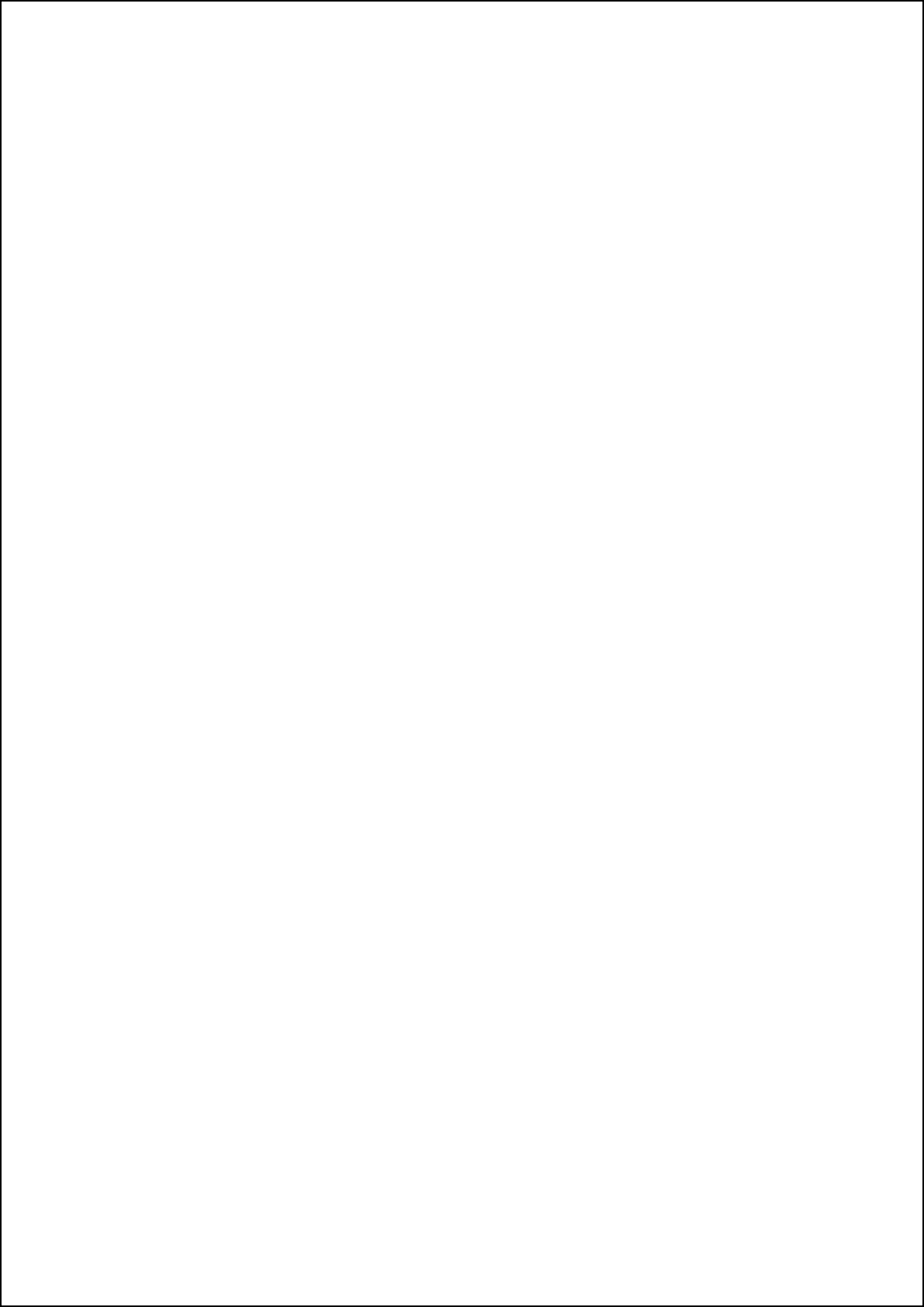




Asociación Argentina
de Televisión por Cable

La Televisión por Cable es un puente al futuro



La Televisión por Cable es un puente al futuro

Introducción

Este documento presenta una descripción de la actual situación del sector de radiodifusión y las pretensiones de las empresas de Telecomunicaciones de ingresar al negocio a partir de cambios en la tecnología.

Los argumentos esgrimidos respecto de la modificación de la realidad merced a cambios en las tecnologías y la modificación que las mismas introducen en los hábitos y usos culturales son parciales, si no se considera el contexto sobre el cual estos nuevos recursos actúan.

Nuestro país reviste en su radiodifusión y en el sector de servicios públicos –sector que engloba a las TELCOS– una cantidad de especificidades sociales, regulatorias y de mercado que deben ser contempladas por el Estado para que sus efectos sean positivos sobre los mercados y sobre la sociedad.

Argentina ha visto crecer su radiodifusión a partir de la iniciativa privada y, en gran proporción, en virtud del esfuerzo de pequeños emprendedores del interior, como es el caso de la Televisión por Cable.

En paralelo, las telecomunicaciones nacieron de la inversión del Estado que sentó las bases de una infraestructura de red luego privatizada y desarro-

llada en mejoras de servicio por capitales privados extranjeros. Tal situación produjo un pasaje del monopolio estatal al privado. El acceso a la posición dominante tuvo como contrapartida, entre otras cuestiones, la limitación establecida en el decreto 62/90 de brindar servicios de radiodifusión para las dos empresas que accedieron a la explotación monopólica.

Las telecomunicaciones también tuvieron como polo de desarrollo menor cooperativas que a partir de los beneficios impositivos con los que cuenta la “economía social” desarrollaron empresas en aquellos lugares donde el Estado primero y las empresas privadas luego, desestimaron actuar. En esos casos el desarrollo fue en paralelo con los emprendedores de radiodifusión, y las necesidades regulatorias surgidas de las capacidades dispares fueron subsanadas con la modificación del artículo 45 en el año 2005. Esta misma modificación establece que las empresas de servicios públicos no pueden brindar servicios de radiodifusión.

La situación regulatoria lejos está de ser aleatoria porque responde a la necesidad social de sostener la independencia de los medios en tanto es-

pacio de control social y expresión de la opinión ciudadana. La regulación es expresión de un Estado conciente de la disparidad existente entre empresas de radiodifusión, en especial de Televisión por Cable, frente a empresas de servicios, por su acceso e infraestructura, al tiempo que constituye un reconocimiento e incentivo para la inversión legítima y de riesgo, génesis de la Televisión por Cable. Defiende así nuestra identidad y promueve el desarrollo cultural, social y económico al sostener la existencia de medios locales y la formación continua de profesionales que construyen el espejo de sus comunidades.

El concierto de las naciones del mundo que fomenta su identidad y cultura, preservan la independencia de los medios frente a las empresas con objetos sociales diferentes o que respondan a servicios de primera necesidad.

Así, se refuerzan los mecanismos de control social, se fomenta la actitud responsable de los actores privados, públicos y políticos. Los medios de comunicación, y entre ellos la Televisión por Cable en virtud del vínculo con sus localidades, son el medio por el cual el campo social se expresa, afirma su identidad y sostiene su cultura.

La continuidad y fortaleza de este funcionamiento depende de la independencia de los medios y del vínculo con la Nación, génesis del compromiso y

responsabilidad de las empresas de medios.

Por ello debe respetarse la Ley Nº 25.570, denominada de Preservación de Bienes y Patrimonios Culturales que fue promulgada en julio del 2003. Su artículo segundo es taxativo:

“Establécese, a partir de la entrada en vigencia de la presente ley, que la propiedad de los medios de comunicación, que se definen en el artículo 3º de la misma, deberá ser de empresas nacionales, permitiéndose la participación de empresas extranjeras hasta un máximo del 30% del capital accionario y que otorgue derecho a voto hasta por el mismo porcentaje del 30%.”

Demás queda decir que la radiodifusión es una de las principales actividades citadas por el artículo 3º de la ley de Preservación de Bienes y Patrimonios Culturales. Esta ley limita la propiedad de los medios y los servicios de radiodifusión a capitales extranjeros, siendo esta una razón más para confirmar por qué las empresas de telefonía que operan en el país no pueden prestar servicios de radiodifusión.

