



UNCUYO
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE CUYO



FACULTAD DE
**CIENCIAS
ECONÓMICAS**

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN

ANÁLISIS DEL MERCADO ARGENTINO DE TELECOMUNICACIONES

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

POR:

Julieta Beatriz Linares

Reg.: 28228 – julietalinares0893@gmail.com

PROFESOR TUTOR:

RAMIRO LUIS NOUSSAN LETTRY

MENDOZA 2023

Dedicatoria

A Ro García, la mejor compañera de estudios que me pudo haber dado el azar.

A mi novio Tomás, por tipear anexos de madrugada conmigo.

A mi familia, por creer que soy capaz de cosas que yo no creo.

Resumen

El presente trabajo consta de un análisis de las características del mercado argentino de telecomunicaciones desde la privatización de ENTel hasta la promulgación de la actual ley de telecomunicaciones argentina digital (Ley Argentina Digital N.º 27.078 [2014]).

La industria de las telecomunicaciones comprende una serie de servicios que a través de los años se volvieron indispensables para el funcionamiento del resto de las industrias, la educación, la investigación y el aseguramiento de derechos humanos como la libertad de expresión. El veloz avance de la tecnología, el contexto político, económico y social de cada época fue obligando a los países a adaptarse sin una adecuada planificación, por lo que la presente investigación tiene como objetivo comprender el contexto actual del mercado de las telecomunicaciones argentino a través de un análisis concienzudo desde su evolución histórica.

Este análisis fue realizado con un enfoque cualitativo de tipo fenomenológico. Los años estudiados se separan en cuatro períodos que fueron evaluados según las cinco fuerzas de Michael Porter (capítulo 3) para identificar si las condiciones eran o no propicias para el ingreso de nuevos competidores y qué tan atractivo era el mercado argentino para estos. De dicha investigación, pudimos concluir que a 25 años de la venta de ENTel no se logró el nivel de competencia esperado ya que el mercado está controlado por las mismas empresas que ingresaron inmediatamente después de la privatización. También observamos una tendencia a la convergencia tecnológica correlacionada a un Estado con baja capacidad de control, que derivó en un aumento de la concentración de poder de los grupos instalados en el país.

Palabras claves: mercado argentino de las telecomunicaciones, convergencia, duopolio, portabilidad numérica, competencia, privatizaciones.

Índice

Introducción	4
Capítulo 1. Historia mundial de las telecomunicaciones	6
Inicio de las telecomunicaciones: El conocimiento es poder	6
El telégrafo	6
El teléfono	8
Computadoras, internet y guerras	10
Ola neoliberal de los 90	11
Capítulo 2. Telecomunicaciones en la Argentina	14
Intentos de privatización y crisis económica	14
Consenso social	15
Exclusividad limitada	16
Sociedades	18
Licitación	19
Internet y telefonía móvil	21
Capítulo 3. Análisis de la industria de las telecomunicaciones argentina según las 5 fuerzas de Porter en 4 períodos de tiempo	23
Primer período: Duopolio telefónico (1990-1996)	23
Primera fuerza de Porter: Amenaza de nuevas entrantes	23
Segunda fuerza de Porter: Poder de negociación de los proveedores	24
Tercera fuerza de Porter: Poder de negociación de los compradores	25
Cuarta fuerza de Porter: Amenaza de productos sustitutos	27
Quinta fuerza de Porter: Intensidad de la rivalidad entre los competidores	28
Segundo período: Prórroga de la exclusividad y primera etapa del plan de liberalización (1997-1999)	32
Primera fuerza de Porter: Amenaza de nuevas entrantes	33
Segunda fuerza de Porter: Poder de negociación de los proveedores	36
Tercera fuerza de Porter: Poder de negociación de los compradores	36
Cuarta fuerza de Porter: Amenaza de productos sustitutos	37
Quinta fuerza de Porter: Intensidad de la rivalidad entre los competidores	39
Tercer período: Apertura del mercado, fin de la exclusividad (2000-2007)	41
Primera fuerza de Porter: Amenaza de nuevas entrantes	45
Segunda fuerza de Porter: Poder de negociación de los proveedores	47

Tercera fuerza de Porter: Poder de negociación de los compradores	48
Cuarta fuerza de Porter: Amenaza de productos sustitutos	50
Quinta fuerza de Porter: Intensidad de la rivalidad entre los competidores	51
Cuarto período: Cambio de rol del Estado (2008-2015)	57
Primera fuerza de Porter: Amenaza de nuevas entrantes	61
Segunda fuerza de Porter: Poder de negociación de los proveedores	62
Tercera fuerza de Porter: Poder de negociación de los compradores	62
Cuarta fuerza de Porter: Amenaza de productos sustitutos	66
Quinta fuerza de Porter: Intensidad de la rivalidad entre los competidores	67
Conclusiones	75
Anexo	77
Bibliografía	93

Introducción

En el presente Trabajo de Investigación, analizaremos el mercado de las telecomunicaciones: en un inicio, a nivel mundial, y luego, específicamente, en la Argentina. Esto se debe a la complejidad de dicho mercado desde sus orígenes, pues el avance veloz de la tecnología los fue obligando a adaptarse sin una adecuada planificación. Asimismo, estos servicios se fueron arraigando cada vez más en el mundo al punto de ser indispensables para el funcionamiento del resto de las industrias, la educación, investigación y casi todas las actividades de las personas. Esto fundamenta su estudio no solo para poder comprender el contexto actual, sino también para llegar a imaginar un futuro en el que la conectividad deje de ser una limitación para el desarrollo de las comunidades.

También analizaremos el papel fundamental que cumple el Estado argentino regulando la industria en el país y sus cambios en este rol, en el período que va desde 1990 hasta 2015 (desde la privatización de ENTEL hasta la promulgación de la Ley Argentina Digital N.º 27.078 [2014]), el cual se dividirá en cuatro períodos de tiempo, delimitados por cambios en la legislación que modificaron la dinámica del mercado.

Entonces, el interés de realizar esta investigación y sus objetivos radican en la posibilidad de conocer y profundizar de qué manera interviene el Estado en diferentes contextos, cuál es su peso y fuerza dentro de la industria y preguntarnos por las variaciones que hubo en estos dos aspectos; relacionar los efectos del contexto mundial en el mercado interno, y describir los grupos empresarios que fueron participando y su evolución en el mercado.

Para esto el enfoque que utilizamos es cualitativo, de tipo fenomenológico. En particular, estudiamos el mercado de las telecomunicaciones haciendo especial énfasis en sus actores directos: proveedores, clientes y Estado.

Asimismo, parte de la información secundaria que hemos considerado en primer lugar proviene de la base de datos del Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM), de la investigación realizada por Abeles, M., Forcinito, K., & Schorr, M. (2001) y la tesis de maestría de Baladron (2018). Lo que se pretende es brindar un análisis descriptivo/explicativo de modo tal que se logre:

- Introducir al lector en los aspectos técnicos básicos necesarios para comprender el funcionamiento de la industria.
- Realizar una relación causa-efecto de los diferentes hitos históricos y cómo

van afectando al mercado.

- Evidenciar los diferentes caminos que va tomando el mercado según las políticas públicas adoptadas por cada gobierno.

Asimismo, el trabajo de investigación estará dividido en tres capítulos.

En el capítulo 1, realizaremos el recorrido histórico de la industria de las telecomunicaciones a nivel mundial: desde la invención del telégrafo hasta la aparición y masificación de internet.

En el capítulo 2, desarrollaremos la historia de la industria de las telecomunicaciones en la Argentina. Una historia compleja marcada por gobiernos de derecho, dictaduras militares, crisis económicas y privatizaciones.

En el capítulo 3, analizaremos la industria de las telecomunicaciones en Argentina en los períodos de tiempo delimitados, aplicando para ello el modelo de las 5 fuerzas de Michael Porter. Por medio de esta herramienta se intentará dilucidar qué tan atractivo era el mercado argentino para el ingreso de nuevos competidores.

Todo esto para poder dar respuesta a las preguntas que impulsaron nuestra investigación, a saber:

1. ¿Cómo fue variando el mercado de las telecomunicaciones argentino desde la privatización de ENTel hasta la promulgación de la última ley de telecomunicaciones argentina: Ley Argentina Digital?

2. ¿Cuáles son las principales empresas del mercado? ¿Cuál es el lugar que ocupa el Estado?

3. ¿Cómo se regulan en nuestro país a las telecomunicaciones?

4. ¿Qué derechos humanos se ven afectados por las telecomunicaciones, de qué modo y cuál ha sido su evolución?

Finalmente, desarrollaremos el apartado conclusivo de todo el trabajo de investigación.

Capítulo 1

Historia mundial de las telecomunicaciones

En este primer capítulo expondremos un recorrido histórico de las telecomunicaciones a nivel mundial, sus principales hitos y consecuencias, desde la invención del telégrafo, su contexto histórico (Revolución Industrial), pasando por el teléfono y las computadoras hasta llegar a internet.

Inicio de las telecomunicaciones: El conocimiento es poder

Los primeros pasos de las telecomunicaciones en el mundo son un ejemplo claro de la importancia que ha tenido esta industria en el desarrollo global tal como lo conocemos.

Si pensamos en el mundo previo a las telecomunicaciones, nos encontramos con historias como la Batalla de Nueva Orleans, el 8 de enero de 1815. Como narra José de la Peña (2003), en su libro *Historia de las Telecomunicaciones. Cuando todo empezó*, este enfrentamiento fue el más grande de la guerra angloestadounidense (1812-1815) y dejó un saldo de 2000 muertos y heridos de gravedad. La parte que nos interesa de esta historia es que los países en cuestión ya no estaban en guerra. El fin de la guerra había sido firmado el 24 de diciembre anterior del otro lado del Atlántico, pero el barco con los negociadores estadounidenses llegaría con la noticia recién el 4 de febrero.

Previo a las telecomunicaciones, era imposible separar a la mensajería del transporte. Si bien existían maneras de acortar algunos tramos del recorrido con palomas mensajeras, señales de humo o fuego, la velocidad con la que un mensaje llegaba a destino estaba intrínsecamente relacionada al medio de transporte que se usara.

El telégrafo

Para finales del siglo XVIII en Francia, Chappe¹ inventó un telégrafo óptico capaz de enviar una noticia desde París hasta las fronteras del país en cuestión de horas. Contaba con una línea de torres de señales, separadas por decenas de kilómetros entre ellas. El mensaje viajaba a gran velocidad y era repetido estación por estación hasta llegar a su destino. Este sistema requería de muchas personas y su infraestructura lo volvía un servicio muy caro. Pero, como sabemos, lo caro o barato es relativo a su uso. En el contexto de las guerras

¹ Claude Chappe (Brûlon, 1763 - París, 1805) Inventor francés. Fue nombrado como el primer ingeniero telegráfico a nivel mundial. Fuente: Agustín Arca «Biografía de Claude Chappe». Historia de las Telecomunicaciones. Disponible en http://histel.com/z_histel/biografias.php?id_nombre=34 [fecha de acceso: 9 de marzo de 2023].

napoleónicas, el uso de esta tecnología le otorgaba a Francia una importante ventaja cuando el país se sentía amenazado desde muchas fronteras diferentes.

Durante los siguientes 30 años, los progresos tecnológicos fueron mejorando al telégrafo hasta llegar a un telégrafo eléctrico y de transmisión por un solo cable, que lo hizo económicamente viable para el uso de la sociedad en general. Hasta ese entonces, el uso del telégrafo había sido exclusivamente militar y para comunicar el número premiado de la lotería. El inicio de las telecomunicaciones se estima en la primera mitad del siglo XIX, cuando el mundo vio por primera vez cómo un mensaje enviado desde una ciudad llegaba a otra de manera instantánea. Por su origen militar, los gobiernos identificaron rápidamente la importancia estratégica de contar con esta tecnología en sus territorios y, en la mayoría de los países europeos, se mantuvo bajo el control económico estatal (De la Peña, 2003).

El contexto en el que aparece el telégrafo es el de la primera Revolución Industrial. El motor a vapor, el ferrocarril y las máquinas textiles prometían aumentar la productividad por operario como nunca se había visto, pero la contracara financiera de este aumento de la eficiencia era la necesidad de realizar grandes inversiones en infraestructura.

Por tanto, de nada servían estos revolucionarios inventos si no eran económicamente viables y en esta búsqueda se encontraban el telégrafo y el ferrocarril.

Estos medios de transporte (uno de carga y pasajeros y otro de datos) tenían en común la necesidad de recorrer kilómetros y kilómetros de territorio para cumplir su función. Adicional a esta coincidencia, hubo dos características del telégrafo que conquistaron a la industria ferroviaria. La primera fue la velocidad. El primer ferrocarril que dio servicio comercial en el mundo (Gran Bretaña, 1825) se desplazaba a 10 kilómetros por hora, y la primera carrera de locomotoras la ganó la Rocket en 1829, que viajaba a 48 kilómetros por hora. Un gran salto para el transporte de bienes y personas, pero el telégrafo permitía que los mensajes llegaran de manera casi instantánea. La segunda, el costo. Una línea de telégrafo costaba alrededor de un 1% de lo que valía una línea de ferrocarril. Esto significaba que una línea telegráfica construida a la par de un ferrocarril podía informar todos los movimientos del tráfico ferroviario con la antelación suficiente para conectar dos ciudades con una línea férrea de una sola vía, pero con trenes en ambas direcciones. Solo era necesario que el telégrafo indicara la posición de cada tren, estos se esperaban y se cruzaban en las estaciones donde las vías se desdoblaban solo por algunos metros.

Anexar el telégrafo al sistema ferroviario representaba un ahorro tan importante para la industria que pronto fue administrado y financiado por estas empresas que dominaban los negocios y el capital a mediados del siglo XIX en todo el mundo (De la Peña, 2003).

Asimismo, previo al telégrafo, el único modo de tener el control de los negocios que se realizaban en territorios alejados de la casa central era contar con alguna persona de confianza a la cabeza de cada oficina que cuidara los intereses de los propietarios (primos, sobrinos, yernos, etc.). Con la llegada del telégrafo, se volvió posible gestionar las oficinas regionales a distancia y se empezaron a centralizar las decisiones en las capitales. Ahora se podía tener acceso a la información financiera y precios de los productos en tiempo real y desde cualquier parte del mundo.

Debido a los movimientos de capitales que caracterizaron la Revolución Industrial, uno de los mercados que más creció durante esta época fue el financiero. Al centralizar las operaciones en Londres y Nueva York. Para 1850, la mitad de los telegramas tenían contenido relacionado a la compraventa de valores.

En 1866, después de 2 intentos fallidos, cruzó el océano Atlántico el primer cable telegráfico submarino funcional. Este importante hito hizo posible comprar acciones de la Bolsa de Nueva York desde Londres, lo que empezó a acelerar el proceso de poner al mundo entero en la misma sintonía (De la Peña, 2003).

El teléfono

Otro invento revolucionario en la historia de las telecomunicaciones mundial fue el teléfono. Probablemente, el nombre que más nos resuena al hablar de la invención del teléfono sea el de Alexander Graham Bell². Esto tiene sentido porque fue el que se mencionaba en los libros de Historia hasta el año 2002.

El siglo XIX se caracterizó por la proliferación de inventos. Impulsados con la posibilidad de manipular la electricidad, las personas de la época se sentían capaces de crear todo. Para hacernos una idea del pensamiento de la época, podemos recordar que, a principios de este siglo, Mary Shelly estaba escribiendo la novela de ciencia ficción *Frankenstein*. Esta famosa obra propone una discusión sobre la moral científica y hasta qué

² Edimburgo, Reino Unido, 1847 - Beinn Bhreagh, Canadá, 1922). Fue un inventor estadounidense de origen escocés proveniente de una familia dedicada al estudio de la locución y corrección de la pronunciación. Fuente: Fernández, Tomás y Tamaro, Elena. «Biografía de Alexander Graham Bell». En *Biografías y Vidas. La enciclopedia biográfica en línea* [Internet]. Barcelona, España, 2004. Disponible en <https://www.biografiasyvidas.com/biografia/b/bell.htm> [fecha de acceso: 9 de marzo de 2023].

punto los humanos nos podíamos inmiscuir en asuntos que, para ese entonces, estaban relegados únicamente a Dios.

Sin alejarnos demasiado del concepto de darle vida a partes de cadáveres, Graham Bell descubrió las nociones básicas del teléfono experimentando con la oreja de un muerto instalada sobre un soporte de madera y conectando pequeños alambres a las cadenas de huesecillos (De la Peña, 2003).

Pero Bell no era el único investigador que buscaba la evolución del telégrafo. En los mismos años, había más de 20 personas en el mundo desarrollando productos de similares características. Entre ellos, Elisha Gray, Inventor, directivo y cofundador de la Western Electric (perteneciente a la Western Union). La carrera era por ver quién llegaba a obtener la patente definitiva del invento.

Como este tipo de trámites eran muy costosos, quienes compitieron por la patente no fueron los primeros en inventar el teléfono, sino quienes contaban con los recursos económicos para afrontar los gastos administrativos y legales.

Por motivos no del todo claros, Elisha Gray³ llegó a la oficina de patentes dos horas después de que hubiera sido entregada la carpeta de Bell y su diseño fue descartado. Así fue como Graham Bell, con el apoyo económico de su futuro suegro, Gardiner Hubbard, y su socio, Thomas Sanders, obtuvo en 1876 la patente del teléfono y, con ella, la posibilidad de hacer negocios con el invento (De la Peña, 2003).

En el año 2002, el Boletín Oficial de la Cámara de Representantes de los Estados Unidos publicó la Resolución N.º 269, en la que se reconoce a Antonio Meucci⁴ como el

³Elisha Gray (Barnesville, 1835 - Newtonville, 1901) Inventor estadounidense de formación autodidacta. Desde muy joven tuvo que compaginar la escuela con diversos oficios debido a los escasos recursos familiares. Trabajó como carpintero para poder costearse dos años de estudios en el Oberlin College (Ohio), donde comenzó a interesarse por las nascentes aplicaciones de la energía eléctrica. Fuente: Fernández, Tomás y Tamaro, Elena. «Biografía de Elisha Gray». En Biografías y Vidas. La enciclopedia biográfica en línea [Internet]. Barcelona, España, 2004. Disponible en https://www.biografiasyvidas.com/biografia/g/gray_elisha.htm [fecha de acceso: 9 de marzo de 2023].

⁴Antonio Meucci (Florencia, 1808 - Nueva York, 1889) Inventor y científico italiano. Estudió Ingeniería Mecánica en su ciudad natal, y en la década de los años treinta emigró a Cuba donde trabajó como tramoyista y sanador en La Habana. En Cuba, mientras trabajaba con enfermos reumáticos, a los que aplicaba pequeñas descargas eléctricas para paliar el dolor, descubrió que la transformación de las vibraciones sonoras en impulsos eléctricos permitía transmitir la voz a distancia, a través de un cable. Fuente: Fernández, Tomás y Tamaro, Elena. «Biografía de Antonio Meucci». En Biografías y Vidas. La enciclopedia biográfica en línea

verdadero inventor del teléfono. El texto de la resolución indica que, en el año 1860, Meucci realizó una demostración de su invento que fue publicada en un diario estadounidense de habla italiana. Luego, en diciembre de 1871, solicitó por primera vez una patente temporal que logró mantener hasta 1874 y que luego perdió por no contar con los 10 dólares necesarios para avanzar con el proceso de patentado (Cámara de Representantes de los Estados Unidos, 2002).

Computadoras, internet y guerras

Junto con la aparición de las telecomunicaciones, surgió la necesidad de securizar la información transmitida. Teniendo en cuenta que los principales usos del telégrafo eran financieros, comerciales y estatales, gran parte de los mensajes contenían información de tipo sensible. En este contexto se empiezan a desarrollar las máquinas encriptadoras, cuya investigación fue financiada mayormente por los Estados enfrentados durante la Primera Guerra Mundial (1914-1918). Una vez finalizado el conflicto bélico, el ingeniero alemán Arthur Scherbius patentó Enigma: una máquina para cifrar mensajes. Enigma se comercializó en gran parte de Europa con toda una gama de modelos para uso civil, aunque luego el más importante negocio vendría con la guerra. El principal cliente fue Alemania, quien encargó diferentes modelos para su Ejército durante la Segunda Guerra Mundial. En paralelo a las mejoras que se le iban realizando a la encriptadora alemana, los países aliados trabajaban en máquinas criptoanalíticas que les permitieran descifrar los mensajes interceptados del Ejército alemán. Los primeros en lograrlo fueron un grupo de matemáticos del Gabinete de Criptología del Estado Mayor Polaco, con su máquina de contraespionaje “Bomba”. Como respuesta, los científicos alemanes crearon un nuevo modelo de Enigma, aún más complejo. Por falta de recursos económicos para seguir investigando, los polacos debieron ceder sus avances a la inteligencia británica y francesa. A finales de la Segunda Guerra Mundial, en Inglaterra había más de diez mil personas trabajando en el complejo de espionaje Bletchley Park. Entre ellos estaba Alan Turing, quien en 1939 ideó el sistema electromecánico bautizado como “Bombe”. Este desarrollo emulaba el trabajo conjunto de un grupo de máquinas Enigma. Turing es considerado uno de los científicos más influyentes del siglo xx, pues dejó como legado las bases teóricas de la informática y los primeros pasos en el campo de la inteligencia artificial. En 1944, Tommy Flowers evolucionó el diseño de

[Internet]. Barcelona, España, 2004. Disponible en <https://www.biografiasyvidas.com/biografia/m/meucci.htm> [fecha de acceso: 9 de marzo de 2023].

la Bombe de Turing y creó la primera máquina electrónica programable: Colossus, el primer ordenador del mundo (Lahoz-Beltra, 2012).

Una vez finalizada la Segunda Guerra Mundial, continuaron los conflictos enmarcados en la Guerra Fría. Como vimos en los casos anteriores, los países en guerra aportan una importante inversión a la investigación de nuevas tecnologías que les permitan resguardar la información de manos enemigas y sacar ventaja de sus contrincantes. Para esta época, la computación había logrado importantes avances de la mano de la carrera espacial entre Estados Unidos y la Unión Soviética. En búsqueda de un sistema de comunicación que sobreviviera a ataques, se ideó una red compuesta de ordenadores en la que todos los nodos tuvieran la misma importancia. De este modo, ante la ausencia de algún nodo, no se interrumpiría el tráfico de los datos. Para esto, cada nodo de la red decidiría qué ruta seguirían los datos que llegaran a él. Estos datos se dividirían en “paquetes”, que podrían seguir distintas rutas, pero que deberían reunirse en el punto de destino. Esta tecnología fue llamada “conmutación de paquetes”.

Financiado por el Pentágono, a través de su Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada (*ARPA*, en sus siglas inglesas), se puso en marcha de una prueba práctica. En 1969, se abrió el primer nodo de la Red de Agencias de Proyectos de Investigación Avanzada (*ARPANet*, en sus siglas inglesas) en la Universidad de California en Los Ángeles. Luego, el segundo fue habilitado en el Stanford Research Institute (*SRI*) y conectó ambos centros de investigación.

Se considera que internet nace realmente en 1983, aunque la red ya contaba con 500 servidores, cuando se separaron las actividades militares de las civiles (Leiner, et al., 1997).

Ola neoliberal de los 90

Después de este repaso de las telecomunicaciones desde el punto de vista de su invención u origen, recorreremos su historia poniendo el foco en la política internacional y las escuelas o corrientes económicas que primaron en el mundo y que fueron moldeando los límites geográficos de la industria de cada país.

En los 70, la estructura de mercado que primaba a nivel mundial en las telecomunicaciones era la del monopolio público o privado fuertemente regulado. Luego, en la década de los 80, se vieron importantes desarrollos tecnológicos y transformaciones institucionales que impactaron fuertemente en las telecomunicaciones. Las presiones de los organismos multilaterales o supranacionales por la liberalización, privatización,

desregulación y crecimiento hacia afuera, acompañadas de un nuevo contexto técnico (protagonizado por la fibra óptica), derivaron en el quiebre del modelo monopólico.

Esta concurrencia entre ideas neoliberales y avances tecnológicos generaron diferentes efectos en cada país según su contexto particular. Los países industrialmente avanzados, como Estados Unidos, Japón y los pertenecientes a la Comunidad Europea reformularon sus modelos regulatorios adaptándose a los cambios tecnológicos. En cambio, en los países latinoamericanos que se encontraban en crisis fiscal y de deuda el Estado pasó a ser un mero regulador de la economía y se implementaron medidas de privatización.

En el mundo hubo diferentes instituciones que se encargaban de ejercer presión para que los países implementaran políticas de liberalización, en el caso de Europa, fue la Comunidad Europea. Estos fundamentos teóricos fueron plasmados en el Libro Blanco (*Livre Blanc*) *Crecimiento, competitividad, empleo. Los desafíos y los caminos para entrar en el siglo XXI*. Este documento plantea la importancia y urgencia de desarrollar una infraestructura paneuropea de información, con el fin de generar crecimiento económico, competitividad y creación de nuevos mercados y empleos (Da Costa, 1999).

Por su parte, Latinoamérica, o gran parte de ella, durante las décadas de los 70 y 80, fue golpeada por dictaduras cívico-militares. Una vez recuperada la democracia, la economía de los países de la región se encontraba sumida en una profunda recesión y acumulaba cuantiosas deudas con la banca acreedora externa.

En este contexto, el Banco Mundial (BM), el Fondo Monetario Internacional (FMI) e incluso el Gobierno de los Estados Unidos empezaron a publicar artículos⁵ y *papers*⁶ con “recomendaciones” de corte neoliberal para lidiar con la crisis de la deuda de los países latinoamericanos.

Estas premisas incentivaban la desregulación, la liberalización de las importaciones, una reforma fiscal, suspensión o eliminación de todo tipo de subsidios, entre otros puntos.

⁵ Un ejemplo que viene al caso de este trabajo, es el artículo publicado por el Banco Mundial “The Flagship Role of Telecom Privatizations” (Balassa, et al., 1986). Título que podría traducirse como “Las privatizaciones de empresas telefónicas como mascarón de proa” (de procesos de privatización más abarcativos). (El Oligopolio telefónico argentino frente a la liberalización del mercado, 2001)

⁶ Como el publicado por el Institute for International Economics de Estados Unidos “Toward Renewed Economic Growth in Latin America”. Con una serie de recomendaciones que luego fueron bautizadas sarcásticamente por John Williamson como el “Consenso de Washington”. Denotando el carácter cínico de las mismas.

