youtu.be/feK_s9XrvYw)

En este marco resulta clave la intervención del Estado en el sentido de fomentar el desarrollo del sector periférico como actor dinamizador de un mercado que por su naturaleza es excluyente y tiende a la concentración, y como reaseguro del servicio universal en regiones de poco atractivo comercial para los incumbentes.

Para esto el sector requiere regulaciones que conduzcan a la competencia plena, pero que reconozcan las asimetrías existentes y les permitan participar en los distintos servicios convergentes. El Estado argentino posee, además de los resortes legales, una infraestructura de red propia administrada por ARSAT (la Red Federal de Fibra Óptica) que puede conformar una herramienta potente para fortalecer al sector.

## REFERENCIAS

Aizenberg, L. y Del Valle, F. (2014). “Perspectivas de la nueva apertura regulatoria”. *Revista Fibra*, 4. Buenos Aires: Menta Comunicación. Disponible en <http://papel.revistafibra.info/numeros-editados/perspectivas-de-la-nueva-apertura-regulatoria/>

Baladron, M. y Rossi, D. (2016). “Tensión sobre el Espectro”. *Revista Fibra*, 11. Buenos Aires: Menta Comunicación. Disponible en <http://papel.revistafibra.info/tensiones-sobre-el-espectro/>

Becerra, M. (2016). “La convergencia es más que un proyecto de ley”. Blog del autor (Quipu Tecnologías de la Información) Disponible el 03/11/2017 en <https://martinbecerra.wordpress.com/2016/05/17/la-convergencia-es-mas-que-un-proyecto-de-ley/>

Becerra, M. (2017). “A falta de inversiones llueven decretos”. Blog del autor (Quipu Tecnologías de la Información). Disponible el 03/11/2017 en: <https://martinbecerra.wordpress.com/2017/01/02/a-falta-de-inversiones-lluvia-de-decretos/>

Bizberge, A. (2017). “Los desafíos de la convergencia digital para las políticas de comunicación”. En C. Labate y C. Arrueta (comps.) *La Comunicación Digital. Redes sociales, nuevas audiencias y convergencia: desafíos y oportunidades para la industria, el Estado y los usuarios*. (19-38). San Salvador de Jujuy: Editorial de la Universidad Nacional de Jujuy.

Califano, B. (2017). “Políticas de medios y tecnologías de la información: de Argentina Digital a las modificaciones de Cambiemos”. En C. Labate y C. Arrueta (comps.) *La Comunicación Digital. Redes sociales, nuevas audiencias y convergencia: desafíos y oportunidades para la industria, el Estado y los usuarios*. (39-66). San Salvador de Jujuy: Editorial de la Universidad Nacional de Jujuy.

Convergencia Consultora (2013a). “Cooperativas y operadores alternativos”. *Convergencia documentos*, 110. Junio. Buenos Aires.

Convergencia Consultora (2013b). “Triple Play”. *Convergencia Documentos*, 113. Noviembre. Buenos Aires.

Convergencia Consultora (2015). “Cooperativas y operadores alternativos”. *Convergencia Documentos*, 122. Junio. Buenos Aires.

Convergencia Consultora (2016). “Cooperativas y pymes”. *Convergencia Documentos*, 127. Octubre. Buenos Aires.

ENACOM (2017). “Indicadores Mercado TIC y Audiovisual”. Dirección Nacional de Desarrollo de la Competencia en Redes y Servicios. Buenos Aires.

FECOSUR (2017). “Telefonía Móvil Nuestro. Lo bueno está por venir”. *Nuestra Revista*, 87, 30-31. Enero-Febrero. Buenos Aires.

Fontanals, G. (2013). “Negocios y política: el caso de las telecomunicaciones en Argentina durante las administraciones Kirchneristas (2003-2011)”. Ponencia en el XXIX Congreso ALAS, Santiago de Chile.

Fontanals, G. (2015). “Las telecomunicaciones y la regulación pública. Industrias de red, economías de escala y concentración de mercado”. *Revista Fibra*, 3, 30-37. Enero-febrero, Buenos Aires: Menta Comunicación.

Fontanals, G. (2017). “Por qué es conveniente para Argentina limitar fusión Telecom-Cablevisión”. *Mediatelecom*. [web] Disponible el 03/11/2017 en <http://mediatelecom.com.mx/index.php/agencia-informativa/colaboradores/item/142297-por-qu%C3%A9-es-conveniente-para-argentina-limitar-fusi%C3%B3n-telecom-cablevisi%C3%B3n>

Fontanals, G. (2017b). “Los operadores móviles virtuales. El eterno retraso de nuevos jugadores en las telecomunicaciones móviles de Argentina”. *Revista Fibra*, 3. Buenos Aires: Menta Comunicación. Disponible en <http://papel.revistafibra.info/los-operadores-moviles-virtuales/>

LAMAC (2017). “Métricas de TV Paga Argentina”. Disponible en <http://www.lamac.org/argentina/metricas/total-por-tv-paga>

Mirad, N. (2012). “La economía solidaria, clave para otro mapa de medios”. En AAVV. *Economía Solidaria hacia un Nuevo Mapa de Comunicación. Textos, contextos, experiencias y propuestas del cooperativismo y mutualismo*. Buenos Aires: Usina de Medios.

Monje, D. et. al (2017). “Otro territorio. Impacto de la convergencia periférica en el sector audiovisual de la Economía Social y Solidaria en Argentina”. En *Nuevos Conceptos y Territorios en América Latina*. E-book editado por ALAIC. Disponible el 03/11/2017 en [http://eptic.com.br/wp-content/uploads/2017/07/New\\_concepts\\_and\\_territories\\_in\\_Latin\\_America.pdf](http://eptic.com.br/wp-content/uploads/2017/07/New_concepts_and_territories_in_Latin_America.pdf)

Prado, E. (2017). “El audiovisual online over the top. El futuro del audiovisual europeo y español”. En *Informe sobre el estado de la cultura en España 2017. Igualdad y diversidad en la era digital*. Madrid: Fundación Alternativas.

Racciatti, E. (2017). “Existimos como cooperativas porque brindamos servicios donde otros no lo hacen”. Entrevista a Ariel Fernández Alvarado. *Revista Fibra*, 15. Buenos Aires: Menta Comunicación. Disponible en <http://papel.revistafibra.info/existimos-cooperativas-brindamos-servicios-donde-otros-no-lo-hacen/>

Artículo recibido: 05/11/2017

Artículo aceptado: 27/12/2017

**EZEQUIEL ALEXANDER RIVERO**

Licenciado en Comunicación Social por la Universidad Nacional de Córdoba (UNC); Magíster en Industrias Culturales de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ). Becario del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET) en el Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba (CEA UNC). Doctorando de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (FSOC UBA). Miembro del Observatorio Iberoamericano de la ficción Televisiva (OBITEL) y codirector del proyecto de investigación “Fortalecimiento del sector audiovisual cooperativo frente a la convergencia”, de la Secretaría de Políticas Universitarias. [squielrivero@gmail.com](mailto:squielrivero@gmail.com)