El debate afecta hoy los mismos factores desde otro ángulo. El desarrollo del acceso a la información, la comunicación y el entretenimiento encuentra en la convergencia tecnológica un aparente acelerador de sus posibilidades, pero este acelerador precisa de un marco normativo de acción que lo promueva y no lo destruya.

Las especificidades del desarrollo de los dos sectores, las reglas de la privatización de ENTEL, la inversión a riesgo, la capacidad económica dispar, son sin duda caracteres propios de Argentina; al igual que las posiciones dominantes en aquellos lugares donde no existe la competencia.

El triple play y otras tecnologías dirigidas a la convergencia, deben ser herramientas del desarrollo social y elementos de democratización del acceso. Hoy están apuntadas sólo para la crema del mercado, en tanto Banda Ancha es el gran ausente en muchas localidades, o es directamente inaccesible. Tanto el video como la telefonía están extendidos de manera equilibrada en el país. Telefonía y Televisión por Cable tienen un alto grado de penetración a lo largo y a lo ancho de todo el territorio nacional. Este no es el caso de la Banda Ancha que a la vez que crece, se concentra. El acceso a Internet a través de la Banda Ancha es escaso en el interior y en las pequeñas ciudades. En torno al crecimiento y a la federalización de la Banda Ancha deben estar centrados los esfuerzos de las empresas involucradas. Las inversiones y el compromiso de las empresas de Televisión por Cable se orientan al desarrollo de la Banda Ancha para lograr la democratización del servicio.

Sin duda el acceso a la información, el cambio de la sociedad actual a la Sociedad del Conocimien-

to, radica hoy en el acceso a Internet. Debe ser ese el eje de discusión en pos de generar las condiciones necesarias para eliminar la brecha digital y permitir el acceso a la gran mayoría de los argentinos a costos posibles.

En este sentido, es el Cable el que ha producido la inversión tecnológica y el despliegue de redes más intenso, principalmente en los lugares de baja densidad poblacional. La Banda Ancha se puede generalizar gracias al Cable por las inversiones que existen hoy en el interior del país. Inversión a riesgo de una industria que carece de subsidios y jamás tuvo monopolio de hecho o de derecho.

La industria de la Televisión por Cable ha invertido más allá de cualquier parámetro de obligación, y el factor que genera la penetración y desarrollo de la Banda Ancha es la competencia. En aquellos lugares donde el Cable invierte, existe la competencia y existe mayor oferta y accesibilidad. Es contundente esta afirmación: en las ciudades donde existe oferta de Banda Ancha a través de Cable Módem, existe una mayor competencia que se traduce en precios más bajos, diferentes opciones y posibilidades para el usuario.

El riesgo asumido por esta industria, la generación de puestos de trabajo calificados y de puestos de trabajo indirectos, el acceso a nuevas tecnologías en forma extensiva, deben ser contemplado por

el Estado al momento de analizar las pretensiones de las TELCOS de ingresar en un servicio que para ellos constituiría desde lo económico un subsidio cruzado, una baja inversión y ante todo una modificación ilegal del objeto social para el cual fueron creadas. El marco de acción definido a partir de la privatización otorgó privilegios de derecho que se mantienen ante la inexistente competencia real en el core business de las incumbentes: son las “dueñas” de las redes, no se ha definido la portabilidad numérica y ni siquiera se aplica de forma contundente el marco regulatorio existente. La interconexión, una de las principales barreras reales a la competencia, es un desierto y tierra de nadie al momento de la intención de entrada de nuevos jugadores. Los altos costos de interconexión funcionan como freno a la inversión.

Permitir la suma absoluta de los servicios a las TELCOS terminará por ahogar el desarrollo de la Banda Ancha a todo el país y por ende la democratización de ella. En este escenario, constituiría un acto en pos de la desaceleración de la competencia en Internet, la disminución del desarrollo del acceso y establecería un aumento de posición dominante desde la infraestructura y desde lo económico.

En aquellos países donde hubo redes alternativas hubo desarrollo de Banda Ancha. “...Las mayores tasas de crecimiento de la Banda Ancha se pro-

dujeron en los mercados con una red de cable de amplia cobertura, que facilitó la rápida difusión de la oferta de Banda Ancha en competencia muy efectiva con las ofertas basadas en la tecnología ADSL...” [1] analiza Gaptel, Grupo de Análisis y Prospectiva del Sector de las Telecomunicaciones.

El Estado debe bregar por la disminución de la brecha digital y el acceso a la Sociedad del Conocimiento, el análisis aquí presentado describe no sólo nuestra realidad, sino la dinámica que cada sector ha impuesto a sus inversiones.

La Sociedad del Conocimiento y la construcción de una Argentina con mayor calidad institucional demanda también independencia del ejercicio de la opinión pública respecto de aquellos sectores que son considerados servicios públicos y precisan de control social.

Entre los riesgos existentes en una modificación del marco de acción de las TELCOS que les permita ingresar a RADIODIFUSIÓN está el aumento de rentabilidad sin inversión y la peligrosidad de acumular los más variados servicios que conllevará a la desaparición de muchísimas empresas de cable PYMES del interior de nuestro país, que se verían imposibilitadas de competir, y en consecuencia se perderían cuantiosas fuentes de trabajo que dichas empresas generan. En el plano cultural, dicha modificación provocaría la desaparición de la producción de con-

[1] Gaptel, 2004, Banda Ancha

tenidos independientes, la banalización de la industria cultural y la monopolización de ideas.

Una sociedad muda es una sociedad condenada al retraso. El Cable es el espejo de las comunidades y comprende sus necesidades, por tal razón se ha dedicado a llevar la comunicación, la cultura y el entretenimiento. En el 2005, 420 programas se anotaron para participar de los premios ATVC; este record histórico de inscripciones refleja el crecimiento de las producciones independientes de programas de cable que se da año tras año en todo el territorio nacional.

Somos una herramienta de construcción de la integración nacional y queremos ser también el vehículo que elimine la brecha digital y colabore a llevar a nuestra Nación al futuro, dándole a las generaciones actuales y las inmediatas los elementos para desarrollarla. La contradicción a la que nos enfrentamos es el desarrollo versus Internet para pocos.

En síntesis, un Estado responsable dicta sus normas en virtud de sus objetivos como Nación y como expresión de síntesis del consenso. La tecnología es la herramienta del desarrollo, no el determi-

nante de sus caminos. Todos los países observan ante todo el balance de las condiciones de crecimiento.

Como hemos dicho en las Audiencias Públicas, convocadas por disposiciones Nº 1/2006 y Nº 2/2006 de la Unidad de Renegociación y análisis de contratos de servicio público que se llevaron a cabo

en este año en Mar del Plata el 28 de abril y en San Miguel de Tucumán el 18 de mayo (ver anexo del documento): “Resulta primordial, entonces, la discusión sobre la necesidad de dinamizar la competencia en las telecomunicaciones y establecer

políticas que promuevan la pluralidad de redes y el uso de tecnologías alternativas a la red pública. También, sobre la particular esencia de la Televisión por Cable como servicio de radiodifusión y sobre los fuertes desequilibrios que hoy plantean los mercados de telefonía y cable”.

Nuestra industria ha emprendido un camino hacia el progreso. Los desarrollos digitales y la reinversión permanente en infraestructura son una realidad.

Por su parte, cada empresa telefónica tienen una



facturación casi tres veces más alta que la de la totalidad de la industria de la Televisión por Cable. Es notable la disparidad económica y de competencia que se da en el sector de las TELCOS (\$ 15.000 mm de facturación) y la industria del cable (\$ 2.500 mm de facturación, entre 700 empresas que compiten y hacen inversiones de riesgo).

Las condiciones actuales son las que permitieron el crecimiento del cable y la creación de una potencial red alternativa de acceso a la información, el conocimiento y la comunicación. La modificación de estas condiciones produciría un retroceso no sólo económico, sino que también constituiría un empoderamiento sobre derechos adquiridos de las empresas de Televisión por Cable, cambio cuyo beneficio recaería en las empresas de servicios públicos dominantes.

El futuro de las inversiones de la industria de la Televisión por Cable llevará a la Argentina a la próxima etapa tecnológica. La digitalización de las redes y de la imagen, con la consecuente mejora de la calidad de transmisión y recepción, en conjunto con la expansión de Banda Ancha que esto significa, constituiría una alternativa de competencia, de generación de nuevos servicios y capacidades para nuestra Nación.