En lo referente a las empresas del Estado, se planteaba que la privatización podía ayudar a aliviar la presión presupuestaria, en el corto plazo, por los ingresos provenientes de la venta y, en el largo plazo, porque se liberaría al Estado de financiar las inversiones que estas empresas requiriesen.

Según el artículo “Latin American Adjustment: How Much Has Happened?”, del profesor y economista británico John Williamson, el principal motivo de la privatización es la creencia de que la industria privada se gestiona más eficientemente que las empresas estatales. Según Williamson, en Washington, estaba muy arraigada la creencia de que los gerentes de las empresas privadas tenían un interés mayor en lograr la eficiencia, debido a que poseían incentivos más directos y responsabilidad sobre los resultados de la empresa. Plantean que, en las empresas privadas, la ineficiencia tiene un piso al existir el riesgo de quiebra. Asimismo, las empresas estatales pareciera que tienen acceso ilimitado a las subvenciones.

Más allá del trasfondo político/filosófico que impulsaba estas ideas, todos aquellos países que tenían deuda con el BM o el FMI tenían una gran presión para acatar sus instrucciones y, en gran medida, así lo hicieron.

Conocer la historia de las telecomunicaciones permite que nos hagamos una idea de lo trascendental que fue su aparición para el mundo tal como lo conocemos. La invención del telégrafo fue una especie de Big Bang para la globalización, un cambio de paradigma en la comunicación que modificó desde la morfología de los mercados financieros hasta la manera de entender las guerras. Desde un primer momento, las telecomunicaciones fueron entendidas como un factor estratégico para la soberanía de los países, pero los grandes poderes mundiales no demoraron en hacerse de los beneficios que esta tecnología ofrecía.

Capítulo 2

Telecomunicaciones en la Argentina

Ahora bien, hasta aquí hemos desarrollado la historia de las telecomunicaciones a nivel global; en este capítulo, analizaremos el caso particular que nos interesa, nuestro límite geográfico, esto es, las telecomunicaciones en nuestro país. Este análisis está más orientado a las decisiones y medidas tomadas por los distintos gobiernos y los diferentes contextos que fue atravesando la Argentina que a las tecnologías en sí mismas, pues se parte del último escenario planteado en el capítulo anterior. Expondremos los momentos fundamentales de la historia de las telecomunicaciones de la Argentina.

Intentos de privatización y crisis económica

En nuestro país, la primera vez que se planteó la idea de privatizar a las empresas públicas fue durante la gestión de Martínez de Hoz frente al Ministerio de Economía (1976-1981), en pleno gobierno de facto. Si bien no se llegó a privatizar por completo el monopolio de telecomunicaciones, se realizaron una serie de privatizaciones periféricas u *outsourcing*. Fue recién durante el gobierno del radical Raúl Alfonsín (1983- 1989) que se presentaron por primera vez los proyectos para la privatización de ENTel y Aerolíneas Argentinas, aunque no fueron aprobados por el Congreso producto de la fuerte oposición sindical y del Partido Justicialista (PJ).

El gobierno de Alfonsín fue el primer gobierno democrático, después de la última dictadura cívico-militar que azotó y dejó profundamente endeudada a la Argentina. Después de años intentando estabilizar la economía del país, en abril de 1988 el Estado interrumpió los pagos a los acreedores externos, y la falta de reservas en el Banco Central desencadenó una escalada inflacionaria. La gestión de Alfonsín concluyó prematuramente en julio 1989, en medio de una fuerte crisis económica y social.

Como resultado de las elecciones anticipadas, llegó a la presidencia por el PJ Carlos Menem (1989-1999). Ese mismo julio de 1989, la economía argentina terminó de colapsar y se produjo un pico hiperinflacionario. En medio de este caos, el nuevo gobierno impulsó dos instrumentos legales que fueron aprobados rápidamente por el Congreso Nacional y que, luego, le permitieron al Poder Ejecutivo Nacional (PEN) realizar las privatizaciones: la ley de Reforma del Estado (23.696/89) y la Ley de Emergencia Económica (23.697/89).

La Ley de Reforma del Estado facultó al PEN para intervenir a todas las empresas, entes y sociedades que se encontraban bajo el control estatal y declaró a los principales monopolios estatales como “sujetos a privatización”. El listado de empresas catalogadas

como “privatizables” estaba encabezado por ENTEL y Aerolíneas Argentinas. La Ley habilitaba también la capitalización de deuda como forma de pago, punto que, al momento de competir en las licitaciones, benefició a los consorcios que incluían entidades financieras acreedoras de la Argentina.

Asimismo, la Ley de Emergencia Económica otorgaba al PEN poderes extraordinarios con los que podía legislar sin necesidad de obtener el consenso del Congreso Nacional.

Con estas nuevas facultades que le concedió el Congreso al PEN, todas las instancias legales de la privatización de ENTEL fueron resueltas por la vía de decretos. Este recurso jurídico también facilitó la permanente modificación de las cláusulas regulatorias y de las atribuciones del organismo regulador (Abeles, Forcinito y Schorr, 2001).

Consenso social

Como vimos al inicio del capítulo, los dos principales representantes de la oposición a la privatización fueron el PJ y los sindicatos. Después del cambio de gobierno, la propuesta de vender los monopolios estatales provino del mismo PJ y, al contar con el apoyo del Congreso Nacional, la única oposición eran algunos sectores de la Federación de Obreros y Empleados Telefónicos de la República Argentina (FOETRA, Sindicato de las Telecomunicaciones).

Si bien hubo países en Latinoamérica cuyos sindicatos lograron oponerse con éxito a una política privatizadora (como Colombia y Uruguay), se comprobó que las privatizaciones “avanzaron menos y más lentamente allí donde la resistencia logró concitar el apoyo de la ciudadanía” (Walter y Senén González, 1998, citado en Da Costa, 1999). En el caso de Argentina, la situación era exactamente opuesta, ya que gran parte de la ciudadanía apoyaba las ideas de privatización.

Esto se debió a que, desde la fundación de ENTEL, su Dirección cambió con tanta frecuencia que hacía imposible una planificación a largo plazo⁷. Esta inestabilidad fue en aumento al punto de que, entre los años 1984 y 1987, se sucedieran cuatro ministros de Obras Públicas, cuatro secretarios de Comunicaciones y tres gerentes generales de la empresa.

Los problemas en la administración fueron generando la erosión de las finanzas, el pago de sobrepagos a los subcontratistas y proveedores de equipos, el deterioro sistemático de su capacidad técnica, entre otros inconvenientes que terminaron paralizando el desarrollo

⁷ En los 32 años que van de 1955 a 1987 ENTEL cambió 26 veces de administrador.

y la expansión del monopolio telefónico. Esto se tradujo en una calidad de servicio muy por debajo de los estándares internacionales y en un alto grado de demanda insatisfecha.

En este contexto, los sectores a favor de la venta de ENTel buscaron instalar la idea de que, por un lado, los problemas de funcionamiento se debían exclusivamente a su condición de empresa pública y, por el otro, como solución evidente, la privatización.

Años después, se comprobó que los mismos funcionarios que militaban la privatización habían realizado maniobras que beneficiaban a las empresas proveedoras de ENTel o a los consorcios compradores en perjuicio del Estado. Estos actos de corrupción iban desde el pago de deudas inexistentes a proveedores hasta el aumento de las tarifas telefónicas que las llevó a ser las más altas del mundo.

Los meses previos a la venta de ENTel, la gestión menemista se centró en elevar los márgenes de rentabilidad para las empresas que luego se harían cargo de la explotación del servicio de telecomunicaciones. El mencionado aumento de tarifas les permitió a las nuevas propietarias ingresar con ganancias extraordinarias sin dañar su imagen. También se realizaron instalaciones de líneas telefónicas que no fueron habilitadas y se llevó a cabo una importante política de reducción de personal.

Al momento de concretar la venta del monopolio telefónico, la población apoyaba con tal fervor la corriente privatizadora que los sindicatos habían perdido todo poder de oposición.

Un caso emblemático del gobierno de Menem fue el de la ingeniera María Julia Alsogaray, quien había sido nombrada como interventora de ENTel durante el proceso de licitación. Durante su gestión se comprobaron importantes irregularidades administrativas y operativas que derivaron en su condena por enriquecimiento ilícito y defraudación por administración fraudulenta en perjuicio de una administración pública por la privatización de ENTel⁸.

Exclusividad limitada

En el Decreto 731/89 que reglamentaba la privatización de ENTel, queda explicitado el objetivo final de la privatización de ENTel: “El Gobierno Nacional tiene por objetivo desmonopolizar y desregular el servicio de telecomunicaciones para hacerlo más eficiente en beneficio de los usuarios”. Para ello, se definió en una primera etapa dividir el territorio argentino en norte y sur (Imagen N°1). La idea era otorgar la concesión del servicio básico

⁸ El mediático caso puede encontrarse en todos los diarios de la época.

de telefonía a dos empresas diferentes, cada una sería (temporalmente) un monopolio en su mitad del país, pero se esperaba que se diera una “competencia por comparación” entre ellas.

Imagen N.º1: División del territorio argentino en norte y sur



Fuente: Memorias y Balances Telefónica de Argentina S.A. (1991-2011).

El pliego de la licitación indicaba que se le otorgarían 7 años de exclusividad a las empresas prestadoras del servicio básico telefónico y, en caso de que estas cumplieran con las inversiones requeridas en el acuerdo, se podría prorrogar la exclusividad por 3 años más.

Durante este período de exclusividad, las tarifas serían reguladas por el Estado, bajo el criterio de “utilidades razonables”. Una vez concluido el período de excepción, el mercado de telecomunicaciones sería abierto a la competencia y las tarifas pasarían a estar reguladas por las “fuerzas del mercado”.

La reserva legal de mercado establecida por un período de tiempo acotado es un punto que diferencia la privatización de ENTel del resto de las privatizaciones de servicios públicos que se realizaron posteriormente en la Argentina. Tales fueron los casos de los servicios sanitarios, ferrocarriles o concesiones viales por peaje, en los que las reservas de mercado se establecieron indefinidamente o por el lapso en que fuera otorgada la concesión.

Dicha diferencia regulatoria se debió a que el mercado de las telecomunicaciones a escala mundial venía experimentando modificaciones estructurales tendientes a la competencia.

Las innovaciones tecnológicas en el campo de la electrónica, la informática y las telecomunicaciones desarrolladas en la década de los 80 empezaron a debilitar los parámetros que tradicionalmente permitían considerar a la actividad un “monopolio natural”. Uno de estos avances fue el desarrollo de la fibra óptica, que permitía mayor capacidad de transmisión de datos a un costo menor que con el cable de cobre. Si bien la fibra óptica aún no estaba desplegada en la Argentina, ya se estaba utilizando en otros países y se empezaba a conocer sus implicancias en la estructura de los mercados.

Por lo tanto, en la venta de ENTel se plantea una problemática regulatoria específica, centrada en la transición de un régimen monopólico a uno de competencia (Abeles, Forcinito y Schorr, 2001).

Sociedades

Para poder hacer efectiva la venta de ENTel, por medio de los Decretos 60/90 y 61/90, se crearon una serie de sociedades a las que se les transfirieron todos los activos del monopolio estatal.

Las prestadoras del servicio básico de telefonía dentro del territorio argentino serían las siguientes:

Sociedad Licenciataria Sur (SLS)

Sociedad Licenciataria Norte (SLN)

Cada una poseía la exclusividad de ofrecer el servicio básico telefónico (SBT)⁹ en su territorio.

Adicionalmente, se crearon dos empresas “satélite” propiedad de las dos sociedades anteriores por partes iguales:

Sociedad Prestadora del Servicio Internacional (SPSI)

Sociedad Prestadora de Servicios en Competencia (SPSC)

SPSI también contaba con exclusividad, pero en los servicios de comunicación internacional, transmisión de datos y télex. Por su parte, SPSC, se encargaría del servicio de télex y datos a nivel nacional, radio móvil marítimo y otros servicios no incluidos en la definición de SBT. Era la única que operaría bajo régimen de competencia, ya que se permitía la entrada de otros operadores.

Licitación

En el Pliego de Bases y Condiciones, se estableció la venta del 60% del paquete accionario de cada una de las nuevas firmas. Otro 10% sería cedido al personal de la empresa (Programa de Propiedad Participada) y el 30% restante se ofrecería a la venta pública en el mercado de valores.

Luego de analizar las ofertas para cada región, en noviembre de 1990, fueron comunicados los ganadores de la licitación: el Consorcio inversor propietario del operador Telefónica (Cointel), liderado por Telefónica de España en la zona Sur del país y Nortel Inversora S.A. (Nortel, el encabezado por Stet-France Cable et Radio en el Norte. Cada consorcio pasó a ser propietario del 60% de Telefónica de Argentina y Telecom Argentina, respectivamente.

⁹ Se define como Servicio Básico Telefónico a la provisión de los enlaces fijos de telecomunicaciones que forman parte de la red telefónica pública o que están conectados a dicha red y la provisión por esos medios del servicio de telefonía urbana, interurbana e internacional de voz viva.

Cuadro N. °1: Composición accionaria de Cointel

Empresa	% sobre el capital social	Origen/Grupo
Inter Rio Holding Establishment	15.2	Pérez Compañía (Argentina)
Inversora Catalinas	8.3	Techint (Argentina)
Sociedad Comercial del Plata	5.2	Soldati (Argentina)
Citicorp Venture Capital	20	Citicorp Equity Investments*
Telefónica Internacional Holding BV	10.1	España
Banco Central de España	7	España
Banco Hispanoamericano	5	España
Manufacturers Hanover	4.3	Estados Unidos
Bank of Tokyo	4.1	Japón
Bank of New York	4.1	Estados Unidos
Southel Equity Corporation**	4.0	Estados Unidos
Bank of Zurich	3.6	Suiza
Arab Banking Corporation	3.4	Arabia Saudita
Republic of New York Financiera	1.5	Estados Unidos
Centro Banco de Panamá	1.4	Panamá
Venegas	1.2	Panamá
Banco Atlántida	0.7	Panamá
Bank of Nova Scotia	0.6	Canadá
BFG Bank	0.3	s/i

*A partir de 1996 se llamó Citicorp Holdings.

**Empresa controlada por France Telecom.

Cuadro N. ° 2: Composición accionaria de Nortel

Empresa	% sobre el capital social	Origen/Grupo
Stet Societá Finanziaria*	32.5	Italia
France Cable et Radio **	32.5	Francia
Compañía Naviera Pérez Companc	25	Pérez Companc (Argentina)
J.P. Morgan	10	Estados Unidos

* Luego, Telecom Italia.

**Empresa controlada por France Telecom.

Internet y telefonía móvil

A partir de la venta del monopolio estatal, inició un período de competencia controlada o regulada en el mercado argentino de telecomunicaciones. Si bien aún no se terminaba de consolidar lo que llamaremos el “mercado ampliado de telecomunicaciones”, al observar mercados más maduros, se podía saber con claridad que la telefonía móvil y el internet serían los siguientes protagonistas.

Junto con la venta de las líneas telefónicas nacionales se les otorgó a las ganadoras de la licitación el control total de los enlaces para las comunicaciones internacionales. Esto significó un importante problema para las universidades y grupos de investigación, ya que necesitaban acceso a los enlaces internacionales para poder conectarse a la red y así comunicarse con otras universidades y centros de investigación. La empresa Telintar (propiedad de Telefónica y Telecom por partes iguales) no habilitó enlaces durante años y, cuando lo hacía, cobraba tarifas extremadamente altas. Esta situación ocasionó que internet no sea masiva en nuestro país hasta el año 1995, cuando se creó Startel, proveedora del servicio de transmisión de datos propiedad de las mismas empresas ganadoras de la licitación (Zuazo, 2015).

En los pliegos de la licitación, se les otorgaba también a las licenciatarias la posibilidad ofrecer el servicio de telefonía móvil. Este último ya sin exclusividad y fue en el único servicio en que hubo algo de competencia. De hecho, un año antes de la llegada de Telefónica y Telecom al país, ya se había realizado una licitación internacional para la

prestación del servicio de telefonía móvil en el Área Metropolitana de Buenos Aires (AMBA). El consorcio ganador de esta licitación fue Movicom, encabezado por Bell South y Motorola, asociado con Socma/IECSA del Grupo Macri (Alfie, 2019).

Habiendo repasado tanto la historia mundial como la de Argentina, podemos afirmar que las privatizaciones que se produjeron en la década de los 90 en nuestro país fueron un fiel reflejo de las corrientes neoliberales que se encontraban en auge en el mundo durante los últimos años de la Guerra Fría. La venta de ENTel se planteó como el inicio de un camino para generar condiciones de libre mercado en las telecomunicaciones de nuestro país, para así volver el servicio más eficiente en beneficio de los usuarios. La estructura de la industria inmediatamente después de la privatización fue un oligopolio compuesto por Movicom (Bell South y Motorola, asociado con Socma/IECSA del Grupo Macri), Telefónica (Telefónica de España) y Telecom (Stet-France Cable et Radio).

Capítulo 3

Análisis de la industria de las telecomunicaciones argentina según las cinco fuerzas de Porter en cinco períodos de tiempo

En los capítulos anteriores, analizamos el mercado de las telecomunicaciones a nivel mundial y luego el argentino, fuimos de lo general a lo particular, para poder desarrollar en el presente capítulo, el central de nuestra investigación, la industria local según las 5 fuerzas de Porter. Esto tiene sentido, pues, según el decreto que dictaminó la privatización de ENTEL, el objetivo final de este proceso era llegar a la liberalización del mercado de telecomunicaciones. La generación de dos monopolios debía ser una instancia intermedia que permitiera transitar progresivamente hacia un mercado regulado por la libre competencia. No obstante, del análisis del entorno de la industria de las telecomunicaciones que expondremos a continuación podremos dilucidar qué tan atractivo era para las empresas ingresar a competir en la Argentina. Asimismo, buscaremos identificar a las partes involucradas y su peso específico en los períodos de tiempo estudiados.

Primer período: Duopolio telefónico (1990-1996)

El primer espacio temporal para analizar son los siete años de exclusividad que se le otorgó a las compradoras de ENTEL en primera instancia. Durante estos años, la reserva legal de mercado obtenida por Telefónica y Telecom generó cierta estabilidad en la estructura del mercado¹⁰.

Los límites del mercado de las telecomunicaciones irán cambiando con el transcurso de los años. Vamos a tomar como base del análisis a la telefonía fija, debido a que era el servicio con mayor penetración en el territorio argentino durante este período de tiempo. Adicionalmente iremos haciendo algunas menciones sobre el internet y la telefonía móvil, considerados durante estos años como productos de nicho, con una importancia cuantitativa mucho menor que el teléfono, pero que es conveniente ir observando.

Primera fuerza de Porter: Amenaza de nuevas entrantes

La esencia de las telecomunicaciones es la transmisión de datos entre diferentes puntos geográficos, por lo tanto, requiere que su infraestructura esté distribuida por grandes extensiones de territorio. El costo de estas redes fue variando año tras año con los avances tecnológicos, pero, en este primer período, ingresar en un mercado de estas características

¹⁰ Si bien la exclusividad fue otorgada hasta noviembre de 1999, resulta más interesante para esta investigación contemplar los restantes 3 años de exclusividad junto al período de transición a la liberalización del mercado.

requería una importante inversión de capital. Por lo tanto, encontramos una marcada barrera de entrada de *necesidad de capital*.

En este mismo sentido, cuando una empresa logra obtener un tendido lo suficientemente extenso, la rentabilidad obtenida por cada nuevo cliente comienza a aumentar generando *economías de escala*. Esto se debe a que la inversión de mayor proporción es la red troncal. De este cableado principal se desprenden conexiones secundarias que son las que luego llegan a los clientes y que son más económicas.

Estas son las primeras barreras al ingreso de competidores en telefonía fija, pero que quedan opacadas por la principal barrera de este período, la *política gubernamental*. La exclusividad otorgada por el pliego de bases y condiciones a las licenciatarias impedía que otra empresa brinde SBT tanto a nivel local como internacional. Esta medida contaba con fecha de caducidad, ya que el Estado buscaría aumentar la competencia una vez finalizado el período de siete años, ofreciendo más licencias para la prestación de servicio.

Para la telefonía móvil, la situación fue similar, ya que el ingreso de nuevos competidores se definía por licitación. Si bien se permitió una mínima competencia en el AMBA, la barrera principal al ingreso fue el cupo de licencias que había ofrecido el Estado durante el período temporal estudiado.

En el caso de la transmisión de datos, la barrera al ingreso de competidores era prácticamente la misma que en el SBT, pero de un modo indirecto. Si bien en teoría cualquier empresa podía prestar el servicio, se requería acceso a las conexiones internacionales que se encontraban bajo la órbita de las ganadoras de la licitación de ENTEL.

Por lo tanto, podemos caracterizar a estos años de la industria por un muy bajo riesgo de que ingresaran nuevas empresas. En primer lugar, por las políticas gubernamentales adoptadas y, luego, por las características intrínsecas de la infraestructura que hicieron que solo unos pocos grupos de empresas pudieran postularse a las licitaciones.

Segunda fuerza de Porter: Poder de negociación de los proveedores

Según Martín Abeles, uno de los autores de *El oligopolio telefónico argentino frente a la liberalización del mercado...* (Abeles, Forcinito y Schorr, 2001), al momento de la privatización de ENTEL, el poder de los proveedores era tal que podían llegar a frustrar el proyecto de privatización.

Los principales contratistas eran Siemens, Pecom Nec (del grupo Pérez Companc) y Teletra e Itatel (ambas del grupo Techint). El poder de estas empresas radicaba en su

conexión con la política y su capacidad de *lobby* para impedir que el proyecto pasara la instancia parlamentaria.

Una de las principales diferencias entre el intento fallido de privatización del gobierno radical y el Decreto que hizo efectiva la venta de la empresa de teléfonos era que el segundo permitía la participación de los proveedores de ENTEL en los consorcios licenciatarios.

Los dos consorcios que ganaron la licitación contaban con una importante participación de los grupos Techint y Pérez Companc (cuadros n.º 1 y n.º 2).

Cabe mencionar que, en una primera instancia, se le había adjudicado la región Norte a un tercer consorcio encabezado por Bell Atlantic. Poco tiempo antes de la firma del contrato de transferencia, el grupo no lograba reunir los títulos de deuda requeridos por el pliego y el gobierno argentino decidió beneficiar al consorcio de la Stet Società Finanziaria (Telecom).

Se podría decir que la privatización de ENTEL fue una integración vertical de sus proveedores, que venían ganando terreno desde el proceso de privatización periférica iniciado en la gestión de Martínez de Hoz.

Tercera fuerza de Porter: Poder de negociación de los compradores

Debido al contexto monopolístico, los usuarios estaban cautivos y no tenían la posibilidad de contratar a otra empresa en caso de no encontrarse satisfechos con el servicio contratado. Estos usuarios solo podían ejercer su voluntad a través del Estado, quien, finalmente, definía o negociaba las condiciones de la licitación y controlaba el desempeño de las licenciatarias.

Debido a que se optó por la privatización del servicio de telefonía en condiciones monopolísticas (en principio por siete años), el Estado debía garantizar la protección de los intereses de la población. Para ello, se planteó una serie de objetivos que las empresas compradoras debían cumplir para obtener la extensión de tres años de exclusividad.

Uno de los objetivos era la expansión adecuada del servicio. Se les pedía a las empresas un aumento del área de cobertura con perspectiva de *servicio universal*. Esto significaba que se debía llevar servicio incluso a sectores que por motivos socioeconómicos o sociodemográficos no resultaban viables desde un análisis únicamente comercial.

El segundo objetivo contemplaba que, teniendo en cuenta los porcentajes de demanda insatisfecha y el avance de la digitalización de la red, los costos de la prestación del servicio disminuirían considerablemente. Al no haber competencia, el Estado debía asegurar que

parte de la disminución de los costos no se tradujera únicamente en un aumento de la rentabilidad empresarial, sino también en disminuciones tarifarias. Este objetivo se mencionó en los pliegos de la licitación como principio de “utilidades razonables”, el cual fue mencionado con anterioridad.

El ente regulador que se formó para el control de estos objetivos fue la Comisión Nacional de Comunicaciones (CNC).

En miras del “servicio universal”, en los pliegos de licitación, se plantearon una serie de ítems que las empresas debían cumplir. Esto se concretó con cierta facilidad e incluso sobrecumplieron en los conglomerados urbanos económicamente más atractivos. Esto se debió a que la exclusividad con la que contaban era de carácter limitado. Las licenciatarias buscaban acaparar la mayor cantidad de mercado para intentar blindarlo antes de la llegada de las nuevas competidoras.

Respecto a las “utilidades razonables”, las definiciones de la licitación resultaron ambiguas y fue un punto sujeto a modificaciones en la manera de ser calculado.

Existen dos mecanismos de regulación tarifaria que los Estados suelen analizar al momento de definir cómo se va a controlar a los monopolios radicados en su territorio. Uno de ellos es el de *cost-plus* o tasa de rentabilidad, que indica el porcentaje de ganancia que tendrán las empresas sobre sus costos de producción. Esta modalidad no es muy usada, ya que en los hechos es muy difícil de implementar. Requiere que la autoridad reguladora esté en condiciones de determinar la estructura de ingresos y costos de la empresa, para luego establecer una tasa de rentabilidad razonable. Deficiencias en la calidad de la información hacen que se suela presentar un problema de asimetría entre las cuentas del ente regulador y lo que declara la empresa. Para intentar mitigar las dificultades de este mecanismo, surgen los precios máximos o *Price cap*.

Para empezar a usar esta segunda metodología, en una etapa inicial se debe realizar un análisis similar al de *cost-plus*. Esta definición de costos y de la rentabilidad que se considera razonable servirá de precio base para luego ir realizando las actualizaciones necesarias en la determinación de los precios máximos. El índice de actualización se calculaba restándole al IPC (índice de precios al consumidor) un coeficiente de eficiencia x , que representaba las esperadas disminuciones en los costos de la empresa por la digitalización ($IPC - x$).

En la privatización de ENTel (y en la del resto de los monopolios estatales), se optó por la aplicación de precios máximos. Tanto el cálculo del precio base como el del índice de

actualización fueron objeto de debate, debido a sus repetidas modificaciones y a dudosas maniobras previas a la firma del contrato de transferencia.

Respecto al precio base¹¹ durante la intervención realizada por el gobierno de Menem a la empresa estatal, se realizaron importantes aumentos tarifarios que llevaron el pulso telefónico de 0,0047 a 0,0381 USD. Sobre este monto, el pliego de licitación les aseguraba a las empresas compradoras una rentabilidad del 16% y, una vez definido este valor, el precio máximo se obtendría multiplicando esta base por el índice (IPC – X) con ajuste semestral.

