

Cámara Argentina de Industrias Culturales Pymes

Comisión TV por Cable

Proyecto de Ley de servicios de Comunicación Audiovisual

Introducción y líneas para ir trabajando sobre el tema

El lanzamiento del borrador del proyecto de ley de servicios de comunicación audiovisual por parte del Gobierno nacional, que reemplazará a la ley de radiodifusión, vigente desde la última dictadura militar con varias modificaciones implementadas desde 1983, puso de nuevo en discusión la entrega de servicios convergentes de voz, datos y TV a través de un solo proveedor, conocida en la jerga como "triple play".

La polémica, que mantienen en forma pública las empresas telefónicas, vedadas por la ley 22.285 para ofrecer esos servicios, y los cableoperadores, quienes sí pueden dar triple play si cuentan con una licencia para telecomunicaciones, se reabrió ahora con el telón de fondo de la iniciativa oficial, porque ésta incluye la posibilidad de que las compañías de servicios públicos ingresen en el mercado de la radiodifusión.

Esa puerta que se abre para las telefónicas no es ancha, porque el ingreso se permitirá siempre y cuando el nuevo operador "garantice que más del 50 por ciento de su mercado estará disponible para que otro prestador pueda participar".

Este anteproyecto contempla que las telefónicas "ingresen al mercado de TV por suscripción, aunque como redes de transporte". Y advierte que "se les exige una mayor apertura de sus redes vía interconexión, unbundling, no existencia de subsidios cruzados y hasta portabilidad numérica, que se aplicaría también a las redes móviles".

Esto último ya estaba contemplado en la regulación vigente (decreto 764/2000), aunque el Estado no se preocupó demasiado en hacerla cumplir.

Si se unieran los servicios de telefonía fija, Internet y TV paga, se podría decir que el mercado argentino de triple play generó en 2008 unos \$15.300 millones (unos u\$s4.135 millones). Este número, según los cálculos especializados, está compuesto por 6.500 millones de telefonía fija (incluyendo todo concepto), 2.600 millones por accesos a Internet y 6.200 millones por TV paga. Es decir, un 42% representa telefonía fija; un 40%, TV paga; y un 18%, Internet.

Si pudieran competir en estos mercados Telefónica, Telecom y el grupo Clarín, se repartirían, de acuerdo a lo estimado, la facturación de la siguiente manera: Telefónica tendría un 30%, un 22% para Clarín y el mismo porcentaje para Telecom. Esto mejoraría

la competencia en números relativos ya que en telefonía fija ambas compañías de telecomunicaciones están cercanas al 50%, al igual que el Grupo Clarín en TV paga. En cuanto a clientes, el mercado de triple play ascendería a más de 18 millones, que en algunos servicios están superpuestos por el duo-play.

Al analizar este número se descubre que Telefónica pasaría a tener el 31% de éstos usuarios; Telecom, el 29%; mientras que el Grupo Clarín, el 21%. Lo mismo pasa con la facturación las tres compañías tanto en telefonía fija (Telecom y Telefónica) como en TV paga (Grupo Clarín), donde tienen casi el 50 por ciento.

Estos números implican que cualquier operador nuevo que quiera ingresar a estos mercados verá barreras de ingreso muy altas por razones muy claras, infraestructura, cobertura, capacidad de atención y servicio. Los negocios para los nuevos ingresantes o los pequeños actuales quedarán para los nichos que se encuentran en mercados menos apetitosos para estas grandes compañías”.

¿Por qué las telefónicas quieren ingresar al mercado de TV paga y los cableoperadores al de telecomunicaciones? Las respuestas pasan por este lado:

- La telefonía fija no crece más que a un ritmo vegetativo y dejó de ser un negocio atractivo.
- La telefonía móvil llegó a su límite de penetración en cuanto a usuarios y el ARPU (ingreso promedio por usuario) se mantiene constante.
- Internet está llegando a su límite por el nivel de penetración de PC en hogares de la argentina.
- La TV paga también crece a un ritmo vegetativo.

¿En cuales de los tres servicios, voz, datos y TV, hay mayores expectativas de crecimiento y expansión si se habilita el triple play? La televisión paga, en el caso de las telefónicas, porque agregarían a su negocio un mercado de más de \$6.200 millones, mientras que para las de TV paga, la oportunidad de negocio por ingresar al mercado telefónico asciende a más de \$6.500 millones.

En las gateras

Mientras aguardan una definición oficial sobre el triple play, los jugadores de este partido no se quedan quietos. Por el lado de las “telcos”, Telefónica prepara el terreno con una prueba de video bajo demanda (VOD sigla en inglés), en el barrio porteño de Caballito, donde 600 clientes experimentarán este servicio.