Es preciso para ello el respeto a las condiciones regulatorias actuales, que garantizan una competen-

cia leal y posible. Caso contrario, el crecimiento y desarrollo serían reemplazados por un proceso de canibalización de la Televisión por Cable en las zonas de altos ingresos, acompañado por la desaparición de empresas, de producción de contenidos y la retracción de inversiones en tecnología y redes.

En síntesis, no estamos hablando sólo de un marco legal, se trata de la referencia en virtud de la cual nuestro país contará o no con las condiciones necesarias para ingresar en la Sociedad del Conocimiento eliminando la brecha digital.

Argentina precisa de las nuevas tecnologías y de la convergencia, pero una convergencia asimétrica y con campo de juego nivelado para todos los actores, en pos del desarrollo.

Este documento es un aporte al debate, una descripción de los elementos que construyen una realidad compleja en virtud de la cual el Estado debe decidir.

La Industria tiene y quiere brindar las herramientas para continuar su rol activo en el desarrollo de nuestra cultura, nuestra identidad y por ello afirmamos que el Cable Módem es la herramienta de democratización del acceso a Banda Ancha y a mayor competencia. El Cable es sin duda un puente al futuro.

Banda Ancha

El análisis sobre las posibilidades de un desarrollo equilibrado de la Banda Ancha en nuestro país debe estar en el centro de los debates sobre comunicación e información. La brecha digital que existe en nuestro país respecto a otros, y la brecha interna entre los habitantes de las grandes ciudades y las pequeñas del interior generan una desigualdad respecto a las oportunidades tanto económicas, culturales, sociales y educacionales para los habitantes que no pueden acceder a la Banda Ancha.

La telefonía fija y el la Televisión por Cable se han extendido en todo el país, logrando una alta penetración en todas las provincias. La Banda Ancha si bien se expande, esto se da sólo en las grandes ciudades. Las redes alternativas y la inversión son el camino a la democratización de la Banda Ancha. Hoy en día se puede comprobar que en aquellas ciudades donde se brinda Banda Ancha por medio de Cable Módem la competencia es mayor y los precios más accesibles. La posibilidad de otorgarles a las TELCOS una nueva ventaja regulatoria permitiendo la suma de todos los servicios en nuestro país, no solucionaría, es

más, deterioraría la competencia y la expansión de la Banda Ancha además de invadir un mercado como es el de la industria de la Televisión por Cable que funciona en competencia entre grandes, medianas y pequeñas empresas de todo el país desde hace más de cuarenta años. El análisis de la situación de la Banda Ancha en nuestro país que realizamos a continuación es un aporte al debate sobre esta temática.

La conexión por Banda Ancha a Internet se realiza en general a través de dos tipos de tecnologías: ADSL y Cable Módem. ADSL es la sigla que identifica al término Línea de Abonado Digital Asimétrica, y es el tipo conexión que realizan las empresas de telecomunicaciones a sus clientes a través del mismo tendido por el que dan servicio de telefonía fija. Así es que las TELCOS pueden brindar servicio de conexión a Internet a través de sus propias redes, utilizando el mismo cable.

Cable Módem es la tecnología de acceso a Internet por Banda Ancha que provén las empresas de Televisión por Cable. Estas brindan dicho servicio a los usuarios a través del mismo soporte por el que llega la señal de cable, aprovechando

el ancho de banda que no se utiliza en la red de TV por cable.

En el mundo, a fines de 2005, los usuarios de Internet llegaban a 900 millones, y para fines de este año se superarán los mil millones de usuarios. En la Argentina, los usuarios al 2005 se aproximaban a los 8 millones, y se cree que a fines de 2006 el número llegaría a los 10 millones de habitantes, un cuarto de la población total (Fuente: CNC).

En el año 2005, la facturación del sector Internet en la Argentina no llegó a los mil millones de pesos, mientras que la telefonía móvil superó los 8 mil millones de la misma moneda, la telefonía fija facturó por 5 mil millones y la Televisión por Cable superó los 2 mil millones y medio de pesos.

Dentro de las posibles formas de acceso a la red nos centramos en la Banda Ancha. A fines de 2001, en nuestro país, había poco más de 169 mil accesos a Internet a través de Banda Ancha, que se redujeron a 168 mil al año siguiente. A partir de ese año, la Banda Ancha comenzó a crecer: a fines de 2003 los accesos a Banda Ancha sumaban más de 250 mil, en 2004 más de 532 mil, y a mediados del año pasado eran casi 700 mil. Fuentes privadas estimaron que en marzo de 2006 la conectividad a Banda Ancha había ascendido a más de un millón de abonados. Del total, el 37,2

% accede a través de Cable Módem; el 58.7 % a través de ADSL y el 4,1 % mediante otras tecnologías.

Cantidad de accesos Banda Ancha

2001	169.609
2002	168.094
2003	252.025
2004	532.742
2005	694.135

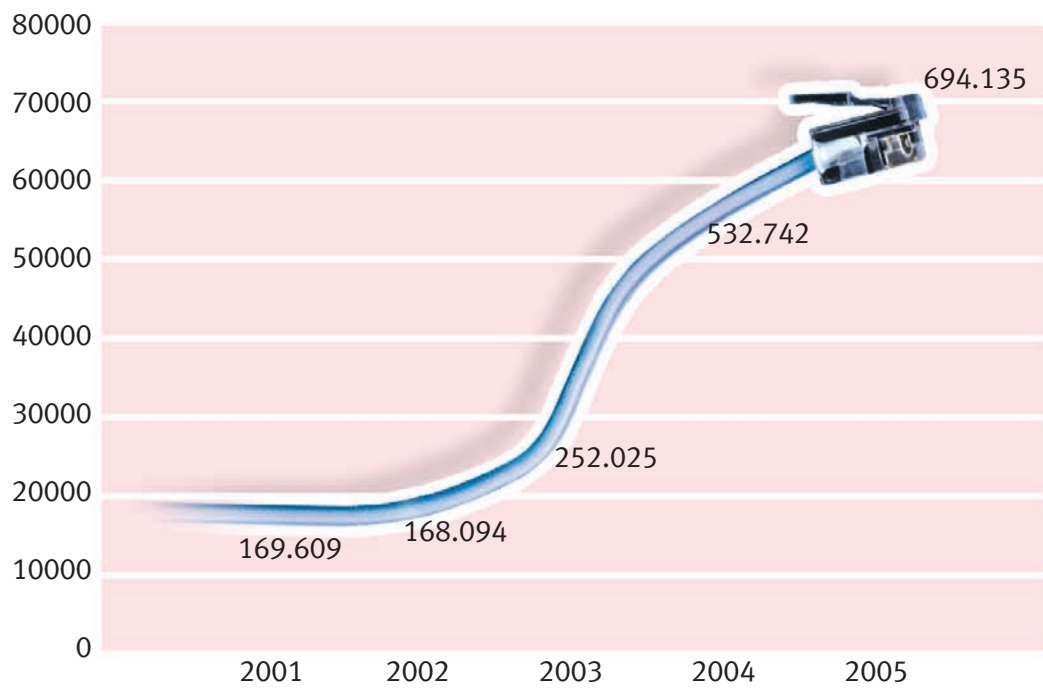
Fuente: CNC, Noviembre 2005

Distribución geográfica del acceso por Banda Ancha

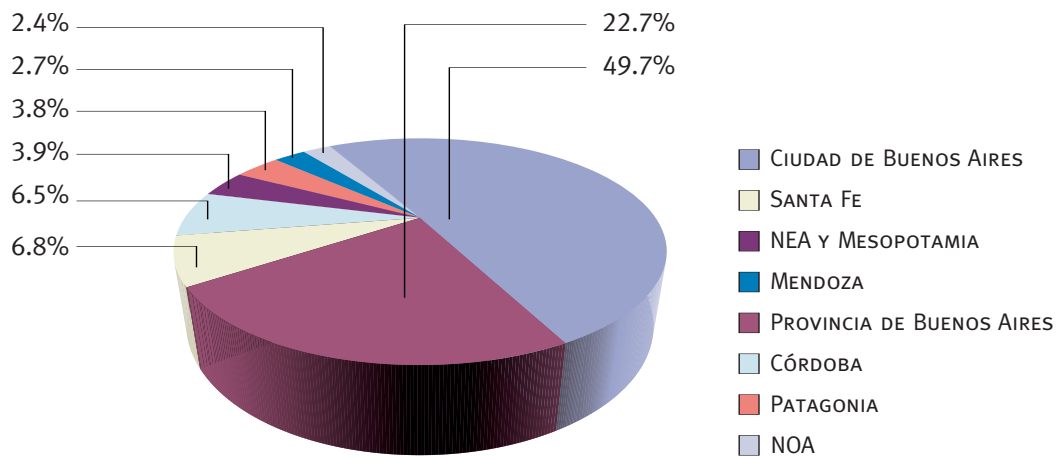
Ciudad de Buenos Aires	49,9 %
Provincia de Buenos Aires	22,7 %
Santa Fe	6,8 %
Córdoba	6,5 %
NEA y Mesopotamia	3,9 %
Patagonia	3,8 %
Mendoza	2,7 %
NOA	2,4 %