A pesar de lo detallado en la licitación, una vez anunciados los ganadores, y previo a la firma de contratos de transferencia, se renegociaron las condiciones del control de precios y los consorcios renunciaron al porcentaje de rentabilidad que había sido establecido. Esto se debió a que el 16% funcionaba también como techo a la rentabilidad y, en caso de ser superior, las empresas debían bajar las tarifas hasta converger nuevamente con el porcentaje estipulado. Como las empresas esperaban resultados superiores, preferían resignar el aseguramiento de dicha rentabilidad (Abeles, Forcinito y Schorr, 2001).

Telefónica y la Stet realizaban estas negociaciones en conjunto, amenazando con retirar sus ofertas en caso de no llegar a los resultados que esperaban. Al no contar el Estado argentino con más interesados, se encontraba en una situación de clara desventaja en las negociaciones¹² y tendió a ceder ante las solicitudes de los consorcios.

Al ser el Estado el representante de los usuarios, podemos ver cómo tenía grandes dificultades para ejercer su poder de control sobre las licenciatarias. Ya sea deliberadamente, por ser gestionado por funcionarios vinculados a los grupos empresarios, o por el mismo contexto que exigía máxima celeridad en el proceso de privatización, las medidas de control fueron insuficientes e ineficaces.

Cuarta fuera de Porter: Amenaza de productos sustitutos

En el año 1990, el servicio que protagonizaba a la industria de las telecomunicaciones era la telefonía fija. La telefonía móvil era aún un producto de lujo, pero con la potencialidad

¹¹ El precio base sobre el cual se harían las actualizaciones de los precios máximos se determina pactando una tarifa para el pulso telefónico y agregando un porcentaje de rentabilidad sobre estas.

¹² En diarios de la época, se pueden encontrar declaraciones: “El Gobierno argentino que había soportado ya la deserción de la Bell Atlantic y logró reemplazarla por el grupo que lideran Stet y France Telecom, no podía sobrellevar un fracaso en el que considera el mascarón de proa de todo el plan de privatización” (Carlos Ares, 1990). El Gobierno argentino y los compradores de ENTel llegaron a un acuerdo sobre tarifas telefónicas. *El País*.

de sustituir al tradicional teléfono. Algo similar pasaba con el internet que, si bien su ingreso estuvo demorado en el país hasta mediados de la década, en Estados Unidos iba aumentando año tras año la popularidad de la comunicación por correo electrónico.

Todos estos posibles sustitutos o complementos de la telefonía fija implicaban que el usuario debía utilizar diferentes equipos terminales¹³ para conectarse, pero la red era la misma. Esto quiere decir que, ya sea que se usara una computadora o un teléfono celular, que se enviara un paquete de datos o un mensaje de voz, los cables o el radio espectro que transmitía esta información eran los mismos que en el teléfono. Los dueños del mayor tendido por medio del cual se podían ofrecer los productos sustitutos eran las compradoras de ENTel, es decir, las mismas empresas que ya ofrecían el servicio telefónico.

La aparición de nuevas tecnologías podría haber sido un riesgo para las proveedoras de SBT si solo hubieran tenido permitido prestar ese servicio, pero no fue el caso. En el Decreto 62/90, en el que se aprobaron las bases y condiciones para la licitación, en el capítulo 13.9, se dejó expreso que las empresas licenciatarias podrían solicitar licencias para participar en competencia de aquellos servicios públicos no incluidos en la definición de “Servicio Básico Telefónico”. Permitiendo así que las empresas que ya estaban radicadas en el país pudieran sumar a su oferta comercial los nuevos servicios que iban surgiendo con los avances tecnológicos. Las características técnicas de los nuevos desarrollos tecnológicos en conjunción con los beneficios otorgados a las licenciatarias permitieron que estas tomen estrategias de diversificación, participando de todos aquellos mercados que pudieran ofrecer productos sustitutos.

Si pensamos estrictamente en los años comprendidos en este período de tiempo y tomamos de base al servicio de telefonía fija, la amenaza de productos sustitutos era alta. Luego, en un análisis un poco más amplio, veremos que quedaba en gran medida neutralizada por el impedimento al ingreso de nuevos competidores.

Quinta fuerza de Porter: Intensidad de la rivalidad entre los competidores

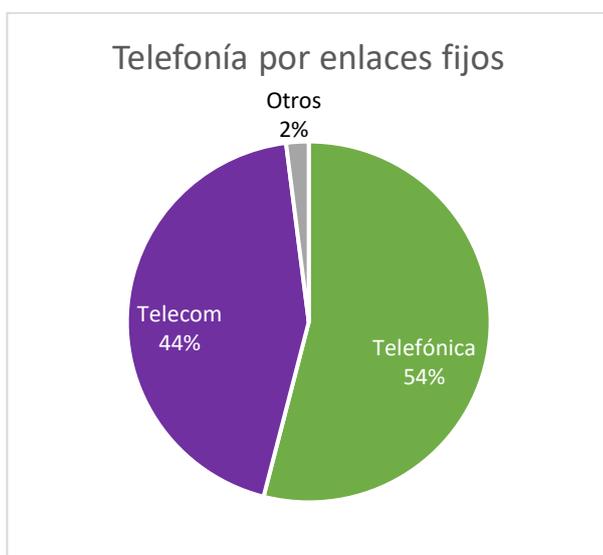
Como sabemos, durante la década de los 90, el mercado de SBT (servicio básico de telefonía) tenía dos proveedores principales y que no competían entre sí. Adicionalmente, el mercado presentaba una alta demanda insatisfecha, motivo por el que no había rivalidad

¹³“Tel. Dispositivo físico destinado a ser conectado a una red pública de telecomunicaciones, esto es, a estar conectado directamente a los puntos de terminación de aquella o interfuncionar, a través de ella, con objeto de enviar, procesar o recibir información” (Real Academia Española, s.f.).

entre las licenciatarias. Lo mismo ocurría con el apenas incipiente servicio de internet, debido a que las conexiones internacionales pertenecían también a las empresas de teléfonos.

Si bien las empresas funcionaban como un monopolio en cada una de sus regiones, analizando la participación de mercado presentada en el Gráfico N.º1, podemos observar que en la región Sur del país se concentraba la mayor cantidad de usuarios. Teniendo en cuenta la futura apertura del mercado, podemos deducir que Telefónica iba a liderar el segmento de la telefonía fija.

Gráfico N.º1: Participación en el mercado de la telefonía por enlaces fijos



Fuente: Elaboración propia en base a los datos obtenidos en Abeles, Forcinito y Schorr, 2001.

En el único mercado masivo que había competencia, era el de telefonía móvil. Telefónica y Telecom ingresaron en el año 1993, con la empresa Miniphone, propiedad de Telefónica y Telecom por partes iguales. Miniphone prestaba servicio en AMBA compitiendo con Movicom que, hasta ese momento, era la única empresa de Telefonía Móvil (STM) en el país. La nueva empresa ingresó al mercado con una fuerte campaña publicitaria de diferenciación, en la que ofrecía facturación de la llamada cada 10 segundos en vez de cada 1 minuto¹⁴ (como Movicom) y prometía hacer la telefonía móvil más accesible gracias a sus mejores precios.

¹⁴ La publicidad más famosa de la época que hacía referencia al fraccionamiento del pulso fue realizada por la agencia J.W. Thompson en 1997. Esta fue recordada por un personaje que representaba a un pintor de nacionalidad paraguaya y que ofrecía un “presupuesto baratito”.

En el resto del país, no fue hasta el año 1992 que se publicó el Decreto 663/92 en el que se llamaba a Concurso Público internacional para el otorgamiento de licencias para la explotación del STM, en las áreas urbanas y rurales del país. Manteniendo la división norte y sur en el interior del país, se otorgaría una licencia para cada región. Resultó adjudicataria de ambas zonas la Compañía de Teléfonos del Interior (CTI), controlada por el grupo local Agea/Clarín y la estadounidense GTE. CTI comenzó a ofrecer sus servicios en el interior del país en el año 1994 y contó con exclusividad durante dos años, hasta que, en 1996, tanto Telefónica como Telecom accedieron al derecho que se les había otorgado en la licitación y empezaron a competir en el interior del país.

Cada una de las licenciatarias del SBT lanzó su empresa proveedora de STM. Unifon de Telefónica en el sur del país y Personal de Telecom en el norte (Abeles, Forcinito y Schorr, 2001). Si bien las empresas tenían permitido competir en todo el territorio y no solo en las regiones donde contaban con reservas de mercado, tenían un acuerdo de no competencia y hasta funcionaban como socias. Esto se ve también en el caso de Miniphone S.A., en el que, en vez de formar dos sociedades independientes, decidieron formar solo una de propiedad compartida (Abeles, Forcinito y Schorr, 1998).

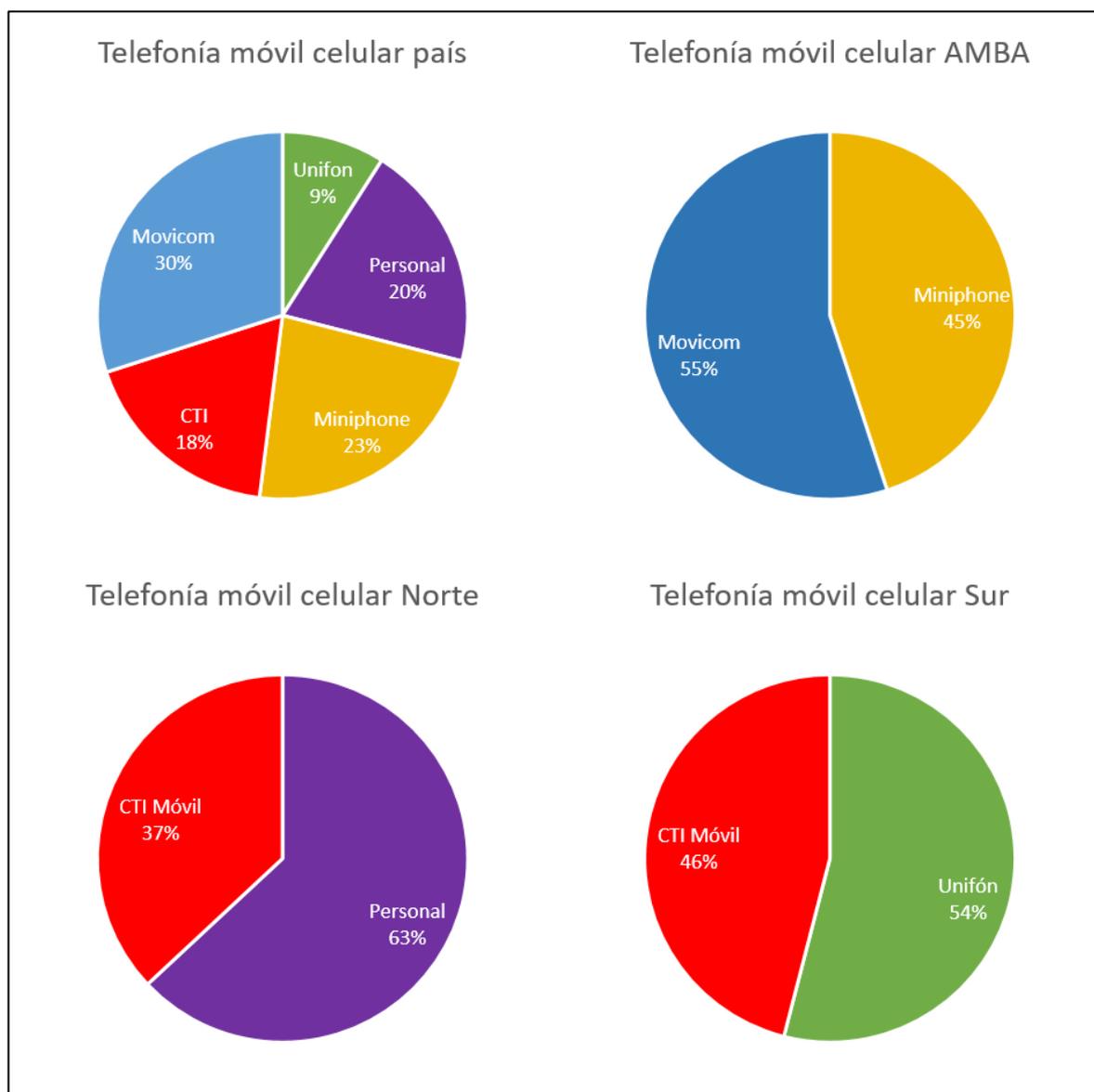
Analizando la participación de mercado de las proveedoras de STM a nivel país, podemos observar en el Gráfico N.º2 que, en el período previo a la liberalización, el mercado estaba liderado por Movicom, seguido por Miniphone, Personal, CTI con porcentajes cercanos al 20% y por Unifon con un 9%.

Desagregando los datos geográficamente, podemos advertir que en realidad las cuatro empresas no competían a la vez, sino que no había más de dos proveedoras por región. La diferencia se hacía en el AMBA, donde se encontraba la mayor cantidad de clientes. Movicom le sacaba 10 puntos porcentuales a Miniphone. En las zonas Norte y Sur del país, las empresas pertenecientes a las licenciatarias lideraban cada uno de sus mercados contra CTI móvil.

Durante los años estudiados, la rivalidad entre los cuatro grupos era baja. No había más de dos competidores por región y, pudiendo competir entre sí, Telefónica y Telecom decidieron no hacerlo creando una empresa de propiedad conjunta¹⁵.

¹⁵ El pliego de bases y condiciones para la privatización de ENTel detallaba en el punto 8.6 cuál sería la vinculación de las Sociedades Licenciatarias con el Servicio de Radiocomunicaciones Móvil Celular. Las LSB no podrían participar del primer concurso para la primera banda de sus respectivas regiones, pero sí para el

Gráfico N.º2: Participación de mercado en el segmento de la telefonía móvil país y por región (1998)



Fuente: Elaboración propia sobre la base de los datos obtenidos de Memorias y Balances de Telecom de Argentina S.A. (1993-2001).

segundo y, en caso de no resultar ganadores, se les asignaría automáticamente la segunda banda. Esto, en las mismas condiciones del ganador de la primera banda. En el caso de áreas que cubran parte de las dos regiones, las LSB tenían dos opciones para concursar: a) Formar una sociedad independiente propiedad de ambas Sociedades Licenciataria o b) Cada Sociedad Licenciataria formaría una sociedad independiente para competir por separado. En el caso del AMBA, la primera banda ya había sido adjudicada a Movicom y las LSB optaron por la primera opción para usufructuar en conjunto la segunda banda del área.

Segundo período: Prórroga de la exclusividad y primera etapa del plan de liberalización (1997-1999)

Analizamos estos años de manera diferenciada de los anteriores, ya que la inminencia de la apertura del mercado y la actualización del contexto legal generaron un “cambio de actitud” en los actuales miembros de la industria.

En noviembre de 1997, se cumplían los 7 años de exclusividad que le habían sido otorgados a Telefónica y Telecom. Y, si bien la definición respecto a si se les daría la extensión por 3 años adicionales se tomó unos meses después de vencido el primer plazo, las licenciatarias interpretaron la promulgación del Decreto N° 92/97 de rebalanceo tarifario como una aprobación tácita. En 1998, Carlos Menem promulgó el Decreto N° 264/98 en el cual se definió otorgarle solo 2 de los 3 años contemplados en el pliego de bases y condiciones, debido al cumplimiento parcial de las metas operativas definidas. Adicionalmente, en este decreto se detalló el plan de transición a la competencia denominado “Plan de Liberalización de las Telecomunicaciones” donde se indicaban las etapas en las que se realizaría la apertura. El cronograma contemplaba dos instancias, la primera, solo habilitaría dos licencias para brindar el servicio de telefonía básica y en la segunda, podría solicitar una licencia cualquier empresa que cumpla con una serie de requisitos.

Vamos a incluir en este apartado los dos años de prórroga y el primer año posterior a la finalización de ésta, ya que la “apertura” fue tan limitada que no modificó la cantidad de competidores en el país.

Evaluando estos años desde el punto de vista tecnológico, a mediados de la década de los 90, inició en la Argentina el recambio tecnológico que se venía observando desde el decenio anterior en Estados Unidos y Europa. Los avances en el campo de la electrónica, la informática y las telecomunicaciones disminuyeron la importancia de las economías de escala, que justificaban que la prestación del SBT fuera realizada por un único proveedor. Al mismo tiempo se produjo una reducción del tamaño mínimo eficiente de cada unidad de producción, generando que el mercado deje de ser un monopolio natural.

Los mencionados cambios, posibilitaron potencialmente que nuevas empresas presten servicio en segmentos específicos de mercado, como llamadas internacionales, comunicaciones satelitales, telefonía inalámbrica y transmisión de datos (luego internet). También se volvió técnicamente viable brindar el servicio de transmisión de viva voz por diferentes canales, usando la red instalada de las operadoras de televisión por cable o el

radioespectro. Esta convergencia tecnológica derivó en una reconfiguración del mercado de las telecomunicaciones y una redefinición de sus límites.

Martín Schorr lo describe como un “creciente desdibujamiento de las fronteras entre mercados que anteriormente se encontraban nítidamente delimitados, así como la aparición de nuevas vías de transporte de información (voz, datos e imágenes) que compiten con las previamente establecidas” y denominó *mercado ampliado de las telecomunicaciones* al conjunto de actividades que incluyen el transporte de voz, señales imágenes visuales y otros sonidos por medio de distintos tipos de infraestructuras (Abeles, Forcinito y Schorr, 2001).

Primera fuerza de Porter: Amenaza de nuevas entrantes

A diferencia del período temporal anterior, el avance de la fibra óptica y la digitalización generó una disminución en el monto de capital necesario para poder ingresar en el mercado de la transmisión de voz viva. Si bien el costo de la infraestructura continúa siendo alto, en términos relativos observamos una disminución respecto al período temporal anterior de la barrera de *necesidades de capital*.

También se plantea una diferencia respecto a la *política gubernamental* poniéndole fecha a la apertura del mercado de la telefonía fija, dejando atrás parcialmente las reservas que le habían sido otorgadas a Telefónica y Telecom.

Independientemente de la apertura del mercado que pueda definir el gobierno, existen barreras relacionadas a las *ventajas de precedencia* (o represalias) con las que cuentan las empresas beneficiadas con el período de exclusividad y que pueden evitar la generación de competencia. Estas ventajas pueden generar una asimetría estructural en las capacidades tecnológicas (know how), comerciales (como el conocimiento sobre la idiosincrasia de los consumidores y clientes fidelizados) y financieras (relacionadas a los ingresos extraordinarios obtenidos durante el período de exclusividad) entre las operadoras preestablecidas y las potenciales ingresantes.

No es casual que, durante esta época, se dejase de usar en la legislación el término “desregulación” del mercado y se pase a hablar de una “re-regulación”, haciendo referencia todas las medidas que se debían tomar para contrarrestar las ventajas de precedencia e impedir que las licenciatarias impongan barreras que bloqueen el ingreso de nuevas prestadoras. Los dos principales puntos que se trataron en los Decretos promulgados en esta época fueron la regulación de la interconexión y el rebalanceo tarifario.

La necesidad de interconexión se origina en que, si bien vimos que la tecnología permitía que empresas de mercados aledaños (como la televisión por cable) brinden

potencialmente el servicio de telefonía fija, también proliferaron otros medios de comunicación de voz viva que podían ser sustitutos, como la telefonía móvil por radioespectro o satelital. Gran parte de las comunicaciones se realizaban usando combinaciones de diferentes tecnologías. Una llamada de celular podía usar el radioespectro y, luego, continuar por el cableado de telefonía fija o una comunicación internacional, hacer un tramo satelitalmente y otro por cable. Esto generaba que el cableado telefónico siguiera siendo de gran importancia y mantenía el poder de las operadoras telefónicas instaladas. El Estado tenía que asegurarse de que las empresas instaladas les prestaran interconexión a las nuevas, a precios razonables y de calidad, de modo que no se genere una barrera que impida por completo la generación de competencia.

El rebalanceo tarifario propone la eliminación de los subsidios cruzados que se generaban entre las tarifas de larga y corta distancia y entre los conglomerados urbanos que resultaban más rentables, a favor de los poblados más alejados. Este tipo de maniobras son muy frecuentes en contextos monopólicos y estatales, como en la época de Entel. Esto se debe a que se usaba para financiar el despliegue del servicio en pos del servicio universal. Al intentar generar las condiciones para la competencia, esto generaba una importante barrera debido a que el servicio que más competencia atraía era el de las comunicaciones internacionales. Otro ejemplo sería la competencia que se podría generar en regiones más rentables, como en el AMBA, en relación con la que podía llegar a haber en lugares con menor densidad poblacional. Al permitir los subsidios cruzados, Telefónica y Telecom podrían aumentar sus tarifas en los lugares en los que no había competencia para poder tener precios predatorios en los mercados en los que había más competencia, resultando contrario a los objetivos de liberalización del mercado.

El conflicto que se presenta en el contexto planteado es que las estrategias de defensa de la competencia tomadas por el Estado cumplen su objetivo bajo la condición de que los grupos empresarios beneficiados por el período de exclusividad no compitan en mercados aledaños con potencial para ofrecer el servicio de transmisión de voz viva. Las recomendaciones que emitían los países que ya habían pasado previamente por situaciones similares aclaraban que, si esto llegara a suceder, las normas dictadas para defender la competencia serían totalmente ineficaces. Esto se debe a que, por ejemplo, en el caso de que una empresa del mismo grupo ofrezca también telefonía móvil, los bajos precios de interconexión pasarían a disminuir los costos de ofrecer ambos servicios para el conglomerado. Si las licenciatarias compiten en el mercado de tv por cable, aprovechando

también sus ventajas de precedencia, afectan directamente la principal fuente de posible competencia para el servicio de la telefonía fija.

Entre el año 1997 y el 1999, el Estado argentino no emitió ningún tipo de regulación en este último sentido, permitiendo que los holdings instalados en el país diversificaran sus servicios y pasaran a competir en prácticamente todos los mercados relacionados a las telecomunicaciones. Esto tampoco había sido contemplado durante la licitación de ENTel, ya que los pliegos les otorgaban automáticamente a las licenciatarias del servicio telefónico la posibilidad de obtener licencias para ofrecer cualquier otro servicio nuevo relacionado a las telecomunicaciones.

La apertura del mercado de la telefonía fija estaba estipulada para noviembre de 1999: aquí inició la primera etapa de la liberalización. La misma consistía en que se habilitaría solo a dos nuevas sociedades para prestar el servicio básico local y de larga distancia, tanto nacional como internacional. Telefónica y Telecom podían seguir ofreciendo servicio en sus territorios, pero ya sin exclusividad y pudiendo competir ahora, en toda la Argentina. El Decreto 264/98 indicaba una serie de requisitos que debían cumplir las sociedades para poder solicitar la licencia. Los consorcios interesados debían estar integrados, a mayo de 1998, por:

1. operador/es de servicios de telefonía móvil con arraigo en el país;
2. operador/es de redes físicas de televisión por cable de gran cobertura y/u otros operadores de servicios de telecomunicaciones con redes físicas ya instaladas;
3. y operador/es independiente/s (haciendo referencia a las cooperativas existentes en el país).

Adicionalmente, no podían poseer vínculo societario con las Licenciatarias del Servicio Básico (LSB).

Los requisitos antes mencionados, debían cumplirse a dos meses de la publicación del Decreto. Por lo tanto, era imposible que se postule otra sociedad aparte de CTI y Movicom, ya que eran las únicas empresas que ofrecían servicio de telefonía móvil en el país (aparte de las empresas vinculadas a las LSB). Agea/Clarín (CTI) y Bell South/Macri (Movicom) crearon sus propios consorcios para prestar servicio de telefonía nacional e internacional, denominados Cía. De Telecomunicaciones Integrales S.A. y Cía. De Teléfonos del Plata S.A. respectivamente.

Por este motivo estudiamos el primer año de la “apertura” junto con el período de exclusividad. Las sociedades que competían seguían siendo las mismas, solo que ahora,

estaban equiparadas las licencias para ofrecer diferentes servicios, generando un aumento en la posición dominante respecto a las empresas que quisieran invertir en la Argentina. Podemos afirmar que la inminencia de la apertura del mercado podría haber generado un aumento de la amenaza de nuevas entrantes, pero gracias al aumento de las barreras de entrada generadas por políticas gubernamentales, se evitó por un año más el ingreso de nuevos competidores.

Segunda fuerza de Porter: Poder de negociación de los proveedores

Aquello que describimos en el período temporal anterior, como una integración vertical de las empresas proveedoras de equipamiento, continúa profundizándose durante estos años como un aumento en la concentración del capital. Los holdings aprovecharon la ausencia de regulación para comprar total o parcialmente todas las empresas relacionadas a las telecomunicaciones, entre ellas las de equipamientos.

La relación proveedor-comprador, debemos entenderla en un sentido diferente en el nuevo mercado ampliado. Las empresas se vinculan en sentido horizontal, compitiendo por ofrecer el servicio de transmisión de voz viva (u otro) y en sentido vertical, siendo proveedoras unas de otras al prestarse interconexión.

Las empresas que estuvieran analizando la posibilidad de competir en el mercado argentino, debían contemplar que sus proveedoras serían también sus competidoras. Más allá de los débiles intentos que pudiera hacer el Estado por regular esta situación, al permitir la participación en múltiples mercados relacionados, dejaba a las nuevas empresas que quisieran ofrecer el servicio de transmisión de voz viva a merced de las empresas previamente beneficiadas.

Podemos calificar el poder de los proveedores durante este período de tiempo como muy alto.

Tercera fuerza de Porter: Poder de negociación de los compradores

Si seguimos entendiendo al Estado como representante de los Usuarios, vimos que las medidas adoptadas (rebalanceo tarifario e interconexión) para asegurar el próximo ingreso de nuevos competidores, nuevamente resultaron insuficientes a la hora de un control efectivo de las licenciatarias.

Igualmente, en los casos en los que existían más proveedores, como en el mercado de la telefonía móvil, los Clientes (compradores) aún tendrían un costo alto por cambiar debido a que no podrían mantener su número y que debían comprar un nuevo equipo, ya que no siempre eran compatibles técnicamente entre los diferentes proveedores.