Mientras tanto, Telecom prueba desde fines de 2008 la provisión de voz, datos y video a través de un canal convergente bajo la denominación de "Servicio Telecom Multimedia" (STM) para cerca de un centenar de empleados de la empresa en la ciudad de Buenos Aires y sus alrededores con dos plataformas, provistas por las compañías Ericsson y Alcatel-Lucent. A través de las redes IP, el servicio convergente incluye la transmisión de telefonía, video conferencia, Internet de 5 MBps, video bajo demanda (VoD) y TV.

Por el lado de los cableoperadores, CableVisión espera una respuesta técnica del Gobierno que le permitiría lanzar este año su triple play, con la oferta de telefonía en los hogares de más de 250 localidades donde hoy da el servicio de TV paga y de conexión a Internet. La compañía de televisión paga necesita para ello "sumarse" a la red de Telecom y Telefónica para poder operar ya que, de lo contrario, sus clientes no podrían realizar llamadas a usuarios de esas operadoras.

En cuanto las regulaciones estatales para operar, la empresa aguarda que la Comisión Nacional de Comunicaciones (CNC) le otorgue la numeración correspondiente para poder otorgar el servicio. Una vez obtenida la numeración, y la aprobación de las telefónicas, Cablevisión podrá ofrecer telefonía al 53% de la red, el segmento que en la actualidad es de "doble vía".

Un actor del mercado que espera ansioso la sanción de la ley de servicios de comunicación audiovisual es el sector de las cooperativas de servicios públicos, telefónicas y eléctricas, que podrán concursar para licencias y ofrecer TV por Internet.

Según informó el boletín TV Telco Latam, en el país hay unas 300 cooperativas de telefonía y otras 50 de electricidad que brindan servicios de telecomunicaciones. Juntas suman unas 400 mil líneas telefónicas.

Por ejemplo, algunas cooperativas eléctricas, que ofrecen telefonía, tienen listas sus redes de cable y esperan aprovechar su infraestructura para ofrecer TV por cable. Y la Cooperativa de Teléfonos del balneario bonaerense de Pinamar (Telpin) ofrece video bajo demanda sobre Web TV desde enero de este año con producciones propias.

Como se observa, el tema de la empresas pyme de cable, esta totalmente ausente del debate.

Ochocientas empresas diseminadas por todo el país, con una ocupación cercana a 60.000 trabajadores, con difusión de contenidos nacionales y sin ningún tipo de subsidios, enfrentan hoy una situación de inseguridad jurídica y económica muy grande. Lejos de su intención esta la idea de limitar la competencia y la aparición de nuevas empresas pymes. Pero no se puede obviar las diferencias de escala, económica y tecnológica, con las telcos. Así como tampoco, las ventajas de carácter económico, político y de penetración territorial que detentan las cooperativas de servicios públicos, la mayoría de ellas con más presupuesto que los municipios donde operan, interesadas hoy en sumarse a la operatoria que nos ocupa. Es a toda vista evidente que estas unidades económicas no deben ingresar a la industria del cable bajo las formas jurídicas que hoy detentan, si la intención del legislador es mantener la existencia de las pymes y el empleo que sostienen.

Ante ello, las pymes exigen igualdad de condiciones. Esta igualdad se puede expresar y ponerla en ejecución de distintos modos consensuados. Como primera sugerencia, levantamos la propuesta de lo que se denomina **Unidad Mínima de Explotación**, buscando proteger la sustentabilidad de las pymes existentes al momento del cambio de reglas del juego para limitar la posibilidad de ingreso de las cooperativas de servicios públicos.

Habría que consensuar número y duración del régimen.

Que las telcos puedan obtener sus licencias, pero que reconociendo el factor de volumen de contratación tanto de señales como de capacidad de ancho de banda, se subsidie a las pymes en la misma proporción en los respectivos costos de contratación de señales y ancho de banda, de modo de equilibrar las asimetrías por las diferencias de escala en los volúmenes de los negocios.

Las grandes operadoras telefónicas tienen sus respectivas empresas de servicios móviles y para una pyme es inviable desarrollar un servicio de ese tipo. Pensando en que esas empresas van a comercializar productos cuádruple play (TV,BA, Tel fija y Tel mov) en este caso estaría faltando una pata (la telefonía móvil).

En otros países existe una figura que se la llama **OMV** (operador móvil virtual), que comercializa telefonía móvil como cualquier otra empresa del rubro pero al no ser dueña de la red física la alquila a las otras operadoras móviles. Éste mecanismo debe estar regulado de modo que sea viable para las pymes tanto desde el factor económico como técnico, etc.

Comisión TV Cable Pyme