Fuente: CNC, INDEC 2005

➤ Evolución de la conectividad a Banda Ancha en Argentina



➤ Distribución geográfica del acceso por Banda Ancha



En nuestro país, el servicio de Banda Ancha se expande con celeridad, a la vez que mejora la calidad de conexión, se incrementa la capacidad de transmisión y crece de manera exponencial el número de hogares que lo utilizan como forma de conectarse a la red. Sin embargo, este tipo de crecimiento está concentrado en los centros urbanos más desarrollados del país, representando sólo la ciudad de Buenos Aires el 50% de las conexiones de este tipo.

Es necesario un crecimiento efectivo y equitativo en la conectividad a Internet a través de Banda Ancha, evitando que se reproduzca en el acceso a la red las mismas desproporciones que se observan en la generación de riquezas a nivel nacional. Acortar la brecha digital, posibilitando que todos los habitantes de la Argentina puedan acceder a Internet y a través de ella a la información, el conocimiento y la comunicación, es reducir los desequilibrios sociales, económicos y culturales que afectan hoy a nuestra sociedad.

Acceder a Internet es una forma de equilibrar las oportunidades de los habitantes de nuestro país. La federalización de la Banda Ancha tiene que ser la meta a alcanzar, y para lograr el objetivo todas las fuerzas e intereses deben estar orientados en ese sentido.

El Cable como red alternativa

La industria del Cable, además de crear y transmitir cultura y educación, de posibilitar el desarrollo y llegar a donde no llega la televisión abierta cumpliendo así una importantísima función social, emplea de manera directa a 14 mil personas, que sumadas con los puestos indirectos llegan a un total cercano a las 30 mil familias.

El Cable tiene competencia, diversidad de ofertas y presencia en todo el territorio nacional. En el sistema de Televisión por Cable compiten y participan desde pequeñas empresas de 10 empleados a empresas medianas y grandes, y conforman todas ellas una amplia gama de posibilidades para las familias argentinas, y una variedad de servicios que le dan trascendencia a su función social.

Según las cifras disponibles del INDEC, correspondientes al año 2001, el 54 % de los hogares argentinos tiene Televisión por Cable. Considerando el crecimiento de la economía del país y el mayor desarrollo social al año 2006, esa cifra puede haberse incrementado en la actualidad en un par de puntos. Los datos son todavía más significativos si se tiene en cuenta que la tasa de

penetración del Cable es prácticamente idéntica a la de la telefonía fija, y la supera en todas las provincias con excepción de Buenos Aires, Córdoba y Mendoza.

Las provincias argentinas tienen una fuerte presencia del sistema de Cable, que lleva hasta



Fuente: INDEC 2001

sitios de frontera y pequeñas ciudades aisladas contenidos informativos, culturales y de entretenimientos tan necesarios para el desarrollo cultural y social del país. Es notable la significación del cable en regiones aisladas como la Patagonia. La provincia de Chubut tiene un porcentaje de 70 % de hogares con Televisión por Cable, Tierra del Fuego 68 % y Santa Cruz 78 % de hogares conectados al cable. Otras provincias como La Pampa y Santa Fe superan ampliamente el 60 %, al igual que la Capital Federal, que tiene un 69 % de sus hogares con conexión.

Según cifras del Indec, en provincias como Corrientes, Chaco, Santiago del Estero, Misiones, Tucumán donde el promedio de hogares con Cable es menor al promedio nacional, el Cable tiene mayor penetración que el servicio telefónico. Es decir, no solamente hay una alta penetración del cable y una representación de la industria en todo el territorio, sino que en aquellas provincias que la mayor parte de la población no tiene acceso al teléfono, un porcentaje mayor de la población tiene acceso a la Televisión por Cable. La Televisión por Cable es allí la forma de mantenerse

comunicado e informado sobre lo que sucede en otras partes del país y del mundo.

Estas cifras y análisis dan cuenta de la gravitación y la potencialidad del cable, y sobre todo del nivel de penetración, expansión y competencia de la industria de la Televisión por Cable, compuesta por una diversidad de ofertas y servicios para la población, sin importar la situación geográfica y económica.

El cable es un sistema verdaderamente federal, con presencia en todo el país, que posibilita la conexión tanto en las grandes ciudades como en las pequeñas localidades de las provincias argentinas, algunas de las cuales de no ser por las transmisiones de Cable tendrían como única variante tomar canales de aire de los países de frontera.

En el Cable hay competencia. Cualquier ciudad de la Argentina cuenta con señal de cable, y como mínimo con 2 empresas que compiten por brindar el servicio. En las ciudades más grandes, la oferta llega a estar representada por 6 empresas distintas, que ofrecen variedad de servicios y tarifas.

Las empresas de Televisión por Cable compiten entre sí y realizan inversiones. La provisión de Internet a través del tendido, la ampliación en el número de canales, la elaboración de nuevos contenidos y la transmisión de nuevas señales son ejemplos concretos de la inversión en servicio. La implementación de tecnología para brindar conexión a Banda Ancha por medio del Cable Módem es otra clara señal del proceso de inversión que vive el Cable.

Se ha mejorado el servicio y hay significativo y constante flujo de capital en ese sentido, previendo brindar el servicio de la televisión digital y conexiones más veloces a Internet. Las empresas de Televisión por Cable han demostrado su adaptación a las nuevas tecnologías, las demandas de la sociedad y es reconocible su capacidad para captar las nuevas tendencias tecnológicas.

En las ciudades en las que las empresas de Cable pueden brindar servicio de conexión a Internet, las tarifas son competitivas, los tipos de conexión son más variados y se incrementa la velocidad y la conectividad en sí. Si las empresas de cable tuvieran la posibilidad de acceder a un

cargo más favorable de conexión a la Red Mundial, podrían operar en muchas más áreas y generar competencia con empresas que imponen sus tarifas y sus propios criterios para la evolución del servicio.

El ingreso de las empresas de Cable como proveedoras de servicio de Banda Ancha en aquellos lugares donde no pueden competir en igualdad de condiciones significaría, por sobre todas las cosas, sociabilizar un servicio que en la actualidad los gobiernos y los organismos internacionales definen como básico, y que está directamente relacionado con el derecho a la comunicación y la información.

El acompañamiento al avance tecnológico y la representación de las nuevas tendencias por parte de la Televisión por Cable, en conjunto con el compromiso hacia el usuario mediante calidad de servicios y tarifas accesibles, se puede observar en la provisión de Banda Ancha que hace el sistema de Cable. La Banda Ancha a través del sistema de Cable –Cable Módem– se da en distintas zonas del país, y en algunas de ellas compite con las empresas de Internet dominantes de Telecom

y Telefónica: Arnet y Speedy, respectivamente.

Es importante destacar que el cable se halla en un proceso de inversión que permitirá la digitalización de sus redes en el mediano plazo. A fines de este año 2006, comenzará en la ciudad de Buenos Aires el cambio del sistema, lo que permitirá un mejor servicio y la posibilidad de transmitir TV digital.