Si bien todavía estábamos lejos de solucionar estos inconvenientes, en 1997 la Resolución 46/97 aprobó el Plan Fundamental de Numeración Nacional (PFNN), cuyo objetivo fue sentar las bases para el adecuado uso y administración de la numeración, entendiéndola como un recurso nacional limitado y no propiedad de las prestadoras. En esta resolución se dejaron planteados los derechos que tienen los Usuarios sobre su número de abonado, prohibiendo a las empresas transferir a terceros, vender o negociar número que ya hayan sido asignados a un Cliente.

Entre otros tecnicismos abocados a asegurar la ordenada expansión de la numeración, esta norma también definió un tipo de numeración para servicios no geográficos. Este tipo de numeración es de tipo virtual, lo que significa que su estructura no corresponde a un equipo terminal de red (por ej. Un teléfono fijo). En la misma norma se aclaraba:

“En el futuro, el usuario que tenga asignado un número no geográfico deberá seleccionar expresamente, y podrá cambiar, el prestador con el que esté suscrito sin modificar su número no geográfico. Desde este punto de vista, estos números son portables. Sin embargo, al entrar en vigor el presente plan, los números no geográficos pueden ser no portables”.

Recién el 28 de octubre de 1999, a través de una comunicación en el boletín oficial se invitó a las prestadoras de servicios de telecomunicaciones a designar representantes para conformar una comisión de estudio, evaluación y confección para la instrumentación de la portabilidad numérica.

Podemos concluir que, durante los años estudiados, el poder de los compradores continuaba siendo realmente bajo.

Cuarta fuerza de Porter: Amenaza de productos sustitutos

Como se adelantó en el análisis de la amenaza de nuevas entrantes correspondiente a este período, la existencia de productos sustitutos implicaba que quienes ofrecieran un sustituto también contarán con una infraestructura que permitiría ofrecer también el servicio de telefonía fija. Viéndolo de este modo, para las licenciatarias, un proveedor de producto sustituto era un doble riesgo. Por un lado, le quitaría participación en el mercado de transmisión de voz viva, y por otro, dejaban crecer a una empresa que, una vez finalizado el período de exclusividad tendría la infraestructura necesaria para brindar también el servicio de telefonía fija.

Estudiar el mercado de manera ampliada, como propone Martín Schorr, permite contemplar todas estas interposiciones de intereses entre las diferentes proveedoras. Entre

los años 1997 y 1999, los cuatro grupos que se encontraban instalados en el país comenzaron a realizar una importante cantidad de fusiones y adquisiciones (Anexo) de las empresas que podían ofrecer servicios sustitutos a la transmisión de voz viva. De este modo, cada grupo logró participar de casi todos los segmentos de mercado.

El principal producto sustituto que preocupaba a los cuatro grupos dominantes era el Sistema de Comunicaciones Personales (SCP)¹⁶. Esta potente tecnología permitía prestar el servicio de voz viva, con opción a móvil, por un precio menor que la tecnología celular. Era considerado por la Secretaría de Comunicaciones (SC) como el principal mecanismo para introducir competencia en el mercado de la voz viva a nivel urbano. Desde el año 1995 se hicieron diferentes intentos para licitar este servicio. Con el objetivo de que ingresen nuevos competidores, una de las condiciones para participar de la licitación era que no podían participar sociedades vinculadas con los grupos instalados en el país. Esta estrategia no llegó a buen puerto ya que, a través de repetidas impugnaciones de Movicom y Miniphone, lograron que la SC modifique las condiciones de la licitación. En el decreto 266/98, el mismo que detallaba el Plan de Liberalización, ahora no solo estaba permitido que participen los cuatro grupos, sino que también se le aseguraba una licencia para una banda de menor frecuencia a todas las sociedades prestadoras del servicio de telefonía celular del país. Las licencias de alta frecuencia fueron adjudicadas mediante concurso público a empresas vinculadas a los cuatro grupos instalados en el país, permitiendo así que participen también de este mercado y evitando el ingreso de nuevos competidores.

En el Cuadro N.º3 podemos observar en qué segmentos del “mercado ampliado de las telecomunicaciones” participaba cada una de las sociedades antes de la finalización del período de exclusividad del SBT. Si bien la existencia de empresas que provean productos sustitutos a la telefonía fija era clave para la generación de competencia, las deficiencias del marco regulatorio argentino en materia de defensa de la competencia y ausencia de políticas activas en este sentido, el auge de productos sustitutos fue acaparado por los mismos grupos que ya competían en el país, aumentando su posición dominante.

¹⁶ El Servicio de comunicaciones Personales (PCS) es un servicio inalámbrico de comunicaciones, de prestaciones múltiples, que, mediante el empleo de tecnología de acceso digital, posibilita las comunicaciones entre dos o más abonados a dicho servicio o entre tales abonados con los de otras redes y sistemas de telecomunicaciones, ya sea recibiendo o generando comunicaciones. ENACOM, https://www.enacom.gob.ar/telefonía-movil_p133 .

Cuadro N. ° 3: Mercados en los que competían los conglomerados liderados por Telecom Italia-France Telecom, CEI Citicorp Holdings-Telefónica Internacional, Agea/Clarín y Bell South-Movicom a fines de 1999.

Servicio prestado	Telecom Italia - France Telecom	CEI Citicorp Holdings - Telefónica Internacional	Agea/Clarín (CTI)	Bell South - Movicom
Telefonía básica	*	*	*	*
Llamadas internacionales	*	*	*	*
Transmisión de datos	*	*	*	*
Telefonía celular	*	*	*	*
Comunicaciones satelitales	*	*	*	
Televisión por cable	*	*	*	
Servicio de comunicaciones personales	*	*	*	*
Televisión abierta		*	*	
Producción de contenidos		*	*	
Radiodifusión		*	*	

Fuente: Abeles, Forcinito y Schorr, 2001.

Quinta fuerza de Porter: Intensidad de la rivalidad entre los competidores

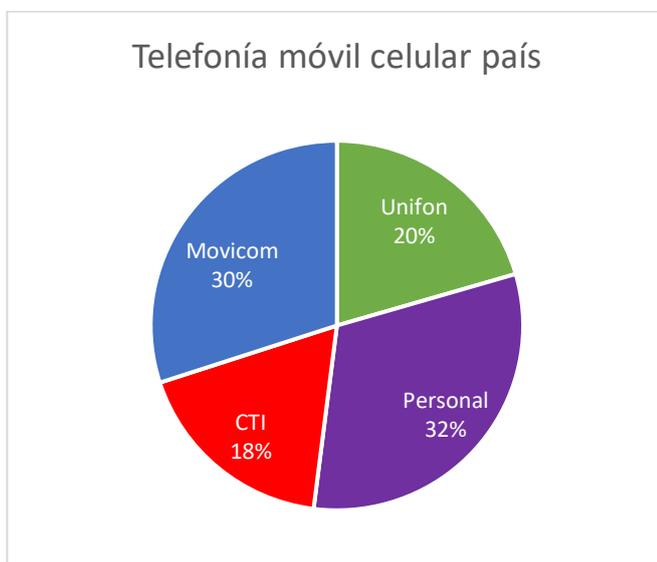
A partir del año 1997 los cuatro grupos dominantes iniciaron una estrategia de integración tanto vertical como horizontal. En sentido vertical, empezaron a comprar empresas dedicadas a la producción de contenidos, por lo que ahora no solo eran los dueños de la infraestructura, sino también del contenido que viajaba por medio de ella. En términos horizontales, fueron comprando y absorbiendo a muchas de las empresas que habían surgido en los segmentos de mercado desregulados, principalmente dedicados a la transmisión de

datos (Internet). Algunos ejemplos son Comunicaciones e Ingeniería Com Ing S.A. (del grupo Pérez Companc y Nexus Internacional) y Arnet S.A. que fueron comprados por Telecom y Advance Telecomunicaciones S.A., comprada por Telefónica.

Durante la primera etapa de liberalización del mercado, iniciada en noviembre de 1999, estaba contemplado que todas las empresas puedan competir en todo el territorio y en la mayoría de los segmentos del mercado de las telecomunicaciones. Esta etapa se considera como el inicio de la convergencia, ya que una sola empresa estaba en condiciones de ofrecer telefonía fija, móvil e internet entre otros servicios menos masivos.

El Decreto que contenía el “Plan de Liberalización” en su Artículo 20, detallaba que, a efectos de garantizar una efectiva competencia, las Licenciatarias del Servicio Básico (LSB) ya no podrían tener negocios en común y que para noviembre de 1999 ya tienen que haber escindido los que tuvieran al momento de publicación. Esto se tradujo en la división de las empresas Miniphone, Telintar (comunicaciones internacionales) y Startel (transmisión de datos). En el caso de la telefonía móvil, las empresas Personal y Unifón incorporaron a los clientes de la ex Miniphone, aumentando su participación de mercado.

Gráfico N° 3: Participación de mercado a nivel nacional en el segmento de la telefonía móvil (noviembre 1999)



*Fuente: Elaboración propia sobre la base de los datos obtenidos de las Memorias y Balances de Telecom S.A.*¹⁷

¹⁷ Para calcular el porcentaje de mercado de cada empresa, tendremos que hacer una aproximación basándonos en el período anterior, ya que en las “Memorias y Balances” de las LSB no se hallan los datos completos.

Con la división de Miniphone, podemos ver en el Gráfico N.º3 que el mercado quedó repartido casi simétricamente entre los cuatro grupos. A pesar de la escisión de las empresas de los grupos Telecom y Telefónica, los directivos de estas empresas no ocultaban el vínculo que aún había entre ellas. En una nota publicada en agosto de 1999 en el diario La Nación, ejecutivos de ambas empresas declaraban *"Cualquier cosa que hagamos para sacar alguna ventaja comercial entre nosotros es un boomerang: el verdadero enemigo es Movicom"*. El mercado de la telefonía móvil estaba en auge y el AMBA era el territorio más codiciado por lo que podemos observar un aumento en la competencia entre las LSB y Movicom.

Tercer período: Apertura del mercado, fin de la exclusividad (2000-2007)

El 10 de diciembre de 1999, asume la presidencia Fernando de la Rúa por la coalición "Alianza para el Trabajo, la Justicia y la Educación" (conocida popularmente como La Alianza). El inicio de la nueva gestión coincidió con la primera etapa de la apertura del mercado de las telecomunicaciones. Si bien en algunos servicios había competencia, la liberalización de la telefonía básica finalizaba también con la exclusividad que tenían las LSB sobre los enlaces internacionales a través de Telintar S.A. Como sabemos, estos enlaces eran necesarios para poder ofrecer el servicio de conexión a internet. Una vez conocidos los plazos y las fechas del plan de apertura, tanto las empresas instaladas en el país como las nuevas proveedoras iniciaron una carrera por desplegar infraestructura de fibra óptica en el territorio. A mediados del 1999, Telintar S.A. fue parte del grupo (con una participación del 23,6%) que instaló el segundo¹⁸ cable de fibra óptica del país, Atlantis-2, que nos conectaba con Brasil, Senegal, Cabo Verde, España y Portugal. (1993-2001, Memorias y Balances de Telecom de Argentina S.A.) A partir de noviembre de 1999 (primera etapa del plan de liberalización) las nuevas empresas creadas por las sociedades licenciatarias, Telecom Internacional S.A. y Telefónica Larga Distancia de Argentina S.A. absorbieron la licencia que les correspondía por haber sido parte de Telintar S.A. y empezaron a competir entre sí.

Durante el año 2000, La Alianza formó una comitiva de especialistas en telecomunicaciones que envió a Washington y Londres para vender la inminente apertura del mercado argentino. Llegaron inversiones de Imsat (Grupo Pescarmona), Techtel (Techint y Telmex), Keytech (AT&T), Global Crossing (hoy Level 3), entre otras y sumadas a los desarrollos que ya estaban haciendo las ex LSB. Entre 1999 y 2001, se produjo una expansión de infraestructura en el país equivalente a seis mil millones de dólares. Este

¹⁸ El primero fue el Unisur, inaugurado en noviembre de 1994.

importante crecimiento ocurría en paralelo a una de las peores crisis socioeconómicas de la historia argentina, que había terminado con un 22% de desocupación y 39 muertos en las manifestaciones de diciembre del 2001 (Zuazo, 2015).

En el Cuadro N.º 4 podemos observar cómo durante la primera etapa de la apertura del mercado, las empresas que podían ofrecer telefonía básica seguían siendo muy pocas y, durante la segunda etapa ingresó una gran cantidad de nuevos proveedores. Más adelante en el trabajo vamos a analizar cuántas empresas sobrevivieron en el mercado argentino y cómo quedaron distribuidas las participaciones de mercado.

Cuadro N. ° 4: Introducción de competencia en la prestación del servicio básico telefónico.

Etapas	Servicio básico telefónico	Consortios/Empresas
Nov. 1997/ Nov. 1999 (Prórroga del período de exclusividad)	Licenciatarias del servicio básico telefónico	Telefónica Argentina Telecom Argentina
Nov. 1999/ Nov. 2000 (primera etapa de la liberalización)	Ingreso de dos nuevos operadores que ya se encontraban ofreciendo servicios de telefonía móvil en el país.	Telefónica Argentina Telecom Argentina Movicom-Bell South CTI Móvil (Agea/Clarín y GTE)
Nov. 2000/... (segunda etapa de liberalización)	Nuevos operadores según “Reglamento General de Licencias y Plan Nacional de Licencias”	Telefónica Argentina Telecom Argentina Movicom-Bell South CTI Móvil Techtel Impsat Keytech Comsat Metrored Ses Sist. Electrónicos Compañía del Sur Telenet Superfone Diginet Ferro Cablemundo Com. NSS Federación de Coop. Tele

Fuente: Abeles, Forcinito y Schorr, 2001.

Durante el breve gobierno de Fernando de la Rúa se hicieron algunos intentos por controlar a las gigantes telefónicas y aumentar la competencia. La norma principal, fue el Decreto N° 764/2000, que, como primera medida, le asignó presupuesto a la Secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor y a la Secretaría de Comunicaciones y Comisión Nacional de Comunicaciones. Luego, establece un reglamento para las licencias de servicios de telecomunicaciones, unificando en una única licencia la habilitación para ofrecer cualquier servicio de telecomunicaciones, con excepción de la radiodifusión. Hasta esta norma, la convergencia (que un solo proveedor ofrezca diferentes servicios de telecomunicaciones) no se había planteado como un diseño planificado y buscado para el mercado. Los gobiernos habían consentido que suceda, en algunos casos por omisión o falta de regulación, como cuando permitió que las licenciatarias compren empresas de diferentes segmentos y en otros casos, activamente, como en el pliego de bases y condiciones de la venta de ENTel, que indicaba que las LSB tenían el derecho también a obtener licencia para prestar otros servicios de telecomunicaciones.

En enero del 2002, durante la gestión de Eduardo Duhalde, se sanciona la Ley N° 25.561 de Emergencia Pública y Reforma del Régimen Cambiario. Esta Ley termina con el régimen de convertibilidad e indica la pesificación y desindexación de las tarifas de los Servicios Públicos entre los cuales se encuentran las telecomunicaciones. También inició un proceso de redefinición de las relaciones contractuales entre las privadas y el Estado. La Ley indica que dicha renegociación debe realizarse sobre la base de los siguientes criterios¹⁹:

- 1) El impacto de las tarifas en la competitividad de la economía y en la distribución de los ingresos;
- 2) la calidad de los servicios y los planes de inversión, cuando ellos estuviesen previstos contractualmente;
- 3) el interés de los usuarios y la accesibilidad de los servicios;
- 4) la seguridad de los sistemas comprendidos;
- 5) la rentabilidad de las empresas.

Debido al cambio de régimen macroeconómico y a la falta de cumplimiento de los plazos para la renegociación por parte del Estado Nacional, las ex licenciatarias iniciaron demandas judiciales ante el CIADI (Centro Internacional de Solución de Diferendos),

¹⁹ A pesar de lo detallado en la norma, en los hechos, la renegociación solo se centró en las tarifas durante la emergencia económica y se pasó a disminuir a condiciones mínimas de calidad la prestación de los servicios.

tribunal arbitral establecido por el Banco Mundial, por motivo de la violación de los contratos, mediante la pesificación y desindexación de las tarifas.

La nueva definición de los contratos quedó inconclusa en el gobierno de Duhalde y durante toda la presidencia de Néstor Kirchner. Durante esta última hubo diferentes instancias de acuerdo temporal con las operadoras. En 2004, enmarcado en un contexto de renegociación de la deuda externa pública (que se encontraba en cesación de pagos desde el año 2002) y de una situación social interna crítica, las ex LSB y el Estado argentino firmaron una carta de entendimiento provisoria, con vigencia hasta diciembre del mismo año. En dicha carta se acordó con las telefónicas el mantenimiento de la estructura tarifaria vigente, el desarrollo de los servicios de tarjetas de telefonía para los beneficiarios del principal plan social del país (el Plan Jefas y Jefes de hogar desocupados) y los jubilados sin línea telefónica, el acceso a Internet a precios menores en las centrales de empresas del Interior del país y la transferencia a las tarifas de todo nuevo impuesto o variación en los existentes. Este acuerdo tenía como fecha límite de duración diciembre del mismo año, terminado este período, seguía sin avanzar la renegociación de los contratos y las operadoras reanudaron las acciones legales en el CIADI (Forcinito, 2005).

En diciembre de 2005, Kirchner anunció que se cancelaría de manera anticipada la deuda con el FMI²⁰. Este anuncio, junto con el “final del default” que había sido comunicado meses antes cuando se logró un acuerdo con el 76,07% de los acreedores privados por el canje de deuda pública, mostraban una clara mejoría y estabilización en la economía del país.

Primera fuerza de Porter: Amenaza de nuevas entrantes

La amenaza de nuevas entrantes fue variando levemente durante este período, aunque hubo diferentes condiciones legales para el ingreso de nuevos competidores en el mercado, estas no fueron suficientes para lograr un cambio sustancial en las barreras.

Durante la segunda etapa del plan de liberalización, la concesión de nuevas licencias se rigió por el “Reglamento General de Licencias y Plan Nacional de Licencias”, que indicaba las siguientes exigencias para las firmas que pretendían competir en el mercado argentino de telecomunicaciones:

1. Mostrar experiencia previa prestando el SBT;

²⁰ <https://www.lanacion.com.ar/politica/historico-el-pais-saldara-en-un-solo-pago-la-deuda-con-el-fmi-nid765314/>

2. Contar con un patrimonio neto de 100 millones de dólares;
3. Estar asociado con una empresa que opere previamente en el mercado local;
4. Cobertura geográfica: dentro de los primeros 5 años le debe poder ofrecer servicio al 50% de la población del territorio (con variaciones según el tipo de cobertura).

Si bien durante esta etapa podían obtener licencia todos aquellos grupos que cumplieran los requisitos, los elevados requisitos patrimoniales, altos niveles mínimos de inversión y metas de cobertura sumamente exigentes funcionaron como importantes barreras al ingreso al mercado (Abeles, 2001).

Una vez en vigencia el Reglamento de Licencias para Servicios de Telecomunicaciones (Decreto N° 764/2000), las condiciones se terminaron de flexibilizar. Ahora, *“las licencias se otorgan sin límite de tiempo, a demanda y en forma reglada, previo cumplimiento de los requisitos exigidos por el presente Reglamento y habilitan a la prestación al público de cualquier tipo de servicio de telecomunicaciones, fijo o móvil, alámbrico o inalámbrico, nacional o internacional, con o sin infraestructura propia”*. Esta normativa eliminó los requerimientos de capital y patrimonio para acceder a una licencia nacional de telecomunicaciones y determinó la obligatoriedad de reventa de los servicios, entre otras mejoras en la regulación del mercado.

En este punto, diferentes autores hacen referencia a una situación algo particular respecto a las barreras de entrada al mercado de telecomunicaciones argentino. Más allá del marco legal, que Galperin y Cabello describen en su informe para la CEPAL como *“[...] un marco normativo moderno en lo que se refiere a servicios de telecomunicaciones que ha incentivado la entrada al mercado de nuevos operadores y el desarrollo de redes inteligentes en base al protocolo IP”*. También mencionan que *“[...]el estímulo de este moderno marco normativo del sector se ve limitado por la errática y discrecional aplicación de la normativa por parte de los organismos de control y diseño de políticas para el sector”*.

Recordemos que las ex LSB y el Estado argentino se encontraban en proceso de renegociación de los contratos, durante estos años, Kirchner centró su estrategia en no permitir el aumento de tarifas en la telefonía básica. Como contracara, Gustavo Fontanals²¹ expone en su trabajo *“La persistente protección de un nicho: Telecom y Telefónica en el*

²¹ Licenciado en Ciencia Política de la UBA. Investigador asistente del Programa de Historia Política del Instituto de Investigaciones Gino Germani (IIGG), Facultad de Ciencias Sociales, UBA. Becario de postgrado tipo I de CONICET. Doctorando del Programa de Doctorado en Ciencias Sociales de FLACSO Argentina.

mercado argentino de telecomunicaciones” que el gobierno parece haberles cedido a las compañías a modo de prenda de paz el congelamiento de la concesión de nuevas licencias y la **no aplicación** de los reglamentos publicados en el Decreto N° 764/2000 que indicaban los mecanismos de defensa de la competencia y promoción del ingreso de nuevos competidores.

A pesar de las sucesivas flexibilizaciones que se fueron realizando durante estos años en materia normativa y de requisitos de capital, no se logró modificar el problema de fondo que disuadía el ingreso de nuevos oferentes, la posición dominante de los grupos preinstalados en el país.

Segunda fuerza de Porter: Poder de negociación de los proveedores

Durante este período de tiempo, el principal problema para el ingreso de nuevos jugadores en el mercado de las telecomunicaciones es el poder que lograron concentrar las ex LSB en su rol de competidores/proveedores. Detallando las implicancias de la falta de control estatal en la relación entre las competidoras del mercado, en este punto analizaremos el escenario de la interconexión.

El Decreto 764/2000 aprueba el nuevo Reglamento Nacional de Interconexión. Si bien en el anexo al artículo 4 del Decreto N° 266/98 se indicaba una serie de condiciones en las cuales las empresas se debía prestar interconexión, la nueva norma refuerza la importancia de regular la relación entre las operadoras y actualiza los pormenores de la implementación. Los objetivos del reglamento son:

- a) Promover el ingreso al mercado de nuevos prestadores.
- b) Garantizar condiciones equitativas en la prestación de los servicios evitando toda imposición que implique un uso ineficiente de los recursos de los prestadores.
- c) Asegurar la interconexión e interoperabilidad de las redes y servicios de telecomunicaciones.
- d) Fundar la interconexión en principios de orientación a costos, transparencia, igualdad, reciprocidad y no discriminación.

Para lograr cumplir los objetivos, se plantearon los siguientes principios:

- a) **Por acuerdo de partes**, lo que significa que los prestadores tienen libertad para convenir precios, términos y condiciones de interconexión.
- b) **Obligatoriedad**, lo que implica que uno tiene el derecho de pedir la interconexión y otros están obligados a concederla, interconectándose directamente.

c) **No discriminación**, es decir, los prestadores tienen derecho a obtener iguales condiciones técnicas o económicas que aquéllas que se ofrezcan a otros prestadores que requieran.

d) **Facilidades similares**, independientemente del servicio que presten.

e) **Arquitectura abierta**: los prestadores tienen la obligación de utilizar, en la interconexión, normas técnicas acordes con las normas y recomendaciones de la UIT.

Si bien la normativa expresa un claro interés por la defensa de la competencia, la errática y discrecional aplicación de la misma generaba que, a diferencia de otros países, en la Argentina no se registraban conflictos judiciales en relación a los acuerdos de interconexión. Esto se debía a que el ente regulador no presentaba interés por mediar entre los conflictos de los privados para negociar acuerdos favorables con los nuevos entrantes. Esta falta de judicialización, lejos de ser un buen indicador del cumplimiento de la norma, se debía a que los grupos interesados en ingresar al mercado argentino se veían disuadidos al saberse en clara desventaja (Galperin & Cabello, 2008).

El principal mecanismo usado por las operadoras preinstaladas en el territorio para impedir el ingreso de competidoras es la indexación de las tarifas de interconexión. Entendiendo que durante los años estudiados los precios de los servicios se encontraban prácticamente congelados de cara a los consumidores finales, los contratos de interconexión con otras empresas ajustados por CER iban aumentando los costos al punto de impedir su operación. La autoridad reguladora (Secretaría de Comunicaciones) no tomó ninguna medida ante esta maniobra anticompetitiva que incumplía los objetivos del Reglamento Nacional de Interconexión, generando un retroceso en el proceso de liberalización (Fontanals, 2007).

Tercera fuerza de Porter: Poder de negociación de los compradores

El poder de negociación de los compradores durante este período se vio fuertemente afectado por el incumplimiento de los contratos con las operadoras. Si bien la legislación indicaba diferentes herramientas para disminuir la dependencia a las empresas radicadas en el país, al estar cortado el diálogo con ellas y despriorizado el ingreso de nuevas competidoras, no se pudo implementar nada de lo establecido por el Decreto 764/00.

Las herramientas que proporciona la legislación para aumentar el poder de negociación de los compradores durante este período son:

- **La portabilidad numérica**, para disminuir el costo de cambiar de proveedor;

- El **servicio universal** (SU), para proteger el derecho humano a la libertad de expresión.

Esto debía ser acompañado por una buena calidad del servicio y tarifas accesibles diferenciadas por nivel de ingresos (tarifa social).

El Reglamento Nacional de Interconexión menciona en el su Artículo N°30 que la Secretaría de Comunicaciones determinará los plazos y condiciones para que los prestadores proporcionen la portabilidad de números entre ellos, entre los servicios y las áreas geográficas. En 1999 ya se había convocado a las empresas para analizar la factibilidad técnica de la portabilidad: en esta oportunidad, se le asignan competencias a la Secretaría de Comunicaciones junto a la secretaría de Defensa de la Competencia y del Consumidor para analizar los plazos y condiciones económicas que permitieran iniciar con la modalidad de portabilidad numérica. Durante los siete años estudiados en este apartado, no hay registro de avances en lo relativo a la portabilidad²².