Si se observa cómo fue expandiéndose y mejorando la calidad la industria del Cable en relación a contenidos televisivos, transmisión de señal y nuevos servicios, podrá entenderse a la industria del Cable como gran inversor.

La Banda Ancha es un soporte clave para el crecimiento de las comunicaciones y del país, tal como lo fue el teléfono un siglo atrás. En este nuevo contexto, con esta nueva herramienta de desarrollo social, es fundamental el rol político del Estado para garantizar las condiciones de competencia transparente, equilibrada, orientada

hacia el crecimiento del servicio y del beneficio del usuario, evitando que empresas dominantes del sector de telecomunicaciones utilicen sus economías de escala, posiciones, concentración y clientes cautivos para imponerse a las empresas que dan servicio, quieren competir, pero no están en igualdad de condiciones.

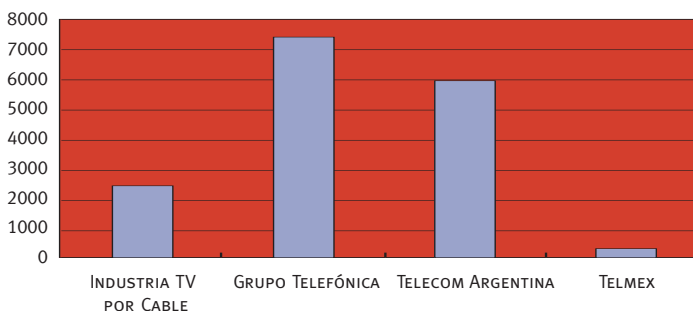
Análisis de facturación

Industria de la TV por Cable - Empresas de telecomunicaciones

Las diferencias de facturación entre un sector y otro son muy grandes. Esto permite analizar que si las telefónicas prestaran servicios de radiodifusión, mediante triple play, además que por ley esto se les prohíbe específicamente, su posición dominante en el mercado dejaría afuera de la competencia a muchas empresas de cable PYMES del interior de nuestro país que durante cuarenta años han invertido en zonas no tan rentables y a riesgo.

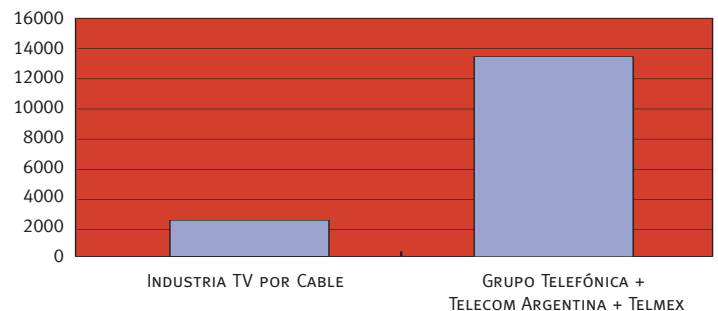
Facturación Año 2005	
Expresado en miles de millones de pesos ARS	
Industria TV por Cable	2520
Grupo Telefónica	7377
Telecom Arg	5865
Telmex	309

Fuente: Balances presentados por las empresas Telefónica y Telecom, año 2005. INDEC / CICOMRA



Facturación Año 2005	
Expresado en miles de millones de pesos ARS	
Industria TV por Cable	2520
Grupo Telefónica + Telecom + Telmex	13551

Fuente: Balances presentados por las empresas Telefónica y Telecom, año 2005. INDEC / CICOMRA



La Televisión por Cable posee una gran penetración a lo largo de todo el territorio nacional, siendo un servicio de carácter federal en su desarrollo e inversiones. La telefonía fija por su parte también posee un alto desarrollo y penetración en todo el país. Con Internet, y sobre todo con Banda Ancha la situación no es la misma.

Como hemos analizado a lo largo del documento, la Banda Ancha no ha tenido un desarrollo ni una expansión equilibrada. Es por eso que los esfuerzos tienen que estar orientados a lograr eliminar la brecha informacional que padecen los habitantes de nuestro país. El triple play que pro-

ponen las telefónicas hoy no es viable ni tecnológica ni regulatoriamente. La posibilidad de que las TELCOS brinden contenidos sólo lograría la canibalización de un mercado en el cual hoy conviven grandes y pequeñas empresas de todo el país en competencia. Las preocupaciones y esfuerzos no deben estar centrados en el poder

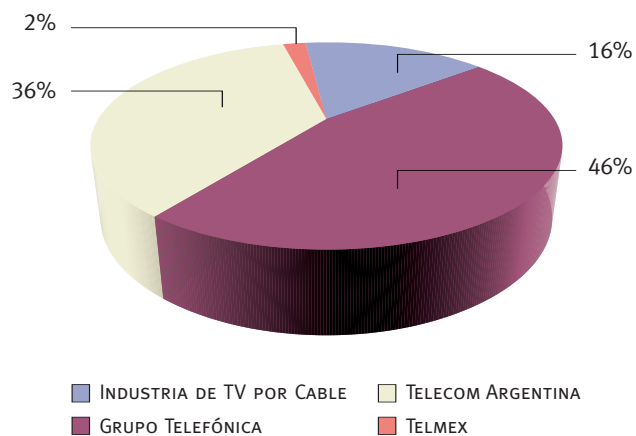
brindar los tres servicios juntos, sino en posibilitar el desarrollo de la Banda Ancha en todas las ciudades del país, fomentando la competencia de dicho mercado y la democratización para los usuarios.

Participación en la facturación del mercado de las telecomunicaciones

Expresado en miles de millones de pesos ARS

Industria TV por Cable	2520
Grupo Telefónica	7377
Telecom Arg	5865
Telmex	309

Fuente: Balances presentados por las empresas Telefónica y Telecom, año 2005. INDEC / CICOMRA

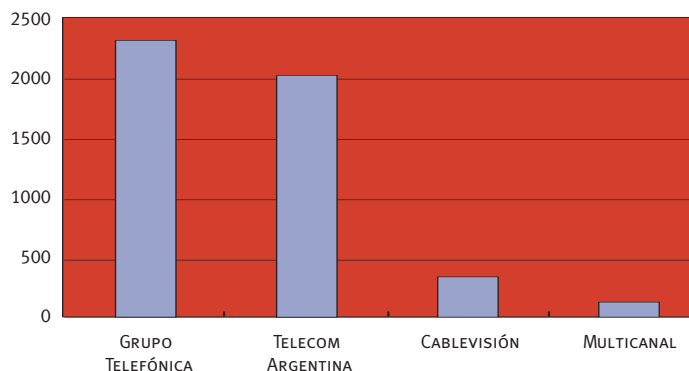


Empresa EBITDA 2005

Expresado en miles de millones de pesos ARS

Grupo Telefónica	2337
Telecom Arg	2055
Cablevisión	332
Multicanal	162

Fuente: Balances presentados por las empresas Telefónica y Telecom, año 2005. INDEC / CICOMRA



**PRESENTACIÓN
DE LA ASOCIACIÓN ARGENTINA
DE TELEVISIÓN POR CABLE (A.T.V.C.)
EN LAS AUDIENCIAS PÚBLICAS
CONVOCADAS POR DISPOSICIÓN N° 1/2006
Y N° 2/2006 DE LA UNIDAD DE
RENEGOCIACIÓN Y ANÁLISIS DE CONTRATOS
DE SERVICIOS PÚBLICOS**

MAR DEL PLATA
28.04.06

SAN MIGUEL DE TUCUMÁN
18.05.06

Introducción

Participamos en esta audiencia en representación de ATVC, asociación que agrupa al conjunto de los empresarios que brindan Televisión por Cable en el país, a fin de dar nuestra opinión acerca de la Carta de Entendimiento firmada por el Estado Nacional con la Licenciataria del Servicio Básico Telefónico, Telefónica de Argentina S.A.

La Televisión por Cable es un vehículo de información, entretenimiento y fortalecimiento de la cultura nacional y democrática en todo el país, presente en más de 1200 localidades con una infraestructura apta para brindar más y nuevos servicios. Permite el acceso a la información nacional e internacional en los lugares más alejados de Argentina. La cobertura generada no es equiparable a ningún otro servicio. Da lugar a la expresión del patrimonio cultural, tanto desde la producción de contenidos como a partir de la labor de periodistas zonales que trabajan en los canales locales. De este modo, se vincula de una manera significativa con el desarrollo social de toda la nación.

La industria de la Televisión por Cable se ve en la necesidad de advertir, frente a una revisión del marco regulatorio de las telecomunicaciones, sobre la situación de hecho y de derecho de las empresas de servicios públicos para enfrentar el fenómeno de la convergencia, en relación a su desarrollo competitivo y su accesibilidad en el largo plazo.

Las dos empresas dominantes del mercado de las telecomunicaciones facturan en conjunto casi tres veces más que todos los operadores de cable juntos. La posición dominante de las empresas telefónicas y el consecuente riesgo de que se termine consolidando una infraestructura única no es un dato menor en el análisis de una nueva legislación. Así como el escenario económico de subsidios cruzados y beneficios dispares entre los diversos sectores.

Resulta primordial, entonces, la discusión sobre la necesidad de dinamizar la competencia en las telecomunicaciones y establecer políticas que promuevan la pluralidad de redes y el uso de tecnologías alternativas a la red pública. También, sobre la particular esencia de la Televisión por Cable como servicio de radiodifusión y sobre los fuertes desequilibrios que hoy plantean los mercados de telefonía y cable.

El Acta contiene una serie de disposiciones referidas al cumplimiento de metas y al marco tarifario que son propias de la relación bilateral de dicha empresa con el Estado, ya sea en su carácter de adjudicataria de la licitación de la Zona Sur de ENTEL, ya sea en su carácter de prestador dominante del servicio público de telefonía básica. Sobre estos temas no emitiremos opinión.

El Acta, además, contiene un compromiso por el cual el Poder Ejecutivo Nacional se compromete a enviar al Parlamento un proyecto de Ley de Telecomunicaciones del cual se detallan algunos contenidos mínimos. Es objeto de esta presentación el detallar aspectos que deberían estar incluidos en dicha Ley, en el respeto de los principios que deben regir este sector.

Desarrollaremos dos aspectos principales: el primero, la clara separación y tratamiento diferenciado que la ley de telecomunicaciones debe otorgar a lo que constituyen los aspectos propios de su competencia de los temas que hacen a la radiodifusión, actividad separada, regulada por ley distinta y bajo la órbita de una autoridad regulatoria diferente, con un plexo normativo que no se solapa ni debe confundirse con el de las telecomunicaciones.

En segundo lugar desarrollaremos algunos principios claves que deben ser incluidos en toda regulación de las telecomunicaciones que propenda a un verdadero desarrollo competitivo del sector, con capacidad de incorpo-

PRESENTACIÓN DE LA ASOCIACIÓN ARGENTINA DE TELEVISIÓN POR CABLE (A.T.V.C.) EN LAS AUDIENCIAS PÚBLICAS CONVOCADAS POR DISPOSICIÓN N° 1/2006 Y N° 2/2006 DE LA UNIDAD DE RENEGOCIACIÓN Y ANÁLISIS DE CONTRATOS DE SERVICIOS PÚBLICOS

rar a nuestro país los elementos de competitividad, de modernización, de reducción de costos y de mejora de los servicios y de las infraestructuras indispensables para que la Argentina pueda tener un protagonismo creciente en esta etapa inicial de la era digital, de la denominada Sociedad del Conocimiento.

MARCOS NORMATIVOS DIFERENCIADOS DE LAS TELECOMUNICACIONES Y DE LA RADIODIFUSIÓN

A. Licenciatarias del Servicio Básico Telefónico (LSB) – Telefónica y Telecom.

El decreto 60/90, por el cual se crearon la “Sociedad Licenciataria Norte Sociedad Anónima” y la “Sociedad Licenciataria Sur Sociedad Anónima” (arts. 1 y 2), estableció en su artículo 3º que el objeto social único de las sociedades licenciatarias sería la prestación de servicios públicos de telecomunicaciones, exceptuando expresamente a la radiodifusión.

Este mandato, así como el que las sociedades tendrán domicilio social en la Capital Federal; que su duración será de noventa y nueve (99) años contados a partir de su inscripción en el registro público correspondiente; y que su ejercicio social cerrará el día 30 de septiembre de cada año, son condiciones que perduran aún luego de la apertura del sector de las telecomunicaciones y mientras estas sociedades operen.

Por su parte, el decreto 62/90, en el Pliego de Bases y Condiciones ratificó este concepto en su apartado 7.1., en tanto allí se dispuso:

“El objeto social único determinado en los Estatutos de cada Sociedad Licenciataria es la prestación de servicios públicos de telecomunicaciones, excepto los de radiodifusión, dentro del alcance, en su caso, de las licencias que le sean concedidas”.

Por otra parte, y a modo de razonable complemento, en el punto 7.1.2, se aclaró que “...mientras están vigen-

tes las licencias, las Sociedades Licenciatarias no podrán ampliar ni modificar su objeto social ni mudar su domicilio fuera de la República Argentina”.

La intención del Poder Ejecutivo de excluir a las empresas prestadoras de servicios de telecomunicaciones de las actividades de radiodifusión fue claramente expresada, al punto de incluirse la veda también respecto de las sociedades creadas para la prestación de servicios internacionales y para los servicios de datos, tal como lo reflejan los puntos 7.8 y 7.9 del Pliego.

El punto 8.6 del Pliego suponía que el servicio móvil sería dado por la misma operadora del servicio básico, con lo que la prestación del servicio móvil que pudiera haber ganado una LSB por licitación (lo que efectivamente se dio con posterioridad), quedaría sometido a las limitaciones del objeto único social, que excluye explícitamente la radiodifusión. El hecho de que cada LSB haya creado una empresa diferenciada para brindar el servicio de telefonía móvil no debe torcer la intención de la norma, que excluye la radiodifusión en todos los casos en que un servicio vaya a ser provisto por una LSB o por una de sus sociedades vinculadas.

La contundencia de la política que se implementaba se puso de manifiesto asimismo en la cláusula 13.10.6 inciso c) del Pliego, al calificar como causal de caducidad de la licencia la modificación del objeto social de las LSB.

Finalmente, en ocasión de regularse la transición hacia la competencia, el decreto 264/98 previó que, luego de finalizado dicho período, las LSB, los OI y la SPSI mantendrían los derechos y obligaciones a que se refieren los decretos nros. 1651/87, 62/90, 973/90, 2332/90, 2344/90, 2346/90 y 2347/90 (art. 1º).

Por todo lo expresado, desde el punto de vista de la regulación de las telecomunicaciones, las empresas Telefónica y Telecom, SPSI y SSEC, y sus sucesoras tienen vedado - hasta el fin de sus licencias - la prestación de servicios de radiodifusión, ello así en virtud del objeto social único que se les fijó en su norma de creación, con-

solidada por el decreto 62/90, y de la prohibición para modificarlo establecida en el Pliego y sancionada con la caducidad de las respectivas licencias.

B. Marco normativo de la Radiodifusión.

Recientemente el Congreso de la Nación sancionó la ley 26.053 que –entre otros aspectos – ratifica la incompatibilidad de prestar servicios de radiodifusión a las LSB, introduciendo, en lo sustancial, las siguientes modificaciones al marco jurídico de la radiodifusión:

1. Se pueden adjudicar licencias de radiodifusión a personas jurídicas no comerciales o sin fines de lucro.
2. No se pueden otorgar licencias de radiodifusión a una “persona jurídica prestadora de un servicio público”; ni a un director o administrador de dicha persona jurídica; ni a un accionista mayoritario de una persona jurídica prestadora de un servicio público, que posea el 10% o más de las acciones que conforman la voluntad social.
3. En el supuesto de que la solicitante de la licencia se halle conformada por otras personas de existencia ideal, los requisitos mencionados deberán ser cumplidos por quienes conformen la voluntad social mayoritaria.

Como vemos, el inciso h) de la norma excluye de la titularidad de licencias de radiodifusión a los prestadores de servicios públicos o a quienes tengan una voluntad social controlada por este tipo de personas físicas o jurídicas.

Por consiguiente podemos concluir que:

- a) El marco regulatorio del sector de las telecomuni-

caciones impide prestar servicios de radiodifusión a las LSB por sus respectivas normas de creación y por las condiciones del Pliego (dec. 62/90) que les prohíbe cambiar el objeto social, calificando tal proceder como una causal de la caducidad de la licencia.