El SU es un conjunto de servicios de telecomunicaciones que deben ser prestados con una determinada calidad y precios accesibles a toda la población en territorio argentino, independientemente de su localización geográfica. El gobierno aprobó una serie de programas destinados a mejorar la conexión, entre ellos “Telefonía pública de larga distancia en áreas sin servicio telefónico local”, “Telefonía pública social”, “Atención a usuarios con limitaciones físicas”, el programa “Jubilados, pensionados y clientes deficitarios”, “Educación, cultura, salud y servicios de emergencias” y, por último, el programa “Áreas locales de altos costos de operación y mantenimiento” (López, 2017). Para financiar estas medidas, el Reglamento General del Servicio Universal estableció un esquema de aportes en el que todas las operadoras debían ceder el 1% a un fondo fiduciario destinado a subsidiar el acceso telefónico a clientes residenciales en zonas menos rentables y a grupos específicos, como jubilados o personas con bajos ingresos. Al igual que en la portabilidad, la volatilidad institucional predominante en la época dificultó la implementación de este esquema y el fondo fiduciario no se llegó a implementar durante los años estudiados (Galperin & Cabello, 2008).

Si bien la legislación indicaba una serie de herramientas para proteger los derechos de los Usuarios, el contexto socioeconómico-institucional generó que queden en segundo

²² Sobre la base de una búsqueda realizada en la base de datos de normativas del ENACOM. <https://www.enacom.gob.ar/normativas>

plano. En los hechos, el congelamiento de precios dispuesto por el gobierno terminó funcionando como una especie de subsidio para el acceso a los servicios de telecomunicaciones. A pesar de las presiones de los organismos internacionales para que el Estado argentino acuerde con las operadoras los aumentos de precios que estas solicitaban, el hecho de que no hayan aumentado las tarifas se puede interpretar como un leve aumento del control estatal sobre el mercado de las telecomunicaciones.

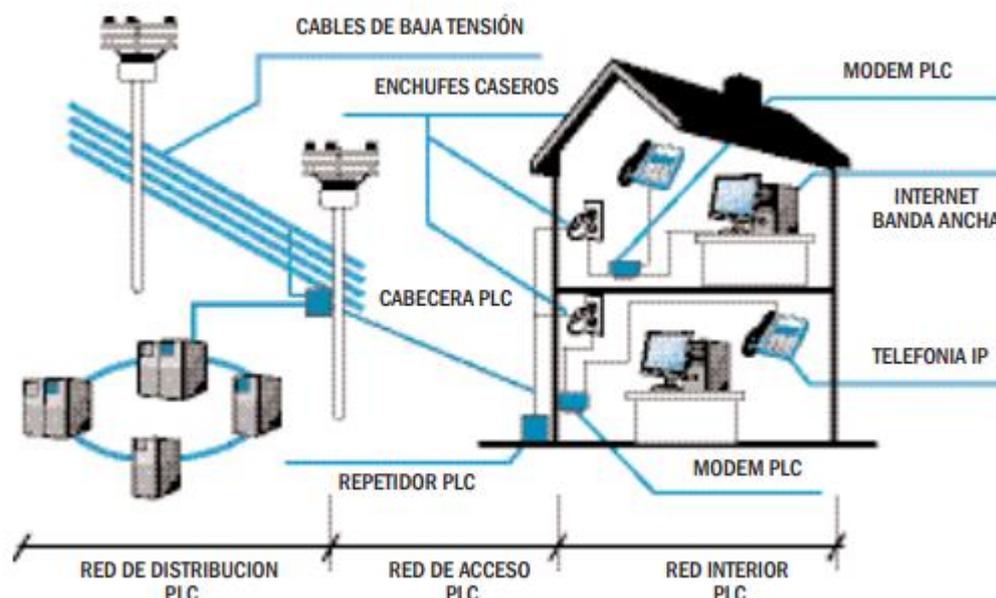
Cuarta fuera de Porter: Amenaza de productos sustitutos

Hasta este momento, cuando hablábamos de sustitutos, nos referíamos a los diferentes servicios que se podían ofrecer a través de la infraestructura instalada o por instalar (telefonía fija, móvil, internet, etc..). Eso tenía sentido ya que, para ofrecer cada servicio, las empresas debían obtener una licencia específica. Ahora, con una licencia de telecomunicaciones unificada, ningún servicio nuevo representaba una amenaza para los proveedores del servicio, debido a que podían ofrecerlo también. Durante los primeros años del nuevo milenio, apareció una nueva amenaza real para las empresas instaladas en el país, un sustituto a la infraestructura instalada.

A fines del 2007 empezaron a proliferar las investigaciones para ofrecer banda ancha a través de la red eléctrica instalada. Esta tecnología se llama Power Line Communication (PLC) y se basa en usar una frecuencia diferente para poder enviar paquetes de datos a través del tendido eléctrico y que los usuarios se puedan conectar a la red usando los tomacorrientes en sus casas tal como se muestra en la Figura N.º 1. La potencia de esta alternativa al tendido de fibra óptica y cobre, es que el servicio eléctrico en la Argentina tenía una penetración del 95% de los hogares, es decir que con la implementación de la PLC la mayoría de la población podría conectarse a internet.

Esta tecnología generó intereses comerciales y sociales, ya que permitiría ofrecer una base de conectividad que aseguraría el Servicio Universal. Si bien se encontraba en una etapa muy inicial de investigación, en otros países de Europa y Estados Unidos ya se había logrado implementar con éxito. En nuestro país, empresas como la EPEC (Empresa Provincial de Energía de Córdoba) y EDENOR (Empresa Distribuidora y Comercializadora Norte Sociedad Anónima) empezaron a realizar los primeros experimentos bajo la observación de la CNC (Perrin & Basel, 2008).

Figura N.º 1: Esquema general de la tecnología PLC



Fuente: Perrin & Basel (2008).

La implementación de la PLC podría generar que se sume un proveedor adicional en cada región, ya que la concesión del servicio eléctrico tiene una estructura monopólica desde el punto de vista regional. Esta situación implicaría un riesgo para las proveedoras de telecomunicaciones que ofrecían servicio en ese momento, pero no implicaba necesariamente una oportunidad para el ingreso de nuevos grupos accionarios en el país.

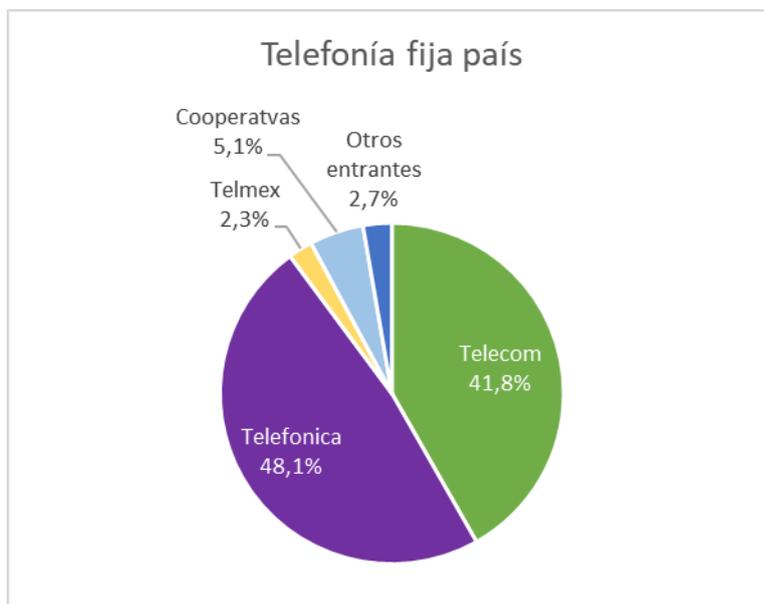
Quinta fuerza de Porter: Intensidad de la rivalidad entre los competidores

La segunda etapa del plan de liberalización (nov. 2000 a nov. 2001) permitió el ingreso de una oleada de nuevos proveedores en todos los servicios de telecomunicaciones.

Los principales competidores que ingresaron ofreciendo telefonía fija con redes propias fueron Impsat (Global Crossing), Comsat, I-Plan, Telmex Argentina y algunas cooperativas regionales. Si bien este segmento se volvió el menos dinámico de la industria²³, para diciembre de 2000 ya se había duplicado la participación de las Cooperativas respecto a los años pre-liberalización y Telmex, del grupo mexicano América Móviles, estaba por llegar a las 200.000 líneas telefónicas instaladas, situación que puede apreciarse en el siguiente gráfico (Gráfico N.º 4).

²³ Debido al avance de la comunicación por otros medios, como la telefonía móvil o a través de internet (VoIP).

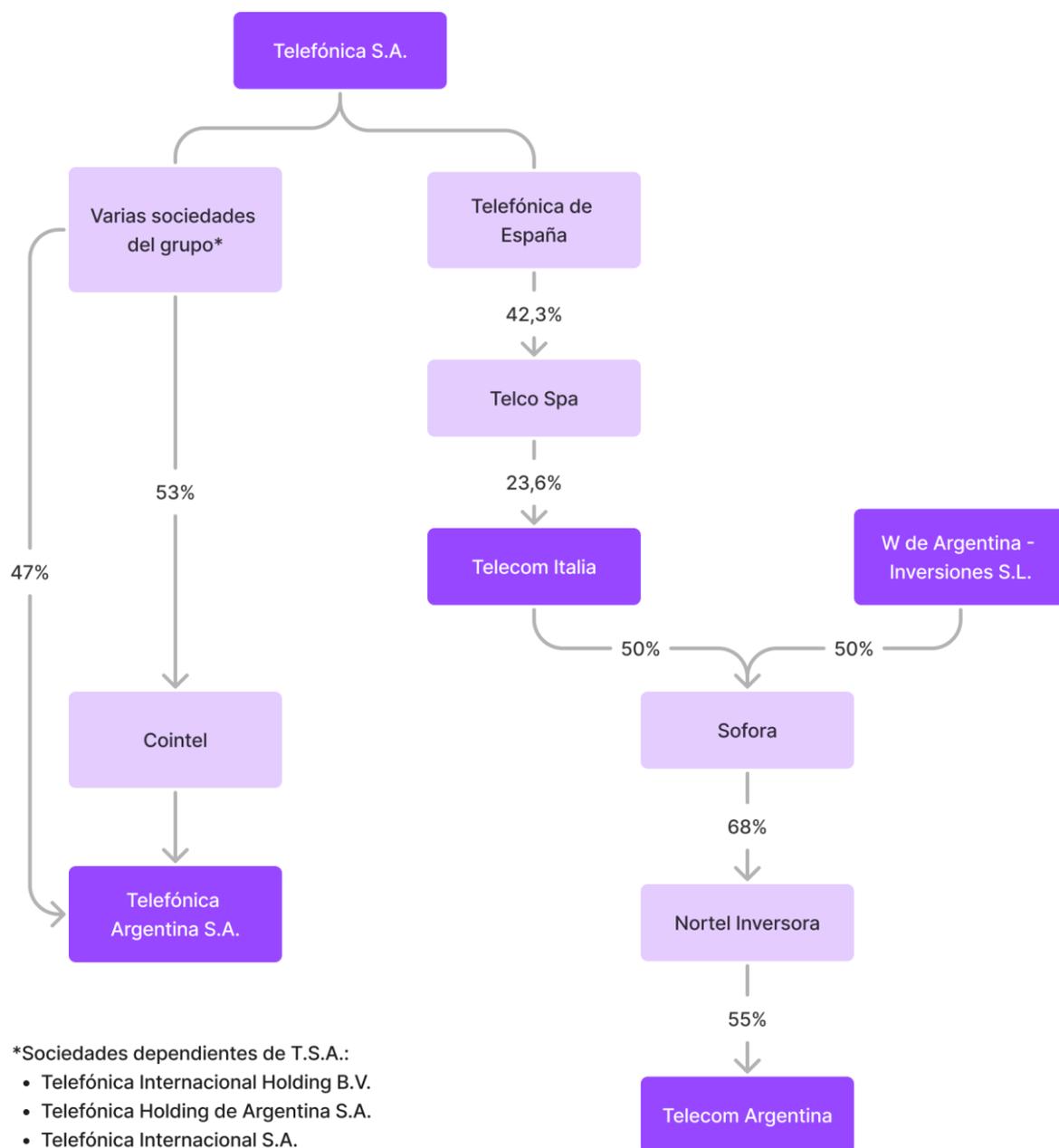
Gráfico N° 4: Participación de mercado empresas proveedoras de telefonía fija total país. Diciembre 2000.



Fuente: Convergencia tecnológica y armonización regulatoria: el caso argentino, Galperin y Cabello (2008).

Cabe mencionar que este aumento de las participaciones resultaba marginal en relación con la porción de mercado de las ex LST, que conservaban más del 90% (Gráfico N.º4) y prácticamente no competían entre ellas. En 2007, Telefónica España compró el 42,3% de Telco Spa, una sociedad controlante de Telecom Italia que a través de una serie de conexiones accionarias detalladas en el Gráfico N.º5, intentarían “generar sinergias” entre Telefónica y Telecom a nivel mundial, incluyendo a Argentina. Aunque desde el gobierno argentino se intentaron tomar medidas para evitar la intervención de Telefónica en Telecom, hasta el momento no se conocía qué implicancias podía llegar a tener esta compra en las operaciones argentinas (Galperin & Cabello, 2008).

Gráfico N° 5: Participación accionaria de Telefónica en Telecom (2007)



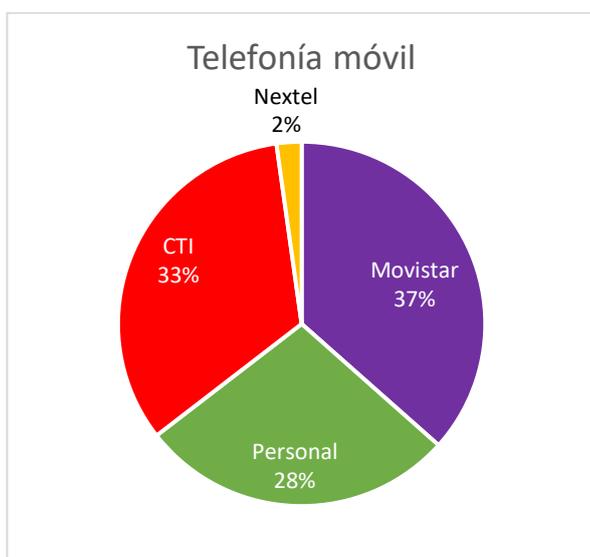
Fuente: Elaboración propia sobre la base de los datos obtenidos de las Memorias y estados contables de Telefónica y Telecom Argentina, 2007.

En 2005 finalizó la venta de Movicom por parte de Bell South a Telefónica, dando origen al nuevo nombre comercial “Movistar”. La suma de los clientes de ambas empresas representaba el 45% del mercado y más del 50% de la facturación, por lo que la Comisión de Defensa de la Competencia puso como condición para la operación que Telefónica se desprenda del radioespectro que exceda los 50Mhz. Como resultado de esta compra, podemos ver en el Gráfico N.º 6 que Movistar pasa a encabezar el mercado con el 37% de los clientes del país.

Respecto a CTI, entre el año 2003 y 2004, Agea/Clarín le vendió el 100% de sus acciones al grupo mexicano América Móviles, propiedad de Carlos Slim. Años más adelante, América Móviles unificaría la marca comercial de sus empresas de telecomunicaciones a nivel internacional abandonando el nombre CTI por Claro.

El cuarto competidor, con una participación del 2% del mercado es Nextel, una empresa perteneciente al grupo NNI Holdings, que ofrece servicio de trunking²⁴ y se concentra en el mercado corporativo.

Gráfico N° 6: Participación en el mercado de la telefonía móvil, año 2006.



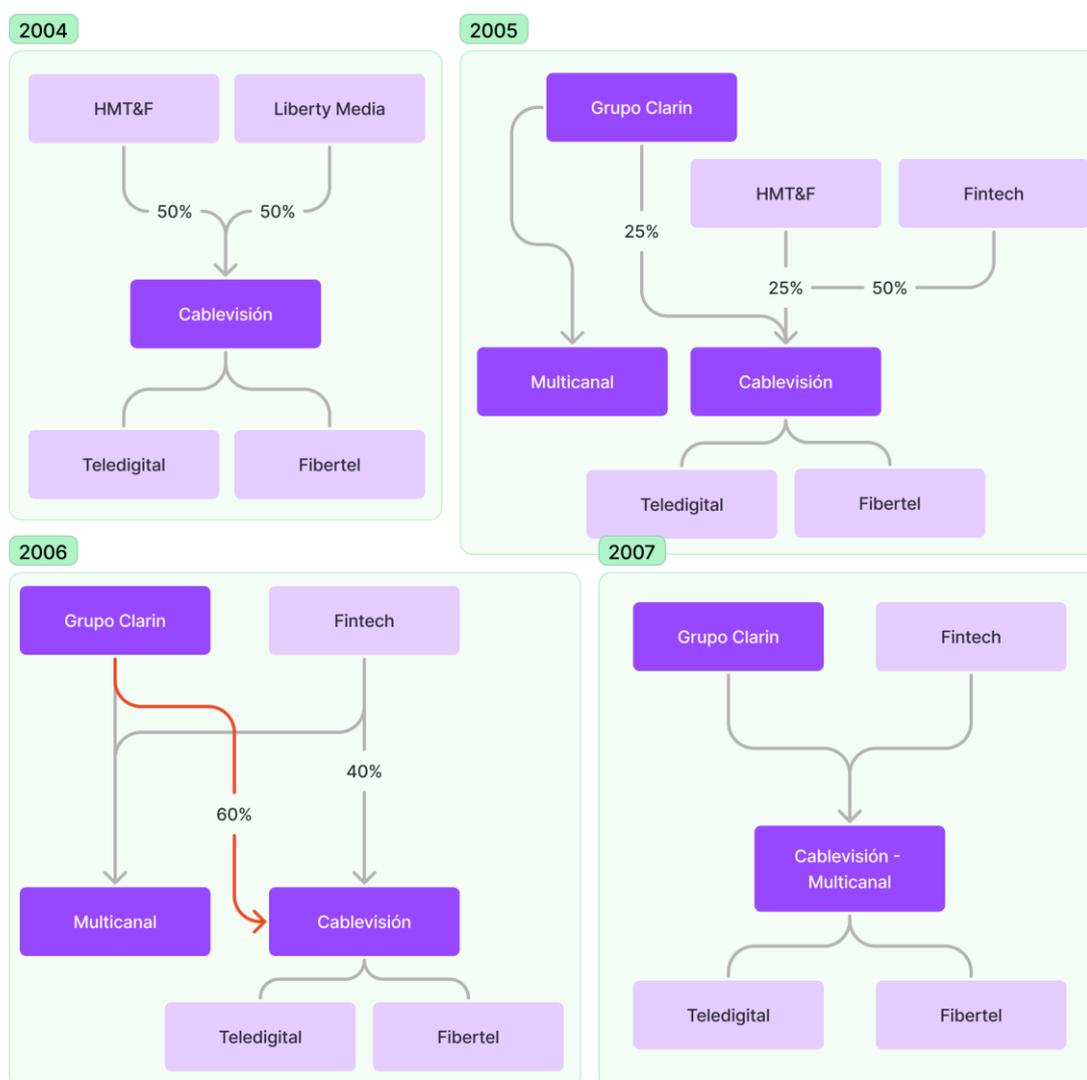
Fuente: Convergencia tecnológica y armonización regulatoria: el caso argentino, Galperin y Cabello (2008).

Durante el gobierno de Néstor Kirchner se dio también una de las fusiones que generó más polémica en la historia de las telecomunicaciones argentinas: la de Cablevisión y Multicanal. Esto se debe a que la unión entre las dos empresas representaba el 51,1% de la participación de mercado de tv por cable. También pasó a ser la primera empresa convergente que ofrecía televisión e internet por banda ancha (a través de fibertel). Esta operación se fue realizando progresivamente a partir del 2005 como se muestra en el Gráfico N.º 7, cuando el grupo Clarín (controlante de Multicanal) compró el 25% de las acciones de Cablevisión y el grupo Fintech, socio de Clarín, compró todas las acciones que Liberty Media tenía en la misma empresa. Durante el año 2006, Clarín compró las acciones que quedaban en poder de HM (ex HMT&F) pasando a tener la mayoría de las acciones con

²⁴ Trunking o sistemas troncalizados hace referencia a una tecnología usada para la comunicación móvil vía un sistema radioeléctrico bidireccional. https://www.enacom.gob.ar/sistemas-troncalizados_p559

derecho a voto de Cablevisión. Ese mismo año Fintech ingresó como accionista de Multicanal. El 7 de diciembre de 2007, tres días antes de que finalice su mandato, Néstor Kirchner firmó el Dictamen N° 637 que, en total contradicción con las recomendaciones antimonopólicas, autorizó la fusión entre Cablevisión y Multicanal (Fernando Krakowiak, 2017).

Gráfico N° 7: Evolución de la composición accionaria de Cablevisión desde el año 2004 hasta la fusión con Multicanal en 2007

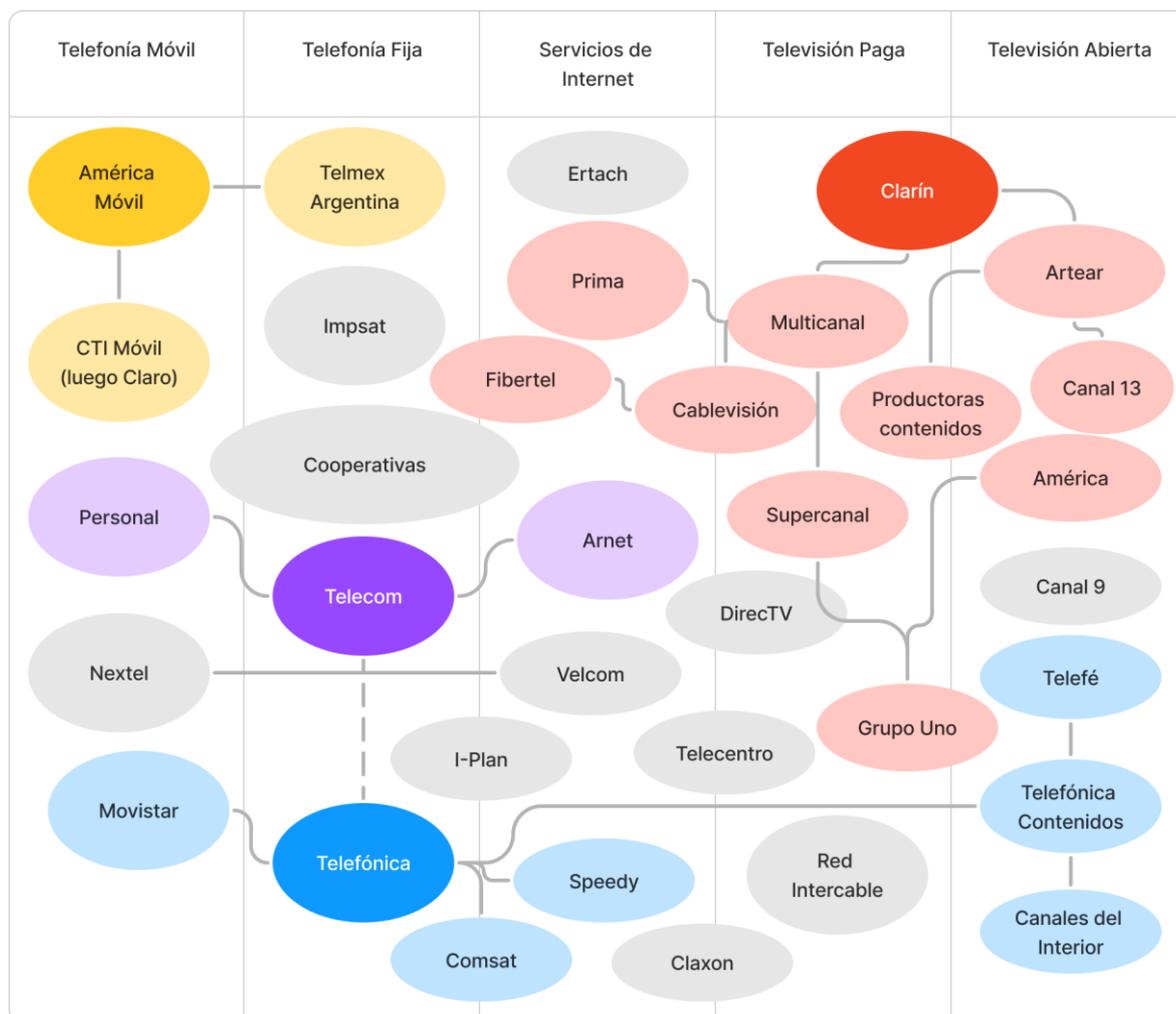


Fuente: Elaboración propia sobre la base de los datos obtenidos de la investigación de Fernando Krakowiak "David Martínez, el caballo de Troya de Clarín: La historia en común del titular de Fintech y el multimedios argentino", publicada en Página 12.

Al finalizar este período de tiempo nos encontramos con un mercado muy concentrado, con aumento de la propiedad cruzada entre los operadores de telefonía fija, tv

por cable, proveedores de servicios de internet y productores o distribuidores de contenido. En el Gráfico N.º 8 podemos ver cómo queda el mapa del sector convergente, donde los cuatro grupos principales son Clarín, Telefónica, Telecom y América Móvil, y en el cual los dos primeros se encontraban en expansión. Clarín tuvo un gran crecimiento en el mercado de las telecomunicaciones gracias a la compra de Cablevisión, que le permitió mayor competitividad en el segmento de la banda ancha, ingresar al mercado de la telefonía fija y capturar más de la mitad del mercado de la televisión paga. En el caso de Telefónica, durante este período de tiempo empezó a incursionar en el segmento de la producción de contenidos y la televisión abierta. Adicionalmente, se encontraba en disputa con los organismos de control por su participación en Telecom Italia, controlante de Telecom Argentina.

Gráfico N° 8: Mapa de los actores convergentes al año 2007



Fuente: Elaboración propia sobre la base de los datos obtenidos del informe Convergencia tecnológica y armonización regulatoria: el caso argentino, Galperin y Cabello (2008).

Cuarto período: Cambio de rol del Estado (2008-2015)

Durante la presidencia de Cristina Fernández de Kirchner (2007-2015) el vínculo con los grupos cambió de manera rotunda. Mientras durante el gobierno de Néstor Kirchner el poder ejecutivo resolvió de manera favorable a los pedidos de las empresas, habilitando su crecimiento indiscriminado, con el cambio de gobierno también hubo un cambio de estrategia. En 2008 inició un conflicto entre el gobierno y los grupos empresarios vinculados a la actividad agropecuaria conocido popularmente como “crisis del campo”. Éste se conoce como el punto de inflexión en el que se rompe el vínculo del Grupo Clarín con el gobierno.