- b) Las normas de radiodifusión excluyen a todos los prestadores de servicios públicos y a sus empresas controladas o vinculadas. El servicio básico telefónico es claramente un servicio público.

C. Naturaleza esencial de la radiodifusión. Definición y contenidos de la radiodifusión.

La ley 22.285 define como servicio de radiodifusión a las radiocomunicaciones cuyas emisiones sonoras, de televisión o de otro género, estén destinadas a su recepción directa por el público en general.

La característica distintiva de la radiodifusión es que sus emisiones están destinadas a su recepción por el público en general (art 1º) o a satisfacer el interés general de los miembros de una o más comunidades (art. 56º).

En ambos supuestos las emisiones se realizan hacia un público indeterminado en origen y con prescindencia de la efectiva recepción por parte de éste.

El radiodifusor no se limita a transmitir, no es un mero transportador de señales, sino que es quien toma la iniciativa y asume la responsabilidad de la producción, montaje y transmisión al público de determinada programación. Por ello, el radiodifusor es el agente responsable por los contenidos que emite, ya sean de producción propia o retransmisión de programas de terceros.

La ley 22.285 destina un capítulo al contenido de las emisiones, justamente porque éstas carecen de la nota de privacidad que la ley 19.798 ha otorgado a las telecomunicaciones.

La esencia de la responsabilidad jurídica del radiodi-

PRESENTACIÓN DE LA ASOCIACIÓN ARGENTINA DE TELEVISIÓN POR CABLE (A.T.V.C.) EN LAS AUDIENCIAS PÚBLICAS CONVOCADAS POR DISPOSICIÓN N° 1/2006 Y N° 2/2006 DE LA UNIDAD DE RENEGOCIACIÓN Y ANÁLISIS DE CONTRATOS DE SERVICIOS PÚBLICOS

fusor reside en la facultad que le ha sido otorgada de diseñar una grilla de contenidos que, a su criterio, responda a una demanda de información o de entretenimiento del público en general.

La programación es el espacio en donde se juegan un conjunto de valores y de exigencias que obligan al respeto de toda religión, raza o ideología, a la no discriminación sexual, al respeto de los derechos de los menores, a la interdicción de toda apología del delito, a la defensa de la intimidad, del buen nombre y del derecho a la imagen de las personas, entre tantos otros elementos que hacen a la calidad axiológica de una programación, que compromete en su respeto al radiodifusor y en su defensa y exigencia al Estado como regulador.

Quien propone un contenido a los demás, por el medio que sea, seleccionando aquello a lo que el otro puede acceder, asume todas estas responsabilidades y es, en los términos de la ley, un radiodifusor. La capacidad de ofrecer una programación es así el objeto mismo del hecho radiodifusor.

En determinados servicios de radiodifusión, como el de circuito cerrado comunitario de televisión, la red es un componente vital de la prestación. Su construcción y mantenimiento es inherente al desarrollo del servicio. Así lo ha entendido el regulador al dictar la Resolución 257 SC/77 en la cual se define a la Televisión por Cable como el sistema que posea estudios propios desde donde se efectúe la difusión de programas de televisión, transportando y distribuyendo las señales preferentemente por vínculo físico a los residentes de una o más comunidades o pueblos. En el mismo orden de ideas, el Pliego de Servicios Complementarios de Radiodifusión, (Resolución 725-COMFER/91), en su artículo 15, exige al licenciatario la acreditación de la propiedad de la totalidad de la infraestructura y equipamientos necesarios para instalar el servicio.

La obligación de prestar directamente el servicio de

radiodifusión y la imposibilidad de segmentar el servicio descrito o delegar parte de la prestación -construcción y mantenimiento de la red- a terceros no adjudicatarios de la licencia, se deriva directamente del artículo 67 de la ley 22.285, en especial de su inciso c), resultando esta restricción totalmente coherente con importancia que tienen la idoneidad y las calidades personales del titular de la licencia de radiodifusión, en atención a los objetivos perseguidos con la prestación de este servicio (conf. Artículo 5º ley 22.285).

Todos los que operen servicios de radiodifusión deberán por tanto ser titulares de una licencia de radiodifusión y obtenerla en el respeto de las normas vigentes, que hemos expuesto; y además ser titular del medio técnico de transporte con el cual se llegue al público en general.

D. Análisis desde la ley 25.750: limitaciones a la propiedad de medios de radiodifusión.

En el año 2003 se sancionó la ley 25.750 de “Preservación de bienes y patrimonios culturales”, con el objetivo de resguardar los medios de comunicación por su importancia vital para el desarrollo, en tanto intereses estratégicos para la Nación (art. 1º).

La norma fija que la propiedad de los medios de comunicación deberá ser de empresas nacionales- La participación de empresas extranjeras se limitará hasta un máximo del 30 % del capital accionario y que otorgue derecho a voto por el mismo porcentaje.

A los fines de su aplicación, en el artículo 3º se identificó como medios de comunicación a los servicios de radiodifusión y los complementarios de radiodifusión comprendidos en la ley 22.285.

A partir de la sanción de esta norma no podrán obtener licencias de radiodifusión personas jurídicas que no sean consideradas, de acuerdo con el porcentaje se-

ñalado, empresa nacional. La ley 25.750 dispone que se entenderá por tales:

- a) a las personas físicas de nacionalidad argentina, y jurídicas constituidas, domiciliadas en el país e integradas mayoritariamente por ciudadanos argentinos;
- b) a personas jurídicas constituidas en el país o en el exterior, controladas directa o indirectamente por personas físicas de nacionalidad argentina y domiciliadas en el país.

En el entendimiento de que las LSB, son personas jurídicas constituidas en el país y controladas directa o indirectamente por personas físicas de nacionalidad extranjera, es a todas luces evidente que no reúnen las condiciones enunciadas en el párrafo anterior, sino que, por el contrario, se encuentran circunscriptas en el art. 4º inciso b) de la norma de referencia, que describe a las empresas extranjeras.

Conclusiones en materia de radiodifusión

Para brindar servicios de radiodifusión, se debe poseer licencia de radiodifusión en el respeto de las restricciones vigentes a la titularidad de los medios.

Las LSB no pueden brindar servicios de radiodifusión por una diversidad de razones:

1. restricciones derivadas del marco regulatorio de las telecomunicaciones, como la exigencia del objeto social único e inmodificable (dec. 62/90);
2. restricciones derivadas del art. 45 de la ley 22.285, que prohíbe a las empresas prestadoras de servicios públicos obtener licencias de telecomunicaciones; y
3. restricciones derivadas de la ley 25.750, en cuan-

to impide, a partir de julio de 2003, que las empresas que califica como extranjeras sean titulares de más del 30% del capital de los servicios de radiodifusión.

Las empresas controladas por las LSB tendrán las mismas limitaciones descriptas en los puntos precedentes.

PRINCIPIOS QUE DEBEN REGIR LA FUTURA LEY DE TELECOMUNICACIONES

En las recientes Cartas de Entendimiento suscriptas por las empresas Telefónica de Argentina S.A. y Telecom Argentina S.A., con el Estado Nacional, éste se ha comprometido a conformar un marco jurídico estable y a tal fin elevar el pertinente proyecto de ley al Poder legislativo (apartado 4.3).

Quisiéramos en esta Audiencia subrayar cuáles son, a nuestro entender, los lineamientos que inexcusablemente debe seguir el proyecto de ley de telecomunicaciones a elaborarse en el seno del Poder Ejecutivo y a trabajarse y discutirse en el Congreso de la Nación.

1. En el apartado 4.3 de sendas cartas de entendimiento se expresa como uno de los contenidos mínimos a incluir en la nueva normativa, el “asegurar la estabilidad y vigencia del marco regulatorio del sector”. Se comparte el criterio de sostener el marco regulatorio diseñado a partir del decreto 764/2000 y de la sanción de la ley 25.000.
2. Esta iniciativa del Gobierno nacional debe favorecer la eliminación y superación de todas aquellas distorsiones o inequidades que, pese a los principios sentados en las normas vigentes, subsisten en el mercado.