A partir de este momento se empezó a dar un amplio debate en la sociedad respecto a la necesidad de ponerle límites a la concentración y dominio comunicacional de los grandes

grupos, en particular de Clarín. Como resultado de esta discusión, se envió al congreso y resultó aprobada en octubre de 2009 la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (N° 26.522), más conocida como la Ley de Medios, que buscaba limitar la cantidad de licencias en manos del mismo propietario. Esta ley apuntaba a regular el contenido que circulaba en las redes de comunicaciones, buscando darles oportunidades a diferentes voces y con una mirada federal (Becerra y Mastrani, 2017). Esta ley también mantiene la diferencia entre telecomunicaciones y radiodifusión (televisión por cable), planteada desde la licitación de ENTel y ratificada en las subsiguientes normativas, excluyendo este último servicio de las posibilidades que le otorgaba la licencia única de telecomunicaciones a los grupos. Por lo tanto, quedaba prohibido que se ofrezca el paquete de servicios denominado triple play (telefonía, banda ancha y televisión), es decir, prohibía la convergencia.

En el año 2011, la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) de la Organización de los Estados Americanos (OEA) emitió una Declaración Conjunta sobre la Libertad de Expresión e Internet donde menciona entre sus principios generales que la libertad de expresión debe aplicarse al internet del mismo modo que a los otros medios de comunicación. Respecto a la neutralidad de la red²⁵ detalla que:

“el tratamiento de los datos y el tráfico de Internet no debe ser objeto de ningún tipo de discriminación en función de factores como dispositivos, contenido, autor, origen y/o destino del material, servicio o aplicación”.

También indica que:

“Los Estados tienen la obligación de promover el acceso universal a Internet para garantizar el disfrute efectivo del derecho a la libertad de expresión. El acceso a Internet también es necesario para asegurar el respeto de otros derechos, como el derecho a la educación, la atención de la salud y el trabajo, el derecho de reunión y asociación, y el derecho a elecciones libres”.

Continúa detallando la obligatoriedad de los Estados de facilitar el acceso universal a Internet estableciendo mecanismos regulatorios que fomenten un acceso más amplio,

²⁵ Se conoce como neutralidad de la red (Net Neutrality) al principio que promueve que todo el tráfico de Internet debe ser tratado igualmente, sin cobrar al usuario de manera diferente según el contenido, sitio web, plataforma, aplicación, tipo de equipamiento utilizado para el acceso o modo de comunicación. Es decir, el usuario puede acceder a este tipo de contenido sin restricciones, entendiéndose que posee el derecho de elegir libremente entre los recursos que ofrece Internet. <https://nic.ar/es/enterate/novedades/que-es-neutralidad-de-la-red>.

incluyendo a las zonas rurales más alejadas y sectores menos favorecidos (como pobres, niños, ancianos y personas con discapacidad). Para ello, los Estados debían adoptar planes de acción detallados y de varios años, que incluyan objetivos claros y específicos, estándares de transparencia, presentación de informes públicos y sistemas de monitoreo (La Rue, 2011).

Esta Declaración Conjunta surge en un período de tiempo en el que muchos de los gobiernos de los países de América Latina estaban tomando una tendencia de izquierda y se generó una gran cantidad de legislación y planes para disminuir la brecha digital²⁶. Algunos ejemplos de planes que iniciarían entre el año 2010 y 2012 son: el Plano Nacional de Banda Larga, en Brasil; en el caso de Chile, el Plan todo Chile Comunicado; Colombia con su Plan Vive Digital y México denominó su plan como “Acciones para el fortalecimiento de la Banda Ancha y las Tecnologías de la Información y la Comunicación Agenda Digital.mx”.

En el caso de Argentina, el principal plan de inclusión digital se creó a partir del Decreto N°1552/2010 y se denominó Plan Nacional de Telecomunicaciones “Argentina Conectada”. El proyecto menciona en sus considerandos que durante las últimas décadas hubo un profundo cambio y evolución de los sistemas de comunicaciones que ha impactado fuertemente en los procesos productivos, educativos y sociales en general. Reconoce que la generación, procesamiento y transmisión de información se han transformado en un factor determinante tanto para el funcionamiento de las sociedades, como para el acceso a las tecnologías de información y comunicación (TIC), el crecimiento y el desarrollo. Por estos motivos, el acceso a las tecnologías es un factor que puede producir nuevas formas de desigualdad o acentuar las preexistentes (Baladron, 2018).

Al evaluar la prestación de estos servicios en el país, se confirma que hay localidades del país con baja penetración y grupos poblacionales sin acceso por factores socioeconómicos, demográficos y de infraestructura. Esto se debe a que, para las empresas privadas, la prioridad es obtener la mayor rentabilidad posible sobre su inversión y estas localidades no les resultan interesantes en términos económicos. A pesar de los intentos que se realizaron por financiar el Servicio Universal, esta situación no había sido solucionada hasta el momento.

Argentina Conectada propone que el Estado participe como un competidor más a nivel infraestructura, llevando conectividad a las regiones más relegadas a través del

²⁶ Distanciamiento entre quienes tienen acceso y capacidades para utilizar las TIC, por motivos políticos, sociales y económicos, y quienes no (Baladron, 2018).

desarrollo y operación de una red federal de fibra óptica (REFEFO) declarada de interés público, bajo el control de la empresa estatal AR-SAT y financiada a través del presupuesto nacional. Si bien se venían realizando investigaciones para prestar servicio de internet a través del tendido eléctrico, se definió usar la tecnología de FO debido a que soporta cualquier protocolo, habilitando la prestación de múltiples servicios (internet, tv, VoIP, etc.) lo que resultaba compatible con otros planes como el plan Conectar Igualdad y la Televisión Digital Abierta. El objetivo era conectar al 97% de la población por medio de la REFEFO y el 3% restante a través de conexión satelital.

El plan se basó en siete ejes estratégicos:

1. Inclusión digital;
2. Optimización del uso del espectro radioeléctrico;
3. Desarrollo del servicio universal;
4. Producción nacional y generación de empleo en el sector de las telecomunicaciones;
5. Capacitación e investigación en tecnologías de las comunicaciones;
6. Infraestructura y conectividad;
7. Fomento de la competencia.

Otras iniciativas de este gobierno que iban en el mismo sentido fueron: el Programa Conectar Igualdad, iniciado en el 2010 y que se proponía entregarle netbooks a estudiantes y docentes de escuelas públicas; el lanzamiento del satélite nacional ARSAT 1, que le brindaría conectividad a aquellas regiones del territorio y países aledaños que no pudieran ser alcanzadas por la red de fibra óptica; y el desarrollo de la Televisión Digital Terrestre (TDT) que ingresaría como un nuevo competidor en la generación y transmisión de contenidos por radiodifusión.

Ley Argentina Digital

Uno de los hitos más importantes del gobierno de CFK fue la aprobación de la Ley Argentina Digital (N° 27.078) sancionada en diciembre de 2014. Esta ley viene a reemplazar a la Ley de Telecomunicaciones N° 19.798 sancionada en 1972 durante la dictadura militar que durante esos años era liderada por Alejandro Lanusse (Ribeiro, 2022). La nueva legislación plantea el modo en el que se va a estructurar el mercado de las telecomunicaciones en el país, diferenciando los mercados de generación de contenidos de aquellos que se dedican al transporte y distribución de la información, pero ahora, con la novedad de que les permitiría a las empresas de telecomunicaciones brindar también

servicios de comunicación audiovisual. Recordemos que la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (SCA) sancionada un año antes, lo prohibía explícitamente. A pesar de que el marco normativo no lo habilitaba, en el país ya se estaba ofreciendo “el combo” triple play por lo que la nueva ley le permitía al Estado regular lo que fácticamente estaba sucediendo en el mercado y establecer las condiciones de prestación de estos servicios.

El objetivo de mantener la distinción entre los mercados era que las empresas que forman parte de uno y que tienen capacidad de influir sobre él, no generen prácticas que puedan distorsionar al otro. Para ello la ley establece que, si un licenciataria de TIC pretende ser titular de una licencia audiovisual, deberá cumplir con algunas restricciones como: conformar unidades de negocio, contabilidad y facturación separadas para cada servicio; no debe incurrir en prácticas anticompetitivas (como subsidios cruzados); debe facilitar a los competidores el acceso a su propia infraestructura y respetar el encuadramiento profesional de los trabajadores por actividad (Califano, 2017).

Esta Ley pone el foco en “posibilitar el acceso de la totalidad de los habitantes de la República Argentina a los servicios de la información y las comunicaciones en condiciones sociales y geográficas equitativas, con los más altos parámetros de calidad”, pero excluyendo cualquier tipo de regulación sobre los contenidos. Para ello, establece y se propone garantizar la *neutralidad de las redes* en el país. Esto implica que tanto las proveedoras de servicios de internet (ISP) como el Estado, deben tratar el tráfico que viaja por la red de manera indiscriminada. No pueden “ver” el contenido ni tomar ningún tipo de medida (como limitaciones en la velocidad o cambio de precios) basándose en esta información.

Si bien la Ley Argentina Digital habilita el triple play, no es del todo certero describirla como una ley que promueva la convergencia ya que pareciera intentar limitarla como una herramienta para mantener bajo control la concentración económica. Un indicio de esto es que mantiene las regulaciones del sector audiovisual (SCA) separado de la transmisión de información (AD).

Primera fuerza de Porter: Amenaza de nuevas entrantes

Durante este período de tiempo, una de las principales amenazas de nuevas entrantes provenía de las cooperativas y PyMES debido a que la REFEFO les brindaría la infraestructura principal y solo debían finalizar la instalación de *última milla*. Esto significa que las organizaciones que desearan prestar servicio de internet en sus pueblos solo debían realizar la conexión desde la última hebra de fibra hasta las casas de los clientes. Para

promover las inversiones necesarias, desde el gobierno se plantearon algunas iniciativas como facilidades de crédito, convenios de cooperación y el Plan Pueblos Conectados del Ministerio de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios.

Segunda fuerza de Porter: Poder de negociación de los proveedores

El poder de los proveedores (de los grupos dominantes del mercado) disminuye drásticamente durante este período de tiempo debido a la incorporación del Estado como un proveedor más y a mayores precisiones y controles sobre los mecanismos de interconexión.

La nueva ley estableció el derecho y la obligación de suministrar acceso e interconexión mutua entre licenciatarios. Recupera muchos de los puntos que habían sido plasmados en el Decreto 764/2000 y que no habían sido implementados por completo. En esta ocasión, detallando que la arquitectura de la red debe ser abierta, de modo que permita la interconexión a nivel físico, lógico y funcional, de modo que se asegure la interoperabilidad entre las mismas. Estos acuerdos podían ser realizados entre las partes, pero debían ser registrados ante la autoridad de aplicación y publicados de acuerdo con la reglamentación vigente.

Tercera fuerza de Porter: Poder de negociación de los compradores

La nueva estrategia del Estado para aumentar su poder respecto al de los grupos proveedores de servicios de telecomunicaciones, descrita por Julio De Vido²⁷ era: no ser únicamente reguladores, influenciando a través de resoluciones y decretos, sino que el Estado también participaría como un actor del mercado para “poder marcar la cancha”. Para ello es que se desarrolló la REFEFO, que pretendía otorgarle al Estado mayor margen de maniobra e influencia al defender los intereses de los usuarios finales. Los efectos en el mercado de este desarrollo no los llegaremos a ver durante este último período de tiempo estudiado, ya que entre el 2010 y el 2013 el objetivo principal de ARSAT era el desarrollo de la infraestructura. Luego inició la etapa de convertir a la empresa estatal en una proveedora de servicios, es decir, la explotación comercial de las obras. El plan de negocios elaborado para este fin estaba planteado en objetivos escalonados para el trienio del 2014 al 2017. Si bien durante los años 2014 y 2015 se fueron iluminando (puesta en funcionamiento) los primeros tramos de FO del tendido, el verdadero impacto se vería en los años posteriores (Baladron, 2018).

²⁷ Ministro de Planificación Federal, Inversión Pública y Servicios (2003 – 2015).

Servicio universal

A inicios del nuevo gobierno todavía no se había implementado el Reglamento General del Servicio Universal publicado en el Decreto 764. Recordemos que este reglamento indicaba que para financiar los desarrollos necesarios se debía crear un fondo fiduciario integrado por el 1% de los ingresos de todas las empresas prestadoras de servicios de telecomunicaciones netos de impuestos y tasas. Ya iniciado el nuevo gobierno, se creó mediante el Decreto 558/2008 el Fondo Fiduciario del Servicio Universal (FFSU) y se estableció que la Secretaría de Comunicaciones (SECOM) sería la autoridad de aplicación y la Comisión Nacional de Comunicaciones (CNC) el organismo de control. Entre 2009 y 2010 se constituyó finalmente el fideicomiso que le brindaría fondos a la implementación del SU. Una de las principales metas del plan Argentina Conectada era brindarle conectividad al 100% de las escuelas públicas de modo articulado con el Plan Conectar Igualdad (PCI) que le entregaría una netbook a cada estudiante. También se le proveería acceso a través de internet satelital a las escuelas rurales que quedaran fuera del área de servicio de los prestadores que ofrecían otras tecnologías mediante la instalación de 2000 antenas Vsat a cargo de ARSAT.

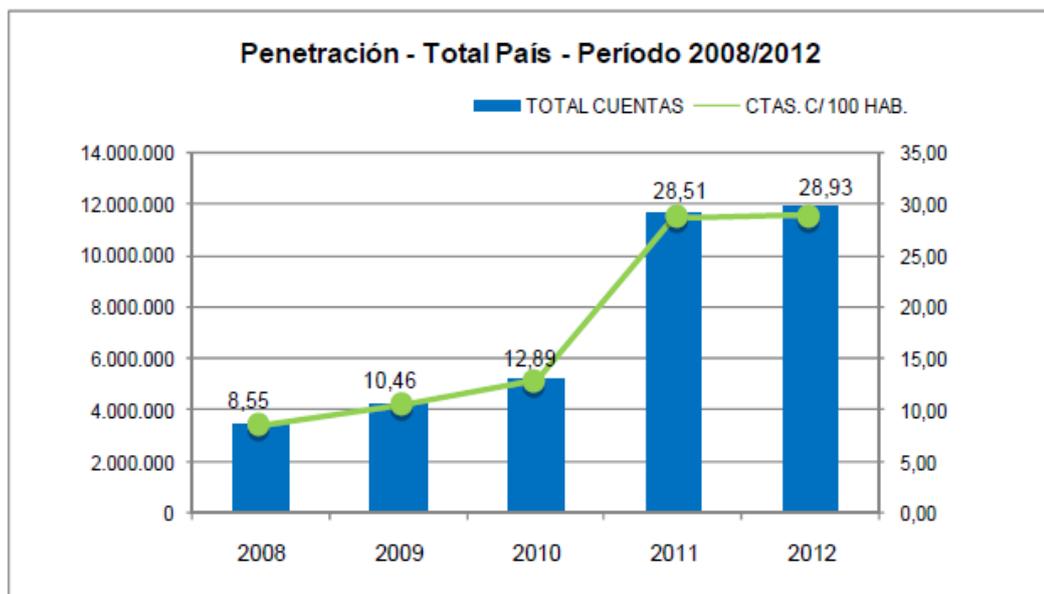
Al finalizar el gobierno de Cristina Fernández, solo se había llegado a realizar la primera licitación para brindarle conectividad a establecimientos educativos, pero no se llegó a cumplir el objetivo del 100%, ya que quedaron pendientes 19.900 de un total de 60.000²⁸. Según Mariela Inés Baladron, autora de “El Plan Nacional de Telecomunicaciones Argentina Conectada (2010-2015) en el marco de las políticas públicas de universalización del acceso a internet” los motivos por los que no se llegó al objetivo planteado están relacionados a los cambios que se fueron dando en lo que respecta a los reglamentos, autoridad de aplicación y forma de administrar el fondo del servicio universal. También hubo demoras en el inicio de los diferentes programas para ejecutar el SU y problemas para garantizar que las empresas realicen los aportes correspondientes al fondo. Por otro lado, las empresas privadas consideraban que las licitaciones debían quedar restringidas a ellas, por lo que las autoridades estatales tuvieron problemas para realizar acciones y decisiones políticas

²⁸ Valor aproximado sobre la base de Padrón Oficial de Establecimiento Educativos: <https://www.argentina.gob.ar/educacion/evaluacion-e-informacion-educativa/padron-oficial-de-establecimientos-educativos>

contrarias a sus intereses. Un ejemplo de esto es la oposición de las ex licenciatarias a que ARSAT participe de las licitaciones para ejecutar los programas de SU (Baladron, 2018).

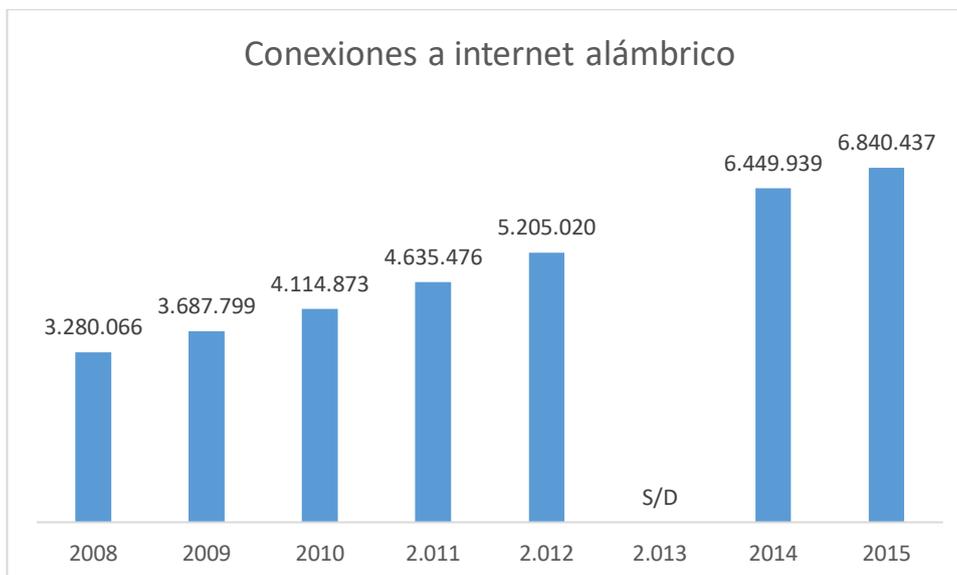
Al buscar datos sobre la penetración del internet en nuestro país durante este período de tiempo, nos encontramos con algunas limitaciones para hallar datos oficiales. En el Gráfico N.º 9, podemos ver la evolución de servicios de internet contratados cada 100 habitantes, entendiendo este monto como un agrupado de internet fijo e internet móvil. La falta de datos diferenciados hace difícil comparar con los valores más recientes de la penetración sobre hogares. Podemos observar un aumento del 123% entre el año 2010 y 2011 de las cuentas de internet contratadas, apalancado principalmente por el aumento de las conexiones inalámbricas. Estas conexiones inalámbricas nuevamente contienen tanto datos fijos como móviles, considerando el auge de los *smartphones* que aconteció durante los años estudiados, podemos inferir que ese salto está más relacionado a las conexiones móviles que a las fijas.

En el Gráfico N.º 10 observamos la evolución de las conexiones fijas, que son las que permiten un uso más intensivo de la red, quedando excluido el servicio inalámbrico. De este modo obtenemos una curva más estable que la generada por los datos agrupados (fijo y móvil) del Gráfico N.º 9. Durante estos años encontramos un importante aumento de las conexiones llegando a duplicarse, obteniendo una penetración cada 100 hogares de 52,6.

Gráfico N.º 9: Penetración de conexiones contratadas entre el año 2008 y 2012²⁹

Fuente: Estadísticas e Indicadores de Telecomunicaciones Argentina (serie 2008 – 2012).

Gráfico N.º 10: Evolución de las conexiones fijas de tipo alámbricas (2008-2015)



Fuente: Elaboración propia sobre la base de los datos abiertos publicados en la página web del ENACOM (<https://datosabiertos.enacom.gob.ar/visualizations/29881/serie-trimestral-de-accesos-a-internet-fijo-por-tecnologia/>.)

²⁹ El informe estudiado fue publicado por la Comisión Nacional de Comunicaciones, abarcando datos hasta el año 2012. La siguiente información hallada es la publicada por el ENACOM (Ente Nacional de Comunicaciones), actual ente regulador de telecomunicaciones, cuyas bases contienen datos a partir del año 2014.

En lo que respecta al SU, podemos concluir que durante este período se concretaron iniciativas que se venían planteando desde los pliegos de la licitación de Entel como la conformación del FFSU y la decisión política de hacer cumplir a las empresas con la obligación de realizar los aportes correspondientes al fondo. También se implementó parcialmente el Programa Internet para Establecimientos Educativos. Aun así, las investigaciones consultadas manifiestan que continúan las históricas dificultades para implementar el SU, originadas en la debilidad de los organismos de aplicación frente al poder económico de las empresas del sector (Balardon, 2018).

Cuarta fuera de Porter: Amenaza de productos sustitutos

A diferencia del período anterior, durante estos años ya se había consolidado el uso de la fibra óptica como la mejor tecnología para el transporte de información. Si bien estaba muy difundido el uso de la comunicación satelital para regiones rurales o pueblos sin grandes edificaciones, esta tecnología no puede ofrecer la misma calidad que la FO. Las innovaciones que pudieran generar productos sustitutos no se realizaron en mundo de la infraestructura. Por otro lado, este aumento del ancho de banda que permitía la FO era terreno fértil para la industria de generación de contenidos. Aquí empiezan a surgir las plataformas llamadas OTT (siglas en inglés de over-the-top) como posibles productos sustitutos a la televisión por cable.

El concepto de OTT comprende a todos los servicios que pueden ser provistos a través de internet fija o móvil. Incluye a los servicios de suscripción de música e imágenes por *streaming*, videojuegos *online*, redes sociales, plataformas de comercio electrónico, programas y contenidos audiovisuales, entre otras³⁰. Aquí es donde se intensifica el llamado “Dilema de las Redes” descrito por Natalia Zuazo en su libro Guerras de Internet. Este dilema surge del conflicto de intereses que se genera entre las empresas proveedoras de servicios OTT y aquellas proveedoras de internet, es decir, las dueñas de los cables. En el presente trabajo no vamos a profundizar en esta temática ya que amerita una nueva línea de investigación, pero sí es importante tener presente que la llegada de este nuevo tipo de servicios significó a nivel mundial un conflicto regulatorio centrado en la neutralidad (o no) de la red, que en nuestro país ya teníamos parcialmente resuelto gracias a la nueva ley de telecomunicaciones recientemente aprobada.

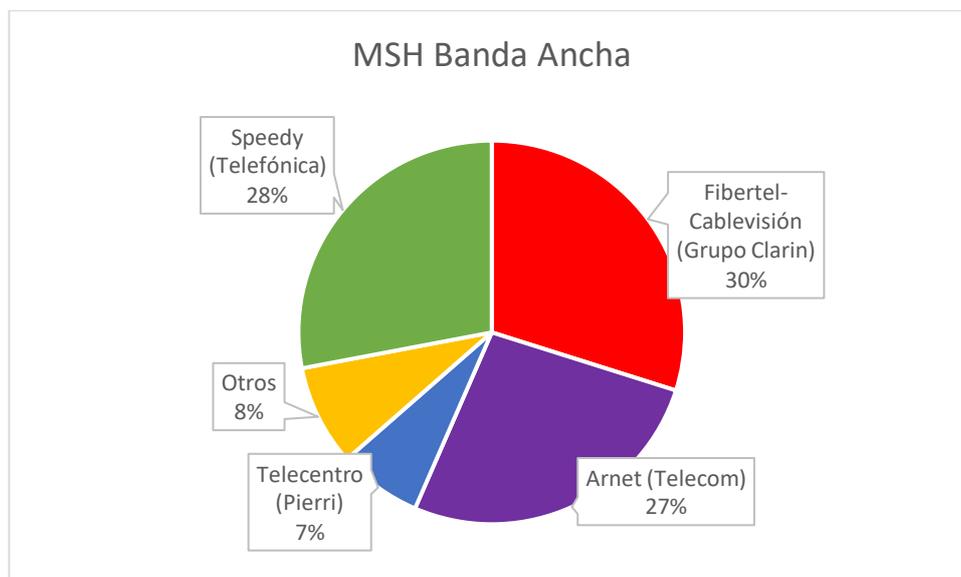
³⁰ Definición obtenida de la página oficial de la Subsecretaría de Telecomunicaciones y Conectividad <https://www.argentina.gob.ar/jefatura/innovacion-publica/telecomunicaciones-y-conectividad/grupo-de-trabajo-de-servicios-de-5>

El líder del mercado argentino en este tipo de servicios era Netflix, que ingresó en el año 2011. Ese mismo año lanzaron sus plataformas propias las empresas proveedoras de internet: On Video de Telefónica, Arnet Play de Telecom y Claro Video de América Móvil. En ese entonces las telefónicas no tenían habilitado ingresar al mercado de la tv por cable, por lo que parecía una opción interesante para posicionarse en el mercado de los contenidos audiovisuales (Baladron y Rivero, 2017). Si bien al cierre del período Netflix contaba con una penetración del 25% en la Argentina, relativamente baja respecto a la tv tradicional (por cable y satelital) del 91%, las consultoras esperaban un crecimiento exponencial sobre la base de los resultados que estaban teniendo las OTT en Estados Unidos y Europa.

Quinta fuerza de Porter: Intensidad de la rivalidad entre los competidores

Durante el período de tiempo comprendido por los dos gobiernos de CFK no se observaron grandes variaciones en la concentración del mercado. En el año 2013, el Grupo Fintech (socio de Clarín) intentó quedarse con las acciones que poseía Telecom Italia sobre Telecom, pero esta compra no fue autorizada por el gobierno, debido a que el grupo ya era accionista de Cablevisión. A diferencia de las administraciones anteriores, en las que proliferaron las fusiones y adquisiciones entre los grupos que conformaban la industria, aquí no encontramos movimientos importantes. Si bien la cantidad de accesos a internet tuvo un importante crecimiento, tal como vimos en los gráficos N°9 y N°10, la participación de cada una de las empresas se mantuvo estable (Balardon, 2015). En el gráfico N° 11 vemos que, al finalizar el período estudiado, el mercado seguía controlado por los mismos tres grupos que se posicionaron en los años anteriores (Telefónica, Telecom y Clarín), superando el 85% de *market share* de accesos residenciales a internet. Seguido por Telecentro, una empresa del empresario local Alberto Pierri que opera solo en CABA y Gran Buenos Aires y luego por un agrupado que contiene a otras empresas regionales como “Arlink-Supercanal” de Daniel Vila y Cooperativas que prestan servicio donde no llegan las compañías de mayor envergadura.

Gráfico N.º 11: Participación de mercado de las operadoras de banda ancha.



Fuente: Baladron, 2015.

En el mercado de la telefonía móvil, uno de los principales hitos que afecta a la intensidad de la competencia es la implementación de la portabilidad numérica. Si bien se venía planteando su necesidad desde la venta de Entel, después de doce años de idas y vueltas con las operadoras, en marzo del año 2012 se empezaron a realizar las primeras portabilidades de líneas móviles. Esta nueva herramienta permitía a los consumidores cambiar de compañía de telefonía celular conservando su número y, aunque no auguraba cambiar de manera significativa la concentración del mercado, obligaba a las prestadoras a mejorar sus ofertas y su servicio de atención al cliente.

Según anticipa Juan Gnius³¹ en una entrevista publicada en el diario iProfesional, el porcentaje de portabilidades no llegaría al 1% del parque total de líneas por lo que no afectaría a la distribución del mercado (Dergarabedian, 2012). En el Gráfico N.º 12 podemos observar cómo durante los primeros años la ganancia neta de clientes para las compañías fue cercana a cero, probablemente debido a que la cantidad de portabilidades realizadas era insignificante en relación con el parque total de líneas, menos del 1% según las estimaciones publicadas en diarios de la época³². A fines del año 2013, inicios del 2014, la operación se fue afianzando de la mano de la venta de celulares liberados, la liberación de los equipos existentes y la publicidad realizada por las mismas operadoras para intentar atraer mayor

³¹ Vicepresidente y director de Operaciones de la consultora Signals Telecom Consulting.

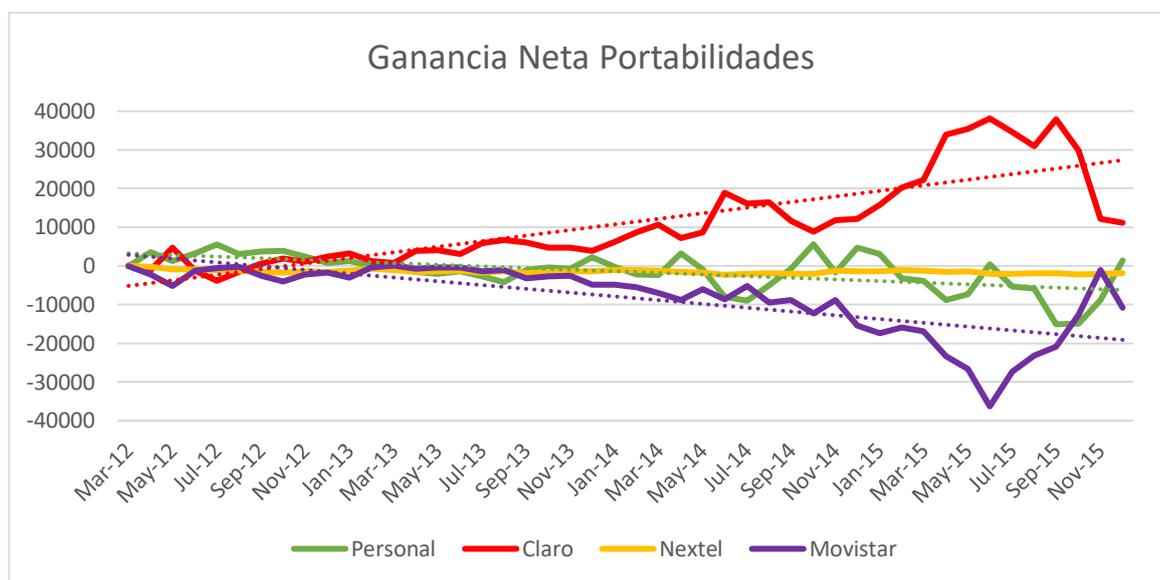
³² Para fines del año 2012 se estimaba que se llegaría a los 350.000 cambios de compañía, de un parque de 36 millones (Catalano, 2012).

cantidad de clientes. A mediados del año 2015 observamos un pico de migraciones entre empresas en el que Claro gana casi 40.000 clientes a costa de participación de mercado de Movistar. Aun así, sobre una base de aproximadamente 36 millones, esta variación no llega a significar un 0,1% de participación de mercado. La configuración de tres tercios establecida después de la liberalización del mercado de las telecomunicaciones se mantuvo inmutable durante todo el período.

Es interesante también observar el caso de Nextel, que permanece ajeno a los intercambios o con una leve y constante caída de su participación de mercado. Esto se debe a que al requerir equipos con una tecnología diferente al del resto de las compañías, la portabilidad implicaba un cambio de este, lo que generó que no entre a la puja por puntos de mercado de la portabilidad.

Podemos concluir entonces que la portabilidad no representa un mecanismo para modificar la distribución del mercado, pero sí funcionó para aumentar la competencia entre las operadoras que se vieron obligadas a reducir sus márgenes de ganancia para retener a sus clientes y atraer a los de sus competidores. Esta situación es expresada por los mismos directivos de las operadoras durante las presentaciones de sus balances (Catalano, 2012).

Gráfico N.º 12: Evolución mensual de la ganancia neta de portabilidades (2012-2015).



Fuente: Elaboración propia sobre la base de los datos publicados de "Datos abiertos" de la Enacom.

Análisis de las 5 fuerzas de Porter

Recordemos que uno de los motivos por los que se procedió a la privatización de la empresa estatal de comunicaciones (ENTel), era la apertura del mercado a la libre competencia. En teoría, el período de exclusividad debía funcionar como adaptación para el ingreso de nuevos competidores. Por lo tanto, se debían lograr las condiciones para que ingresar al mercado argentino sea interesante para nuevos proveedores de telecomunicaciones.

En el análisis expuesto en el Cuadro N° 5 vamos a intentar relacionar la intensidad de cada fuerza en cada período temporal con el atractivo que esto podía representar para una empresa que estuviera analizando ingresar al mercado argentino. Usaremos una escala del 1 al 5 para representar qué tan favorable o desfavorable resultaba la industria de las telecomunicaciones para el ingreso de un nuevo competidor, donde 1 representa el contexto menos favorable y 5 el más favorable. Luego realizaremos un promedio simple para asignarle un valor a cada período temporal. Como puntuación asignada es una estimación subjetiva basada en toda la información relevada y expuesta en el presente trabajo, el valor del ejercicio está en el análisis de la variación de los valores de cada período con respecto al resto para identificar qué condiciones de mercado fueron las que más beneficiaron la concreción de la competencia que se pretendía obtener.

Amenaza de nuevas entrantes

Esta fuerza se podría analizar de diferentes maneras, en este caso la veremos como un aspecto positivo para un posible ingresante. En el caso estudiado en el presente trabajo, una baja amenaza implica la imposibilidad de ingresar al mercado para cualquier grupo. Esa fuerza va en aumento progresivamente en cada período, pero nunca llega al valor máximo, debido a que las variables que entendemos como positivas no llegan a ponerse en funcionamiento.

Durante el primer período encontramos el valor mínimo ya que estamos en un contexto de exclusividad absoluta en el segmento principal (telefonía fija) y parcial en el de la telefonía móvil. En el segundo se producen una serie de avances tecnológicos que abren la posibilidad de brindar servicios en segmentos menos afectados por las economías de escala, pero aún las políticas gubernamentales bloqueaban el ingreso de cualquier nuevo competidor y se limitaron a igualar las condiciones entre los grupos que ya estaban operando en el país. En los 2000 estas políticas gubernamentales se flexibilizaron de manera notoria, incluso lograron ingresar algunas competidoras durante los primeros años, rápidamente se

volvió a limitar la apertura debido a la crisis socio económica que estaba transitando el país. Esta crisis enmarcó una prolongada renegociación con las operadoras durante la cual no se hicieron cumplir los reglamentos que beneficiaban la competencia. El punto máximo lo vemos durante la gestión de CFK en la que se generó una nueva legislación y el Estado ingresa como un proveedor de infraestructura para las empresas que quieran ofrecer servicios de telecomunicaciones, pero como adelantamos, no se llegan a ver los resultados de estos cambios ya que solo aumentan su importancia levemente algunos competidores más pequeños y regionales como Telecentro y Supercanal.

Poder de negociación de los proveedores

La representación de los proveedores cambió entre el primer y el segundo período. Antes de la venta de ENTel, los proveedores eran quienes le brindaban servicio al monopolio tercerizando diferentes servicios e insumos para el desarrollo de la infraestructura. Estos proveedores pasaron a formar parte de las compradoras del monopolio estatal mediante una integración vertical de sus compañías y uniéndose a capitales externos. Al exponer los monopolios a la competencia, el concepto de proveedor cambia debido a la necesidad de interconexión entre las compañías. Ahora los competidores, también son proveedores mutuamente. Durante el tercer período, la indiferencia estatal respecto al control de los acuerdos entre las compañías generó que las operadoras instaladas hagan abuso de su posición dominante aumentando los precios de la interconexión, aumentando los costos de las empresas que intentaban arraigarse en el territorio. Luego, con el cambio de mandato y con la renegociación finalizada, el estado vuelve a intentar tomar las riendas del vínculo entre las empresas de la industria reglamentando las características que debía tener la red y exigiendo un registro y revisión de los acuerdos realizados entre las operadoras.

A pesar de los intentos por controlar el poder de los proveedores, la inmutabilidad de la posición dominante de los mismos nos hace pensar que su poder continúa siendo alto, aunque menor que en los períodos que lo antecedieron.

Poder de negociación de los compradores

El poder de los compradores, que en muchas ocasiones resulta representado por el poder de negociación del Estado fue mínimo durante los dos primeros períodos. Primero porque los usuarios finales no tenían posibilidad de elegir a otro proveedor y luego, existiendo una mínima competencia en el mercado de la telefonía móvil, la falta de implementación de la portabilidad numérica generaba que el costo por cambiar sea demasiado alto. Fue recién hasta el tercer período en el que el gobierno se mantuvo inflexible

ante la decisión de congelar las tarifas, subsidiando de manera indirecta el acceso a los servicios de telecomunicaciones. Si bien esta decisión le costó una prolongada tensión con organismos internacionales que apoyaban a las operadoras y una gran dificultad para hacer cumplir la legislación, al menos fue un primer indicio de una mayor capacidad de negociación. Con el cambio de rol del Estado, se logró finalmente la implementación del fondo fiduciario para el servicio universal, la portabilidad numérica, se llevaron adelante planes como el conectar igualdad y Argentina Conectada, además de la aprobación de la Ley de Medios y la Ley Argentina Digital. Por estos motivos vemos un salto en el poder de negociación de los compradores, aunque nuevamente no llegamos a verlo en su valor máximo debido a las dificultades que fue teniendo para la implementación de todas sus iniciativas. Entendemos esta variable como positiva para el ingreso de nuevos competidores, ya que disminuye la posición dominante de los grupos preestablecidos.

Amenaza de productos sustitutos

Los productos sustitutos representan una gran oportunidad para ingresar al mercado de las telecomunicaciones, por lo que consideraremos esta fuerza de manera positiva.

Durante los primeros años posteriores a la venta de ENTel, el producto principal era la telefonía fija por lo que los productos sustitutos eran respecto a la transmisión de voz viva. Solo había que mirar a los mercados más maduros como los europeos o Estados Unidos para saber que los próximos servicios que entrarían en auge serían la telefonía móvil y el internet. Si bien esta amenaza podría haber sido evaluada como alta, quedaba suprimida por los beneficios que le otorgaba la legislación a las operadoras que ya prestaban servicio en el país. Durante el tercer período, en un contexto ya de mercado ampliado, se empezaron a analizar alternativas de infraestructura que significarían un sustituto al cable coaxial y a la fibra óptica. Estas terminaron siendo descartadas ante el aumento de información que se empezaba a transmitir por la red y se impuso la fibra óptica como la mejor opción. Es en este momento en el cual empezaron a surgir sustitutos en la industria de contenidos audiovisuales con el surgimiento de las OTT, pero no las consideraremos dentro del mercado de las telecomunicaciones ya que en ese entonces estaban separados.

Intensidad de la rivalidad entre los competidores

En este tipo de mercados, la intensidad en la rivalidad entre los competidores es un buen indicador de la cercanía entre los jugadores del mercado. A mayor rivalidad mejoran las condiciones de calidad y precio del servicio brindado y disminuye la ventaja de precedencia. Si bien esta fuerza suele ser entendida como algo negativo para las empresas,

en este contexto en el que los grupos se suelen aliar para tener mayor poder de negociación contra el Estado, toda variable que facilite el control gubernamental beneficia al ingreso de nuevos competidores.

El primer período tiene el valor mínimo de rivalidad, ya que en el segmento principal había exclusividad. Luego, con la primera etapa de apertura, en la que se igualaron los derechos de las licenciatarias para ofrecer servicio de telefonía móvil en todo el país aumenta levemente la competencia entre CTI, Movicom y Personal-Unifon (que si bien separaron sus patrimonios seguían funcionando como aliados). El tercer período se caracterizó por el aumento de la propiedad cruzada entre los grupos y la concentración económica en tres conglomerados que ya ofrecían al menos dos servicios convergentes. Estos nuevamente funcionaban en tándem para enfrentar al gobierno durante la renegociación de los contratos. En el último período, vemos un salto respecto a los anteriores, apalancado por la puesta en vigencia de la portabilidad numérica en la telefonía móvil, lo que desató una guerra de precios en este segmento.

Cuadro N° 5: ¿Qué tan favorable fue el contexto argentino para el ingreso de nuevos competidores?

Fuerzas	Duopolio telefónico (1990-1996)	Prórroga de la exclusividad y de plan liberalización (1997-1999)	Apertura del mercado, fin de la exclusividad (2000-2007)	Cambio del rol de Estado con el plan "Argentina Conectada" (2008-2015)
Amenaza de nuevas entrantes	1	2	3	4
Poder de negociación de los proveedores	1	1	1	3
Poder de negociación de los compradores	1	1	2	4
Amenazas de productos sustitutos	2	2	4	2
Intensidad de la rivalidad entre los competidores	1	2	2	4
Puntuación	1,2	1,6	2,4	3,4
Variación %	-	33%	50%	42%

Fuente: Elaboración propia sobre la base de los datos publicados de "Datos abiertos" de la Enacom.

Ahora bien, de todo lo antes dicho y del análisis del Cuadro N.º 5, se deriva que no es casual que ninguna de las fuerzas haya llegado a su valor máximo. Esto se debe a que, si bien hubo algunas diferencias a lo largo de cada gestión estatal, ninguna logró un cambio contundente en la estructura del mercado de las telecomunicaciones.

Asimismo, es interesante observar que el supuesto recorte que se realizó al período de exclusividad a las licenciatarias del servicio telefónico por la falta de cumplimiento de los objetivos planteados resultó algo superficial. Entre el primer y el segundo período, como podemos ver en nuestro cuadro, tenemos la menor variación y las condiciones menos atractivas para el ingreso de nuevos competidores. Esta segunda etapa, correspondiente a los dos años de prórroga y al primer año del plan de liberalización, debería haber funcionado como una transición a la competencia, pero fue aprovechada por los grupos para diversificarse hacia los segmentos cercanos y así aumentar su poder de influencia en el “mercado ampliado de las telecomunicaciones”.

El tercer período, en promedio, nos muestra una mejoría en las condiciones de ingreso al mercado para nuevos competidores, pero esto fue de más a menos. Durante el primer año, se comprobó el arribo de una importante cantidad de compañías que ofrecían servicios de nicho relacionados a las telecomunicaciones. Esto lo vemos representado en el aumento de la amenaza de nuevas entrantes y de productos sustitutos, pero después de las crisis y durante el gobierno de Néstor Kirchner, las barreras al ingreso volvieron a aumentar de manera considerable.

Es llamativa la diferencia entre el tercer y cuarto período, considerando un cambio de administración, pero del mismo color político. El corte en la relación entre el gobierno y el Grupo Clarín y la aparición de la discusión en la sociedad sobre la concentración del mercado dieron el puntapié a un nuevo rol del Estado con mayor intervención y participación en la industria, duplicando el poder de negociación de los compradores. La implementación de la portabilidad numérica es otro de los hitos de esta gestión y que genera otro de los grandes saltos respecto al período anterior, llevando a cuatro la rivalidad entre los competidores. Si bien las condiciones para el ingreso de nuevos competidores mejoraron en un 40% respecto al período anterior, solo se verifica un crecimiento de empresas que ya existían a nivel regional. Por otro lado, considerando que la intención de los grupos era seguir fusionándose, es interesante resaltar que durante este período no aumentó la concentración, tal como venía sucediendo durante los diez años anteriores.

Conclusiones

La transición de un esquema monopólico a uno competitivo requiere de una fuerte regulación que limite el poder de precedencia de los grupos dominantes para evitar que estos limiten el ingreso de nuevas competidoras en detrimento de los intereses de los consumidores.

En Argentina, la regulación e intervención estatal fue variando durante los 25 años posteriores a la venta de ENTel, pero al cierre de este trabajo las empresas que lideraban el mercado con más de un 80% de participación en sus respectivos segmentos seguían siendo las mismas. Durante el primer período, empezaron a ofrecer servicio cuatro empresas: Telefónica (Telefónica España), Telecom (Telecom Francia), Movicom (Grupo Macri) y CTI (Grupo Clarín). Al cierre del período de análisis del trabajo, la cantidad de oferentes nacionales seguían siendo cuatro y prácticamente los mismos que al inicio: Telefónica (Telefónica España), Telecom (Telecom Italia y Grupo Wertheim), Claro (América Móviles) y Fibertel-Cablevisión (Grupo Clarín y Fintech).

Por esto podemos concluir que, a 25 años de la venta de ENTel, no se logró el nivel de competencia esperado en el mercado de las telecomunicaciones argentino. Por el contrario, solo sobrevivieron las mismas empresas que ingresaron al país durante el período de exclusividad de mercado. Esta situación, sumada a la serie de excepciones que fueron beneficiando a las empresas a lo largo de los años, generaron que el poder de precedencia de los grupos sea tal que hayan logrado impedir el ingreso de nuevas competidoras. El cuarto período de tiempo analizado fue el único en el que el gobierno tomó medidas concretas para limitar la concentración del mercado, pero aun así no fueron suficientes para lograr una competencia que afecte las posiciones de poder.

Respecto a la convergencia, se la puede entender como una estrategia empresarial de blindaje de clientes a través de la prestación de un *bundle* de servicios y una manera de aprovechar las economías de escala y diversificación. Por otro lado, y a diferencia de los primeros años de las telecomunicaciones en el país, no es un requisito técnico, ya que las redes se pueden prestar interconexión cuando su arquitectura es abierta. La tendencia de mercado hacia la convergencia está más relacionada a la debilidad y/o desconocimiento de las autoridades de control para limitar el crecimiento de los grupos empresarios y la concentración del poder económico, que con un diseño planificado o una necesidad técnica.

Al cierre de este trabajo, la legislación planteaba un límite a la convergencia entre el mercado de transporte de información y el de generación de contenidos audiovisuales. Este

se ve en la diferencia de los marcos regulatorios, la Ley Argentina Digital para el primero y la Ley de Medios para el segundo.

De todo el trabajo de investigación realizado hasta acá, del cual pudo apreciarse su desarrollo, pero que conllevó meses de investigación, de búsqueda de la información y su recorte, de todo lo investigado, aprendido y concluido, tal como al principio, se derivaron múltiples interrogantes que podrían ser el puntapié inicial para un nuevo estudio.

Como nuevas líneas de investigación, entre otras posibles, que derivan de este trabajo, se podría analizar cómo fueron (o no) implementadas estas leyes en los gobiernos siguientes y cuál fue su efecto en la estructura del mercado. Es decir, retomar la investigación para ampliarla.

Asimismo, otras líneas de investigación que podrían generarse del presente trabajo implicarían dar respuesta a algunas de las siguientes preguntas:

1. ¿Qué estrategias implementaron Supercanal y Telecentro?
2. ¿Continúan ofreciendo servicio de manera regional o se extendieron al resto del país, y cuáles han sido los efectos de estas medidas?
3. ¿Qué estrategia territorial decidieron instaurar el resto de las compañías?
4. ¿Se mantuvo, aumentó o disminuyó la cantidad de competidores?
5. ¿La ley de portabilidad fue suficiente para asegurar la competencia entre las compañías?

Anexo

Empresa	Mes/Año	Sector de Actividad	Empresa/Grupo vendedor	Empresa/Grupo comprador	Operación
Nahuelsat SA	ene-97	Comunicaciones Satelitales	S/D	General Electric (EE.UU.)	Compra del 17,35%
Impsat SA-Satelnet SA-Teledatos SA	ene-97	Transmisión de datos	-	-	Fusión por absorción
Telesport SA	ene-97	Producción de contenidos	S/D	Cadena ESPN (EE.UU.)	Compra de las divisiones de producción y distribución
Cia. Internacional de Telecomunicaciones SA (Cointel SA)	feb-97	Consorcio controlante de Telefónica de Argentina SA	Riverside Investment Holdings	CEI Citicorp Holdings SA	Compra del 17,36% de Cointel
Cia. Internacional de Telecomunicaciones SA (Cointel SA)	feb-97	Consorcio controlante de Telefónica de Argentina SA	BFG Bank AG	CEI Citicorp Holdings SA	Compra del 0,3% de Cointel
Cia. Internacional de Telecomunicaciones SA (Cointel SA)	feb-97	Consorcio controlante de Telefónica de Argentina SA	The Bank of Nova Scotia	CEI Citicorp Holdings SA	Compra del 0,6% de Cointel
Canal 5 de Olavarría	feb-97	Televisión por cable	S/D	Mandeville Partners Communications (EE.UU.)	Compra de la mayoría del paquete accionario
Diario La Prensa	feb-97	Editorial	Amalia Lacroze de Fortabat	Diario La Capital (Mar del Plata)	Compra del 100%
Grupo Cablemundo	mar-97	Televisión por cable	Grupo Cablemundo	Multicanal SA	Compra de participación en un grupo de cuatro sociedades de televisión por cable del grupo Cablemundo

Empresa	Mes/Año	Sector de Actividad	Empresa/Grupo vendedor	Empresa/Grupo comprador	Operación
Circuito Cablevisión SA; Cable Imagen SA; Video Visión SA; Chaco Cable Color SA	mar-97	Televisión por cable	Circuito Cablevisión SA; Cable Imagen SA; Video Visión SA; Chaco Cable Color SA	Multicanal SA	Compra del 100% de las cuatro sociedades
Cia. Internacional de Telecomunicaciones SA (Cointel SA)	abr-97	Consortio controlante de Telefónica de Argentina SA	Inversora Catalinas SA (Grupo Techint)	Telefónica Internacional	Compra del 8,3% de Cointel
Cia. Internacional de Telecomunicaciones SA (Cointel SA)	abr-97	Consortio controlante de Telefónica de Argentina SA	The Bank of Tokyo-Mitsubishi	Telefónica Internacional	Compra del 4,2% de Cointel
Cia. Internacional de Telecomunicaciones SA (Cointel SA)	abr-97	Consortio controlante de Telefónica de Argentina SA	CEI Citicorp Holdings SA (CEI)	Telefónica Internacional (Tisa)	Compra del 0,2% de Cointel
Cia Riograndense de Telecomunicaciones (CRT)	abr-97	Telefonía básica	Estado brasileño	Consortio Telefónica do Brasil: Telefónica Internacional SA (Tisa), Telefónica de Argentina SA (Tasa), Cia de Teléfonos de Chile (CTC), Grupo Red Brasil Sul y otros.	Adjudicación por la que se vendieron 35% de las acciones con derecho a voto CRT.
Editorial La Ley SA	may-97	Editorial	S/D	Thomson (Canadá)	Compra del 20%
Rio de la Plata Cable Color SA	jun-97	Televisión por cable	Rio de la Plata Cable Color SA	Multicanal SA	Compra del 100%
Radiomensaje SA	jun-97	Servicio de radiobúsqueda	Motorola y BGH	Skytel	Compra del 100%

Empresa	Mes/Año	Sector de Actividad	Empresa/Grupo vendedor	Empresa/Grupo comprador	Operación
Telecor SA-Canal 12 (Córdoba)	jun-97	Televisión abierta	S/D	Fintelco SA-Video Cable Comunicación	Compra del 50%
Imagen Satelital SA (I-SAT)	jun-97	Producción de contenidos	Alberto González y Marcelo Gabriel Bandiera	Grupo Cisneros de Venezuela (a través de CTG Inversora SA)	Compra del 90%
Torneos y Competencias TyC SA	jul-97	Producción de contenidos	Avila-Nofal y Telecommunications International	Telefónica Internacional (Tisa) y CEI Citicorp Holdings SA (CEI)	Compra del 33,34% de TyC
Editorial antártica SA	jul-97	Editorial	Familia Aguirre	Quebecor printing (Canadá)	Adquisición del 70% de Editorial Antártica Argentina y 50% de Editorial Antártica Chile
Televisión Selectiva SA	ago-97	Televisión por cable	Grupo Fascetto-Kraiselburd (Diario El Día de La Plata)	Tele-Communications International	Compra del 70%
Sintelar Sa	ago-97	Ingeniería y construcción de sistemas de telecomunicaciones	Mastec Inc (EE.UU.)	Sideco Americana SA (grupo Macri) a través de su controlada IECSA	Compra del 50%
Multicanal SA	ago-97	Televisión por cable	CEI Citicorp Holdings SA (CEI)	Grupo Agea/Clarín	Compra el 22,5%
Multicanal SA	ago-97	Televisión por cable	Grupo Agea/Clarín	Telefónica Internacional (Tisa)	Compra del 5%
Metrored	ago-97	Transmisión de datos	-	-	Alianza estratégica
Comunicaciones e ingeniería Com Ing SA	Set-97	Transmisión de datos	Maipú Inversora Sa (Grupo Pérez Companc) y Nexus Internacional	Telecom Argentina SA	Compra del 100%
Pecom-Nec SA	Set-97	Equipos para telecomunicaciones	Maipú Inversora Sa (Grupo Pérez Companc)	Nec Corp. (Japón)	Compra del 51%