**PRESENTACIÓN DE LA ASOCIACIÓN ARGENTINA
DE TELEVISIÓN POR CABLE (A.T.V.C.)
EN LAS AUDIENCIAS PÚBLICAS CONVOCADAS
POR DISPOSICIÓN N° 1/2006 Y N° 2/2006 DE LA
UNIDAD DE RENEGOCIACIÓN Y ANÁLISIS DE CONTRATOS
DE SERVICIOS PÚBLICOS**

3. Con relación al régimen de licencias, se debe mantener el espíritu del Cuarto protocolo Anexo al Acuerdo General sobre Comercio de Servicios suscripto por la República Argentina con la Organización Mundial del Comercio (OMC), aprobado por la ley 25.000, por el que el Gobierno argentino se ha comprometido a la apertura de los servicios de telecomunicaciones a la competencia, sin restricción alguna.
4. La regulación en materia de interconexión debe permitir la competencia leal, de modo tal que no medien abusos de los prestadores dominantes o con poder significativo en el mercado, derivados de las ventajas en infraestructura, penetración comercial y de participación en el mercado, ya sean técnicas, financieras o de otro orden.
5. Los valores de interconexión deben descartar los costos históricos incurridos y sólo considerar los costos incrementales de largo plazo de una prestación eficiente, según el estado de avance de la tecnología. En ningún caso el más alto precio de interconexión abonado por un prestador puede ser superior al más bajo precio pagado por un cliente que solicita una facilidad semejante.
6. La nueva normativa debe ser más estricta con los plazos previstos para la intervención de la autoridad de aplicación en caso de conflictos de interconexión.
7. Consideramos que la nueva legislación debería ratificar lo dispuesto en el Artículo 39 de la Ley Nacional de Telecomunicaciones, N° 19.798, que establece que el uso del suelo, subsuelo y espacio aéreo del dominio público nacional, provincial o municipal por parte de los prestadores de servicios de telecomunicaciones estará exento de todo gravamen.
8. Asimismo, la nueva ley deberá establecer límites uniformes y razonables para la imposición de tasas a los prestadores de servicios de telecomunicaciones. Estas tasas nunca deberían superar los costos efectivamente incurridos por la Administración para llevar adelante la prestación que genera el gravamen.
9. La falta de una competencia efectiva en el servicio de telefonía y la no reglamentación de la desagregación del bucle de abonado, impiden diversificar la oferta de Banda Ancha en el mercado, generando una situación de dominancia en telecomunicaciones que no se ha modificado substancialmente pese al fin de la titularidad jurídica del monopolio.

Walter P. Burzaco
Presidente A. T. V. C.



Asociación Argentina de Televisión por Cable

LA ASOCIACION ARGENTINA DE TELEVISIÓN POR CABLE -ATVC- FUE FUNDADA EN 1980,
PARA REPRESENTAR -A NIVEL NACIONAL- A LA INDUSTRIA DEL CABLE EN LA ARGENTINA.
AGRUPA -COMO GREMIO INDUSTRIAL- A LOS OPERADORES DE SISTEMAS MÚLTIPLES (MSO),
A LOS OPERADORES DE CABLE INDEPENDIENTES, Y A LAS ASOCIACIONES PROVINCIALES DE TV POR CABLE,
CON SUS RESPECTIVOS ASOCIADOS. NUCLEA A MÁS DE 700 CABLEOPERADORES DE TODO EL PAÍS.

COMISIÓN DIRECTIVA:

Walter Burzaco Presidente

Vicepresidente 1º **José Toledo**

Vicepresidente 2º **Ernesto Benini**

Secretario General **Hernán Verdaguer**

Pro-Secretario **Germán Ranftl**

Tesorero **Daniel Celentano**

Pro-Tesorero **Pablo Casey**

VOCALES TITULARES

José A. Ponzoni

Roberto Ferrari

Alejandro Tirachini

Héctor Delloni

Lucio Gamaleri

Mario Centis

Eduardo Uria

Hugo Genovesio

Fabián Di Cicco

VOCALES SUPLENTE

Jorgelina Ventura

Armando Ametrano

Alberto Genovesi

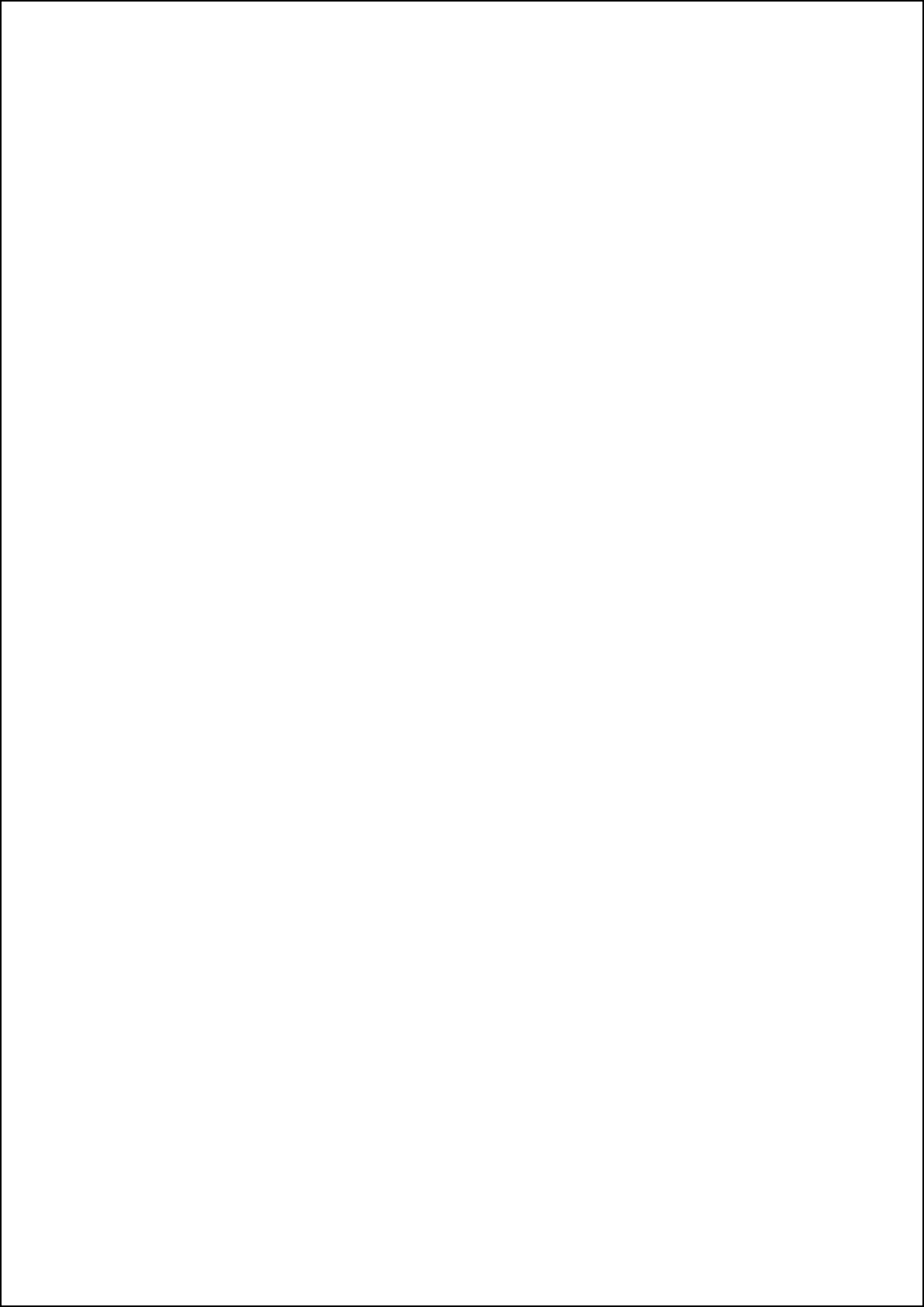
Horacio Luis

REVISORES DE CUENTA

Roberto Argaña

Néstor Roasio

Gustavo Remondino





Asociación Argentina
de Televisión por Cable

Av. de Mayo 749 - Piso 2 Oficina 10
Ciudad de Buenos Aires - Argentina
Tel:5411-4342-3362
atvc@atvc.org.ar

www.atvc.org.ar