Empresa	Mes/Año	Sector de Actividad	Empresa/Grupo vendedor	Empresa/Grupo comprador	Operación
Cable Aconcagua (Mendoza)	Set-97	Televisión por cable	-	Uno Multimedios SA (Grupo Vila)	Compra del 20%
Canal 6 de San Rafael, Canal 7 de Mendoza y Canal 8 de San Juan	Set-97	Televisión abierta	-	Uno Multimedios SA (Grupo Vila)	Compra del 100%
Tescorp	Set-97	Televisión por cable	Tescorp (EE.UU)	Supercanal Holdings SA y Uno Medios SA (grupo Vila)	Compra del 100%
UIH Argetina SA	Set-97	Televisión por cable	United International Holding (EE.UU.)	Supercanal Holdings SA y Uno Medios SA (grupo Vila)	Compra del 100%
Impsat SA-Itochu Technology Incorporated	Set-97	Transmisión de datos	-	-	Alianza estratégica
Diario La República SA (San Luis)	Set-97	Editorial	Familia Rodriguez Saa	Uno Medios SA (grupo Vila)	Compra del 100%
Telinver SA-Meller SA UTE (Unión transitoria de Empresas)	Set-97	Edición, distribución y comercialización de guías telefónicas	Melles SA	Telinver SA (controlada por Telefónica de Argentina)	Disolución de la UTE y adquisición del 20%
Galaxy entertainment argentina (GEA)	Set-97	Televisión satelital	-	Grupo Agea/Clarín, Hughes Co. (EE.UU.), grupo Cisneros (venezuela), Multivisión (México) y grupo Abril (Brasil)	Creación de sociedad para proveer el servicio de televisión directa al hogar (TV satelital)
Arnet SA	Set-97	Transmisión de datos	S/D	Telecom soluciones SA	Compra del 100%
Mendeville Argentina SA	oct-97	Televisión por cable	Hicks, Muse, Tate & Furst y Banco Mandeville	Cablevisión SA	Compra del 100%
Advance Telecomunicaciones SA	oct-97	Transmisión de datos	S/D	Telefónica Internacional (Tisa) y CEI Citicorp	Compra del 100%

Empresa	Mes/Año	Sector de Actividad	Empresa/Grupo vendedor	Empresa/Grupo comprador	Operación
				Holdings SA (CEI)	
Televisora La Plata SA	oct-97	Televisión por cable	Televisora La Plata SA	Cablevisión Sa	Compra del 70%
Cablevisión SA	oct-97	Televisión por cable	Eduardo Eurnekián y Tele-Communications International TCI	CEI Citicorp Holdings Sa (CEI) y Telefónica Internacional SA (Tisa)	Compra del 66,56%
Fintelco SA-Video Cable comunicación (VCC)	oct-97	Televisión por cable	US WEST y Samuel Liberman	CEI Citicorp Holdings Sa (CEI) y Telefónica Internacional SA (Tisa)	Compra del 100%
Fintelco SA-Video Cable comunicación (VCC)	oct-97	Televisión por cable	CEI Citicorp Holdings Sa (CEI) y Telefónica Internacional SA (Tisa)	Multicanal SA	Transferencia del 50% a Multicanal
TV Cable Gral. Pico SA Difusora Sa Buena Imagen SA	oct-07	Televisión por cable	S/D	Multicanal SA	Compra de las participaciones de accionistas minoritarios
Telecable SA	oct-97	Televisión por cable	Multicanal SA	Supercanal Holdings SA	
TV Cable SA Cablevisión DU-KE SA Multivisión Sa Cerri Video Cable Sa Cable Total SA Inversora TV Cable SA	oct-97	Televisión por cable/Inversora en TV por cable	Supercanal Holdings SA	Multicanal SA	Compra del 100%
CV Inversiones Radio Satel SA Cablevideo SA Cablevisión Gálvez	oct-97	Televisión por cable/Inversora en TV por cable	UIH Argentina Sa	Multicanal Sa y Cablevisión Sa	Compra del 100%

Empresa	Mes/Año	Sector de Actividad	Empresa/Grupo vendedor	Empresa/Grupo comprador	Operación
Telearte Sa-Canal 9	dic-97	Televisión abierta y producción de contenidos	Alejandro Romay y otros	Prime Television Ltd. Y torneos y Competencias TyC	Compra del 100%
Empresa Editora Zigzag Sa (Chile	dic-97	Editorial	S/D	Editorial Atlántida SA	Compra del 40%
Atlántida Cochrane SA	dic-97	Editorial	S/D	Editorial Atlántida SA y Lord cochrane	Creación de sociedad
TE.VE.CO Sa	dic-97	Televisión por cable	TE.VE.CO. SA	Multicanal SA	Compra del 100%
Tele Red Imagen Sa Televisión Satelital Codificada SA	dic-97	Producción de contenidos	S/D	Torneos y Competencias TyC SA	Compra del 40% y del 50%
Grupo Cablemundo	dic-97	Televisión por cable	Grupo Cablemundo	Multicanal Sa	Compra del 100%
Microsistemas Sa	dic-97	Transmisión de datos	Maipú Invesrorsa Sa y Servicios Especiales San Antonio SA (Grupo Pérez Companc)	Telecom Argentina	Compra del 100%
Diario La Voz del interior (Córdoba)	dic-97	Editorial	Familia Remonda	Cia. De Inversiones en Medios de Comunicación (CIMECO SA) (grupo Agea y La Nación)	Compra del 84%
Diario Los Andes (Mendoza)	dic-97	Editorial	Los Andes SA	CIMECO SA (grupo Agea/Clarín y La Nación)	Compra mayoritaria
Ibesis - CT	ene-98	Transmisión de datos	S/D	S/D	Creación de sociedad
Overnet Sa	ene-98	Transmisión de datos	Overnet Sa	Advance Telecomunicaciones SA	Compra del 100%
Starlink Sa Aki Sa	ene-98	Transmisión de datos	Starlink Sa Aki Sa	Advance Telecomunicaciones SA	Compra del 100%

Empresa	Mes/Año	Sector de Actividad	Empresa/Grupo vendedor	Empresa/Grupo comprador	Operación
Diario Buenos Aires Herald	ene-98	Editorial	Familia ruggeroni	Charleston Publishing Co. (EE.UU.)	Compra del 40%
Primera Red Interactiva Multimedios (PRIMA)	ene-98	Transmisión de datos	S/D	Grupo Agea/Clarín	Creación de sociedad
Torneos y Competencias TyC SA	feb-98	Producción de contenidos	Avila-Nofal y Telecommunication s International (TCI)	CEI Citicorp Holdings Sa (CEI) y Telefónica Internacional SA (Tisa)	Compra del 6,6%
Mind Opener SA	feb-98	Editorial	S/D	Sadei (empresa asociada al multimedios América)	Compra del 50%
Telecom Argentina SA-Telecom Personal SA-Grupo ABC (Paraguay)	feb-98	Telefonía celular			Creación de una empresa para explotar el servicio de telefonía celular en Paraguay
Multibrand SA	mar-98	Implementación de programas de fidelización multimarca			Creación de sociedad en la que Telecom Soluciones SA posee el 25%
Productora Pramer	mar-98	Productora de contenidos	Eduardo Eurnekián	Tele-Communications International-TCI	Compra del 100%
Mc Caw Argentina	mar-98	Radiomensajería	Telcom Ventures	Nextel	Compra del 50% de Mc Caw Argentina
Cablevisión ComunicacionesTelevisión Dirgida	mar-98	Televisión por cable	Cablevisión Comunicaciones	Multicanal SA	Multicanal adquirió estos cuatro operadores de televisión por cable de Paraguay
Cable Par			Televisión Dirigida		
Orange Producciones SA	mar-98	Televisión por cable	Cable Par	Multicanal SA	

Empresa	Mes/Año	Sector de Actividad	Empresa/Grupo vendedor	Empresa/Grupo comprador	Operación
	mar-98 mar-98	Televisión por cable Televisión por cable	Orange Producciones SA	Multicanal SA Multicanal SA	
Diario Perfil SA	mar-98	Editorial	Editorial Perfil SA (a través de Perfil Periódico SA)		Creación de sociedad
Impsat SA	mar-98	Transmisión de datos	Stet Società Finanziaria (Italia)	Morgan Stanley (E.E.U.U.)	Compra del 20% que Stet tenía en Impsat
Atlántida Comunicaciones AtCo SA	mar-98	Producción de contenidos	Familia Vigil	CEI Citicorp Holdings SA (CEI) y Telefónica Internacional SA (Tisa)	Creación de sociedad (Familia Vigil –a través de Syrup Trade SA- 40%, CEI 30%, Tisa 30%)
Televisoras Procinviales SA	abr-98	Televisión abierta	S/D	Atlántida Comunicaciones AtCo SA	Compra del 80%
Multicanal SA	abr-98	Televisión por cable	Telefónica Internacional SA	Grupo Agea/Clarín	Compra del 30%
Advance Telecomunicaciones SA	may-98	Transmisión de datos (Internet)	CEI Citicorp Holdings SA (CEI)	Telefónica de Argentina SA (Tasa)	CEI vendió su participación del 50% en Advance a Tasa
Synergy SA	may-98	Televisión por cable		Grupos Agea/Clarín y Vila	Creación de sociedad en la que cada grupo posee el 50%
Multicanal SA	may-98	Televisión por cable	Grupo Agea/Clarín	Synergy SA	Compra el 5,4%

Empresa	Mes/Año	Sector de Actividad	Empresa/Grupo vendedor	Empresa/Grupo comprador	Operación
<p>Cía de Radiocomunicaciones Móviles SA Movicom (Bell South de E.E.U.U.)-grupo Macri (a través de Mecosur Technology & Communications y Correo Argentino)-Motorola (E.E.U.U.)-Cooperativas telefónicas-Empresas de TV por cable (Varela Visión SA, Teledifusora SA, Bahía Visión Color SA, Decoteve SA, Merlo Teledifusora Color SA, etc.)</p>	may-98	Telefonía básica y servicio de larga distancia			Creación de consorcio para operar los servicios de telefonía básica y de larga distancia local e internacional, a partir de noviembre de 1999
<p>CTI Móvil SA-Multicanal SA (Grupo Agea/Clarín)-GTE (E.E.U.U.)-Cooperativas telefónicas (Fecotel y otras)</p>	may-98	Telefonía básica y servicio de larga distancia			Creación de consorcio para operar los servicios de telefonía básica y de larga distancia local e internacional, a partir de noviembre de 1999
<p>Javier Vergara Editores SA</p>	may-98	Editorial	Javier Vergara Editores SA	Grupo Z (España)	Compra el 100%

Empresa	Mes/Año	Sector de Actividad	Empresa/Grupo vendedor	Empresa/Grupo comprador	Operación
Impsat SA – Technology Bureau SA UTE (Union Transitoria de Empresas)	jun-98				Constitución de la UTE
Telefónica de Argentina SA (TASA)	jun-98	Telefonía Básica	Tenedores de acciones de Clase C	Cointel SA	Compra del 91,8% de acciones de Clase C de Tasa
Call Center SA	jun-98	Servicio de audiotexto	Ringer SA	Telinver SA	Compra del 100%
Mandic	jun-98	Transmisión de datos (Internet)	Jungfrau Participaciones (Bancode Garantía)	Impsat SA	Compra de una participación mayoritaria en Mandic
Telecom Internacional SA	jun-98	Servicio de larga distancia			Creación de sociedad en la que Telecom Argentina SA tiene el 100%
Cía. Riograndense de Telecomunicaciones (CRT)	jun-98	Telefonía básica	Estado brasileño	Consortio Telefónica do Brasil: Telefónica Internacional SA (Tisa), Telefónica de Argentina SA (Tasa), Cía. De Teléfonos de Chile (CTC), Grupo Red Brasil Sul y otros	Compra del 50,1% de acciones con derecho a voto de CRT
Metrored SA	jun-98	Transmisión de datos	S/D	Metrored Telecom Ltd.	Compra del 10,7%
Telesat SA	jul-98	Televisión por cable	Telesat SA	Cablevisión SA	Compra del 100% de todas las empresas
Integrable SA		Televisión por cable	Integrable SA	Cablevisión SA	
Televisión por Cable Jesús María SA		Televisión por cable	Televisión por Cable Jesús María SA	Cablevisión SA	

Empresa	Mes/Año	Sector de Actividad	Empresa/Grupo vendedor	Empresa/Grupo comprador	Operación
Antena Comunitaria TV Cosquín SA Ultravisión Teledifusora Ría II SA		Televisión por cable Televisión por cable Televisión por cable	Antena Comunitaria TV Cosquín SA Ultravisión Teledifusora Ría II SA	Cablevisión SA Cablevisión SA Cablevisión SA	
Radio Rivadavia	jul-98	Radiodifusión	Luis Certrá	Uno Multimedios SA (grupo VIIa)	Compra del 100%
CEI Citicorp Holdings SA (CEI)	jul-98	Holding Multimedios	Los W SA (grupo Werthein y Citibank (E.E.U.U.))	Hicks, Muse, Tate & Furst – HMT&F (E.E.U.U.) y grupo República (Moneta)	HMT&F compró 16,2% de las acciones del Citibank en el CEI más otro 16,7% del grupo Werthein. El grupo República, por su parte adquirió 3,7% de las acciones de Werthein y un 0,9% del Citibank
Telesp	jul-98	Telefonía celular	Estado brasileño	Consorcio formado por Telefónica de España, Portugal, Telecom y otros	Compra de una participación mayoritaria

Empresa	Mes/Año	Sector de Actividad	Empresa/Grupo vendedor	Empresa/Grupo comprador	Operación
Tele Sudesdte Celular	jul-98	Telefonía celular	Estado brasileño	Consorcio formado por Telefónica de España, Iberdrola (España) y otros	Compra de una participación mayoritaria
Tele Leste Celular	jul-98	Telefonía celular	Estado brasileño	Consorcio formado por Telefónica de España, Iberdrola (España) y otros	Compra de una participación mayoritaria
Embratel	jul-98	Servicio de larga distancia	Estado brasileño	MCI (E.E.U.U.) y otros	Compra de una participación mayoritaria
Telecentro Sul	jul-98	Telefonía celular	Estado brasileño	Telecom Italia y otros	Compra de una participación mayoritaria
Tele Celular Sul	jul-98	Telefonía celular	Estado brasileño	Telecom Italia y otros	Compra de una participación mayoritaria
Tele Nordeste Celular	jul-98	Telefonía celular	Estado brasileño	Telecom Italia y otros	Compra de una participación mayoritaria
Editorial Coyuntura SA	ago-98	Editorial	HSM	SA La Nación	Compra el 50%
Editorial Atlántida SA (EASA)	Set-98	Producción de contenidos	Accionistas minoritarios	Atlántida Comunicaciones AtCo SA	Compra el 2,4%
Startel SA	Set-98	Transmisión de datos			Escisión del patrimonio de Startel SA
South American Sports SA	dic-98	Producción de contenidos	Editorial Atlántida SA	AC Inversora SA	Compra el 50%

Empresa	Mes/Año	Sector de Actividad	Empresa/Grupo vendedor	Empresa/Grupo comprador	Operación
Cablevisión SA	dic-98	Televisión por cable	Eduardo Eurnekián	CEI Citicorp Holdings SA (CEI), Telefónica Internacional SA (Tisa) y Tele-Communications International (TCI) (10)	Compra el 7,2%
Argentine Wireless Telecommunications SA	dic-98	Servicio de trunking	Argentine Wireless Telecommunication sSA	Telefonica Comunicaciones Personales SA	Compra el 100%
Radio Servicios SA	dic-98	Servicio de trunking	Radio Servicios SA	Telefonica Comunicaciones Personales SA	Compra el 100%
Radio Móvil Digital Argentina	dic-98	Servicio de trunking	Radio Móvil Digital Argentina SA	Telefonica Comunicaciones Personales SA	Compra el 100%
Canal Joven SA (productora de la señal Much Music)	ene-99	Producción de contenidos	Ralph Haiek y Chum City International (Canadá)	Imagen Satelital SA	Compra el 100%
Itron SA	ene-99	Servicio informático para telecomunicaciones	Grupo Macri	Siemens	Compra el 60%
Trinidad Televisión SA Rawson Cable SA TV Cable La Rioja SA Facundo SA TV Cable Catamarca SA Telecable SA Cable Telesur SA	feb-99	Televisión por cable	Trinidad Televisión SA Rawson Cable SA TV Cable La Rioja SA Facundo SA TV Cable Catamarca SA Telecable SA Cable Telesur SA	Supercanal SA	Supercanal adquirió el 100% de estas firmas

Empresa	Mes/Año	Sector de Actividad	Empresa/Grupo vendedor	Empresa/Grupo comprador	Operación
Sky Argentina SCA	feb-99	Comercialización y venta de programación de audio y televisión			Creación de sociedad en la que Publicom SA tiene el 49% y Sky Argentina DTH Management LLC el 51% restante
S & M	feb-99	Transmisión de datos (Internet)	S/D	Vía Internet (Estados Unidos)	Compra el 51%
Impsat SA	mar-99	Transmisión de datos	Grupo Pescarmona	British Telecom (Gran Bretaña)	Compra el 21%
Impsat SA-Technology Bureau SA UTE (Unión Transitoria de Empresas)	abr-99	Servicio de larga distancia			Constitución de la UTE
Telintar SA	abr-99	Servicio de larga distancia			Telintar SA fue escindida y absorbida, en partes iguales, por Telecom Internacional SA y Telefónica Larga Distancia de Argentina SA
El Sitio SA	jun-99	Transmisión de datos (Internet)	Roberto Cibrián Campoy, Roberto Chaneton, Samuel Liberman y Ricardo Verdaguer	Iberoamerican Media Partners, General Cinemas Theater y el fondo de inversiones Quantum (propiedad de Soros)	Compra el 35%
Nahuelsat SA	jun-99	Comunicaciones satelitales	S/D	Daimler-Chrysler Aerospace (DASA)	Compra el 10%

Empresa	Mes/Año	Sector de Actividad	Empresa/Grupo vendedor	Empresa/Grupo comprador	Operación
Nortel	jul-99	Consorcio controlante de Telecom Argentina SA	Grupo Pérez Companc J.P. Morgan	STET International Netherlands NV (Subsidiaria de Telecom Italia SpA) y FTMI Belgium SA (subsidiaria de France Telecom)	Compra el 25% que Pérez Companc tenía en Nortel, y del 10% que tenía el J.P. Morgan
Telemás SA	jul-99	Televisión por cable	S/D	Adesol SA	Compra el 25%
Grupo Clarín SA	dic-99	Holding multimedios	Grupo Agea/Clarín	Goldman Sachs	Compra el 18%
Patagonik Film Group	dic-99	Producción de contenidos	S/D	Telefónica Media Investments (subsidiaria de Telefónica Internacional)	Compra el 30%
E- commerce Latina SA	dic-99	Transmisión de datos (Internet)			Creación de sociedad en la que Telinver SA (controlada por Telefónica de Argentina SA) y Alto Palermo SA tendrán cada una el 50% del capital social.

Empresa	Mes/Año	Sector de Actividad	Empresa/Grupo vendedor	Empresa/Grupo comprador	Operación
Milicom SA	S/D	Transmisión de datos			Creación de sociedad en la que Sociedad Comercial del Plata SA (Soldati) posee el 35%, en asociación con la empresa sueca Milicom International Cellular
Televisión Directa al Hogar (TDH)	S/D	Televisión satelital	S/D	Grupo Vila	Compra del 60% de TDH

Fuente: Abeles, Forcinito y Schorr, 2001.

Bibliografía

Abeles, M., Forcinito, K., y Schorr, M. (1998). Regulación del mercado de telecomunicaciones: límites e inconsistencias de la experiencia argentina frente a la liberalización. *Documento de Trabajo N.º 5*. http://biblioteca.clacso.org/Argentina/flacso-ar/20190731060326/no_13_DT5_ABELES_FORCINITO_SCHORR.pdf.

Abeles, M., Forcinito, K., & Schorr, M. (2001). El oligopolio telefónico argentino frente a la liberalización del mercado: de la privatización de ENTel a la conformación de los grupos multimedia. Universidad Nacional de Quilmes.

Alfie, A. (29 de octubre de 2019). Treinta años de telefonía celular en la Argentina: cómo fue el lanzamiento del primer Movicom. *Clarín*. https://www.Clarín.com/economia/treinta-anos-telefonía-celular-argentina-lanzamiento-primer-movicom_0_FumgRJ0aB.html.

Ares, C. (26 de octubre de 1990). El Gobierno argentino y los compradores de Entel llegan a un acuerdo sobre tarifas telefónicas. *El País*. https://elpais.com/diario/1990/10/27/economia/656982010_850215.html.

Baladron, M. I., & Rivero, E. A. (2017). La regulación de las plataformas OTT audiovisuales: Un modelo para armar. Los debates actuales en Estados Unidos, Europa y Argentina.

Balassa, B., Gerardo, M., Bueno, P., Kuczynski y Simonsen, M. (1986). *Toward Renewed Economic Growth in Latin America*. Washington: Institute for International Economics.

Califano, B. (2017). En nombre de la convergencia: cambios en la política de regulación de las TIC en Argentina.

Cámara de Representantes de los Estados Unidos (2002). H.Res.269 - Expressing the sense of the House of Representatives to honor the life and achievements of 19th Century Italian-American inventor Antonio Meucci, and his work in the invention of the telephone. <https://www.congress.gov/bill/107th-congress/house-resolution/269/text>.

Catalano A. (20/11/2012). La portabilidad inquieta al mercado. *El Cronista*. <https://www.cronista.com/itbusiness/La-portabilidad-inquieta-al-mercado-20121120-0005.html>.

Da Costa, M. C. (1999). Cambios institucionales y privatización de la década de los 90: una comparación entre Europa y América Latina en el sector de telecomunicaciones. En

Walter, J., Senén González, C. (Eds.), *La privatización de las telecomunicaciones en América Latina. Empresas y sindicatos ante los desafíos de la reestructuración* (pp. 287-310). Buenos Aires: Eudeba.

Decreto 62/90 de 1990 [Ministerio de Justicia y Derechos Humanos]. Llábase a Concurso Público Internacional con base, para la privatización de la prestación del servicio público de telecomunicaciones. Apruébase el Pliego de Bases y Condiciones. 5 de enero de 1990.

De la Peña, J. (2003). *Historia de las telecomunicaciones. Cuando todo empezó*. España: Ariel.

Dergarabedian, C. (16/04/2012). ¿Cómo la portabilidad numérica está cambiando al mercado de la telefonía móvil de la Argentina? iProfesional. <https://www.iprofesional.com/tecnologia/134287-como-la-portabilidad-numerica-esta-cambiando-al-mercado-de-la-telefonía-movil-de-la-argentina>.

Desaparece Miniphone y las telefónicas se reparten abonados por medio de una división salomónica. (15 de agosto de 1999). *La Nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/economia/desaparece-miniphone-y-las-telefonicas-se-reparten-abonados-por-medio-de-una-division-salomonica-nid149637/>.

Fontanals, G. (2007). La persistente protección de un nicho:

Telecom y Telefónica en el mercado argentino de telecomunicaciones. IV Jornadas de Jóvenes Investigadores. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Forcinito, K. (2005). Estructura y dinámica del mercado de telecomunicaciones en la Argentina. Aportes a la discusión pública sobre su regulación. Página web de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires.

Galperin, H., & Cabello, S. M. (2008). *Convergencia tecnológica y armonización regulatoria: el caso argentino*. Santiago de Chile: CEPAL, Colección Documentos de proyectos.

Hitt, M. A., Ireland, R. D., Hoskisson, R. E., Sacristan, P. M., y Moreno, M. P. S. (2015). *Administración Estratégica: Competitividad y globalización: Conceptos y casos*. México: Cengage Learning.

Krakowiak, F. (3 de julio de 2017). David Martínez, el caballo de Troya de Clarín: La historia en común del titular de Fintech y el multimedios argentino. Página 12. <https://www.pagina12.com.ar/47784-david-martinez-el-caballo-de-troya-de-Clarín>.

La empresa reclama comenzar a discutir con el Gobierno un aumento en la tarifa de la telefonía (8 de octubre de 2008). *El Cronista*. Recuperado de <https://www.cronista.com/impres-general/La-empresa-reclama-comenzar-a-discutir-con-el-Gobierno-un-aumento-en-la-tarifa-de-la-telefonía-20081008-0056.html>.

Lahoz-Beltra, R. (2012). *La computación*. Turing. *Pensando en máquinas que piensan*. España: EDITEC.

La Rue, F., Mijatovi, D., Marino, C. B., & Tlakula, F. P. (2011). Declaración conjunta sobre libertad de expresión e internet. Comunicado de Prensa R50/11.

Leiner, B. M., Cerf, V. G., Clark, D. D., Kahn, R. E., Kleinrock, L., Lynch, D. C. y Wolff, S. (1997). Una breve historia de Internet. *Novática*, 130.

López, A. (2017). Configuración y desarrollo de la institucionalidad regulatoria en Argentina (1990-2007). El caso de la privatización y regulación del servicio de telefonía básica. Buenos Aires: Editorial Teseo.

Negocian la suba de tarifas telefónicas (23 de octubre de 2008). *La Nación*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/economia/negocian-la-suba-de-tarifas-telefonicas-nid1062437/>.

Perrin E. & Basel M. (2008). *Tecnología emergente: banda ancha en líneas de energía eléctrica*. Informe N.º3. Nuevas Tecnologías de la Comisión Nacional de Comunicaciones.

Real Academia Española (s.f.). Diccionario panhispánico del español jurídico. Recuperado el 25 de junio de 2022, de < <https://dpej.rae.es/> >.

Ribeiro Alves, P. E. (2022). La comunicación como un derecho humano: análisis comparativa de la Ley 12.965 Marco Civil de la Internet en Brasil y la Ley N° 27.078 Argentina Digital desde la perspectiva de la economía política de la comunicación.

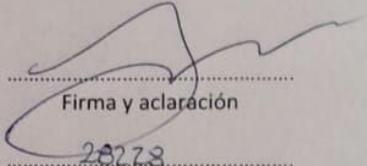
Sandoval, L. R. (2017). *El sector de la telefonía móvil en Argentina: regulaciones, actores empresarios y desarrollo de servicios*. Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura, 19(3), 23-40.

Zuazo, N. (2015). *Guerras de Internet: un viaje al centro de la red para entender cómo afecta tu vida*. Buenos Aires: Debate.

DECLARACIÓN JURADA RESOLUCIÓN 212/99 CD

El autor de este trabajo declara que fue elaborado sin utilizar ningún otro material que no haya dado a conocer en las referencias que nunca fue presentado para su evaluación en carreras universitarias y que no transgrede o afecta los derechos de terceros.

Mendoza, 28/07/2023.


.....
Firma y aclaración

2878
.....
Número de registro

37.514.781
.....

DNI